

Reeh, Tobias (Ed.); Ströhlein, Gerhard (Ed.)

**Book — Published Version**

## Freizeit und Tourismus im Wandel: Der Beitrag geographischer Studien zu ausgewählten Fragestellungen

ZELT-Forum - Göttinger Schriften zu Landschaftsinterpretation und Tourismus, No. 8

**Provided in Cooperation with:**

Universitätsverlag Göttingen

*Suggested Citation:* Reeh, Tobias (Ed.); Ströhlein, Gerhard (Ed.) (2016) : Freizeit und Tourismus im Wandel: Der Beitrag geographischer Studien zu ausgewählten Fragestellungen, ZELT-Forum - Göttinger Schriften zu Landschaftsinterpretation und Tourismus, No. 8, ISBN 978-3-86395-284-6, Universitätsverlag Göttingen, Göttingen, <https://doi.org/10.17875/gup2016-989>

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/181995>

**Standard-Nutzungsbedingungen:**

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

**Terms of use:**

*Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.*

*You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.*

*If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.*



<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>

Tobias Reeh, Gerhard Ströhlein (Hg.)

# Freizeit und Tourismus im Wandel

Der Beitrag geographischer Studien  
zu ausgewählten Fragestellungen

ZELTForum – Göttinger Schriften zu  
Landschaftsinterpretation und Tourismus – Band 8



Universitätsdrucke Göttingen





Tobias Reeh, Gerhard Ströhlein (Hg.)  
Freizeit und Tourismus im Wandel

Dieses Werk ist lizenziert unter einer  
[Creative Commons  
Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen  
4.0 International Lizenz.](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



erschieden in der Reihe der Universitätsdrucke  
im Universitätsverlag Göttingen 2016

---

Tobias Reeh,  
Gerhard Ströhlein (Hg.)

# Freizeit und Tourismus im Wandel

Der Beitrag geographischer Studien  
zu ausgewählten Fragestellungen

ZELTForum - Göttinger Schriften  
zu Landschaftsinterpretation und  
Tourismus - Band 8



Universitätsverlag Göttingen  
2016

## Bibliographische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliographie; detaillierte bibliographische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

Zentrum für Landschaftsinterpretation und Tourismus (ZELT) e. V.



In Kooperation mit dem Geographischen Institut der  
Georg-August-Universität Göttingen  
Abteilung Humangeographie  
Goldschmidtstr. 5  
37077 Göttingen  
Internet : [www.zelt-goettingen.de](http://www.zelt-goettingen.de)



Der Druck des Bandes wurde von der Sparkasse Göttingen und dem  
Zweckverband Verkehrsverbund Süd-Niedersachsen unterstützt.



Dieses Buch ist auch als freie Onlineversion über die Homepage des Verlags sowie über den Göttinger Universitätskatalog (GUK) bei der Niedersächsischen Staats- und Universitätsbibliothek Göttingen (<http://www.sub.uni-goettingen.de>) erreichbar. Es gelten die Lizenzbestimmungen der Onlineversion.

Redaktion: Maria Hartleb

Umschlagbild: Wilhelm-Busch-Mühle (Ebergötzen), Sparkasse Göttingen 1998

Die Verantwortung für den Inhalt liegt bei den Autorinnen und Autoren.

© 2016 Universitätsverlag Göttingen

<http://univerlag.uni-goettingen.de>

ISBN: 978-3-86395-284-6

# Inhalt

Vorwort <i>Tobias Reeb &amp; Gerhard Ströblein</i>	7
Entwicklung einer Themenpfad-Applikation für das Marktsegment Wasserwandern <i>Tobias Reeb &amp; Christian Witkowski</i>	11
Jugendtourismus – Chancen und Potenziale <i>Bettina Kreisel &amp; Werner Kreisel</i>	27
Der Einfluss sicherheitspolitischer Risiken auf den Tourismus – Die Fallbeispiele Türkei und Ägypten <i>Maria Hartleb</i>	59
„Über den Tellerrand schauen“ statt polarisieren – Zur öffentlich- medialen Kritik an der Freiwilligenarbeit <i>Tobias Michaelis</i>	81
Volunteer Tourism auf dem deutschen Tourismusmarkt: Eine Anbieteranalyse <i>Corinna Nolte</i>	107
Die französische Atlantikküste in der Region Médoc: Folgen der Stranderosion für den Tourismus <i>Ann-Kathrin Stoppok</i>	131
Entwicklung eines Besucher-Portals im Kontext der Tourismusförderung am Beispiel der Rohstoffwelt Kyffhäuser <i>Marie Schubart</i>	153
Chancen und Hemmnisse für nachhaltigen Freizeitverkehr im urbanen Raum: Eine sozioempirische Analyse des multifunktionalen Erlebnisbads „Badeparadies Eiswiese“ in Göttingen <i>Tobias Behnen</i>	181
Mühlen im Untereichsfeld und die Niedersächsische Mühlenstraße <i>Gerhard Ströblein</i>	197
Die alte Schmiede in Bremke <i>Rolf Bergmann</i>	221
Bergehalten des ehemaligen Wealdensteinkohlebergbaus im Schaumburger Land als schutzwürdige Landschaftselemente <i>Karl-Heinz Pörtge</i>	227
Stärkung einer Naturverbindung von Kindern und Jugendlichen mittels wald- und wildnispädagogischer Ansätze – Ein Erfahrungsbericht aus Göttingen <i>Eva Maria Densing, Michael Fink, Andreas Hubn, Moritz Krämer, Sophie Langner &amp; Niclas Wiechmann</i>	241



# **Vorwort**

Tobias Reeh & Gerhard Ströhlein

## Freizeit und Tourismus im Wandel

Der Tourismus ist „[...] ein seit geraumer Zeit boomender Sektor [...] und [befindet] sich auf dem Weg zu einer der Leitökonomien des 21. Jahrhunderts [...]“ (Hopfinger 2016, S. 4). Mit dieser Wachstumsdynamik geht eine galoppierende Ausdifferenzierung des Angebots und der Nachfrage einher, deren freizeit- und tourismuswissenschaftliche Aufarbeitung eine große Herausforderung darstellt. Dies gilt sowohl in theoretisch-konzeptioneller als auch methodologisch-empirischer Hinsicht. Für zahlreiche touristische Trends ermangelt es daher noch der analytischen Betrachtung der konkreten und räumlich verortbaren Implikationen anhand ausgewählter Fallbeispiele. Hier sind explizit Beiträge der Freizeit- und Tourismusgeographie gefordert. Da sich die Geographie in Gestalt der Landschaftsinterpretation auch als „Advokat der Landschaft“ (Kreisel 2011, S. 15) versteht, sollte sie Möglichkeiten und Ansätze aufzeigen, wie das Wachstum der Freizeit- und Tourismusbranche in „sanften“ Bahnen verlaufen und für eine nachhaltige tourismusinduzierte Regionalentwicklung fruchtbar gemacht werden kann. Vor diesem Hintergrund sind im vorliegenden Band der Schriftenreihe „ZELTForum – Göttinger Schriften zu Landschaftsinterpretation und Tourismus“ ausgewählte Artikel zusammengetragen, die unterschiedliche Themenfelder und Räume beleuchten, in denen touristische und freizeitbezogene Aktivitäten gegenwärtig zu tiefgreifenden Transformationsprozessen führen.

Die Herausgeber möchten sich bei den Autorinnen und Autoren für die wertvollen Beiträge herzlich bedanken. Die Tatsache, dass zahlreiche Aufsätze aus der „Feder“ von Studierenden stammen, ist besonders erfreulich. Sie erlauben es diesem Sammelband, sich am „Puls der Zeit“ zu bewegen und erhöhen die Perspektivvielfalt außerordentlich. Darüber hinaus zeigt sich an dieser Stelle die hervorstechende Attraktivität freizeit- und tourismusbezogener Studien im Rahmen der geographischen Bildung. Schlussendlich finden hierin die Mitwirkenden im „Zentrum für Landschaftsinterpretation und Tourismus (ZELT e. V.)“ Bestätigung für bisher Geleistetes und Ansporn für Zukünftiges. Ein ausdrücklicher Dank geht auch an die Sparkasse Göttingen und den Zweckverband Verkehrsverbund Süd-Niedersachsen, ohne deren großzügige Unterstützung diese Publikation nicht hätte realisiert werden können. Allen Leserinnen und Lesern sei nun eine anregende Lektüre gewünscht.

## Literatur und Quellen

- Hopfinger, H. (2016): Wachstumsbranche Tourismus? Herausforderungen und Grenzen im 21. Jahrhundert. *Geographische Rundschau*, 68 (5), S. 4–8.
- Kreisel, W. (2011): Einige Gedanken zur Freizeit- und Tourismusgeographie. In: Kagermeier, A., Reeh, T. (Hrsg.): *Trends, Herausforderungen und Perspektiven für die tourismusgeographische Forschung*, (= Studien zur Freizeit- und Tourismusforschung, Bd. 4), S. 11–18, MetaGIS-Systems, Mannheim.



# **Entwicklung einer Themenpfad-Applikation für das Marktsegment Wasserwandern**

Tobias Reeh & Christian Witkowski

## **Abstract**

The Saale-Unstrut region holds a distinctive and diverse natural and cultural inventory. At the moment, initiatives aim to develop tourism in the region according to new trends and modern staging, even though the touristic valorisation of the region is not something completely new. Moreover, water tourism is a market segment which can be understood as really dynamic. Based on those facts, a smartphone-based educational trail was developed as part of a research project funded by the Deutsche Bundesstiftung Umwelt (German Federal Foundation for Environment). This trail focuses on the history of the lower course of the river Unstrut and is supposed to show how new media in combination with didactic methods (e.g. digital story telling) can be used to arouse visitors' interest in specific information about the region.

## **Zusammenfassung**

Die Saale-Unstrut-Region verfügt über ein vielfältiges natur- und kulturräumliches Inventar. Zwar ist die touristische Inwertsetzung der Landschaft hier kein gänzlich neues Phänomen, derzeit existieren aber Initiativen, die explizit unter Beachtung aktueller Trends sowie moderner Inszenierungen den Tourismus weiterentwickeln wollen. Als besonders dynamisch erweist sich das Marktsegment Wasserwandern. Vor diesem Hintergrund wurde im Rahmen des von der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU) geförderten Projektes „Kulturlandschaftskorridor Saale-Unstrut – Erstellung und Umsetzung eines modellhaften und innovativen Konzepts zur Bewahrung der historischen Kulturlandschaft im Gebiet zwischen Memleben und Naumburg unter Berücksichtigung des Kulturgüter- und Naturschutzes“ ein Smartphone-geführter Themenpfad zur Geschichte der Unteren Unstrut konzipiert. Das Vorhaben verdeutlicht, wie durch den Einsatz neuer Medien und entsprechender didaktischer Ansätze (z. B. Digital Story Telling) das Bedürfnis der Gäste nach regionsspezifischen Informationen im Sinne einer „Erlebnissuche 2.0“ befriedigt werden kann.

## **Tourismus an Saale und Unstrut**

Die Weinregion Saale-Unstrut kann zweifelsohne als bedeutsame touristische Destinationen („Toskana des Nordens“) angesprochen werden (vgl. u. a. Reeh & Liebscher 2011, Ministerium für Wissenschaft und Wirtschaft des Landes Sachsen-Anhalt & Tourismusverband Sachsen-Anhalt e. V. 2011, Hans 2013, Abb. 1).

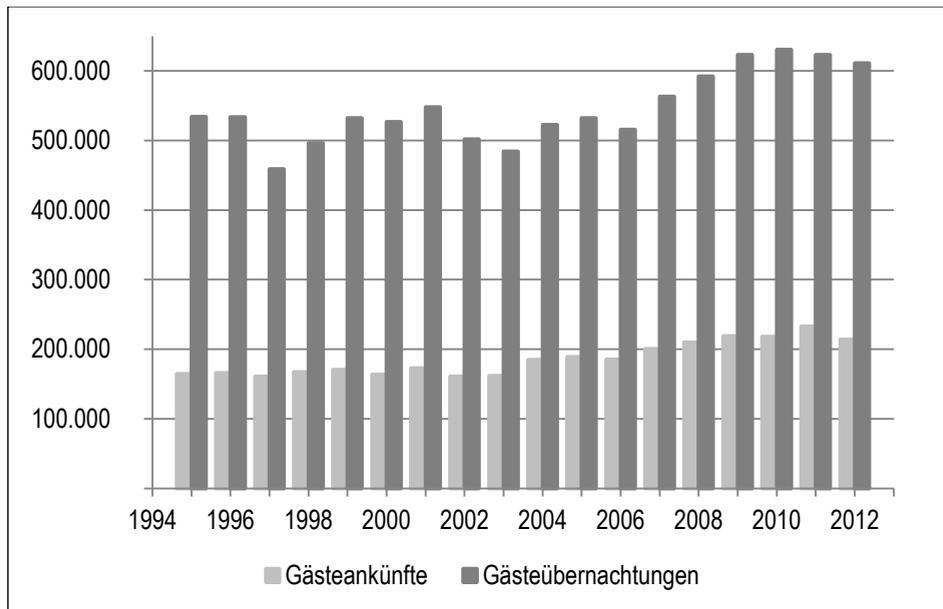


Abb. 1: Entwicklung der Gästekünfte und –übernachtungen im Burgenlandkreis von 1995 bis 2012 (Quelle: Statistische Ämter des Bundes und der Länder 2013)

Das Weinbaugebiet selbst erstreckt sich „länderübergreifend zwischen Thüringen und Sachsen-Anhalt entlang der Unstrut und der Saale von Memleben bis nach Weißenfels/Burgwerben“ (Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt & Hochschule Harz 2004, 112). Vielerorts findet man ein auf dem natürlichen Formenschatz (Flussmäander, Umlaufberge, Durchbruchstäler etc.) aufbauendes Landschaftsbild mit historischen Kleinstädten, Burgen und Klosteranlagen sowie Winzerdörfern vor, das von Besuchern der Region „in mythisch-verklärender Betrachtungsweise als ‚natur-‘ bzw. ‚kulturromantisch‘ [Herv. im Original] empfunden werden [kann]“ (Steinbach 2003, 54). Besondere Naturräume werden durch den Naturpark „Saale-Unstrut-Triasland“ geschützt.

Grundsätzlich strukturieren die Flussläufe von Saale und Unstrut den touristischen Aktionsraum vor (Steinbach 2003). Landschaftsensembles, aber auch singuläre natur- und kulturräumliche Attraktionen präsentieren sich flussbegleitend wie auf einer „Perlschnur“ gereiht (Siegesmund et al. 2013). Die notwendigen infrastrukturellen Einrichtungen (Transport, Übernachtung, Gastronomie etc.) machen dieses Netzwerk zu einem touristischen Pfad; Leitsysteme (z. B. Hinweistafeln, Kartenmaterial oder Beschreibungen in Reiseführern) lenken die Touristen zusätzlich (Steinbach 2003). Zu den zentralen Orten des Übernachtungs- und Tagestourismus zählen hierbei Naumburg, Freyburg sowie Bad Kösen, aber auch Nebra und Laucha. Der Naumburger Dom

wird mit rund 150.000 Besuchern pro Jahr als touristischer „Leuchtturm“ der Region betrachtet (vgl. Hans 2013, Tab. 1).

Tab. 1: Ausgewählte besucherstarke Attraktionen in der Saale-Unstrut-Region (Quelle: Reeh & Liebscher 2011, Hans 2013)

Attraktion	Durchschnittliche Besucherzahl pro Jahr
Dom zu Naumburg	150.000
Arche Nebra	120.000
Sektkellerei Rotkäppchen	113.000
Schloss Neuenburg	70.000

Insgesamt findet der Gast ein vielfältiges Angebots-Portfolio vor (Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt & Hochschule Harz 2006). Als Leitthemen gelten die Bereiche „Kultur“ (z. B. Straße der Romanik, Himmelswege), „Genuss“ (z. B. Weinstraße Saale-Unstrut, Sektkellerei Rotkäppchen), „Gesundheit/Wellness“ (z. B. in Bad Kösen) aber auch „Aktiv/Natur“ (insbesondere Rad- und Wasserwandern). Das letztgenannte Marktsegment profitiert von den günstigen klimatischen Rahmenbedingungen (geringe Niederschläge, wärmegetöntes Kleinklima der südgeneigten Muschelkalk- und Buntsandsteingebiete).

## Wasserwandern auf Saale und Unstrut

Allgemeinhin wird dem Wasserwandern ein beachtliches Wachstumspotenzial zugeschrieben (vgl. Antz 2001; Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie 2013; dwif 2013). Diese Beschäftigung passt einerseits gut zum Trend einer aktiven Freizeit- und Urlaubsgestaltung in der freien Natur, andererseits bietet sie die Möglichkeit zur Kontemplation im Sinne eines „Slow Tourism“ (Fullager et al. 2012; Fallon 2012). Anzumerken ist allerdings, dass das Wasserwandern auf den betrachteten Laufabschnitten der Unstrut von Artern bis zur Flussmündung nahe Großjena und weiter auf der Saale bis Weißenfels kein gänzlich neues Phänomen ist, sondern sich in etwa parallel zur Fahrgastschiffahrt (vgl. u. a. Schwarz & Faist 1993; Linke 2007) im Verlauf des 20. Jahrhunderts entwickelte. Nach Schmölling & Schmölling (1994, 79) waren bereits 1920 im Raum Artern Ruder- und Paddelboote unterwegs, aus den 1930er Jahren berichtet Hoppe (1935, 42) über Wasserwanderer in der gesamten Region (Abb. 2). Ferner sind organisierte Wanderfahrten mit bis zu 300 Booten dokumentiert (vgl. Schmölling & Schmölling 1994, 80).



Abb. 2: Badeanstalt (gegr. 1905) mit Bootsanlegestelle und -verleih an der Unstrut in Laucha (um 1935) (Quelle: Sammlung M. Deutsch, Erfurt)

Während des Zweiten Weltkrieges musste der Wassersport weitgehend eingestellt werden. Ab 1950 waren jedoch wieder verstärkt Wasserwanderer unterwegs. In verschiedenen Orten in der Region kam es zur Gründung von Ruder- oder Kanusportgemeinschaften. Zu nennen ist unter anderem der Naumburger Kanuverein (heute: Naumburger Kanu Club e. V.), der seit 1951 besteht. Seit den 1990er Jahren wird eine Intensivierung der wassertouristischen Inwertsetzung der betrachteten Gewässerabschnitte verfolgt. Grundvoraussetzung hierfür war die Schaffung einer adäquaten Infrastruktur. Vor allem an der Unstrut galt es zunächst die Wehre und insbesondere die im Zuge der Schiffbarmachung ab 1795 errichteten Schleusen (Abb. 3) zu sanieren (vgl. Strejc 1997), damit das beschwerliche Umtragen der Boote wegfallen konnte. An den wasserbaulichen Anlagen, die man nach der Aufhebung als Binnenwasserstraße in den 1960er Jahren kaum mehr gepflegt hat, mussten z. T. umfangreiche Bauvorhaben umgesetzt werden (z. B. Freyburg 1995; Mühle Zeddenbach 1996; Laucha 1998) (Staatliches Amt für Umweltschutz 1995/1998; Schlenker & Laubner 2002).

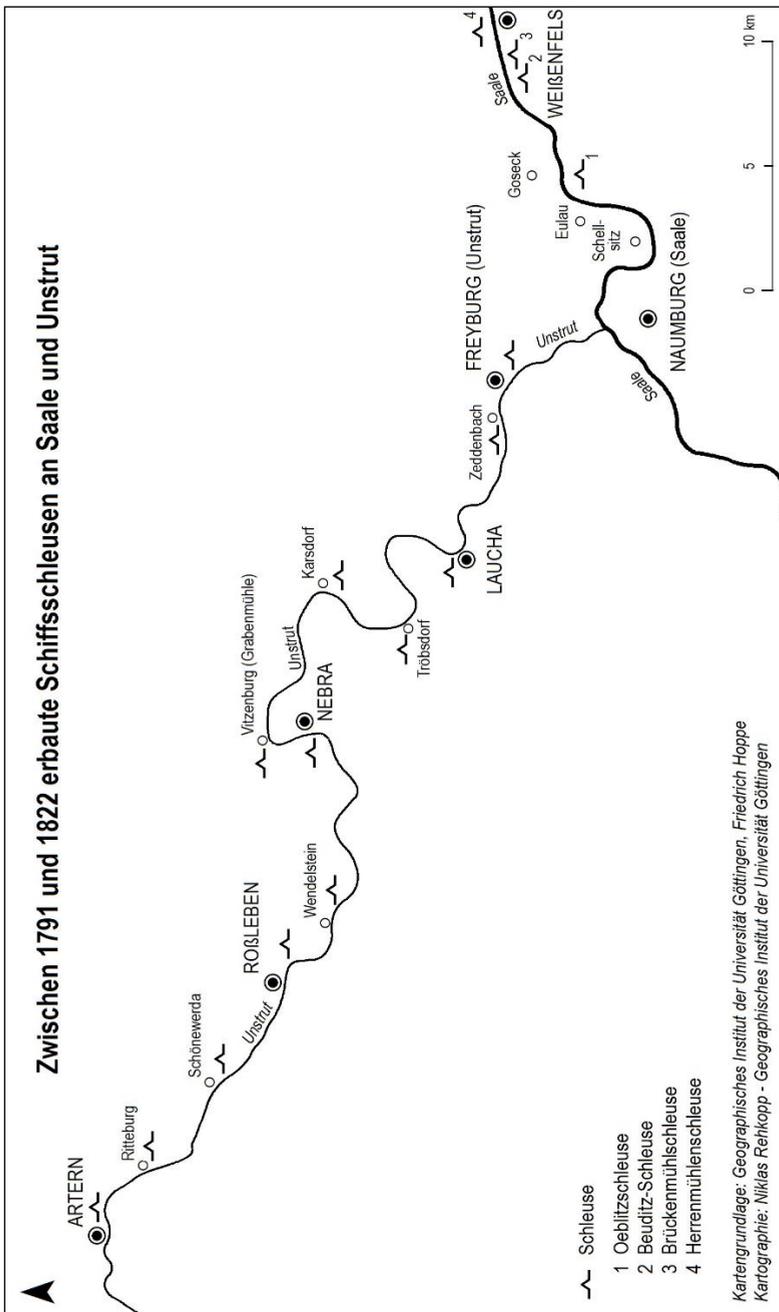


Abb. 3: Zwischen 1791 und 1822 ausgeführte Schleusenbauten an der Unstrut und Saale – die Anlagen in Ritteburg, Schönowerda, Roßleben, Nebra, Vitzenburg und Karsdorf sind nicht mehr vorhanden (Quelle: Hoppe 1935, 24, bearbeitet).

„Die offizielle Übergabe des gesamten Schifffahrtsweges erfolgte am 27.06.1999. Die Gesamtkosten beliefen sich [...] (ohne Wendelstein) auf 29,3 Millionen DM“ (Schlenker & Laubner 2002, 236). Die Restaurierungsarbeiten am Wehr Wendelstein begannen schließlich 1999 (Scholz et al. 2000). Die Anlagen werden seitdem permanent gepflegt und damit auch ihre vielfältigen Funktionen, die mit der Steuerung des Hoch- und Grundwassers sowie der Ermöglichung der Wasserkraftnutzung weit über die Sicherstellung der Fahrgastschifffahrt und des Sportbootverkehrs hinausreichen (Staatliches Amt für Umweltschutz 1998; Witkowski 2013).

Ab 1997 wurden die wasserbaulichen Maßnahmen im engeren Sinne durch zahlreiche öffentliche aber auch privatwirtschaftliche Initiativen (z. B. Aufbau von Anlegestellen und Rastplätzen, einheitliche Beschilderung, Gründung von Kanu- und Schlauchbootverleihen) flankiert (Ministerium für Wirtschaft und Technologie des Landes Sachsen-Anhalt 2001). Seit 2004 wird das Wasserwandern auf Saale und Unstrut unter der „natur- und aktivtouristischen Landesmarke Blaues Band“ (Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt & Hochschule Harz 2004, 120) als integraler Bestandteil des größten Wassertourismusreviers in Mitteldeutschland beworben und ist somit in die touristische „Gesamtkonzeption der Landesmarketinggesellschaft integriert“ (Ebd., 92). Insgesamt sorgt das Wasserwandern für eine Renaissance der betrachteten Laufabschnitte von Saale und Unstrut als Wasserstraßen (Deutsch & Reeh 2013, Abb. 4).



Abb. 4: Wasserwanderer beim Passieren der Schleuse Freyburg (Quelle: T. Reeh 2013)

Kanus, Kajaks, Schlauchboote und Fahrgastschiffe wie die „Fröhliche Dörte“ oder die „Unstrutnix“ haben das Erbe der Flöße und Lastkähne (vgl. u. a. Remme 1918; Schmidt 1939; Schwarz & Faist 1993, Linke 2007) angetreten. Wie erfolgreich die „Wiederbelebung“ ist, spiegelt sich beispielsweise in der Schleusenstatistik für die Unstrut wider (Abb. 5).

