



Netzwerk- und Kooperationsperspektiven für die GESUNDHEITSREGION ROSTOCK

Bedarfsanalyse zur Etablierung eines gesundheitstouristischen Netzwerkes in der Region Rostock

Ergebnisse der Online-Unternehmensbefragung

September/Oktober 2011

- Kurzdarstellung -



Eine Studie des

REGION ROSTOCK Marketing Initiative e.V.

Schweriner Str. 10/11, 18069 Rostock

0381-4582665/6

www.region-rostock.de

info@region-rostock.de

Durchgeführt von

Franziska Bartels, Bachelorandin der Fachhochschule Stralsund

Mit freundlicher
Unterstützung von

Europäischer Fond für regionale Entwicklung,
Fachhochschule Stralsund und BioCon Valley®

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	1
Abbildungsverzeichnis	1
Rahmendaten der Befragung.....	3
Ziel und Untersuchungsgegenstand	3
Methodik-Steckbrief	3
Ergebnisse der Befragung	4
Fazit.....	15
Weiterführende Informationen	16

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Verteilung der Befragungen nach teilnehmenden Wirtschaftsbereichen	4
Abbildung 2: In der Befragung vertretene Berufsgruppen/Branchenkategorien	4
Abbildung 3: Ansiedlung der an der Umfrage beteiligten Unternehmen in MV	5
Abbildung 4: Anzahl der Mitarbeiter im befragten Unternehmen	5
Abbildung 5: Gewinnentwicklung in den befragten Unternehmen.....	6
Abbildung 6: Bisherige Auseinandersetzung mit dem Themenbereich des Gesundheits- tourismus.....	6
Abbildung 7: Im Gesundheitstourismus beinhaltete Tourismusformen.....	7
Abbildung 8: Einschätzung der allgemeinen Entwicklung des Gesundheitstourismusmarktes in Deutschland in den nächsten 10 Jahren	7
Abbildung 9: Top-Two-Boxes der Aussagen zum Thema Gesundheitstourismus in der Region	8
Abbildung 10: Bestehende Netzwerkaktivität der befragten Unternehmen	9
Abbildung 11: Top-Two-Boxes Wichtigkeit von Netzwerkaktivitäten	9
Abbildung 12: Top-Two-Boxes Wichtigkeit von Online-Services	10
Abbildung 13: Bereitschaft einem gesundheitstouristischen Netzwerk beizutreten	10
Abbildung 14: Einbringungsmöglichkeiten befragter Unternehmen im Netzwerk.....	11
Abbildung 15: Bereitschaft befragter Unternehmen mit anderen Unternehmen der Gesund- heits- und/oder Tourismusbranche in der Region zu kooperieren	11

Abbildung 16: Beliebteste Kooperationspartner der Gesundheitswirtschaft im Top5-Ranking	12
Abbildung 17: Beliebteste Kooperationspartner der Tourismuswirtschaft/Hotellerie im Top5-Ranking	12
Abbildung 18: Bevorzugte Art und Dauer von Kooperationen	13
Abbildung 19: Gewünschte Kernkompetenzen des Netzwerkes GESUNDHEITSREGION ROSTOCK	13
Abbildung 20: Erwarteter Nutzen des Netzwerkes GESUNDHEITSREGION ROSTOCK	14

Rahmendaten der Befragung

Ziel und Untersuchungsgegenstand

Das Regionalentwicklungsprojekt GESUNDHEITSREGION ROSTOCK zur Etablierung eines branchenübergreifenden, gesundheitstouristischen Netzwerkes in der Region, gewann den im Jahr 2010 vom Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus des Landes Mecklenburg-Vorpommern ausgeschriebenen „Ideenwettbewerb Gesundheitswirtschaft“. Das Projektziel besteht in der Vernetzung und dem Kooperationsausbau zwischen den Dienstleistern der regionalen Gesundheits- und Tourismusbranche, um so eine nachhaltige Positionierung als Gesundheitsdestination zu forcieren.

Ziel der webbasierten Unternehmensbefragung war es, zu analysieren, inwieweit in der Region tatsächlich Bedarf und Entwicklungspotenziale für das geplante Netzwerk vorhanden sind. Eruiert wurden dahingehend in erster Linie die Meinungen, Kooperationsbereitschaft und Erwartungshaltungen regionaler Vertreter der Gesundheits- und Tourismusbranche im Hinblick auf die GESUNDHEITSREGION ROSTOCK. Aus den gewonnenen Befragungsergebnissen konnten wertvolle Rückschlüsse zur strategischen Ausrichtung und zum optimalen Aufbau des Netzwerkes gezogen werden.

Methodik-Steckbrief

Art der Erhebung:	nicht-repräsentative Teilerhebung im Internet
Stichprobenziehung:	nicht-zufallsgesteuertes, willkürliches Auswahlverfahren (convenience sample) → Repräsentativität der Befragung kann nicht gewährleistet werden, da Ziehung einer echten Zufallsstichprobe nicht durchführbar war
Umfang:	Gesamtfallzahl/Stichprobenumfang (n) = 100
Art der Befragung:	Online-Befragung mit standardisiertem Fragebogen, programmiert mithilfe des zu sozialwissenschaftlichen Forschungszwecken anerkannten Tools oFb – der onlineFragebogen (www.soscisurvey.de)
Dauer der Befragung:	ca. 12 bis 15 Minuten
Fragebogen:	Durch Franziska Bartels, Bachelorandin der Fachhochschule Stralsund, in Abstimmung mit dem Region Rostock Marketing Initiative e.V. entwickelter und umgesetzter HTML-Fragebogen, rund 30 Fragen (Anzahl variiert aufgrund von komplexen Filterführungen)
Befragungszeitraum:	1. September bis 6. Oktober 2011
Befragte Personen/ Zielgruppe:	regionale Akteure der Gesundheits- und Tourismusbranche

Ergebnisse der Befragung

Im Folgenden werden die wesentlichsten Ergebnisse der durchgeführten Online-Befragung zusammenfassend in Diagramm- und Stichpunktform dargestellt.

Es wird an dieser Stelle explizit darauf hingewiesen, dass die Fallzahl aufgrund von Filterführungen, ausgelassenen/nicht beantworteten Fragen und Abbrüchen im Rahmen der Auswertung von Frage zu Frage variiert.

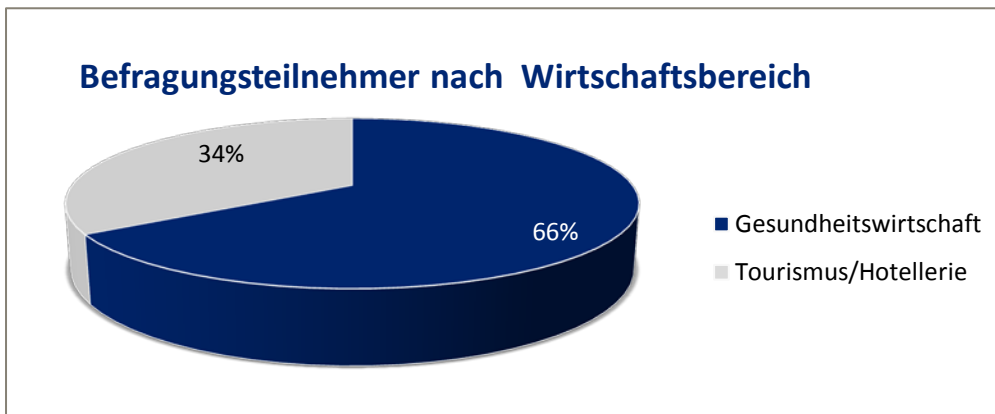


Abbildung 1: Verteilung der Befragungen nach teilnehmenden Wirtschaftsbereichen
N = 100

