

OITMAR BRAUN · KOBLENZ-LANDAU

## Urlaubszufriedenheit bei Gruppenreisen

### Fragestellung

Die Frage, die hier beantwortet werden soll, lautet: Wodurch wird die Kundenzufriedenheit bei Gruppenreisen determiniert? Als Datenmaterial diente eine Kundenbefragung, die der Autor bei einer Kooperation von vier Jugendreiseveranstaltern im Jahre 1994 durchgeführt hat. Dabei wurden neben den soziodemographischen Angaben und der Gesamtzufriedenheit weitere 25 Einzelurteile erfaßt. Die Daten wurden multivariat mit dem Ziel analysiert, die Gesamtzufriedenheit aufzuklären.

### Theoretischer Hintergrund

Urlaubszufriedenheit ist nicht nur die Zufriedenheit mit einer Dienstleistung wie z. B. einer Bankleistung oder einem Versicherungsvertrag. Bei Produkt Urlaub ist der Konsument sehr viel stärker in das Produkt involviert, als das z. B. beim Abschluß einer Lebensversicherung der Fall ist. Die ganze Person ist über einen längeren Zeitraum Konsument und z. T. auch Produzent des Produkts. Die Nutzung des Produkts Urlaubsreise erfolgt rund um die Uhr und spricht eine ganze Palette von Bedürfnissen an: Erlebnisbedürfnisse, Selbstdefinitionsbedürfnisse (Braun, 1993), Freiheitsbedürfnisse (Braun, 1989), Sicherheitsbedürfnisse, Erholungsbedürfnisse (Mundt & Lohmann, 1988), Bildungsbedürfnisse, Gesundheitsbedürfnisse (zsf., Braun, 1993, S. 199ff.).

Zufriedenheit hat außerdem eine Bedeutung, weil zufriedene Kunden das Produkt eher wieder kaufen und außerdem kommunizieren sie ihre Zufriedenheit bzw. Unzufriedenheit, so daß auch entsprechende Wirkungen auf das Image und die Mundpropaganda zu erwarten sind. Auswirkungen von Zufriedenheit auf die Reisescheidung des Folgejahres sind also zu erwarten (Braun & Lohmann, 1989).

Das Thema Reisezufriedenheit wurde bereits von Braun (1993) umfassend dargestellt. Die theoretischen Ansätze von Purucker (1986), Wohlmann (1981) oder Pizam, Neumann & Reichel (1978) gehen allesamt davon aus, daß sich Reisezufriedenheit dann einstellt, wenn die bedeutsamen Erwartungen und Motive durch die Reise erfüllt werden.

Es handelt sich bei den zitierten Studien also um Erwartungs-Erfüllungs-Konzepte der Urlaubszufriedenheit. Die empirische Überprüfung würde voraussetzen, daß man die individuelle Motivstärke mit dem Erfüllungsgrad multipliziert und dann die Korrelation des Produkts mit der Gesamtzufriedenheit berechnet. „Tourist satisfac-

tion is the result of the interaction between a tourist's experience at the destination area and the expectations he had about that destination (weighted sum total of experiences compared to the expectations" (Pizam, Neumann & Reichel, 1978, zit. n. Purucker 1986, S. 8). Mir sind varianzanalytische bzw. regressionsanalytische Studien, die exakt die erwähnte Interaktion zwischen Erwartungsstärke und Erfüllungsgrad testen, nicht bekannt.

Eine einfachere Möglichkeit, Determinanten der Reisezufriedenheit zu analysieren, besteht darin, einfach die Korrelationen zwischen der Gesamtzufriedenheit und einzelnen Facetten der Urlaubszufriedenheit zu berechnen. Diesen Weg wählten Braun, Korbus & Porwol (1989). Sie berichten von Kundcnbefragungen, bei denen hohe Korrelationen zwischen der Urlaubszufriedenheit und der Zufriedenheit mit der Gruppe bzw. dem Reiseleiter gefunden wurden ( $r = .38-.61$ ).

