



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie



Zukunftsprojekt Kinder- und Jugendtourismus

Impressum

Herausgeber

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi)
Öffentlichkeitsarbeit
11019 Berlin
www.bmwi.de

Text und Redaktion

Deutsches Jugendherbergswerk Hauptverband e.V.
Gunnar Grüttner / Silke Menze
Leonardo-da-Vinci-Weg 1
32760 Detmold
Tel.: 05231-993681 oder 05231-993656
E-Mail: bmwi-projekt@jugendherberge.de

Gestaltung und Produktion

PRpetuum GmbH, München

Stand

November 2014

Druck

HANSA PRINT SERVICE GmbH, München

Bildnachweis

DJH Hauptverband (Titel, 35, 38),
Syda Productions (S. 8), Franz Pfluegl, Fotolia (S. 19, l.),
goodluz, Fotolia (S. 19, r.), anna_murashova, Fotolia (S. 31)
Fotolia (S. 27, 29), kasto – Fotolia (S. 33)

Diese Broschüre ist Teil der Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie. Sie steht nur zum Download zur Verfügung und ist nicht zum Verkauf bestimmt. Nicht zulässig ist die Verteilung auf Wahlveranstaltungen und an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben von Informationen oder Werbemitteln.



Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie ist mit dem audit berufundfamilie® für seine familienfreundliche Personalpolitik ausgezeichnet worden. Das Zertifikat wird von der berufundfamilie gGmbH, einer Initiative der Gemeinnützigen Hertie-Stiftung, verliehen.



Diese und weitere Broschüren erhalten Sie bei:
Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
Referat Öffentlichkeitsarbeit
E-Mail: publikationen@bundesregierung.de
www.bmwi.de

Zentraler Bestellservice:

Telefon: 030 182722721
Bestellfax: 030 18102722721



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

Zukunftsprojekt Kinder- und Jugendtourismus

Inhaltsverzeichnis

Vorwort BMWi	4
Vorwort DJH.....	5
Einführung	6
Projekthinhalte	6
Aufbau dieses Berichts	7
Grundlagenstudie „Kinder- und Jugendtourismus in Deutschland“	8
Hintergrund	8
Besonderheiten, Entwicklungen und Einflüsse im Kinder- und Jugendtourismus	9
Tagesausflüge und Übernachtungsreisen von Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen in Deutschland sowie deren wirtschaftliche Bedeutung	11
Kinder- und Jugendgruppenreisen aus der Sicht von Entscheidern	20
Jugendtourismus: Entwicklung 2002 bis 2012 und Potenziale 2013 bis 2015	21
Kinder- und Jugendreisen aus dem Ausland	24
Gruppendiskussionen mit Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen	27
Thematische Zukunftskonferenzen: Zusammenfassender Rückblick	29
„Von barrierefrei bis zu Inklusion“	29
„Erfolgsmodelle im Outgoing“	31
„Qualifizierung Mitarbeitender“	33
„Regionale Netzwerke“	35
„Destination Großstadt“	37
„Incoming (für Gruppen)“	39
Handlungsempfehlungen an Politik und Verwaltung	41
Die wichtigsten Handlungsempfehlungen des Fachbeirats zum Kinder- und Jugendreisen	41
Prüfauftrag: Internetportal	42
Abkürzungen/Glossar/Mitglieder des Fachbeirats	43
Abkürzungsverzeichnis	43
Glossar	43
Mitglieder des Fachbeirats	44

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Besonderheiten, Entwicklungen und Einflüsse im Segment Kinder- und Jugendreisen	10
Abbildung 2	Tagesausflüge der 3- bis 26-Jährigen.....	11
Abbildung 3	Reiseintensität, -häufigkeit und -volumen bei Übernachtungsreisen nach Altersgruppen.....	13
Abbildung 4	Übersicht über Volumen und Marktanteile verschiedener Reisetypen.....	14
Abbildung 5	Inlandsanteile bei den Übernachtungsreisen der 3- bis 26-Jährigen.....	14
Abbildung 6	Gewählte Reiseziele nach Alter in Prozent.....	15
Abbildung 7	Reisedauer bei den Übernachtungsreisen: Durchschnitt in Tagen	15
Abbildung 8	Reisemotive der 3- bis 26-Jährigen in Prozent	16
Abbildung 9	Aktivitäten der 3- bis 26-Jährigen bei Übernachtungsreisen in Prozent	17
Abbildung 10	TOP 5 der Gründe, nicht zu reisen, nach Altersgruppen in Prozent	17
Abbildung 11	Bruttoumsätze durch Kinder- und Jugendreisen in Deutschland	18
Abbildung 12	Bruttoumsätze durch Kinder- und Jugendreisen in Deutschland nach Ausgabenarten.....	18
Abbildung 13	Einkommenswirkungen durch Kinder- und Jugendreisen im Inland	19
Abbildung 14	Screenshot der Online-Community.....	20
Abbildung 15	Urlaubsreiseintensität junger Menschen nach sozialer Schicht	22
Abbildung 16	Entwicklung des Interesses junger Menschen an inländischen Reisezielen	22
Abbildung 17	Entwicklung des Interesses junger Menschen an ausländischen Reiseregionen	23
Abbildung 18	TOP 5 Quellmärkte für innereuropäische Jugendreisen	24
Abbildung 19	TOP 5 Zielmärkte für innereuropäische Jugendreisen	24
Abbildung 20	TOP 10 Kriterien der ausl. Urlaubsgäste im Alter von 14 bis 26 Jahren für die Destinationsentscheidung	25
Abbildung 21	TOP 5 Urlaubsarten der ausländischen Urlaubsgäste von 14 bis 26 Jahren	26
Abbildung 22	TOP 10 Aktivitäten der ausländischen Urlaubsgäste von 14 bis 26 Jahren	26

Vorwort



Liebe Leserinnen und Leser,

das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie fördert das „Zukunftsprojekt Kinder- und Jugendtourismus in Deutschland“ nicht nur deshalb, weil der Tourismus ein Wirtschaftsfaktor ersten Ranges ist (und das ist er ohne jeden Zweifel). Mir als der Tourismusbeauftragten der Bundesregierung liegt die Möglichkeit der gerechten Teilhabe mindestens genauso am Herzen. Ich finde, möglichst jede und jeder sollte die Möglichkeit haben, zu reisen und Neues zu entdecken, und das gilt ganz besonders für Kinder und Jugendliche. Es ist so wichtig, dass wir frühzeitig lernen, über den eigenen Tellerrand hinauszuschauen.

Natürlich hat die junge Generation eigene, besondere Bedürfnisse und Ansprüche an den Tourismus. Wir haben in einer Studie erstmals die Herausforderungen untersuchen lassen, die sich daraus für die Tourismuswirtschaft ergeben. Diese Studie kommt zu interessanten Ergebnissen auch im Hinblick auf die Nachfrage nach Kinder- und Jugendreisen und deren wirtschaftliche Bedeutung. In einer Reihe von sechs thematischen Zukunftskonferenzen, die sich mit Themen von Inklusion über Qualifizierung bis hin zum Incoming befassten, wurden Erfahrungen ausgetauscht und neue Netzwerke gebildet.

Die Umsetzung der einzelnen Projektbestandteile wurde durch die konstruktive Zusammenarbeit der kommerziellen Anbieter und der gemeinnützigen Träger des Kinder- und Jugendtourismus im projektbegleitenden Fachbeirat wirksam unterstützt.

Mein herzlicher Dank gilt dem Hauptverband Deutsches Jugendherbergswerk e. V. (DJH), dem BundesForum Kinder- und Jugendreisen e. V., den weiteren Mitgliedern des Fachbeirates sowie der dwif-Consulting GmbH und dem dwif e. V., iconkids & youth international research GmbH und dem NIT – Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH für die hervorragende Zusammenarbeit.

Die fundierten Projektergebnisse können dazu beitragen, die Angebote im Bereich des Kinder- und Jugendtourismus gezielt zu verbessern – da bin ich auch aufgrund des Engagements der Beteiligten sehr zuversichtlich.

Iris Gleicke, MdB

Parlamentarische Staatssekretärin beim Bundesminister für Wirtschaft und Energie
Beauftragte der Bundesregierung für die neuen Bundesländer
Beauftragte der Bundesregierung für Mittelstand und Tourismus

Vorwort



Sehr geehrte Damen und Herren,

der vorliegende Abschlussbericht macht deutlich, dass wir von einer Erfolgsgeschichte sprechen können, wenn wir die Ergebnisse des Zukunftsprojektes betrachten. Die umfangreiche Grundlagenstudie zum Nachfrageverhalten der jungen Reisenden und zur Wirtschaftsleistung des Kinder- und Jugendtourismus nimmt als wichtiger Bestandteil des Projektes auch einen wesentlichen Platz in diesem Bericht ein. Sie werden feststellen, dass wir es beim Kinder- und Jugendtourismus in Deutschland mit einem Segment der Tourismuswirtschaft zu tun haben, das leider in vielen Regionen noch nicht entsprechend seiner Bedeutung wertgeschätzt wird. Mit den hier vorgestellten Zahlen wird sich dieses hoffentlich ändern!

Das Projekt bestand jedoch nicht nur aus der Grundlagenstudie, sondern hatte vor allem eine noch bessere Vernetzung der Anbieter des Kinder- und Jugendreisens untereinander und mit der Tourismuswirtschaft in ganz Deutschland zum Ziel. Durch die sechs seit September 2013 durchgeführten thematischen Zukunftskonferenzen konnten wir rund 300 Experten von über 120 Organisationen zu einem gezielten Austausch vernetzen. Dabei wurden Musterbeispiele guter Praxis vermittelt und es wurde der Grundstein gelegt für eine Zusammenarbeit, die sicherlich weit über die Laufzeit des Projektes hinaus Bestand haben kann.

Die Übertragung der Trägerschaft dieses Projektes an den DJH Hauptverband ist eine große Auszeichnung und ein Ausdruck des Vertrauens in die Arbeit des Deutschen Jugendherbergswerkes. Dafür möchte ich mich an dieser Stelle ganz ausdrücklich beim Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) bedanken. Mein Dank gilt ebenso den knapp zwanzig anderen Organisationen, Unternehmen und Verbänden, die als Fachbeirat gemeinsam mit uns am Erfolg des Zukunftsprojektes mitgewirkt haben. Uns ist eine Zusammenarbeit gelungen, die über die früher oft betonten Grenzen zwischen gemeinnützigen und kommerziellen Anbietern hinausgeht.

Die Resultate und Handlungsempfehlungen des Projektes konnten wir mit Hilfe des Fachbeirates bündeln und treten nun damit an Politik und Verwaltung heran. Jetzt ist also der Moment gekommen, da wir alle gezielt daran arbeiten müssen, dass der Erfolg des Projektes andauert! Denn die Marktpotenziale und Zukunftstrends des Kinder- und Jugendtourismus müssen nicht nur vom Arbeitsfeld selbst, sondern auch von der Tourismuswirtschaft und von der Politik realisiert und anerkannt werden.

Nutzen Sie die Chance und machen Sie sich mit Hilfe dieses Berichts mit den vorliegenden Ergebnissen des Zukunftsprojektes vertraut. Ich bin sicher, Sie werden viele wertvolle Anregungen erhalten und schließlich mehr denn je vom hohen Wert der Kinder- und Jugendreisen überzeugt sein!

Bernd Dohn

Hauptgeschäftsführer Deutsches Jugendherbergswerk

Einführung

Kinder- und Jugendreisen sind ein häufig unterschätzter Bereich des deutschen Tourismus!

Im Juni 2012 hat der Deutsche Bundestag den Beschluss gefasst, den Kinder- und Jugendtourismus zu unterstützen und weiter zu fördern. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) ist für die konkrete Ausgestaltung der tourismuspolitischen Forderungen zuständig und hat im September 2012 das „**Zukunftsprojekt Kinder- und Jugendtourismus**“ ins Leben gerufen. Durch das geförderte Projekt soll Deutschland als Reiseland für Kinder und Jugendliche noch besser positioniert und seine Wettbewerbsfähigkeit gesteigert werden. Das BMWi hat den Hauptverband des Deutschen Jugendherbergswerkes (DJH) mit der Trägerschaft des Projektes betraut.

Ziel des Projekts ist es, die Akteure des heterogenen Marktes in einem Netzwerk zu bündeln.

Hierdurch soll das qualitativ hochwertige Angebot der vielfältigen kommerziellen und gemeinnützigen Anbieter in Deutschland sowie im Ausland noch stärker auf die Zielgruppe ausgerichtet und intensiver vermarktet werden. Denn neben der unbestrittenen sozialen und pädagogischen Bedeutung verfügt der Bereich des Kinder- und Jugendreisens über ein enormes wirtschaftliches Entwicklungspotenzial.

Projekthalte

Als wichtige Grundlage für die Arbeit in dem Zukunftsprojekt wurde eine Analyse des Marktes zum Kinder- und Jugendtourismus in Auftrag gegeben, bei der erstmals die Wünsche und Motive der Zielgruppe genau in den Blick genommen wurden. Durch die Erstellung dieser **Grundlagenstudie** zum Nachfrageverhalten und zur Wirtschaftsleistung können sich die Anbieter bei der Optimierung ihrer Angebote nun auf zahlreiche belastbare Daten stützen. Die Ergebnisse unterstreichen die Bedeutung der Altersgruppe der 3- bis 26-Jährigen für die deutsche Tourismuswirtschaft und bilden die Basis für die Weiterentwicklung und Stärkung des Kinder- und Jugendtourismus in Deutschland.

Ein weiterer Kernbereich des Zukunftsprojekts waren die **thematischen Zukunftskonferenzen**, die zwischen September 2013 und Februar 2014 stattfanden, und die für eine bessere Vernetzung und Kooperation der Anbieter jugend-

touristischer Angebote von großer Bedeutung waren. Bei den sechs bundesweit durchgeführten Konferenzen wurden mehr als 300 Experten und Entscheider von über 120 Organisationen zusammengeführt, um gute Beispiele und Erfolgsfaktoren vorzustellen, Hindernisse herauszuarbeiten und Möglichkeiten zur Verbesserung der Rahmenbedingungen zu formulieren.

Zur Vernetzung der zahlreichen Anbieter im Kinder- und Jugendtourismus wurde für das Zukunftsprojekt ein **Fachbeirat** gegründet, der das Projekt begleitet und unterstützt und in dem sich die Vielfältigkeit der Trägerlandschaft von im Kinder- und Jugendtourismus engagierten Akteuren widerspiegelt. Als Multiplikator sichert der Fachbeirat die fortlaufende Kommunikation des Projektes in der Fachöffentlichkeit. Resultierend aus den Ergebnissen der Grundlagenstudie und der Zukunftskonferenzen konnte der Fachbeirat zudem eine Liste der wichtigsten **Handlungsempfehlungen** zum Kinder- und Jugendreisen in Deutschland entwickeln.

Zu den inhaltlichen Zielen des Projekts zählt auch der im Projektantrag formulierte Auftrag, den Aufbau eines **Internetportals** „Jugendtourismus in Deutschland“ zu prüfen. Sowohl im Rahmen der Grundlagenstudie als auch bei verschiedenen Zukunftskonferenzen wurden die Realisierbarkeit sowie die Zukunftsfähigkeit und die potenziellen Inhalte eines solchen Portals thematisiert, um anschließend mithilfe des Fachbeirats eine entsprechende Empfehlung aussprechen zu können.

Seinen **Abschluss** findet das Projekt in der öffentlichkeitswirksamen Vorstellung der Projektergebnisse sowie in der Zusammenführung der einzelnen Projektbereiche. Dies gelingt zum einen durch diesen Abschlussbericht und die zahlreichen weiteren Berichte und Dokumentationen, die auf der Projektwebsite unter www.kinder-und-jugendtourismus.de dauerhaft und ausführlich über Projekthalte und Ergebnisse informieren.

Zum anderen erfolgt eine umfangreiche Kommunikation und Präsentation der Projektergebnisse bei verschiedenen Veranstaltungen: Den Anfang machten hierbei drei Veranstaltungen im Rahmen der ITB 2014, die allesamt unter Beteiligung von Iris Gleicke, MdB, Parlamentarische Staatssekretärin beim Bundesminister für Wirtschaft und Energie, Beauftragte der Bundesregierung für die neuen Bundesländer und Beauftragte der Bundesregierung für Mittelstand und Tourismus, stattfanden. Mit insgesamt mehr als 300 Teilnehmenden erzielten diese Veranstaltungen

gen großes Interesse beim Fachpublikum der Tourismusmesse. Der Projektabschluss findet seine Fortsetzung in zwei Themenkonferenzen im Herbst 2014, die aktuelle Themen aufgreifen und das Kinder- und Jugendreisen zum einen speziell mit dem Tourismus in ländlichen Räumen, zum anderen mit dem Reformationsjubiläum bzw. der Lutherdekade in Verbindung bringen werden.

Aufbau dieses Berichts

In Anlehnung an die zentralen Inhalte des Projekts ist dieser Bericht in die drei folgenden Hauptteile untergliedert:

Erstes Kapitel zur Grundlagenstudie „Kinder- und Jugendtourismus in Deutschland“: Basierend auf dem detaillierten Ergebnisbericht zur Studie werden hier die wichtigsten Daten und Kennziffern aufgeführt, die aus der Untersuchung hervorgingen.

Zweites Kapitel zu den thematischen Zukunftskonferenzen: Vom BundesForum Kinder- und Jugendreisen e.V., das mit der Durchführung der Konferenzen betraut war, wurde eine Dokumentation zum Ablauf und zu den zentralen Erkenntnissen der Konferenzen erstellt.

Drittes Kapitel mit Handlungsempfehlungen an Politik und Verwaltung: Dieser Teil des Berichts beinhaltet insbesondere die vom Projektfachbeirat entwickelte Liste der wichtigsten Handlungsempfehlungen, die aus dem Projekt resultieren.

Vertiefende Informationen, insbesondere zu den Detailergebnissen der Grundlagenstudie sowie auch zu den Inhalten der Zukunftskonferenzen, sind als Downloads unter www.kinder-und-jugendtourismus.de abrufbar.

Grundlagenstudie „Kinder- und Jugendtourismus in Deutschland“



Hintergrund

Im Rahmen des Zukunftsprojekts wurden die dwif-Consulting GmbH und e. V. (mit Standorten in Berlin und München), die iconkids & youth international research GmbH (ebenfalls mit Sitz in München) und das NIT – Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH (Kiel) mit der Erstellung einer Grundlagenstudie zum Kinder- und Jugendtourismus in Deutschland beauftragt.

Die wichtigsten Aufgaben der Studie lauteten:

- Verbesserung der Datenlage zur **Nachfrage** im Kinder- und Jugendtourismus
- Darstellung der **Reisemotive** von Kindern und Jugendlichen
- Berechnung des **Wirtschaftsfaktors** Kinder- und Jugendtourismus in Deutschland
- Identifikation von **Trends und Erfolgsfaktoren** für die Gestaltung von Angeboten

Die Grundlagenstudie setzt sich aus verschiedenen Bausteinen zusammen:

- Teil I: Besonderheiten, Entwicklungen und Einflüsse im Kinder- und Jugendtourismus
- Teil II: Tagesausflüge und Übernachtungsreisen von Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen in Deutschland und deren wirtschaftliche Bedeutung
- Teil III: Kinder- und Jugendgruppenreisen aus der Sicht von Entscheidern
- Teil IV: Jugendtourismus: Entwicklung 2002 bis 2012 und Potenziale 2013 bis 2015
- Teil V: Kinder- und Jugendreisen aus dem Ausland
- Teil VI: Gruppendiskussionen mit Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen

Auf den folgenden Seiten finden Sie eine Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse dieser sechs Studienbausteine. Der gesamte Ergebnisbericht für alle sechs Teile steht auf der Projektwebsite unter www.kinder-und-jugendtourismus.de zum Download bereit.

In einem weiteren siebten (nicht veröffentlichten) Teil der Studie wurden Herausforderungen identifiziert und Handlungsempfehlungen entwickelt, die vom Projektfachbeirat als Grundlage beim Erarbeiten von Forderungen und Empfehlungen an Politik und Verwaltung genutzt wurden.

HINWEIS

Die Grundlagenstudie beschäftigt sich generell mit Tagesausflügen und Übernachtungsreisen von Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Alter von 3 bis 26 Jahren ohne erziehungsberechtigte Familienangehörige (also ohne Eltern oder Großeltern).

Besonderheiten, Entwicklungen und Einflüsse im Kinder- und Jugendtourismus

Im Fokus dieser Teilstudie stehen keine quantitativen Erkenntnisse, sondern vielmehr qualitative Informationen über die Besonderheiten des Marktes sowie seine Angebots- und Nachfragetrends. Die Darstellungen basieren auf Expertisen der beauftragten Marktforschungsunternehmen (dwif, NIT und iconkids&youth) sowie auf Sekundäranalysen und Experteninterviews.

Die zentralen Ergebnisse dieser Teilanalyse lauten:

Das Tourismussegment Kinder- und Jugendreisen ist durch **Besonderheiten** gekennzeichnet, die es klar vom übrigen Tourismus abgrenzen. Dazu gehören in erster Linie folgende Sachverhalte:

- **Zusammenspiel von Teilnehmenden und Entscheidern:** Bei Kinder- und Jugendreisen sind an sämtlichen Schritten vor Antritt der Reise (Information, Entscheidung, Buchung) nicht nur die reisenden Kinder und Jugendlichen, sondern auch die Eltern, Lehrer etc. beteiligt.
- **Erhöhtes Sicherheitsbedürfnis:** Da bei Kinder- und Jugendreisen oft Minderjährige ohne Eltern verreisen, herrscht ein hoher Sicherheitsanspruch.
- **Spezialisierung der Produkte:** Entsprechend den Reisearten spielen im Segment Kinder- und Jugendreisen spezielle Rahmenbedingungen wie z.B. Gruppenunterkünfte oder Programminhalte eine wichtige Rolle.

Das **Nachfragevolumen** im Tourismussegment Kinder- und Jugendreisen wird von verschiedenen Faktoren beeinflusst. Einige lassen eine negative Entwicklung vermuten, andere hingegen wirken positiv.

- **Demographische Entwicklung:** Aufgrund der abnehmenden Anzahl von Kindern und Jugendlichen wird die Zielgruppe, die entsprechende Angebote nachfragt, in Zukunft kleiner werden.
- **Wirtschaftliche Entwicklung:** Bei derzeitiger Entwicklung der wirtschaftlichen Lage wird es für Familien zum Teil schwieriger werden, Ferienfreizeiten und Klassenfahrten ihrer Kinder zu finanzieren.
- **Zunahme der Kinder mit Migrationshintergrund:** Kinder aus Familien mit Migrationshintergrund stellen noch eine große Herausforderung für den Kinder- und Jugendreisemarkt dar. Allerdings birgt diese Gruppe ein großes Nachfragepotenzial.
- **Schulpolitische Einflüsse:** Aufgrund verschiedener schulpolitischer Entscheidungen bzw. Entwicklungen ist das Nachfragevolumen bei Klassenfahrten trotz des großen Potenzials eher rückläufig.
- **Steigender Bildungstrend:** Kinder und Jugendliche aus bildungsnahen Familien reisen häufiger und wollen dabei Neues lernen.
- **Erweiterung der Jugend und Freiheitsdrang:** Kinder und Jugendliche wollen immer früher auf eigenen Beinen stehen und dementsprechend auch früher ohne Eltern verreisen.

