



TourismusMarketing
niedersachsen



Gesundheit und Wohlfühlen in Deutschland und Niedersachsen

Zahlen – Daten – Fakten

Stand November 2015

1. Übersicht Gesundheit und Wohlfühlen in Niedersachsen

Stand November 2015

2012-2014 wurden im Schnitt jährlich **0,8 Millionen Privatreisen (ohne Kliniken)** ab einer Übernachtung nach Niedersachsen verzeichnet, die der **Reiseart Gesundheit/Reha/Kur oder Wellnessangebote nutzen (Beauty, Vital, Medical)** entsprachen.

(Quelle: GfK/IMT Destination Monitor Deutschland 2014)

Interessentenpotenzial

- 49% der deutschsprachigen Bevölkerung¹ haben Interesse an einem Wellnessurlaub, 26% an Gesundheitsurlaub

Themeneignung Niedersachsens

- Für die Aktivität "Wellnessangebote nutzen" halten 36% der Deutschen (20,5 Mio.) und für das Thema Gesundheitsurlaub halten 34% der Deutschen (19,6 Mio.) Niedersachsen als geeignet

Gesundheit und Wohlfühlen: Top-3 nachgefragteste Regionen in Niedersachsen

- Nordsee
- Harz
- Lüneburger Heide

Gesundheit und Wohlfühlen: Top-3 weitere Aktivitäten in Niedersachsen

- Wellnessangebote nutzen
- Aufenthalt in der Natur
- Spazieren gehen

Gesundheit und Wohlfühlen: Top-3 Informationsquellen

- Internet
- Persönliche Erfahrung, Reiseziel bereits besucht
- Empfehlung von Bekannten/Verwandten

Gesundheit und Wohlfühlen: Klassifizierungen in Niedersachsen

- **13 Wellness Star-Betriebe**
- **3 zertifizierte Wellness-Hotels & Resorts**
- **10 Betriebe mit dem Deutschen Wellness Zertifikat**
- **110 prädikatisierte Heilbäder und Kurorte**

¹ Deutschsprachige Bevölkerung: in Privathaushalten lebende deutschsprachige Bevölkerung im Alter von 14-74 Jahren (57.647 Mio. Personen)

Ergänzend sei darauf hingewiesen, dass die Reiseart Gesundheit/Reha/Kur anhand des Items „Fahrt zu Reha, Kur, Gesundheitsmaßnahmen (aus rein medizinischen Gründen)“ ohne weitere Erläuterungen abgefragt wurde. Damit hängt die Interpretation dieses Items und damit die Auslegung der Reiseart Gesundheit/Reha/Kur vom jeweiligen Befragten ab.

Außerdem werden verordnete Aufenthalte in Kliniken zwar abgefragt, aber nicht gewertet, da in der Studie ausschließlich selbstbezahlte Urlaubsreisen abgebildet werden. Hinzu kommt, dass die Anzahl der Übernachtungen in Kliniken gesundheitsbedingt saisonunabhängig und damit konstant sind, während z.B. die rein urlaubsbedingten Übernachtungen in Heilbädern in Niedersachsen saisonale Schwankungen aufweisen, die typisch für den Tourismus sind.

(Quelle: GfK/IMT Destination Monitor Deutschland 2014)

2. Potenzial Niedersachsens für die Aktivitäten „Gesundheitsangebote nutzen“ sowie „Wellnessangebote nutzen“

Das Wichtigste in Kürze

- Mit dem Thema „Gesundheit und Wohlfühlen“ kann ein Großteil der deutschsprachigen Bevölkerung erreicht werden
- Niedersachsen wird eine hohe Themeneignung für Gesundheits- und Wohlfühlurlaub zugeschrieben
- Die Themeneignung bei den Besuchern, die Niedersachsen bereits kennen, ist höher als bei allen Befragten

In diesem Kapitel wird auf Basis der „DestinationBrand13“-Studie des Instituts für Management und Tourismus (IMT) das **Interessentenpotenzial** der deutschsprachigen Bevölkerung¹ an **Gesundheits- und Wohlfühlurlaub** analysiert, zu welchem Zweck das Interesse sowohl an „**Wellnessangebote nutzen**“ als auch an „**Gesundheitsangebote nutzen (selbstzahlend, nicht Kur)**“ herangezogen wird.