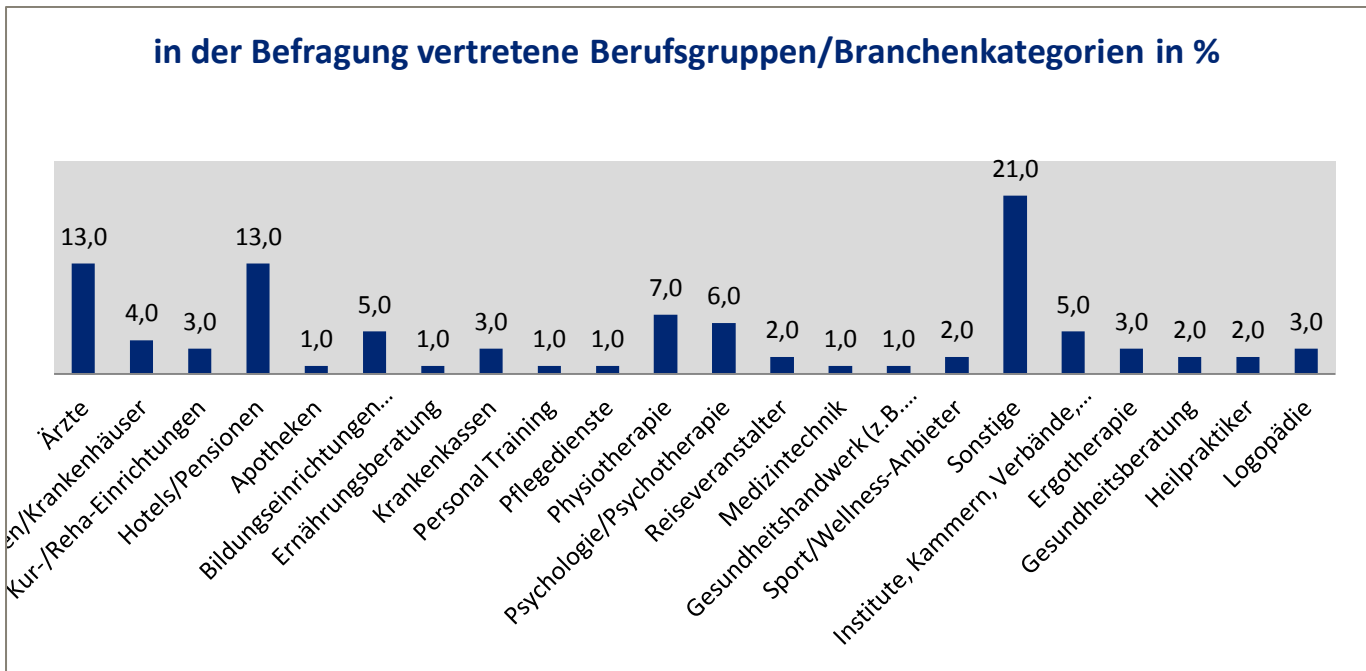


Abbildung 2: In der Befragung vertretene Berufsgruppen/Branchenkategorien
N = 100

Ansiedlung der an der Umfrage beteiligten Unternehmen in MV

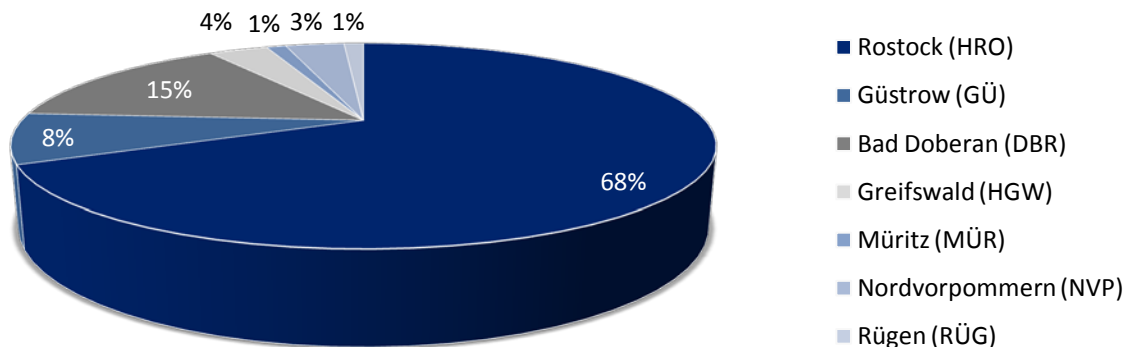


Abbildung 3: Ansiedlung der an der Umfrage beteiligten Unternehmen in MV¹

N = 88

- Insgesamt 91,8 % der Befragungsteilnehmer mit ihrem jeweiligen Unternehmen in MV angesiedelt
- Restliche 8,2 % aus Berlin, Brandenburg, Sachsen, Sachsen-Anhalt u. Nordrhein-Westfalen