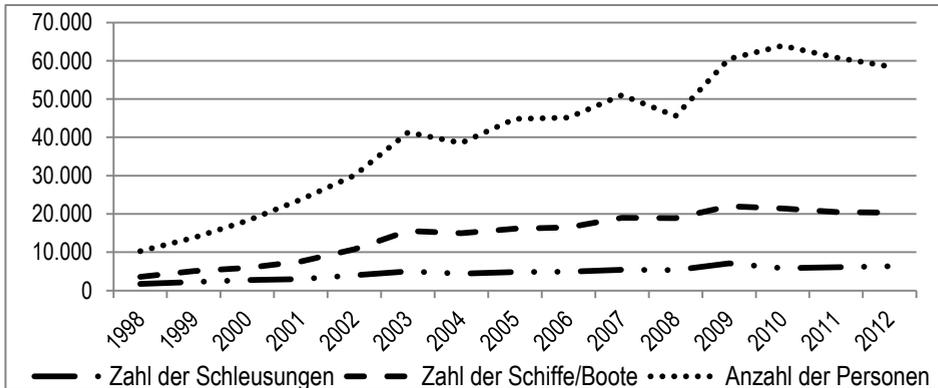


Abb. 5: Schleusenstatistik für die Unstrut (1998-2012) (Datengrundlage: Landesbetrieb für Hochwasserschutz und Wasserwirtschaft Sachsen-Anhalt, Flussbereich Sangerhausen/ Staatliches Amt für Umweltschutz Halle (Saale), Amtsbereich Sangerhausen 2013).

Interessanterweise offenbaren Befragungen von Wasserwanderern, dass diese „viel Wert auf die Kombination ihrer sportlichen Aktivitäten mit Kultur, Sehenswürdigkeiten, Wein etc. legen“ (Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt & Hochschule Harz 2004, 92). Um das einhergehende Informationsbedürfnis (Gewässerbeschreibungen, Angaben zu natur- und kultur-landschaftlichen Besonderheiten usw.) zu befriedigen (Bundesvereinigung Kanutourismus 2005, dwif 2010), bietet sich der Rückgriff auf die sogenannten neuen Medien und mobile Endgeräte an (Witkowski 2013), zumal „Trends und Innovationen [...] für den Markterfolg im Tourismus [entscheidend sind]“ (Schneider & Dreyer 2011, 74). Hierzu gehört zweifelsohne die Bereitstellung touristischer Informationsangebote für das Smartphone (vgl. u. a. Schneider & Dreyer 2011, VIR 2014). Entsprechende Produkte bieten zahlreiche Vorteile. So sind diese im Gegensatz zu herkömmlichen Hinweisschildern und Schautafeln nicht der Witterung ausgesetzt und durch Vandalismus gefährdet, so dass unter Umständen das Bild einer „ungepflegten“ Destination entsteht (Lang & Stark 2007). Darüber hinaus eröffnen sie die Möglichkeit einer leichteren Aktualisierung der Informationen für ein breites Besucherspektrum. Ferner ergibt sich die Chance, Inhalte nicht nur anhand von Bildern oder Texten zu vermitteln, sondern auch Video- oder Audiodateien zu nutzen. Schließlich gestatten sie eine interaktive Bedienung und eine höhere Vernetzung der Inhalte.

Vor diesem Hintergrund wurde im Rahmen des oben genannten DBU-Projektes ein smartphonegeführter Themenpfad speziell für Wasserwanderer auf der Unteren Unstrut entwickelt (Witkowski 2013). Analog zur Ausrichtung des Gesamtvorhabens wurden zwei Zielsetzungen verfolgt, nämlich 1) die Förderung eines landschaftsbezogenen und naturnahen Tourismus und 2) die Schaffung eines innovativen Angebots zur fließgewässerbezogenen Umweltbildung im Freizeitkontext.

## **Themenpfad-Applikation für Wasserwanderer**

### Konzeption

Bei dem ausgewählten Unstrutabschnitt handelt es sich um ein ruhiges Fahrwasser, das auch für weniger sportlich orientierte Zielgruppen geeignet ist (Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt & Hochschule Harz 2006). Das derzeit zur Verfügung stehende Informationsmaterial besteht zumeist aus Tourenvorschlägen oder kurzen, stichpunktartigen Hinweisen zur Region und Einzelobjekten. Ausführliches (Print-)Material muss in aller Regel erst käuflich erworben werden. Die Applikation wurde daher als eine kostenlose Alternative angelegt, die dem interessierten Wasserwanderer umfassende Angaben zur Geschichte des befahrenen Flussabschnittes präsentiert. Sinnvoll erschien eine rezeptive Informationsvermittlung in Form eines Audioguides, so dass die Möglichkeit besteht, die Landschaft parallel zu beobachten, eigene Eindrücke zu sammeln und ggf. das Wasserfahrzeug zu navigieren. Bei der Auswahl der Themen und Stationen erfolgte eine Fokussierung auf gewässerbezogene Landschaftselemente entlang der durch den Flussverlauf vorgegebenen Route. Darüber hinaus wurden organisatorische Hinweise (Schleusenzeiten, Übernachtungs- und Rastmöglichkeiten etc.) verarbeitet, die man üblicherweise auch in Wasserwanderkarten findet, da diese Informationen für Wasserwanderer von hoher Wichtigkeit bei der Auswahl einer Destination sind (Bundesvereinigung Kanutourismus 2005).

In die Konzeption flossen sowohl die Empfehlungen für traditionelle Themenpfade (vgl. u. a. Ebers et al. 1998, Megerle 2003, Lang & Stark 2007) als auch die Erfahrungen mit bereits realisierten Smartphone-Pfaden ein (Witkowski 2013). Um die Vorteile der angestrebten multimedialen „Lernumgebung“ (z. B. Multimodalität, Multicodalität etc.; vgl. u. a. Rinschede 2007) ausschöpfen zu können, erfolgte ferner ein Rückgriff auf psychologische Erkenntnisse wie die Cognitive Theory of Multimedia Learning und die entsprechenden Multimediaprinzipien zur Optimierung der Wissensvermittlung (Mayer 2001, Maske 2011). Das Hauptanliegen bestand darin, eine bestmögliche Vorstrukturierung der multimodal präsentierten Informationen zu erreichen, um so die kognitiven Verarbeitungsprozesse zu erleichtern. Weiterhin sollte die

Motivation der Nutzer gefördert werden. Im vorliegenden Fall wurde dazu die Form des Digital Story Telling gewählt. Hierbei handelt es sich um eine Kommunikationsform, bei der die Inhalte in eine Geschichte eingebettet und durch den Einsatz von Bildern oder Videoelementen unterstützt werden (vgl. Mangold 2007, Schweibenz 2009). Durch die Lebendigkeit und Reichhaltigkeit einer Erzählung gilt es ein „Edutainment“ zu erzielen. Ergänzend kann durch eine Identifizierung mit dem Protagonisten ein Perspektivwechsel erreicht werden, der zu einem subjektiven Miterleben führt (vgl. Schweibenz 2009). Jedoch ist eine einfache Einbettung von Inhalten in eine Geschichte kein Erfolgsgarant für eine motivierende und nachhaltige Vermittlung von Inhalten. Prinzipien der Vermittlung, wie eine gute Balance zwischen Unterhaltung und Seriosität der Informationen, Kompaktheit, eine persönliche Ansprache des Zuhörers und eine bildhafte Sprache (vgl. Schweibenz 2009), sollten eingehalten werden.

### Umsetzung

Die auf Grund dieser Überlegungen entwickelte Applikation besteht aus drei Teilen: (1) Ein Planungsteil soll dem Wunsch der Wasserwanderer nach Informationen zur Routenplanung gerecht werden und bietet Auskünfte zu Schleusenzeiten sowie Rast-, Versorgungs- und Übernachtungsmöglichkeiten, die listenartig oder in Form einer Google-Maps-Karte dargestellt werden. (2) Der eigentliche Themenfad ist als Audio-Video-Guide konzipiert, um dem Wasserwanderer die Möglichkeit zum Navigieren oder zum Beobachten der Landschaft zu geben. Die auditiv vermittelten Informationen werden durch historische und aktuelle Fotos ergänzt, die aber zum Verstehen nicht zwangsläufig notwendig sind. In der Erzählung berichtet ein alter Unstrutschiffer von seiner letzten Fahrt stromab, auf der ihn eine junge Frau, die kein Geld für die Nutzung der Eisenbahn oder des Omnibus besitzt, begleitet. Diese Einbettung soll zum einen Betroffenheit und damit einen Bezug des Nutzers zum Protagonisten erzeugen, zum anderen soll die Reise des ungleichen Paares für Unterhaltung sorgen. Zudem findet damit das innerhalb der Multimediabildung verfolgte Personalisierungsprinzip (s.o.) Anwendung. Den didaktischen Überlegungen der Landschaftsinterpretation (vgl. Gee et al. 2002) zufolge, dienen ausgewählte Kulturlandschaftselemente wie Schleusen, Hochwassermarken, Bergarbeiterhäuser oder Eisenbahnbrücken als Redeanlässe. Auf die wasserbaulichen Entwicklungsphasen wird dabei ebenso eingegangen wie auf die Blütezeit und den Niedergang der Schifffahrt oder die Umweltprobleme durch den Kalibergbau (vgl. u. a. Schmölling & Schmölling 1995, Deutsch 2004/2007). Abweichend vom engeren Konzept des Digital Story Telling werden die Informationen dialogisch, wie in einem Hörspiel, übermittelt und nicht rein narrativ. Dies baut eine gewisse Direktheit auf; der Nutzer erlebt die Handlung also unmittelbar mit und rekapituliert die Fahrt des Schiffers flussab aus seinem Boot heraus. Er sieht dieselben Dinge, die der Protagonist und seine Begleitung erörtern. Die

Geschichte wurde von Laiendarstellern eingesprochen und weist eine Laufzeit von 1 Stunde und 22 Minuten auf. Diese verteilt sich auf 11 „Schauplätze“ im Gewässerabschnitt zwischen Roßleben und Freyburg. Die Stationen werden auf einer Google-Maps-Karte angezeigt, wobei die aktuelle Position des Nutzers mittels GPS in die Karte integriert wird. Aufrufen muss dieser die jeweilige Station allerdings manuell durch Betätigen des Markers, wobei alternativ auch die Auswahl aus einer Liste möglich ist. (3) Im Schlussteil der Applikation können Nutzer ihr Wissen über die Fließgewässergeschichte der Unteren Unstrut in einem Quiz testen, was die Eigenaktivität fördern soll.

### Verbesserungspotenzial

Die Applikation wurde in der Programmiersprache HTML5 geschrieben (Online-App), d. h. es handelt sich prinzipiell um eine für Mobilgeräte optimierte Website. Diese kann theoretisch zu einer sogenannten Hybrid-Variante umgewandelt werden, die sich dann über eine Distributionsplattform, wie z. B. Google Play, fest auf dem Gerät installieren ließe (vgl. Jaser 2011, PC-Magazin 2012). Im vorliegenden Fall erwies sich diese Vorgehensweise angesichts der durch die Videos bedingten hohen Datenmengen von 150 MB als problematisch, da das zur Umwandlung genutzte Programm „PhoneGap“ eine maximale Größe von 10 MB vorgab. Zwar ist eine Bereitstellung als Online-App durchaus möglich, allerdings führt dies mitunter zu langen Ladezeiten. Denkbar wäre es auch, nur die Audio- bzw. Videodateien online anzubieten, so dass sich Nutzer diese auf ihren MP3-Player oder ihr Smartphone kopieren und an den jeweiligen, nummerierten Stationen manuell abspielen können. Diese Vorgehensweise hätte aber den Nachteil, dass sie dem Anspruch nach einer innovativen Informationsvermittlung durch eine Applikation und den gesetzten Zielen nicht gerecht würde. Wünschenswert wäre es, dass die Wiedergabe an einer Station automatisch durch das GPS gestartet wird. An dieser Stelle zeigt sich der technische Optimierungsbedarf sehr deutlich. Weiterhin ist eine kontinuierliche Überarbeitung und Aktualisierung der organisatorischen Hinweise im Planungsteil anzustreben. Unter der Voraussetzung einer testtheoretischen Überarbeitung könnten schlussendlich die Quiz-Ergebnisse durch die Einspielung in eine Datenbank ggf. zur Evaluation des Pfades herangezogen werden.

### Fazit

Insgesamt zeigt der konzipierte smartphonegeführte Themenpfad sowohl in fachlicher als auch didaktischer Hinsicht interessante und innovative Ansatzpunkte für die Förderung eines landschaftsbezogenen Tourismus in der Saale-Unstrut-Region auf. Um das Angebot vom „Test-“ in den „Normalbetrieb“ zu überführen, gilt es, nach weiterer technischer Optimierung, nun lokale Kooperationspartner zu finden, die die Applikation auf einem Server platzieren

und bewerben sowie bestenfalls kostenlose WLAN-Hotspots zur Verfügung stellen. Eine besondere Chance besteht darin, über die Implementierung und die kontinuierliche thematische sowie räumliche Erweiterung des Produktes die empfohlene Vernetzung von rad-, kultur- und weintouristischen Angeboten (vgl. Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt & Hochschule Harz 2006) voranzubringen. Deutlich ist aber auch, dass die Entwicklungen in der „virtuellen Welt“ durch einen qualitätsorientierten Ausbau der touristischen „Hardware“ (z. B. Ein- und Ausstiegsplätze, Kanu-Stationen, Beherbergung sowie Gastronomie) begleitet werden müssen, um ein „stimmiges Gesamtbild“ zu erreichen.

## Literatur und Quellen

- Antz, C. (2001): Das Blaue Band in Sachsen-Anhalt. Potentiale des Wassertourismus in Mitteldeutschland. In: Standort – Zeitschrift für Angewandte Geographie 25(4). S. 17–22.
- BMWi (= Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie) (Hrsg., 2013): Wassertourismus in Deutschland. Praxisleitfaden für touristische Unternehmen, Kommunen und Vereine. Berlin.
- Bundesvereinigung Kanutourismus (2005): Grundlagenuntersuchung zur Bedeutung und Entwicklung des Kanutourismus in Deutschland. Online unter: <http://www.deuschertourismusverband.de/fileadmin/Medien-datenbank/PDFs/KT-Studie-Langfassung.pdf> (abgerufen am 21.04.2013).
- Deutsch, M. (2004): Zur wasserwirtschaftlichen Vergangenheit der Unstrut unter besonderer Berücksichtigung der Leistungen des Ingenieurs Hermann Wurffbain (1804–1889). In: Heimatverein ARATORA (Hrsg.): Zeitschrift des Vereins für Heimatkunde. Geschichte und Schutz von Artern 14. Artern. S. 111–120.
- Deutsch, M. (2007): Untersuchungen zu Hochwasserschutzmaßnahmen an der Unstrut (1500–1900). Göttingen (= Göttinger Geographische Abhandlungen 117).
- Deutsch, M. & T. Reeh (2013): A propos de la genèse du paysage le long de l'Unstrut inférieure. In: Revue de géographie historique – Géographie historique des paysages en Allemagne 2. Online unter: [http://rgh.univ-lorraine.fr/articles/view/31/A\\_propos\\_de\\_la\\_genese\\_du\\_paysage\\_le\\_long\\_de\\_l\\_Unstrut\\_inferieure](http://rgh.univ-lorraine.fr/articles/view/31/A_propos_de_la_genese_du_paysage_le_long_de_l_Unstrut_inferieure) (abgerufen am 03.03.2014)
- dwif – Consulting GmbH (2010): Evaluierung der touristischen Markensäule „Blaues Band – Wassertourismus in Sachsen-Anhalt“ im Rahmen des EU-Interreg-Projektes LABEL. Endbericht. Online unter: [http://www.labeleu.eu/uploads/media/Endbericht\\_Evaluierung\\_BlauesBand\\_301110\\_01.pdf](http://www.labeleu.eu/uploads/media/Endbericht_Evaluierung_BlauesBand_301110_01.pdf) (abgerufen am 22.04.2013).
- Ebers, S., Laux, L. & H.-M. Kochanek (1998): Vom Lehrpfad zum Erlebnispfad – Handbuch für Naturerlebnispfade. Wetzlar.
- Fallon, J. (2012): 'If You're Making Waves Than You Have to Slow Down'. Slow Tourism in Canal. In: Fullager, S., Markwell, K. & E. Wilson (Hrsg.): Slow Tourism. Experiences and Mobilities. Bristol, Buffalo, Toronto. S. 143–154.
- Fullager, S., Wilson, E. & K. Markwell (2012): Starting Slow. Thinking Through Slow Mobilities and Experiences. In: Fullager, S., Markwell, K. & E. Wilson (Hrsg.): Slow Tourism. Experiences and Mobilities. Bristol, Buffalo, Toronto. S. 1–8.

- Gee, K., Glawion, R., Kreisel, W. & P. Lehnes (2002): Landschaft – kein Buch mit sieben Siegeln. Landschaftsinterpretation entschlüsselt das Natur- und Kulturerbe auf unterhaltsame Weise. In: Ehlers, E. & H. Leser (Hrsg.): Geographie heute – für die Welt von morgen. Gotha, Stuttgart. S. 46–57.
- Hans, C. (2013): Das Image des Naumburger Doms im Spannungsfeld von Wissensaneignung und Ergriffenheit – Implikationen für die Gestaltung des Produktes Kirchenbesichtigung. In: *tw – Zeitschrift für Tourismuswissenschaft* 5(2). S. 161–178.
- Hoppe, F. (1935): Flößerei – Schifffahrt – Fischer im Mündungsgebiet von Saale und Unstrut. Naumburg.
- Jaser, M. (2011): Evaluation, Bewertung und Implementierung verschiedener Cross-Platform Development Ansätze für Mobile Internet Devices auf Basis von Web-Technologien. Online unter: <http://cross-mobile-apps.de/files/bachelorthesis-michael-jaser.pdf> (abgerufen am 20.02.2013).
- Landesbetrieb für Hochwasserschutz und Wasserwirtschaft Sachsen-Anhalt, Flussbereich Sangerhausen/Staatliches Amt für Umweltschutz Halle (Saale), Amtsbereich Sangerhausen (2013): Schleusenstatistik Unstrut von 1992 bis 2012. Sangerhausen.
- Linke, M. (2007): Schifffahrt zwischen Artern an der Unstrut und Weißenfels an der Saale. In: Freund, S., Hardt, M. & P. Weigel (Hrsg.): Flüsse und Flusstäler als Wirtschafts- und Kommunikationswege. Bonn. S. 337–348. (= Siedlungsforschung: Archäologie – Geschichte – Geographie 25).
- Mangold, M. (2007): Bildung, Wissen, Narrativität. Wissensvermittlung durch Digital Storytelling nicht nur für Museen. Online unter: [http://www.mediacultureonline.de/fileadmin/bibliothek/mangold\\_web/mangold\\_bildung.pdf](http://www.mediacultureonline.de/fileadmin/bibliothek/mangold_web/mangold_bildung.pdf) (abgerufen am 06.05.2013).
- Maske, P. (2011): Mobile Applikationen. Interdisziplinäre Entwicklungen am Beispiel des Mobile Learning. Dissertation an der Leibniz Universität Hannover. Hannover.
- Mayer, R. E. (2001): *Multimedia Learning*. Cambridge.
- Megerle, H. (2003): Naturerlebnispfade. Neue Medien der Umweltbildung und des landschaftsbezogenen Tourismus? Bestandsanalyse, Evaluation und Entwicklung von Qualitätsstandards. Tübingen. (= Schriften des Geographischen Instituts der Universität Tübingen 124).
- Ministerium für Wirtschaft und Technologie des Landes Sachsen-Anhalt, Referat Tourismus (Hrsg., 2001): *Handbuch Blaues Band in Sachsen-Anhalt*. Magdeburg. (= Tourismus-Studien Sachsen-Anhalt 5, 2. Auflage).

- Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt, Referat Tourismus & Hochschule Harz, Bereich Tourismuswirtschaft (Hrsg., 2004): Handbuch Tourismus in Sachsen-Anhalt. Magdeburg/Wernigerode. (= Tourismus-Studien Sachsen-Anhalt 1, 2. vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage).
- Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt, Referat Tourismus & Hochschule Harz, Bereich Tourismuswirtschaft (Hrsg., 2006): Wein und Tourismus in der Weinregion Saale-Unstrut. Analysen, Handlungsempfehlungen, Perspektiven. Magdeburg/Wernigerode. (= Tourismus-Studien Sachsen-Anhalt 25).
- Ministerium für Wissenschaft und Wirtschaft des Landes Sachsen-Anhalt & Tourismusverband Sachsen-Anhalt e. V. (Hrsg., 2011): Wirtschaftsfaktor Tourismus in Sachsen-Anhalt, Daten – Fakten – Zahlen. Magdeburg. (= Tourismus-Studien Sachsen-Anhalt, 8., aktualisierte Neuauflage).
- PC-Magazin.de (2012): jQuery Mobile – Tipps & Tricks für mobile Web-Apps. Online unter: <http://www.pcmagazin.de/ratgeber/jquery-mobile-tipps-tricks-ratgeber-1452310.html> (abgerufen am 24.03.2013).
- Reeh, T. & A. Liebscher (2011): Das Potenzial von Weinerlebniswelten im Tourismus am Beispiel der Saale-Unstrut-Region. In: Dreyer, A. (Hrsg.): Wein und Tourismus. Erfolg durch Synergien und Kooperationen. Berlin. S. 135–148. (= Schriften zu Tourismus und Freizeit 11).
- Remme, J. (1918): Die Güterschiffahrt auf der Saale und Unstrut. Bonn. (= Moderne Wirtschaftsgestaltungen 5).
- Rinschede, G. (2007): Geographiedidaktik. 3. Auflage. Paderborn.
- Schlenker, G. & J. Laubner (2002): Die Unstrut. Portrait einer Kulturlandschaft. Halle (Saale).
- Schmidt, E. (1939): Die Unstrut als Verkehrsweg. Halle. (= Schriften des Seminars für Verkehrswesen an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg 17).
- Schmölling, A. & K. Schmölling (1994): 200 Jahre schiffbare Unstrut 1795–1995. Artern.
- Schneider, S. & A. Deyer (2011): Innovationen im Wandertourismus – Erfahrungen bei der Realisierung einer iPhone-Applikation. In: Kagermeier, A. & T. Reeh (Hrsg.): Trends, Herausforderungen und Perspektiven für die tourismusgeographische Forschung. Mannheim. S. 73–82. (= Studien zur Freizeit- und Tourismusforschung 4).

- Scholz, R., Strejc, W. & H.-W. Uhlmann (2000): Hochwasserschutz an der Unstrut in Sachsen-Anhalt. Historische und aktuelle Betrachtungen. In: Deutsch, M., Pörtge, K.-H. & H. Teltscher (Hrsg.): Beiträge zum Hochwasserschutz/Hochwasserschutz in Vergangenheit und Gegenwart. Erfurt. S. 173-189. (= Erfurter Geographische Studien 9).
- Schwarz, B. & H. Faist (1993): Historisches vom Strom VIII. Schifffahrt auf Saale und Unstrut. Personenschifffahrt – Güterschifffahrt. Duisburg.
- Schweibenz, W. (2009): Geschichten als Vermittlungsmedium. Narration und digitales Storytelling am Beispiel von Museen. In: Giessen, H. W. (Hrsg.): Emotionale Intelligenz in der Schule. Unterrichten mit Geschichten. Weinheim. S. 78–89. (= Beltz Medienpädagogik 2).
- Statistische Ämter des Bundes und der Länder (2013): Tourismus. Beherbergungsbetriebe, Gästebetten, -übernachtungen, -ankünfte nach Betriebsarten – Jahressumme – regionale Ebenen. Kreise und kreisfreie Städte. Online unter:  
<https://www.regionalstatistik.de/genesis/online/data;jsessionid=E5CD4AD203944FB3BB00CAC5309AF941?operation=abruftabelleBearbeiten&levelindex=1&levelid=1381234921456&auswahloperation=abruftabelleAuspraegungAuswahlen&auswahlverzeichnis=ordnungsstruktur&auswahlziel=werteabruf&selectionname=469-31-4-B&auswahltext=%23RKREISE-15084%2C15256&nummer=7&variable=2&name=KREISE&werteabruf=Werteabruf>  
 (abgerufen am 03.03.2014).
- Siegsmund, S., Hopf, U., Stück, H., Beutler, G., Culmsee, H., Hoppert, M., Reeh, T., Schmiedel, I., Schubert, J., Schwienheer, J. & T. Wieland (2013): Der Kulturlandschaftskorridor Saale-Unstrut. In: Siegsmund, S. & R. Snethlage (Hrsg.): Naturstein in der Kulturlandschaft. Halle (Saale). S. 334–347.
- Staatliches Amt für Umweltschutz (1995): Neubau des Wehres Freyburg (Unstrut). Merseburg.
- Staatliches Amt für Umweltschutz (1998): Rekonstruktion der Unstrutwehre Laucha und Tröbsdorf. Merseburg.
- Steinbach, J. (2003): Tourismus. Einführung in das räumlich-zeitliche System. München, Wien.
- Strejc, W. (1997): Geschichte des Wasserbaus an der Unstrut. In: Bräunig, C. (Hrsg.): Untere Unstrut – ein Fluss und seine Landschaft. Halle (Saale). S. 7–22.
- VIR (= Verband Internet Reisevertrieb e. V.) (Hrsg.): Daten & Fakten 2014 zum Online-Reisemarkt. 9. Ausgabe. Oberhaching.
- Witkowski, C. (2013): Wassertourismus 2.0. Die Entwicklung eines smartphonegeführten Themenpfades zur Fließgewässergeschichte der Unstrut zwischen Roßleben und Freyburg. Masterarbeit am Geographischen Institut der Georg-August-Universität Göttingen. Göttingen

# **Jugendtourismus – Chancen und Potenziale**

Bettina Kreisel & Werner Kreisel

## **Abstract**

For a long time, children and teenagers went unnoticed as an important target group in tourism. In the meantime however, the tourist industry has recognized that children and youth tourism holds great potentials. In contrast to other target groups, the market segment of children and teenagers has not yet been exhausted. Therefore, there are many opportunities to attract young people and integrate them in tourism products. A desire for adventure and a yearning for freedom and independence are relevant aspects for youth tours. However, motives such as experience and education are also paramount. Apart from the economic importance, holidays for children and teenagers also develop their personalities and understanding of nature, culture, and society.