Wie im Tourismus allgemein gibt es auch bei Kinder- und Jugendreisen auf Seiten der Nachfrager stetig **Entwicklungen, auf die der Markt reagieren muss**. Diese lauten z.B.:

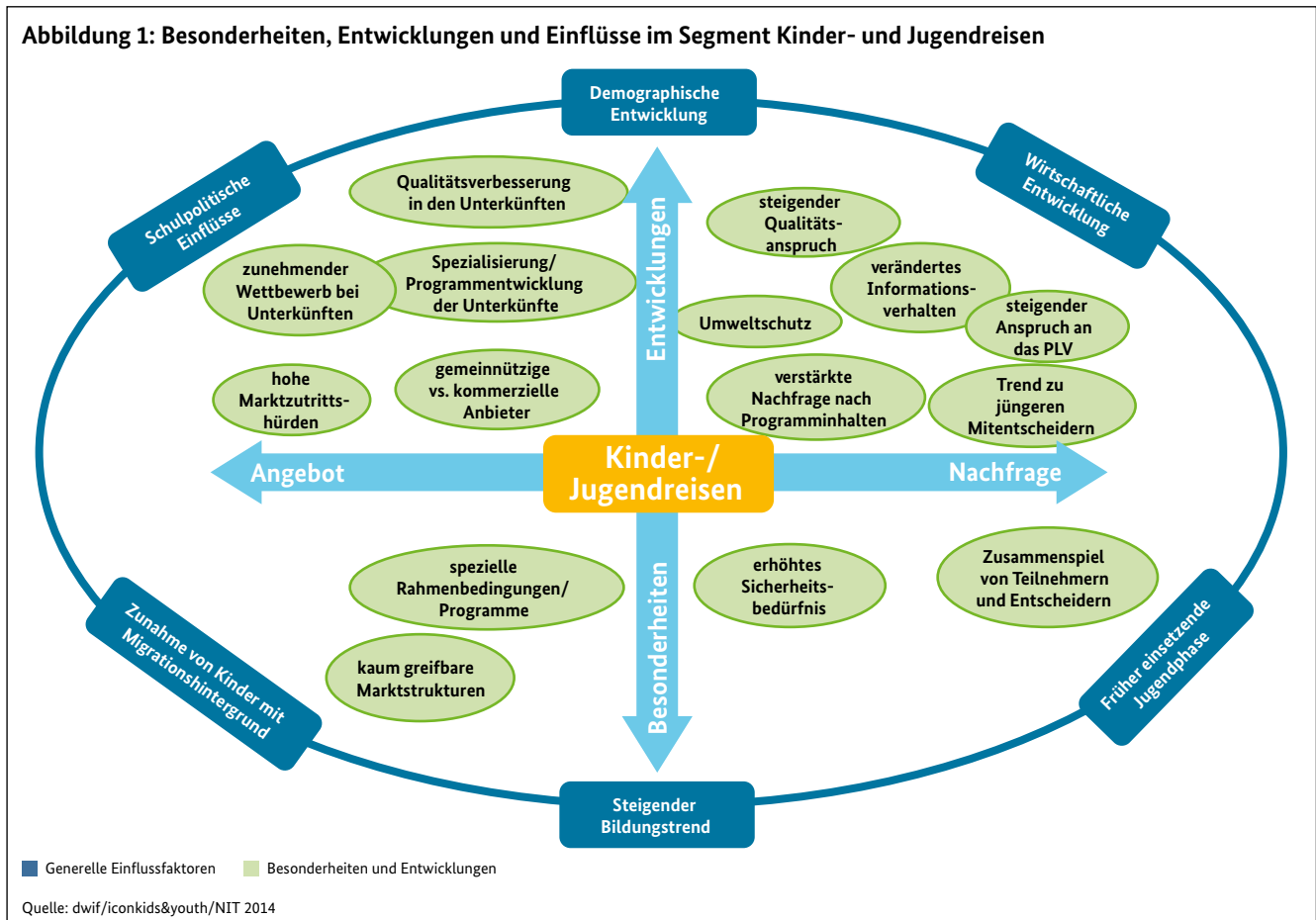
- **Trend zu jüngeren Mitentscheidern:** Bei Kinder- und Jugendreisen spielen neben den eigentlichen Teilnehmenden auch die Eltern als Entscheider eine Rolle. Die Kinder und Jugendlichen werden jedoch immer früher und auch stärker in die Reiseentscheidung mit eingebunden.
- **Verstärkte Nachfrage nach Programminhalten:** Kinder und Jugendliche wollen immer häufiger auf ihren Reisen aktiv Neues entdecken und verbinden touristische Aspekte mit dem Thema „Lernen“.
- **Verändertes Informationsverhalten:** Kinder- und Jugendreisen werden immer stärker von Internet/Social Media beeinflusst. Dies betrifft in erster Linie das Informationsverhalten, gilt bei privaten Ferienfreizeiten jedoch auch zunehmend für die Buchung.

- **Steigender Qualitätsanspruch:** Bei Kinder- und Jugendreisen ist ein steigender Qualitätsanspruch erkennbar. Neben den Ansprüchen an die Hardware einer Reise (Unterkunft, Verpflegung, Anreise etc.) werden auch Soft-Skills wie die Betreuungsqualität immer wichtiger.
- **Reiseverhalten:** Die Reismotive und -ziele im Kinder- und Jugendtourismus unterliegen keinen großen Veränderungen. Bei der Reisedauer geht der Trend zu immer kürzeren Aufenthalten.
- **Hoher Anspruch an das Preis-Leistungs-Verhältnis:** Sicherheits- und Qualitätsansprüche sowie Programminhalte auf der einen Seite und Sparzwänge auf der anderen Seite machen das Preis-Leistungs-Verhältnis bei Kinder- und Jugendreisen besonders wichtig.
- **Umweltschutz:** Umweltverträglichkeit gewinnt auch bei Kinder- und Jugendreisen an Bedeutung, ist aber noch nicht reiseentscheidend.
- **Zunehmende Wettbewerbssituation bei Unterkünften:** Durch den Markteintritt der kommerziellen Hotellerie bzw. der Hostels hat sich die Wettbewerbssituation bei Kinder- und Jugendreisen deutlich verschärft.
- **Spezialisierung/Programmentwicklung der Unterkünfte:** Zahlreiche Häuser entwickelten sich in den letzten Jahren vom reinen Beherbergungsbetrieb zum Veranstalter bzw. Programmanbieter.
- **Verbesserung der Qualität der Unterkünfte:** Bei den Beherbergungsbetrieben lässt sich ein steigendes Qualitätsniveau erkennen. Im Zuge der Qualitätsverbesserung wurden auch Zertifizierungs- und Klassifizierungssysteme entwickelt und eingeführt.
- **Hohe Markteintrittshürden auf dem Veranstaltermarkt:** Aufgrund der nach Expertenmeinung hohen Markteintrittshürden (insbesondere durch die Anforderungen im Bereich Betreuerausbildung und das hohe Sicherheitsbedürfnis) ist auf dem Veranstaltermarkt von Kinder- und Jugendreisen wenig Bewegung festzustellen.

Folgende **Trends** – die meisten davon betreffen die Beherbergungsbetriebe – lassen sich laut Experten auf der **Angebotsseite** erkennen:

Der Markt der Kinder- und Jugendreisen weist zwar einerseits Eigenheiten und Besonderheiten auf, andererseits grei-

Abbildung 1: Besonderheiten, Entwicklungen und Einflüsse im Segment Kinder- und Jugendreisen



fen aber auch die „normalen“ Entwicklungen und Marktmechanismen, die in der Tourismusbranche zu beobachten sind. Alle Akteure müssen sich nach Einschätzung der Experten zukünftig mit einer weiteren Professionalisierung des Marktes auseinandersetzen und sollten dementsprechend die eigene Professionalisierung vorantreiben.

Tagesausflüge und Übernachtungsreisen von Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen in Deutschland sowie deren wirtschaftliche Bedeutung

Dieser Teil ist ein zentraler Baustein der Grundlagenstudie. Hier wurde eine umfangreiche Primärerhebung durchgeführt mit dem Ziel, das Reiseverhalten der 3- bis 26-Jährigen detailliert und auf repräsentativer Basis zu untersuchen. Erfasst wurden dabei die Übernachtungsreisen von Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen von 3 bis 26 Jahren sowie erstmals auch die Tagesausflüge der unter 14-Jährigen. Von der Betrachtung ausgenommen sind jene Reisen, die in Begleitung von (erziehungsberechtigten) Familienangehörigen stattgefunden haben. Die Befragung der Personen erfolgte mittels einer Online-Erhebung, die im Oktober und November 2013 mit einer Stichprobengröße von 10.040 Befragten durchgeführt wurde.

Die Auswahl der Personen erfolgte nach dem sogenannten Quotenverfahren, wobei die Verteilung der Quoten auf der Grundlage der amtlichen Statistik basiert. Durch diese Quotierung wurde die Grundlage für eine Gewichtung und repräsentative Hochrechnung der Ergebnisse geschaffen. Bei den unter 14-Jährigen beantwortete ein Elternteil die Fragen im Beisein des Kindes.

Bei den Tagesausflügen der 14- bis 26-Jährigen konnte auf die Erhebungen aus der Grundlagenuntersuchung zu den „Tagesreisen der Deutschen“ zurückgegriffen werden. Diese Studie wurde durch Zuwendungen des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie, der für Tourismus zuständigen Ministerien und Senate aller Bundesländer, der dwif-Consulting GmbH sowie des ADAC e.V. finanziert und Ende 2013 abgeschlossen. Erhebungsgrundlage für diese Untersuchung war eine bevölkerungsrepräsentativ angelegte Ein-

wohnerbefragung in Deutschland. Der Stichprobenumfang lag bei 36.400 Interviews, die zwischen Mai 2012 und April 2013 durchgeführt wurden.

Tagesreisen

Begriffsdefinition: Tagesausflüge

Als Tagesausflug wird jedes Verlassen des Wohnumfeldes bezeichnet, mit dem keine Übernachtung verbunden ist und das

- nicht als Fahrt von oder zur Schule, zum Arbeitsplatz, zur Berufsausübung vorgenommen wird,
- nicht als Einkaufsfahrt zur Deckung des täglichen Bedarfs dient (z. B. Lebensmittel) und
- nicht einer gewissen Routine oder Regelmäßigkeit unterliegt (z. B. regelmäßige Vereinsaktivitäten im Nachbarort, tägliche Arztbesuche, Behördengänge etc.).

Von der Betrachtung ausgenommen sind jene Tagesausflüge, die in Begleitung von (erziehungsberechtigten) Familienangehörigen stattgefunden haben.

Tagesausflugsintensität, -häufigkeit und -volumen

- **Reiseintensität:** Von den 3- bis 13-Jährigen haben insgesamt mehr als 96 % mindestens einen Tagesausflug innerhalb der vergangenen zwölf Monate unternommen. Kinder im Kindergartenalter (3 bis 5 Jahre) sind dabei seltener aktiv als die Schulkinder zwischen 6 und 13 Jahren. Von den 14- bis 17-Jährigen unternehmen 94 % Tagesausflüge, bei den 18- bis 26-Jährigen liegt der Wert bei rund 93 %.
- **Soziodemographische Kriterien:** Mit höherer Schulbildung des Haushaltsvorstandes bzw. mit höherem angestrebten Schulabschluss des Kindes oder des Jugendlichen nimmt die Tagesreiseintensität zu. Bei steigendem Haushaltseinkommen nimmt tendenziell auch die Häufigkeit der Tagesausflüge zu. Ansonsten sind nach soziodemographischen Kriterien kaum Unterschiede festzustellen.

Abbildung 2: Tagesausflüge der 3- bis 26-Jährigen

	3- bis 13-Jährige	14- bis 26-Jährige
Einwohnerzahl der Altersgruppe in Deutschland	7,78 Mio.	11,43 Mio.
Zahl der Tagesausflüge pro Kopf und Jahr	24,5	42,2
Tagesausflüge insgesamt pro Jahr	190 Mio.	482 Mio.
Davon ins Ausland	1 %	3 %
Tagesausflüge insgesamt in Deutschland	188,0 Mio.	467,5 Mio.

Quelle: Eigene Darstellung nach dwif/iconkids&youth/NIT 2014

- **Reisehäufigkeit und Reisevolumen:** Von jedem 3- bis 13-Jährigen werden durchschnittlich zwischen 24 und 25 Tagesausflüge im Jahr durchgeführt, woraus sich in der Summe für diese Altersgruppe rund 190 Mio. Tagesausflüge pro Jahr ableiten lassen. Mit einer Tagesausflugshäufigkeit pro Kopf von über 40 ist die Altersgruppe der 14- bis 26-Jährigen die aktivste aller betrachteten Altersgruppen. Das Gesamtvolumen der Tagesausflüge von Jugendlichen zwischen 14 und 26 Jahren lässt sich auf eine Größenordnung von jährlich rund 482 Mio. bestimmen.

Tagesausflugsverhalten

- **Reiseziele:** Nur etwa 1 % der Tagesausflüge der 3- bis 13-Jährigen führen zu Reisezielen ins Ausland. Dies bedeutet, dass bei den 3- bis 13-Jährigen insgesamt rund 188 Mio. Tagesausflüge im Inland verbleiben. Bei den 14- bis 26-Jährigen liegt der Auslandsanteil bei 3 %, womit rund 467,5 Mio. Tagesausflüge in Zielgebiete im Inland führen.
- **Regionale Verteilung der Zielgebiete:** Vor allem bei der Verteilung der Tagesausflüge der 3- bis 13-Jährigen ist wegen der vergleichsweise geringen Reiseentfernung eine starke Orientierung an der Nähe des Wohnortes festzustellen. Entsprechend bedeutend als Reiseziele sind die einwohnerstarken Bundesländer. Auch bei den 14- bis 26-Jährigen verbleibt der größte Teil der Tagesausflüge – aufgrund der vergleichsweise geringen Reichweite – im Bundesland des Wohnsitzes.
- **Großstädte haben als Zielgebiet die größte Anziehungskraft:** In Städte mit mehr als 100.000 Einwohnern führen rund 53 % der Tagesausflüge.
- **Verkehrsmittel:** Da viele Tagesausflüge mit (nicht erziehungsberechtigten) Erwachsenen erfolgen, liegt der PKW als genutztes Verkehrsmittel bei den 3- bis 13-Jährigen mit 45 % an der Spitze. Knapp 23 % benutzen den ÖPNV, gefolgt vom Bus (ohne ÖPNV) mit 19 % sowie der Bahn und Fahrrad/zu Fuß mit jeweils rund 15 % (Mehrfachnennungen waren möglich). Das Auto hat auch bei den Jugendlichen und jungen Erwachsenen mit Abstand die größte Bedeutung; rund zwei Drittel aller Tagesausflüge werden mit diesem Verkehrsmittel durchgeführt. Immerhin rund zwei Fünftel der Tagesausflüge werden mit Bahn und ÖPNV (zusammen 26 %), Bus (9 %), Fahrrad oder zu Fuß (zusammen 7 %) ausgeübt.
- **Reisezeitpunkt:** Tagesausflüge werden zu allen Jahreszeiten durchgeführt. Allerdings zeigt sich bei den 3- bis 13-Jährigen ein Schwerpunkt in den Sommermonaten (rund 32 %), da den Kindern dann durch die Ferienzeit auch am meisten Zeit zur Verfügung steht. Der Sommer

ragt dabei bei allen Reisemotiven heraus. Das Frühjahr (24 %) hebt sich gegenüber dem Herbst und Winter auch noch einmal ein wenig ab. Auch die Tagesausflüge der 14- bis 26-Jährigen sind relativ gleichmäßig über das Jahr verteilt, mit leichten Spitzen von Mai bis August.

Im Wochenrhythmus zeigt sich vor allem bei den 14- bis 26-Jährigen eine klare Konzentration der Tagesausflüge auf das Wochenende. So finden mehr als drei Fünftel der Tagesausflüge dieser Altersgruppe zwischen Freitag und Sonntag statt.

- **Reisemotive:** Am häufigsten werden Tagesausflüge von den 3- bis 13-Jährigen mit dem Motiv „Besuch von Verwandten, Bekannten und Freunden“ ausgeübt, gefolgt von sportlichen Aktivitäten (z. B. Baden, Ballspiele, Radfahren, Inliner fahren, Schlittschuhlaufen, Skifahren, Rodeln). Auch in der Altersgruppe der 14- bis 26-Jährigen ist der wichtigste Beweggrund für die Durchführung eines Tagesausfluges mit deutlichem Abstand der Besuch von Verwandten, Bekannten und Freunden (rund 35 %); an zweiter Stelle rangieren Einkaufsfahrten, gefolgt von Ausflügen zur Ausübung einer speziellen Aktivität (meist Sport) sowie Veranstaltungsbesuche.
- **Reiseausgaben:** Die 3- bis 13-Jährigen geben im Durchschnitt rund 17,40 € pro Kopf und Tag bei Tagesausflügen vor Ort (ohne Fahrtkosten) aus. Die Ausgaben steigen erwartungsgemäß mit zunehmendem Alter an und sind in starkem Maße vom Hauptanlass des Tagesausfluges abhängig. Die 14- bis 26-Jährigen geben im Durchschnitt rund 28 € pro Kopf und Tag vor Ort aus. Die Ausgaben der 18- bis 26-Jährigen liegen dabei um etwa 15 % über den Ausgaben der 14- bis 17-Jährigen. Die Bandbreite reicht generell von etwa 10 € bis 15 € bei Tagesausflügen mit speziellen Aktivitäten (wie z. B. Baden, Radfahren, Sportaktivitäten) oder „Spazierfahrten“ bis hin zu Ausgaben von weit über 50 € pro Kopf bei klassischen Einkaufsfahrten.

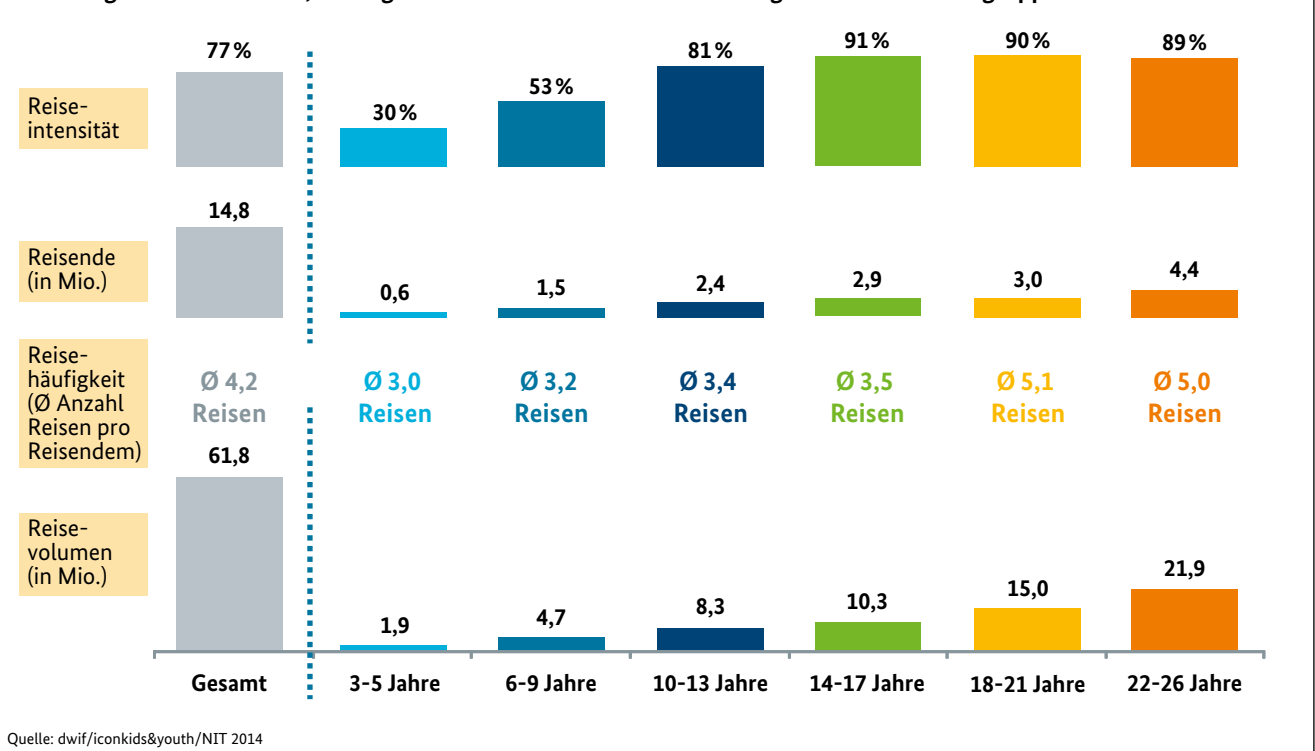
Übernachtungsreisen

Die Ergebnisse zum Übernachtungsverhalten der 3- bis 26-Jährigen basieren auf der oben beschriebenen Primärerhebung mit einer Online-Befragung, die im Oktober und November 2013 durchgeführt wurde.

Reiseintensität, -häufigkeit und -volumen der Übernachtungsreisen

- **Reisevolumen:** 14,75 Mio. Kinder und Jugendliche haben im Zeitraum Oktober 2012 bis September 2013 mindestens eine Reise mit mindestens einer Übernachtung ohne Eltern/Großeltern gemacht. Jeder Reisende machte

Abbildung 3: Reiseintensität, -häufigkeit und -volumen bei Übernachtungsreisen nach Altersgruppen



durchschnittlich 4,2 Reisen, insgesamt sind das **knapp 62 Mio. Reisen**.

- **Reiseintensität:** Das Alter übt einen entscheidenden Einfluss auf die Reisetätigkeit ohne Eltern aus. Die Reiseintensität liegt bei den 3- bis 5-Jährigen noch bei 30%, steigert sich dann kontinuierlich und stagniert dann ab einem Alter von 14 bis 17 Jahren bei etwa 90%.
- **Reisehäufigkeit:** Die Anzahl der Reisen ohne Eltern steigt mit zunehmendem Alter ebenfalls deutlich an – von durchschnittlich drei Reisen der 3- bis 5-Jährigen bis zu durchschnittlich fünf Reisen bei den jungen Erwachsenen.
- **Soziodemographische Kriterien:** Je höher die Schulbildung des Haushaltsvorstandes ist, desto häufiger verreisen die Kinder und Jugendlichen ohne Eltern/Großeltern. Je nach Einkommen des Haushaltsvorstandes (das im Übrigen stark mit der Schulbildung des Haushaltsvorstandes korreliert) schwankt die Reiseintensität zwischen 72% und 84%. Die Kinder und Jugendlichen aus den beiden untersten Einkommensstufen haben die niedrigste Reiseintensität, Kinder aus den beiden oberen Einkommensstufen die höchste.
- **Quellmärkte:** Bei Kindern und Jugendlichen aus Großstädten mit 100.000 und mehr Einwohnern lässt sich die höchste Reiseintensität und -häufigkeit messen, in kleinen Orten die niedrigste. Kinder und Jugendliche aus den Stadtstaaten haben die höchste Reiseintensität und

die mit Abstand höchste Reisehäufigkeit. Aufgrund der höheren Bevölkerungszahlen werden die meisten Kinder- und Jugendreisen aber in NRW und Bayern generiert.