Anzahl der Mitarbeiter im befragten Unternehmen

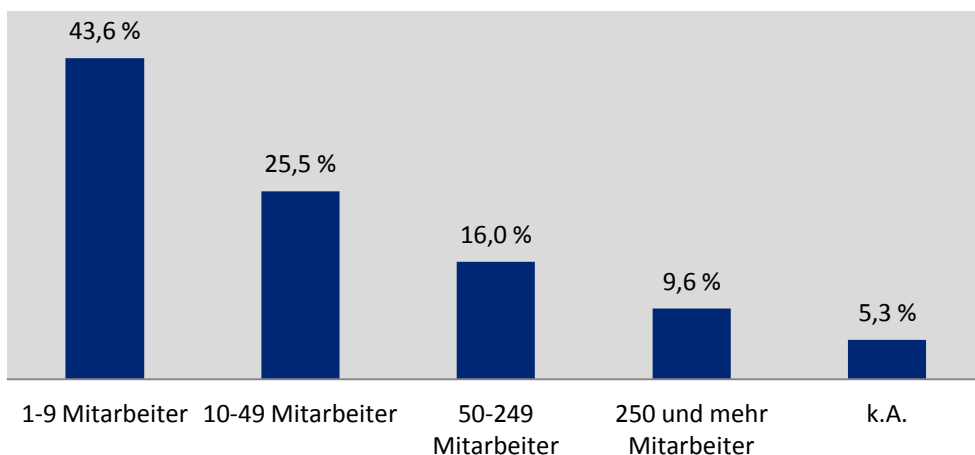


Abbildung 4: Anzahl der Mitarbeiter im befragten Unternehmen

N = 94

- → Großteil (knapp 70 %) der Teilnehmer vertrat Klein- und kleine Unternehmen

¹ Landkreise und kreisfreie Städte vor der Kreisgebietsreform am 4.9.2011

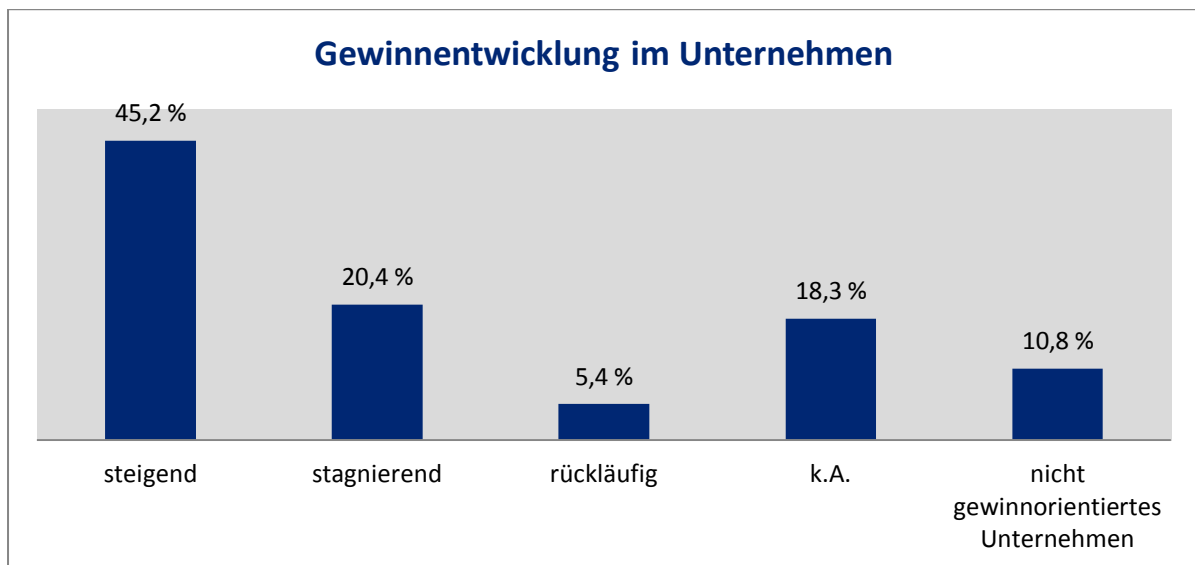


Abbildung 5: Gewinnentwicklung in den befragten Unternehmen

N = 93

- Fast jedes zweite befragte Unternehmen gab steigende Tendenzen an
- Wider Erwarten kein Zusammenhang zw. Gewinnentwicklung u. Bereitschaft einem Netzwerk wie der GESUNDHEITSREGION ROSTOCK beizutreten
Im Gegenteil: Beitrittsbereitschaft am stärksten ausgeprägt unter Unternehmen mit steigenden Gewinnen → Netzwerkaktivität mitunter als Mittel zur Sicherung von Nachhaltigkeit

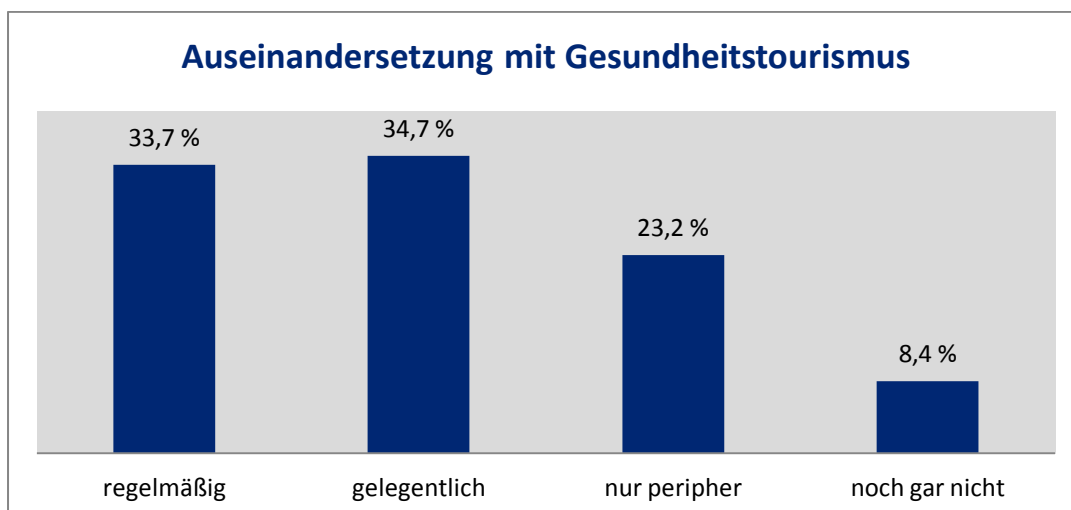


Abbildung 6: Bisherige Auseinandersetzung mit dem Themenbereich des Gesundheitstourismus

N = 95

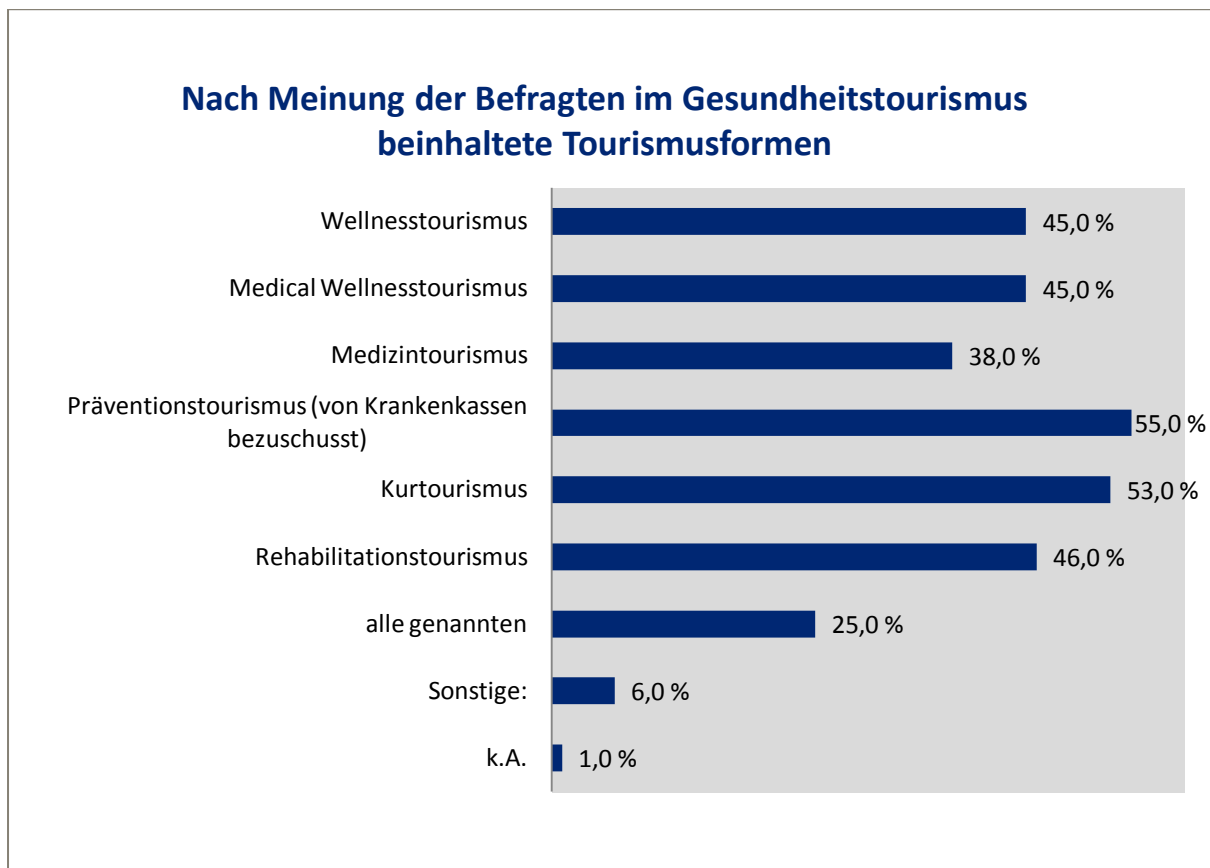


Abbildung 7: Im Gesundheitstourismus beinhaltete Tourismusformen

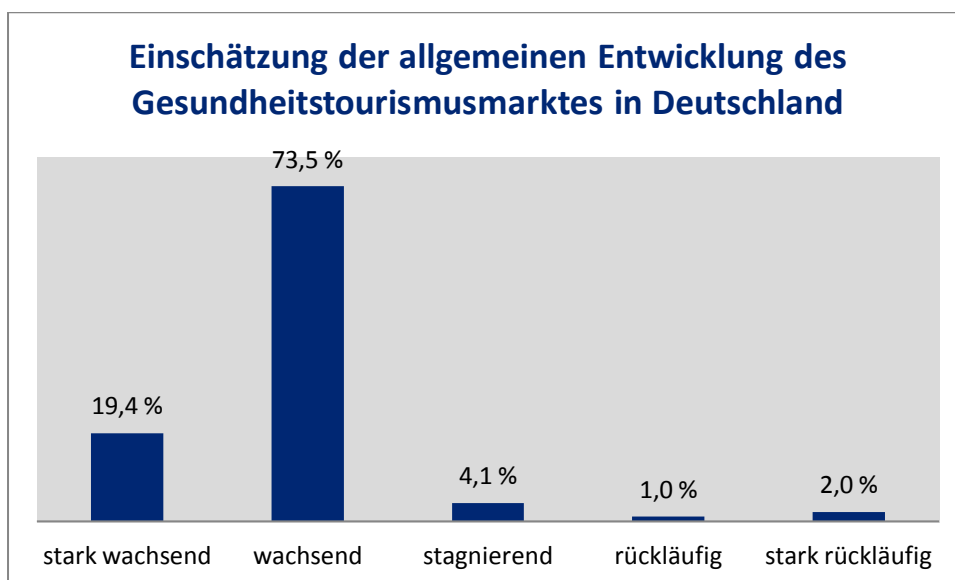


Abbildung 8: Einschätzung der allgemeinen Entwicklung des Gesundheitstourismusmarktes in Deutschland in den nächsten 10 Jahren