Außerdem konnten hohe Zusammenhänge zur Organisation ( $r = .50$ ) und zu Aktivitäten ( $r = .42-.50$ ) gefunden werden. Aus der Perspektive der Organisationsentwicklung ist es bedeutsam, welche der Einflußfaktoren von der Organisation kontrollierbar sind. Theoretisch kann die Organisation Einfluß nehmen auf die Gruppenzusammensetzung (über Maßnahmen zur Homogenisierung der Gruppe), sie kann Einfluß nehmen auf die Qualität der Reiselcitung (über Personalselektions- und Personalentwicklungsmaßnahmen), sie kann Einfluß nehmen auf die Qualität des Campingplatzes und der Hotels (über entsprechende Einkaufspolitik) und sie kann Einfluß nehmen auf das Programm (über die Standortreiseleitung). Faktoren wie das Wetter oder die Güte von Strand und Landschaft sind distal durch die entsprechende Auswahl lange im Vorfeld festzulegen, während der Reise unterliegen sie aber nicht mehr der Kontrolle des Veranstalters.

Die Frage, die der gegenwärtigen Studie zugrunde liegt, lautet: Lassen sich Einzelzufriedenheiten so bündeln, daß sie eine sinnvolle Vorhersage der Gesamtzufriedenheit zulassen?

Gibt es Faktoren der Zufriedenheit, die mit entsprechenden Bedürfnissen / Erwartungen / Motiven korrespondieren?

Wenn man Reiseprospekte studiert, dann fällt immer auf, daß unter dem Punkt Leistungen Dinge wie Unterkunft, Transport und Verpflegung auftauchen. Man könnte deshalb einen „Physiologiefaktor“ erwarten der mit der Gesamturlaubszufriedenheit zusammenhängt.

Je mehr Zufriedenheit mit physiologischen Faktoren, umso höher sollte auch die Gesamtzufriedenheit sein.

Aufgrund der oben berichteten Ergebnisse wäre weiter ein Faktor zu erwarten, der – zumindest bei Gruppenreisen – mit dem sozialem Klima zu tun hat. Eine gute Stimmung in der Gruppe sollte eine höhere Urlaubszufriedenheit bewirken, als eine schlechte Stimmung.

Schließlich dürfte das Wetter eine gewisse Rolle spielen, je besser das Wetter, umso zufriedener der Urlauber.

Darüberhinaus könnte man erwarten, daß der Erlebnisgehalt, der mit Ausflügen oder mit dem Programm verbunden ist, einen Einfluß auf die Urlaubszufriedenheit hat.

## Methoden

### Befragungsteilnehmer/innen

An der Studie nahmen insgesamt 8.191 jugendliche Reisetilnehmer/innen teil.

Die Urlaubsorte dieser Kunden streuten über insgesamt 46 Zielgebiete in ganz Europa, wobei die Schwerpunkte am Mittelmeer, am Atlantik und in Nordeuropa lagen. Bei den Reisen handelte es sich sowohl um Campingreisen als auch um Hotelaufenthalte, meist von 17 Tagen Dauer.

Das Alter der Befragten lag zwischen 11 und 25 Jahren, Mittelwert 16,5 Jahre. 65,4%<sup>2</sup> der Befragten waren weiblich, 34,6% waren männlich. Der überwiegende Anteil der Befragten waren Schülerinnen und Schüler (84,6%), 12,0% waren Auszubildende, 1,8% waren Studentinnen oder Studenten und nur 1,5% waren berufstätig. Von den Schülerinnen und Schülern besuchten 71,9% das Gymnasium und weitere 10,7% die Realschule, die restlichen Schüler besuchten die Hauptschule (1,7%), die Gesamtschule (5,8%), die Berufsschule (5,4%) die Handelsschule (1,9%) oder sonstige Schulen (2,7%).

Von den Befragten stammten 76,6% aus den alten Bundesländern und 23,4% aus den neuen Bundesländern. Hinsichtlich der Wohnortgröße läßt sich feststellen, daß 22,6% in einem Dorf lebten, 12,7% in einer Stadt bis 20.000 Einwohner, 16,0% lebten in einer Stadt mit 20.000 bis 50.000 Einwohnern, 10,4% in einer Großstadt mit 50.000 bis 100.000 Einwohnern und 38,3% in einer Großstadt mit über 100.000 Einwohnern.