## **Zusammenfassung**

Kinder und Jugendliche wurden lange nicht als wichtige Zielgruppe im Tourismus wahrgenommen. Inzwischen hat die Tourismusbranche jedoch den Kinder- und Jugendtourismus als große Chance erkannt. Im Gegensatz zu anderen Nachfragegruppen ist das Marktsegment „Kinder und Jugendliche“ bisher noch nicht ausgeschöpft. Hieraus ergeben sich zahlreiche Möglichkeiten, diese Gruppe stärker zu bewerben und in touristische Angebote zu integrieren. Erlebnisorientierung, Streben nach Freiheit und Unabhängigkeit als wesentliche jugendreiserelevante Aspekte, aber auch Motive wie Bildung und Wissen sollten hierbei vorrangig berücksichtigt werden. Neben ihrer wirtschaftlichen Bedeutung dienen Kinder- und Jugendreisen auch der Persönlichkeitsbildung und schaffen Verständnis für die Zusammenhänge von Natur, Kultur und Gesellschaft.

## **Vom Jugendferienwerk zum Jugendreiseveranstalter**

Der Jugendtourismus im eigentlichen Sinn begann in Deutschland nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs, wenn auch verschiedene Vorläufer seit dem 19. Jh. existierten. Es entstanden zunächst Jugendreiseorganisationen für Inlandsreisen, in erster Linie mit dem Ziel der gesundheitlichen Förderung. Ebenso setzten im selben Zeitraum Jugendauslandsreisen zum Zwecke der Völkerverständigung ein. Kommunale Jugendämter, verschiedene gemeinnützige Verbände und regionale kirchliche Anbieter engagierten sich, um auch einkommensschwächeren und sozial eher benachteiligten Schichten Reisen zu ermöglichen. In den 1960er, 1970er und 1980er Jahren entdeckten Pädagogen die Bedeutung des Reisens als Lern- und Erfahrungsfeld. Selbstorganisierte Formen des Jugendreisens mit den Merkmalen Selbstverwaltung und demokratische Entscheidung hoben insbesondere auf Bildung und Persönlichkeitsentwicklung ab. Aus kommunalen „Stranderholungen“ und „Kinderlandverschickungen“ entwickelte sich dann der

kommerzialisierter Jugendtourismus, aus der Jugendbetreuung die Sicherstellung der Kundenzufriedenheit und schließlich ein immer mehr auf die gestiegenen Wünsche der Nachfrager eingehendes Angebot.

## Jugendtourismus – die Zielgruppe

Mehr als 22,3 Mio. Kinder und Jugendliche und junge Erwachsene (bis 25 Jahren) leben in Deutschland. Der Kinder- und Jugendtourismus spielt denn auch in der Branche und in der Tourismuspolitik eine große Rolle. Wer aber ist die Gruppe, um die es geht, also die „Kinder und Jugendlichen“? Diese Begriffe werden in der Praxis eher unscharf verwendet und sind je nach den herangezogenen Kriterien nicht immer einheitlich. So kann damit gemeint sein:

- eine altersmäßig bestimmte Gruppe
- eine Entwicklungsphase im Lebenszyklus
- eine juristisch definierte Gruppe
- eine „jugendliche“ Gruppe unabhängig von ihrem tatsächlichen Alter.

In Industrienationen gilt die „Kindheit“ als Lebensabschnitt, in dem die Entfernung zur Erwachsenenwelt noch groß ist. Es handelt sich also im Allgemeinen um den Zeitraum im Leben des Menschen von der Geburt bis zur Pubertät. Jedoch tritt diese Entwicklung nicht grundsätzlich im gleichen Alter ein. „Kindheit“ ist zudem nicht nur ein biologischer Begriff, sondern wird auch durch Kultur und soziale Gegebenheiten definiert. Im engeren Sinne folgt die Kindheit auf das Kleinkindalter (2. und 3. Lebensjahr). Nach dem Jugendhilferecht ist Kind, wer noch nicht 14 Jahre alt ist (Sozialgesetzbuch (SGB) VIII §7 Abs.1 Nr.1).

Nach der Kindheit folgt das Jugendalter. Dieses ist heute zu einem langgestreckten Lebensabschnitt geworden, der allmählich in das Erwachsensein übergeht und sich immer mehr an dieses angleicht. Umgekehrt legen viele Erwachsene Wert darauf, sich wie Jugendliche zu verhalten. Der Begriff „Jugend“ ist demnach je nach Alter, nach sozialer Schicht oder milieuspezifischer Situation der betreffenden Personen unterschiedlich zu fassen, je nach biologischen, demographischen, verhaltensorientierten oder psychographischen Kriterien. Wenn man „Jugend“ nach dem absoluten Alter definiert, wird dieser Lebensabschnitt häufig zwischen das 13. und 25. Lebensjahr, aber teilweise auch bis zum 35. Lebensjahr eingeordnet. Dies ist eine ziemlich große Zeitspanne, denn offenbar ist diese Eingrenzung nicht für alle „Jugendlichen“ einheitlich, denn es bestehen beträchtliche Unterschiede in der körperlichen, seelischen und geistigen Entwicklung der einzelnen Personen, zu denen noch geschlechtsspezifische Charakteristika hinzukommen. Als Entwicklungsphase im Lebenszyklus eines Menschen umschreibt „Jugend“ einen Zeitraum, in der die betreffende Person nicht mehr Kind, aber noch nicht Erwachsener ist. Diese Phase ist geprägt von einer fortschreitenden Unabhängigkeit von Eltern und Autoritäten, wodurch neue

Entwicklungen und berufliche Aufgaben ermöglicht werden. Allerdings kann der Zeitpunkt, zu dem dies der Fall ist, altersmäßig sehr stark variieren: Die jeweilige sozioökonomische Situation, die sich im Bildungswesen und in unterschiedlichen Ausbildungszeiten manifestiert, führt dazu, dass „Anfang“ und „Ende“ der Jugendzeit nicht für alle Jugendlichen gleich sind. Regionale Unterschiede, etwa zwischen Stadt und Land, die Zugehörigkeit zu Jugendzonen oder ein unterschiedlicher kultureller Hintergrund, wie die Situation von Migranten und die Religionszugehörigkeit bedingen Unterschiede in der Eingrenzung der touristischen Zielgruppe „Jugend“ (Buck 2012, 26).

Vom juristischen Standpunkt aus ist in Deutschland ein Jugendlicher eine Person, die 14 Jahre, aber noch nicht älter als 18 Jahre ist. Denn bis zu 18 Jahren wäre sie minderjährig, unterläge also der Aufsichtspflicht der Eltern oder Erziehungsberechtigten. Dieser rechtliche Aspekt ist etwa bei einem „Reisevertrag“ zu berücksichtigen. Denn ein solcher „Jugendlicher“ kann keine eigenen Entscheidungen treffen, sondern es muss die Zustimmung eines Erziehungsberechtigten vorliegen. Mit der Vollendung des 18. Lebensjahres tritt hingegen die Volljährigkeit ein. Die Begriffsverwirrung wird noch dadurch vergrößert, dass die Tourismusbranche die „Jugendlichkeit“ als Marketing- und Werbungsbegriff verwendet. „Heute verhalten sich 60-jährige wie 20-jährige – mobil, reisebegeistert, sportlich – und 20-jährige können wie verfrühte Greise wirken. 40-jährige Männer tendieren zu ewiger Pubertät. Und 18-jährige wirken plötzlich reif und weise“ (Horx & Wippermann 1995, 59). Jugend wird allenthalben als erstrebenswertes Ziel transportiert, selbst „Senioren“ sollen mit jugendlich und aktiv wirkenden Angeboten einer oft aggressiven Werbung geködert werden. Einem 60-jährigen wird so suggeriert, er wäre (für immer) dreißig. Eine solche Definition ist also weniger auf eine bestimmte Altersgruppe gerichtet, sondern bezeichnet eher einen „jugendlichen“ Lebensstil, den verschiedene Altersgruppen pflegen (sollen).

Keine Definition ist offenkundig in sich vollkommen schlüssig: Beginn und Ende der Kinder- und Jugendzeit sind nicht allgemeingültig; sie müssen vielmehr flexibel gehandhabt werden. Im Allgemeinen wird man den Beginn der Schulzeit als die erste denkbare Möglichkeit für Kinder, ohne die Eltern in betreuten Gruppen oder auch individuell zu reisen, ansehen. Sinnvoll ist es sodann, die ersten Ansätze zu einer gewissen „Selbständigkeit“ von Schülern, also einen Zeitpunkt nach den ersten Schuljahren als den Übergang zwischen „Kindheit“ und „Jugend“ anzusetzen. Die „Jugend“ würde schließlich zu dem Zeitpunkt enden, wenn nach der Schul- und Ausbildungszeit ein Beruf ergriffen wird. Dabei ist es natürlich klar, dass Schulbesuch und Ausbildung unterschiedlich lange dauern, je nachdem, ob eine handwerkliche Tätigkeit oder aber ein Universitätsstudium angestrebt wird. Dennoch hat man auf diese Weise ungefähr die Altersgruppen erfasst, um die es im Kinder- und Jugendtourismus geht, also „Kinder“, „Jugendliche“ und „junge Erwachsene“.

## Jugendtourismus und demographischer Wandel

Häufig wird in Deutschland die demographische Entwicklung diskutiert, die vielfach als problematisch angesehen wird. In der Tat zeigen sich ebenso wie in anderen westlichen „Industrieländern“ bereits seit längerem ein Rückgang der Geburtenrate und damit die prozentuale Abnahme jüngerer Jahrgänge gemessen an der Gesamtbevölkerung. Diese Entwicklung wird sich auf absehbare Zeit fortsetzen. Alle Berechnungen gehen davon aus, dass die Gesamtbevölkerung Deutschlands bis 2050 abnehmen wird. Das bedeutet, dass insbesondere die Zahl der Geburten weiterhin auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau verbleibt, dass die Lebenserwartung noch steigen wird, und dass sich die Zuwanderung aus dem Ausland nicht wesentlich verstärkt.

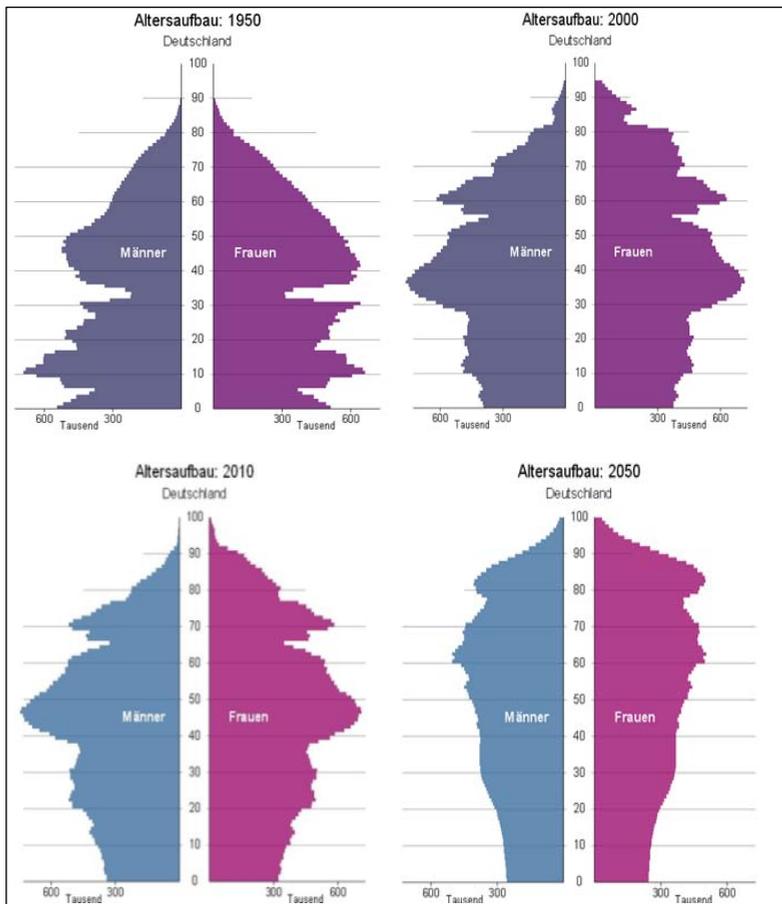


Abb. 1: Entwicklung des Altersaufbaus in Deutschland (Quelle: Statistisches Bundesamt; cp-infotec Politik und Zeitgeschichte 1. Juni 2013)

Dadurch, dass sich die prozentuale Verteilung der Altersgruppen stetig zu den älteren Jahrgängen hin verschiebt (Abb. 1), verändert sich auch die Altersstruktur der Touristen. Nicht umsonst betrachtet man die „neuen Alten“, die „Best Ager“ oder „Silver Surfer“, wie man heute die „Senioren“ häufig nennt, als eine immer wichtigere touristische Zielgruppe. In klassischen deutschen Destinationen (Bayerische Alpen, Harz, Ostseeküste in Mecklenburg-Vorpommern, schleswig-holsteinische Küste) stellen die über 60-jährigen bereits etwa ein Drittel aller Reisenden. Es ist daher durchaus nachzuvollziehen, dass die Tourismusbranche vermehrt Angebote für die im Allgemeinen finanziell gut gestellten älteren, aber durchaus aktiven Jahrgänge entwickelt. Jedoch geht es nicht um ein „entweder – oder“: Jugendreisen sollen nicht auf Kosten von Seniorenreisen beworben werden. Anzustreben ist vielmehr ein „sowohl als auch“, was bedeutet, dass man beide Zielgruppen unter Berücksichtigung ihrer spezifischen Wünsche und Bedürfnisse gleichermaßen nutzen muss. Hinzu kommt, dass die für Deutschland festgestellte demographische Entwicklung zwar im Augenblick typisch sein mag. Dennoch könnte sich diese Tendenz verlangsamen (z. B. in Frankreich, Großbritannien) bzw. sogar bereits überholt sein. Nimmt man die Weltbevölkerung als Maßstab, so steigen die jungen Jahrgänge und damit ihre touristischen Aktivitäten rasch an: Nach Schätzungen ist zwischen 2000 und 2010 die Zahl der internationalen Ankünfte der Altersgruppe bis dreißig Jahren von 136 Mio. auf 187 Mio. gestiegen; bis 2020 könnte ein Anstieg auf ca. 300 Mio. erfolgen (vgl. Sporer 2005a, 5).

## Jugendtourismus als Marktsegment

In Deutschland werden über 20% aller Urlaubsreisen im Inland von Jugendlichen und jungen Erwachsenen durchgeführt. Die Reiseausgaben bei Kinder- und Jugendreisen belaufen sich auf rund zwölf Milliarden Euro jährlich. Die Welttourismusorganisation UNWTO geht davon aus, dass der Marktanteil von Kindern und Jugendlichen im Tourismus in Zukunft bei 25% liegen wird (vgl. BMWi 2013). Andere Untersuchungen bewerten die Bedeutung von Kinder- und Jugendreisen sogar noch wesentlich höher. So kommt die GFJT (2010) in ihrer Impulsstudie zu folgenden Ergebnissen:

- 2,1 Mrd. € geben Kinder und Jugendliche zwischen 6–12 Jahren pro Jahr in Deutschland aus.
- 18,2 Mrd. € geben Jugendliche und junge Erwachsene zwischen 13–19 Jahren pro Jahr in Deutschland aus.
- 30% aller Reisen in Deutschland sind Kinder- und Jugendreisen.
- 43% der 6–13-Jährigen haben einen Einfluss auf die Wahl des Urlaubsortes.
- 60% der Erwachsenen haben mit ihren Kindern an dem Ort ihren Urlaub verbracht, wo sie schon in ihrer Kindheit waren.

Die Tourismusbranche ist sich inzwischen der Bedeutung von Kinder- und Jugendreisen bewusst. Entscheidend ist dabei, dass das Marktsegment „Kinder und Jugendliche“ bisher im Gegensatz zu anderen Nachfragegruppen noch nicht ausgeschöpft ist. Dieser Markt ist relativ neu und hat noch längst nicht alle reisewilligen Jugendlichen erfasst. Gruppenreisen stellen dabei die Grundlage des touristischen Angebotes dar. Die Nachfrage danach ist in Deutschland in den letzten Jahren gestiegen: So haben die Übernachtungszahlen der 527 Jugendherbergen im Jahre 2010 mit 10,3 Mio. die Zahl des Vorjahres um 3,5% übertroffen (Die Jugendherbergen 2012). Individuelle touristische Aktivitäten fallen demgegenüber zahlenmäßig nicht stark ins Gewicht. Bei der „klassischen“ Gruppenreise existiert die betreffende Gruppe bereits vor Antritt der Reise. Hierzu gehören beispielsweise Klassenfahrten und Jugendfreizeiten. Hier bilden die Teilnehmer von vornherein eine Gruppe, die gemeinsam verreist (Klassen-/Kursverband, Sportverein, Pfadfinder, kirchliche Organisation etc.). Eine andere Möglichkeit für Gruppenerlebnisse sind Angebote für Kinder und Jugendliche, die sich erst am Zielort ihrer Reise in einer Gruppe zusammenfinden. Die Gruppe konstituiert sich dort aufgrund des gemeinsamen Interesses an einem speziellen Programmangebot (Sprachreise, Sport, Naturerlebnis, internationale Begegnung, Workcamp etc.).

Öfter taucht die Befürchtung auf, eine Ausrichtung auf den Jugendtourismus würde sich negativ auf andere wichtige Gästegruppen auswirken. Natürlich wird es eine Destination, die sich mehr oder weniger ausschließlich im Seniorentourismus profiliert, vergleichsweise schwer haben, sich dem Jugendtourismus zu öffnen (Menzel 2010, 46). Denn einerseits könnte die neue jugendliche Zielgruppe das jugendtouristische Angebot dieser Destination nicht ernstnehmen. Andererseits besteht die Gefahr, bestehende Zielgruppen durch eine jugendtouristische Orientierung abzuschrecken: Durch Vorurteile wie „Jugendliche sind immer laut, müllen alles zu oder sind stets betrunken“ könnte das Image einer im Erwachsenenbereich etablierten Destination nachhaltig zerstört werden und ein negatives und ungewolltes Billig- oder Partyimage entstehen. Solche „Nutzungskonkurrenzen“ können jedoch durch eine sinnvolle Tourismusplanung vermieden werden.

Manchmal wird die Stabilität der Zielgruppe „Jugendliche“ angezweifelt. In der Tat ist der Jugendreisemarkt trend- und modeanfällig wie kein anderer. Was in dieser Saison noch „in“ ist, kann im nächsten Jahr schon „out“ sein. Daher muss die Branche Trends frühzeitig erkennen, um schnell reagieren zu können. Die Pro-Kopf-Ausgaben der Teilnehmer von Klassenfahrten und Jugendfreizeiten sind im Vergleich mit anderen Altersgruppen zwar eher niedrig. Dies wird jedoch durch eine Reihe von Vorteilen wettgemacht: So ist die Aufenthaltsdauer dieser Gruppen von normalerweise einer Woche vergleichsweise verlässlich. Darüber hinaus reisen Jugendliche auch saisonunabhängig und während der Woche, also nicht nur an Wochenenden.

Naturgemäß gibt es grundsätzlich klassische Angebote, die zentrale Bausteine einer Destination darstellen und für alle Gästegruppen unabhängig von ihrer Altersstruktur nachgefragt werden. Diese müssen weiter gepflegt werden. Jedoch müssen touristische Destinationen in ihrem Marketing weiter denken und mehr als die gegenwärtig zufriedenen Gäste generieren. Strategische Destinationsmarkenführung muss daher auch die Erwachsenen von morgen erreichen, nach dem Motto „Heute an die Gäste von morgen denken“. Eine touristische Öffnung in Richtung Jugendliche erzeugt zudem positive Strahleffekte. Denn durch ein jugendlicheres Destinationsimage können auch Zielgruppen mittleren Alters, „Middle Ager“, erreicht werden, da diese sehr empfänglich für das Label „Jugendlichkeit“ sind. So kann es gelingen, sich von einem verstaubten Image zu lösen und den Grundstein für einen nachhaltigen Zielgruppenaufbau zu legen (Menzel 2010, 48). Es ist nicht zu unterschätzen, dass die Jugendlichen, wenn ihnen ein Urlaubsziel zugesagt hat, eine Kundenbindung aufbauen, die sich später auszahlen wird. Auch die derzeit beliebte Zielgruppe der „Best Ager“ und „Silver Surfer“ hat klein angefangen hat (Menzel 2010; GFJT 2010). Jugendreisen sind damit ein Schlüsselmarktsegment: Die jugendlichen Gäste von heute sind also die Kunden von morgen.

Fast alle Destinationen sehen inzwischen den Kinder- und Jugendtourismus als große Chance und wichtiges Marktsegment an. So will die Bayern Tourismus Marketing GmbH junge Reisende verstärkt ansprechen, um sie vom Urlaubsland Bayern zu überzeugen und dadurch langfristig an die Marke Bayern zu binden. Inzwischen wurde ein „Think Tank“ zum Thema Jugendtourismus ins Leben gerufen. Ziel dieses Arbeitskreises ist es, den Ausbau des Angebots für Jugendliche und dessen gezielte Vermarktung weiter voranzutreiben (Bayern Tourismus Marketing 2012, 2).

Auch im österreichischen Reisemarkt ist Kinder- und Jugendtourismus als wichtiges Marktsegment erkannt, wie am Beispiel Tirols festgestellt wird (vgl. Sporer 2005a, 4ff.). Jugendliche und junge Erwachsene sind dort für die Tourismuswirtschaft ein ernstzunehmender und wichtiger Bestandteil. Die Ausgaben junger Gäste seien im Schnitt gleich oder sogar höher als der Gesamtdurchschnitt. Außerdem prägen die Jugendmärkte Muster, die den späteren Konsum bestimmen, und Jugendliche geben als Trendsetter die Trends vor, denen die ältere Generation folgt. Der gewachsenen Bedeutung des Jugendtourismus trägt das Themenjahr 2013–2014 „Junges Reiseland Deutschland“ mit der Social Media Kampagne „Youth HotSpots in Germany – Share the Moment“ (DZT 2013).

Auch die Politik betrachtet inzwischen die Kinder- und Jugendreisen als ein bedeutendes touristisches Segment mit hohem wirtschaftlichem sowie bildungspolitischen („außerschulisches Lernen“) Wert (vgl. BMWi 2013). Mitte 2002 war vom Deutschen Bundestag der Aktionsplan zum Kinder- und Jugendtourismus verabschiedet worden. Seit 2007 fördert die Bundesregierung gemeinsam mit der Stiftung Deutsche Jugendmarke die bundeseinheitliche, trägerübergreifende

Klassifizierung von Kinder- und Jugendunterkünften in Deutschland (QMJ-Unterkünfte). Kinder und Jugendliche würden in Deutschland oft als bedeutende Zielgruppe für den Tourismus unterschätzt. Eine weitere Verbesserung der Qualität von Kinder- und Jugendreisen sei eine wichtige gesamtgesellschaftliche Aufgabe (vgl. BMWi 2013, 22).

## Jugendliche Lebenswelten

Sozialpädagogen, Politiker und Lehrer empfehlen das junge Reisen und betonen, dass die ersten Erfahrungen in einer Gruppe gemacht werden sollten. Bei Jugendreisen ist denn auch das Kontaktstreben besonders charakteristisch. Dies fördert neben dem Erlebnis – Party, Gesellschaft, Kennenlernen ohne Erwachsene, Flirten, Feiern, Liebeskummer – die sozialen Kompetenzen. Das Reisen ohne Familie gehört dabei zum in der Pubertät einsetzenden Ablösungsprozess von der Herkunftsfamilie. Oft fühlen sich Jugendliche von den Erwachsenen nicht ernst genommen, und so entsteht der Wunsch, mit Gleichaltrigen zu verreisen, um zu beweisen, dass sie wie Erwachsene leben können. Dabei lässt sich die Vorstellung des Erwachsenenlebens am besten auf einer Urlaubsreise verwirklichen. Das Reisen ins Unbekannte kann als Chance gesehen werden, sich selbst zu beweisen und auf eigenen Füßen zu stehen (vgl. Jünemann 2010, 10ff.). Dabei stehen bei Jugendlichen in erster Linie Urlaubsmotive wie „Spaß haben“ und zusammen mit Freunden Dinge unternehmen, zu denen man gerade Lust hat, als Priorität ganz oben.