N = 98

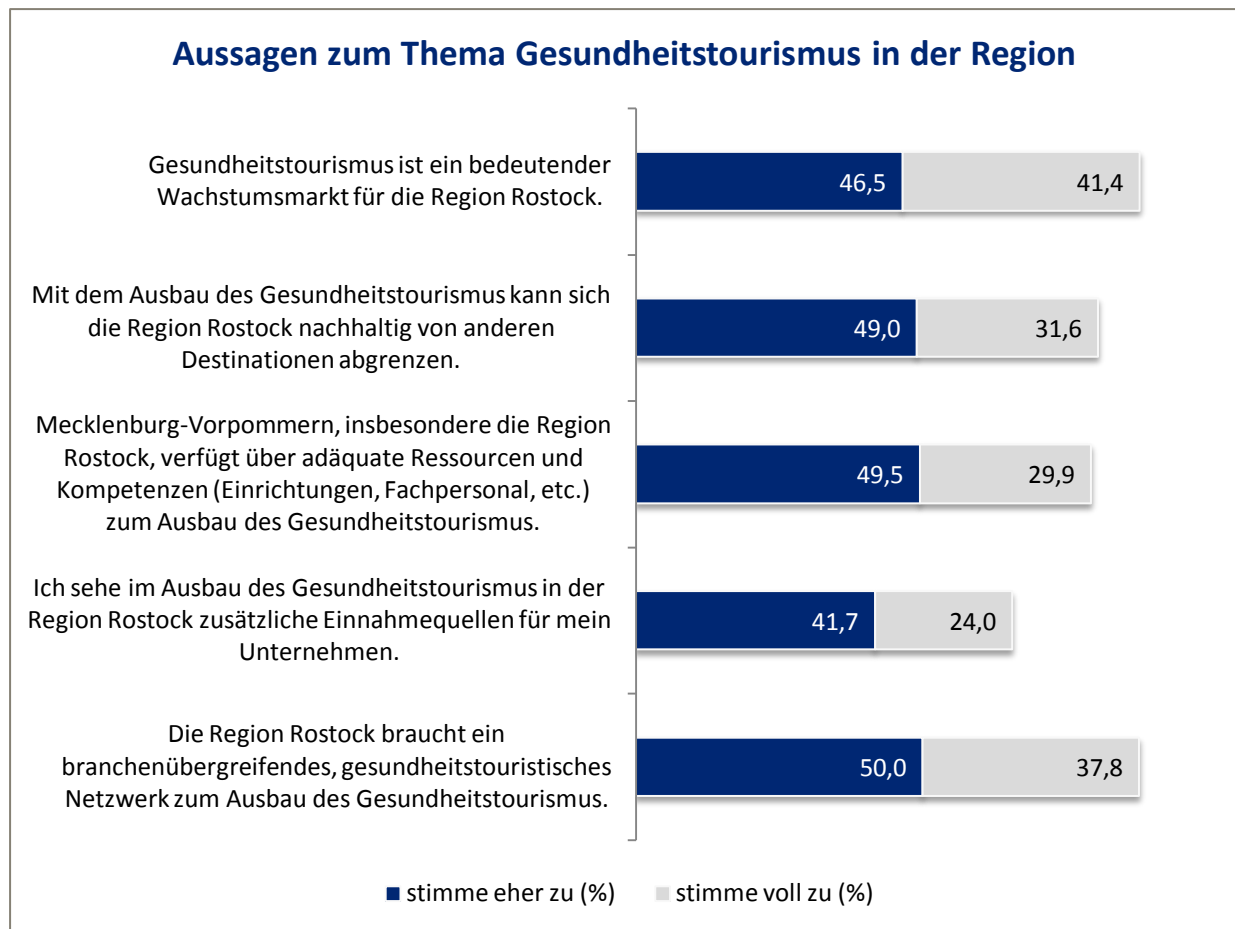


Abbildung 9: Top-Two-Boxes der Aussagen zum Thema Gesundheitstourismus in der Region

- Generell zustimmende Tendenz → min. 65 % stimmten bei jeder der fünf Aussagen eher bis voll zu
- Auffällig: deutlichere Abweichung bei Bewertung der vierten Aussage bzgl. des Gesundheitstourismus als zusätzliche Einnahmequelle
→ Anteil der ablehnenden Stimmen („stimme eher nicht zu“ u. „stimme gar nicht zu“) im Vergleich zu den anderen Aussagen wesentlich höher
Mehr als ein Drittel (34,4 %) der Befragten sieht im Ausbau des Gesundheitstourismus in der Region Rostock eher keine oder gar keine zusätzliche Einnahmequelle für das eigene Unternehmen.
- Interessant in diesem Zusammenhang: Befragte aus Tourismus/Hotellerie sehen im Ausbau des regionalen Gesundheitstourismus eher eine zusätzliche Einnahmequelle, als befragte Unternehmen aus der Gesundheitswirtschaft
→ Vermutung: Gesundheitstourismus aus Sicht der Gesundheitsdienstleister bislang weniger als lukratives Tätigkeitsfeld eingestuft

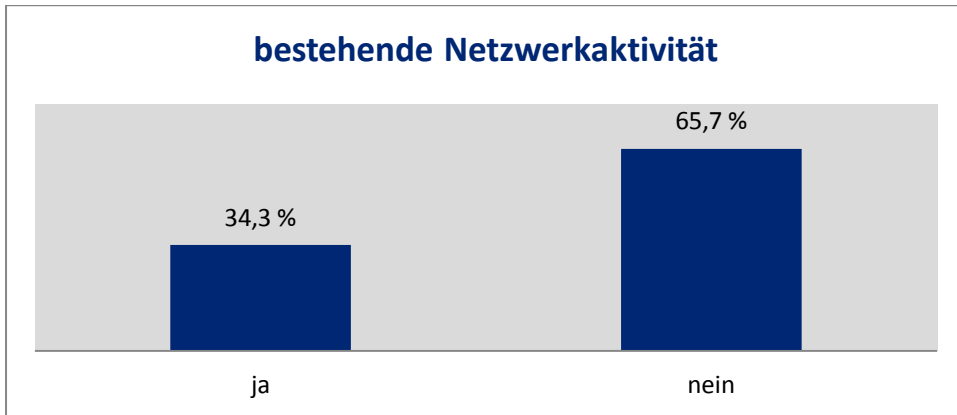


Abbildung 10: Bestehende Netzwerkaktivität der befragten Unternehmen

N = 99

- Unter den Netzwerken, die mehrfach genannt wurden, fanden sich an erster Stelle BioCon Valley, gefolgt vom Bäderverband und dem Gesundheitsregion MV e.V.