Interessentenpotenzial innerhalb der deutschsprachigen Bevölkerung¹

Allgemeines Interessentenpotenzial auf Basis aller Befragter					
Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1 = gar kein Interesse“					
Ranking der untersuchten Urlaubsarten / -aktivitäten (Ø = 34%)					
	% der Fälle	Hochrechnung*		% der Fälle	Hochrechnung*
1	72%	41,5 Mio.	19	40%	22,9 Mio.
2	71%	40,7 Mio.	20	39%	22,7 Mio.
3	66%	38,3 Mio.	21	38%	22,1 Mio.
4	65%	37,3 Mio.	22	38%	22,0 Mio.
5	65%	37,2 Mio.	23	38%	21,9 Mio.
6	62%	36,0 Mio.	24	38%	21,7 Mio.
7	58%	33,6 Mio.	25	37%	21,5 Mio.
8	53%	30,3 Mio.	26	36%	20,7 Mio.
9	52%	30,1 Mio.	27	35%	20,3 Mio.
10	49%	28,4 Mio.	28	31%	17,7 Mio.
11	49%	28,2 Mio.	29	30%	17,4 Mio.
12	48%	27,6 Mio.	30	30%	17,1 Mio.
13	47%	27,3 Mio.	31	27%	15,4 Mio.
14	45%	26,1 Mio.	32	26%	15,1 Mio.
15	44%	25,4 Mio.	33	23%	13,5 Mio.
16	43%	24,6 Mio.	34	23%	13,3 Mio.
17	40%	23,3 Mio.	35	23%	13,3 Mio.
18	40%	23,0 Mio.	36	23%	13,1 Mio.

* Hochrechnung des absoluten Volumens des Interessentenpotenzials (Anzahl der Personen).

► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2013

Quelle: DestinationBrand13, Institut für Management und Tourismus (IMT), 2013

¹ Deutschsprachige Bevölkerung: in Privathaushalten lebende deutschsprachige Bevölkerung im Alter von 14-74 Jahren (57.647 Mio. Personen)



Rund **26% (15,1 Mio.)** der deutschsprachigen Bevölkerung¹ haben **Interesse am Nutzen von Gesundheitsangeboten (selbstzahlend, nicht Kur)**. Damit liegt das Thema im **Mittelfeld der untersuchten Urlaubsaktivitäten**.

Rund **49% (28,2 Mio.)** der deutschsprachigen Bevölkerung¹ hingegen haben **Interesse** an einem Wellnessurlaub (zielunabhängig). Damit gehört das Thema **Wellness zu den Top-15 Urlaubsarten/-aktivitäten** in Deutschland. Nur 25% der deutschsprachigen Bevölkerung geben an, kein Interesse an diesem Thema zu haben. Das bedeutet, dass mit dem Thema Wellness als Urlaubsaktivität der größte Teil der deutschsprachigen Bevölkerung¹ erreicht werden kann.

(Quelle: DestinationBrand 13, Institut für Management und Tourismus der FH Westküste)

Diese Beobachtungen zeigen, dass sich mit dem hohen Interesse am Nutzen von Wellnessangeboten sowie dem mittleren Interesse am Nutzen von Gesundheitsangeboten (selbstzahlend, nicht Kur) auch ein insgesamt breites Interesse an Gesundheits- und Wohlfühlurlaub ergibt.