Wie schon aufgrund des hohen Bildungsniveaus zu erwarten war, ist auch der Beruf des Haushaltsvorstands überdurchschnittlich hoch. Arbeiter (9,3%), einfache und mittlere Angestellte (13,9%), leitende Angestellte (20,7%), Beamte (10,8%), höhere Beamte (8,5%), selbständige Handwerker (4,0%), Geschäftsinhaber oder Unternehmer (10,3%), Freiberufler (9,0%), Landwirte (1,0%), Hausmann oder Hausfrau (1,0%). 11,4% wußten nicht, welchen Beruf der Haushaltsvorstand ausübt.

Die Studie wurde im Sommer 1994 durchgeführt. Alle Befragten erhielten an ihrem Urlaubsort am vorletzten Abend vor der Rückreise einen zweiseitigen Fragebogen.

### Der Fragebogen

Auf der ersten Seite wurde die Urlaubszufriedenheit in Form von Schulnoten und die Soziodemographie erfaßt, die zweite Seite enthielt Fragen in zehn verschiedenen Split-Versionen zu verschiedenen Themen. Folgende Aspekte der Zufriedenheit waren zu beurteilen: Gesamturteil, Wetter, Informationsgehalt Prospekt, Strand, Beratung im Reisebüro, Kneipen/Cafes/Bars/Discos,

Anreise/Bus/Flug, Landschaft, Urlaubsland, Einheimische Bevölkerung, Zelte/  
Zimmer, Teamer/in, Campingplatz/Pension/Hotel, Aktionen der Teamer/innen,  
Surfschule/Surfmöglichkeiten, Essen,  
Sportangebote, Küchenpersonal, Sanitäre Anlagen, Gruppe,  
Organisation während der Tour, die anderen Urlauber am Urlaubsort, Gruppenak-  
tivitäten, die Einheimischen am Urlaubsort,  
Ausflüge, Koordinator/in.

## Ergebnisse

### Ergebnisse der Faktorenanalyse

Zunächst wurden die 25 Einzelurteile durch eine Faktorenanalyse auf grundlegende Dimensionen reduziert.<sup>3</sup> Die varimaxrotierte Faktorenmatrix ist in Tabelle 1 dargestellt.

	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3	Faktor 4	Faktor 5
Aktionen der Teamer/innen	,83	,02	,03	,07	,07
Teamer/in	,77	,01	,04	,04	,00
Gruppenaktivitäten	,72	,08	,07	,14	,12
Organisation	,67	,00	,15	,05	,37
Ausflüge	,53	,20	,08	,15	,17
Koordinator	,48	,09	,28	-,05	,32
Gruppe	,46	,14	,09	,10	-,11
Einheimische Bevölkerung	-,00	,82	,10	-,09	,13
die Einheimischen Url.-Ort	,02	,79	,11	-,09	,19
Urlaubsland	,15	,63	,13	,27	-,06
Landschaft	,15	,61	,12	,26	-,21
andere Urlauber am Url.-Ort	,13	,46	,07	,17	,16
Essen	,21	,04	,72	,02	-,01
Küchenpersonal	,20	,02	,70	,02	-,01
Campingpl./Pension/Hotel	,04	,23	,68	,20	,13
Zelte/Zimmer	,08	,20	,65	,06	,10
Sanitäre Anlagen	-,02	,06	,57	,08	,29
Surschule/Surfmögl.	,04	-,07	,07	,76	,17
Sportangebote	,18	,06	,19	,63	,23
Strand	,08	,20	,12	,55	,01
Kneipen/Cafes/Bars/Discos	,10	,25	-,09	,36	,31
Beratung im Reisebüro	,08	,10	,01	,09	,68
Informationsgehalt Prospekt	,11	,09	,18	,17	,67
Anreise/Bus/Flug	,10	-,01	,11	,16	,39

Auf dem ersten Faktor (Eigenwert 5,32 ; Varianzanteil 21,3%) laden die Items Aktionen der Teamer/innen, Teamer/in, Gruppenaktivitäten, Organisation, Ausflüge, Koordinator und Gruppe, so daß sich hier als Bezeichnung „Soziales Klima“ anbietet.