Die **Wichtigkeit von möglichen Netzwerkaktivitäten** des Netzwerkes GESUNDHEITSREGION ROSTOCK wurde von den Befragten wie folgt beurteilt:

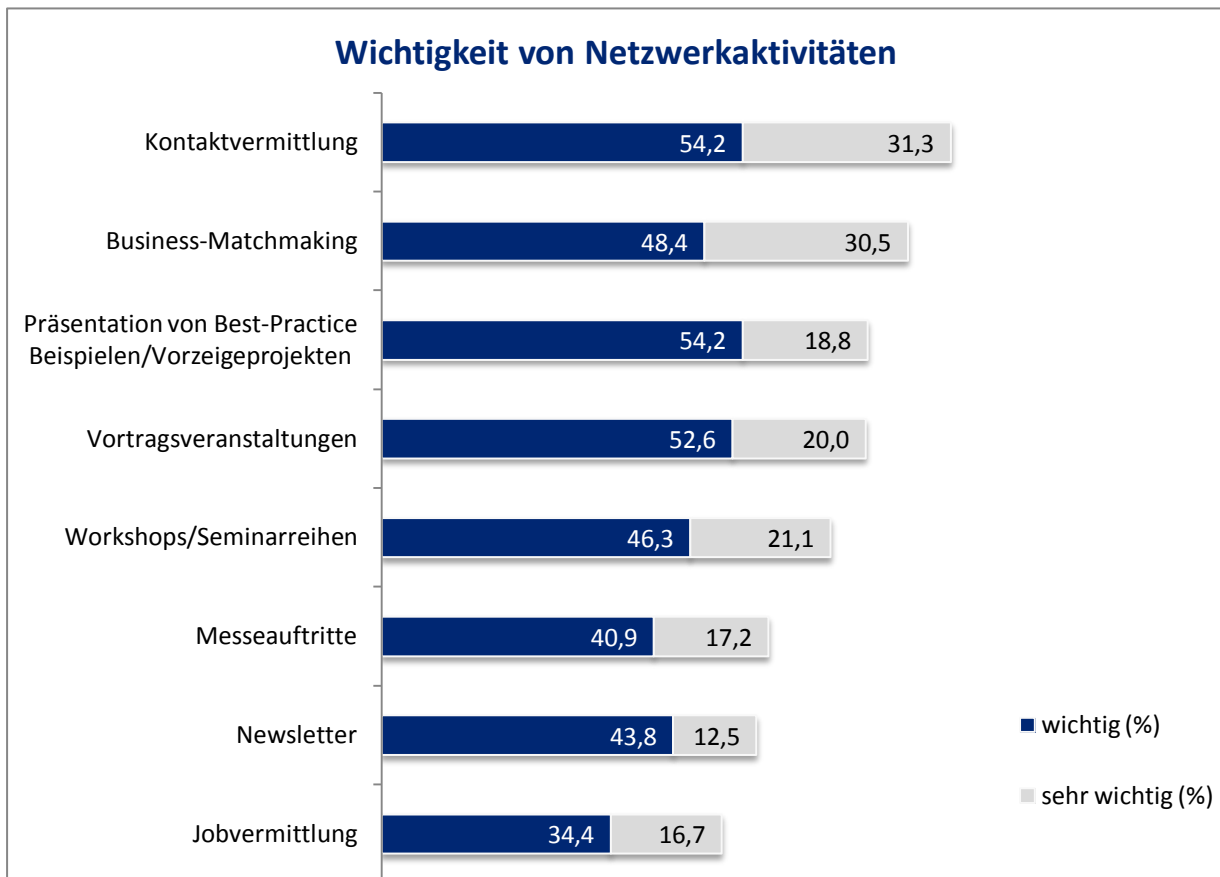


Abbildung 11: Top-Two-Boxes Wichtigkeit von Netzwerkaktivitäten

Analog zu den Netzwerkaktivitäten lässt sich auch die Einschätzung der **Wichtigkeit von möglichen Online-Services** der GESUNDHEITSREGION ROSTOCK in einem gerankten Balkendiagramm mit den Top-Two-Boxes darstellen:

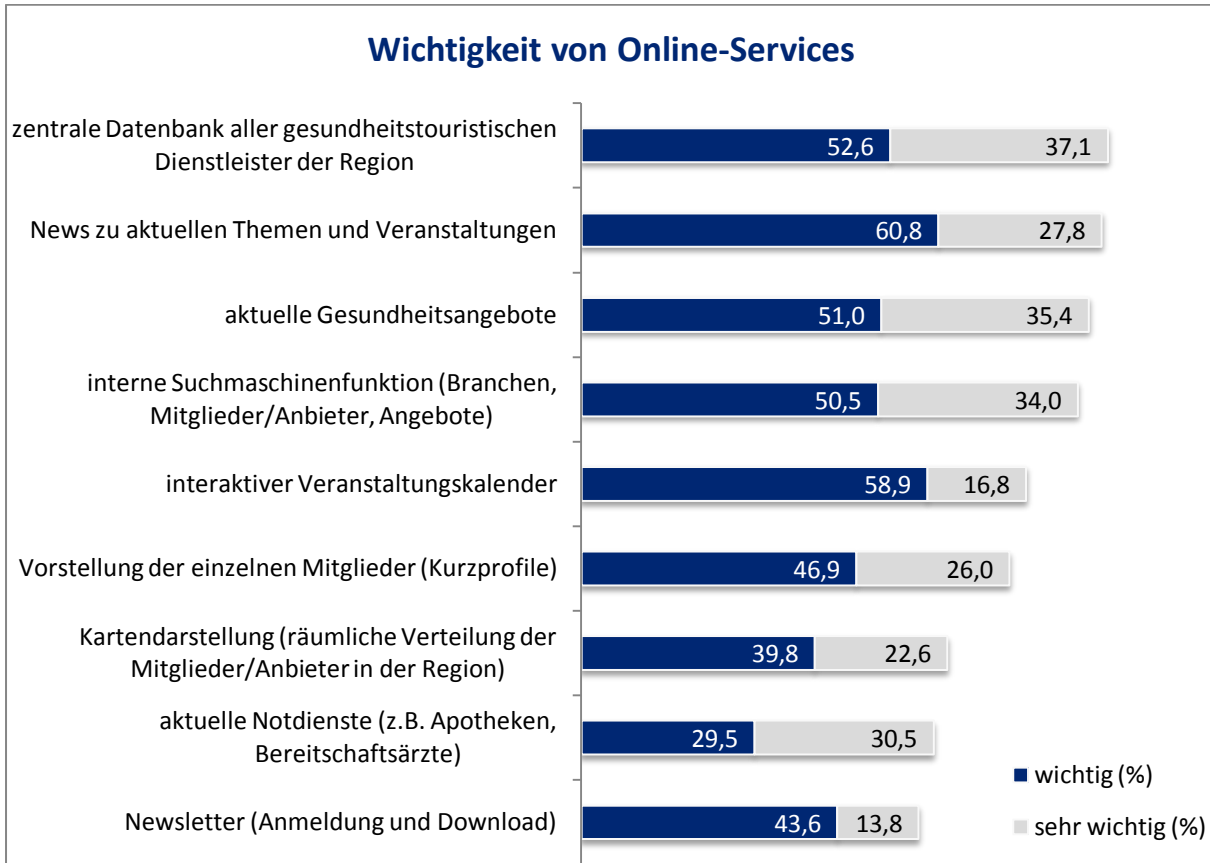


Abbildung 12: Top-Two-Boxes Wichtigkeit von Online-Services

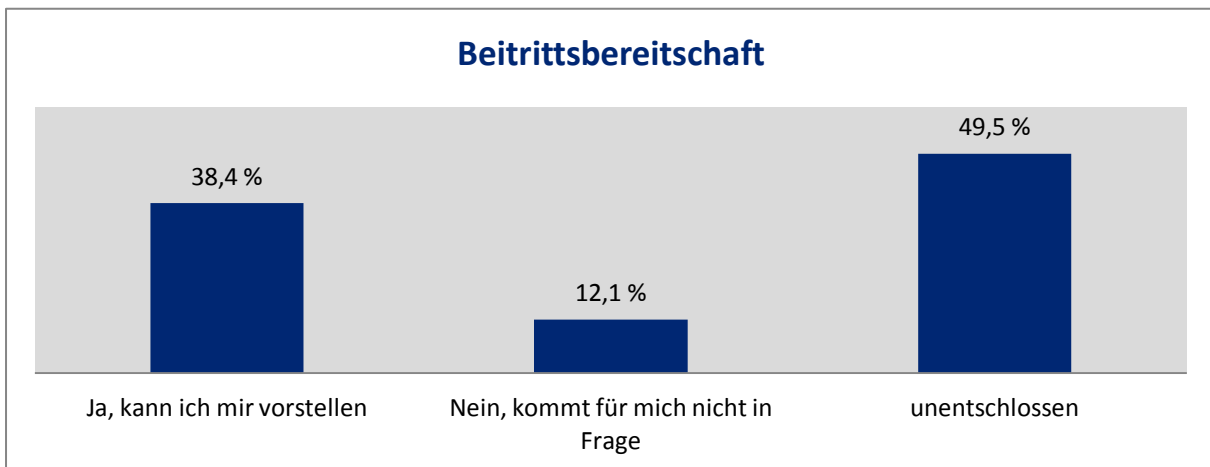


Abbildung 13: Bereitschaft einem gesundheitstouristischen Netzwerk beizutreten

N = 99

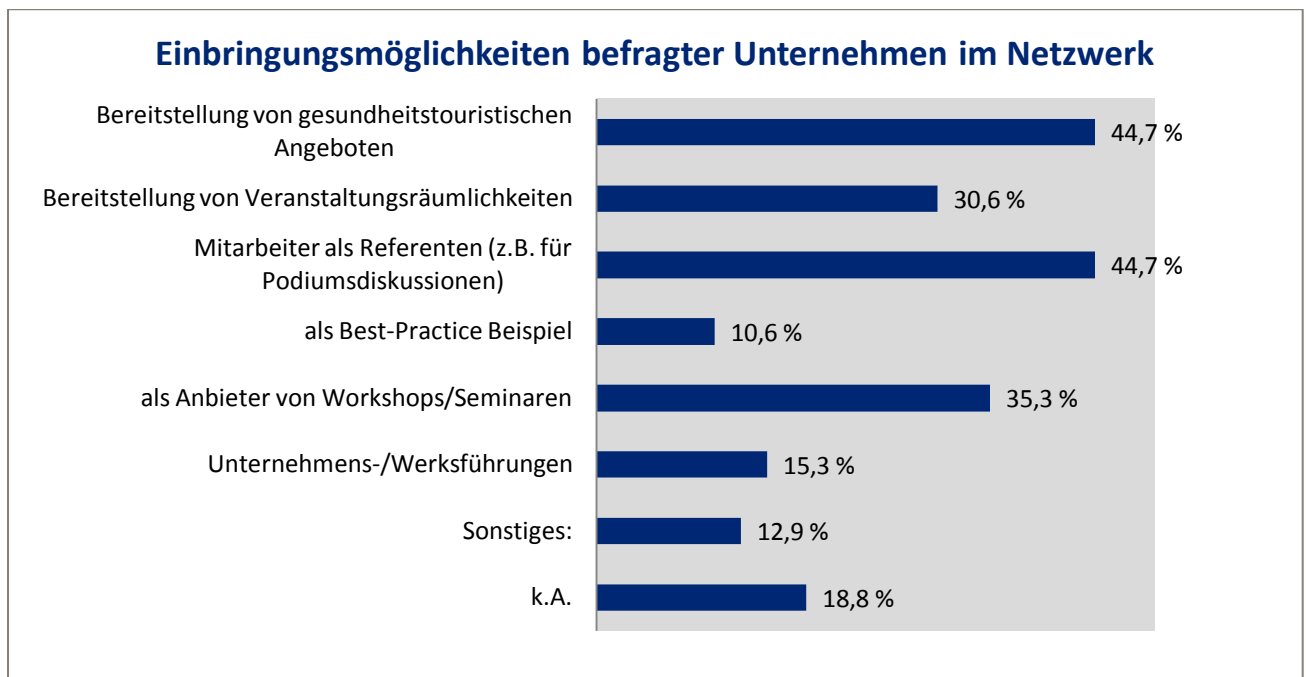


Abbildung 14: Einbringungsmöglichkeiten befragter Unternehmen im Netzwerk

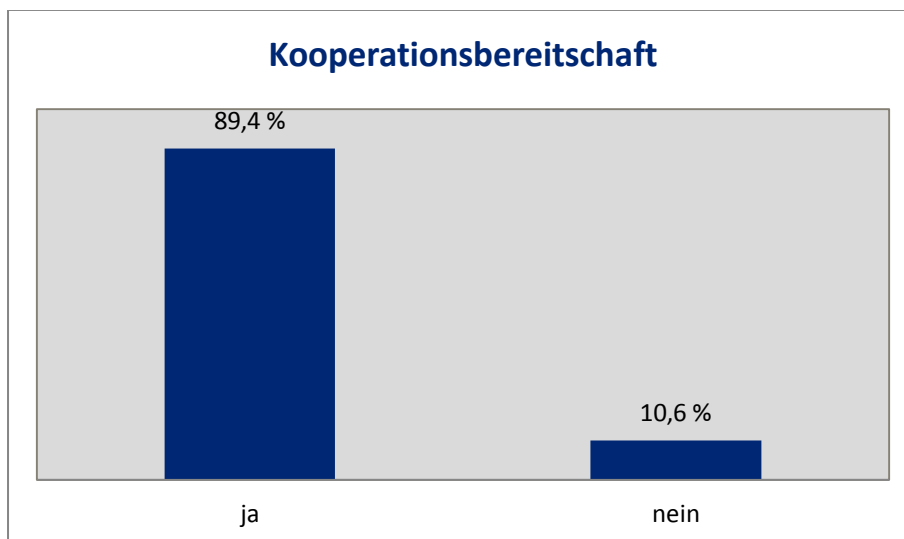


Abbildung 15: Bereitschaft befragter Unternehmen mit anderen Unternehmen der Gesundheits- und/oder Tourismusbranche in der Region zu kooperieren

N = 85

- Große Mehrheit an „Kooperationswilligen“
- Verwunderlich: Diskrepanz zw. Kooperationsbereitschaft und bisheriger Netzwerkaktivität (nur 1/3 der Befragten bislang in Netzwerk aktiv)
→ Fehlen adäquater Netzwerke/Angebote?

Nach Wirtschaftsbereichen aufgeschlüsselt, stellen sich **die beliebtesten Kooperationspartner im Top5-Ranking** in der Gegenüberstellung wie folgt dar:

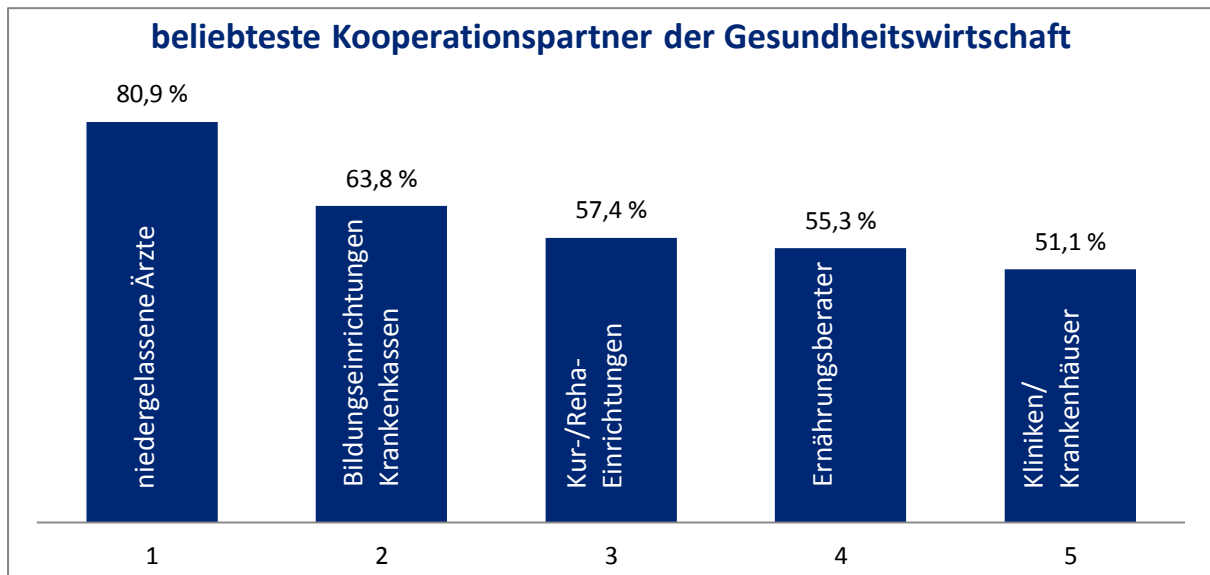


Abbildung 16: Beliebteste Kooperationspartner der Gesundheitswirtschaft im Top5-Ranking