¹ Deutschsprachige Bevölkerung: in Privathaushalten lebende deutschsprachige Bevölkerung im Alter von 14-74 Jahren (57.647 Mio. Personen)

Themeneignung Niedersachsens für die Themen Gesundheit sowie Wellness

Niedersachsen wird eine **relativ hohe Themeneignung** für das **Thema Gesundheit** (Urlaubsart/-aktivität „Gesundheitsurlaub/Gesundheitsreise (selbstzahlend, nicht Kur)“ zugeschrieben. 34% der deutschsprachigen Bevölkerung halten demnach Niedersachsen für die Urlaubsart Gesundheitsurlaub / Gesundheitsreise als geeignet. Befragt man die Gruppe der Niedersachsenurlauber (**Besucher Niedersachsens in der Vergangenheit**), verbessert sich der Wert der Themeneignung auf **64%**. Das bedeutet zum einen, dass Niedersachsen vor Ort die Gäste noch stärker überzeugen kann und zum anderen, dass im Bereich der Vermarktungsaktivität noch weiteres Potenzial besteht. Mit der Themeneignung von 34% verzeichnet Niedersachsen im Deutschlandvergleich eine **überdurchschnittliche Wettbewerbsplatzierung** (Platz 38 von 128).

Niedersachsen wird zudem eine **relativ hohe Themeneignung** für das **Thema Wellness** (Urlaubsart/-aktivität „Wellnessurlaub/Wellnessreise“) zugeschrieben. 36% der deutschen Bevölkerung halten demnach Niedersachsen für die Urlaubsart Wellnessurlaub/ Wellnessreise als geeignet. Befragt man die Gruppe der Niedersachsenurlauber (**Besucher Niedersachsens in der Vergangenheit**), verbessert sich auch hier der Wert der Themeneignung auf **61%**. Das bedeutet zum einen, dass Niedersachsen vor Ort die Gäste noch stärker überzeugen kann und zum anderen, dass auch hier im Bereich der Vermarktungsaktivität noch weiteres Potenzial besteht. Mit der Themeneignung von 36% verzeichnet Niedersachsen im Deutschlandvergleich eine **überdurchschnittliche Wettbewerbsplatzierung** (Platz 35 von 128).

Vor allem die Region Nordsee ist für das Thema Wellness bei der deutschsprachigen Bevölkerung verankert. Bei der ungestützten Abfrage (offene Frage, ohne Antwortmöglichkeiten) nach Urlaubszielen mit besonderer Eignung für Wellness belegt die Nordseeküste Platz 2 nach der Ostsee.

(Quelle: DestinationBrand 13, Institut für Management und Tourismus der FH Westküste)

3. Eigenschaften der Reisenden zum Thema „Gesundheit und Wohlfühlen“ in Niedersachsen

Das Wichtigste in Kürze

- 48% der Gesundheits- und Wohlfühlen-Reisenden in Niedersachsen sind zwischen 35 und 64 Jahre alt
- 46% sind männlich und 54% sind weiblich
- Die Gäste sind zwar vornehmlich gut gebildet, verfügen dennoch aber nicht unbedingt über ein überdurchschnittlich hohes Einkommen
- Gesundheits- und Wohlfühl-Reisende kommen überwiegend aus 2- und 4- und mehr Personenhaushalten und führen ihre Urlaubsreise überwiegend paarweise (50%) oder alleine (11%, Niedersachsenschnitt 6%) durch

Alter

Das größte Potenzial für das Thema Gesundheit und Wohlfühlen liegt bei den **35- bis 49-jährigen (25%)**, bei den **50- bis 64-jährigen (23%)** und bei den **über 65-jährigen (21%)**.

Das entspricht annähernd der Verteilung der Niedersachsenurlauber insgesamt, wobei Gesundheit und Wohlfühl-Reisende tendenziell jünger sind.

(Quelle: DestinationBrand 14, Institut für Management und Tourismus der FH Westküste und GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland 2014)

Geschlecht

54% der Urlaubsreisenden in Niedersachsen, die der Reiseart „Gesundheit und Wohlfühlen“ nachgingen, waren **weiblich** und **46% männlich**. Im Vergleich zu den Niedersachsenurlaubern insgesamt ist dies ein sehr ähnlicher Wert (47% männlich, 53% weiblich).

(Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland 2014)

Schulbildung, Einkommen, Beruf

Die Gäste der Gesundheits- und Wohlfühlreise kommen aus allen Bildungsniveaus, wobei der Großteil (40%) über einen Hochschulabschluss verfügt. Diejenigen mit Abschluss der Mittleren Reife machen den zweitgrößten Anteil von 25% aus.

Im Vergleich zu Urlaubsreisen in Niedersachsen allgemein ist der Anteil bei Gesundheits- und Wohlfühl-Reisenden, die einen Hochschulabschluss besitzen, jedoch etwas größer.

Trotz der tendenziell besseren Bildung gibt es etwas weniger Spitzenverdiener unter den Gesundheits- und Wohlfühlreisenden. In dieser Gruppe verfügen je **34% über 3.250€ und mehr** sowie **über 2.250 bis 3.249€** im Monat. Damit ist der Anteil derer, die **weniger als 2.250€** monatlich verdienen, mit **32%** etwas höher als der Prozentsatz der Niedersachsenurlauber (29%).

Somit ist abzuleiten, dass mit diesem Thema eine tendenziell besser gebildete Zielgruppe erreicht werden kann, diese aber nicht unbedingt zahlungskräftiger sein muss.

Dieses Bild ergibt sich aus gemeinschaftlicher Betrachtung der Gesundheits-Reisen sowie der Wellness-Reisen. Die Angebote zu Wellness-Reisen liegen tendenziell in einem höheren Preissegment, das sich im gesamten Produktportfolio widerspiegelt und bevorzugt von einer zahlungskräftigeren Klientel genutzt wird.

Gesundheits-Reisen sind auf Grund der unterschiedlichen Angebotsfacetten (von Aktiv über Entspannung bis zu Naturerlebnis) auf einem geringeren Preisniveau angesiedelt (Wellnessgäste: 39% Haushaltsnetto-Einkommen 3.250 und mehr Euro; Gesundheits-Reisende: 22% Haushaltsnetto-Einkommen von 3.250 und mehr Euro).

(Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland 2014)

Haushaltsgröße

Die 2-Personenreise macht mit 50% den größten Prozentsatz der Gesundheits- und Wohlfühlreisen aus. In Verbindung mit der Haushaltsgröße zeichnet sich bei dem Thema Wellness ab, dass überwiegend **kinderlose Paare** oder **Eltern ohne ihre Kinder** eine Gesundheits- und Wohlfühlreise antreten.

Reisen, bei denen die Kinder mitgenommen werden, sind damit eine Seltenheit. Der überdurchschnittlich hohe Anteil an **1-Personenreisen** (11%) liegt in dem hohen Prozentsatz der Alleinreisenden aus dem Gesundheitsbereich begründet (17%), welcher auch unter die Kategorie „Gesundheit und Wohlfühlen“ fällt.

(Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland 2014)

4. Die „Gesundheit und Wohlfühlen“-Reisenden in Niedersachsen

Das Wichtigste in Kürze

- 37% der Gesundheits- und Wohlfühlreisenden kommen aus Nordrhein-Westfalen, 31% aus Niedersachsen
- Vor allem die Nordseeküste Niedersachsen (32%), sowie der Harz (11%) und die Lüneburger Heide (10%) zählen zu den beliebtesten Zielgebieten
- Neben dem Nutzen von Wellnessangeboten sind vor allem der Aufenthalt in der Natur sowie das Spazieren gehen besonders wichtig

Quellmärkte und Zielgebiete für Urlaubsreisen in Niedersachsen zum Thema „Gesundheit und Wohlfühlen“

Abb. 1: Quellmärkte für Privatreisen nach Niedersachsen zum Thema „Gesundheit und Wohlfühlen“
(in %, Basis Urlaubsreisen ab 1 ÜN 2014)