Wie fühlen sich Jugendliche, wie sehen sie sich selber, was haben sie für Erwartungen? Im Folgenden werden die Ergebnisse zweier Studien zitiert, die für die vorliegende Thematik besonders wichtig sind: So hat die Shell-Jugendstudie 2010 mehr als 2500 Jugendliche im Alter von 12 bis 25 Jahren zu ihrer Lebenssituation, ihren Glaubens- und Wertvorstellungen und ihrer Einstellung zur Politik befragt. Als Ergebnisse stellten sich heraus (zusammengefasst bei Buck 2012, 28):

- Jugendliche hätten inzwischen die „Null-Bock-Stimmung“ hinter sich gelassen.
- Die Leistungsanforderungen und die beruflichen Risiken seien gestiegen, ebenso aber auch die Leistungsbereitschaft und die Zuversicht.
- Die „Selbstbewussten Macher“ und die „Pragmatischen Idealisten“ stellten jeweils ein Viertel der deutschen Jugendlichen dar. Dies ist die Kerngruppe, die sog. „Generation Y“. Sie ist flexibel, aktiv und unternehmungslustig, bewegt und informiert sich in sozialen Netzwerken, benutzt intensiv mobile Medien und fluktuiert stark in ihren Wünschen und Ansprüchen.
- Die anderen 50% der Heranwachsenden hätten eher Probleme mit den Anforderungen in Schule und Ausbildung und seien mehr von Resignation und Aggression geprägt.

Es ist also ein sicheres touristisches Potenzial vorhanden, selbst wenn man nur die Hälfte der Jugendlichen nimmt, also diejenigen, die als „Selbstbewusste Macher“ und „Pragmatische Idealisten“ gelten. Aber auch die andere Hälfte der Jugendlichen, also diejenigen 50%, die „mehr von Resignation und Aggression geprägt sind“, sind potenzielle Touristen, gegebenenfalls gerade weil sie einen Kontrapunkt zu ihrer „Resignation und Aggression“ setzen wollen.

Eine weitere Studie hat das Sinus-Institut durchgeführt (vgl. Calmbach et al. 2012). Für diese qualitative Untersuchung wurden 72 Interviews mit Jugendlichen aus verschiedenen Städten geführt. Daraus ergeben sich sieben jugendliche „Lebenswelten“ (zusammengefasst von Trenkamp & Lüpke-Narberhaus 2012):

- Die „Prekären“ schämen sich oft für die soziale Stellung ihrer Eltern. Sie würden sich gerne aus der eigenen Situation herausarbeiten, wissen aber nicht so richtig, wie sie das anstellen sollen. Ihnen fehlt das Geld, um mangelnde Teilhabe durch Konsum zu kompensieren. Die Studien-Autoren bescheinigen ihnen aber eine „Durchbeißermentalität“.
- Die „Materialistischen Hedonisten“ setzen vor allem auf Konsum, wollen sich nicht kontrollieren lassen, keine Autoritäten akzeptieren, wollen ein „gechilltes Leben“. Theater, klassische Musik – die „Hochkultur“ insgesamt lehnen sie eher ab. Sie seien die „freizeit- und familienorientierte Unterschicht mit ausgeprägten markenbewussten Konsumwünschen“.
- Die „Experimentalistischen Hedonisten“ wollen ihr Leben einfach genießen und möglichst kreativ gestalten. Sie distanzieren sich vom Mainstream; sie sind die Reserve der Subkultur. Die Forscher zitieren einen Jugendlichen etwa mit dem Satz: „Ich lasse mir von niemandem sagen, wie ich mein Leben leben soll, bisher hat es auch ganz gut geklappt.“
- Die „Adaptiv-Pragmatischen“ sind so etwas wie die angepassten „Neo-Spießer“: Sie orientieren sich am Machbaren, planen voraus, streben nach Wohlstand, wollen eigentlich nichts ändern. Auf andere, die weniger leistungsbereit sind, schauen sie herab.
- Die „Sozialökologischen“ sind die, die sich am ehesten engagieren und andere von ihren Ansichten überzeugen wollen. Materialismus und Konsum sehen sie kritisch. „Ohne Geld würde unsere Welt viel schöner aussehen“, sagt eine Jugendliche aus dieser Gruppe.
- Die „Konservativ-Bürgerlichen“ finden Selbstdisziplin wichtiger als Selbstentfaltung. Es sind die Frühvergreisten unter den Jugendlichen. Sie wollen möglichst wenig Veränderung und möchten einen Platz in der Erwachsenenwelt finden – der Traum ist die „Normalbiografie“.
- Die „Expeditiven“ werden von den Forschern als flexibel, mobil und pragmatisch beschrieben. Es sind die „Hipster“ unter den Jugendlichen, sie wollen etwas leisten und sich selbst verwirklichen; vor allem aber von der Masse abheben.

Trotz der Verschiedenheit der Ansätze lassen sich vier große „Jugendtrends“ ausmachen:

### *Jugendkultur ist Freizeitkultur*

Die Freizeitkultur bildet einen Gegenpol zur Schule und zum Berufsalltag und spielt sich in verschiedenen Szenen ab (Musikszene, Sportszene, New Media, Subkulturen). Sie ist ideologiefrei und orientiert sich an verschiedenen Lifestyles.

### *Gesellschaft der Gleichaltrigen*

Dies ist eine Alternative zum Generationenkonflikt. Bei Freunden finden Jugendliche Vertrauen und Verlässlichkeit – Eigenschaften, die sie bei den Erwachsenen vermissen. Freundschaft ist daher ein wichtiger Wert.

### *Generation Networking*

Die Jugendlichen sind die erste „mediensozialisierte Generation“. Sie vernetzen sich mithilfe neuer Kommunikationstechnologien rund um gemeinsame Interessenlagen und quer zu geografischen Grenzen. Internet und globalisierte Jugendkultur sind die Proberäume der Netzgesellschaft.

### *Die Sampling-Gesellschaft*

Jugendliche suchen sich ihre Werte und Selbststilisierungen baukastenartig zusammen und sampeln auf den ersten Blick teilweise Widersprüchliches: Körperbewusstsein, Leistungsdenken, Lockerheit, geringster Widerstand. Jugendliche leben Patchwork-Lebensstile, die sich nicht mehr an einem Motiv orientieren, sondern eine Reihe von Elementen aus verschiedenen Lebensstilen umfassen.

Vor allem Erlebnisorientierung, Streben nach Freiheit und Unabhängigkeit können als jugendreiserelevante Aspekte betrachtet werden (vgl. GFJT 2010). Das Bedürfnis „Erlebnisorientierung“ kann als übergeordnete Instanz betrachtet werden. Neben Party, Gesellschaft, Kennenlernen ohne Erwachsene gewinnen jedoch auch andere Motive für touristische Aktivitäten an Bedeutung: „Bildung“ und „Wissen“ sind inzwischen ein Megatrend geworden, dessen sich auch die Jugendlichen zunehmend bewusst werden. Der Druck von Eltern und Gesellschaft, den Kindern eine gute Ausbildung zu sichern, trifft sich mit dem Wunsch der Jugendlichen. Auch in der Freizeit kann man lernen, nicht wie im starren schulischen System, sondern hier ergeben sich spielerische Möglichkeiten (Themenreisen und Sprachferien). Diese setzen heute nicht mehr Reisen ins Ausland voraus, sondern können in Deutschland selbst angeboten werden.

Insgesamt gesehen haben Kinder- und Jugendreisen eine wachsende wirtschaftliche Bedeutung. Dies ist jedoch nicht alles: Sie sollen auch der Persönlichkeitsbildung und der Entwicklung von Kindern und Jugendlichen

dienen. Pädagogische Konzeptionen können Verständnis für die Zusammenhänge von Natur, Kultur und Gesellschaft schaffen und soziale Kompetenz vermitteln. „Die Beteiligung an einer Gruppenreise ist für viele Kinder und Jugendliche der erste und einzige, [...] außerordentlich intensive[r] Kontakt mit Erfahrungs- und Lernangeboten außerhalb von Elternhaus und Schule. Den Reisen kommt daher eine sehr große Bedeutung für Sinnstiftung und Wertvermittlung durch Beteiligung an den Angeboten der außerschulischen Jugendarbeit zu. [...] Neben der [...] Beachtung ökologischer und sozialverträglicher Kriterien bei der Reisegestaltung [...] müssen künftige Kinder- und Jugendreisen auch für einen gesundheitsbewussten, schonenden Umgang mit sich selbst Mut machen und Erfahrungsräume bieten. [...] Das Zusammenleben in der Gruppe Gleichaltriger fördert und trainiert eine Vielzahl sozialer Fähigkeiten“ (BundesForum Kinder- und Jugendreisen e. V. 2001).

## **Gewachsenes Selbstbewusstsein und gestiegene Qualitätsansprüche der Zielgruppe**

Die Nachfragetrends und die Wünsche der Jugendlichen ändern sich aufgrund der intensiv genutzten Informationsmöglichkeiten des Internets ständig. Hierbei haben die neuen Kommunikationsmedien die Vergleichbarkeit und Beurteilungsmöglichkeit von touristischen Produkten durch die jungen Jahrgänge vereinfacht. Denn diese nutzen die gebotenen Informationsmöglichkeiten besonders intensiv. Fast alle Jugendlichen (96%) haben mittlerweile einen Zugang zum Internet (2002 waren es nur 66%, vgl. Albert et al. 2010, 16). Das Informations- und Reiseverhalten der Jugendlichen von heute ist stark durch den Bereich „Online“ geprägt. Auch für die Tourismusbranche müssen daher die modernen Informations- und Kommunikationsmedien im Zentrum stehen. Online-Communities, soziale Netze oder Bewertungsportale sind im Alltag der Jugendlichen, einer „Generation, die mit dem Internet aufgewachsen ist“, fest integriert (ruf Reisen GmbH & Verband Internet Reisevertrieb e. V. 2013).

Der jugendliche Kunde ist heute ein ernstzunehmender Konsument, der Angebote bewerten und Vor- und Nachteile selbständig abschätzen kann. Außerdem sind Kinder und Jugendliche bei der Reiseentscheidung stärker beteiligt als früher. Oft besitzen sie einen Wissensvorsprung und können so bei einer Reiseentscheidung „mitreden“, auch wenn diese nicht von ihnen allein getroffen werden kann. Denn die finanzielle Seite muss bei Minderjährigen üblicherweise durch die Eltern abgewickelt werden. Das touristische Angebot muss also „cool“ im Sinne der Jugendlichen und „sicher“ im Sinne der Eltern sein (Menzel 2010, 59). Das Qualitäts-Denken ist heute auch bei Kindern und Jugendlichen stark ausgeprägt. Besserer Service ist gefragt; den jugendlichen Reisenden kann man nicht mehr unter dem Aspekt „Hauptsache Gruppenerlebnis“ mit schlechtem Service und schlechter Infrastruktur zufriedenstellen. Der Jugendliche erwartet

„viel Leistung“ für nicht zu viel Geld. Auch der Reiseorganisator vor Ort, etwa der Jugendherbergsvater oder Naturlehrgangsführer, der früher eher Freund und Kumpel oder „Chef“ war, ist inzwischen zum Dienstleister geworden, der einer durchweg anspruchsvolleren Klientel etwas bieten muss. Folgende Bereiche müssen einem nachprüfbareren Qualitätsstandard entsprechen (Prager 2012, 61):

- Jugendgerechte Unterkünfte, die einem modernen Standard aufweisen und kleinere Einheiten haben (bspw. Vierbettzimmer, für ältere Altersklassen Zweibettzimmer),
- Gemeinschaftsräume, auch mit dem heute üblichen technischen Inventar (PC, Beamer, Flipchart, etc.),
- Gepflegte sanitäre Einrichtungen (Toiletten, Wasch- und Duschgelegenheiten),
- Gesunde Ernährung, die jugendgerecht dargeboten wird und für die zukünftige Entwicklung zum jungen Erwachsenen eine Orientierung bieten kann,
- Pädagogisch und psychologisch geschulte Betreuer, die sich in der Welt der Jugendlichen und deren Bedürfnissen auskennen,
- Erlebnispädagogische Ansätze im Sinne einer sensorischen und sozialen Weiterentwicklung von Jugendlichen.

**„Liebe Eltern, liebe Großeltern,**

wann ist ein Kind alt genug, alleine zu verreisen? Wem vertrauen Sie es an? Welche Dinge gehören zu einem guten „jungen Urlaub“? Diese und viele andere Fragen werden Sie sich im Moment stellen. Wir wissen, dass die erste Reise ohne Eltern für Sie und Ihr Kind ein großer Schritt ist. Diese Verantwortung nehmen wir ernst und wissen, welche Ansprüche an uns gestellt werden. Wir möchten, dass Ihr Kind Erfahrungen und Eindrücke sammelt, die für die persönliche Entwicklung förderlich und hilfreich sind. Auf den folgenden Seiten möchten wir Ihnen zeigen, was das bedeutet. Sie finden hier Informationen zu unserem Unternehmen und zu den hohen Qualitätsstandards unserer Arbeit. Wir haben wichtige Fragen und ausführliche Antworten zusammengestellt, die Ihnen die Entscheidung erleichtern. Sie finden Themen wie „Betreuung“, „Verpflegung“ und „Qualität“, die Ihnen helfen sollen, das richtige Reisekonzept für Ihr Kind zu finden. Lernen Sie uns kennen!“

Textbox 1: Erläuterung von ruf-Reisen für Eltern (Quelle: ruf-reisen o. J.)

Um den Standard einer Destination bzw. eines Angebots im Kinder- und Jugendtourismus zu dokumentieren, sollten Bewertungen von unabhängigen Institutionen eingeholt werden. In der Broschüre „Qualität im Kinder- und Jugendreisen – Übersicht zu den Qualitätssystemen und Qualitätssiegeln“ hat das Reisetouristik e. V., der Deutsche Fachverband für Jugendreisen, eine Übersicht einiger wichtiger Qualitätssysteme und Qualitätssiegel im Bereich von Kinder- und Jugendreisen erstellt (Reisetouristik e. V. 2012a).

Der wichtigste Dachverband für die Mobilität mit Bildungsinhalten von Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen ist das „BundesForum Kinder-

und Jugendreisen e. V.<sup>6</sup>. Die Angebote seiner Mitglieder und Partner sind vielfältig. Zu ihnen gehören beispielsweise Au-pair-Aufenthalte, berufliche Aus- und Weiterbildung, Bahnreisen, Busreisen, Camps, ehrenamtliches Engagement, Flugreisen, Gruppenfahrten, Farmaufenthalte, Ferienfreizeiten, Ferienlager, Freiwilligendienste, Gastfamilienaufenthalte, High School, Internationale (Kinder- und Jugend-) Begegnungen, Jobben im Tourismus, Jobben in Natur und Umwelt, Jobben und Arbeiten im Ausland, Klassenfahrten, Praktika, Schulaufenthalte, Sportreisen, Sprachcamps, Sprachkurse, Sprachreisen, Studium im Ausland, Work & Travel, Workcamps und Zeltlager. Die aktuell 25 Mitglieder und 55 Partner des BundesForums Kinder- und Jugendreisen e. V. (Stand 2013) müssen sich an die aufgestellten Leitsätze und Qualitätskriterien halten.

### **Leitsätze des BundesForums Kinder- und Jugendreisen e. V.**

#### **Selbstverpflichtung der Mitglieder/Partner**

- „[...] Die Beteiligung an einer Gruppenreise ist für viele Kinder und Jugendliche der erste [...] Kontakt mit Erfahrungs- und Lernangeboten außerhalb von Elternhaus und Schule. Den Reisen kommt daher eine sehr große Bedeutung für Sinnstiftung und Wertvermittlung [...] zu. [...]
- Neben der [...] Beachtung ökologischer und sozialverträglicher Kriterien bei der Reisegestaltung im Sinne eines nachhaltigen Reise- und Freizeitverhaltens müssen künftige Kinder- und Jugendreisen auch für einen gesundheitsbewussten, schonenden Umgang mit sich selbst Mut machen [...]
- Da der pädagogischen Begleitung von Kinder- und Jugendreisen eine Schlüsselfunktion zukommt, wird der Auswahl des Personals sowie seiner intensiven Fortbildung und Schulung ganz besonderer Stellenwert beigemessen. [...]

Textbox 2: Leitsätze des BundesForums Kinder- und Jugendreisen (Quelle: BundesForum Kinder- und Jugendreisen e. V. 2001)

Als weitere Stufe hat das BundesForum das „Qualitätsmanagement Kinder- und Jugendreisen“ (QMJ-Verfahren) entwickelt. Wer das QMJ-Gütesiegel führen will, muss sich dem Zertifizierungsverfahren mit strengen Qualitätskontrollen unterwerfen. Mit dem Qualitätssiegel und den damit verbundenen über 120 Kriterien steht ein bundesweit einheitliches Bewertungssystem zur Verfügung. Das Qualitätsmanagement für Jugendunterkünfte unterteilt sich in die Zertifizierung und die Klassifizierung, die 3 Jahre gültig sind. Der Zertifizierung der Basisqualität kann sich die Sterneklassifizierung anschließen (1 bis 5 Sterne).

Das ‚Reisenetz‘ ist Mitglied im BundesForum Kinder- und Jugendreisen e. V. und eines der aktivsten und größten Netzwerke im Bereich Jugendreisen in Deutschland, dessen Mitglieder aus allen Bereichen des Jugendreisens kommen. Mit der Vergabe des Gütesiegels „Geprüfte Reisenetz Qualität“ bietet der Verband eine Zertifizierungsmöglichkeit im Bereich Jugendreisen an, sowohl für Anbieter von Einzelleistungen als auch für Reiseveranstalter im Jugendreisebereich.

**Qualitäts-Schnelltest zur Selbsteinschätzung**

Die Reisetz-Broschüre „Haben Sie das Zeug zur Jugendreise-Destination?“ enthält einen „Schnelltest“; anhand von 15 Fragen können Fremdenverkehrsämter oder touristische Dienstleister überprüfen, ob sie grundsätzlich das Potenzial haben, sich auf dem Markt des Jugendtourismus zu etablieren.

„Die Zielgruppen in diesem Segment, allen voran Jugendliche und ihre Eltern, haben besondere und zum Teil unterschiedliche Bedürfnisse: Alles, was einen Jugendlichen interessiert, ist für Jugendreisen relevant. Eltern wiederum sorgen sich vor allem um Fragen der Sicherheit und der Betreuung. Der Schnelltest berücksichtigt diese Bedürfnisse und fragt u. a. nach der Länge einer Busfahrt, Bademöglichkeiten oder den Kosten für ein Glas Cola. Die Multiple-Choice-Antworten ergeben eine Punktzahl, die die Fachleute vom Reisetz e. V. dann unverbindlich und kostenlos auswerten. Am Ende steht eine konkrete Einschätzung des Deutschen Fachverbandes für Jugendreisen mit Empfehlungen, mit der Destinationen arbeiten können.“

Textbox 3: Qualitäts-Schnelltest zur Selbsteinschätzung (Quelle: Reisetz e. V. 2012b)

## **Erfolgsrezept Anbieternetzwerk: Das Beispiel Mecklenburg-Vorpommern**

Für einen Erfolg im Bereich der Jugendreisen ist es wie in jedem anderen Tourismussektor wichtig, die Kräfte zu bündeln und die Beteiligten in einem integrierten Ansatz zusammenzuführen. Eine Destination, die sich stärker dem Jugendtourismus öffnen möchte, sollte geschlossen hinter der jugendtouristischen Öffnung stehen. Ein Beispiel, wie dies effizient gelingen kann, ist Mecklenburg-Vorpommern: Ziel des 2003 entwickelten „Strategiekonzept[s] Kinder- und Jugendtourismus Mecklenburg-Vorpommern“ ist die Vernetzung jugendtouristischer Anbieter, die Vermarktung und Produktentwicklung. Die AG „Junges Land für junge Leute“ arbeitet als Netzwerk jugendtouristischer Einrichtungen in Mecklenburg-Vorpommern unter dem Dach des Landes-tourismusverbandes. Zu den zentralen Aktivitäten gehören:

- Katalog „Auf nach Meck-Pomm“: 140 Angebote für Klassen- und Jugendreisen, Programmangebote nach Leitthemen gegliedert
- Jugendtouristische Website – Anbieter aus dem Katalog werden auf der Website vorgestellt. Jugendunterkünfte, Programmangebote nach Leitthemen gegliedert
- Imageflyer/Angebotsflyer zu jährlich wechselnden Schwerpunktthemen des Kataloges
- Imageflyer/Angebotsflyer englisch und polnisch
- Messe ITB/Jugendreishalle: Lehrersymposium, Schüler-/Jugendredakteure, regionale Reisemessen, Reisemessen der Nachbarländer

- Qualitätsmanagement für Jugendreisen im Auftrag des BundesForums Kinder- und Jugendreisen e. V.
- Weiterbildungsangebote (z. B. Belegungsmanagement, Direktmarketing)
- Entwicklung von Jugendreiseprogrammen (z. B. mit mehreren Projektpartnern, Projekttagen)

Im o. g. Katalog „Auf nach Meck-Pomm“ für Klassen- und Jugendreisen finden sich 140 Anbieter mit thematisch aufbereiteten, buchbaren Programmangeboten, mit dem Schwerpunkt auf Gruppenreisen. Die Themen haben verschiedene Schwerpunkte: „Natur und Umwelt“ gibt Anregungen für „Expeditionen“ an der Küste oder in den Nationalparks. „Land und Geschichte“ betont die kulturlandschaftliche Entwicklung von der Steinzeit über Altertum und Mittelalter bis heute. „Bewegung und Spaß“ zeigt Möglichkeiten des Kanu- oder Radfahrens, Reitens oder Tauchens. „Teambuilding und Prävention“ gibt Hinweise auf gemeinschaftliche Aufgaben und Erlebnisse. „Kunst und Kultur“ bietet die Chance zu eigener künstlerischer Betätigung wie Theaterspielen und Malen. Die Kooperation aller Beteiligten hat dazu geführt, dass Mecklenburg-Vorpommern in Deutschland eine Vorreiterrolle im Kinder- und Jugendtourismus einnimmt.<sup>1</sup>

## Reise- und Freizeittrends bei Jugendlichen – Beispiele

Die Angebotsprofile der vorliegenden jugendtouristischen Programme spiegeln auch in der Art, wie sie die Jugendlichen ansprechen, deren Motive und Erwartungen wider. Sie setzen auf Spaß, Gemeinschaftserlebnis, körperliche Herausforderung, Abenteuer, Erlebnis, sportliche Aktivitäten, Workcamps, aber auch Bildung und Erfahrung – verbunden mit einem attraktiven und interessanten Reiseziel. Einzelne Programme werden inzwischen besonders gut angenommen.

### Sportreisen

Nach Sportreisen für Kinder und Jugendliche sowie Sportcamps besteht eine große Nachfrage. Sportliche Urlaubsaktivitäten sprechen besonders das Segment der älteren Jugendlichen ab 14–16 Jahren bis zu jungen Erwachsenen an. In die Sport-Camps werden Praktiker aus den jeweiligen Sportarten eingebunden, oder die Camps werden in Zusammenarbeit mit Profi-Vereinen organisiert. Erfolgreiche Vereine und deren Verantwortliche kennenzulernen, ist immer ein

---

<sup>1</sup> Welche Konsequenzen die inzwischen erfolgte Streichung der Koordinierungsstelle für Kinder- und Jugendreisen beim Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern haben wird, wird verschieden beurteilt. In der dazu im Landtag von Mecklenburg-Vorpommern geführten Auseinandersetzung wurde von der Opposition die Befürchtung geäußert, dass durch diese Streichung der in den letzten zehn Jahren erreichte Spitzenplatz im Jugendtourismus verspielt werden könnte. Die Landesregierung hingegen sieht diese Gefahr nicht. Der Kinder- und Jugendtourismus werde auch künftig nach der neuen Marketingkonzeption des Tourismusverbandes eine dominierende Rolle spielen.

besonderes Erlebnis für die Teilnehmer. Grundsätzlich wird Wert auf schöne und natürliche Umgebung gelegt. Ein Beispiel hierfür sind die Kempa Handballcamps in Sylt:

### Sportreisen

#### Beispiel: Kempa Handballcamps Sylt – ULTRA TOURS Sportreisen

powered by ULTRA TOURS Sportreisen – Reisekompetenz seit 27 Jahren

Handball erfreut sich großer Beliebtheit. Handball begeistert Kinder und Jugendliche. Sie freuen sich auf jede Minute Handball-Training und interessante Kontakte unter Gleichgesinnten. So bereitet sich der Handball-Nachwuchs in herrlicher Urlaubs-Atmosphäre auf die anstehende Saison vor. Als Sportreiseveranstalter mit über 27 Jahren Erfahrung bieten wir in Kooperation mit dem Handball-Ausrüster KEMPA sportlich ausgerichtete Handball-Camps in den Sommerferien 2015 an. Aber keine Sorge, der Spaß kommt sicherlich nicht zu kurz – denn bei der Wahl unseres Standortes ist unsere Entscheidung dieses Jahr auf SYLT gefallen.



WARUM? Top-Hallenvoraussetzungen, ausgezeichnete Unterkunft in einer deutschen Jugendherberge in absoluter Strandnähe, also Sonne, Strand, Spiel und Spaß kommen hier nicht zu kurz. Athletic-Training in gesunder Nordseeluft .....

Textbox 4: Beispielhafte Angebotsbeschreibung für Sportreisen (Quelle: ULTRA TOURS Sportreisen o. J.)

Weitere Beispiele für professionell begleitete Sportcamps sind Basketballcamps, Surf- und Wassersportcamps, Beachhandball sowie Fußball. Grundlegende Voraussetzungen sind die Qualität der Sportanlagen, die Professionalität der Trainer und Kursleiter. Das Sportprogramm wird ergänzt durch Freizeitaktivitäten. Sportreisen sind im Allgemeinen von vornherein auf bereits bestehende Gruppen ausgerichtet (Sportvereine, Klassenfahrten, Jugendfreizeiten).