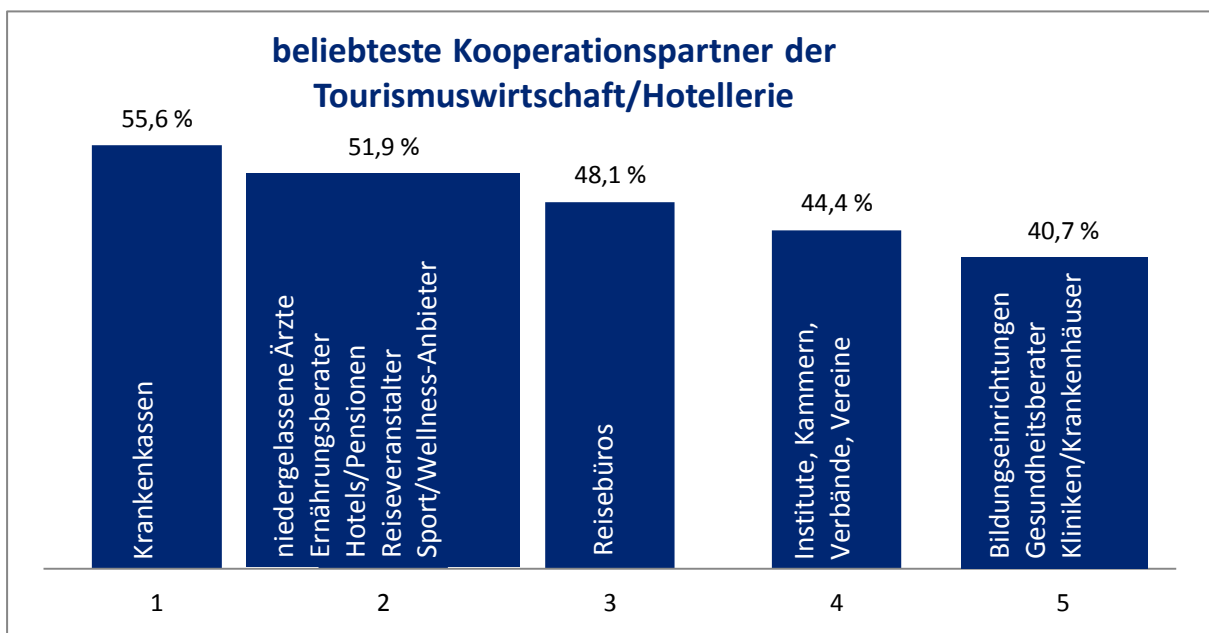


Abbildung 17: Beliebteste Kooperationspartner der Tourismuswirtschaft/Hotellerie im Top5-Ranking

- Auffällig: branchenübergreifende Kooperationsbereitschaft seitens der Tourismuswirtschaft/Hotellerie offensichtlich ausgeprägter
- Mit Ausnahme von Bildungseinrichtungen bevorzugen die befragten Vertreter der Gesundheitswirtschaft eher brancheninterne Kooperationen.