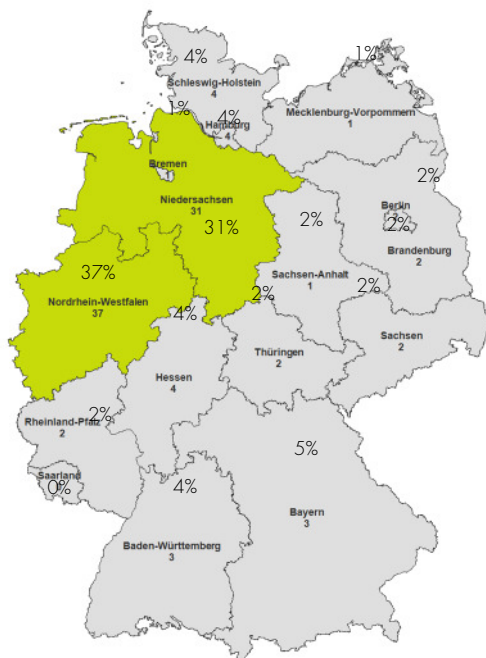
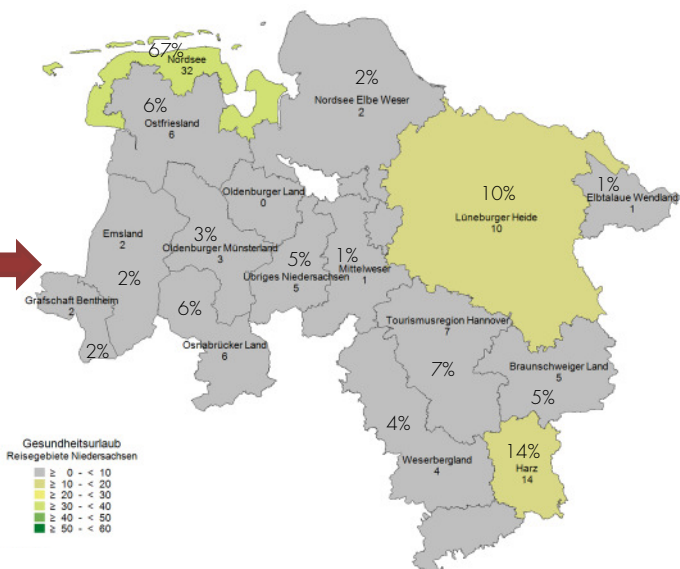


Abb. 2: Zielgebiete für Privatreisen nach Niedersachsen zum Thema „Gesundheit und Wohlfühlen“
(in %, Basis Urlaubsreisen ab 1 ÜN 2014)



Die Quell- und Zielgebiete der Gesundheits- und Wohlfühlreisenden sind sehr konzentriert. **68%** der Reisenden kommen aus **Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen**. Die restlichen Quellregionen sind relativ ausgeglichen im Land verteilt.

Es wird dabei überproportional häufig an die **Nordsee** (32%) verreist. Dieser Destination folgen **der Harz** (11%) sowie die **Lüneburger Heide** (10%) als weitere beliebte Zielgebiete.

Rund 52% der Urlaubsreisen insgesamt in Niedersachsen werden an der niedersächsischen Nordsee verzeichnet. Somit ist es auch nicht verwunderlich, dass die meisten Reisen unter dem Thema „Gesundheit und Wohlfühlen“ an der Nordsee verzeichnet werden. Dies ist u.a. darauf zurückzuführen, dass die Nordsee die beliebteste Region Niedersachsens für das Thema Wellness ist.

(Quelle: DestinationBrand 13, Institut für Management und Tourismus der FH Westküste und GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland 2014)

Weitere Aktivitäten neben dem Thema Gesundheit und Wohlfühlen

Bei den Gesundheits- und Wohlfühlreisen in Niedersachsen ist neben dem **Nutzen von Wellnessangeboten** besonders der **Aufenthalt in der Natur** und das **Spazieren gehen** von Bedeutung.