## Outdoor- und Wasseraktivitäten

„Küstenziele, wasserbezogene Urlaubsformen, wasserbasierte Urlaubsaktivitäten oder einfach Wasser als landschaftsprägendes Element sind für einen großen Teil der deutschen Urlauber ein wichtiges und bevorzugtes Element für ihre Urlaubsreisen...“ (BMWi 2013, 15). Die klassischen Destinationen hierfür sind natürlich die deutschen Küstenregionen an Nord- und Ostsee sowie die großen Seen des Alpenvorlandes, die schleswig-holsteinische, mecklenburgisch-vorpommersche sowie die brandenburgische Seenplatte. Doch nutzen auch viele andere Regionen Binnengewässer, Seen, Stauseen und Flüsse als Bausteine ihres touristischen Angebots. Zu den vielfältigen Möglichkeiten, die das Wasser bietet, gehören u. a. Schwimmen, Segeln, Surfen, Kajakfahren, Kanufahren, Wasserski, Wildwasserfahren und Rafting. Hinzu kommen andere sportliche Aktivitäten am Ufer, wie z. B. Beachvolleyball. Zudem können an Gewässern positive Naturerfahrungen gewonnen werden, denn Wasser bietet unzählige Ansatzpunkte für spielerische und aktionsgeladene, ebenso wie ästhetisch ansprechende oder besinnliche Erlebnisse.

### **Wasseraktivitäten**

#### **Beispiel: Inselstadt Ratzeburg**

„Von der Draisine bis zu schwimmenden Fahrrädern, von Ausflügen mit dem Wikingerschiff bis zu Ranger-Exkursionen, vom Baumhotel bis zum Tipi-Zelt – rund um die Inselstadt Ratzeburg gibt es 1.000 spannende Freizeitplätze und Übernachtungsangebote für Jugendfreizeiten, Klassenfahrten und Familien. [...]

#### *Wasserspaß für junge Segler, Paddler und Wikinger*

Wasserscheu sollten die jungen Gäste der Inselstadt Ratzeburg nicht sein. [...] Wie wäre es zum Beispiel mit [...] einem Einsteiger-Segelkurs oder einem kombinierten Kanu- und Fahrrad-Wochenende? [...] Wikingerschiffe laden zu einem besonderen Ausflug ein: An Bord Rudern und Segeln, an Land Bogenschießen und Streitaxt werfen – willkommen im Mittelalter! ...“

Textbox 5: Wasseraktivitäten am Beispiel der Inselstadt Ratzeburg (Quelle: Rohde 2010)

## Themenreisen

Inzwischen gibt es eine Vielzahl von differenzierten Angeboten für Kinder und Jugendliche. Abhängig vom Alter oder der angestrebten Aktivität konzentrieren sie sich auf besondere Aspekte. Auch wenn Programme unter einem Themendach stehen, enthalten sie meist auch Programmpunkte, die eine inhaltliche Abwechslung bieten (z. B. Ausflüge zu Freizeiteinrichtungen, Grillabende, Schwimmen, Stadtausflüge, Wettkämpfe, Rallyes). Ferienreiseprogramme enthalten abwechslungsreiche Angebote und spielerische Elemente, um einen deutlichen Gegensatz zum schulischen Alltag zu bieten. Dies zeigt etwa das Beispiel des GEOlino Camps, das in Zusammenarbeit zwischen ruf-Reisen und GEO in der Lüneburger Heide stattfindet. Verschiedene attraktive Themen werden den Teilnehmern angeboten, so eine Reporterschule, in der zum

Schreiben von Artikeln und zum Fotografieren angeleitet wird. Zudem werden Einführungen in Interview- und Umfragetechniken vermittelt, und als Ergebnis entsteht ein „GEOLino-Campkurier“. Viele Programmpunkte beschäftigen sich mit Natur- und Umweltschutz. Ergänzt werden diese Themen durch Sport- und Fitness, durch gesunde Ernährung, durch Bastel-Workshops und Spiele. Tagesausflüge runden den Aufenthalt ab.

### **Themenreisen – Naturcamp**

#### **Beispiel: GEOLino Camp, Lüneburger Heide**

„Mit **GEOLino** in unterschiedlichste Themen eintauchen: Das **GEOLino-Camp** ist genau das richtige Angebot für alle wissbegierigen und neugierigen Jungen und Mädchen von 7–12 Jahren, die Lust auf Forschen und Entdecken haben. Die Kinder recherchieren wie echte GEOLino-Redakteure in der Reporterschule, lernen in der Fotoschule



immer das beste Bild zu schießen und haben viel Spaß bei Sport und Spiel. Im Experimentier-Workshop können die Kinder mit einfachsten Mitteln naturwissenschaftliche Zusammenhänge erkennen. Da draußen in der freien Natur geschlafen wird, ist Umweltschutz ebenfalls ein großes Thema. Und besonders toll, dass das GEOLino-Camp jetzt in die internationalen Ferienlager von **Camp Adventure** mit Kindern aus der gesamten Welt integriert ist.“

Textbox 6: Beispielhafte Angebotsbeschreibung eines Naturcamps (Quelle: Vieth o. J.)

Neben dem Bereich Naturerlebnis/Outdoor-Abenteuer haben sich die Themen Sport und Sprachen, die separat in den folgenden Kapiteln behandelt werden, als zentrale Themen herausgebildet. In den letzten Jahren hat der Bereich des Kreativ-Camps an Bedeutung gewonnen. Beispiel für kreativ orientierte Themenreisen sind Musik-Camps. Kreative Elemente wie Hip-Hop-Dance, Akrobatik, handwerkliche Workshops, Musik, Graffiti-Kunst, Crazy-Art, Theater usw. finden sich aber auch in Reisen mit anderem Themendach als wichtige Programmelemente wieder. Umgekehrt bilden Natur- und Outdoor-Erlebnisse auch Programmpunkte in einem kreativ orientierten Aufenthalt.

**Themenreisen – Kreativcamp****Beispiel: ruf-Reisen, Festivalcamp, Rügen**

„ruf-Reisen bietet als kommerzieller Reiseveranstalter mit dem „**Festivalcamp 2.0 – Rügen**“ ein spezielles Camp für Jugendliche mit einer Vielfalt an kreativen und sportlichen Möglichkeiten an. Das Programmangebot umfasst u. a.: eine „Talentschmiede“ sowie Spezialworkshops, zudem Open stage-Actions, Tanzen, Singen, Schauspiel, Moderations- und Backstagetechnik, Gitarre spielen, „Poetry slam“. Ergänzt wird dies durch sportliche und spielerische Aktivitäten wie Mountainbiketouren, Lenkdrachen, Crossboccia, Flagfootball, Wind-/Kitesurfen sowie ein Ausflugsprogramm.

**Beispiel: Forest Music Camp, Bad König**

„Ziel ist die Schaffung und Etablierung eines Creative Space, ein Forum für Bands, Songwriter und Studiomusiker. In entspannter Atmosphäre, abseits vom hektischen Treiben des Alltags und der Großstadt im schönen Umfeld des Odenwalds, sollen Künstler das machen, was sie am liebsten tun. Musik erschaffen! Kreativ werden im Urlaubsfeeling ohne Zeitdruck und ohne Termine. In den Räumlichkeiten einer alten Ölmühle, werden bestehende[n] Infrastrukturen wie Studios und Sessionräume genutzt, aber auch neue geschaffen. Ein Songwritercamp eingebettet von Wäldern und grünen Wiesen und dennoch am Puls der Zeit. Das Camp bietet den Teilnehmer/innen, die einmalige Gelegenheit sich mit anderen Musikern auszutauschen, gemeinsam Ideen zu verwirklichen, interessante Kontakte zu knüpfen und von Workshops zu profitieren. Zielgruppe sind somit etablierte, professionelle Songwriter, Produzenten, Studiomusiker und auch junge Talente, die den Einstieg in die Welt des Kreativen noch vor sich haben. [...] Rund um das Workshopsprogramm des Forest Music Summer Camps haben die Teilnehmer die Möglichkeit sich bei unsere[n] „Off Events“ abseits der Proberäume den nötigen Ausgleich sowie Abwechslung und neue Inspiration in unsere vielseitige Region zu verschaffen. Hier wird den Teilnehmer[n] ein umfangreiches Rahmenprogramm geboten (von Abenteuerklettern, Fußball, Volleyball, Wandern, etc.)“

Textbox 7: Beispielhafte Angebotsbeschreibungen für Kreativcamps (Quellen: ruf Reisen 2011, Forest Music Camp 2014)

## Sprachreisen

Sprachreisen von Kindern und Jugendlichen konzentrierten sich lange Zeit auf Reisen und Sprachzentren im Ausland. Inzwischen hat sich jedoch auch der Trend zu Sprachcamps in Deutschland selbst rasant entwickelt. Das Angebot beinhaltet beispielsweise ein- bis zweiwöchige Aufenthalte mit Sprachunterricht (manchmal in internationalen Camps), oder Kinderreisen, die spielerisch den Umgang mit der Sprache und den Erwerb von Sprachkenntnissen unter Einsatz von Muttersprachlern fördern. Das Bildungsmodul Sprache wird dabei mit anderen Elementen, wie Erholen und Erlebnis verbunden. Das heißt, die Teilnehmer nehmen ein Angebot wahr, das ihnen ohne die schulischen Zwänge aber immer in Verbindung mit anderen Erlebnissen Fähigkeiten und Fertigkeiten vermittelt. Es geht also eigentlich um „Kinder- und Jugendreisen plus Spracherwerb“. LEOLingo bietet neben Sprachferien im Ausland solche in Deutschland an, dabei Englisch-,

Französisch- und Spanischcamps u. a. in Hamburg, Schwerin und an der Ostsee für Kinder und Jugendliche zwischen 7 und 17 Jahren.

**Sprachcamps**  
**Beispiel: LEOLingo**



Das ist LEOLingo

Programme

Camps + Termine

Home

**Willkommen zum Sprachcamp!**

Englischcamps, Französischcamps und Spanischcamps

LEOLingo Sprachcamps für Kinder bietet Kindern und Jugendlichen zwischen 7 und 17 Jahren Englischcamps, Französischcamps und Spanischcamps direkt vor der Haustür.

Englisch

Infos & English

Textbox 8: Beispielhafte Angebotsbeschreibung für Sprachcamps (Quelle: LEOLingo Sprachcamps für Kinder o. J.)

### Workcamps/Wissenscamps

„Fun“ stellt, wie erwähnt, für Jugendliche nicht mehr die ausschließliche Motivation für ihre Freizeitaktivitäten dar. Für viele stehen das Gruppenerlebnis mit Gleichgesinnten und der Kontakt mit Gleichaltrigen im Mittelpunkt. Diesem Bestreben kommen „Workcamps“ entgegen, in denen Jugendliche unter einem gemeinsamen Themendach an einem Projekt arbeiten, an Workshops teilnehmen, über Themen diskutieren, die sie bewegen und sich persönlich weiterbilden. Mit einer bewusst geplanten internationalen Zusammensetzung der Teilnehmer stärken internationale Workcamps die interkulturelle Kompetenz und vermitteln Erfahrungen über andere Kulturen, Mentalitäten und Lebensverhältnisse. Eine Teilnahme kann auch der Vorbereitung eines Auslandseinsatzes (etwa freiwillige Mitarbeit in Entwicklungshilfeprojekten) dienen.

Die Tatsache, dass sich das Angebot häufig an eine internationale Klientel richtet, bedingt automatisch, dass aufgrund der Notwendigkeit, sich mit den anderen anderssprachigen Teilnehmern zu verständigen, ein gewisser Spracherwerb (zumeist auf Englisch) stattfindet. Die Begegnungen zwischen Jugendlichen aus verschiedenen Ländern in der Gruppe schaffen persönliche Beziehungen und vertiefen die im Workcamp angestrebten Lerninhalte.

Workcamps sind über die reine Wissensvermittlung hinaus mit verschiedenen kreativen oder sportlichen Komponenten kombiniert.

### **Workcamps**

#### **Beispiel: Kolping Workcamp „Internationale Jugendwochen“, Bad Breisig**

Ein Beispiel sind die **Kolping Workcamps** oder die **Internationalen Jugendwochen**, die in Bad Breisig veranstaltet werden. Sie finden im „Eifeldorf“ des Vereins „Freizeitpädagogisches Zentrum Bad Breisig e. V. (FPZ) statt.<sup>2</sup> Das kleine Dorf mit zehn vollausgestatteten Holzhäusern mit 3-Bettzimmern ist so gestaltet, dass es an ein Eifeldorf vor 100 Jahren erinnern soll. Dennoch werden bei aller Romantik natürlich die Erfordernisse des 21. Jahrhunderts nicht vergessen, es gibt Seminar- und Aufenthaltsräume, Speisesaal, Grillplatz und Beachvolleyball.

#### **Beispiel: Adventure Camp, Keine Macht den Drogen**

Der Verein „**Keine Macht den Drogen**“ veranstaltet im Rahmen der Drogenprävention jährliche **Adventure Camps**, in denen 25 Teilnehmer im Alter von 11 bis 15 Jahren kostenfrei aufgenommen werden. Das dreitägige Programm umfasst Aktivitäten in der Natur, übernachtet wird im Zeltlager auf einem Jugendzeltplatz. Pro Camp können ca. 100 Jugendliche teilnehmen. Das Programm wird mit einem professionellen kommerziellen Programmanbieter „Camp Adventure“ durchgeführt. Entsprechend der inhaltlichen Ausrichtung der Dachorganisation sind Diskussionen und Gruppenspiele zum Thema Sucht- und Gewaltvorbeugung Bestandteil des Programms.

#### **Beispiel: Grenzüberschreitendes Berufsorientierungscamp – Großregion**

Das **grenzüberschreitende Berufsorientierungscamp** als Projekt in der Großregion Rheinland-Pfalz/Saarland ist ein öffentlich getragenes Workcamp. Es wird von der Jugendplattform „Grrrrr“ der Großregion begleitet. Am Camp können 20 Schülerinnen/Schüler teilnehmen, die in einem Auswahlverfahren ausgesucht werden. Das 3-Tagesprogramm bietet Gelegenheit zum Austausch über Fragen der Berufswahl, Sammeln von Informationen, Entdeckung der eigenen Talente und Kompetenzerweiterung in Sprache und Interkulturalität.



#### **Beispiel: Discover Rügen „Urlaubsranger“, Biosphärenreservat Südost-Rügen**

Unter dem Titel „Urlaubsranger“ hat der kommerzielle Programmanbieter „Discover Rügen“ ein Programmangebot entwickelt, in dem Erwachsene, Familien mit Kindern und Jugendliche einen aktiven Beitrag zum Naturschutz leisten. Die Teilnehmer der Programme werden in die Besonderheiten des Biosphärenreservates Südost-Rügen eingeführt. Sie nehmen aktiv an Monitoringmaßnahmen teil (z. B. Robbenzählungen) und leisten mit ihren Datenerfassungen einen Beitrag zur Naturschutzarbeit. Das Programm wird mit Partnern des Biosphärenreservates, des NABU und der Weißen Flotte durchgeführt.

Textbox 9: Beispielhafte Angebotsbeschreibung für Work- und Wissenscamps (Quellen: Kolping Jugendgemeinschaftsdienste o. J., Freizeitpädagogisches Zentrum Bad Breisig e. V. o. J., Adventure Camp o. J., Regionaldirektion Rheinland-Pfalz-Saarland der Bundesagentur für Arbeit 2013, Kulturraum Großregion – Espace culturel Grande Région a.s.b.l. 2013, Heissler 2015)

<sup>2</sup> Die Kolping Jugendgemeinschaftsdienste veranstalten außerdem in verschiedenen Teilen der Welt, in erster Linie in Entwicklungsländern, zahlreiche Workcamps, in denen Jugendliche (zwischen 16 und 26 Jahren) in unterschiedlichen sozialen Projekten freiwillig mitarbeiten können. In Deutschland bestehen solche Angebote bisher noch nicht.

Beim Freiwilligen-Tourismus steht die freiwillige Arbeitsleistung im Mittelpunkt des Gesamtaufenthaltes. Engagierte junge Touristen suchen in ihrer Freizeit nach neuartigen Erfahrungen, die sich unmittelbar positiv auf den sozialen, ökologischen und ökonomischen Kontext auswirken (vgl. Müller 2011, 170). Personen bieten in solchen „Workcamps“ ihre Dienste uneigennützig an. Da es sich um Tourismus handelt, muss man für einen derartigen Aufenthalt bezahlen. Die früher einseitige Orientierung in Richtung Entwicklungshilfe hat sich inzwischen modifiziert: Heute bestehen sowohl in Entwicklungs- als auch in Industrieländern Einsatzmöglichkeiten (vgl. Huber 2011).

**Freiwilligen-Tourismus****Beispiel: „Umweltbaustellen der Alpenvereinsjugend“ in Österreich**

Im Jahr 1986 wurden in Österreich diese freiwillige Arbeitseinsätze ins Leben gerufen. Mittlerweile ist der Begriff zu einem Synonym für ökologische Workcamps geworden, die die Aspekte Nachhaltige Entwicklung – Ökologie, Ökonomie und soziale Umwelt – vereinen. Beabsichtigt wird ein deutlicher Bezug zum Natur- und Landschaftsschutz kombiniert mit einem umfassenden Freizeitprogramm für junge Menschen im Alter zwischen 16 und 30 Jahren. Zwischen 1986 und 2007 wurden rund 2.500 freiwillige Teilnehmer bei den Umweltbaustellen betreut. Durch ihre freiwillige Arbeit erfolgt somit ein realer Beitrag zum Schutz der Natur- und Kulturlandschaften der Alpen.

Textbox 10: Beispielhaftes Angebot für Freiwilligen-Tourismus (Quelle: Huber 2011)

## **Ausblick**

Kinder- und Jugendreisen stellen ein wirtschaftliches Potenzial dar, das bisher noch nicht ausgeschöpft ist, jedoch in der Gegenwart zunehmende Bedeutung gewinnt. Fast alle Destinationen sehen inzwischen den Kinder- und Jugendtourismus als große Chance an. Über die konkreten Auswirkungen, dass Kinder und Jugendliche direkt zum finanziellen Erfolg eines Reiseziels beitragen können, hinaus spielt auch der Gesichtspunkt eine Rolle, dass man heute bereits an die Gäste von morgen denken muss. Denn diese Zielgruppe sind die „Gäste von morgen“. Dies ist jedoch nicht alles: Reisen sollen zudem auch der Persönlichkeitsbildung und der Entwicklung von Kindern und Jugendlichen dienen. Pädagogische Konzeptionen können Verständnis für die Zusammenhänge von Natur, Kultur und Gesellschaft schaffen und soziale Kompetenz vermitteln. Von der Tourismusbranche müssen jedoch einige Aspekte unbedingt noch stärker als bisher berücksichtigt werden: So ist der jugendliche Kunde heute ein ernstzunehmender Konsument, der Angebote bewerten und Vor- und Nachteile selbständig abschätzen kann. Qualität und guter Service sind gefragt. Verschiedene Angebote werden gegenwärtig besonders gerne gebucht. Hierzu gehören vor allem Themenreisen, Sportreisen, Sprachreisen und Workcamps. Wichtig ist dabei in jedem Fall, dass neben der Vermittlung bestimmter Fertigkeiten und Fähigkeiten der Urlaubsaspekt nicht zu kurz kommt. Denn Kinder und Jugendliche wollen in ihrer Ferienzeit nicht nur etwas erlernen, sondern sich erholen und Spaß haben.

## Literatur und Quellen

- Adventure Camp (o. J.): Online unter: <http://www.kmdd.de/adventure-camp-2013-lehrer.htm> (abgerufen am 17.02.2014).
- Albert, M., Hurrelmann, K. & G. Quenzel (2010): 16. SHELL Jugendstudie. Hamburg.
- Bayern Tourismus Marketing GmbH (Hrsg., 2012): Junge Reisende – eine unterschätzte Zielgruppe für Bayern. In: da.by – Das Magazin der Bayern Tourismus Marketing GmbH 2. S. 3–5.
- Buck, M. (2012): Alles Jugend oder was? Thesen zum touristischen Produkt Jugendreisen. In: Korbus, T. et al. (Hrsg.): Jugendreisen 2.0. Analysen und Perspektiven. Institut für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit e. V. (IFKA). Bielefeld. S. 24–31. (= Bielefelder Jugendreiseschriften 8).
- BundesForum Kinder- und Jugendreisen e. V. (2001): Leitsätze des BundesForum.  
[http://www.bundesforum.de/fileadmin/user\\_upload/Leitsaetze.pdf](http://www.bundesforum.de/fileadmin/user_upload/Leitsaetze.pdf)  
(abgerufen am 26.05.2015).
- Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (= BMWi) (2013): Tourismuspolitischer Bericht der Bundesregierung, 17. Legislaturperiode. Berlin.
- Calmbach, M., Thomas, P.M., Borchard, I. & B. Flaig (2012): Wie ticken Jugendliche 2012? Lebenswelten von Kindern und Jugendlichen im Alter von 14–17 Jahren in Deutschland. „u18“. Die Sinus-Jugendstudie 2012. SINUS Markts- und Sozialforschung GmbH. Heidelberg.
- Die Jugendherbergen.de (2012): Geschäftsbericht 2012. Zahlen, Daten, Fakten. Familien- und Jugendgästehäuser in Rheinland-Pfalz und im Saarland. Online unter: [http://www.google.de/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CDQQFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.jugendherberge.de%2Frendering%2Flayouts%2FFramework%2FImageDownload.aspx%3FmediaItemID%3D%257B97240207-A245-4780-ACD9-EE92083A1791%257D&ei=--QsVaK5LJaxafyngcAE&usq=AFQjCNG\\_BeEe2ArLBffZ7T2xF-SuZNE5JQ&bvwm=bv.90790515,d.d2s](http://www.google.de/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CDQQFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.jugendherberge.de%2Frendering%2Flayouts%2FFramework%2FImageDownload.aspx%3FmediaItemID%3D%257B97240207-A245-4780-ACD9-EE92083A1791%257D&ei=--QsVaK5LJaxafyngcAE&usq=AFQjCNG_BeEe2ArLBffZ7T2xF-SuZNE5JQ&bvwm=bv.90790515,d.d2s) (abgerufen am 14.04.2015)
- Deutsche Zentrale für Tourismus e. V. (= DZT) (2013): DZT-Themenjahr 2013 „Junges Reiseland Deutschland“. Deutschland begeistert junge Reisende mit Kampagne „Youth HotSpots in Germany – Share the moment.“ Presse-Information vom 06.03.2013. Online unter: [http://www.germany.travel/media/content/presse/de/130306-03a\\_Jugend\\_2013\\_im\\_Fokus\\_der\\_DZT-Marketingaktivitaeten\\_final.pdf](http://www.germany.travel/media/content/presse/de/130306-03a_Jugend_2013_im_Fokus_der_DZT-Marketingaktivitaeten_final.pdf) (abgerufen am 27.04.2015).
- Forest Music Camp (2014): SummerCamp 2014. Online unter: <http://forestmusiccamp.pq-world.net/summer/summercamp2013> (abgerufen am 21.06.2015).

- Freizeitpädagogisches Zentrum Bad Breisig e. V. (o. J.): Das Eifeldorf. Online unter: <http://www.fpz-eifeldorf.de/html/eifel.htm> (abgerufen am 13.07.2015).
- GEOLingo Sprachcamps für Kinder (o. J.): Willkommen zum Sprachcamp! Englischcamps, Französischcamps und Spanischcamps. Online unter: <http://www.leolingo.de> (abgerufen am: 01.06.2015).
- GFJT (= Gesellschaft für Jugend & Tourismus) (2010): Jugendtourismus als strategischer Schlüsselmarkt für Destinationen. Impulsstudie 2010. Online unter: [http://www.gfjt.org/download/Booklet\\_GFJT\\_Impulsstudie2010.pdf](http://www.gfjt.org/download/Booklet_GFJT_Impulsstudie2010.pdf) (abgerufen am 14.04.2015).
- Horx, M. & P. Wippermann (1995): Markenkult. Wie Waren zu Ikonen werden. Düsseldorf.
- Huber, J. (2011): Volunteer Tourism. Eine europäische Variante. In: Reeh, T. & G. Ströhlein (Hrsg.): Orte, Wege, Visionen. Aktuelle Ansätze der Tourismusgeographie. Göttingen. S. 183–199. (= ZELTForum – Göttinger Schriften zu Landschaftsinterpretation und Tourismus 6).
- Jünemann, K. (2010): Die Erstellung einer Marketingkonzeption für den Jugendtourismus am Beispiel der kombinierten Sport- und Sprachreisen der europartner reisen Walter Beyer GmbH. Diplomarbeit an der Fachhochschule Wilhelmshaven/Oldenburg/Elsfleth, Fachbereich Wirtschaft, Studiengang Tourismuswirtschaft. München. Online unter: <http://www.grin.com/de/e-book/150714/die-erstellung-einer-marketingkonzeption-fuer-den-jugendtourismus> (abgerufen am 09.07.2015).
- Kolping Jugendgemeinschaftsdienste (o. J.): Historie. Internationale Jugendwochen 2012 in Bad Breisig. Erfahrungsbericht von S. Trost. Online unter: [https://www.kolping-jgd.de/home/main/jugendwochen/erfahrungsberichte\\_jugendwochen/](https://www.kolping-jgd.de/home/main/jugendwochen/erfahrungsberichte_jugendwochen/) (abgerufen am 13.07.2015).
- Kulturraum Großregion - Espace culturel Grande Région a.s.b.l. (2013): Grenzüberschreitendes Berufsorientierungscamp. Mitteilung vom 24.09.2013. Online unter: <http://www.kulturraumgr.eu/de/les-actualites/actualite/2013/09/grenz-berschreitendes-berufsorientierungscamp> (abgerufen am 13.07.2015).
- Menzel, D. S. (2010): Strategische Markenführung der touristischen Destination Flandern in Belgien unter besonderer Berücksichtigung des Jugendreisemarktes in Deutschland. Unveröffentlichte Studie.
- Müller, D. (2011): Volunteer Tourism. Identifying an Alternative Tourism Concept within the Volunteer Sector. In: Reeh, T. & G. Ströhlein (Hrsg.): Orte, Wege, Visionen. Aktuelle Ansätze der Tourismusgeographie. Göttingen. S. 170–182. (= ZELTForum – Göttinger Schriften zu Landschaftsinterpretation und Tourismus 6).

