

Titel: Digitale Diskonnektivität im Wellnesstourismus: Fluch oder Segen für Generation Y?

Einleitung: Während die Nutzung mobiler Technologien im Urlaub stetig zunimmt, ist die Frage danach, ob diese auch einen wünschenswerten Beitrag zur touristischen Erfahrung liefern, weitgehend unerforscht [1][2]. Bis zu 50% der Reisenden wünschen sich, während ihres Urlaubs nicht ständig online verbunden zu sein [3]. Begriffe wie „Digital Detox“ und „Digital Switch-off“ [4], die die digitale Diskonnektivität im Tourismuskontext beschreiben, finden zunehmend Eingang in das Wellness-Konzept mit seinem Beitrag zum positiven Wohlbefinden und dem Motiv nach körperlicher und geistiger Erholung [5].

Mitglieder der Generation Y bewerten den emotionalen und sozialen Gewinn durch die Nutzung mobiler Technologien besonders hoch, weisen allerdings ein signifikant höheres Risiko für Internet-Suchtverhalten auf [6]. Somit ergibt sich insbesondere in dieser Zielgruppe ein Dilemma hinsichtlich dem Streben nach Konnektivität einerseits und dem Wunsch nach Erholung und Entspannung und der Flucht aus dem Alltag andererseits.

Inwiefern daher Mitglieder der Generation Y digitale (Dis)Konnektivität als Vorteil eines Wellnessurlaub betrachten, soll im Rahmen dieses Beitrags untersucht werden.

Methode: Da Mitglieder der Generation Y üblicherweise sehr gut mobil vernetzt und erreichbar sind, wurden im Zuge der Erhebung im November 2018 605 Mitglieder der Generation Y mittels Online-Erhebung befragt. Die Stichprobe stellt ein Convenience Sample mit Befragten aus 29 Ländern dar. Der Fragebogen bestand u.a. aus Fragen zu den erhofften Effekten von Wellnessurlaubs sowie zur Verwendung digitaler Technologien während eines Wellnessurlaubs. Diese Fragen basieren auf der „Benefits of Wellness Tourism Scale“ (BWTS) von Voigt et al. [1], die die erhofften Effekte von Wellnesstourismus anhand von 26 Items misst. Die Analyse des Technologieverhaltens während eines Wellnessurlaubs basiert auf der Untersuchung von Dickinson et al. [2] zur Messung des Wunsches nach mobiler (Dis)Konnektivität im Urlaub. Die interne Konsistenz der beiden verwendeten Skalen wurde getestet (Cronbachs $\alpha = 0,925$ bzw. $0,844$) und kann als zuverlässig eingestuft werden.

Mit 26 Aussagen des BWTS-Konzepts wurde eine explorative Faktorenanalyse mit Varimaxrotation und Kaiser-Normalisierung durchgeführt. Als Extraktionsmethode wurde die Hauptkomponentenanalyse verwendet. Alle Faktoren mit Eigenwerten größer als 1 wurden extrahiert. Das Kaiser-Meyer-Olkin-Maß für die Stichprobeneignung ist mit $0,937$ als exzellent zu betrachten. Das Ergebnis der Bartlett-Test auf Sphärizität war ebenfalls signifikant ($\chi^2(325) = 7858.434$, $p < 0,001$). In Anbetracht der Gesamtindikatoren kann die Faktorenanalyse als geeignet erachtet werden.

Zur Überprüfung geschlechtsspezifischer Unterschiede, nach Tätigkeit (studierend oder berufstätig), in den zwei Altersgruppen (17-25 Jahre und 26-35 Jahre) und länderspezifischer Unterschiede zwischen Österreich, Aserbaidschan und China wurde der Kruskal-Wallis-Test als nicht-parametrisches Testverfahren eingesetzt.

Ergebnisse: Die Ergebnisse zeigen, dass basierend auf den vier Faktoren (Flucht vom Alltag und Entspannung, körperliche Gesundheit und Leistungsfähigkeit/Fitness, Neugier und Zusammengehörigkeitsgefühl) der wichtigste Effekt von Wellnessreisen in der Erholung/Entspannung und der Flucht aus dem Alltag gesehen wird. Diese Studie zeigt jedoch erstmals, dass auch der Wunsch nach mobiler Diskonnektivität im Wellnessurlaub besteht. Dies unterscheidet sich nicht nach Geschlecht, Tätigkeit und Alter. Hier werden nur vereinzelt länderspezifische Unterschiede deutlich. Im Vergleich zu anderen Urlaubsarten (z.B. Camping) wird dennoch klar, dass auf Wellnessreisen eher auf elektronische Geräte verzichtet wird und mobile Technologien hier eher als negatives Eindringen in das Urlaubserlebnis gesehen werden.

Conclusio: Die Studie bestätigt, dass sich Mitglieder der Generation Y von Wellnessreisen insbesondere Erholung und Entspannung, Flucht aus dem Alltag und Stressreduktion erhoffen. Es zeigt sich jedoch zusätzlich, dass im Vergleich zu anderen Urlaubsarten der Wunsch nach mobiler Diskonnektivität besteht. Da die Zielgruppe der Generation Y im Wellness-tourismus als eher sekundär betrachtet wird, sind hier die Ergebnisse insbesondere für die Praxis relevant.

Quellen:

- [1] Gretzel U 2010. Travel in the Network: Redirected gazes, ubiquitous connections and new frontiers. In Levina M and Kien G (Eds.). Post-global network and everyday life (pp. 41-58). New York: Peter Lang
- [2] Tan W 2016. The relationship between smartphone usage, tourist experience and trip satisfaction in the context of a nature-based destination. *TELEMAT INFORM* 34: 614-627
- [3] Dickinson J, et al. 2016. Mobile technology and the tourist experience: (Dis)connection at the campsite. *TOURISM MANAGE* 57: 193-201
- [4] Gretzel U 2014. Travel Unplugged: The case of Lord Howe Island, Australia. In Mackay K (Ed.) Proceedings of the TTRA Canada Annual Conference 2014.
- [5] Smith M and Puczko L (2015). More than a special interest: Defining and determining the demand for health tourism. *TRR* 40(2): 205-219
- [6] Zhitomirsky-Geffet M and Blau M 2016. Cross-generational analysis of predictive factors of addictive behavior in smartphone usage. *COMPUT HUM BEHAV* 64: 682-693