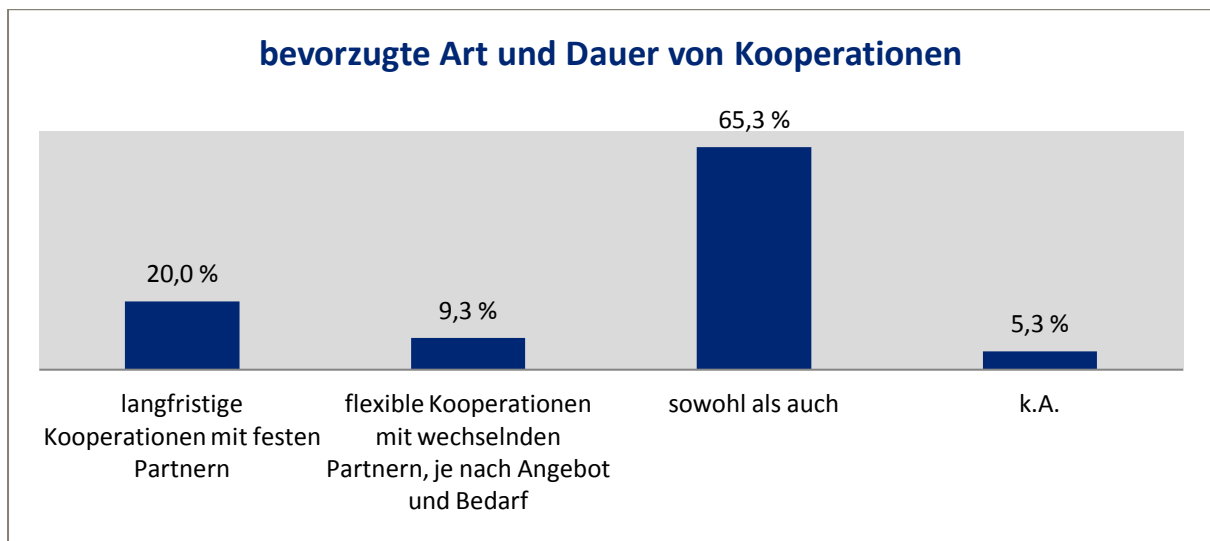


Abbildung 18: Bevorzugte Art und Dauer von Kooperationen

N = 75

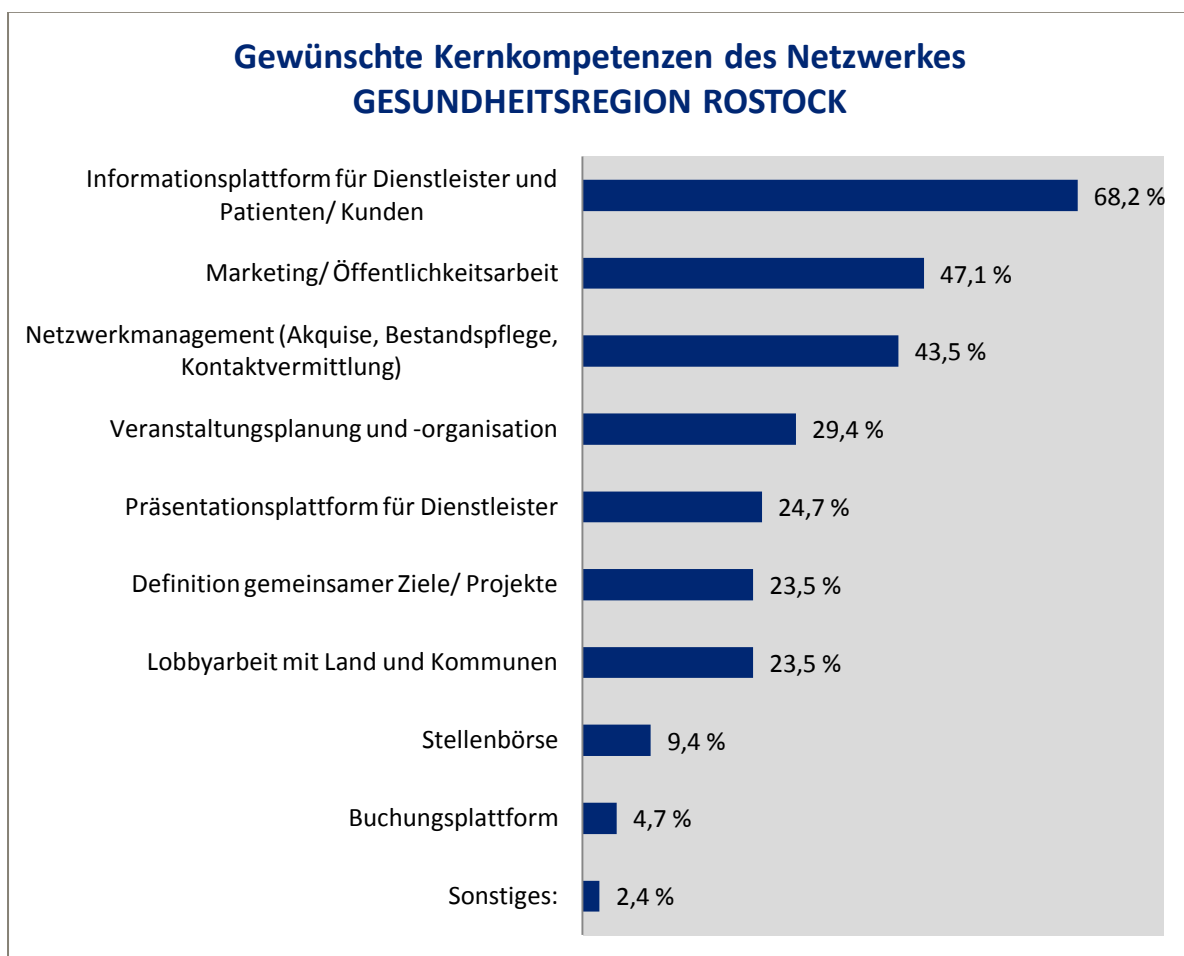


Abbildung 19: Gewünschte Kernkompetenzen des Netzwerkes GESUNDHEITSREGION ROSTOCK

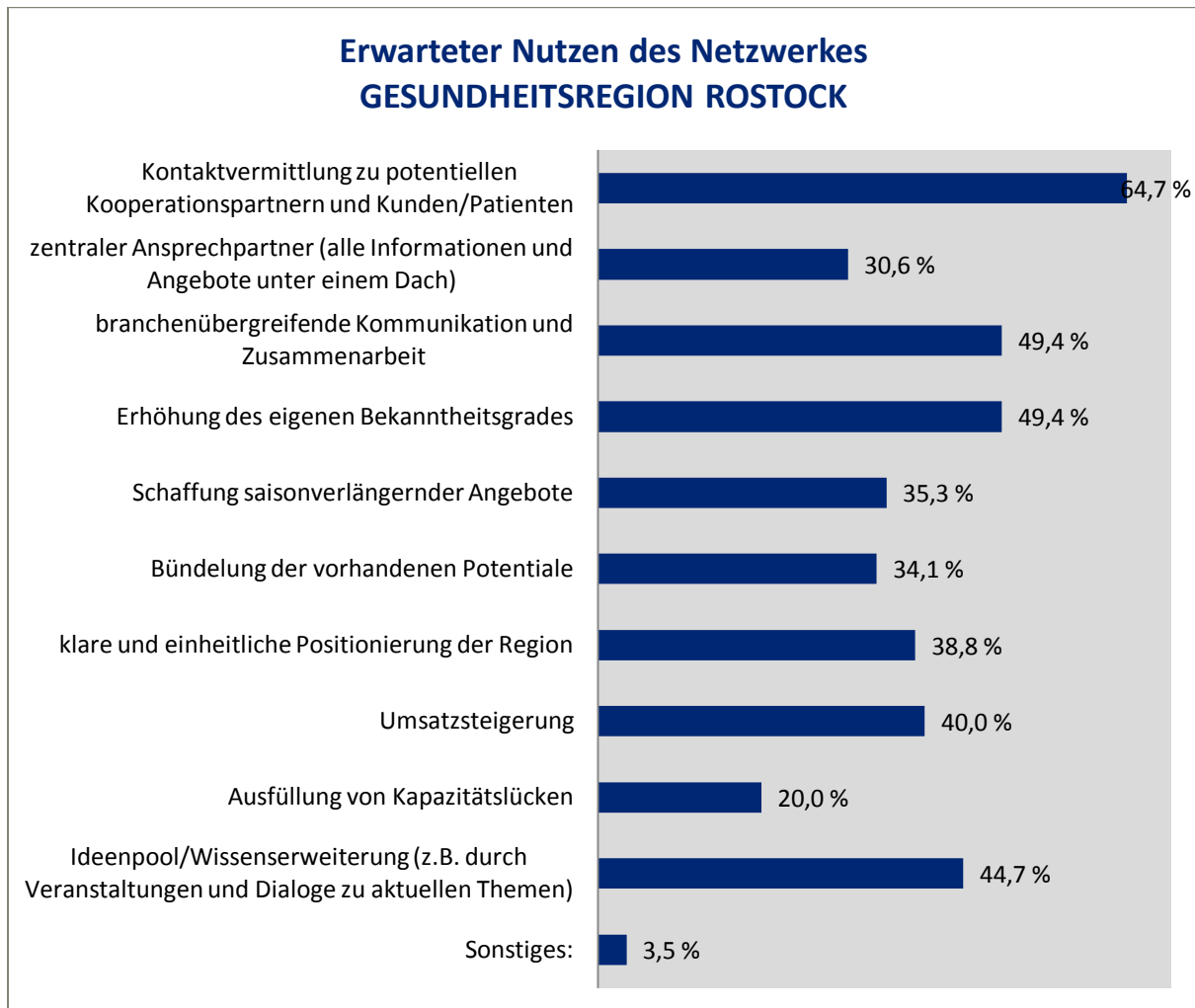


Abbildung 20: Erwarteter Nutzen des Netzwerkes GESUNDHEITSREGION ROSTOCK

Fazit

Die Aufstellung der medizinischen und touristischen Infrastruktur verbunden mit den naturräumlichen Gegebenheiten MVs und möglichen Alleinstellungsmerkmalen der Region Rostock hat ergeben, dass durchaus Potenziale zum Ausbau des Gesundheitstourismus vorhanden sind. Desweiteren begünstigen die zahlreichen Bemühungen des Landes die Entwicklung in diesem Bereich und stoßen bei den Branchenakteuren auf großes Interesse. Letzteres hat sich auch im Rahmen der durchgeführten Online-Befragung bestätigt. Insgesamt zeigten sich die befragten regionalen Gesundheits- und Tourismusdienstleister dem Feld des Gesundheitstourismus sowie Netzwerken und Kooperationen in diesem Bereich sehr offen gegenüber und könnten nach eigenen Angaben wertvolle Beiträge leisten.

Wenngleich die erhobenen Daten kein repräsentatives Bild für die Region Rostock abgeben, so haben die gewonnenen Ergebnisse dennoch den Bedarf und die Sinnhaftigkeit des Netzwerkvorhabens GESUNDHEITSREGION ROSTOCK bestätigt.

Weiterführende Informationen

Ihr Ansprechpartner für Informationen rund um das Projekt:

GESUNDHEITSREGION ROSTOCK

c/o REGION ROSTOCK Marketing Initiative e.V.

Herr Christian Tennert

Netzwerkmanager und Leiter Regionalmarketing

Schweriner Str. 10/11

18069 Rostock

☎ 0381-4582665/-6

✉ info@region-rostock.de

Wir freuen uns auf Ihre Anfragen!

Die vollständige Studienabschlussarbeit zum Thema „Netzwerk- und Kooperationsperspektiven für die GESUNDHEITSREGION ROSTOCK – Bedarfsanalyse zur Etablierung eines gesundheitstouristischen Netzwerkes in der Region Rostock“ ist in der Hochschulbibliothek der Fachhochschule Stralsund einsehbar.