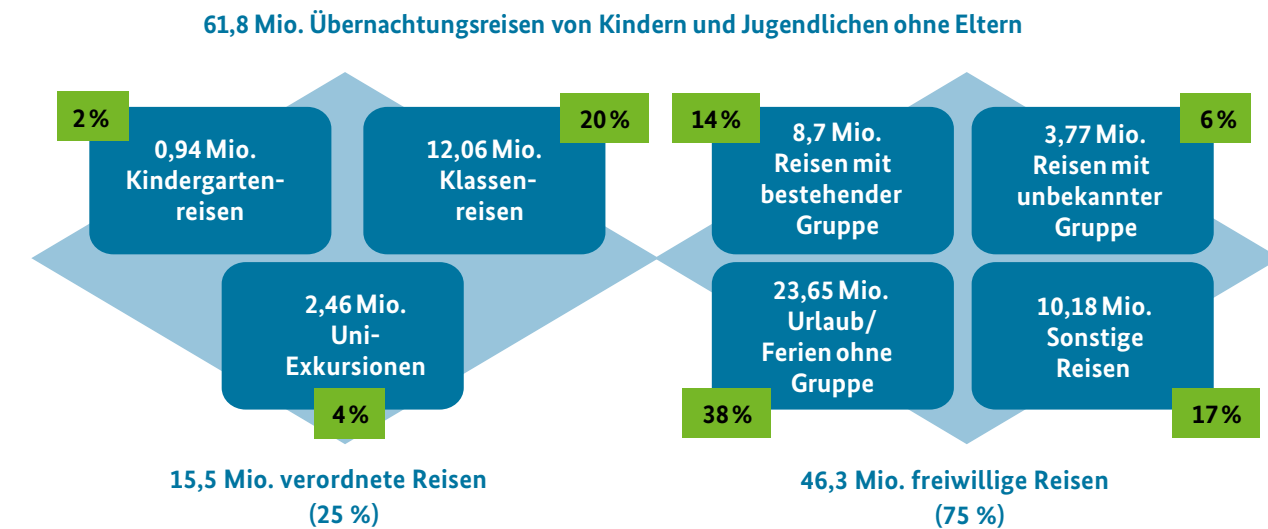
Reiseverhalten bei Übernachtungsreisen

- **Unterscheidung nach Reisetyp:** In der Online-Erhebung wurde auf Wunsch des Projektfachbeirats nach insgesamt sieben verschiedenen Reisetypen differenziert. Neben „verordneten“ Reisen wie z. B. Schulfahrten oder Uni-Exkursionen wurden dabei auch Reisen mit einer bestehenden Gruppe (wie z. B. Vereinsausflüge, Trainingslager oder Chorfreizeiten) von Reisen mit einer unbekanntem Gruppe (z. B. bei Buchung über einen Reiseveranstalter) abgegrenzt.

Die Auswertung zeigt:

- Jeder Zweite der 3- bis 26-jährigen Befragten hat mindestens eine Klassenreise, Uni-Exkursion oder Kindergartenreise gemacht.
- 22% der Befragten haben eine Urlaubs- bzw. Feriendreise mit einer bestehenden Kinder- oder Jugendgruppe angetreten.
- 11% sind mit einer zuvor unbekanntem Kinder- oder Jugendgruppe verreist.
- 47% haben eine Urlaubsreise ohne Gruppe unternommen.
- 23% haben eine sonstige Reise gemacht.

Abbildung 4: Übersicht über Volumen und Marktanteile verschiedener Reisetypen



Quelle: dwif/iconkids&youth/NIT 2014

- Reisevolumen nach Reisetyp:** Hochgerechnet auf den Bevölkerungsanteil der 3- bis 26-Jährigen gab es im Betrachtungszeitraum insgesamt **15,5 Mio. „verordnete“ Reisen** (12,1 Mio. Klassenreisen, 2,5 Mio. Uni-Exkursionen und 0,9 Mio. Kindergartenreisen) und **46,3 Mio. freiwillige Reisen** (23,7 Mio. Urlaube ohne Gruppe, 8,7 Mio. Reisen mit bestehender Gruppe, 3,8 Mio. Reisen mit unbekannter Gruppe und 10,2 Mio. sonstige Reisen).
- Reiseintensität:** Die spezifische Reiseintensität wird u. a. durch das **Alter** der Kinder beeinflusst. Besonders auffällig ist dies bei den Urlaubsreisen ohne Gruppe und bei den sonstigen Reisen, die jeweils deutlich häufiger von 14- bis 26-Jährigen unternommen wurden. Interessant ist die Beobachtung, dass die Reiseintensität und auch die Reishäufigkeit der Kinder und Jugendlichen mit **Migrationshintergrund** bei allen untersuchten Reisetypen mindestens so hoch wie die ihrer Altersgefährten ohne Migrationshintergrund ist – und teilweise sogar noch höher (vor allem bei den sonstigen Reisen, aber z. B. auch bei Klassenreisen).¹
- Reiseziele:** Durchschnittlich etwa zwei Drittel der Kinder- und Jugendreisen führen zu einem Ziel im Inland, bei etwa 34% der Reisen liegt das Ziel im Ausland. Urlaubsreisen ohne Gruppe führen am häufigsten ins Ausland.
 - Nicht nur der Reisetyp beeinflusst die Auswahl des Reiseziels (siehe Abbildung), sondern auch das Alter der Reisenden spielt eine Rolle. 88% der Reisen von

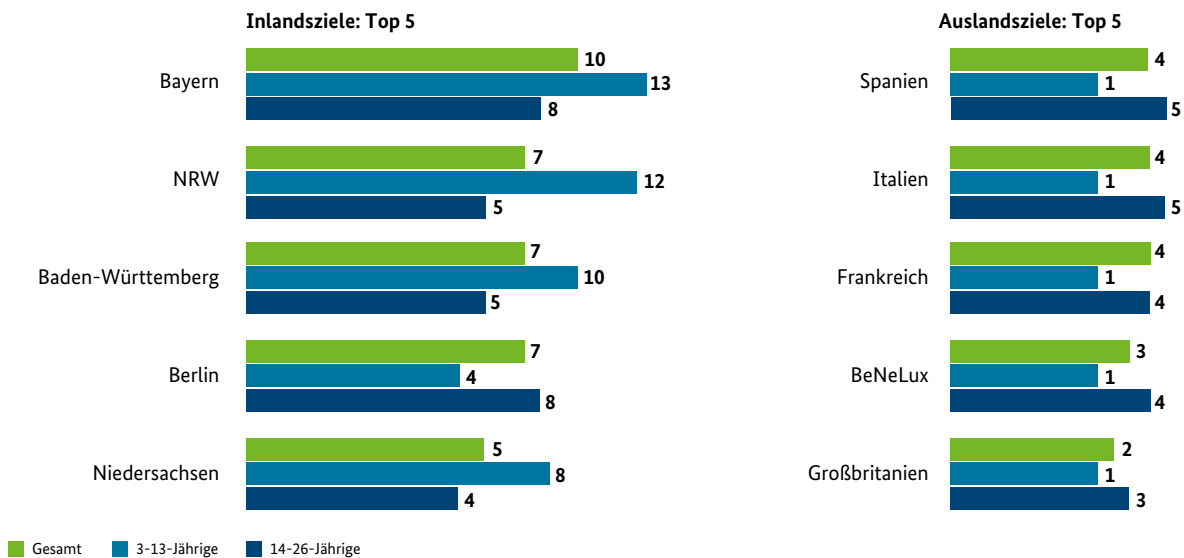
Abbildung 5: Inlandsanteile bei den Übernachtungsreisen der 3- bis 26-Jährigen



Quelle: Eigene Darstellung nach dwif/iconkids&youth/NIT 2014

¹ Es ist jedoch möglich, dass die gewählte Befragungsmethode die Realität an dieser Stelle nur unzureichend abbilden vermag, weil vermutlich insbesondere gut integrierte Migranten und deren Kinder an einem Online-Panel teilnehmen.

Abbildung 6: Gewählte Reiseziele nach Alter in Prozent



3- bis 13-Jährigen führen zu einem Ziel im Inland, während dies nur bei 59% der Reisen von 14- bis 26-Jährigen der Fall ist.

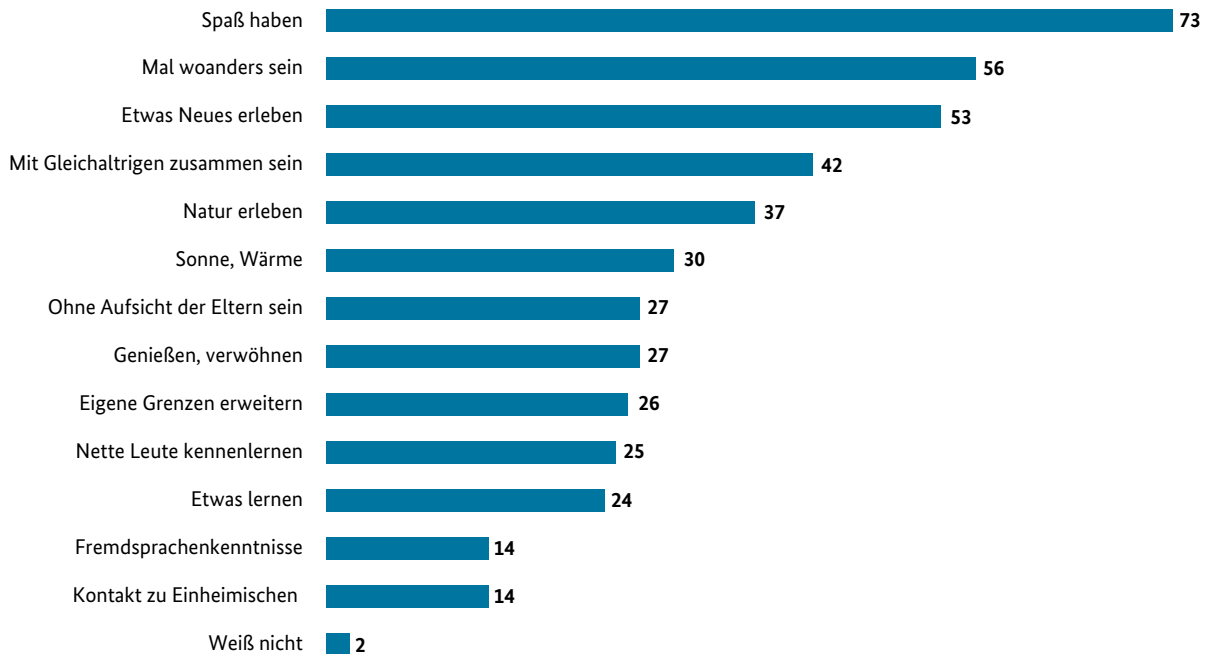
- Beliebteste Ziele aller **Inlandsreisen** sind Bayern, NRW, Baden-Württemberg und Berlin. Reisen von 3- bis 13-Jährigen führen tendenziell besonders häufig zu nahe gelegenen Zielen (dadurch liegt das bevölkerungsreiche NRW auch in der Spitzengruppe), auf Jugendliche und junge Erwachsene übt Berlin einen speziellen Reiz aus.
- Bei den **Auslandsreisen** liegen Spanien, Italien und Frankreich als beliebteste Reiseziele an der Spitze.
- **Reiseantritt:** Kinder- und Jugendreisen haben eine relativ ausgewogene Saisonalität und finden zu allen Jahreszeiten statt. Die Betrachtung der einzelnen Monate zeigt, dass die meisten Kinder- und Jugendreisen im Oktober stattfinden.
- **Reisedauer:** Kinder- und Jugendreisen dauern im Schnitt eine Woche, wobei sich große Unterschiede je nach Reisetyp ergeben (siehe Abbildung 7). 44% der Kinder- und Jugendreisen sind Kurzreisen mit maximal vier Tagen Aufenthalt. Der Anteil der Reisen mit längerer Verweildauer ist bei den älteren Reisenden (ab 14 Jahren) erwartungsgemäß höher als bei den Jüngeren.
- **Reiseausgaben:** Pro Übernachtungsreise der 3- bis 26-Jährigen im In- und Ausland werden im Durchschnitt für den Aufenthalt 375 Euro ausgegeben. Fahrtkosten für den Transfer sind – soweit sie nicht in den Ausgaben für die Pauschale enthalten sind – hierbei nicht berücksichtigt. Das Ausgabeverhalten der 3- bis 26-Jährigen zeigt starke Unterschiede in Abhängigkeit vom Reiseanlass (z.B. höchste Ausgaben für Urlaubs- oder Ferienreisen ohne Gruppe) und von der gewählten Unterkunftsart.

Abbildung 7: Reisedauer bei den Übernachtungsreisen: Durchschnitt in Tagen



Quelle: Eigene Darstellung nach dwif/iconkids&youth/NIT 2014

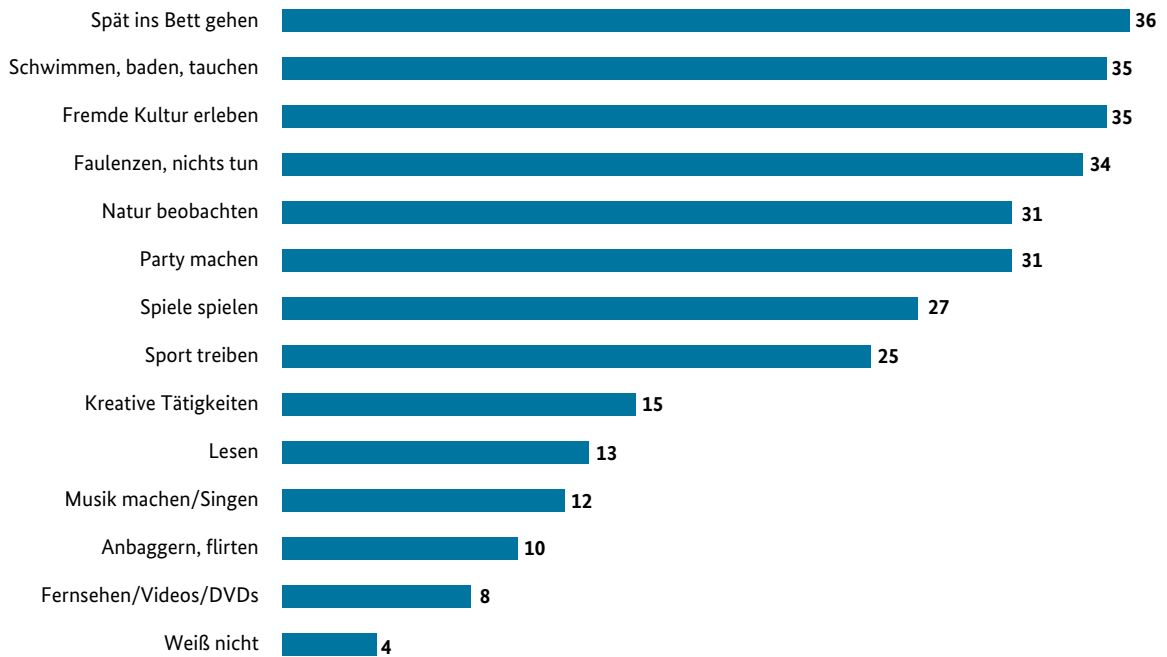
Abbildung 8: Reisemotive der 3- bis 26-Jährigen in Prozent



Quelle: Eigene Darstellung nach dwif/iconkids&youth/NIT 2014

- Reiseentscheidung:** Zwei Drittel der Kinder und Jugendlichen haben sich selbst für die Teilnahme an der Reise entschieden bzw. waren an der Entscheidung beteiligt. Grundsätzlich gilt: Je jünger der Reisende, desto häufiger wird die Entscheidung nicht (nur) von ihm allein, sondern (auch) von anderen getroffen.
- Reiseorganisation:** Jede Zweite der berichteten Kinder- und Jugendreisen wurde durch einen gemeinnützigen oder kommerziellen Veranstalter organisiert. Die andere Hälfte der Reisen ohne Begleitung von Eltern wurde individuell, d.h. bei den 14- bis 26-Jährigen meist von den Reisenden selbst, oft aber auch von den Eltern oder anderen Mitreisenden (wie Erziehern oder Lehrern) organisiert.
- Reisemotive:** Auf Reisen möchten Kinder und Jugendliche vor allem Spaß haben. Ebenfalls wichtig ist es für sie, mal woanders zu sein und Neues zu erleben – gerne mit Gleichaltrigen und unbeobachtet von den Eltern. Die beiden letztgenannten Punkte sind dabei für die 3- bis 13-Jährigen besonders wichtig. 14- bis 26-Jährige legen zusätzlich großen Wert auf warme Temperaturen und möchten oft auch genießen bzw. verwöhnt werden.
- Reiseaktivitäten:** Unabhängig vom Alter möchten fast alle Kinder und Jugendlichen auf ihren Reisen lange wach bleiben und baden – bei den sonstigen Aktivitäten gibt es große Unterschiede zwischen den Altersgruppen und den Geschlechtern. Kinder favorisieren Spiel, Sport, Kreatives und Naturerlebnisse; Jugendliche und junge Erwachsene legen auf der einen Seite mehr Wert auf kulturelle Erlebnisse, freuen sich aber auch über Zeit zum Faulenzen und Nichtstun. Mädchen interessieren sich stärker für fremde Kulturen und Bücher, Jungs legen mehr Wert auf Sport und Flirten.
- Reisebegleitung:** 11% der Kinder- und Jugendreisen finden ohne Begleitung, 89% mit Begleitung statt.
- Verkehrsmittel:** Bus und Pkw liegen mit jeweils knapp 40% an der Spitze, Bahn und Flugzeug folgen mit Marktanteilen von 22% bzw. 17%. Kinder reisen häufiger mit dem Bus, 14- bis 26-Jährige vergleichsweise oft mit dem Flieger. Fast jede zweite Auslandsreise ist eine Flugreise, auf Inlandsreisen werden neben dem Pkw häufig Bus und Bahn genutzt.
- Unterkunft:** Kinder übernachten bei ihren Reisen vor allem in Gruppenunterkünften (insbesondere in Jugendherbergen und Schullandheimen), Jugendliche und junge Erwachsene häufig auch im Hotel. Auf jeder zweiten Inlandsreise werden Gruppenunterkünfte genutzt, im Ausland dominiert die Unterbringung in der Hotellerie.
- Reisearten:** Ausruh-, Erlebnis- und Strandurlaube liegen mit Anteilen von jeweils ca. 20% an der Spitze der langen Liste mit Reisearten, die den Befragten zur Verfügung stand, um eine ihrer freiwilligen Reisen zu beschreiben. Weitere beliebte Reisearten der jungen Reisenden sind

Abbildung 9: Aktivitäten der 3- bis 26-Jährigen bei Übernachtungsreisen in Prozent

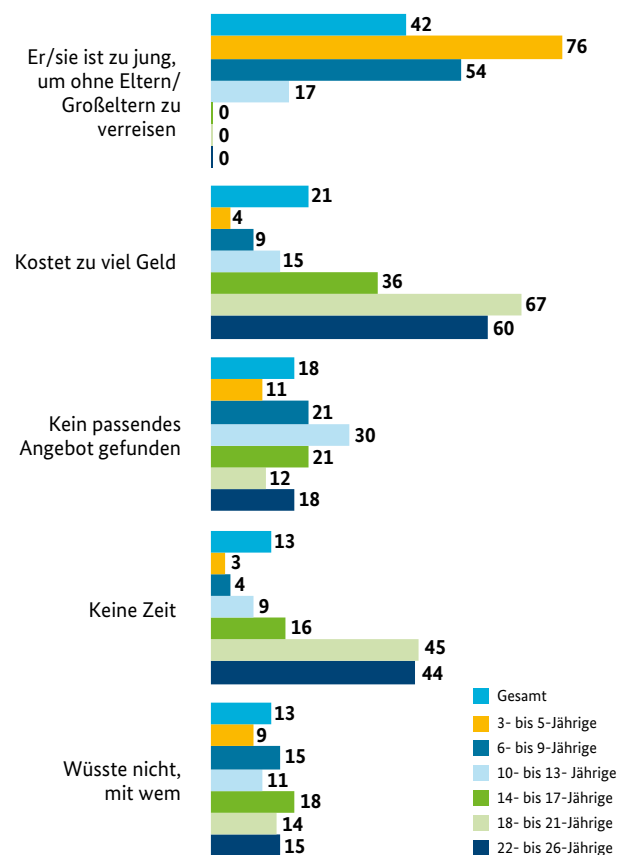


Quelle: Eigene Darstellung nach dwif/iconkids&youth/NIT 2014

Städtereisen, Besuchsreisen, Natur- und Aktivurlaube. Von den 14- bis 26-Jährigen werden mehr Reisearten genannt als von 3- bis 13-Jährigen. Außerdem fällt auf, dass Auslandsreisende im Durchschnitt mehr Reisearten nennen als Inlandsreisende, d. h. im Ausland wird mehr in eine Reise „hineingepackt“.²

- **Nicht-Reisende:** Ein knappes Viertel (23 %) der 19,21 Mio. 3- bis 26-Jährigen hat während des Befragungszeitraums (Oktober 2012 bis September 2013) **keine** Übernachtungsreise ohne Begleitung ihrer Eltern oder Großeltern gemacht (rund 4,4 Mio. Nicht-Reisende).
- **Gründe der Daheimgebliebenen:** Bei Kindern im Vorschul- und Grundschulalter stellt die Einschätzung der Eltern, die Kinder seien noch zu jung für Übernachtungsreisen ohne Eltern oder Großeltern, mit Abstand die größte Reisebarriere dar. Bei den 10- bis 13-Jährigen hingegen äußert knapp ein Drittel der Eltern die Meinung, sie hätten für ihre Kinder kein passendes Reiseangebot gefunden. In der Altersgruppe der 14- bis 17-Jährigen meint ein gutes Drittel (36 %), das Reisen sei zu teuer. Bei den 18- bis 26-Jährigen geben sogar bis zu zwei Drittel der Nicht-Reisenden den Grund an, dass

Abbildung 10: TOP 5 der Gründe, nicht zu reisen, nach Altersgruppen in Prozent



Quelle: Eigene Darstellung nach dwif/iconkids&youth/NIT 2014

2 Detaillierte Beschreibungen zum Reiseverhalten auf ausgewählten Reisearten finden sich in Teil II des Ergebnisberichts der Grundlagenstudie, der unter www.kinder-und-jugendtourismus.de zum Download bereitsteht.

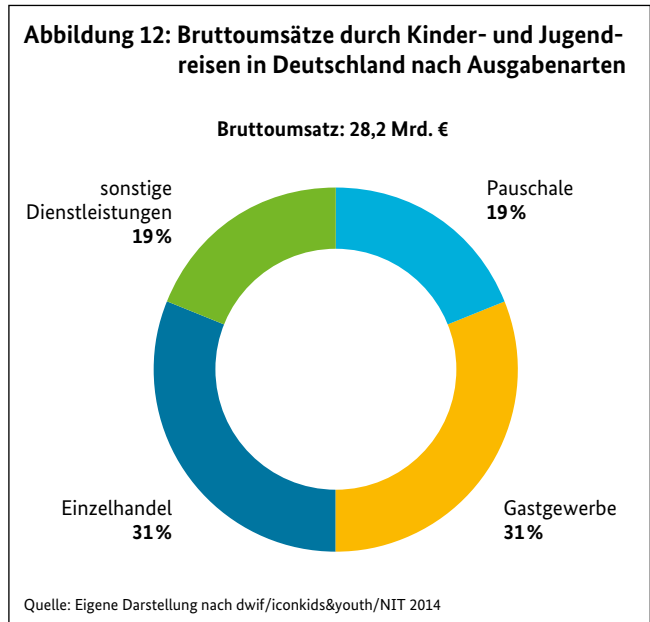
Reisen zu viel Geld kostet. Auffallend viele junge Erwachsene nennen außerdem mangelnde Zeit als ein weiteres wichtiges Hindernis, warum sie keine Übernachtungsreise unternommen haben.

- **Umweltschutz:** Wenn es darum geht, eine Reise möglichst umweltverträglich zu gestalten, sind die Nutzung von Bus/Bahn, der Verbrauch regional produzierter, saisonaler Lebensmittel/Getränke und die Wahl eines nahegelegenen Reiseziels für die Befragten die wichtigsten Aspekte.
- **Informationsquellen:** Bei allen Befragungsgruppen ist zu beobachten, dass bei der Suche nach Reisezielen bzw. Reiseangeboten sowohl Online-Informationsquellen als auch Offline-Informationsquellen genutzt werden. Jugendliche und junge Erwachsene nutzen dabei für ihre eigenen Reisen deutlich häufiger Online-Informationsquellen als Eltern für die Reisen ihrer Kinder. Im Offline-Bereich spielen vor allem persönliche Empfehlungen und Auskünfte eine große Rolle.

Wirtschaftsfaktor Kinder- und Jugendreisen in Deutschland

Bruttoumsätze: Basis für alle Berechnungen zur Einschätzung des ökonomischen Stellenwertes des Kinder- und Jugendtourismus in Deutschland ist der Bruttoumsatz. Dieser ergibt sich aus der Multiplikation der Gesamtzahl der Tages- und Übernachtungsreisen der 3- bis 26-Jährigen in Deutschland mit den durchschnittlichen Ausgaben je Reise. In den inländischen Zielgebieten werden folglich **Bruttoumsätze in Höhe von rund 28,2 Mrd. €** bewirkt.