Auf dem zweiten Faktor (Eigenwert 2,22 ; Varianzanteil 8,9%) laden die Items Einheimische Bevölkerung, Bevölkerung am Urlaubsort, Urlaubsländ, Landschaft und die anderen Leute am Urlaubsort. Aufgrund der Items wird dieser Faktor mit dem Begriff „Land und Leute“ bezeichnet.

Der dritte Faktor (Eigenwert 1,81 ; Varianzanteil 7,2%) wird von den Items Essen, Küchenpersonal, Campingplatz/Pension/Hotel, Zelte/Zimmer und sanitäre Anlagen geladen. Es handelt sich um Dinge, die der Befriedigung physiologischer Bedürfnisse dienen, deshalb wird der Faktor „Physiologie“ genannt.

Auf dem vierten Faktor (Eigenwert 1,59 ; Varianzanteil 6,4%) laden die Items Surf-schulc/Surfmöglichkeiten, Sportangebotc, Strand und Kncipen/Bars/Cafes/Dis-cos. Es handelt sich dabei um Infrastrukturcinrichtungen, die der Befriedigung von Erlebnisbedürfnissen dienen, deshalb wird dieser Faktor mit dem Begriff „Erlebnis“ bezeichnet.

Der fünfte Faktor (Eigenwert 1,12 ; Varianzanteil 4,5%) wird mit „Erwartung“ bezeichnet, weil hier die Items laden, die bereits vordereigentlichen Urlaubsreise eine Rolle gespielt haben und zur Ausprägung der Erwartungen bzgl. des Erlebnis- und Erholungsgehaltes der Reise beigetragen haben. Es handelt sich um den Informationsgehalt im Prospekt, die Beratung im Reisebüro und die Anreise.

Die Variable Wetter lädt auf allen Faktoren geringer als  $r = .30$  und ist deshalb nicht eindeutig zuzuordnen, es wird deshalb im Folgenden als eigener Faktor betrachtet.

#### Ergebnisse der Reliabilitätsanalyse

Im Anschluß an die Faktorenanalyse wurden die Items zu Skalen kombiniert. Tabelle 2 enthält die Mittelwerte, Standardabweichungen und Cronbachs-Alpha als Kennwert für die Reliabilität.

Skala	M	S	Alpha
Soz ales Klima	2,32	0,72	0,80
Land und Leute	2,29	0,67	0,74
Physiologie	2,87	0,85	0,73
Erlebnis	2,58	0,82	0,59
Erwartung	3,24	0,90	0,50
Wetter	1,67	0,93	-
Gesamturteil	2,35	0,76	-

### Zusammenhänge zwischen den Prädiktoren

Die Beurteilungen der verschiedenen Facetten des Urlaubs sind nicht unabhängig voneinander. Tabelle 3 zeigt die Zusammenhänge der verschiedenen Variablen, die häufig statistisch signifikant sind, aber doch eher gering ausfallen.

	Land und Leute	Physiologie	Erlebnis	Erwartung	Wetter	Gesamtzufriedenheit
Soziales Klima	.26	.34	.32	.31	.14	.55
Land und Leute		.30	.31	.20	.12	.27
Physiologie			.27	.28	-.03	.40
Erlebnis				.35	.16	.34
Erwartung					.11	.30
Wetter						.12

### Ergebnisse der Regressionsanalyse

Das ursprüngliche Ziel dieser Analysen bestand darin, die Gesamtzufriedenheit auf der Basis der Einzelwerte vorherzusagen. Dazu wurde eine Regressionsanalyse mit der Gesamtzufriedenheit als abhängiger Variable und mit den einzelnen Skalenwerten als unabhängigen Variablen gerechnet, wobei die Prädiktoren im Block aufgenommen wurden. Es wurde erwartet, daß alle Prädiktoren in positiver Richtung auf das Gesamturteil wirken würden.