- Heissler, A. (2015): Urlaubsranger. Online unter: <http://www.urlaubsranger.de> (abgerufen am 13.07.2015)
- Prager, M. (2012): Freiheit, Flirt und Fun – die Evergreen. Urlaubsbedürfnisse Jugendlicher im Spiegel der Zeit. In: Korbus, T. et al. (Hrsg.): *Jugendreisen 2.0. Analysen und Perspektiven*. Institut für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit e. V. (IFKA). Bielefeld. S. 52–61. (= Bielefelder Jugendreiseschriften 8).
- Reisenetz e. V. (2012a): Neue Broschüre des Reisenetz e. V. erschienen: „Qualität im Kinder- und Jugendreisen – Übersicht zu Qualitätssystemen und Qualitätssiegeln“. Pressemitteilung vom 19.03.2012. Online unter: [http://www.reisenetz.org/uploads/media/PM\\_Qualitaet\\_im\\_Kinder-\\_und\\_Jugendreisen.pdf](http://www.reisenetz.org/uploads/media/PM_Qualitaet_im_Kinder-_und_Jugendreisen.pdf) (abgerufen am 01.06.2015).
- Reisenetz e. V. (2012b): Haben Sie das Zeug zur Jugendreise-Destination? Reisenetz entwickelt Schnelltest für Destinationen. Pressemitteilung vom 13.03.2012. Online unter: <http://www.lifep.r.de/pressemitteilung/reisenetz-ev/Haben-Sie-das-Zeug-zur-Jugendreise-DestinationOE-Reisenetz-entwickelt-Schnelltest-fuer-Destinationen/boxid/295875> (abgerufen am 14.04.2015).
- Rohde, K. (2010): Rund um den Ratzeburger See: Viel Spaß und Action für junge Leute. Online unter: <http://www.sh-business.de/de/rund-um-den-ratzeburger-see-viel-spas-und-action-fuer-junge-leute> (abgerufen am 27.04.2015).
- ruf Reisen (2011): Rügen – Freiheit, Musik und Abenteuer. Mitteilung vom 30.03.2011. Online unter: <http://www.ruf.de/community/news/ruegen-urlaub-2011> (abgerufen am 13.07.2015).
- ruf Reisen (o. J.): Jugendreisen. Informationen für Eltern. Online unter: <http://www.ruf-klassenfahrten.de/kinderreise/elterninformation.asp> (abgerufen am 26.05.2015)
- ruf Reisen GmbH & Verband Internet Reisevertrieb e. V. (Hrsg., 2013): *Young Traveller Studie 2013. Das Informations- und Reiseverhalten junger Urlauber*. Bielefeld.
- Sozialgesetzbuch (= SGB) – Aches Buch (VII) – Kinder- und Jugendhilfe. Artikel 1 des Kinder- und Jugendhilfegesetzes v. 26. Juni 1990 (BGBl. I S. 1163), i.d.F.d. Bekanntmachung vom 11. September 2012 (BGBl. I S. 2022), zuletzt geändert durch Artikel 2 Absatz 8 des Gesetzes vom 21. Januar 2015 (BGBl. I S. 10).
- Sporer, J. (2005a): Bergdestinationen als Reiseziel jugendlicher Urlauber im Sommer am Beispiel Tirol. Kurzfassung. Statistisches Bundesamt; crp-infotec Politik und Zeitgeschichte 1. Juni 2013

- Trenkamp, O. & F. Lüpke-Narberhaus (2012): Neue Sinus-Studie: So fühlt Deutschlands Jugend. Spiegel Online (28.03.2012). Online unter: <http://www.spiegel.de/schulspiegel/leben/sinus-jugendstudie-zeigt-wie-jugendliche-das-prekariat-ausgrenzen-a-824073.html> (abgerufen am 27.04.2015).
- ULTRA TOURS Sportreisen (o. J.): Idee und Konzept der Handballcamps. Online unter: <http://www.ruf-klassenfahrten.de/sportreise/handballcamp-hamburg-bad-oldesloe.asp> (abgerufen am 21.06.2015).
- Vieth, J.-A. (o. J.): GEolino-Camp. Online unter: <http://ruf.campadventure.de/geolino#location> (abgerufen am 21.06.2015).

## Weiterführende Literatur

- Buller, M. (2012): Alles begann mit dem PC. In: Korbus, T. et al. (Hrsg.): Jugendreisen 2.0. Analysen und Perspektiven. Institut für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit e. V. (IFKA). Bielefeld. S. 380–391. (= Bielefelder Jugendreiseschriften 8).
- Dammler, A. (2007): Teens als Zielgruppe. Marketing für junge Märkte. Neue Trends im Jugendtourismus. Vortrag am 22. Juni 2007 in Berlin. Powerpoint-Präsentation. Online unter: [http://www.wissen.dsft-berlin.de/medien/KIN/kin\\_marketing-junge-maerkte\\_1\\_dammler.pdf](http://www.wissen.dsft-berlin.de/medien/KIN/kin_marketing-junge-maerkte_1_dammler.pdf) (abgerufen am 14.04.2015).
- Drücker, A. & W. Müller (2012): Die neue Pädagogik des Kinder- und Jugendreisens. In: Korbus, T. et al. (Hrsg.): Jugendreisen 2.0. Analysen und Perspektiven. Institut für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit e. V. (IFKA). Bielefeld. S. 202–207. (= Bielefelder Jugendreiseschriften 8).
- Edlinger, C. (2012): Qualitätsbasis für junges Reisen. Die ruf akademie. In: Korbus, T. et al. (Hrsg.): Jugendreisen 2.0. Analysen und Perspektiven. Institut für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit e. V. (IFKA). Bielefeld. S. 214–221. (= Bielefelder Jugendreiseschriften 8).
- Faber, M. & D. Amersdorffer (2012): Kommunikation im Tourismus heute und in Zukunft. Digitale Medien und Jugend. In: Korbus, T. et al. (Hrsg.): Jugendreisen 2.0. Analysen und Perspektiven. Institut für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit e. V. (IFKA). Bielefeld. S. 44–51. (= Bielefelder Jugendreiseschriften 8).
- Falk, H. & E. Marquardt (2012): Klassenzimmer in der Natur. Erlebnispädagogische Klassenfahrten. In: Korbus, T. et al. (Hrsg.): Jugendreisen 2.0. Analysen und Perspektiven. Institut für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit e. V. (IFKA). Bielefeld. S. 408–415. (= Bielefelder Jugendreiseschriften 8).

- Flügel, U. (2012): Deutlich besser als ihr Ruf. Klassenfahrten im Fokus. In: Korbus, T. et al. (Hrsg.): *Jugendreisen 2.0. Analysen und Perspektiven*. Institut für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit e. V. (IFKA). Bielefeld. S. 234–243. (= Bielefelder Jugendreiseschriften 8).
- Freericks, R. (2012): Lernfeld Jugendreisen. Die neue Rolle des Pädagogen in inszenierten, erlebnisorientierten Bildungsräumen. In: Korbus, T. et al. (Hrsg.): *Jugendreisen 2.0. Analysen und Perspektiven*. Institut für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit e. V. (IFKA). Bielefeld. S. 180–191. (= Bielefelder Jugendreiseschriften 8).
- Giese, H. (2012): Eintauchen in Land und Language. Sprachreisen für Kinder und Jugendliche. In: Korbus, T. et al. (Hrsg.): *Jugendreisen 2.0. Analysen und Perspektiven*. Institut für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit e. V. (IFKA). Bielefeld. S. 108–115. (= Bielefelder Jugendreiseschriften 8).
- Güthoff, F. & U. Theike (2012): Absolut kinderfreundlich: „OK für Kids!“ Entstehung, Entwicklung und Bedeutung des Qualitätszeichens. In: Korbus, T. et al. (Hrsg.): *Jugendreisen 2.0. Analysen und Perspektiven*. Institut für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit e. V. (IFKA). Bielefeld. S. 292–295. (= Bielefelder Jugendreiseschriften 8).
- Haehling von Lanzenauer, C. & A. Belousow (2006): Entwicklungstendenzen und Szenarien der touristischen Nachfrage bis 2030. In: Haehling von Lanzenauer, C. & C. Klemm (Hrsg.): *Demographischer Wandel und Tourismus. Zukünftige Grundlagen und Chancen für touristische Märkte*. Deutsche Gesellschaft für Tourismuswissenschaft e. V. Berlin. S. 9–55 (= Schriften zu Tourismus und Freizeit 7).
- Ilchmann, J. & P. Wersin (2012): Reiserechtliche Problematiken bei Kinder- und Jugendreisen. In: Korbus, T. et al. (Hrsg.): *Jugendreisen 2.0. Analysen und Perspektiven*. Institut für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit e. V. (IFKA). M S. 304–311. (= Bielefelder Jugendreiseschriften 8).
- Kosakowski, R. (2012): Bildung – das Business von morgen. Ein Megatrend, der den Kinder- und Jugendreisemarkt prägen wird. In: Korbus, T. et al. (Hrsg.): *Jugendreisen 2.0. Analysen und Perspektiven*. Institut für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit e. V. (IFKA). Bielefeld. S. 432–437. (= Bielefelder Jugendreiseschriften 8).
- Kuff, F. (2012): Eintauchen in einmalige Erlebniswelten. Die Entwicklung der Kinderreise zur exklusiven Themenreise mit professionellen Partnern. In: Korbus, T. et al. (Hrsg.): *Jugendreisen 2.0. Analysen und Perspektiven*. Institut für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit e. V. (IFKA). Bielefeld. S. 116–123. (= Bielefelder Jugendreiseschriften 8).

- Lessau, S. (2012): Was macht Föhr einzigartig? Oder: Warum die Nordseeinsel gerade auch für Kinder ein Paradies ist. In: Korbus, T. et al. (Hrsg.): Jugendreisen 2.0. Analysen und Perspektiven. Institut für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit e. V. (IFKA). Bielefeld. S. 124–127. (= Bielefelder Jugendreiseschriften 8).
- Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus (Hrsg., 2004): Landestourismuskonzeption Mecklenburg-Vorpommern 2010. Online unter: [http://www.regierung-mv.de/cms2/Regierungsportal\\_prod/Regierungsportal/de/wm/Themen/Tourismus/index.jsp?publikid=449](http://www.regierung-mv.de/cms2/Regierungsportal_prod/Regierungsportal/de/wm/Themen/Tourismus/index.jsp?publikid=449) (abgerufen am 14.04.2015).
- Müller, W. (2012): Auf dem Weg zum Bündnis Jugendmobilität und Bildung. In: Korbus, T. et al. (Hrsg.): Jugendreisen 2.0. Analysen und Perspektiven. Institut für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit e. V. (IFKA). Bielefeld. S. 192–201. (= Bielefelder Jugendreiseschriften 8).
- Peters, H. (2012): Qualität von Kinder- und Jugendgruppenfahrten. Evaluiert und entwickelt durch Team und Teilnehmende. In: Korbus, T. et al. (Hrsg.): Jugendreisen 2.0. Analysen und Perspektiven. Institut für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit e. V. (IFKA). Bielefeld. S. 250–265. (= Bielefelder Jugendreiseschriften 8).
- Pieper, J. (2012): Das Vertrauen der Eltern gewinnen – durch zertifizierte Qualität? Rost- und Bremsencheck für Jugendreiseveranstalter In: Korbus, T. et al. (Hrsg.): Jugendreisen 2.0. Analysen und Perspektiven. Institut für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit e. V. (IFKA). Bielefeld. S. 284–291. (= Bielefelder Jugendreiseschriften 8).
- Porwol, B. (2012): Qualitätsfaktoren im Jugendtourismus. In: Korbus, T. et al. (Hrsg.): Jugendreisen 2.0. Analysen und Perspektiven. Institut für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit e. V. (IFKA). Bielefeld. S. 273–283. (= Bielefelder Jugendreiseschriften 8).
- Reeh, T. & D. Müller (2012): Sinnsuche und Selbsterleben im Volunteer Tourism. Das Beispiel „Harnas Wildlife Foundation/Namibia“. In: Hopfinger, H., Pechlaner, H., Schön, S. & C. Antz (Hrsg.): Kulturfaktor Spiritualität und Tourismus – Sinnorientierung als Strategie für Destinationen. Berlin. S. 169–195. (= Schriften zu Tourismus und Freizeit 14).
- Reisenetz, Deutscher Fachverband für Jugendreisen e. V. (Hrsg., 2011) (Text: Ottenbreit, L.): Qualität im Kinder- und Jugendreisen. Übersicht zu den Qualitätssystemen und Qualitätssiegeln. Berlin.
- Rogel, D. (2012): Das junge Reisen und die Bedeutung für die Touristik. In: Korbus, T. et al. (Hrsg.): Jugendreisen 2.0. Analysen und Perspektiven. Institut für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit e. V. (IFKA). Bielefeld. S. 352–355. (= Bielefelder Jugendreiseschriften 8).

- Schröder, A., Widmann, T. & A. Brittner-Widmann (2006): Wer soll in Zukunft eigentlich noch reisen? Tourismus in Deutschland zwischen Geburtenrückgang und Überalterung. In: Haehling von Lanzenauer, C. & C. Klemm (Hrsg.): Demographischer Wandel und Tourismus. Zukünftige Grundlagen und Chancen für touristische Märkte. Deutsche Gesellschaft für Tourismuswissenschaft e. V. S. 57–89. (= Schriften zu Tourismus und Freizeit 7).
- Schwarz, R. (2012): Potenziale nutzen – durch eine starke Plattform. Die Entwicklung des Jugendtourismus in Mecklenburg-Vorpommern. In: Korbus, T. et al. (Hrsg.): Jugendreisen 2.0. Analysen und Perspektiven. Institut für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit e. V. (IFKA). Bielefeld. S. 164–171. (= Bielefelder Jugendreiseschriften 8).
- Sporer, J. (2005b): Bergdestinationen als Reiseziel jugendlicher Urlauber im Sommer am Beispiel Tirol. Magisterarbeit am Management Center Innsbruck. Hamburg.



**Der Einfluss sicherheitspolitischer  
Risiken auf den Tourismus –  
Die Fallbeispiele Türkei und Ägypten**

Maria Hartleb

## Abstract

For many people traveling in foreign countries is an important part of their life. The pleasure of vacation trips is always supposed to be unburdened and relaxing. However, there are also in tourism diverse risks, which can encounter the travelers in terms of loss of safety. In the light of rising crises, the meaning of security is constantly increasing (cf. Mansfeld & Pizam 2006; Schmude & Heumann 2009; Becker 2009). Studies have shown so far, that these risks influence the demand of tourism negatively, because the rising uncertainties determine the decision-making whether to go on vacation or not (cf. Karthe & Reeh 2011, 257; Aschauer 2009, 13). Furthermore, the factors of violence, terror and crime move even more in the center of attention through recently devastating terroristic incidents. This essay illustrates the touristic effects of terroristic attacks on the examples of Turkey and Egypt.

## Einleitung

Für viele Menschen ist das Verreisen in fremde Länder ein wichtiger Bereich ihres Lebens. Der Genuss von Urlaubsreisen soll dabei immer unbeschwert und erholsam sein. Dennoch gibt es auch im Tourismus verschiedenste Risiken, die den Reisenden während ihres Urlaubs in Form von Sicherheitsverlusten begegnen können. Angesichts steigender Krisen, gewinnt Sicherheit damit immer mehr an Bedeutung (vgl. Mansfeld & Pizam 2006; Schmude & Heumann 2009; Becker 2009). In einem Bericht des Ausschusses für Tourismus des Deutschen Bundestages im Jahr 2003 wurden die häufigsten Sicherheitsprobleme im Tourismus in die drei Bereiche (1) Natur- und Klimakatastrophen, (2) Gewalt, Terror und Kriminalität sowie (3) Epidemien und Gesundheitsrisiken kategorisiert (vgl. Becker 2009, 93). Während man versucht (1) Natur- und Klimakatastrophen mit moderner Technik vorhersehbar zu machen und (3) Epidemien und Gesundheitsrisiken teilweise präventiv durch bspw. Impfungen vorgebeugt werden können, bleiben (2) Gewalt, Kriminalität und Terror im besonderen Maße unberechenbar (vgl. Karthe & Reeh 2011, 257). Untersuchungen haben bisher gezeigt, dass diese Risiken die Tourismuskategorie negativ beeinflussen, da die steigenden Unsicherheiten den Reiseentscheidungsprozess bestimmen (vgl. Karthe & Reeh 2011, 257; Aschauer 2009, 13). Zudem rückt der Punkt „Gewalt, Terror und Kriminalität“ durch z.T. verheerende terroristische Ereignisse in jüngerer Vergangenheit immer häufiger in das Zentrum des Interesses. Es kann beobachtet werden, dass terroristische Anschläge insbesondere auf touristische Destinationen abzielen, um eine weltweite Medienresonanz zu erzeugen. Urlaubsgebiete dienen als strategisches Ziel der Terroristen, wodurch diese Anschläge eine besondere Qualität von Gewalt darstellen (vgl. Petermann et al. 2006, 129). Konnte man vor ca. 20 Jahren von Attentaten, Überfällen oder Entführungen sprechen, denen auch vereinzelt Touristen zum Opfer fielen, muss

inzwischen von einem gezielten Terror gegen Destinationen gesprochen werden. In der Folge wird der Tourismus des jeweiligen Urlaubslandes – mehrheitlich im Mittleren Osten – massiv geschädigt (vgl. Petermann et al. 2006, 130). Da der Tourismus ein fragiles System ist, reagiert es empfindlich auf äußere Faktoren und unterliegt dadurch Schwankungen. Diese werden maßgeblich von dem Sicherheitsempfinden bzw. der subjektiven Risikowahrnehmung der Reisenden beeinflusst. Im Bericht des Ausschusses für Tourismus des Deutschen Bundestages im Jahr 2003 geht man davon aus, dass Terrorattentate, bei denen Touristen direkt das Ziel des Anschlages sind, die größten Auswirkungen auf die touristische Nachfrage haben (vgl. Petermann 2006, 132). Jedoch weiß man nicht, wie diese Auswirkungen genau aussehen.

In diesem Aufsatz soll daher auf Grundlage einer empirischen Analyse (Hartleb 2016) gezeigt werden, wie der Zusammenhang zwischen touristischer Nachfrage und sicherheitspolitischen Risiken in Form von Terrorattentaten korreliert. Dafür waren folgende Fragen Teil der Untersuchung:

1. Inwiefern reagiert die Tourismusnachfrage auf aktuelle sicherheitspolitische Risiken?
2. Welche Indikatoren wirken sich auf die Tourismusnachfrage aus?
3. Wirken sich bestimmte Indikatoren stärker auf die Tourismusnachfrage und damit auf die Risikowahrnehmung aus als andere?

Diese Forschungsfragen werden anhand der Länder Türkei und Ägypten untersucht. Die Auswahl der betrachteten Länder orientierte sich in erster Linie an der Brisanz aktueller Geschehnisse, die in jüngerer Vergangenheit auch deutsche Touristen betraf (Türkei Januar 2016). Hinsichtlich der Länderauswahl wird außerdem die Annahme hinterfragt, ob „kulturähnliche“ Länder einen äquivalenten Nachfragerückgang oder ein Schema in der Wirkungsweise der ausgewählten Indikatoren vorweisen.

## **Tourismus und Stabilität der Länder**

Auch wenn der Terrorismus ein globales Phänomen darstellt, gibt es einzelne Länder, wo er scheinbar auf einen Nährboden trifft. Diese Länder werden seit Jahrzehnten – mal mehr, mal weniger – von terroristischen Gewaltakten heimgesucht. Nicht selten finden diese Anschläge in touristisch geprägten Regionen eines Landes statt und lösen damit die beschriebene Kettenreaktion aus, die die Wirtschaft nachhaltig schädigen kann. Bezüglich dieses Phänomens formulieren Kron & Heinke eine „Kurzformel“: „Terrorismus siedelt da an, wo Politik nicht mehr ‚richtig funktioniert‘“ (Kron & Heinke 2009, 32). Gemeint sind damit schwache Staaten, deren Wirkungsmacht nicht ausreicht, um für Sicherheit und Stabilität zu sorgen. Es herrscht in diesen Ländern ein Verlust staatlicher Steuerungsfähigkeit in den zentralen Aufgabenbereichen, wozu vor allem die politische Ordnung, staatliche Dienstleistungen und das Gewaltmonopol gehören

(vgl. Schneckener 2003, 12 f.; Kron & Heinke 2009, 33). Damit Staaten in dieser Angelegenheit vergleichbar gemacht werden können und um festzustellen, ob es sich um einen starken oder schwachen Staat handelt, nennt Rotberg (2004) Indikatoren wie das Bruttosozialprodukt pro Kopf, den Human Development Index und den „Freedom in the World“-Report von Freedom House, welcher in einem jährlichen Bericht erscheint und die politischen und bürgerrechtlichen Freiheiten der Länder untersucht (vgl. Freedom House 2016). Schwache Staaten weichen i.d.R. stärker in allen Indikatoren ab (vgl. Kron & Heinke 2009, 33). Länder, die in der Vergangenheit und Gegenwart zu schwachen Staaten zählen, von wiederkehrenden terroristischen Anschlägen betroffen waren und zudem zu den 10 beliebtesten Urlaubsländern der Welt gehören (vgl. Urlaubsziele 2016), sind auch Ägypten und die Türkei.

## Türkei

Die Türkei zählt zu den beliebtesten Urlaubsländern der Deutschen (vgl. Deutsch Türkische Nachrichten 2015) und befindet sich auf dem dritten Platz der beliebtesten europäischen Reiseziele (vgl. Stiftung für Zukunftsfragen: Auslandsreiseziele 2014). Diese Tatsache ist auch in der Vergangenheit an einer stetig steigenden Tourismuswirtschaft zu erkennen. Seit Ende der 1980er Jahre verzeichnete der Tourismus in der Türkei einen Boom, der ungeachtet dreier Militärputsche (1960–1961, 1971–1973 und zuletzt 1980–1983) und anderer Krisen, wie dem Golfkrieg (1991), Terroranschlägen der PKK und der Erdbebenkatastrophe (1999) anhielt (vgl. Han Ergüyen 2009, 75).

Für diesen Boom waren verschiedene politische, wirtschaftliche und geographische Faktoren ausschlaggebend (vgl. Han Ergüyen 2009, 71):

1. die Auflockerung des Militärregimes (ab 1982) und die kontinuierliche Demokratisierung des politischen Systems des Landes,
2. die Öffnung und Liberalisierung der türkischen Wirtschaft,
3. der Aufbau eines positiven Images des Landes im Ausland,
4. die Einrichtung staatlicher Institutionen, die den Tourismus fördern sollten,
5. die Gründung von Charterfluglinien, welche die türkische Ägäis und die türkische Riviera anfliegen,
6. die Einreiseerleichterung in die Türkei, insbesondere für die Bürger der ehemaligen Sowjetrepubliken,
7. die geographische Nähe zu den wichtigsten Quellmärkten.

Durch diese positive Entwicklung wurde der Tourismus zu einem der wichtigsten Wirtschaftssektoren im Land (vgl. Han Ergüyen 2009, 81). Nach dem World Travel & Tourism Council (WTTC) ist im Jahr 2005 jeder 13. Arbeitsplatz in der Türkei im Tourismussektor zu finden. Der relative Anteil der im Tourismus Beschäftigten betrug 7,7% aller Arbeitsplätze im Land (ebd., 84).

Betrachtet man die Indikatoren von Rotberg zur Bewertung der Stärke des Landes befindet sich die Türkei dennoch eher im unteren Mittelfeld. Die Tabelle 1 zeigt die Entwicklung der Türkei verglichen mit Deutschland:

Tab. 1: Vergleich Türkei – Deutschland anhand der Indikatoren von Rotberg (Quellen: Weltbank 2016; United Nations Development Program 2016; Freedom House 2016)

Jahr	Türkei			Deutschland		
	BIP/Kopf (Euro)	HDI	Freedom House	BIP/Kopf (Euro)	HDI	Freedom House
1980	1.566,75	k.A.	k.A.	12.092,38	k.A.	k.A.
1990	2.790,58	0,576	k.A.	22.219,57	0,801	k.A.
2000	4.215,16	0,653	partly free	23.718,75	0,855	free
2014	10.015,01	0,761 Rang 72	partly free	47.821,92	0,916 Rang 6	free

Diese positive wirtschaftliche Entwicklung in der Türkei birgt jedoch auch Konfliktpotential. Das Land strebt zum einen nach wirtschaftlichem Erfolg und westlicher Zugehörigkeit (EU-Beitrittsverhandlungen) und ist zum anderen traditionsbewusst und im Kern muslimisch geprägt (vgl. Han Ergüyen 2009, 77). Dieser Zwiespalt kann als Ursache für eine Anzahl an terroristischen Anschlägen im Land betrachtet werden.