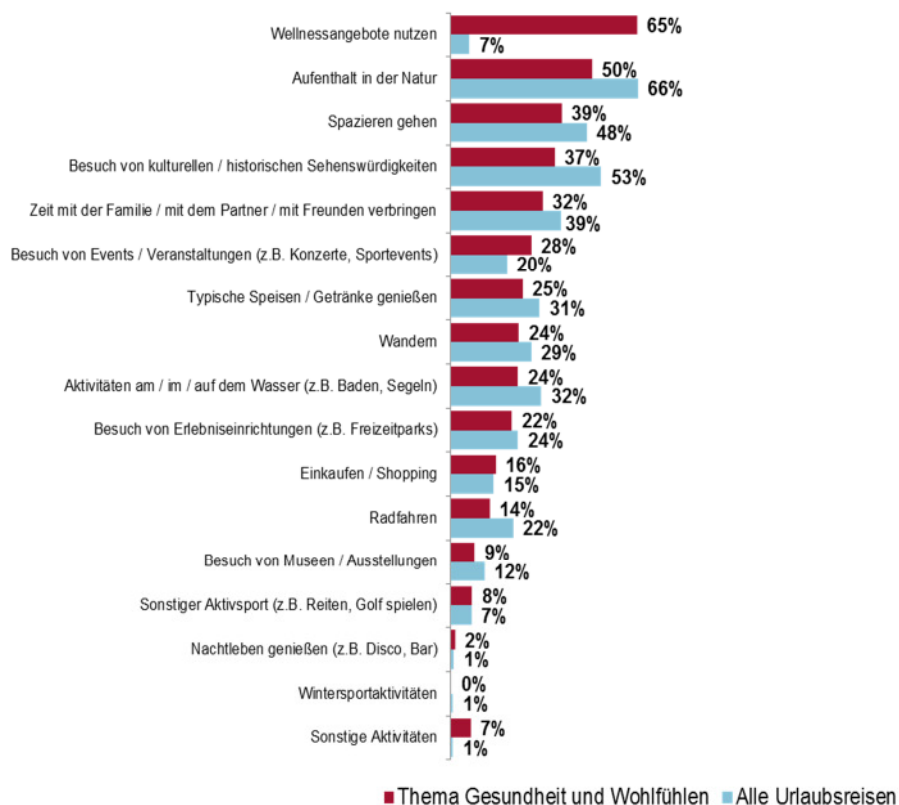
Diese Aktivitäten spiegeln sich in dem attraktiven Landschaftsbild sowie dem Gesundheits- und Wellnessangebot der ländlich geprägten Tourismusregionen Niedersachsens (Nordsee, Lüneburger Heide und Harz) wider, welche sich dadurch zu den beliebtesten Zielgebieten entwickeln konnten.

Bei individueller Betrachtung der Themen Wellness sowie Gesundheit wird jedoch deutlich, dass Unterschiede bezüglich der ausgeübten Aktivitäten vorhanden sind, womit sich ein differenziertes Freizeitverhalten innerhalb des Segments „Gesundheit und Wohlfühlen“ ergibt.

Beispielsweise werden Wellnessangebote von 100% der Wellnessurlauber, aber lediglich von 37% der Gesundheits-Reisenden genutzt. Darüber hinaus werden zwar die Aktivitäten in ähnlicher Reihenfolge priorisiert, ihr Nachfragevolumen insgesamt variiert jedoch stark. So fragen Gesundheits-Reisende insgesamt deutlich weniger als der Durchschnitt an Aktivitäten nach.

(Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland 2014)

Abb. 3: Weitere Aktivitäten vor Ort bei Privatreisen zum Thema „Gesundheit und Wohlfühlen“ (in%, Basis Urlaubsreisen ab 1 ÜN, 2014)



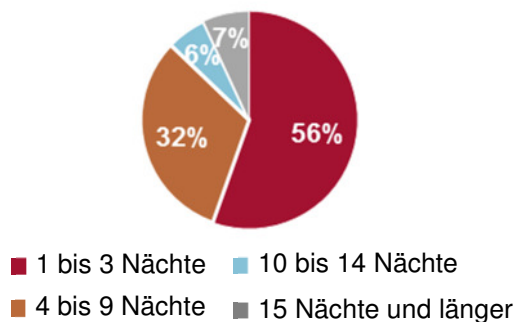
Informationsquellen

Gesundheits- und Wohlfühlreisende **informieren sich überproportional häufig über das Internet**. Mit 44% liegen sie damit knapp über den Urlaubsreisenden in Niedersachsen insgesamt (42%). Auch die **persönliche Erfahrung** (35%; Urlaubsreisende allgemein 39%) stellt als Informationsquelle einen hohen Stellenwert dar, ist jedoch als unterdurchschnittlich zu bewerten. Ebenso unter dem Durchschnitt liegen mit 18% die **Empfehlungen von Bekannten/ und Verwandten** als Informationsquelle.

(Quelle: GfK/IMT DestinationsMonitor Deutschland 2014)

Reisedauer

Abb. 4: Reisedauer zum Thema „Gesundheit und Wohlfühlen“
(in %, Basis Urlaubsreisen ab 1 ÜN, 2014)



Quelle: GfK/IMT DestinationsMonitor Deutschland

Urlaube weisen einen leicht höheren Anteil (36%) an Kurzreisen (Niedersachsenschnitt 32%) auf, wodurch der insgesamt hohe Prozentsatz der Kurzreisen nicht verwunderlich ist.

(Quelle: GfK/IMT DestinationsMonitor Deutschland 2014)

Einen mit **56%** sehr hohen Anteil für Gesundheits- und Wohlfühlreisen (Niedersachsenschnitt 32%) machen **Kurzreisen** (1 bis 3 Nächte) aus, was auf die überdurchschnittlich vielen gesundheitsorientierten Kurzreisen (68%, Item „Fahrt zu Reha, Kur, Gesundheitsmaßnahmen aus rein medizinischen Gründen“) zurückzuführen ist. Dieser sehr hohe Anteil an Kurzreisen entsteht dadurch, dass längere Kuraufenthalte nicht betrachtet werden, da diese meist verordnet werden und damit nicht selbst finanziert sind. Damit ist der Anteil von **45%** an **längeren Aufenthalten** (4 Nächte und mehr) entsprechend geringer. Auch Wellness-

Qualitätskennzahlen

Abb. 5: Qualitätskennzahlen des Aufenthaltes zum Thema „Gesundheit und Wohlfühlen“
(Top-Wert in %, Basis Urlaubsreisen ab 1 ÜN, 2014)



Niedersachsen schneidet beim Thema „Gesundheit und Wohlfühlen“ im Bereich der Qualitätskennzahlen **fast überall unterdurchschnittlich** ab. Einzig die **Wiederbesuchsabsicht** liegt knapp über dem Durchschnitt für Urlaubsreisen in Niedersachsen gesamt, welcher sich auf **54%** beläuft.

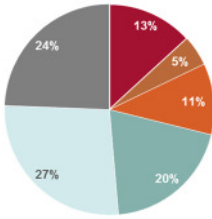
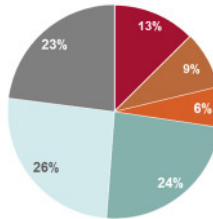
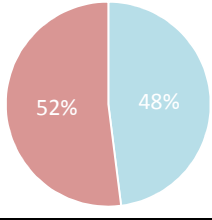
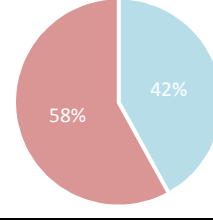
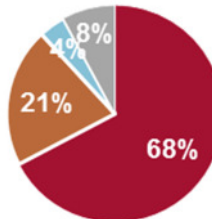
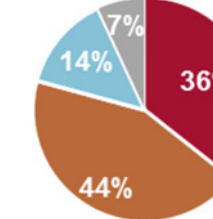
Die meisten Bewertungen der Gesundheits- und Wohlfühlreisen lassen sich allerdings auf die eher unterdurchschnittlichen Bewertungen der Reiseart Gesundheit/Reha/Kur zurückführen (Gesamtbewertung des Aufenthaltes 52%, Wiederbesuchsabsicht 57%, Weiterempfehlungsbereitschaft 60%).