Das Ergebnis der Regressionsanalyse war ein signifikantes Modell,  $F(6,7.052) = 712,12$ ,  $p < .0001$ . Der Anteil aufgeklärter Varianz beträgt 37,7%. Die Beta-Gewichte sind in Tabelle 4 dargestellt.

Prädiktor	Beta	t-Wert	p-Wert
Soziales Klima	,399844	37,579	,0001
Land und Leute	,045968	4,467	,0001
Physiologie	,205891	19,499	,0001
Erlebnis	,113378	10,611	,0001
Erwartung	,065657	6,284	,0001
Wetter	,042784	4,423	,0001

Wie erwartet, konnte die Gesamturlaubszufriedenheit mit den Prädiktoren „Soziales Klima“, „Land und Leute“, „Physiologie“, „Erlebnis“, „Erwartung“ und „Wetter“ vorhergesagt werden.

## Diskussion

Zur Ermittlung der Kundenzufriedenheit und zur Beurteilung der Produktqualität werden vielfach Gäste- oder Kundenbefragungen durchgeführt. Dabei werden häufig Zufriedenheitsurteile in Form von Schulnoten erfaßt. Die vorliegende Studie hatte zum Ziel, faktoranalytisch die grundlegenden Beurteilungsdimensionen für Reisen zu entdecken. Außerdem sollte untersucht werden, wie stark die einzelnen Faktoren dann zur Aufklärung der Gesamtzufriedenheit beitragen.

Als Datenmaterial standen die Zufriedenheitsurteile von 8.193 jugendlichen Urlaubern zur Verfügung. Die Faktorenanalyse zeigte fünf Faktoren: Soziales Klima, Physiologie, Erlebnis, Erwartung und Land und Leute. Hinzu kommt als sechster Beurteilungsfaktor das Wetter, das auf keinem der anderen fünf Faktoren eine hohe Faktorladung aufweist.

Die Regressionsanalyse zeigte schließlich, daß der Faktor „Soziales Klima“ den höchsten Beitrag zur Vorhersage der Urlaubszufriedenheit jugendlicher Urlauber leistet. Soziales Klima setzt sich insbesondere aus den Komponenten Personal, Gruppe und Organisation zusammen.

Aufgrund dieses Ergebnisses kann man zu der Schlußfolgerung kommen, daß im Bereich des Jugendtourismus Investitionen in das Personal und in die Organisation einen etwa doppelt so starken Effekt auf die Urlaubszufriedenheit haben, wie Investitionen in Faktoren, die auf die Befriedigung physiologischer Bedürfnisse (Unterkunft und Verpflegung) abzielen. Zu solchen Investitionen zählen z. B. Systeme zur Personalselektion und Personalentwicklung.

Eine weiterführende Frage besteht darin, ob das Ergebnis auf andere Stichproben übertragbar ist. Hier wird die Ansicht vertreten, daß die gefundenen Faktoren sich grundsätzlich bei allen Gruppenreisen finden lassen. Ob man eine Studienreise betrachtet, Familienurlaub oder Cluburlaub, immer wird es ein soziales Klima geben, immer werden physiologische Bedürfnisse durch Unterkunft und Verpflegung mehr oder weniger befriedigt werden, immer spielt sich die Reise in einem Land mit einer Bevölkerung ab. Urlaubserlebnisse und das Wetter wird es auch in irgendeiner Form immer geben. Und wahrscheinlich spielen Erwartungen auch immer eine Rolle.

Stichprobenabhängige Unterschiede werden sich allerdings hinsichtlich der Regressionsgewichte finden. Da Familien andere Bedürfnisse haben als Jugendliche, dürfte auch die Zufriedenheit mit bestimmten Faktoren mehr oder weniger Einfluß auf die Gesamtzufriedenheit nehmen. Möglicherweise legen Erwachsene oder Familien im Urlaub mehr Wert auf eine einwandfreie Unterkunft und Verpflegung. Das soziale Klima ist integraler Bestandteil der Kleingruppe oder der Familie und ist durch Reiseveranstalter nur schwer zu beeinflussen.