- **Ausgabenstruktur:** Bei der Aufteilung der Bruttoumsätze nach Wirtschaftszweigen zeigt sich eine klare Rangordnung. In etwa gleichem Maße profitieren das Gastgewerbe und der Einzelhandel (rund 31%). Wiederum von etwa gleich großer Bedeutung sind die Ausgaben für Pauschalleistungen und für sonstige Dienstleistungen (jeweils rund 19%).
- **Nettoumsätze:** Nach Abzug der Mehrwertsteuer (rund 3,2 Mrd. €) lässt sich ein Nettoumsatz in Höhe von etwa 25 Mrd. € ableiten.



- **Einkommenswirkungen:** Insgesamt resultieren aus den Kinder- und Jugendreisen in Deutschland Einkommen (Löhne, Gehälter und Gewinne) **in Höhe von 13,3 Mrd. €**. Von diesen Einkommenswirkungen entfallen 62,4% auf die 1. Umsatzstufe und 37,6% auf die 2. Umsatzstufe. Die Einkommen durch Kinder- und Jugendreisen in Höhe von rund 13,3 Mrd. € entsprechen einem relativen Beitrag der Kinder- und Jugendreisen zur Entstehung des gesamten Volkseinkommens in der Bundesrepublik Deutschland von rund 0,7%.
- **Beschäftigungseffekt:** Eine verlässliche Zahl aller Arbeitsplätze, die von den Kinder- und Jugendreisen abhängig sind, lässt sich – wegen der Vielzahl davon profitierender Wirtschaftszweige und den dort anzutreffenden komplexen Strukturen – kaum ermitteln. Vor diesem Hintergrund wurde ein **Beschäftigungsäquivalent von rund 550.000 Beziehern** eines durchschnittlichen Volkseinkommens pro Kopf durch Kinder- und Jugendreisen in Deutschland berechnet. Die Wirkungen durch die Verkehrsleistungen für den Transfer zwischen Quell- und Zielgebieten sind hierbei nicht berücksichtigt.

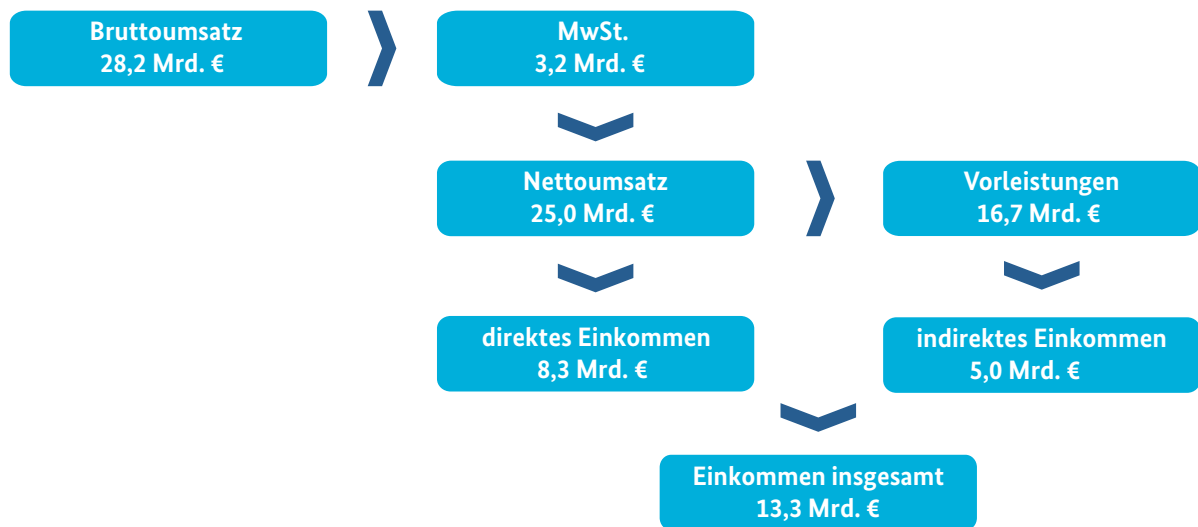
Abbildung 11: Bruttoumsätze durch Kinder- und Jugendreisen in Deutschland

Segment	Volumen in Mio.	X	Ausgaben pro Kopf und Reise in €	=	Bruttoumsatz insgesamt in Mrd. €
Übernachtungsreisen	40,75	X	298,-	=	12,1
Tagesausflüge der 3- bis 13-Jährigen	188,0	X	17,40	=	3,3
Tagesausflüge der 14- bis 26-Jährigen	467,5	X	27,40	=	12,8
Insgesamt	696,25	X	40,50	=	28,2

Quelle: Eigene Darstellung nach dwif/iconkids&youth/NIT 2014

- **Reisekosten für die Hin- und Rückreise:** Bei öffentlichen und privaten Verkehrsmitteln, Herstellern von touristisch nutzbaren Fahrzeugen aller Art und einer ganzen Reihe von Dienstleistern (z. B. Tankstellen, Versicherungen) werden zusätzlich durch die Reisen der 3- bis 26-Jährigen zu Zielgebieten im Inland Umsätze in Höhe von 10,0 Mrd. € generiert.
- **Gesamtumsatz in Deutschland:** Insgesamt resultiert folglich aus den Tages- und Übernachtungsreisen der 3- bis 26-Jährigen in Deutschland (ohne erziehungsberechtigte Familienangehörige) ein **Gesamtumsatz von 38,2 Mrd. €**.
- **Ausland:** Durch Kinder- und Jugendreisen ins Ausland werden zusätzlich Umsätze in Höhe von 13,64 Mrd. € getätigt, wovon mindestens rund 1,84 Mrd. € auf Fahrtkosten entfallen.
- **Insgesamt:** Das bedeutet, dass durch das Reiseverhalten der 3- bis 26-Jährigen aus Deutschland (ohne erziehungsberechtigte Familienangehörige) **Bruttoumsätze im In- und Ausland von rund 52 Mrd. € inkl. Fahrtkosten** entstehen.

Abbildung 13: Einkommenswirkungen durch Kinder- und Jugendreisen im Inland



Quelle: dwif/iconkids&youth/NIT 2014

Wichtige Eckdaten zum Wirtschaftsfaktor Kinder- und Jugendreisen in Deutschland

- rund **696,25 Mio.** Übernachtungsreisen und Tagesausflüge der 3- bis 26-Jährigen innerhalb Deutschlands
- rund **28,2 Mrd. €** touristische Bruttoumsätze in den inländischen Zielgebieten
- Einkommenseffekte: **13,3 Mrd. €**
- zusätzlich rund **10,0 Mrd. €** touristische Bruttoumsätze aus Verkehrsleistungen
- zusätzlich rund **13,6 Mrd. €** touristische Bruttoumsätze durch Outgoing-Reisen inkl. Fahrtkosten
- das bedeutet in der Summe Bruttoumsätze im In- und Ausland von rund **52 Mrd. €** inkl. Fahrtkosten

... Jugendliche sind die reisefreudigste Zielgruppe!



Kinder- und Jugendgruppenreisen aus der Sicht von Entscheidern

Begriffsdefinition „Entscheider“:

In vielen Fällen liegt die Entscheidung für eine bestimmte Reise bzw. für die inhaltliche Gestaltung der Reise nicht in der Hand der jungen Reisenden, sondern in der Hand von Lehrern, Übungsleitern und anderen Erwachsenen, die wir im Folgenden als „Entscheider“ bezeichnen. Oftmals sind das diejenigen, die die Reise dann auch begleiten.

Dieser Teilbereich der Grundlagenstudie wurde vom NIT auf Basis der Beiträge einer für diese Zwecke eingerichteten Online-Community bearbeitet. Er beschäftigt sich mit Kinder- und Jugendgruppenreisen aus der Sicht von Entscheidern, also Lehrern und anderen Personen, die für die Organisation und Planung solcher Reisen zuständig sind. Dargestellt werden ausschließlich qualitative Ergebnisse, d.h. es werden keine Aussagen zum Volumen oder zu Mengenteilen gemacht.

Die Ergebnisse lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Bei der **Organisation** von Kinder- und Jugendgruppenreisen kann zwischen Wiederholern (haben eine Standardreise), Kopierern (profitieren stark von den Erfahrungen anderer) und Ausprobierern (organisieren jedes Mal eine neue Reise) unterschieden werden.
- Es wird deutlich, dass Kinder- und Jugendgruppenreisen nur selten von einer Person allein, sondern oft **im Team organisiert** werden. In die Organisation und Planung werden vor allem mitreisende Betreuer, teilweise auch die Teilnehmenden, eingebunden (insbesondere bei der Gestaltung der Aktivitäten vor Ort). Bei der Information spielt das Internet eine herausragende Rolle, wird aber durch persönliche Erfahrungsberichte anderer Entscheider und schriftliches Infomaterial (z. B. Reiseführer) ergänzt. Wer professionelle Hilfe in Anspruch nimmt, lässt sich gerne von einem Spezialreiseveranstalter (z. B. für Klassenfahrten) helfen, Reisebüros werden nur selten genutzt.

Abbildung 14: Screenshot der Online-Community

The screenshot shows the QDC Studio 7 interface for the 'Grundlagenstudie Kinder- und Jugendtourismus' project. The page is organized into several sections:

- Navigation:** A sidebar on the left contains links for 'Dashboard', 'Bordbuch', 'PROJEKT' (Verlauf, Ergebnisse, Suche, Profile, Aktivität, Bundschreiben), 'MODERATION' (Blog, Album, Forum, Chat, Whiteboard), and 'SONSTIGES' (Handbuch, Optionen, Sicherung, Beenden).
- Header:** Includes 'QDC Studio 7' and utility links like 'Smartphone-Vorschau', 'Desktop-Vorschau', 'Formular-Check', and 'Zurück zum Verlauf'.
- Main Content:**
 - Herzlich Willkommen @@@@ALIAS!:** A welcome message with a 'Bearbeiten' button.
 - Mein Profil:** A section for users to edit their profile.
 - Forum:** A section for discussion, with a 'Video bearbeiten' button.
 - Chat:** A section for chat history, mentioning a discussion on a comprehensive internet platform for children and youth tourism.
 - Mein Blog:** A section for users to report their latest children's or youth trips.
 - Fragebogen:** A section for users to answer a survey.
 - FAQ:** A section for users to find answers to common questions.
- Moderator Introduction:** A section titled 'Ihre Moderatorin' featuring a photo of Bente, a 39-year-old tourism researcher from Schleswig-Holstein, who has organized and accompanied numerous children's and youth trips.

- Auch wenn die Organisation von vielen Entscheidern (insbesondere von Lehrern) als anstrengend erlebt wird, werden Kinder- und Jugendgruppenreisen sehr positiv bewertet und als schöne Tradition mit spürbarer Auswirkung auf das Gemeinschaftsgefühl der Gruppe bezeichnet. In der Regel machen die Kinder- und Jugendgruppenreisen auch den mitreisenden Betreuern Spaß.
- Die Diskussion im Online-Forum liefert Hinweise auf folgende **Herausforderungen und Schwierigkeiten**:
 - **Inklusion**, d. h. Teilhabe aller gesellschaftlichen Gruppen: Um auch Kindern und Jugendlichen aus finanziell schlechter gestellten Familien die Teilnahme ermöglichen zu können, muss das Budget für eine Gruppenreise relativ niedrig sein. Ein geringes Budget schränkt den Entscheider bei der Organisation der Reise ein und führt dazu, dass die Reisekosten zum vorrangigen Entscheidungskriterium werden. Staatliche Fördermöglichkeiten für Schulfahrten bzw. ältere Kinder sind bekannt und werden auch genutzt, in den Kindergärten fehlt jedoch ein solches Angebot. Weitere Herausforderungen, die genannt werden, sind die Teilhabe von Kindern und Jugendlichen mit Behinderung sowie die Berücksichtigung besonderer Verpflegungswünsche (aus gesundheitlichen oder religiösen Gründen).
 - **Begleitpersonen** sind sehr wichtig, auch um der Aufsichtspflicht hinreichend nachzukommen; sie sind teilweise aber schwer zu finden bzw. zu motivieren. Bei Klassenfahrten liegt dies auch daran, dass die Lehrer für die Reisekosten selbst aufkommen müssen, und dass die mitreisenden Lehrer/Referendare als Lehrkraft für die restlichen Klassen ausfallen (Belastung für die Daheimgebliebenen). Denkbar wäre, zukünftig Lehramts- und Pädagogik-Studenten als zusätzliche Begleitpersonen einzusetzen.
 - **Versicherungen**: Die beteiligten Entscheider stellen sich die Frage, ob eine Reiserücktrittsversicherung obligatorischer Bestandteil einer Kinder- und Jugendgruppenreise sein sollte (weil durch den krankheitsbedingten Ausfall eines Betreuers die gesamte Gruppe die Reise nicht antreten kann). Darüber hinaus ist einzelnen Entscheidern nicht klar, ob die Teilnehmenden von Klassenreisen über den nötigen Auslandskrankenschutz verfügen.
 - **Interne und externe Störungen**: Als Herausforderung wird der Umgang mit Teilnehmenden erlebt, die sich nicht an die Regeln halten (z. B. überhöhter Alkoholkonsum). Aber auch eine mangelhafte Ausstattung der Unterkunft oder Personen, die nicht zur Gruppe gehören (Personal, andere Gruppen), können einen negativen Einfluss auf Kinder- und Jugendgruppenreisen haben.
- Relevanz des Themas **Umweltschutz**: Für einen Teil der Entscheider sind umweltverträgliche Reisen zwar interessant, das Thema wird aber von Teilnehmenden und Eltern nur selten angesprochen und tritt nach Meinung der Beteiligten häufig bei der Planung der Reise in den Hintergrund. Wie die Erzählungen einzelner engagierter Entscheider zeigen, spielt deshalb die persönliche Einstellung desjenigen, der die Reise organisiert, eine große Rolle. Wer umweltverträgliche Kinder- und Jugendgruppenreisen fördern möchte, muss die Entscheider für sich gewinnen.
- Eine übergreifende **Internetplattform** für Kinder- und Jugendreisen stößt bei einigen (aber längst nicht bei allen) Entscheidern auf Interesse. Folgende Inhalte wären interessant: 1. Organisationshilfen, 2. Informationen über touristische Angebote für Kinder- und Jugendgruppen und 3. Erfahrungsaustausch mit anderen Entscheidern bzw. Kinder- und Jugendgruppen. Zielgruppe wären insbesondere die Entscheider. Es wird jedoch für fraglich gehalten, ob das Bundeswirtschaftsministerium der „Absender“ einer solchen Seite sein sollte.

Jugendtourismus: Entwicklung 2002 bis 2012 und Potenziale 2013 bis 2015

Der Ergebnisbericht zu diesem Teilbereich der Grundlagenstudie wurde vom NIT auf **Basis von Daten der Reiseanalyse³** erstellt und beschäftigt sich mit der Entwicklung der Urlaubsreiseintensität und -häufigkeit junger Menschen im Alter von 14 bis 26 Jahren sowie mit deren Interesse an Reisezielen und Urlaubsformen. Einige aufschlussreiche Ergebnisse werden hier zusammenfassend wiedergegeben.

Soziodemographische Kriterien, Urlaubsreiseintensität und -häufigkeit

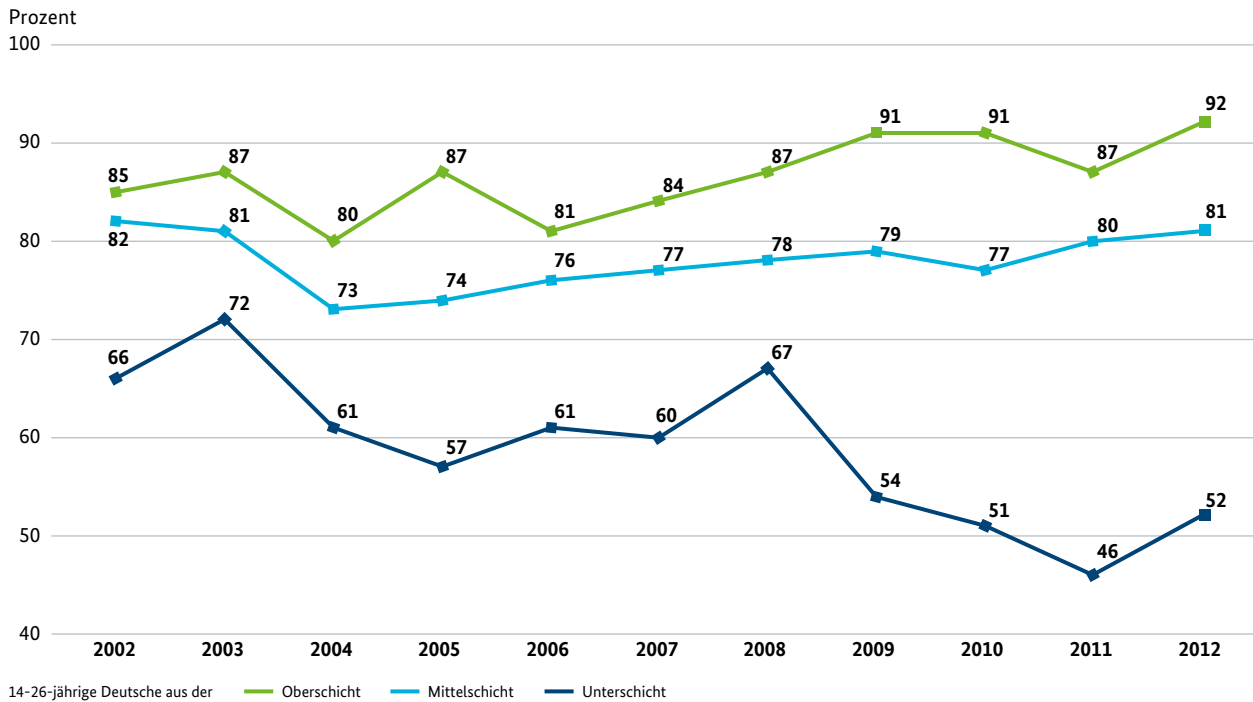
- Das Alter hat nur einen geringen Einfluss auf die Urlaubsreiseintensität der 14- bis 26-Jährigen, wichtiger sind Schulbildung und Einkommen bzw. die soziale Schicht.
- Zur untersuchten Altersgruppe gehören aktuell etwa 10,8 Mio. 14- bis 26-jährige Deutsche (d. h. 17% der deutschen Bevölkerung im Alter von mindestens 14 Jahren). Im Jahr 2012 haben vier von fünf 14- bis 26-Jährigen mindestens eine Urlaubsreise gemacht, somit haben 8,5 Mio. junge Reisende insgesamt 10,5 Mio. Urlaubsreisen mit 5 und mehr Tagen Dauer unternommen.

3 Bevölkerungrepräsentative Daten der Reiseanalyse RA 2003 bis RA 2013, für die von der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR) im Januar jeden Jahres mehr als 7.500 Personen ab 14 Jahren zu ihrem Reiseverhalten persönlich befragt werden; siehe auch www.reiseanalyse.de

- Ein Unterschied zeigt sich darin, dass es im Jahr 2012 weniger Urlaubsreisen von jungen Menschen aus der Unterschicht gab als vor zehn Jahren.

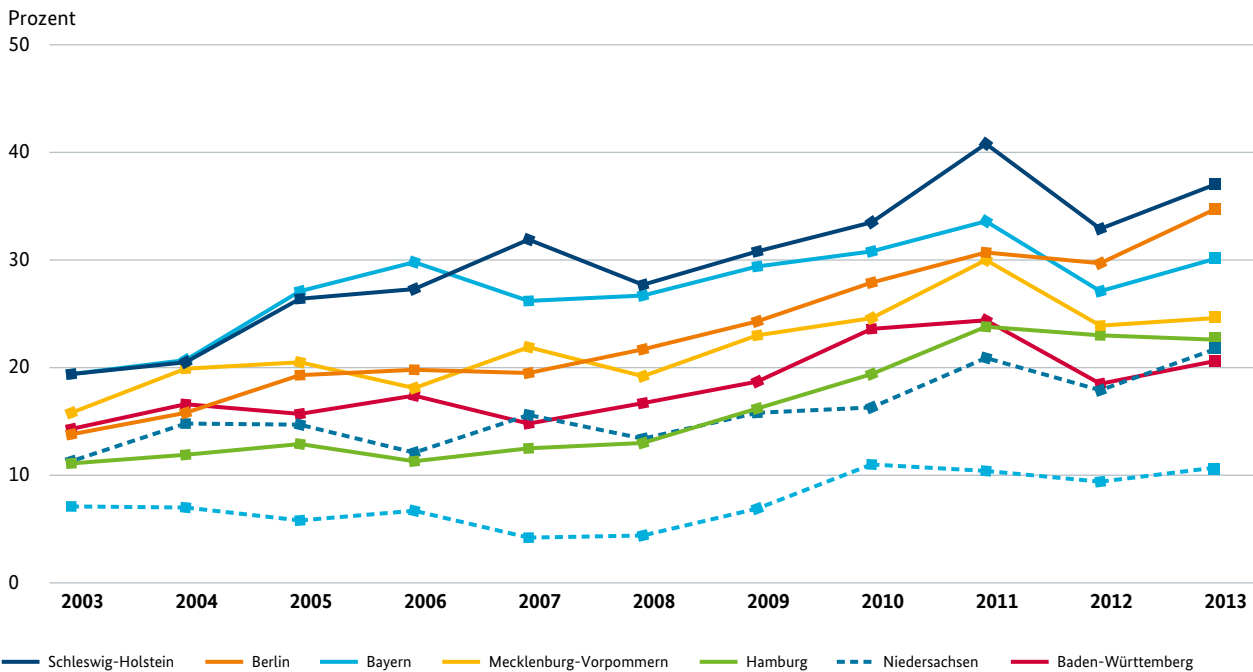
- Junge, in Deutschland lebende Ausländer hatten im Jahr 2012 eine (noch) höhere Urlaubsreiseintensität als junge Deutsche.