## Ägypten

Genauso wie in der Türkei erlebte Ägypten einen Tourismusboom ab den 1980er Jahren durch die Rückübertragung des Sinai durch Israel (vgl. Steiner 2004, 369). Die ehemalige Regierung unter Mubarak förderte seit 1986 verstärkt die Tourismusentwicklung des Landes. Dies zeigte sich vor allem in einer steigenden Touristenanzahl aus westlichen Industriestaaten, wobei Deutschland auch zu den wichtigsten Quellländern zählt (ebd.). Im Jahr 2000 nahm der Tourismussektor 21% des gesamten ägyptischen Bruttoinlandsprodukts ein und weist zudem die höchsten Arbeitsplatzpotentiale auf. Er ist demnach ein wichtiger Wirtschaftsfaktor für das Land geworden und trägt dadurch wesentlich zur Stabilisierung des politischen Systems bei. Diese Tatsache konnte jedoch nicht darüber hinweg täuschen, dass Ägypten insgesamt ein instabiler Staat mit einem autoritären Regime war, welches durch Korruption und steigende Armut in der Bevölkerung geprägt war. Diese Umstände wurden auch im „Freedom in the World“-Report deutlich dargestellt (Tab. 2). Dies waren schließlich auch ausschlaggebende Gründe für die Revolution 2011, welche als „Arabischer Frühling“ in die Geschichte einging (vgl. Hopfinger 2014, 42).

Tab. 2: Vergleich Ägypten – Deutschland anhand der Indikatoren von Rotberg (Quellen: Weltbank 2016; United Nations Development Program 2016; Freedom House 2016).

Jahr	Ägypten			Deutschland		
	BIP/Kopf (Euro)	HDI	Freedom House	BIP/Kopf (Euro)	HDI	Freedom House
1980	528,31	k.A.	k.A.	12.092,38	k.A.	k.A.
1990	764,76	0.546	k.A.	22.219,57	0,801	k.A.
2000	1.461,02	0.622	not free	23.718,75	0,855	free
2014	3.198,7	0.690 Rang 108	not free	47.821,92	0,916 Rang 6	free

Derzeit befindet sich Ägypten noch in einem „luftleeren Raum“ ohne politische Führung. Besonders der Arabische Frühling, sowie die weiterhin ungewisse Situation im Land haben dazu geführt, dass die Anzahl an Touristen massiv rückläufig war. Auch das Auswärtige Amt warnt seither vor der Gefahr von terroristischen Anschlägen und Entführungen und sprach eine Teilreisewarnung für Ägypten aus (vgl. Auswärtiges Amt 2016; Karthe & Reeh 2011, 273; Hopfinger 2014, 42).

## Untersuchungsdesign

Die eingangs gestellten Forschungsfragen führen zu der Hypothese, dass es verschiedene sicherheitspolitische Risiken gibt, welche auf unterschiedliche Art und Weise die Reiseentscheidung des Touristen steuern. Es ist also nötig, diese unterschiedlichen Einflussfaktoren zunächst zu benennen. Dies geschieht auf der Grundlage der von Glaeßer formulierten Risikofaktoren (vgl. Glaeßer 2003 zit. in Raich et al. 2011, 219):

- Arten von Krisen\*
- Auftreten von Krisen
- Ausmaß von Krisen
- Geographische Entfernung\*
- Individuelle Betroffenheit
- Objektives Gefährdungspotential\*\*
- Persönlichkeitsfaktoren\*\*

Da es sich bei den hier untersuchten Krisen um sicherheitspolitische bzw. terroristische Gefahren handelt, welche zudem eine ähnliche geographische Entfernung zu jeweils relevanten touristischen Quellmärkten besitzen, werden diese beiden Faktoren für die Untersuchung als irrelevant eingestuft (\*). Eine weitere Einschränkung der zu erforschenden Faktoren ergibt sich aus der Tatsache, dass das objektive Gefährdungspotential, also das sachliche Hintergrundwissen zu aktuellen Geschehnissen, sowie die Persönlichkeitsfaktoren so individuell geprägt sind, dass sie in dieser quantitativ-orientierten Forschung nicht

erfasst werden können (\*\*). Für die aktuelle Untersuchung bleiben also drei Faktoren: das zeitliche Auftreten der Krisen, die Anzahl an Opfern sowie die individuelle Betroffenheit speziell durch touristische Anschlagsoffer (evtl. sogar der eigenen Nationalität). Daraus können folgende Hypothesen abgeleitet werden:

1. Je öfter sicherheitspolitische Krisen auftreten, desto geringer werden die Touristenankunftszahlen.
2. Je größer das Ausmaß der Krise ist, desto geringer werden die Touristenankunftszahlen.
3. Je größer die individuelle Betroffenheit ist, desto geringer werden die Touristenankunftszahlen.

Um herauszufinden, in welchem Maß diese drei Risikofaktoren auf die Reiseentscheidung (subjektive Risikowahrnehmung) wirken, muss in zwei Schritten vorgegangen werden (Abb. 1).

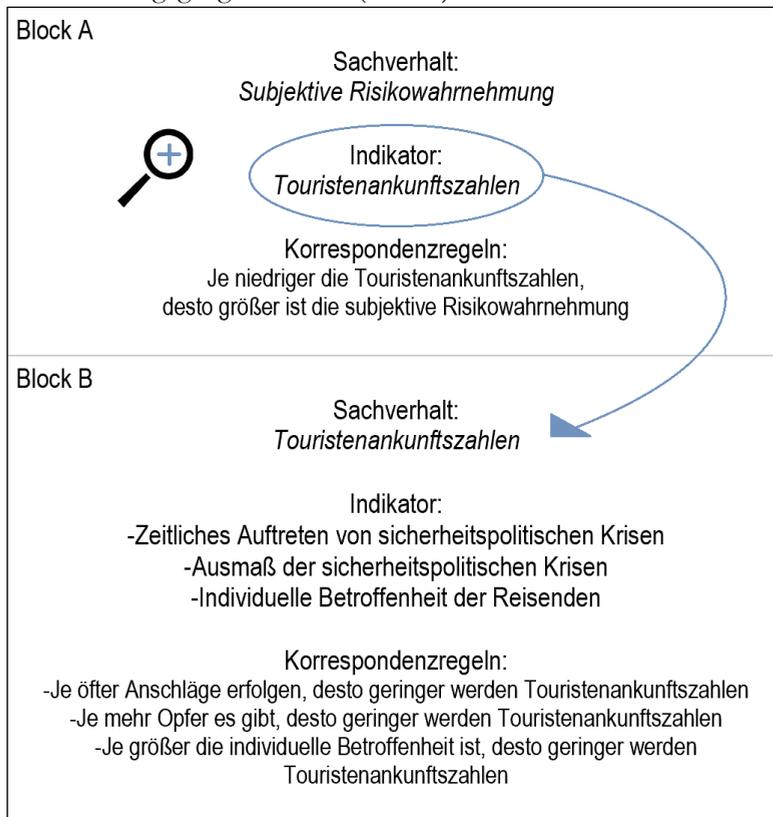


Abb. 1: Forschungsdesign zur Untersuchung des Einflusses sicherheitspolitischer Risiken auf die subjektive Risikowahrnehmung (Quelle: eigene Darstellung)

## Datenerhebung

Für die Messung der Indikatoren des Blocks B wurde eine ausführliche Internetrecherche durchgeführt. Das Ziel dieser Recherche war das Zusammentragen sämtlicher sicherheitspolitischer Anschläge in den Ländern Türkei und Ägypten seit Anfang der 1990er Jahre. Diese Anschläge wurden in einer Tabelle in chronologischer Reihenfolge zusammengestellt (n=89). Jeder aufgelistete Anschlag wurde in verschiedenen Kategorien quantifiziert, anhand derer die Zuordnung der festgelegten Indikatoren erfolgen soll. Für den Indikator „Auftreten der Krise“ wurde jedes Ereignis mit Datum chronologisch gelistet, sodass eventuelle Häufungen bereits daran erkannt werden können. Für die Indikatoren „Ausmaß der Krise“ und „individuelle Betroffenheit“ wurde versucht, die Anzahl an jeweils touristischen und einheimischen Verletzten und Getöteten zu unterscheiden. Zuletzt fließt die Tatsache, ob ein Anschlag in einem Touristengebiet stattgefunden hat oder nicht, als weitere Kategorie mit in den Indikator „Ausmaß der Krise“ ein.

Für die Messung des Indikators von Block A – den Touristenankunftszahlen – wurde ebenfalls eine Internetrecherche durchgeführt. Auf unterschiedlichen Internetseiten wurden die internationalen Touristenankünfte für Ägypten sowie die internationalen und deutschen Touristenankünfte für die Türkei seit 1995 zusammengetragen. Diese Ergebnisse wurden sowohl in Form einer Tabelle, als auch in einem Säulendiagramm übertragen (Abb. 2, Abb. 3).

## Untersuchungsergebnisse

Um einen Zusammenhang zwischen den touristischen Ankunftszahlen und den vorgestellten Risikofaktoren festzustellen, werden die jeweiligen Indikatoren mit der touristischen Entwicklung in den Ländern zusammengefügt.

### Indikator: Auftreten von Krisen

Der Indikator „Auftreten von Krisen“ zeigt die Anzahl von sicherheitspolitischen Anschlägen an, wodurch es möglich ist Häufigkeiten zu erkennen.

### Türkei

In Abbildung 2 sind die internationalen Touristenankünfte in der Türkei sowie die Anzahl der vorgekommenen Krisen dargestellt.

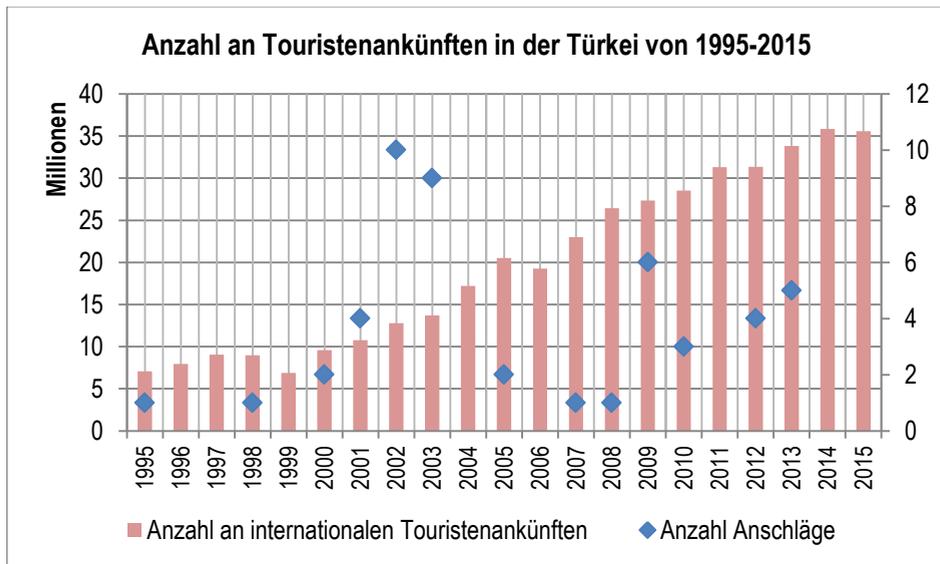


Abb. 2: Internationale Touristenankünfte in der Türkei und Indikator „Auftreten von Krisen“ (Quelle: Tursab 2016)

In dieser Übersicht ist zu erkennen, dass die positive Tourismusentwicklung durch das Auftreten einzelner sicherheitspolitische Anschläge kaum beeinflusst wird. Im Jahr 1999 sind die Ankunftsahlen erstmals rückläufig. Im Vorjahr fand ein Anschlag in einer touristischen Region statt. Im weiteren Verlauf der Entwicklungen haben vereinzelt Anschläge keinen Einfluss auf die Ankünfte. Daher ist die rückläufige Entwicklung 1999 nicht durch das einzelne Ereignis 1998 zu erklären. Das zweite Jahr, in dem sich die Touristenzahlen negativ entwickelten, war 2006. In den Jahren 2005 ( $n=10$ ) und 2006 ( $n=9$ ) war die Türkei von ganzen Anschlagsserien geprägt, welche ursächlich für den Rückgang gewesen sein könnten. In 2012 stagnierten die Ankunftsahlen mit dem Vorjahreswert, welches auf die sechs Anschläge zurückführbar ist. In 2015 ereigneten sich vier Anschläge und der Wert stagnierte ebenfalls.

### Ägypten

In Abbildung 3 sind die internationalen Touristenankünfte in Ägypten sowie die Anzahl der vorgekommenen Krisen dargestellt.

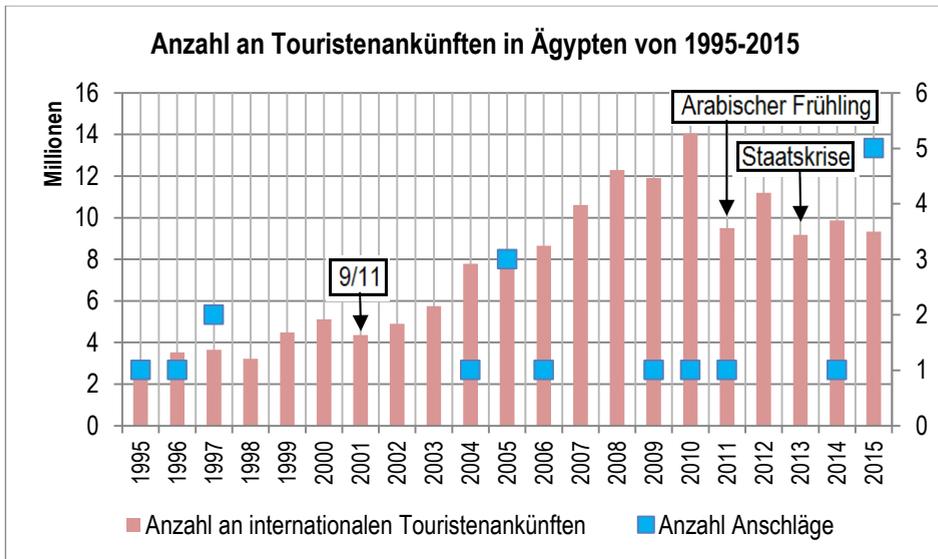


Abb. 3: Touristenankünfte in Ägypten und Indikator „Auftreten von Krisen“ (Quelle: Economics 2016)

In Ägypten findet sich das Schema, welches in der Türkei erkennbar ist, nicht wieder. Hier scheint die Anzahl an sicherheitspolitischen Vorfällen in keinem konkreten Zusammenhang mit der Tourismusnachfrage zu stehen. Der Rückgang der Ankünfte in 1998 kann mit den Anschlägen 1995–1997 ( $n=4$ ) korrelieren. Inwiefern das Ausmaß dieser Anschläge zu diesem Ergebnis führt, wird in den folgenden Indikatoren analysiert. Die rückläufige Entwicklung in 2001 kann nicht mit sicherheitspolitischen Krisen im Land erklärt werden, da im Zeitraum von 1998 bis 2003 keine Anschläge stattfanden. Jedoch können sich zum einen innenpolitische Konflikte und zum anderen überregional bedeutsame Ereignisse auf den Einfluss der touristischen Nachfrage auswirken, wie bspw. in 2001. Das Terrorattentat vom 11. September 2001 (in der Abb. 3 „9/11“) in New York hat international, so auch sichtbar in Ägypten, zu einem markanten Rückgang der Touristenankünfte geführt. Als Reaktion auf das Attentat wurden weltweit Flüge gestrichen und Flughäfen geschlossen (vgl. Vester 2009, 49). Außerdem wurde in diesem Jahr die subjektive Risikowahrnehmung als sehr hoch eingeschätzt, was sich demnach auch auf die touristische Nachfrage ausgewirkt hat. Im Jahr 2001 empfanden 99% der Reisenden das Risiko durch einen terroristischen Anschlag zu verunglücken als hoch, wobei der statistische Wert jedoch bei 0,000001% lag (vgl. Petermann 2005, 140). Von 2004 bis 2006 fanden fünf Anschläge statt, die jedoch keinen Einfluss auf die touristische Entwicklung nahmen. Der Trend ging in diesen Jahren weiter aufwärts. In 2009 sanken die Ankunftsahlen um 3,11% und es gab einen Anschlag. In 2010 befand sich die Anzahl internationaler Reisender auf dem bisherigen Höchststand. Es wurde in diesem Jahr ein Anschlag verübt. In

2011 sanken die Touristenankünfte um 32,41%. Dieser Einbruch ist nicht mit dem einzelnen Anschlag in 2010 erklärbar, da einzelne Anschläge zuvor keinen derartigen Effekt hervorbrachten. Hier zeigen sich die Auswirkungen der Revolution in Ägypten 2011, welche Teil des sogenannten „Arabischen Frühlings“ war. Bei Massenprotesten gegen das bis dahin autoritäre Regime kam es zu gewaltsamen Eskalationen, welche Hunderte Todesopfer und Tausende Verletzte forderten (vgl. Frankfurter Allgemeine Zeitung, 29.02.2011). Ein weiterer Einbruch in den Ankunftsdaten ist 2013 erkennbar. In diesem Jahr gab es erneut Auseinandersetzungen, um den neuen Präsidenten, welcher daraufhin ebenfalls gestürzt wurde. Dieses Ereignis wird als die „Staatskrise“ bezeichnet.

#### Zwischenfazit

Bezüglich der Anzahl an Anschlägen in der Türkei kann festgestellt werden, dass einzelne Anschläge keinen Einfluss auf die Tourismusnachfrage und somit auf die subjektive Risikowahrnehmung haben. In den meisten Fällen (außer 1999) haben ein bis vier Anschläge pro Jahr keine Auswirkung auf das touristische Wachstum in der Türkei. In 2012 und 2015 befinden sich die Ankunftsdaten nahezu auf dem gleichen Niveau wie der jeweiligen Vorjahre. In diesen Jahren fanden sechs bzw. vier Anschläge statt. In 2005 und 2006 sind insgesamt 19 Anschläge zu verzeichnen, die zu einer kurzzeitig rückläufigen Tourismusentwicklung in 2006 führten. Aufgrund der Datenlage in der Türkei kann folgendes Schema zum Einfluss der Anschlagzahl auf die touristische Nachfrage formuliert werden:

Tab. 3: Korrelation der Anschlagzahl pro Jahr und deren Auswirkung auf die internationalen Ankünfte in der Türkei

Anschlagzahl pro Jahr	Auswirkung
1 – 4	keine Auswirkung
4 – 6	Entwicklung stagniert
ab 7	negative Entwicklung

Bei vier Anschlägen pro Jahr scheinen noch weitere Kriterien darauf Einfluss zu nehmen, ob die Tourismusentwicklung positiv fortgesetzt wird oder stagniert. Auch im aktuellen Jahr 2016 wurden bereits vier Anschläge verübt. Aufgrund der Ergebnisse kann also davon ausgegangen werden, dass die touristische Nachfrage für 2016 insgesamt stagniert, oder sich bei weiteren Anschlägen sogar verschlechtert.

In Ägypten hingegen scheint die Anzahl an sicherheitspolitischen Krisen keinen direkten Einfluss auf die touristische Nachfrage zu haben. Die meisten Jahre mit rückläufigen Ankünften (außer 1998) sind nicht durch vereinzelte Anschläge, sondern durch die Betrachtung ganzheitlicher Ereignisse erklärbar, die z.T. nicht einmal in der Region stattfanden (9/11).

## Indikator: Ausmaß von Krisen

Der Indikator „Ausmaß von Krisen“ betrachtet die Anzahl an Opfern von sicherheitspolitischen Anschlägen pro Jahr.

## Türkei

In der folgenden Tabelle werden die Opferzahlen in der Türkei für die Jahre (+ das jeweilige Vorjahr) aus dem Zeitraum 1995 bis 2015 mit den internationalen Ankunftszahlen in Verbindung gebracht. Für die Bewertung der Anschläge werden die Verletzten- und Opferzahlen ordinal skaliert. Die in der Tabelle auffälligen Jahre wurden hellblau markiert und werden analysiert:

Tab. 4: Touristenankünfte und Anzahl an Verletzten und Getöteten von terroristischen Anschlägen in der Türkei

Jahr	Ankünfte in % zum Vorjahr	verletzt (Rang)	getötet (Rang)
1997	+ 11,88 % 	-	-
1998	- 0,88 % 	9 (11)	-
1999	- 23,07 % 	-	-
2000	+ 28,10 % 	-	-
2001	+ 11,11 % 	-	2 (10)
2002	+ 15,70 % 	-	-
2003	+ 6,66 % 	640 (1)	57 (3)
2004	+ 20,35 % 	26 (9)	6 (8)
2005	+ 16,18 % 	62 (7)	10 (7)
2006	- 6,68 % 	123 (6)	13 (6)
2007	+ 16,25 % 	-	-
2008	+ 12,20 % 	150 (4)	23 (5)
2009	+ 3,36 % 	-	-
2010	+ 4,08 % 	32 (8)	-

2011	+ 8,90 %		15 (10)	4 (9)
2012	+ 0,06 %		135 (5)	24 (4)
2013	+ 7,35 %		178 (3)	66 (2)
2014	+ 5,65 %		-	-
2015	- 0,72 %		321 (2)	137 (1)

In den Jahren 1998 und 1999 sank die Anzahl an internationalen Touristen um knapp ein Viertel des Vorjahres. Dieser enorme Rückgang kann nicht mit dem einzelnen Anschlag in 1998 in Verbindung stehen, da die Auswirkungen des Anschlags mit neun verletzten Menschen verhältnismäßig gering war. Es müssen also auch hier (wie in Ägypten) andere äußere Faktoren auf diese Entwicklung eingewirkt haben. Die Recherche ergab, dass zu diesem Zeitpunkt die Türkei und Syrien einen politischen Disput hatten, der kurz vor der Eskalation und dem Beginn eines Krieges stand. Ursächlich für diese Auseinandersetzung war der Konflikt der Türkei mit der militanten Untergrundorganisation PKK, welcher seit 1978 bis heute anhält. Im Anschluss wurde ein Waffenstillstand beschlossen, der allerdings 2004 offiziell aufgehoben wurde (vgl. Süddeutsche Zeitung 2010).

Die Jahre 2003 und 2006 stehen komplementär zueinander. In 2003 ist die Zahl der ankommenden Touristen um denselben Wert gestiegen, wie er 2006 wieder gesunken ist. Jedoch fällt auf, dass es in 2003 die stärksten Anschläge mit den höchsten Opferzahlen gab, wohingegen die Opferzahlen in 2006 verhältnismäßig gering waren. Bei der Betrachtung des Indikators „Anzahl der Anschläge“ wurde bereits deutlich, dass in 2005 und 2006 sehr viele Anschläge in der Türkei stattfanden, deren Ausmaß jedoch nicht so hoch ist wie in 2003, wo „nur“ zwei Anschläge verübt worden sind. Die kontrastreiche Entwicklung dieser Jahre zeigt, dass die subjektive Wahrnehmung der Touristen intensiver durch eine höhere Anzahl an Anschlägen mit geringen Opferzahlen, anstelle einer geringen Anzahl an Anschlägen mit hohen Opferzahlen beeinflusst wird.

Im Jahr 2015 sank die Anzahl an internationalen Touristen minimal im Vergleich zum Vorjahr, sodass von einer Stagnation gesprochen werden kann. Ursächlich hierfür sind wohl beide bisher betrachtete Indikatoren. Denn bei insgesamt vier Anschlägen sind die bisher meisten Menschen zu Tode gekommen.

### Ägypten

In der folgenden Tabelle werden die internationalen Ankünfte vor dem Hintergrund der Opferzahlen von sicherheitspolitischen Anschlägen in Ägypten analysiert:

Tab. 5: Touristenankünfte und Anzahl an Verletzten und Getöteten von terroristischen Anschlägen in Ägypten

Jahr	Ankünfte in % zum Vorjahr	verletzt (Rang)	getötet (Rang)
1995	2871000 (absolut)	2 (9)	-
1996	+ 18,63 % 	15 (6)	18 (8)
1997	+ 3,51 % 	-	72 (1)
1998	- 12,12 % 	-	-
2003	+ 14,62 % 	-	-
2004	+ 26,29 % 	120 (2)	34 (3)
2005	+ 5,45 % 	146 (1)	69 (2)
2006	+ 4,65 % 	60 (4)	24 (4)
2007	+ 18,51 % 	-	-
2008	+ 13,79% 	-	-
2009	- 3,11 % 	25 (5)	1 (10)
2010	+ 15,21 % 	62 (3)	23 (5)
2011	- 32,42 % 	8 (8)	20 (7)
2012	+ 15,18 % 	-	-
2013	- 18,07% 	-	-
2014	+ 7,11% 	14 (7)	4 (9)
2015	- 5,54% 	-	22 (6)

In 1997 wurden insgesamt zwei Anschläge ausgeführt, bei denen 72 Menschen getötet worden sind. Die touristische Nachfrage sank daraufhin um 12,12% in 1998. Wie bereits oben dargestellt, wirken sich einzelne Anschläge in Ägypten meist nicht auf die Nachfrage aus (2004–2006). Da die Opferzahlen gering sind im Vergleich zu anderen Jahren, in denen kein Effekt auf die Nachfrage erkennbar ist, scheinen die bisher betrachteten Indikatoren noch nicht ausreichend für eine Erklärung der rückläufigen Tourismuskonsumnachfrage zu sein.