Zukünftige Forschung wird also einerseits zu klären haben, ob sich bei anderen Stichproben die gleichen grundlegenden Dimensionen finden lassen und ob es darüberhinaus Unterschiede in der Gewichtung der Prädiktoren gibt.

## Literaturverzeichnis

- Braun, O.L. (1989): Freiheit und Erwachsensein als Reismotive jugendlicher Urlauber. *Freizeitpädagogik*, 11, 49–59
- Braun, O.L. (1993): Vom Alltagsstress zur Urlaubszufriedenheit. München: Quintessenz.
- Braun, O.L. (1993): (Urlaubs-)Reismotive. In: H. Hahn & H.J. Kagelmann (Hg.). *Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie: Ein Handbuch in Schlüsselbegriffen*, S. 199–207. München: Quintessenz.
- Braun, O.L. (1993): Reiseentscheidung. In: H. Hahn & H.J. Kagelmann (Hg.). *Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie: Ein Handbuch in Schlüsselbegriffen*, S. 302–307. München: Quintessenz.
- Braun, O.L. (1993): Reisezufriedenheit. In: H. Hahn & H.J. Kagelmann (Hg.). *Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie: Ein Handbuch in Schlüsselbegriffen*, S. 308–311. München: Quintessenz.
- Braun, O.L. & Lohmann, M. (1989): Die Reiseentscheidung. Starnberg: Studienkreis für Tourismus.
- Braun, O.L., Porwol, B. & Korbus, T. (1989): Rahmenbedingungen und Ursachen des Urlaubsglücks. In: *Jahrbuch für Jugendreisen und internationalen Jugendaustausch*, S. 7–22. Starnberg: Studienkreis für Tourismus.
- Mundt, J.W. & Lohmann, M. (1988): Erholung und Urlaub. Zum Stand der Erholungsforschung im Hinblick auf Urlaubsreisen. Starnberg: Studienkreis für Tourismus.
- Pizam, A.; Neumann, Y. & Reichel, A. (1978): Dimensions of tourist satisfaction with a destination area. *Annals of Tourism Research*, 3, 314–321.
- Purucker, H.K. (1986): Urlaubsreisen 1986 – Psychologische Leitstudie Reisezufriedenheit – Berichtsband. Unveröff. Untersuchung. Starnberg: Studienkreis für Tourismus.
- Wohlmann, R. (1981): Reisezufriedenheit – Urlaubszufriedenheit. Ursachen und Auswirkungen. In *Reismotive – Länderimages – Urlaubsverhalten. Neue Ergebnisse der psychologischen Tourismusforschung*. Starnberg: Studienkreis für Tourismus.

## Anmerkungen

- <sup>1</sup> Ich danke Fred Müller und Klaus Moser für hilfreiche Hinweise bei früheren Versionen dieses Manuskripts. Dank gebührt außerdem den Reiseveranstaltern RuF-Reisen Bielefeld, RuF-Reisen Magdeburg, OFFÄHRTE-Sprachreisen Bremen und BANANE-aktivreisen München für die gewährte Unterstützung.
- <sup>2</sup> Bei den Prozentzahlen wurden die fehlenden Angaben umgelegt (gültige Prozentwerte). N variiert durch unvollständig ausgefüllte Fragebögen.
- <sup>3</sup> Hauptkomponentenanalyse, paarweiser Ausschluß fehlender Werte, 5 Faktoren-Lösung, Varimaxrotation.
- <sup>4</sup> N variiert aufgrund fehlender Werte.

Anschrift des Verfassers: Dr. Ottmar Braun, Wissenschaftlicher Angestellter an der Universität Koblenz-Landau (Abt. Landau), FB Psychologie (AG ABo-Psychologie), Im Fort 7, D-76829 Landau

Braun, Ottmar: Urlaubszufriedenheit bei Gruppenreisen. In: SPEKTRUM FREIZEIT, 18. Jg. / Heft 2–3/1996, S. 191