Abbildung 15: Urlaubsreiseintensität junger Deutscher



Quelle: dwif/iconkids&youth/NIT 2014

Abbildung 16: Entwicklung des Interesses junger Menschen an inländischen Reisezielen (Rang 1-8)

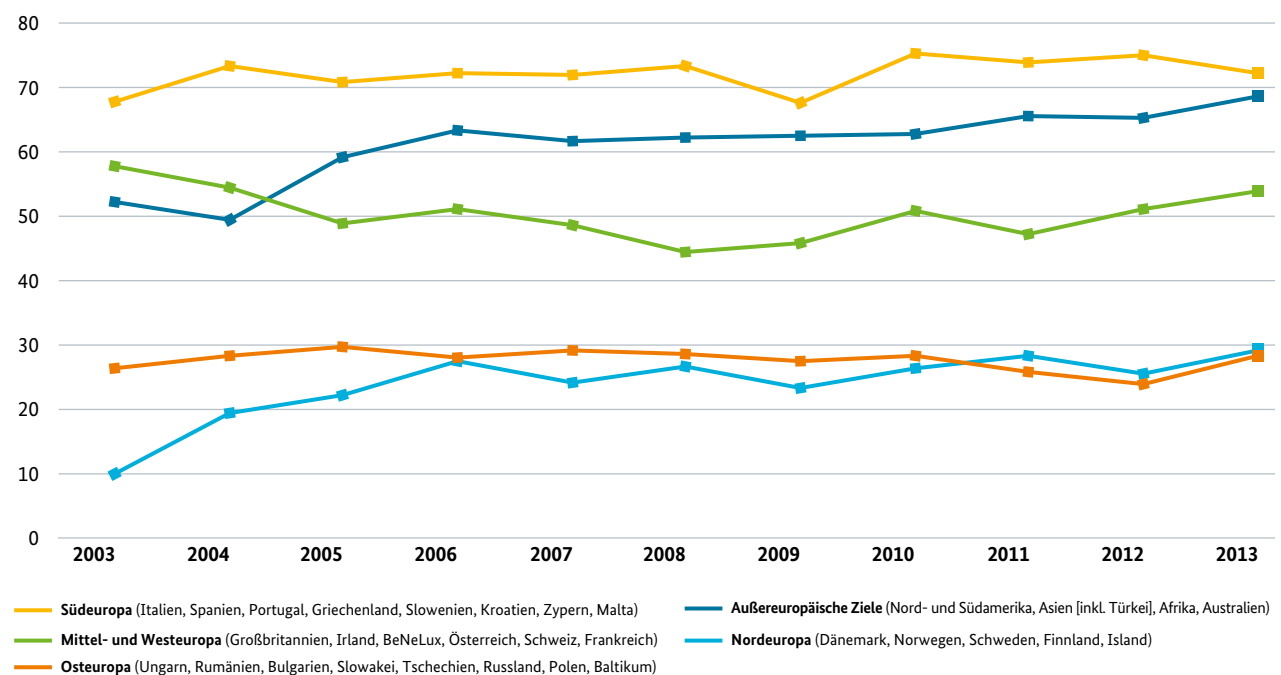


Quelle: dwif/iconkids&youth/NIT 2014

Potenziale der Reiseziele und Reiseformen

- **Deutschland** ist aktuell für jeden zweiten jungen Deutschen als Reiseziel interessant. Im Vergleich mit anderen Zielen belegt Deutschland bezüglich der Interessensbindung hinter Spanien aktuell den zweiten Rang. Das eigene Land ist für Jugendliche und junge Erwachsene zwischen 14 und 26 Jahren also durchaus attraktiv!
- Allerdings liegt das Interesse der Jüngeren an Inlandsreisen etwas unter dem Interesse der Bevölkerung im Alter von 27 Jahren und älter. Junge Menschen mit ausländischem Pass interessieren sich im übrigen seltener für Inlandsurlaube als junge Deutsche.
- Hinsichtlich der **inländischen Ziele** ist das Interesse an Schleswig-Holstein, Berlin und Bayern am größten. Den größten Anstieg an jungen Interessenten können neben Schleswig-Holstein vor allem die Stadtstaaten verzeichnen.
- Bei den **ausländischen Zielen** dominiert das Interesse der 14- bis 26-Jährigen an Spanien; Italien, Türkei und die USA folgen. Zusammengefasst zu Reiseregionen hat Südeuropa die Nase vorn: Aktuell interessieren sich ca. 70% der jungen Deutschen in den nächsten drei Jahren für mindestens ein Reiseziel dort. Fast ebenso viele können sich für ein oder mehrere außereuropäische Reiseziele begeistern. Über die letzten zehn Jahre gesehen ist vor allem das Interesse an außereuropäischen Zielen und an den nordeuropäischen Ländern bei den 14- bis 26-Jährigen stark gestiegen.
- Die Daten der Reiseanalyse zeigen außerdem, dass sich die jungen Deutschen aktuell für deutlich **mehr Reiseziele** interessieren als noch vor zehn Jahren. Dabei fällt auf: Je höher die soziale Schicht, desto mehr Reiseziele kommen in den jeweils nächsten drei Jahren in Betracht. Ein weiterer Unterschied: Junge Deutsche interessieren sich für mehr Reiseziele als junge Ausländer bzw. junge Menschen mit Migrationshintergrund.
- Hinsichtlich des Interesses an verschiedenen **Urlaubsformen** zeigt sich konstant, dass Strandurlaub (mit einem aktuellen Potenzial von 73%) und All Inclusive-Urlaub (mit 68%) für junge Deutsche besonders interessant sind. Städtereisen folgen mit 47% auf dem dritten Platz und befinden sich in den letzten Jahren im Aufwind.
- Bei Betrachtung der **Angebotsformen**, die sich auf Unterkünfte oder Verkehrsmittel beziehen, verzeichnen Caravanning-Urlaube deutliche Interessenszuwächse bei den 14- bis 26-jährigen Deutschen.

Abbildung 17: Entwicklung des Interesses junger Menschen an ausländischen Reiseregionen



Quelle: dwif/iconkids&youth/NIT 2014

Für insgesamt sechs **Zielgruppen** des Jugendtourismus wurden übersichtliche Profile erstellt, die ausgewählte Informationen zur Soziodemographie, zu Urlaubsmotiven und -aktivitäten, zur Internetnutzung, zur Reiseintensität 2012 sowie zum Interesse an Reisezielen und Urlaubsformen 2013 enthalten. Die Profile liefern wertvolle Hinweise für das touristische Marketing. Sie sind nachzulesen im Ergebnisbericht der Studie, der unter www.kinder-und-jugendtourismus.de zum Download bereitsteht.

Kinder- und Jugendreisen aus dem Ausland






Ausführliche Untersuchungen speziell zu den Kinder- und Jugendreisen aus dem Ausland liegen nach Wissen der beauftragten Marktforschungsunternehmen und auch nach Auskunft der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) derzeit nicht vor. Um dennoch Einschätzungen zur Zielgruppe der jugendlichen ausländischen Gäste zu bekommen, konnte durch Unterstützung der DZT auf Sonderauswertungen aus dem **European Travel Monitor 2011** bzw. dem **World Travel Monitor**⁴ zurückgegriffen werden. Hierbei wurde gezielt nach dem Reiseverhalten der übernachtenden Jugendlichen und Erwachsenen bis 29 Jahre aus dem Ausland selektiert.

Weitere Informationen konnten darüber hinaus durch Sonderauswertungen aus dem **Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus**⁵ gewonnen werden. Im Rahmen des Qualitätsmonitors Deutschland-Tourismus wurden von Mai 2011 bis April 2012 deutschlandweit insgesamt über 17.000 Gästeinterviews durchgeführt. Die in- und ausländischen Übernachtungsgäste (Urlauber und Geschäftsreisende) wurden dabei zu ihrem Reiseverhalten befragt. Für die Grundlagenstudie zum Kinder- und Jugendtourismus in Deutschland wurden hier speziell die Ergebnisse der ausländischen Urlaubsgäste der Altersklasse von 14 bis 26 Jahren ausgewertet. Die Jugendlichen und jungen Erwachsenen dieser Altersgruppe waren dabei entweder mit oder ohne begleitende Erwachsene/Eltern in Deutschland unterwegs.

Jugendreisen der Europäer innerhalb Europas



Die Auswertungen des European Travel Monitors ergaben, dass im Jahr 2011 innerhalb Europas insgesamt 412,8 Mio. Auslandsreisen mit mindestens einer Übernachtung durchgeführt wurden, wovon **93,2 Mio. Reisen von Personen zwischen 15 und 29 Jahren** getätigt wurden.

Abbildung 18: TOP 5 Quellmärkte für innereuropäische Jugendreisen

Quellmarkt	Anzahl der innereuropäischen Reisen	
 Deutschland	17,0 Mio.	18 %
 Frankreich	7,9 Mio.	9 %
 Großbritannien	7,3 Mio.	8 %
 Russland	5,3 Mio.	6 %
 Italien	5,2 Mio.	6 %

Quelle: Eigene Darstellung nach dwif/iconkids&youth/NIT 2014

Abbildung 19: TOP 5 Zielmärkte für innereuropäische Jugendreisen

Quellmarkt	Anzahl der innereuropäischen Reisen	
 Deutschland	9,6 Mio. Reisen	10 %
 Spanien	9,4 Mio. Reisen	10 %
 Italien	7,2 Mio. Reisen	8 %
 Großbritannien	7,0 Mio. Reisen	7 %
 Frankreich	6,9 Mio. Reisen	7 %

Quelle: Eigene Darstellung nach dwif/iconkids&youth/NIT 2014

Europäische Reisende in der Altersklasse von 15 bis 29 Jahren innerhalb Europas ...

- kommen mit Abstand am häufigsten aus Deutschland (ca. 18%), darüber hinaus auch besonders oft aus Frankreich (9%) und Großbritannien (8%).
- wählen als Reiseziel besonders gerne Deutschland und Spanien (je ca. 10%).
- sind hauptsächlich Urlaubsreisende, nur ein geringer Anteil entfällt auf sonstige Reisen.

Jugendreisen der Europäer nach Deutschland

2011 wurden insgesamt 42,7 Mio. Reisen aus dem europäischen Ausland nach Deutschland unternommen, wobei 23 % davon auf Gäste der Altersklasse 15 bis 29 Jahre entfielen.

4 Von der IPK International durchgeführt, siehe www.ipkinternational.com

5 Deutschlandweite Übernachtungsgäste-Befragung, die das dwif seit 2007 regelmäßig durchführt; siehe www.qualitaetsmonitor-deutschland-tourismus.de

9,6 Mio. Reisen von europäischen Jugendlichen nach Deutschland!

Reisende aus Europa in der Altersklasse von 15 bis 29 Jahren nach Deutschland ...

- stammen vorwiegend aus Polen, der Türkei und Österreich, gefolgt von der Schweiz und der Tschechischen Republik.
- sind vor allem Urlaubsreisende (56%).
- bevorzugen neben den Städtereisen mit 33 % als beliebteste Urlaubsart die Rundreisen mit 27%.
- verbringen ihren Urlaub hauptsächlich mit Urlaubsaktivitäten wie Sightseeing, Genießen der Atmosphäre, Shopping, Essen und Trinken sowie dem Besuch von Museen und Ausstellungen.
- nutzen überdurchschnittlich oft das Internet zur Informationsbeschaffung.
- buchen ihre Reise überwiegend im Voraus und über das Internet. Vor allem die Unterkunft und das Flugticket werden vor Reiseantritt gebucht.
- reisen vorwiegend mit dem Pkw nach Deutschland (43 %), gefolgt vom Flugzeug (33 %) und Bus (12 %).
- übernachten während ihres Deutschlandaufenthaltes hauptsächlich in Hotels, kostenlosen privaten Unterkünften sowie Ferienwohnungen.
- bleiben im Durchschnitt sieben Nächte.

- geben durchschnittlich 522 € für ihren gesamten Aufenthalt aus.

Jugendreisen aus ausgewählten Überseemärkten nach Deutschland

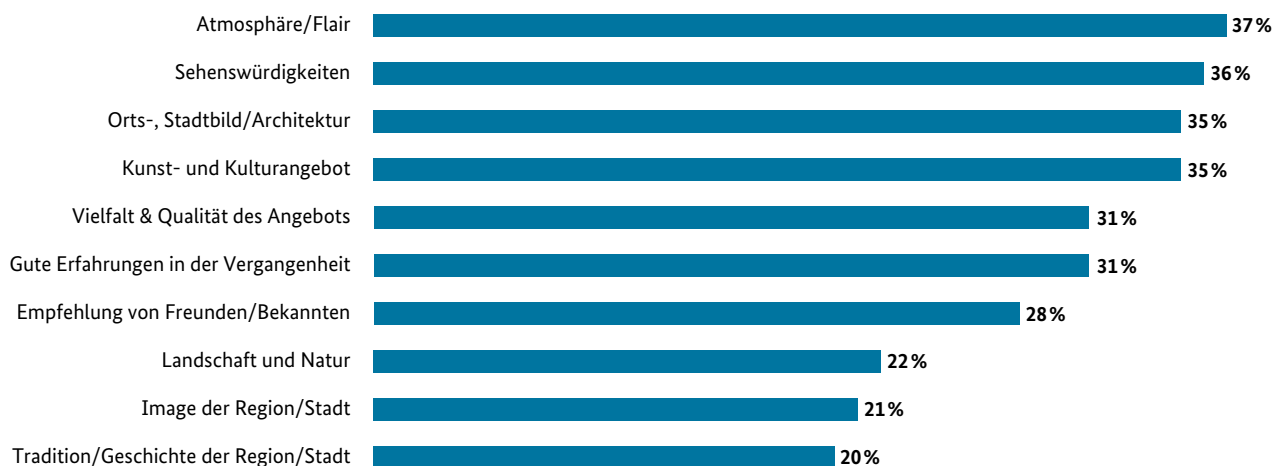
Reisende aus den Überseemärkten USA, China, Japan und Brasilien in der Altersklasse von 15 bis 29 Jahren nach Deutschland ...

- sind zum Großteil Urlaubsreisende, mit Ausnahme von jungen Reisenden aus China, welche überdurchschnittlich oft aus geschäftlichen Gründen nach Deutschland reisen.
- bevorzugen, ähnlich wie die europäischen Jugendlichen, Städte- und Rundreisen.
- nutzen vor allem das Internet, um Informationen für ihren Deutschlandaufenthalt zu gewinnen.
- buchen ihre Deutschlandreise hauptsächlich im Voraus und nutzen auch dabei überwiegend das Internet. Zu den am häufigsten gebuchten Produkten gehören das Flugticket und die Unterkunft.

Jugendreisen nach Deutschland: Reiseverhalten

Die Sonderauswertungen des Qualitätsmonitors Deutschland-Tourismus konnten einige Hinweise auf das Reiseverhalten der jungen Übernachtungsgäste aus dem Ausland geben.

Abbildung 20: TOP 10 Kriterien der ausl. Urlaubsgäste im Alter von 14 bis 26 Jahren für die Destinationsentscheidung



Quelle: Eigene Darstellung nach dwif/iconkids&youth/NIT 2014

Ausländische Urlaubsgäste in der Altersklasse 14 bis 26 Jahre in Deutschland ...

- verfügen überwiegend über ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von 1.200–3.000 € und sind vergleichsweise häufig Erstbesucher (24%).
- benötigen dementsprechend häufig Informationen und nutzen hierfür vor allem die Internetseite der Tourismusorganisation, Reiseliteratur/Reiseführer sowie Freunde/Bekannte/Verwandte.
- fällen ihre **Destinationsentscheidung** hauptsächlich aufgrund von Atmosphäre/Flair, den vorhandenen Sehenswürdigkeiten, dem Orts- bzw. Stadtbild/der Architektur sowie dem Kulturangebot. Sie schätzen u. a. die Vielfalt und Qualität des Angebotes, haben oft bereits gute Erfahrungen gemacht oder besuchen Deutschland aufgrund von Empfehlungen von Freunden und Bekannten.

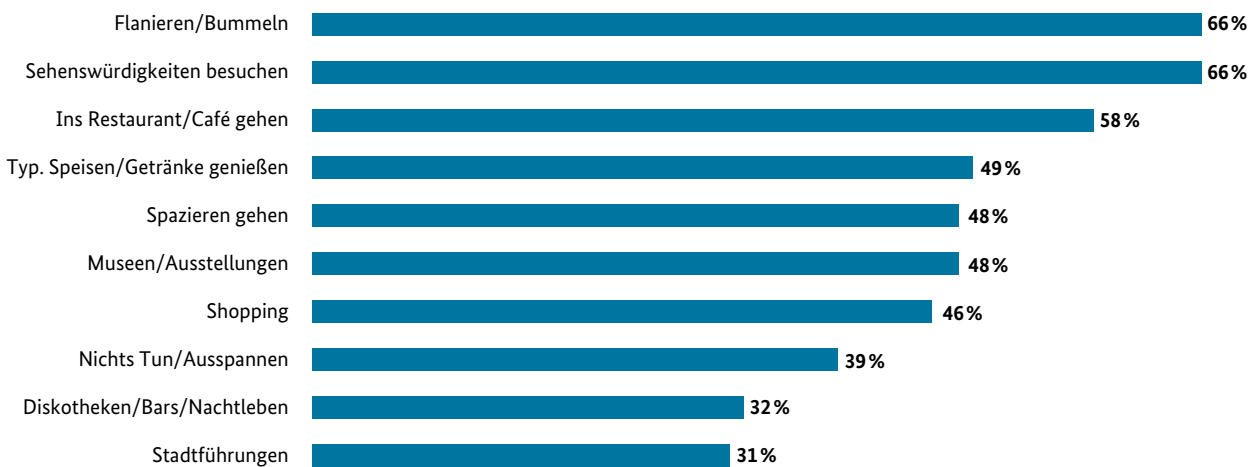
- buchen ihren Aufenthalt oft kurzfristig in den letzten vier Wochen vor Reisebeginn (26%) oder auch vergleichsweise lange vor Reisebeginn (28%). Die Mehrzahl der Buchungen erfolgt per Internet und überwiegend direkt bei der Unterkunft sowie vergleichsweise oft auf Portalen und im Reisebüro.
- reisen hauptsächlich mit dem Flugzeug an, gefolgt von Pkw und Bahn. Die übrigen Verkehrsmittel sind vergleichsweise unbedeutend.
- sind am häufigsten als Paar unterwegs (32%). Der zweitgrößte Anteil entfällt auf die Begleitform Freunde (23%), gefolgt von Reisegruppen (15%) und Alleinreisenden (14%).
- verbringen hauptsächlich Städteurlaube, Kulturaufenthalte und Sightseeing-Reisen (siehe Abbildung zu den TOP 5 Urlaubsarten).
- übernachten vor allem in Hotels/Hotels garnis (63%) sowie überdurchschnittlich häufig in Jugendherbergen/Hostels/Erholungsheimen (28%).
- flanieren/bummeln gerne und besuchen Sehenswürdigkeiten sowie Restaurants/Cafés. Ebenfalls sehr beliebt sind das Genießen von typischen Speisen/Getränken, Spazieren gehen, Museen/Ausstellungen sowie Shopping.

Abbildung 21: TOP 5 Urlaubsarten der ausländischen Urlaubsgäste von 14 bis 26 Jahren

	Urlaubsart	Zuordnung
1	Kultur-Urlaub	42 %
2	Städte-Urlaub	41 %
3	Sightseeing	29 %
4	Fun-Urlaub	27 %
5	Aktiv-Urlaub	25 %

Quelle: Eigene Darstellung nach dwif/iconkids&youth/NIT 2014

Abbildung 22: TOP 10 Aktivitäten der ausländischen Urlaubsgäste von 14 bis 26 Jahren



Quelle: Eigene Darstellung nach dwif/iconkids&youth/NIT 2014

Gruppendiskussionen mit Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen

Dieser Teilbereich der Grundlagenstudie wurde von icon-kids&youth bearbeitet und hatte zum Ziel, tiefere Erkenntnisse hinsichtlich der Einstellungen, des Verhaltens und der Wünsche junger Zielgruppen in Bezug auf Übernachtungsreisen ohne Eltern zu erlangen. Dazu wurden Gruppendiskussionen mit Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen durchgeführt, die in München und Leipzig stattfanden und etwa zwei Stunden dauerten. Es nahmen 47 Personen daran teil, wovon fünf Personen einen Migrationshintergrund hatten.

Die zentralen Ergebnisse der Gruppendiskussionen werden hier zusammengefasst. Weitere Details zur Zusammensetzung der Gruppen und zu den Ergebnissen sind im Ergebnisbericht der Grundlagenstudie zu finden, der unter www.kinder-und-jugendtourismus.de zum Download bereitsteht.



- Zum **Stellenwert des Reisens** tragen vielfältige Faktoren bei, wobei die folgenden Gründe als **wichtigste Aspekte** hervorzuheben sind:
 - Das Knüpfen und Pflegen sozialer Kontakte, also das Zusammensein mit Freunden bzw. Gleichaltrigen und das Kennenlernen neuer Leute (Letzteres ist für junge Erwachsene von höchster Relevanz). Die hohe Bedeutung dieser sozialen Aspekte des Reisens ist auch Ausdruck eines (beginnenden) Loslösungsprozesses von den Eltern.
 - Die Erholung von der Schule und vom Alltagsstress
 - Das Sammeln verschiedenster neuer Eindrücke (ist vor allem für Jugendliche und junge Erwachsene relevant)
 - Willkommene Abwechslung zum Alltag
 - Abstand vom Alltag gewinnen (vor allem für Jugendliche und junge Erwachsene relevant)
- Kein Erziehungsdruck der Eltern (wichtig vor allem für Kinder und Jugendliche)
- Vermittelt ein Gefühl von Freiheit (besonders bei jungen Erwachsenen)
- Erfüllt den Wunsch nach Selbstbestimmtheit (betrifft vor allem junge Erwachsene)
- Reiz des Spontanen und Ungeplanten (gilt besonders für junge Erwachsene)
- Das Meistern von Herausforderungen (ebenfalls vor allem bei jungen Erwachsenen)
- Das **Ausland** lockt bei Reisen mehr als das Inland. Das sehen vor allem Jugendliche und junge Erwachsene so. Kindern hingegen ist die Entscheidung, ob Ausland oder Inland, letztendlich nicht so wichtig.
- **Deutschland** besitzt als Reiseland kein jugendgerechtes Image. Eine Ausnahmestellung nimmt aber die Stadt Berlin ein. Sie verkörpert Jugend-Feeling par excellence (Individualität, kein Mainstream, Lockerheit).
- Hotels sind die beliebteste **Unterkunftsform**, weil sie Sauberkeit, guten Komfort und guten Service versprechen. Das schätzen alle befragten Altersgruppen. Schulandheime, Jugendherbergen und Hostels hingegen genießen nicht immer den besten Ruf, was Sauberkeit und Komfort betrifft. Sie gelten aber als Kontaktbörsen und bieten niedrigere Preise; in diesen Aspekten punkten sie gegenüber Hotels.
- Kinder und Jugendliche **informieren** sich im Vorfeld kaum über ihre Reise. Denn die Reisen sind oft verordnet bzw. werden ihnen fertig „konfektioniert“ dargebracht. Bei jungen Erwachsenen sieht die Situation ganz anders aus. Sie informieren sich intensiv. Das Internet gilt ihnen dabei als die wichtigste Informationsquelle.
- Für die mögliche Konzeption einer **Internetplattform** für Kinder- und Jugendreisen formuliert die junge Zielgruppe in allererster Linie zwei Kriterien: Sie sollte eine einfache und schnelle Recherche zulassen (Convenience). Preisangaben werden in vielerlei Hinsicht als wichtig angesehen (Selektionsmöglichkeiten nach Preisgrenzen, Stimmigkeit der Preise zu den budgetären Möglichkeiten der Zielgruppen, keine versteckten Zusatzkosten).
- Kommerzielle Anbieter von Kinder- und Jugendreisen sind im Bewusstsein der Zielgruppe offenbar nicht sehr stark verankert. Viele können keine Namen von Anbietern nennen. Eine Ursache für die geringe Präsenz ist vermutlich die Altersstruktur der Teilnehmenden. Viele der jüngeren Teilnehmenden (10- bis 11-Jährige und 13- bis 14-Jährige) sind möglicherweise noch nicht mit kommerziellen Anbietern verweist oder sind sich dessen vielleicht gar nicht bewusst, dass ihre Reise von einem

solchen Veranstalter organisiert wurde. Junge Erwachsene (18- und 19-Jährige) gehen eher auf Distanz, wenn sie von Jugendreisen hören. Sie verbinden mit diesem Begriff eine Vorstellung von Reisen, der sie sich erwachsen fühlen. Sie zählen sich nicht mehr zur Zielgruppe, wenn das Wort Jugendreisen verwendet wird.

- Für die jungen Zielgruppen spielt der Umweltschutz bei der Planung einer Reise so gut wie keine Rolle. Der Gedanke des Umweltschutzes ist sicherlich in vielen Lebensbereichen verankert, aber (in diesem Fall) nicht beim Reisen.
- Die jungen Zielgruppen prognostizieren einen **Anstieg** der Kinder- und Jugendreisen bis zum Jahr 2020. Begründungen: Fallende Preise (wegen eines vermuteten starken Konkurrenzdrucks unter den Anbietern), ein wachsendes Angebot an Übernachtungsmöglichkeiten und Verkehrsmitteln bzw. Reiseverbindungen sowie noch bessere Informations- und Organisationsmöglichkeiten durch das Internet.

Die Grundlagenstudie „Kinder- und Jugendtourismus in Deutschland“ wurde erstellt von:

dwif-Consulting GmbH und dwif e.V.