Das Thema Wellness hingegen schneidet in allen Kriterien überdurchschnittlich gut ab (Gesamtbewertung des Aufenthaltes 75%, Wiederbesuchsabsicht 55%, Weiterempfehlungsbereitschaft 82%), wodurch sich die schlechten Bewertungen ein wenig relativieren.

Damit zeigt sich für Niedersachsen, dass durchaus Ausbaupotenzial bezüglich des Themas „Gesundheit und Wohlfühlen“, besonders aber im Bereich der Gesundheits-/Reha-/Kur-Reisen, vorhanden ist.

(Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland 2014)

5. Themenbenchmark

	Reha/Kur (Reiseart Gesundheit/Reha/Kur)	Wellness (Reiseart Wellnessangebote nutzen, Beauty, Vital, Medical)
Marktsegment	Privatreisen ohne Kliniken ab 1 Übernachtung	Urlaubsreisen ab 1 Übernachtung
Reisen	0,3 Mio. (Ø Jahr 2012-2014)	0,4 Mio. (Jahr 2014)
Quellmärkte	39% NDS 31% NRW	60% NRW 15% NDS
TOP 3 - Zielgebiete	1. Nordsee 2. Tourismusregion Hannover 3. Lüneburger Heide	1. Nordsee 2. Harz 3. Lüneburger Heide
Aktivitäten	1. Besuch von Events/Veranstaltungen (37%) 2. Aufenthalt in der Natur (35%) 3. Besuch von kulturellen/historischen Sehenswürdigkeiten (24%) 4. Spazieren gehen (20%)	1. Wellnessangebote (100%) 2. Aufenthalt in der Natur (70%) 3. Besuch von kulturellen/historischen Sehenswürdigkeiten (58%) 4. Spazieren gehen (56%)
Informationsquelle	1. Internet (34%) 2. Persönliche Erfahrung (28%) 3. Empfehlungen von Bekannten (16%)	1. Internet (53%) 2. Persönliche Erfahrung (47%) 3. Empfehlungen von Bekannten (18%)
Altersstruktur	 <ul style="list-style-type: none"> ■ Unter 14 Jahre ■ 14 bis 19 Jahre ■ 20 bis 34 Jahre ■ 35 bis 49 Jahre ■ 50 bis 64 Jahre ■ 65 und mehr Jahre 	
Geschlecht	 <ul style="list-style-type: none"> ■ männlich ■ weiblich 	
Haushaltsgröße	1-Personenhaushalt 15% 2-Personenhaushalt 44% 3-Personenhaushalt 12% 4- und mehr Personenhaushalt 29%	1-Personenhaushalt 13% 2-Personenhaushalt 41% 3-Personenhaushalt 18% 4- und mehr Personenhaushalt 28%
Reisedauer	 <ul style="list-style-type: none"> ■ 1 bis 3 Nächte ■ 4 bis 9 Nächte ■ 10 bis 14 Nächte ■ 15 Nächte und länger 	
Qualitätskennzahlen	Gesamtbewertung 52% (ØNDS 66%) Wiederbesuchsabsicht 57% (ØNDS 54%) Weiterempfehlungsbe. 60% (ØNDS 75%)	Gesamtbewertung 75% (ØNDS 66%) Wiederbesuchsabsicht 55% (ØNDS 54%) Weiterempfehlungsbe. 82% (ØNDS 75%)