Sonnenstr. 27
80331 München
Kontakt: Lars Bengsch (Projektleitung)/l.bensch@dwif.de/
Tel.: 089-237 02 89 - 0



iconkids & youth international research GmbH

Rückertstr. 4
80336 München
Kontakt: Christian Clausnitzer/c.clausnitzer@iconkids.de/
Tel.: 089-544 629 23



NIT – Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH

Fleethörn 23
24103 Kiel
Kontakt: Bente Grimm/bente.grimm@nit-kiel.de/
Tel.: 0431-666 567 18



Thematische Zukunftskonferenzen: Zusammenfassender Rückblick

Zwischen September 2013 und Februar 2014 wurden im Rahmen des Projekts sechs thematische Zukunftskonferenzen durchgeführt. Ziel dieser Konferenzen war der inhaltliche Austausch von Trägern aller Art zu bestimmten Aspekten des Kinder- und Jugendtourismus. So sollten vor allem Netzwerke etabliert werden – unter Umständen sogar dauerhaft. Agierende und Organisationen des Kinder- und Jugendtourismus konnten dabei

- Best Practice-Beispiele vorstellen,
- Netzwerke und Kompetenzcluster etablieren und
- Handlungsempfehlungen zum Erhalt und zur Weiterentwicklung der Rahmenbedingungen an Verwaltung, Politik und Verbände entwickeln.

Mit der Durchführung der sechs Zukunftskonferenzen im ganzen Bundesgebiet konnte eine Vielzahl an Akteuren aus dem Arbeitsfeld des Kinder- und Jugendreisens und aus angrenzenden Arbeitsgebieten angesprochen und zusammengeführt werden. Die Inhalte und Ergebnisse dieser Konferenzen, an denen mehr als 300 Experten und Entscheider von über 120 Organisationen teilnahmen, wurden vom BundesForum Kinder- und Jugendreisen in einer Dokumentation zusammengefasst und hier wiedergegeben. Ergänzend wurden die ausführlichen Präsentationen und Vorträge vieler Referenten auf der Projektwebsite www.kinder-und-jugendtourismus.de zum Download bereitgestellt.

„Von barrierefrei bis zu Inklusion“

Die Konferenz fand am 12. September 2013 in Potsdam statt und wurde moderiert von Dennis Peinze (Geschäftsführer BundesForum Kinder- und Jugendreisen e.V.).

Ablauf der Zukunftskonferenz „Von barrierefrei bis zu Inklusion“

- Begrüßung durch Gunnar Grüttner (DJH Hauptverband)
- Grußwort „Landespolitische Perspektive“ von Ralf Christoffers (Minister für Wirtschaft und Europaangelegenheiten des Landes Brandenburg)



- Fachbeitrag „**Kinder- und Jugendtourismus als Wirtschaftsfaktor, Erste Ergebnisse der Grundlagenstudie**“ von Bente Grimm (Projektleiterin NIT – Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa)
- Fachbeitrag „**Entwicklung und Vermarktung barrierefreier Angebote und Dienstleistungen**“ von André Nowak (Vorstandsmitglied NATKO – Nationale Koordinationstelle Tourismus für Alle)
- Fachbeitrag „**Inklusive Klassenfahrten**“ von Wilfried W. Steinert (Bildungsberater)
- Fachbeitrag „**Beispiele für gelungene Angebote**“ von Jörg Bertram (Geschäftsführer DWJ Deutsche Wandjugend) und Alexander Thron, Geschäftsführer der Klasse Idee)
- Fachbeitrag „**Projekt Inklusives Kinder- und Jugendreisen**“ von Martina Drabner (BAG Katholisches Jugendreisen)
- Fachbeitrag „**Ein paar kritische Gedanken zum Nachdenken in der Mittagspause**“ von Joachim Schneider (Geschäftsführer Schullandheim KiEZ Frauensee)
- Workshop „**Beteiligungsmöglichkeiten bei ENSA – Entwicklungspolitisches Schulaustauschprogramm und bezev – Behinderung und Entwicklungszusammenarbeit**“ mit Claudia Schilling (ENSA) und Rebecca Daniel (bezev)

- Workshop „**Was bedeutet Inklusion für touristische Leistungsträger wie z.B. Unterkünfte und Programm-anbieter?**“ mit Doreen Ludwig (Barrierefreier Tourismus, TMB Tourismus-Marketing Brandenburg, TAB Tourismusakademie Brandenburg)
- Workshop „**Wie kann Inklusion konkret umgesetzt werden? Möglichkeiten und Grenzen bzw. Chancen und Risiken bei Angeboten, Mitarbeitenden und Partnern**“ mit Thomas Seerig (Beauftragter für Inklusion DJH LV Berlin-Brandenburg)
- Plenum: Ergebnisse der Workshops, Bündelungen von Hemmnissen und Erfolgsfaktoren für den inklusiven Kinder- und Jugendtourismus, Wünsche und Forderungen an Politik, Wirtschaft und Bildung

Inhalte der Zukunftskonferenz „Von barrierefrei bis zu Inklusion“

Die Umsetzung von Inklusion ist eines der bedeutendsten Themen für die gesamte Gesellschaft und im besonderen Maße für Bildung und Angebote an Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene. Somit müssen auch alle touristischen Angebote „Inklusion mitdenken“. Dies bezieht den Kinder- und Jugendtourismus, den diese Konferenz beleuchtete, mit all seinen Leistungsanbietern ausdrücklich mit ein.

In ihren Beiträgen konnten die Referenten darstellen, dass Inklusion auch im Kinder- und Jugendtourismus ein immer wichtigeres Thema ist, dem sich alle Beteiligten widmen müssen. Inklusion ist nach Ansicht der Beteiligten eine der größten Herausforderungen, die Anbieter von Kinder- und Jugendreisen zurzeit beschäftigen. Dies zeige sich alleine schon an der steigenden Anzahl an Beratungsanfragen.

Ralf Christoffers, Minister für Wirtschaft und Europaangelegenheiten des Landes Brandenburg, wünschte sich daher in seinem Beitrag eine aktive Auseinandersetzung mit beteiligten Akteuren sowie konkrete Handlungsempfehlungen an die Politik, damit dieser Prozess erfolgreich beschritten werden kann.

Bildungsberater Wilfried W. Steinert betonte, dass zunächst in den Köpfen der Menschen ein Wandel passieren müsse. Inklusion beziehe sich auf alle Menschen – nicht nur auf Menschen mit Behinderungen. Alle Menschen sollten die gleichen Bildungschancen und das Recht auf lebenslanges Lernen haben. Für eine Umsetzung von Inklusion bei Klassenfahrten müsste die Politik laut Steinert Finanzierungsmöglichkeiten sicherstellen. Auf Erfahrungen, die zum Beispiel in Förderschulen gemacht wurden, solle auch in Regelschulen und Freizeitangeboten zurückgegriffen werden. Darüber hinaus müssten seiner Ansicht nach alle, wie

z. B. auch Busfahrer, Hausmeister oder Servicepersonal, entsprechend geschult und in den Prozess integriert werden.

André Nowak (NatKo) sieht in der Schaffung eines bundesweiten Kennzeichnungssystems für barrierefreien Tourismus einen wichtigen Schritt für die Umsetzung von Inklusion. Seiner Aussage nach werden erstmals mit deutschlandweit einheitlichen Kriterien und Kennzeichnungen mehr Transparenz und Verlässlichkeit geschaffen. Erfolgreiche Ansätze und Initiativen auf verschiedenen Ebenen im Land würden gebündelt und Standards und Kennzeichnungen vereinheitlicht, um den Vertrieb barrierefreier Angebote und Dienstleistungen zu fördern und den Gästen gesicherte und vertrauenswürdige Informationen über die Angebote zu liefern.

Unter dem Motto „Gemeinsam Unterwegs“ stellte Jörg Bertram verschiedene Projekte der Deutschen Wanderjugend zum Thema Inklusion vor: von einem geländetauglichen Rollstuhl über barrierefreie Wanderführer (z. B. vom schwäbischen Albverein und vom Schwarzwaldverein) bis hin zur Beachtung von Barrierefreiheit bei der Planung neuer Wanderwege.

Dass Inklusion im Idealfall als Grundhaltung gelebt wird, verdeutlichte Alexander Thron (Klasse idee gGmbH – inklusiv denken exklusiv erleben). Im Naturfreundehaus Hannover zeige sich diese Grundphilosophie in allen Bereichen. Es sei ein „Begegnungs- und Aufenthaltsraum“ für alle Besucher, unabhängig von Geschlecht, Behinderung, Herkunft oder anderen Merkmalen. Der inklusive Gedanke setze sich auch in der Bewirtschaftung des Hauses fort. Durch die Zusammenarbeit mit der Lebenshilfe Seelze würden Menschen mit einer Beeinträchtigung im Naturfreundehaus nicht nur in die Arbeitswelt eingegliedert, sondern es werde eine umfassende Teilnahme am gesellschaftlichen Leben angestrebt.

Die BAG Katholisches Jugendreisen hat sich entschieden, vor allem das Thema „Kinder- und Jugendreisen mit Menschen mit Behinderung“ in den Fokus zu nehmen. Zentrale Auseinandersetzungen lägen dabei laut Martina Drabner in den Fragen, wie man Informationen über z. B. Barrierefreiheit flächendeckend sammeln, aufbereiten und zur Verfügung stellen und wie man betroffene Zielgruppen „gut“ und sensibel ansprechen könne.

Auch in den Workshops wurde die Bandbreite an Herausforderungen, Teilaspekten und Unterstützungsbedarf deutlich. Im Workshop „Inklusion in Begegnungsreisen“ wurde die strukturelle Perspektive von Inklusion anhand der aktuellen Konzepte des weltwärts-Freiwilligendienstes und des ENSA-Programms betrachtet. Dabei wurde beispielsweise diskutiert, ob diese beiden Programme eine gesellschaftliche Diskriminierung darstellen, weil sie Menschen mit Beeinträchtigungen grundsätzlich an einer Teilnahme

hindern, oder wie Öffentlichkeitsarbeit gestaltet sein muss, damit sich alle Zielgruppen angesprochen fühlen.

Die Teilnehmenden des Workshops „Was bedeutet Inklusion für touristische Leistungsträger (u.a. Unterkünfte und Programmanbieter)?“ kamen zu folgenden Ergebnissen: Da es (noch) keine einheitliche Definition dafür gibt, was Inklusion eigentlich genau bedeutet, ist es wichtig, dass sich jede Einrichtung und jeder Programmanbieter zunächst selbst klar darüber wird, was unter Inklusion verstanden wird. Darüber hinaus ist es wichtig zu realisieren, dass Inklusion einen langen Prozess darstellt, der zunächst Schritt für Schritt ermöglicht werden muss.

Ein grundlegendes Problem bei der Einführung von Inklusion liegt nach Einschätzung der Teilnehmenden am Workshop „Wie kann Inklusion konkret umgesetzt werden?“ darin, dass dieses „neue“ Konzept zu schnell nach der Einführung des Konzeptes der „Barrierefreiheit“ etabliert wurde. Die Gesellschaft und beteiligte Organisationen waren bzw. sind nach Ansicht der Beteiligten noch mit der Umsetzung des „alten“ Konzeptes beschäftigt und noch nicht bereit, sich diesem „neuen“ Konzept zuzuwenden. Zusätzlich seien viele wichtige Fragen noch ungeklärt.

Fazit der Zukunftskonferenz „Von barrierefrei bis zu Inklusion“

Im Rahmen der Konferenz wurde klar herausgearbeitet, dass Inklusion mehr ist als nur Barrierefreiheit! Notwendig sind Beratungsstellen, die über staatliche Hilfen beim Thema Inklusion informieren. Kindergärten, Schulen, soziale Einrichtungen und Vereine haben hier Beratungsbedarf. Um Inklusion zu realisieren, müsste nach Einschätzung der Konferenzteilnehmenden mehr Geld zur Verfügung gestellt werden.

Deutlich geworden ist aber auch, dass eine gesellschaftliche Diskussion und eine einheitliche Definition notwendig sind, um das Thema Inklusion voranzubringen. Dazu ist es zunächst unerlässlich, die vielen Fragezeichen, die bei den Verantwortlichen noch immer herrschen, zu beantworten. Man muss sich nach Meinung der Beteiligten dringend mit folgenden Fragen auseinandersetzen:

- Was bedeutet Inklusion eigentlich?
- Was erwartet uns beim Thema Inklusion in der Zukunft?
- Ist es in Ordnung, sich auf ein Themenfeld der Inklusion zu beschränken, sich auf eine Zielgruppe zu spezialisieren? Oder muss jeder Anbieter alles abdecken?
- Wo findet man Informationen über barrierefreie Einrichtungen?

- Wie sollen inklusive Angebote finanziert werden? Wie geht man mit Mehrkosten um? Können diese auf alle Beteiligten umgelegt werden oder gibt es Sonderförderungen für Einzelne?
- Wie werden Mitarbeiter geschult? Wie können Lehrkräfte, Teamer und Betreuungspersonal adäquat ausgebildet werden? Wie kann das Thema Inklusion im Studium gut behandelt werden?
- Wie kann man mit Vorurteilen in der zwischenmenschlichen Kommunikation umgehen?
- Wie können Strukturen aufgebaut werden, die Inklusion fördern und unterstützen? Was muss man bei Umbauten beachten?

„Erfolgsmodelle im Outgoing“

Die Konferenz fand am 8. Oktober 2013 in Bensberg statt und wurde moderiert von Oliver Schmitz (stellvertretender Geschäftsführer transfer e.V.).

Ablauf der Zukunftskonferenz „Erfolgsmodelle im Outgoing“

- Begrüßung durch Bernd Dohn (Hauptgeschäftsführer DJH Hauptverband)
- Fachbeitrag „Kinder- und Jugendtourismus als Wirtschaftsfaktor, Vorstellung aktueller Ergebnisse der Studie mit dem Schwerpunkt „Outgoing“, differenzierter Marktüberblick, Zielgruppen, Segmente, Zielländer“ von Ulf Sonntag (Prokurist und Leiter Marktforschung NIT – Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa)



- Fachbeitrag „**Vom Verein engagierter Pädagogen zum Outgoing-Marktführer**“ von Thilo Ebbighausen (ruf reisen)
- Fachbeitrag „**Erfolgsmodelle im Outgoing als Handlungsempfehlungen – Inhalte, Entwicklung, Anwendung, Evaluation, Fortschreibung**“ von Dr. Eckhard Kienast (Geschäftsführer fjs Förderverein für Jugend- und Sozialarbeit)
- Fachbeitrag „**Kinder und Jugendliche als Zielgruppe**“ von Ralf-Richard Kenter (Phantasialand)
- Fachbeitrag „**Sprachreisen**“ von Eric van Delden (EF – Academy Education First)
- Workshop „**Haupt- und Ehrenamt**“ mit Martina Leshwange (Landschaftsverband Rheinland, Landesjugendamt)
- Workshop „**Kinder- und Jugendreisen vs. Familientourismus**“ mit Monika Weiß (Referentin für Kommunikation/Tagung, Thomas Morus Akademie)
- Workshop „**Hervorheben von Erfolgskriterien, z. B. Sicherheit und Krisenmanagement, Reisebegleitung**“ mit Stephan Schiller (BundesForum Kinder- und Jugendreisen e.V.)
- Plenum unter der Leitung von Manfred Fuß: Ergebnisse der Workshops, Bündelungen von Hemmnissen und Erfolgsfaktoren für Outgoing im Kinder- und Jugendtourismus, Wünsche und Forderungen an Politik, Wirtschaft und Bildung

Inhalte der Zukunftskonferenz „Erfolgsmodelle im Outgoing“

Nicht nur die erwachsenen Deutschen sind Reiseweltmeister, sondern auch bei den Kindern und Jugendlichen ist die Reiseintensität in keinem anderen Land Europas so hoch wie bei den Deutschen. Das liegt sowohl an den zahlreichen Angeboten gemeinnütziger und gewerblicher Anbieter als auch an dem großen Interesse der Eltern.

Um als Anbieter im Outgoing-Bereich erfolgreich zu sein, nannte Thilo Ebbighausen aus Sicht von ruf reisen folgendes „Erfolgsrezept“:

- Das Ohr am Kunden haben – den Kunden und seine Bedürfnisse verstehen
- Zeitgemäße Kundenansprache, Marketing und Vertrieb
- Qualitätsmanagement und „Health & Safety“

- Bewusste Zielgebietsauswahl: Jugendgerechter Rahmen für den perfekten Urlaub
- Starke Partner und Marken für attraktive Themen und Inhalte
- Innovation durch aktive Teilnahme an Wissenschaft & Forschung sowie Verbandsarbeit
- Erwartungen erfüllen und somit hohe Kundenzufriedenheit ermöglichen.

Eric van Delden vermittelte in seinem Vortrag auf eindrucksvolle Weise Ideen und Anregungen zum Thema Corporate Design und Öffentlichkeitsarbeit, einer zentralen Säule des Erfolgs von EF – Academy Education First.

Mit der Entwicklung des Qualitätsstandards QuifD hat der Förderverein für Jugend- und Sozialarbeit den Grundstein für zahlreiche Outgoing-Angebote bereitet. Dieser Prozess hat zu Erkenntnissen geführt, die nachhaltig die Qualität der Programme der teilnehmenden Organisationen verbessert haben. Auch wenn es in den Augen des Referenten Eckhard Kienast kein allumfassendes Erfolgsmodell gibt, das einfach aus der Schublade geholt werden kann, muss eine Kultur für Qualität vorhanden sein, um überhaupt erfolgreich sein zu können. Dazu müssen sich Organisationen regelmäßig fragen, was Qualität überhaupt ist und wie sie diese (weiter) entwickeln können. Qualitätsmanagement ist somit ein unverzichtbarer Aspekt und eine kontinuierliche Aufgabe, in die Verbindlichkeiten und kommunizierbare Maßstäbe sowie unternehmerische Ziele, Werte und Inhalte integriert werden müssen.

Darüber hinaus regte Herr Kienast an, im Outgoing-Bereich die scharfe Trennung zwischen Kinder- und Jugendreisen und Internationalen Freiwilligendiensten an geeigneten Stellen aufzuweichen, um Erfahrungen zusammenzufassen und an den für beide Bereiche ähnlichen Fragestellungen gemeinsam zu arbeiten.

Im Workshop „Kinder- und Jugendreisen vs. Familientourismus“ wurde zunächst die Frage diskutiert, wo Outgoing anfängt. Für manche Zielgruppen eröffnet schon die Fahrt in einen anderen Stadtteil oder eine andere Stadt völlig neue und wertvolle Erfahrungen. Darauf aufbauend wurden unterschiedliche Aspekte bei einem Auslandsaufenthalt in Gastfamilien einerseits und bei Familienurlaube andererseits diskutiert. In beiden Fällen kommt der Unterstützung und Vorbereitung der Beteiligten eine besondere Bedeutung zu.

Im Workshop „Haupt- und Ehrenamt“ stellte sich heraus, dass gewerbliche und gemeinnützige Anbieter ein großes gemeinsames Thema haben: die Finanzierung. Fragen, die sich im Rahmen des Workshops stellten und die nicht

abschließend beantwortet werden konnten, sind zum Beispiel: Wie sollen Kinder- und Jugendfreizeiten finanziert werden, wenn sich beispielsweise das Land NRW komplett aus der Förderung herauszieht? Wie soll die Finanzierung für einen Bereich, der so wichtig für die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen ist, zukünftig sichergestellt werden? Warum können gewerbliche Anbieter nicht staatlich gefördert werden, obwohl sie die gleiche Arbeit wie gemeinnützige Anbieter verrichten?

Im Workshop zum Thema „Hervorheben von Erfolgskriterien, z. B. Sicherheit und Krisenmanagement, Reisebegleitung“, wurde der Umgang mit schwierigen und unvorhergesehenen Situationen als wichtiges Erfolgskriterium für Outgoing-Angebote identifiziert. Dazu müssen Veranstalter im Vorfeld Notfallpläne und Reaktionsmöglichkeiten erarbeiten und stetig weiterentwickeln. Hierzu wurden Möglichkeiten und Erfahrungswerte ausgetauscht und diskutiert.

Fazit der Zukunftskonferenz „Erfolgsmodelle im Outgoing“

Erfolgsmodelle im Outgoing stehen und fallen mit der Qualität der Angebote und damit in vielen Fällen auch mit ihrer Finanzierung. Daher konnten sich die Teilnehmenden abschließend auf folgende Schlussfolgerungen verständigen:

- Es braucht einen starken Dialog zwischen gewerblichen und gemeinnützigen Anbietern mit dem Ziel, die Beteiligungsmöglichkeiten zu erhöhen.
- Veranstalter von Kinder- und Jugendreisen kann jeder werden, der dies möchte. Muss die Politik hier nicht Kontrollen oder Kriterien aufbauen, um sicher zu stellen, dass neue Anbieter Mindeststandards (wie z.B. im Jugendschutzgesetz verankert) einhalten?
- Es sollte eine interministeriale Steuergruppe für Kinder- und Jugendreisen, bestehend aus Vertretern vom BMFSFJ⁶ und vom BMWi, ins Leben gerufen werden. Ministeriale Machtkämpfe und Verantwortungsdiffusion schaden nicht nur dem Arbeitsfeld, sondern kurz- und langfristig auch den Kindern und Jugendlichen.
- Das Ärgernis zwischen gewerblichen und gemeinnützigen Anbietern muss endlich überwunden werden.
- Die Vorbereitung auf einen langfristigen Schulaufenthalt im Ausland muss verstärkt und verlängert werden. Dazu werden klare Richtlinien und Vorgaben von der Politik benötigt.

„Qualifizierung Mitarbeitender“

Die Konferenz fand am 23. Oktober 2013 in Bremen statt und wurde moderiert von Manfred Fuß (BundesForum Kinder- und Jugendreisen e.V.).



Ablauf der Zukunftskonferenz „Qualifizierung Mitarbeitender“

- Begrüßung durch Bernd Dohn (Hauptgeschäftsführer DJH Hauptverband)
- Begrüßung durch Karsten Nowak (Geschäftsführer der Handelskammer Bremen)
- Fachbeitrag „**Kinder- und Jugendtourismus als Wirtschaftsfaktor: Vorstellung aktueller Ergebnisse der Studie mit dem Schwerpunkt Personal**“ von Christian Clausnitzer (Senior Project Manager iconkids & youth international research)
- Fachbeitrag „**Bedeutung des Personals für erfolgreiche jugendtouristische Angebote**“ von Oliver Schmitz (Stellvertretender Geschäftsführer transfer e.V.)
- Fachbeitrag „**Systematisches Human Resources Management – der Erfolgsfaktor bei ruf**“ von Christoph Edlinger (Leiter ruf akademie)
- Fachbeitrag „**Chance und Verpflichtung – Aus- und Fortbildung für Mitarbeitende, Beispiele aus der Praxis**“ von Horst Bötcher (Geschäftsführer AkaBEST – Akademie für Bildungs-, Erholungs-, Seminar- und Tagungshäuser)
- Workshop „**Qualifizierung im Kinder- und Jugendreisen: aktuell aufgefächert und problematisiert**“ mit Stephan Riese (Leiter DJH Akademie)

- Workshop „Ein Haus kann immer nur so gut sein wie das Team, ein Querschnitt durch Bedarfe und Angebote der Aus- und Fortbildung“ mit Horst Bötcher (Geschäftsführer AkaBEST – Akademie für Bildungs-, Erholungs-, Seminar- und Tagungshäuser)
- Plenum: Ergebnisse der Workshops, Bündelungen von Hemmnissen und Erfolgsfaktoren für die Qualifizierung von Mitarbeitenden im Kinder- und Jugendtourismus; Wünsche und Forderungen an Politik, Wirtschaft und Bildung

Inhalte der Zukunftskonferenz „Qualifizierung Mitarbeitender“

Der Kinder- und Jugendtourismus bietet zahlreiche Angebote. Durch seine vielfältigen Strukturen arbeiten hier Menschen aus sehr unterschiedlichen Motiven selbstständig, haupt-, neben- oder ehrenamtlich und mit sehr unterschiedlichen Ausbildungsberufen. Gleichzeitig machen die handelnden Personen die Qualität der kinder- und jugendtouristischen Angebote aus. Diese Konferenz richtete sich unter anderem an Ausbildungsverantwortliche sowie Leistungsträger im Kinder- und Jugendtourismus. Auch die Frage von anerkannten Abschlüssen für das Arbeitsfeld sollte Thema sein.

Bernd Dohn begrüßte die Teilnehmenden und stellte die Wichtigkeit des Themas „Qualifizierte Mitarbeiter“ heraus. Dohn betonte, wie wichtig das Vertrauen in die Mitarbeitenden beim Kinder- und Jugendreisen sei, denn die Eltern geben ihre Kinder – das Wichtigste, das sie haben – für eine Zeit in die Hände der Aktiven. Das Qualitätsversprechen, das die Kinder- und Jugendreisenszene abgibt, müssen laut Dohn alle Mitarbeitenden, vom Housekeeping über das Team in der Küche bis hin zu den Verantwortlichen in den Dachverbänden, erfüllen. Die Konferenz habe somit die zentrale Aufgabe des Arbeitsfeldes zum Thema. Der Austausch unter den Akteuren ist Dohn zufolge Grundlage des Zukunftsprojektes und die Grundlage, um Wünsche und Forderungen an die Politik zu stellen. Kaum ein anderes Arbeitsfeld sei dabei so abhängig von der Qualität seines Personals wie das Arbeitsfeld Jugendreisen.

Karsten Nowak begrüßte die Teilnehmenden im Namen der Handelskammer Bremen. Nowak führte ein paar erklärende Worte zu dem traditionsreichen Gebäude des Hauses Schütting an, in dem die Konferenz stattfand. Er stellte außerdem heraus, dass die Handelskammer ein natürliches Interesse daran hat, den Jugendtourismus voranzutreiben. Qualität in diesem Bereich sei sehr wichtig für die Zukunft.

Oliver Schmitz leitete in seinem Vortrag aus den Merkmalen „Erfolgreicher jugendtouristischer Angebote“ und der Vielfalt des beteiligten Personals zunächst die Bedeutung

des Personals für unterschiedliche Zielgruppen ab. Daraus ergebe sich ein bunter Mix an unterschiedlichen Erwartungen, die das Personal erfüllen sollte und wofür jeder Träger nicht nur geeignetes Personal, sondern auch entsprechende Qualifizierungsmöglichkeiten vorhalten muss. Um dies zu gewährleisten, stehe allen Trägern ein bundesweit ausdifferenziertes und zu großen Teilen gefördertes Unterstützungssystem zur Verfügung, das es allen Interessierten erlaubt, sich daran zu beteiligen und von den erarbeiteten Ergebnissen zu profitieren.

Christoph Edlinger, Leiter der ruf Akademie, erläuterte, wie es ruf Reisen gelingt, für die mehr als 80.000 jungen Menschen, die Jahr für Jahr mit ruf verreisen, ausreichend deutschsprachige Reiseleiter zu qualifizieren: Seit 1981 ist die ruf Akademie mit fest angestellten und freiberuflichen Fachkräften in der Forschung, Ausbildung und Konzeptentwicklung für Kinder- und Jugendreisen tätig. Auf wissenschaftlicher und pädagogischer Basis werden Seminare, Veranstaltungen und Reisen entwickelt. Zur Qualitätssicherung engagiert sich ruf mit einer eigenen Buchreihe, kooperiert mit Hochschulen in Bielefeld und Bremen und betreibt mit dem ruf Campus ein eigenes Seminarzentrum. Durch diese umfangreiche Struktur kann das Unternehmen optimale Rahmenbedingungen für Bewerbungsverfahren, Grundlagenseminare, Fortbildungen und Zusatzqualifikationen vorhalten. Verbunden mit einer individuellen Feedback-Kultur werden so nicht nur eine optimale Vorbereitung auf die Aufgaben während einer Reise, sondern auch berufliche und persönliche Perspektiven für jede/n Einzelne/n ermöglicht.

Horst Bötcher (Bildungsstättenberatung Krause & Bötcher sowie AkaBEST) grenzte in seinen Ausführungen zunächst Fortbildung von Ausbildung ab, um daraufhin die Aspekte der Fortbildung aus den Blickwinkeln des Unternehmens, des/der Vorgesetzten, des Mitarbeitenden (der fortgebildet wird) und der Akademie (die fortbildet) zu beleuchten. Dabei müssen aus seiner Sicht von allen Beteiligten die folgenden Fragen analysiert werden: Was sind die jeweiligen Erwartungen, Ziele und Ängste? Wie muss das Angebot aussehen? Wer genau ist Adressat/in und wie muss die Ansprache erfolgen? Wie beschreibt und sichert man Qualität?

Bei den anschließenden Workshops stand der Erfahrungsaustausch der Konferenzteilnehmenden im Mittelpunkt. Im Workshop zum Thema „Qualifizierung im Kinder- und Jugendreisen: aktuell aufgefüllt und problematisiert“ diskutierten die Teilnehmenden zunächst ausführlich über die neuen Herausforderungen, die das Thema „Inklusion“ für die Mitarbeitenden künftig mit sich bringen wird. Darüber hinaus konnten Ideen und Anregungen für eine Aufwertung des ehrenamtlichen Engagements entwickelt werden, wie z. B. durch eine Anerkennung von Bildungschecks für die Weiterbildung im ehrenamtlichen Bereich oder eine einheitliche Regelungen der Vorteile, die man mit

einer Jugendleiter-Card „Juleica“ bekommt. Eine besondere Chance in der langfristigen Qualitätssicherung wurde darüber hinaus in der laufenden Kooperation mit Hochschulen gesehen.

Parallel gingen die Teilnehmenden des zweiten Workshops in einen intensiven Erfahrungsaustausch zu folgenden Fragestellungen: Wer ist „Kunde“ in der Fortbildung? Welche Angebote werden benötigt? Wie werden die Teilnehmenden erreicht? Wie erreichen und sichern wir Qualität? Was geschieht nach der Fortbildung?

Fazit der Zukunftskonferenz „Qualifizierung Mitarbeitender“

Im Rahmen der Präsentationen sowie in den Diskussionen der Workshops wurde immer wieder die Sicherstellung der Qualität des Personals thematisiert. Viele Träger sehen sich aufgrund der gegebenen Rahmenbedingungen nicht mehr in der Lage, die Qualität alleine und ohne politische Unterstützung zu gewährleisten.

Kinder- und Jugendreisen sind ein eigenständiger Bereich und Teil der Kinder- und Jugendhilfe. Es besteht ein hoher Qualitätsanspruch seitens der Jugendlichen, Eltern und der Gesellschaft. Aufgrund der bestehenden Komplexität verdient der Bereich eine entsprechende Anerkennung durch Politik, Wirtschaft und Hochschulen. Hierzu gehören insbesondere die Anerkennung von ehrenamtlichem Engagement und die Schaffung von Äquivalenznachweisen für Studierende, z. B. in Form einer Anerkennung der betreuten Arbeit auf Kinder- und Jugendreisen als außerschulisches Praktikum der Lehrerbildung.

Der Qualifikation und Praxiserfahrung kommt im Bereich des Kinder- und Jugendtourismus eine besondere Bedeutung zu. Daher sind eine finanzielle Unterstützung für die Aus- und Fortbildung sowie die Schaffung von Mindeststandards für die Grundlagenausbildung des Personals zur Qualitätssicherung unerlässlich. Hilfreich können hier zudem finanzielle Unterstützungen von jungen, engagierten Interessierten sein, z. B. bezüglich Erste-Hilfe-Schein, Rettungsschwimmerschein, Gesundheitsbelehrung, Seminar- und Reisekosten.

Unabhängig von der Geschäftsform des Arbeitgebers/Trägers wäre eine finanzielle Förderung der Teilnehmenden für die gesamte Entwicklung des Kinder- und Jugendtourismus hilfreich (Abschied von der trägergebundenen und Hinwendung zur teilnehmergebundenen Förderung). Durch eine Umsatzsteuerbefreiung für freiberufliche Fachkräfte, die bei geförderten Veranstaltungen der Ministerien arbeiten, könnte der Förderbetrag für die Veranstaltung um 19% Mehrwertsteuer auf die Honorare reduziert werden.

„Regionale Netzwerke“

Die Konferenz fand am 3. Dezember 2013 in Schwerin statt und wurde moderiert von Manfred Fuß (BundesForum Kinder- und Jugendreisen e.V.).

Ablauf der Zukunftskonferenz „Regionale Netzwerke“

- Begrüßung durch Gunnar Grüttner (DJH Hauptverband)
- Grußwort „**Landespolitische Aspekte und Kinder- und Jugendtourismus als Wirtschaftsfaktor in Mecklenburg-Vorpommern**“ von Sylvia Bretschneider (Präsidentin des Landtages Mecklenburg-Vorpommern)
- Fachbeitrag „**Voraussetzungen erfolgreicher Netzwerkarbeit**“ von Claudia Gilles (Hauptgeschäftsführerin DTV – Deutscher Tourismus Verband)
- Fachbeitrag „**Potenziale nutzen – durch ein/e starke/s Plattform/Netzwerk**“ von Reinhard Schwarz (Arbeitsgemeinschaft Junges Land für junge Leute)
- Fachbeitrag „**Jugendhilfe und Jugendtourismus: gemeinsam für alle**“ von Jens Peter Jensen (AG Jugendtourismus, Landesjugendring Schleswig-Holstein)
- Fachbeitrag „**Gemeinsam für mehr Qualität und Sicherheit**“ von Henri Döring (Landesverband Kinder- und Jugendreisen Berlin-Brandenburg)
- Fachbeitrag „**Horizontale und vertikale Partnerschaften am Beispiel des DJH Landesverbandes Mecklenburg-Vorpommern**“ von Karen Löhnert (Vorstandsvorsitzende DJH LV Mecklenburg-Vorpommern)



- Fachbeitrag „**Jugendherbergs-Profil Alpiner Studienplatz**“ von Markus Achatz (DJH LV Bayern)
- Fachbeitrag „**Netzwerk der „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ in Mecklenburg-Vorpommern**“ von Bernd Karsten (Verband Deutscher Schullandheime M-V)
- Fachbeitrag „**Eifel statt Toskana? Bitburg statt Berlin? Das Image der deutschen Regionen für Kinder-/Jugendreisen und Schulfahrten**“ von Ralf Olk (IG Junge Eifel)
- Workshop „**Nutzen regionaler Netzwerke in einer immer stärker globalisierten Welt**“ mit Manfred Fuß
- Workshop „**Jugendtourismus in regionalen Tourismusnetzwerken**“ mit Michael Volkwein (Nationaler GEO-PARK Westerwald-Lahn-Taunus)
- Workshop „**ENSA und das Schulpartnerschaftsnetzwerk**“ mit Viktoria Jeske
- Plenum: Ergebnisse der Workshops, Bündelungen von Hemmnissen und Erfolgsfaktoren für einen erfolgreichen Kinder- und Jugendtourismus in Regionen; Wünsche und Forderungen an Politik, Wirtschaft und Bildung

Inhalte der Zukunftskonferenz „Regionale Netzwerke“

In Zeiten der Globalisierung wird es für den einzelnen touristischen Leistungsträger immer aufwändiger und schwieriger, wahrgenommen und allen Erwartungen gerecht zu werden. Somit können der Zusammenschluss von Regionen, das Bündeln von Leistungen und das Darstellen der Vielfalt einer Region zu einer touristischen Chance für alle Beteiligten werden. In den Fachbeiträgen wurden hierzu zahlreiche Tipps und Beispiele gegeben.

Für Sylvia Bretschneider, Vorsitzende des Landtages Mecklenburg-Vorpommern, ist Netzwerken in der heutigen Zeit das A und O und eine Grundvoraussetzung für erfolgreiches Arbeiten. Dies gelte insbesondere für das in der Tourismusbranche leider unterschätzte Kinder- und Jugendreisen. Der pädagogische Mehrwert und der enorme Bildungsgewinn vor allem für benachteiligte Jugendliche und Kinder, deren Potenziale in der Schule nicht zum Tragen kommen, könne unter anderem über erfolgreiche Netzwerke transportiert werden.

Claudia Gilles, Hauptgeschäftsführerin des Deutschen Tourismusverbands, wies darauf hin, dass der Wille zum Netzwerken von innen kommen muss und nicht durch Druck von außen aufgedrängt werden kann. Win-win-Situationen zu schaffen, auch oder gerade mit zunächst unbeteiligten,

„fachfremden“ Akteuren, könne nur gelingen, wenn man mit Spaß bei der Sache sei und seine Arbeit stetig reflektiere (z.B. „Fahrtziel Natur“, „Feinheimisch“). Die Verantwortung liege bei den Akteuren, die Kontakte aufbauen und nutzen müssten, um das eigene Potenzial abrufen zu können.

Reinhard Schwarz von der Arbeitsgemeinschaft Junges Land für junge Leute betonte die Bedeutung eines neutralen Projektbüros zur Stärkung der Leistungsfähigkeit der Jugendbeherbergung. Zusammen mit den Bildungsmaßnahmen von Trägern des Kinder- und Jugendreisens zeige sich der beispielhafte Vernetzungs- und Qualitätsentwicklungsprozess in Mecklenburg-Vorpommern unter anderem in dem neuen gemeinsamen Katalog „Auf nach Meck-Pomm“, der ohne Förderung zustande gekommen sei.

Von einer Renaissance der Jugendzeltlager in Schleswig-Holstein berichtete Jens Peter Jensen, AG Jugendtourismus, Landesjugendring Schleswig-Holstein (LJR). Da viele andere Angebote zu teuer seien, stiegen gerade Jugendgruppen wieder auf diese Art der Beherbergung um. Mit dem Projekt „Kein Kind ohne Ferien“ versuche der LJR zudem, Kinderarmut zu bekämpfen. Aufgrund der insgesamt sinkenden Zahl der Ferienmaßnahmen (bei gleichzeitigem, geringem Anstieg der Fortbildungsmaßnahmen und Klassenfahrten) müssten Ferienfreizeiten mit sozialen Bildungsaspekten wieder stärker in den Fokus rücken. Dabei könne Jugendtourismus durchaus auch als Bereich der Jugendhilfe verstanden werden. Ähnlich wie Schwarz hob auch Jensen hierzu den Wert einer landesweiten Koordinierungsstelle hervor, die eng mit Schulen mit offenen Ganztagsangeboten und Jugendverbänden kooperieren könnte.

Über eine sehr wichtige und beide Seiten bereichernde Kooperation zwischen Gewerblichen und Ehrenamtlichen berichtete Henri Döring vom Landesverband für Kinder- und Jugendreisen Berlin-Brandenburg. Über einen ehrenamtlichen Vorstand, zusammengesetzt aus sozialen Trägern und kommerziellen Anbietern, könnten beispielweise Einkaufsverbände oder Versicherungsangebote geschaffen werden, die alle Mitglieder im Verbund gemeinsam nutzen können und die einen wichtigen Anreiz bieten, um sich im Verband zu engagieren. Döring regte an, in allen Bundesländern Landesverbände zu Kinder- und Jugendreisen zu schaffen, um eine weitaus bessere Zusammenarbeit zu ermöglichen, in Zukunft womöglich sogar auf internationaler Ebene.

Einen weiteren Aspekt der Netzwerkarbeit brachte Karen Löhnert, Vorstandsvorsitzende des DJH Landesverbandes Mecklenburg-Vorpommern, ins Spiel: die „Kompetenz“ der einzelnen Netzwerkpartner. Für Win-win-Situationen seien diese beim Aufbau von Netzwerken eine entscheidende Komponente. Sie verwies darüber hinaus auf die Bedeutung von horizontalen (inhaltlichen) und vertikalen Partnerschaften (organisatorisch-strukturell).

Wie eine inhaltliche Vernetzung auch über ein gesamtes Bundesland hinweg erfolgen kann, erläuterte Markus Achatz vom DJH Landesverband Bayern am Beispiel der Profil-Jugendherbergen. Da sich die Profilierung in allen denkbaren Bereichen niederschlagen soll, vernetzen sich die verschiedenen profilierten Jugendherbergen zum Austausch über die Inhalte der Angebote, ihre Ausgestaltung und die eingesetzten Teamer. Nach und nach etablieren sich die Jugendherbergen als Kompetenzzentren.

Am Beispiel des Projektes „Streuobst als Schulobst“ stellte Bernd Karsten vom Verband Deutscher Schullandheime in Mecklenburg-Vorpommern dar, wie ein Netzwerk der Bildung für Nachhaltige Entwicklung aufgebaut und entwickelt werden kann. Mit einer Förderung durch die Norddeutsche Stiftung für Umwelt und Entwicklung konnte das Netzwerk initiiert werden. Gewachsen sei es daraufhin quasi von alleine.

Einen entscheidenden Arbeitsbereich in der Entwicklung von Netzwerken sah Ralf Olk von der IG Junge Eifel in der Erarbeitung der Interessenwahrnehmung durch Politik und Tourismusbranche. Dazu bedürfe es klarer und stringenter Strukturen, was unter Umständen auch das Abwenden oder sogar den Ausschluss einzelner Interessenten oder Mitglieder mit sich bringen könne, aber insgesamt dem Netzwerk nutze.

Auch in den Workshops wurden die Erfolgskriterien für Netzwerkarbeit intensiv diskutiert. Die Existenz einer neutralen Koordinierungsstelle ist nach Ansicht der Teilnehmenden des ersten Workshops unabdingbar. Auch die Verabschiedung des Präventionsgesetzes könnte der Entwicklung der Netzwerke dienlich sein.

Die Teilnehmenden des zweiten Workshops arbeiteten heraus, dass es für gut funktionierende Netzwerke Kriterien und Mechanismen geben muss, den Beitritt zum Netzwerk zu regeln. Es müsse erlaubt und möglich sein, bestimmte Akteure auszuschließen, sofern sie den Prozess stören und nicht im Sinne des Netzwerkes agieren. Um den Stellenwert des Jugendtourismus herauszustellen und damit das Interesse der Politik und Tourismusbranche zu wecken, könnte es eine Idee sein, bei allen Tourismusprojekten den positiven Aspekt für Kinder- und Jugendreisen (im Sinne der Nachhaltigkeit) verpflichtend zu erläutern bzw. zu erarbeiten.

In der Möglichkeit einer Bündelung von Kompetenzen, Zuständigkeiten, Finanzierung, Förderkriterien und Öffentlichkeitsarbeit sehen die Teilnehmenden des dritten Workshops die besondere Chance von Netzwerken. Außerdem wäre den Teilnehmenden zufolge eine Vernetzung der Ministerien sehr hilfreich. Hier diene Mecklenburg-Vorpommern als gutes Beispiel, da dort durch diese Vernetzung vieles erst ermöglicht worden sei.

Fazit der Zukunftskonferenz „Regionale Netzwerke“

Es müssen Brücken zwischen touristischen Organisationen/ Unternehmen und Trägern von Kinder- und Jugendreisen (als Angebote der Kinder- und Jugendhilfe) gebaut werden. Letztere leiden an einem Imageproblem und sind zu sehr auf die Suche nach Fördergeldern fixiert. Die Politik und auch die Träger selbst sollten offensiv mit den Potenzialen und der Relevanz der Kinder- und Jugendreisen umgehen. Hierbei werden die Ergebnisse der Grundlagenstudie gute Argumentationsstützen liefern. Dabei ist ein einheitliches Auftreten der Träger von großer Bedeutung! Ohnehin sollten Kinder- und Jugendreisen eher als Quelle denn als Kostenfaktor begriffen werden, da sie viele touristische, infrastrukturelle Bereiche (wie bspw. den ÖPNV) erst lukrativ machen.

In allen Bundesländern sollten Landesverbände zu Kinder- und Jugendreisen geschaffen werden, so dass eine weitaus bessere Zusammenarbeit möglich wird, in Zukunft vielleicht sogar auf internationaler Ebene.

Die Politik sollte dafür sorgen, dass alle Potenziale und positiven Effekte von Kinder- und Jugendreisen in der öffentlichen Berichterstattung und in Berichten zum Tourismus platziert werden. Kinder- und Jugendtourismus muss endlich als wichtiger Standpfeiler des Tourismus wahrgenommen werden!

Bei aller Wertschätzung für Netzwerke muss bedacht werden, dass es natürliche Netzwerke und künstlich geschaffene gibt. Letztere laufen oft Gefahr, zu leeren Hüllen zu verkommen oder einzelne Partner zu instrumentalisieren.

„Destination Großstadt“

Die Konferenz fand am 15. Januar 2014 in München statt und wurde moderiert von Manfred Fuß (BundesForum Kinder- und Jugendreisen e. V.).

Ablauf der Zukunftskonferenz „Destination Großstadt“

- Begrüßung durch Gunnar Grüttner (DJH Hauptverband)
- Fachbeitrag „Kinder- und Jugendtourismus als Wirtschaftsfaktor, Vorstellung aktueller Ergebnisse der Grundlagenstudie“ von Lars Bengsch (dwif-Consulting GmbH)
- Fachbeitrag „Städtereisen von Jugendlichen und jungen Erwachsenen“ von Bente Grimm (NIT – Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa)



- Fachbeitrag „**Bedeutung des Jugendtourismus in Großstädten**“ von Michael Lottes (Backpacker Network Germany)
- Fachbeitrag „**Tourismus im ländlichen Raum und in der Stadt**“ von Roland Schwecke (DICON Marketing- und Beratungsgesellschaft mbh)
- Fachbeitrag „**Stadt und Region, Entwicklung als Herausforderung für Jugendreisen**“ von Bernd Hutschenreuter (Deutscher Werkbund)
- Workshop „**Kultur-Jugendherberge Nürnberg**“ mit Markus Achatz (DJH Landesverband Bayern)
- Workshop „**Hat der Run auf die Großstadt Auswirkungen auf Kinder- und Jugendreisen?**“ mit Norbert Krause (Krause & Böttcher – Bildungsstättenberatung)
- Plenum: Ergebnisse der Workshops, Bündelungen von Hemmnissen und Erfolgsfaktoren für den inklusiven Kinder- und Jugendtourismus; Wünsche und Forderungen an Politik, Wirtschaft und Bildung

Inhalte der Zukunftskonferenz „Destination Großstadt“

In ihren Vorträgen gingen die Referierenden auf die Bedeutung der Großstädte im Kinder- und Jugendtourismus ein. Dabei nahmen sie nicht nur die Potenziale der Großstädte in den Blick, sondern auch die besonderen Herausforderungen, mit denen sich diejenigen Akteure auseinandersetzen müssen, deren Angebote eben nicht unmittelbar in einer Großstadt liegen.

Roland Schwecke von der DICON Marketing Beratungsgesellschaft stellte in seinen Ausführungen über Tourismus im ländlichen Raum und in der Stadt zunächst fest, dass

sich der Jugendtourismus ganz klar auf die größeren Städte fokussiert. Es stellte sich die Frage, inwieweit ländliche Angebote noch gehalten werden können und ob sie in Zukunft modifiziert, reduziert oder sogar eingestellt werden sollten bzw. müssen.

Bernd Hutschenreuter vom Deutschen Werkbund NRW berichtete in seinem Vortrag von einem beispielhaften Projekt zum Thema „Strukturwandel“, das gemeinsam mit einer Schule entwickelt wurde. Ausgehend von der Frage, wie Angebote und Produkte im Kinder- und Jugendbereich entstehen und wie ein Bezug der Jugendlichen zur Montanindustrie hergestellt werden kann, wurde hierbei basierend auf einer umfangreichen Bedürfnisanalyse ein Reiseprojekt mit allen Beteiligten (Eltern, Lehrerschaft, Schülern von Schulen in NRW und in Polen) entwickelt. Zur Umsetzung standen Exkursionstage, Ausflüge mit Bezug zur Montanindustrie, die Einbeziehung verschiedenster Fachbereiche und die Integration der Inhalte in den Lehrplan auf dem Programm. Die wichtigste Erkenntnis lautet, dass ein von der Zielgruppe selbst gestaltetes, integratives Angebot mit dem Aspekt des lebenslangen Lernens als Alternative für fertige Angebote sehr gut und nachhaltig funktionieren kann und vielseitige Lerneffekte bietet. Darüber hinaus zeige das Projekt, dass städtekulturelles Erbe auch durch gezielte Angebote im Kinder- und Jugendtourismus erhalten werden kann.

Markus Achatz vom DJH Landesverband Bayern und Gunnar Grüttner vom DJH Hauptverband kamen in ihrem Workshop „Kultur-Jugendherberge Nürnberg“ im Austausch mit den Teilnehmenden zu dem Ergebnis, dass an „schwierigen“ Großstadtdestinationen pädagogische Angebote, eine regionale Vernetzung sowie qualitativ hochwertiges Personal wichtig und sinnvoll sind. Der Fokus liege bei Reisen in eine Großstadt oft auf Klassenfahrten. Daher sei es wichtig, den hochwertigen pädagogischen und gesamtgesellschaftlichen Mehrwert und die vielen Extra-Aspekte (politische Bildung, Berufsbildung von Klassenfahrten) aufzuzeigen und die Werbung für Klassenfahrten unter den Lehrkräften beizubehalten und auszubauen.

Die Bedeutung von regionalen Netzwerken war auch im Workshop „Hat der Run auf die Großstadt Auswirkungen auf Kinder- und Jugendreisen?“ ein zentrales Gesprächsthema. Insbesondere mit Blick auf Gruppenaufenthalte, aber auch zum gegenseitigen Erfahrungsaustausch und zur Verbesserung der Lobbyarbeit für Kinder- und Jugendreisen seien Netzwerke äußerst hilfreich. Für Häuser im ländlichen Raum bringe der Trend hin zu mehr Großstadtreisen außerdem die Erfordernisse mit sich, die eigene Hardware (hierzu ist oftmals eine finanzielle Unterstützung unabdingbar) und die pädagogischen Programme zu verbessern. Um ausländische Kinder und Jugendliche als Zielgruppe zu erreichen, müssten gezielt Angebote für internationale Gruppen geschaffen werden (von der Hardware bis zu den Angebo-

ten). Die Beteiligung der Jugendlichen (auch im Marketing) bei der Planung von Projekten ist den Teilnehmenden zufolge eine weitere wichtige Erfolgskomponente.

Fazit der Zukunftskonferenz „Destination Großstadt“

Die Teilnehmenden der Konferenz waren sich schnell einig: Großstädte sind ein wahrer Magnet für Kinder und Jugendliche und damit auch ein beliebtes Ziel für Kinder- und Jugendreisen. Gleichwohl bedeutet dies nicht automatisch das „Aus“ für alle Reiseziele im ländlichen Raum bzw. außerhalb von Großstädten. Wenn es den Veranstaltern gelingt, zielgruppenorientierte, attraktive und vergleichsweise günstige Angebote zu entwickeln, können sie sich durchaus erfolgreich auf dem Markt behaupten.

„Incoming (für Gruppen)“

Die Konferenz fand am 11. Februar 2014 in Frankfurt am Main statt und wurde moderiert von Dr. Werner Müller (BundesForum Kinder- und Jugendreisen e.V.).

Ablauf der Zukunftskonferenz „Incoming (für Gruppen)“

- Begrüßung durch Bernd Dohn (DJH Hauptverband)
- Fachbeitrag „**Kinder- und Jugendtourismus als Wirtschaftsfaktor, Vorstellung aktueller Ergebnisse der Grundlagenstudie**“ von Lars Bengsch (dwif-Consulting GmbH)
- Fachbeitrag „**Zielgruppengerechte Gestaltung von Informationen und Werbung über Deutschland**“ von Christian Clausnitzer (iconkids & youth international research)
- Fachbeitrag „**Die vernetzte Welt**“ von Jens Schüren
- Fachbeitrag „**Jugendherbergen International Dresden und Leipzig – Profil-Häuser zur speziellen Ansprache internationaler Gäste: (Internationale) Reiseerfahrungen mit dem jungen Reiseland Deutschland**“ von Barbara Einwag (DJH Landesverband Sachsen)
- Workshop „**Internationale Kinder- und Jugendcamps in Deutschland – Chancen und Schwierigkeiten von internationalen Programmen ohne Heimatlandbindung**“ mit Jan Vieth (Camp Adventure)
- Workshop „**Deutschland – wie langweilig!**“ mit Norbert Krause (Bildungsstättenberatung Krause & Böttcher)

- Workshop „**Einbringen eigener Erfahrungen mit (internationalen) Gästen**“ mit Stephan Schiller (BundesForum Kinder- und Jugendreisen e.V.)
- Plenum: Ergebnisse der Workshops, Bündelungen von Hemmnissen und Erfolgsfaktoren für den inklusiven Kinder- und Jugendtourismus; Wünsche und Forderungen an Politik, Wirtschaft und Bildung

Inhalte der Zukunftskonferenz „Incoming (für Gruppen)“

Bei der Werbung und Information über Deutschland als Reiseziel kommt Christian Clausnitzer zufolge den Müttern eine besondere Bedeutung zu: Sie sind diejenigen, die in der Regel darüber entscheiden, ob und wo ihre Kinder an einer Jugendreise teilnehmen. Bei der Ansprache der Zielgruppen wirken seiner Aussage nach ähnliche Mechanismen wie bei anderen Werbeprodukten: Es ist wichtig, ein Produkt richtig zu verpacken. Den Fragen, welche Botschaften vermittelt werden, welche Stereotypen genutzt oder bewusst aufgeweicht werden können, kommt dabei eine besondere Bedeutung zu. Eine wesentliche Rolle spielen laut Clausnitzer natürlich auch die unterschiedlichen Altersgruppen, die erreicht werden sollen, sowie die differenzierten ästhetischen Vorstellungen einzelner Anspruchsgruppen.

Jens Schüren gab in seinem Vortrag wertvolle Hinweise für die Ansprache von Zielgruppen über digitale Medien. Danach müssen zunächst Maßnahmen entwickelt werden, damit man mit seinem Angebot im Internet überhaupt gefunden wird. Sogenannte Landing Pages (zielgruppenorientierte Unterseiten; am besten in mehreren Sprachen) sind dabei von besonderer Bedeutung. Facebook kann seiner Ansicht nach gezielt als Markenbotschafter genutzt werden und bietet Raum für Kommunikation mit ehemaligen Gästen. Anzeigen auf Verzeichnissen bzw. Anfrage- und Bewertungsportalen wie seminarhauspartner.de seien ebenfalls hilfreich, sofern sie aktuell gehalten werden. Abschließend warf er die Frage auf, ob nicht eigene Portale und Verzeichnisse speziell für Kinder- und Jugendreisen eingerichtet werden könnten.

Über die internationale Ausrichtung und Profilierung des Deutschen Jugendherbergswerks berichtete Barbara Einwag vom DJH Landesverband Sachsen anhand der Beispiele „Jugendherbergen International Dresden und Leipzig“. Zur speziellen Ansprache internationaler Gäste haben diese beiden und weitere 17 Häuser des DJH in Deutschland einen besonderen Tourist Point als Treffpunkt und Informationsquelle. Die Mitarbeiter seien laut Einwag Gesichter der Jugendherbergen, sie spielten also eine wichtige Rolle. Interkulturelle Kompetenz und offene Haltung wären gefragt, ebenso eine an die Herkunft der Gäste ange-

passte Verpflegung. Auch wenn es noch Schwierigkeiten bei der Qualitätsfestlegung zwischen den einzelnen Häusern gäbe, könne sie festhalten, dass insbesondere internationale Jugendbegegnungen mit den Werten des DJH übereinstimmen und eine wertvolle Bereicherung der Arbeit darstellen.

Im Workshop unter der Leitung von Jan Vieth von Camp Adventure konnten die folgenden Chancen und Schwierigkeiten von internationalen Kinder- und Jugendcamps in Deutschland ohne „Heimatlandbindung“ identifiziert werden:

- Die Preise in Deutschland seien im Vergleich zum Ausland sehr niedrig. (Aber: neue Preiskonkurrenz mit Polen und Tschechien)
- Die Incoming-Gäste verließen sich auf den persönlichen Bezug und das nötige Know-how der deutschen Veranstalter.
- Incoming erlaube eine Verlängerung der Saison in alle Richtungen.
- Auch wenn England immer noch Kinder- und Jugendreiseziel Nr.1 sei, wären Englisch-Kurse in Deutschland weitaus günstiger und qualitativ hochwertiger; zudem sei es einfacher, ein deutsches als ein englisches Visum zu bekommen (neue Kunden aus Osteuropa).
- Die meisten englischen Schulen ließen Klassenfahrten nur mit zertifizierten Veranstaltern zu, die wiederum von allen Leistungspartnern einen umfassenden Safety Check fordern. Es dürfe keine englische Schulklasse in eine Unterkunft reisen, die den geforderten Standards nicht zumindest überwiegend genügt. Das Formular (Safety Form) müsse alle zwei Jahre aktualisiert und neu ausgefüllt werden.
- Internationale Standards gingen oft über die deutschen hinaus (z. B. Waschen der Kleidung; fremdsprachige Ärzte; Umgang mit Drogen und Alkohol; Versicherungen; Essensgewohnheiten; adäquate Infrastruktur beim Umgang mit Sexualität).
- Die Ansprache der Zielgruppe müsse angemessen sein (Beratungsgespräche, Infomaterial, Sprache, Farbgebung und Imagebroschüren an den angesprochenen Markt angepasst).

Die Teilnehmenden des zweiten Workshops unter der Leitung von Norbert Krause waren sich einig: Deutschland ist nicht langweilig, sondern anders! Der Kinder- und Jugend-

reisemarkt in Deutschland wäre groß und (mindestens für ausländische Reisende) unübersichtlich. Dies führe dazu, dass viele Akteure schwer zu erreichen seien und potenzielle Partner nicht zueinander fänden. Aufbauend auf den weitreichenden Kontakten (z. B. in Form von Austauschdiensten, Jugendwerken etc.) könnten sehr gute Produkte und Angebote entwickelt werden (insbesondere über eine deutsche Kernkompetenz: die hohe Barrierefreiheit).

Der Erfahrungsaustausch über die Arbeit mit internationalen Gästegruppen im dritten Workshop unter der Leitung von Stephan Schiller lobte die Ergebnisse der sechs Zukunftskonferenzen und schlug vor, weitere Konferenzen in anderen Städten zu veranstalten. Zudem wünschten sich die Teilnehmenden eine Ausweitung der Incoming-Angebote auch auf Studium oder Schulbesuche.

Fazit der Zukunftskonferenz „Incoming (für Gruppen)“

Über die Vorträge und Workshops konnten sich die Teilnehmenden ausgiebig mit der Frage, inwieweit Deutschland ein attraktives Reiseziel ist, auseinandersetzen. Dabei wurde unter anderem deutlich, dass sich Deutschland an vielen Stellen besser darstellen und den Service für ausländische Gruppen erhöhen müsste (z. B. bessere Ausschulderung, Verwendung internationaler Icons, klarere Richtlinien bei Visumsangelegenheiten). Gleichzeitig müssten auch für deutsche Reiseveranstalter und für den Aufbau von bilateralen Beziehungen bessere Strukturen entwickelt werden. Dies wäre z. B. denkbar über die Einrichtung einer Info-stelle für Reiseveranstalter, die Bereitstellung von Marktinformationen für Reiseveranstalter in Deutschland (z. B. über die DZT-Homepage), einen besseren Informationsfluss über Fördermöglichkeiten internationaler Jugendarbeit oder den Aufbau eines Anfrageportals für die Knüpfung von Kontakten zwischen in- und ausländischen Veranstaltern. Hier wäre nach Ansicht der Teilnehmenden besonders die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) gefordert. Von einer stärkeren Hinwendung zum Kinder- und Jugendtourismus in Deutschland, von dem Ausbau bilateraler Kontakte auf europäischer Ebene im Rahmen der DZT-Plattform, von einer besseren Übersichtlichkeit der DZT-Strukturen sowie von der Bereitstellung geeigneter Materialien könnten nach Meinung der Teilnehmenden letztlich alle Beteiligten in hohem Maße profitieren. Eine ideale Ergänzung sahen die Teilnehmenden abschließend in der Durchführung weiterer Konferenzen zum Kinder- und Jugendreisen, die auf den Ergebnissen der bisherigen Konferenzen aufbauen und sich als fachspezifische Konferenzen mit mehreren kinder- und jugendreiserelevanten Themen beschäftigen könnten.

Handlungsempfehlungen an Politik und Verwaltung

Im Rahmen der Grundlagenstudie zum Kinder- und Jugendtourismus in Deutschland wurden die aus Sicht der Experten wichtigsten Herausforderungen identifiziert und mit einer Zielstellung und entsprechendem Handlungsansatz versehen.

Auch aus den thematischen Zukunftskonferenzen gingen eine Reihe von Forderungen und Wünschen hervor.

Beides zusammen diente dem Projektfachbeirat als Grundlage bei der Abstimmung einer gemeinsamen Liste der für das Arbeitsfeld wichtigsten Handlungsempfehlungen, die sich insbesondere an Politik und Verwaltung richten.

Die wichtigsten Handlungsempfehlungen des Fachbeirats zum Kinder- und Jugendreisen

1. Anerkennung und Förderung von Kinder- und Jugendreisen⁷

insbesondere

- durch politische Wertschätzung der besonderen Bedürfnisse, der Chancen und der gesellschaftlichen Bedeutung des Arbeitsfeldes in seiner Vielfalt,
- mit vom Bund geförderter Grundlagenforschung,
- angemessene Berücksichtigung des Kinder- und Jugendreisens in langfristigen Marketing-Maßnahmen der DZT.

2. Teilnahme aller an Kinder- und Jugendreisen ermöglichen

durch

- angemessene finanzielle Förderung (z. B. bei geringem Einkommen),
- zielgruppengerechte gebündelte Veröffentlichung der verschiedenen Fördermöglichkeiten,
- Förderung von Umsetzungs- und Qualifizierungsmaßnahmen im Zusammenhang mit der UN-Behindertenrechtskonvention.

3. Transparente Darstellung von Zuständigkeiten und Ansprechpartnern für Kinder- und Jugendreisen auf Ebene der Bundesregierung und der Länder

mit

- geeigneter regelmäßiger Abstimmung zwischen allen betroffenen Ministerien,
- einem regelmäßigen Austausch zwischen Politik und Verwaltung sowie dem Arbeitsfeld des Kinder- und Jugendreisens.

4. Stärkung der Qualitätsorientierung im Kinder- und Jugendreisen unter Berücksichtigung der Vielfalt der Angebotsformate

durch

- Unterstützung bei der Weiterentwicklung von Qualitätssystemen im Kinder- und Jugendreisen zur Überprüfung von Anbietern,
- (Weiter-) Entwicklung und Umsetzung von fachlichen Mindeststandards für die Qualifikation von Begleiterinnen und Begleitern im Kinder- und Jugendtourismus (vergleichbar mit Inhalten der Juleica im jugendverbändlichen Bereich),
- weitere Förderung der Qualifizierung von im Kinder- und Jugendreisen tätigen Mitarbeitern (haupt- und ehrenamtlich).

5. Berücksichtigung des Kinder- und Jugendreisens in den Ausbildungswegen der Fachkräfte

insbesondere durch

- Aufnahme des Themas Klassen- und Schulfahrten in die Lehrerausbildung und -fortbildung,
- angemessene Berücksichtigung von Kinder- und Jugendreisen bei pädagogischen / erzieherischen Ausbildungsberufen sowie in der Aus- und Fortbildung der Tourismuswirtschaft.

⁷ Der Begriff „Kinder- und Jugendreisen“ ist gemäß Übereinkunft des Fachbeirats vom 14.12.2012 als dem Begriff „Kinder- und Jugendtourismus“ übergeordnet anzusehen.

Prüfauftrag: Internetportal

In Anlehnung an den Bundestagsbeschluss ist es auch ein definiertes Ziel des Zukunftsprojekts, die Umsetzbarkeit einer trägerübergreifenden, international ausgerichteten **Online-Informationen-Plattform zum Kinder- und Jugendtourismus in Deutschland** zu prüfen. Entsprechend wurden Ideen und Einschätzungen dazu in allen Phasen des Projekts gesammelt und ausgewertet. Dies bedeutete sowohl die Einbeziehung dieses Teilaspekts in die Befragungen bei der Durchführung der Grundlagenstudie als auch die wiederkehrende Thematisierung bei den thematischen Zukunftskonferenzen. Darüber hinaus hat sich der Fachbeirat in seinen projektbegleitenden Sitzungen wiederholt der Fragestellung bezüglich des Prüfauftrags zur Online-Plattform gewidmet.

Vom **Fachbeirat** wurde die Erstellung eines Online-Informationen-Portals von Beginn an als kritisch erachtet, da aus Sicht der Experten keine konkrete Zielsetzung bzw. kein nachhaltiger Mehrwert zu erkennen war. Als mögliche inhaltliche Schwerpunktsetzung einer neuen Internet-Plattform wurde u. a. die zielgruppenorientierte Darstellung der Qualitätsstandards in den Bereichen des Kinder- und Jugendreisens diskutiert. Auch die Frage nach der Fortführung bzw. dem zukünftigen Betreiber eines neu aufzubauenden Portals wurde mehrfach diskutiert und als kritisch erachtet.

Weder die im Rahmen der **Grundlagenstudie** gesammelten Ergebnisse noch die Workshops und Fachgespräche bei den **Zukunftskonferenzen** konnten mehrheitlich abgestimmte Inhalte bzw. Zielsetzungen oder Vorschläge für eine geeignete Online-Plattform hervorbringen. Von den Verfassern der Grundlagenstudie wurde abschließend resümiert, dass die meisten Experten und Gutachter die Umsetzung eines Internetportals als sehr schwierig beurteilen, und sie raten deshalb von der Einrichtung eines übergreifenden Informationsportals ab.⁸

Der Projektfachbeirat teilt diese Meinung und empfiehlt deshalb ebenfalls, von der Umsetzung einer Internetplattform zum jetzigen Zeitpunkt abzusehen. Von den Experten wird es vielmehr als besonders wichtig erachtet, die **Bedeutung des Kinder- und Jugendreisens in Deutschland** verstärkt in den Fokus zu rücken und die Vernetzung innerhalb der Branche weiter zu unterstützen, wie es u. a. durch die im Herbst 2014 stattfindenden Themenkonferenzen zum Kinder- und Jugendtourismus gelingen kann.

8 Siehe „Grundlagenstudie Kinder- und Jugendtourismus in Deutschland“, Teil VII, Kap. V, S. 30

Abkürzungen/Glossar/Mitglieder des Fachbeirats

Abkürzungsverzeichnis

AG	Arbeitsgemeinschaft	IG	Interessengemeinschaft
BAG	Bundesarbeitsgemeinschaft	ITB	Internationale Tourismusbörse
BMWi	Bundesministerium für Wirtschaft und Energie	Juleica	Jugendleiter/in-Card
DJH	Deutsches Jugendherbergswerk e.V.	KiEZ	Kinder- und Jugenderholungszentren
DRV	Deutscher Reiseverband e.V.	NatKo	Tourismus für Alle Deutschland e.V. (ehemals Nationale Koordinationsstelle Tourismus für Alle e.V.)
DTV	Deutscher Tourismusverband e.V.	NIT	Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH
dwif	dwif-Consulting GmbH	ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
DZT	Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.		

Glossar

All Inclusive

Verpflegungsart während eines Reiseaufenthalts, die üblicherweise alle Mahlzeiten sowie alle ortsüblichen Getränke einschließt.

Barrierefrei

Barrierefrei sind bauliche und sonstige Anlagen, Verkehrsmittel, technische Gebrauchsgegenstände, Systeme der Informationsverarbeitung, akustische und visuelle Informationsquellen und Kommunikationseinrichtungen sowie andere gestaltete Lebensbereiche, wenn sie für behinderte Menschen in der allgemein üblichen Weise, ohne besondere Erschwernis und grundsätzlich ohne fremde Hilfe zugänglich und nutzbar sind.⁹

Best Practice

Bewährte, optimale bzw. vorbildliche (Erfolgs-)Methoden, Praktiken oder Vorgehensweisen.

Cluster

Netzwerke von Produzenten, Zulieferern, Forschungseinrichtungen, Dienstleistern, Handwerkern und/oder verbundenen Institutionen mit regionaler Nähe und gemeinsamen Austauschbeziehungen entlang einer Wertschöpfungskette.

Destination

Im Tourismus verwendeter Begriff für einen geographischen Raum als Reiseziel.

Hostel

Steht im allgemeinen Sprachgebrauch für eine preisgünstige Herberge.¹⁰

Incoming

Inländische Reiseangebote, die sich an in- und ausländische Kunden richten, bzw. Reiseströme in inländische Zielgebiete (als Gegenteil zum Outgoing).

Inklusion

Gleichberechtigte Teilhabe von Menschen mit und ohne Behinderung in allen Bereichen unseres Lebens.¹¹

Outgoing

Reiseangebote bzw. Reiseströme zu ausländischen Reisezielen (als Gegenteil zum Incoming).

Soziodemographisch

Die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Gruppe (z. B. Alter, Einkommen, Geschlecht) betreffend.¹²

transfer e.V.

Anerkannter Träger der freien Kinder- und Jugendhilfe, der vor allem im Bereich der Beratung und Qualifizierung tätig ist und dessen Angebote sich u. a. an Fachkräfte und Multiplikatoren aus dem Bereich Kinder- und Jugendreisen richten.

⁹ Gesetz zur Gleichstellung behinderter Menschen (Behindertengleichstellungsgesetz – BGG)

¹⁰ Aus www.wikipedia.de

¹¹ Siehe auch www.aktion-mensch.de/inklusion

¹² Aus www.duden.de

Mitglieder des Fachbeirats

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) und das Deutsche Jugendherbergswerk (DJH) bedanken sich bei den Vertreter/-innen aus Tourismus, Wirtschaft, Politik und Verwaltung, die als Fachbeirat mit konstruktiver Unterstützung am Projekt mitwirken:

Gesa Balssen

Deutscher Reiseverband e.V.

Erhard Beutel

Verband Deutscher Schullandheime

Christiane Brandenburg

Reisenetz e.V.

Bernd Dohn

Deutsches Jugendherbergswerk e.V.

Martina Drabner

BAG Katholisches Jugendreisen

Thilo Ebbighausen

ruf akademie Reisen und Freizeit mit jungen Leuten e.V.

Christoph Edlinger

ruf akademie Reisen und Freizeit mit jungen Leuten e.V.

Klaus Eikmeier

Reisenetz e.V.

Cathrin Essbach

Backpacker Network Germany e.V.

Catharina Fischer

Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.

Claudia Gilles

Deutscher Tourismusverband e.V.

Stephan Groschwitz

Arbeitsgemeinschaft Evangelische Jugend in Deutschland e.V. (aej)

Gunnar Grüttner

Deutsches Jugendherbergswerk e.V.

Gabriele Jahn

Arbeitsgemeinschaft Evangelische Jugend in Deutschland e.V. (aej)

Thomas Korbus

ruf Reisen GmbH

Peter Krössinger

Verband Deutscher Schullandheime

Michael Lottes

Backpacker Network Germany e.V.

Dennis Peinze

BundesForum Kinder- und Jugendreisen e.V.

Gunter Schinke

BAG-KIEZ e.V.

Reinhard Schwarz

Deutscher Tourismusverband e.V.

Gundula Seibt

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi)

Nicole von Stockert

Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft e.V.

Jan Vieth

Camp Adventure Services GmbH

Freundliche Unterstützung und Begleitung des Projekts erfolgte zudem durch das **Walther-Rathenau-Gymnasium Berlin**.

Projektträger

Die Jugendherbergen
Deutsches Jugendherbergswerk
Hauptverband für Jugendwandern und Jugendherbergen e.V.

Leonardo-da-Vinci-Weg 1
32760 Detmold

Projektkoordination: Gunnar Grüttner und Silke Menze