In den Jahren 2004 und 2005 fanden insgesamt „nur“ vier Anschläge statt, die jedoch sehr hohe Opferzahlen verursacht haben. Das bedeutet, dass die Intensität der Anschläge besonders hoch war. Dennoch stieg die Anzahl an internationalen Touristen in Ägypten um knapp 32%. Zum einen bestätigt diese Entwicklung die bei der Türkei festgestellte Tendenz, dass sich eine geringe Anzahl an Anschlägen mit hohen Opferzahlen nicht oder nur unwesentlich auf die Nachfrage auswirkt. Zum anderen bleibt jedoch die Frage, warum in diesen beiden Jahren, in denen die meisten Menschen (bezogen auf den betrachteten Zeitraum) verletzt und getötet wurden, sich die internationalen Ankünfte positiv entwickeln konnten.

Im Jahr 2009 sank die Zahl der Touristenankünfte in Ägypten um 3,11%. In diesem Jahr fand ein einziger Anschlag statt, bei dem es ein Todesopfer und 25 Verletzte gab. Diese Entwicklung ist ebenfalls nicht gänzlich mit den Indikatoren „Anzahl“ und „Ausmaß“ erklärbar und bedarf weiterer Betrachtungen.

#### Zwischenfazit

Bei beiden Ländern konnte im Rahmen der bisherigen Analyse festgestellt werden, dass die Quantität von Anschlägen einen größeren Einfluss auf die subjektive Risikowahrnehmung der Reisenden hat, als die Qualität der Anschläge. Das bedeutet, dass das Auftreten mehrerer Anschläge mit jedoch geringeren Opferzahlen als risikoreicher empfunden wird, als das Auftreten von nur ein oder zwei Anschlägen mit vergleichsweise hohen Opferzahlen.

Des Weiteren konnte bei der Türkei und auch bei Ägypten gezeigt werden, dass sich innenpolitische Konflikte und drohende Kriege massiv auf die touristische Nachfrage auswirken.

#### Indikator: Individuelle Betroffenheit

Der Indikator „Individuelle Betroffenheit“ zeigt den Anteil speziell an verletzten und getöteten Touristen. Im Folgenden werden primär einzelne Jahreswerte betrachtet, deren Entwicklung mit den Indikatoren „Anzahl“ und „Ausmaß“ noch nicht ausreichend erklärt werden konnte.

#### Türkei

Für die Analyse der individuellen Betroffenheit sollen an dieser Stelle noch einmal die Werte der Jahre 2005 und 2006 im Detail betrachtet werden.

Tab. 6: Tourismusnachfrage in der Türkei und Indikator „Individuelle Betroffenheit“

Jahr	Ankünfte in % zum Vorjahr	verletzt	getötet
2005	+ 16,18 % 	26	7
2006	- 6,68 % 	20	3

In der Türkei sind trotz der insgesamt hohen Anzahl von Anschlägen, von denen die meisten in touristischen Regionen stattfanden, selten Touristen zu Schaden gekommen. In 2005 wurden erstmals Touristen tödlich getroffen. Diese Tatsache kann zusätzlich, neben der hohen Anzahl an Anschlägen, zum Rückgang der Ankünfte in 2006 beigetragen haben. Auch in 2006 wurden Touristen verletzt und getötet. Diese beiden Jahre waren bis vor kurzem die einzigen, in denen es touristische Todesopfer gab. Am 12. Januar 2016 wurde eine deutsche Touristengruppe Ziel eines Selbstmordattentats, bei dem 12 Menschen starben und 14 verletzt wurden. Wie sich dieser Vorfall auf die diesjährigen Ankunfts zahlen auswirken wird, ist bereits jetzt durch ausbleibende Buchungen und Stornierungen zu beobachten. Reiseveranstalter rechnen in diesem Jahr mit einem klaren Minus. Jedoch versucht man durch entsprechende Marketingstrategien und Preisnachlässe, das Angebot attraktiver zu machen.

### Ägypten

Im Vergleich zur Türkei sind in Ägypten insgesamt wesentlich mehr Touristen, trotz geringerer Anzahl an Anschlägen, von sicherheitspolitischen Krisen betroffen gewesen.

Tab. 7: Tourismusnachfrage in Ägypten und Indikator „Individuelle Betroffenheit“

Jahr	Ankünfte in % zum Vorjahr	verletzt	getötet
1997	+ 3,51 % 	-	67
1998	- 12,12 % 	-	-
2004	+ 26,29 % 	-	12
2005	+ 5,45 % 	11	13
2009	- 3,11 % 	21	1

Der Einbruch in der Tourismusnachfrage in 1998 kann anhand der Anzahl und des Ausmaßes nicht eindeutig geklärt werden. Bei der Betrachtung der betroffenen Touristen an diesem Anschlag zeigt sich, dass es ein gezielter und verheerender Anschlag war. Die Schwere dieses Ereignisses hat demnach Einfluss auf die Risikowahrnehmung der Reisenden gehabt und führte zu der negativen Tourismusentwicklung von 12,12%.

Auch in 2004 und 2005 zählen Touristen zu den Opfern. Dennoch hat dieser, wie auch die beiden anderen Indikatoren, keinen erkennbaren negativen oder stagnierenden Effekt auf die touristische Nachfrage. Im Gegensatz zu 2009: Hier fand ein Anschlag in einem Urlaubsgebiet statt, bei dem ein Tourist starb und 21 verletzt wurden. Da sowohl die Anzahl als auch das Ausmaß des Anschlags gering

sind, kann dieser Indikator geltend gemacht werden und als Erklärung für den Rückgang dienen.

#### Zwischenfazit

Der Indikator „Individuelle Betroffenheit“ zeigt sich nur in wenigen Fällen als ausschlaggebender Indikator für den Rückgang der Tourismusnachfrage in beiden Ländern. In der Türkei sind in der Vergangenheit vergleichsweise wenige Touristen zu Schaden gekommen. Erst durch die jüngsten Ereignisse, bei denen 12 deutsche Touristen ums Leben kamen, kann eine rückläufige Entwicklung bei den Buchungen beobachtet werden. In welchem Maß sich dieses Attentat auf die gesamte Nachfrage ausübt, ist zu diesem Zeitpunkt noch nicht zu sagen.

In Ägypten wurde ein Anschlag auf Touristen in 1997 verübt, bei dem 67 Menschen starben. Dieses Ereignis kann als ursächlich für die sinkende Nachfrage im Folgejahr betrachtet werden.

Es fällt bei beiden Ländern auf, dass hohe Opferzahlen bei Touristen einen starken Effekt auf die Risikowahrnehmung der Reisenden haben, da es häufig nur einzelne Anschläge sind, aufgrund derer die Nachfrage sinkt.

## Bewertung und Fazit

Die Untersuchung des Einflusses sicherheitspolitischer Risiken auf die Tourismusnachfrage führte zu facettenreichen Ergebnissen.

Die drei ausgewählten Risikoindikatoren „Auftreten von Krisen“, „Ausmaß von Krisen“ und „Individuelle Betroffenheit“ nach Glaeßer (2003) haben sich während des beschreibenden Untersuchungsverfahrens als zutreffend erwiesen und konnten anhand der Analyse bestätigt werden.

Es wurde ferner gezeigt, dass sich die einzelnen Indikatoren unterschiedlich auf die Nachfrage auswirken, weshalb es möglich ist, die Indikatoren in der Wertigkeit ihrer Wirkungsweise zu unterscheiden. In der Türkei und Ägypten fanden die meisten Anschläge in Urlaubsregionen statt, bei denen auch Touristen verletzt oder getötet wurden. Bei Anschlägen, die touristische Todesopfer forderten, ist bei beiden Ländern eine negative Auswirkung auf die Tourismusnachfrage zu erkennen. Dies wird besonders dann deutlich, wenn im weiteren Verlauf des Anschlagjahres keine oder „nur“ ein weiteres Attentat stattfand, bei denen wenige Menschen verletzt wurden. Der Rückgang der Nachfrage ist demnach auf den Indikator der individuellen Betroffenheit zurückzuführen. Der Umfang, in dem die Nachfrage bei einer hohen individuellen Betroffenheit sank, ist im Vergleich zu den anderen beiden Indikatoren, besonders ausgeprägt, wie dies 1997/1998 und 2009 in Ägypten und derzeit in der Türkei der Fall ist. Deshalb gilt dieser Indikator als der mit der größten Wirkung. Ein Grund dafür könnte die empfundene Verbundenheit der Menschen mit den betroffenen

Touristen sein, da das Bewusstsein da ist, dass man als Tourist ebenfalls zu Schaden kommen könnte.

Die anderen beiden Indikatoren „Auftreten von Krisen“ und „Ausmaß von Krisen“ zeigen zwischen den untersuchten Ländern unterschiedliche Ergebnisse. In der Türkei kann deutlich erkannt werden, dass sich ein häufigeres Auftreten von sicherheitspolitischen Krisen stärker auf die touristische Nachfrage auswirkt, als das Ausmaß der sicherheitspolitischen Krisen selbst. Im Jahr 2003 wurde in der Türkei bei nur zwei Anschlägen die größte Anzahl an Menschen verletzt, was keinen negativen Effekt auf die Zahl der Ankünfte zeigte. Im Jahr 2006 hingegen sank die Tourismusnachfrage bei insgesamt neun Anschlägen, bei denen ca. 80 % weniger Menschen verletzt und getötet worden sind. Eine mögliche Ursache für diese Entwicklung kann die andauernde Berichterstattung in den Medien sein, durch welche die sicherheitspolitischen Unruhen immer wieder in Erinnerung gerufen werden. Bei einzelnen Anschlägen besteht die Gefahr, dass nach einmaliger Berichterstattung das Risikoempfinden nicht nachhaltig beeinflusst wird. Der Vergleich der beiden Jahre 2003 und 2006 zeigt, dass die Wirkung des Indikators „Auftreten von Krisen“ größer ist, als der Indikator „Ausmaß von Krisen“. Diese Untersuchungsergebnisse in der Türkei lassen also folgende Bestimmung der Wertigkeiten zu:

1. Individuelle Betroffenheit
2. Auftreten von Krisen
3. Ausmaß von Krisen

In Ägypten zeigen die letzten beiden Indikatoren hingegen kaum Wirkung. Weder das vermehrte Auftreten von Krisen, noch eine erhöhte Anzahl an Opfern scheint sich auf die internationalen Ankunfts zahlen auszuwirken. Diese unterschiedliche Wirkungsweise der Indikatoren zwischen beiden Ländern verdeutlicht, dass der Einfluss auf das Risikoempfinden länderspezifisch abhängig zu sein scheint. In Ägypten fällt auf, dass sich ganzheitliche sicherheitspolitische Krisensituationen verstärkt auf die Nachfrage auswirken, im Gegensatz zu lokalisierbaren Anschlägen. Dafür kann es verschiedene Ursachen geben. Zum einen ist es möglich und auch wahrscheinlich, dass es sehr unterschiedliche mediale Berichterstattungen gibt, die letztendlich den Eindruck der potentiellen Touristen von dieser Region prägen und beeinflussen. Des Weiteren mag jedoch auch die unterschiedliche Stabilität der Länder einen großen Einfluss auf die Risikowahrnehmung zu haben. In Ägypten wirken sich überregionale Ereignisse und innenpolitische Unruhen stärker auf die Tourismusnachfrage aus als in der Türkei. Während in Ägypten drei regionale und überregionale Krisen in der Tourismusnachfrage erkennbar sind (11. September 2001, Arabischer Frühling, Staatskrise), ist in der Türkei ein solches Phänomen nur einmal im Jahr 1999 auszumachen (Konflikt mit der PKK, Arbeiterpartei Kurdistans). Diese Entwicklungen geben daher Grund zur Annahme, dass schwächere Staaten empfindlicher auf Störfaktoren reagieren, als stärkere Staaten. Die im Kapitel „Tourismus und Stabilität der Länder“ dargestellten Tabellen offenbaren, dass Ägypten als

schwacher Staat bezeichnet werden kann. Die Türkei hingegen hat im Verlauf der Jahre an Stabilität zugenommen und zählt heute zu den „semi“-stabilen Staaten. In den 1990er Jahren war das jedoch noch anders. Damals war die Türkei, wie Ägypten heute, ein schwacher Staat mit einem geringen BIP pro Kopf und einem niedrigen HDI (Tab. 1). Das System der schwächeren Staaten ist insgesamt fragiler und kann äußere Einflüsse schlechter kompensieren. Stärkere Staaten hingegen sind weniger vulnerabel und können diese Ereignisse eher ausgleichen. Dies erklärt den Einbruch der Touristenankünfte in der Türkei 1999, sowie in Ägypten 2001, 2011 und 2013. Die drei angewandten Indikatoren sind demnach nicht ausreichend für die Untersuchung der subjektiven Risikowahrnehmung.

Offen bleibt noch die Frage, warum in Ägypten in 2004 und 2005 die Anzahl an internationalen Ankünften in diesem hohen Umfang gestiegen ist, obwohl in diesen Jahren die meisten Anschläge mit den höchsten Opferzahlen stattgefunden haben. Laut der eingangs formulierten Korrespondenzregel, bedeutet ein Anstieg der Tourismusnachfrage eine geringe subjektive Risikowahrnehmung bei den Reisenden. Ursachen für diese Entwicklung können bspw. fehlende oder nicht ausreichende mediale Berichterstattungen sein, sodass die Risikowahrnehmung nicht beeinflusst wird. Eine andere Ursache kann aber auch im Informationsverhalten der Reisenden gesehen werden. Möglicherweise sind diese sich nicht ausreichend über die aktuellen Geschehnisse im Zielland aufgeklärt, sodass fehlende Informationen zu einem vermeintlichen Sicherheitsgefühl führen.

Insgesamt fällt bei beiden untersuchten Ländern auf, dass eine negative Entwicklung der Touristenankünfte in den meisten Fällen kurzzeitig ist. Das Defizit wird sehr schnell im Folgejahr ausgeglichen und sogar übertroffen. Jedoch nur unter der Voraussetzung, dass kein dauerhafter Zustand der Bedrohung vorherrscht, wie es seit 2011 in Ägypten der Fall ist. Dort hat sich die Anzahl an jährlichen Touristen auf einem mittleren Niveau eingependelt, welche sich voraussichtlich noch nicht in diesem Jahr verbessern wird.

Abschließend ist festzuhalten, dass die touristische Nachfrage unmittelbar im selben Jahr oder im Folgejahr auf aktuelle Ereignisse reagiert. Jedoch wirken sich nicht alle Ereignisse gleich auf die Nachfrage aus. Mit Blick auf die Indikatoren „Auftreten von Krisen“, „Ausmaß von Krisen“ und „Individuelle Betroffenheit“ wurde deutlich, dass unterschiedliche Faktoren auf die Tourismusnachfrage, und damit auf das subjektive Empfinden eines Risikos, wirken. In beiden untersuchten Ländern sank die Anzahl an Ankünften spürbar in den Jahren, bei denen Touristen bei einem terroristischen Attentat im Urlaubsgebiet ums Leben gekommen sind. Daraus kann geschlossen werden, dass der Indikator „Individuelle Betroffenheit“ den größten Effekt auf die Tourismusnachfrage hat, da das Risiko möglicherweise selbst Opfer eines Anschlags zu werden, als hoch eingeschätzt wird. Der Einfluss des Indikators „Auftreten von Krisen“ konnte bei der Analyse der touristischen Nachfrage in der Türkei bestätigt werden. Hier sank die Anzahl an Ankünften bei einer hohen Anzahl an Anschlägen. Bei einer geringen Anzahl von Anschlägen mit jedoch bedeutend mehr Opfern, konnte

kaum eine Einflussnahme auf die Tourismusnachfrage erkannt werden. Daher ist der dritte Indikator „Ausmaß von Krisen“ nur unwesentlich an der subjektiven Risikowahrnehmung beteiligt.

In Ägypten zeigte sich darüber hinaus ein weiterer Indikator, der in zukünftigen Untersuchungen Berücksichtigung finden sollte: die politische und wirtschaftliche Stabilität des Landes. Verglichen zur Türkei ist Ägypten ein schwächeres und damit auch fragiles und instabiles Land. Dies kann mithilfe eines Vergleichs der Faktoren (1) BIP pro Kopf, (2) HDI und (3) dem Ergebnis des „Freedom in the World“-Reports von Freedom House im Kapitel „Tourismus und Stabilität der Länder“ festgestellt werden. Im Verlauf der Analyse wurde deutlich, dass die touristische Nachfrage in Ägypten häufig in Abhängigkeit mit akuten globalen und innenpolitischen Ereignissen sank, wie z. B. in 2001 als Reaktion auf 9/11.

Die gesamte Tourismusnachfrage hat sich von allen stattgefundenen sicherheitspolitischen Anschlägen vergleichsweise schnell erholt. Das Empfinden von Bedrohung bei Reisewilligen lässt nach einem Ereignis schnell nach. Ausnahme bildet die Situation in Ägypten seit 2011. Hier hat sich der Tourismus bisher noch nicht gänzlich erholen können, was jedoch darauf beruht, dass sich das Land immer noch in einem politischen Umbruch befindet und keine Stabilität geschaffen werden konnte.

Dennoch bleibt grundsätzlich die Frage, wie die Tourismusbranche zukünftig reagieren wird, wenn die Risiken häufiger und verstärkt auftreten und sich in ihren Auswirkungen verstärken. Da terroristische Anschläge vermehrt gezielt in Urlaubsgebieten verübt werden, ist auch anzunehmen, dass die Betroffenheit von Touristen in Zukunft steigen und damit die Nachfrage in diesen Ländern dauerhaft sinken könnte.

Die Annahme, dass in „kulturähnlichen Ländern“ ein analoges Ergebnis bezüglich des Einflusses sicherheitspolitischer Risiken auf die Tourismusnachfrage vorliegen könnte, ließ sich nicht nachweisen. Die Ergebnisse weisen eher darauf hin, dass beispielsweise die politische Stabilität eines Landes entscheidend dafür ist, wie intensiv die Risiken von Reisewilligen verarbeitet werden. Denn dort wo zwei fragile Systeme aufeinandertreffen, kann kein Wachstum entstehen. Tourismus ist fragil und kann nur in einer Region, die ein stabiles Milieu bietet, wachsen.

Angesichts jüngster terroristischer Anschläge, bei denen man inzwischen davon spricht, dass der Terrorismus auch in Westeuropa angekommen ist, wächst die Brisanz und Aktualität des Themas.

## Literatur und Quellen

### Bachelorarbeit

Hartleb, M. (2016): Der Einfluss sicherheitspolitischer Risiken auf den Tourismus – Eine empirische Analyse ausgewählter Destinationen. Bachelorarbeit, Georg-August-Universität Göttingen.

### Literatur

- Auswärtiges Amt (2016): Ägypten: Reise- und Sicherheitshinweise (Teilreisewarnung). [http://www.auswaertiges-amt.de/DE/Laenderinformationen/00-SiHi/Nodes/AegyptenSicherheit\\_node.html](http://www.auswaertiges-amt.de/DE/Laenderinformationen/00-SiHi/Nodes/AegyptenSicherheit_node.html) (abgerufen am 08.03.2016)
- Becker, C. (2009): Sicherheit als Zukunftstrend im Tourismus – ein TA-Projekt. In: *tw – Zeitschrift für Tourismuswissenschaft* 1 (1), S. 93–94.
- Freedom House (2016): Freedom in The World Report 2015. <https://freedomhouse.org/report/freedom-world/freedom-world-2015#.Vv5RTnrLJfd> (abgerufen am 28.02.2016)
- Glaeßer, D. (2003): *Crisis Management in the Tourism Industry*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Han Ergüyen, M. (2009): *Tourismus und nachhaltige Entwicklung in der Türkei. Grundlagen, Erscheinungsformen, Probleme, Perspektiven. Das Beispiel Alanya*. Düsseldorf, Univ., Diss.
- Karthe, D.; Reeh, T. (2011): Reiseassoziierte Risiken in Forschung und Unterrichtspraxis. Das Fallbeispiel Ägypten. In: Kagermeier, A. & Reeh, T. (Hrsg.): *Trends, Herausforderungen und Perspektiven für die tourismusgeographische Forschung. Studien zur Freizeit- und Tourismusforschung* 4. Mannheim: MetaGIS-Systems, S. 255–280.
- Kron, T.; Heinke, E.-M. (2009): Terrorismus und Tourismus – eine sozialwissenschaftliche Betrachtung. In: *tw – Zeitschrift für Tourismuswissenschaft* 1 (1), S. 29–47.
- Mansfeld, Y.; Pizam, A. (2006): *Tourism, Security And Safety. From Theory To Practice*. Amsterdam: Elsevier/Butterworth-Heinemann.
- Petermann, T.; Revermann, C. & C Scherz (2006): *Zukunftstrends im Tourismus. Studien des Büros für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag*. Berlin: edition sigma.

- Raich, F.; Pechlander, H. & A. Dreyer (2011): Risikowahrnehmung in touristischen Destinationen – mit Ergebnissen einer empirischen Studie im Alpenraum. In: Pechlaner, H. & Glaeßer, D. (Hrsg.): Risiko und Gefahr im Tourismus. Erfolgreicher Umgang mit Krisen und Strukturbrüchen. Schriften zu Tourismus und Freizeit 4, Berlin: Erich Schmidt Verlag, S. 217–228.
- Rotberg, R.I. (2004): The Failure And Collapse Of Nation-States. Breakdown, Prevention, And Repair. In: Rotberg, R.I. (Hrsg.): When States Fail. Causes And Consequences. Princeton: Oxford, S. 1–49.
- Schmude, J.; Heumann, S. (2009): „Sicherheit im Tourismus“ – ein empirisches Modell zur Relevanz von und Betroffenheit durch Unsicherheit im Tourismus. Erste Ergebnisse einer explorativen Studie. In: *tw – Zeitschrift für Tourismuswissenschaft* 1 (1), S. 87–92.
- Schneckener, U. (2003): Staatszerfall als globale Bedrohung. In: *Internationale Politik* 2003/11, S. 11–19.
- Steiner, C. (2004): Tourismus in Ägypten – Entwicklungsperspektiven zwischen Globalisierung und politischem Risiko. In: Meyer, G. (Hrsg.): Die Arabische Welt im Spiegel der Kulturgeographie. Veröffentlichungen des Zentrums für Forschung zur Arabischen Welt (ZEFAW) 1, Mainz: Geographisches Institut Uni Mainz, S. 369–375.
- Trading Economics (2016): Ägypten. Ankünfte von Touristen.  
<http://de.tradingeconomics.com/egypt/tourist-arrivals>  
<http://ieconomics.com/egypt-tourist-arrivals-forecast> (abgerufen am 09.03.2016)
- Tursab, Association of Turkish Travel Agencies (2016): Statistics.  
[http://www.tursab.org.tr/en/tourism-data/statistics/foreign-visitors-figure-tourist-spending-by-years\\_1083.html](http://www.tursab.org.tr/en/tourism-data/statistics/foreign-visitors-figure-tourist-spending-by-years_1083.html) (abgerufen am 09.03.2016)
- United Nations Development Program (2016): Human Development Reports.  
<http://hdr.undp.org/en/composite/trends> (abgerufen am 28.02.2016)
- Urlaubsziele (2016): Beliebte Reise- und Urlaubsländer.  
<http://www.urlaubsziele.com/laender/> (abgerufen am 24.02.2016)
- Weltbank (2016): GDP At Market Prices.  
<http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD/countries/E-G-TR-DE?display=graph> (abgerufen am 28.02.2016)

**„Über den Tellerrand schauen“ statt polarisieren –  
Zur öffentlich-medialen Kritik an der  
Freiwilligenarbeit**

Tobias Michaelis

## Abstract

Volunteering and Volunteer Tourism has suffered increasing criticism from the media in recent years. This criticism seems to be rather biased which is why this article will promote a differentiated perspective on the topic. In the context of my bachelor's thesis (Michaelis 2015) this criticism has been pursued by the research of current studies, a supply analysis and qualitative interviews. On the one hand, there has been an attempt to categorize stakeholders on the German volunteering market, and to carve out the benefits and problems within this field on the other hand. The research project's central questions were as follows:

1. Which stakeholders participate in the volunteering market and how do they interact with one another?
2. Which benefits and which problems occur in volunteering and how do the stakeholders deal with these?
3. Which goals do these stakeholders pursue and which role do volunteers play in achieving them?

In this context, a broad range of topics has been pointed out. However, due to their complexity, the topics could not be distinctively separated into advantages and disadvantages, as initially expected. Hence, in this article the coherent topics will be discussed without such separation. More precisely, the topics are the potential learning advantages both for volunteers and for the local people; impacts on the environment; the transparency of the market supply; cultural impacts; effects on children and finally the stigmatization of volunteering in general. However, initially the research methods and the relation of supply and demand will be described. To conclude, I will present a list of recommended actions and possible further research fields on the topic. The recommended actions include a cooperation of public and private organizations in Germany; the development of certificates and a higher awareness of potential volunteers on the effects of their activities. Further research could investigate precisely this awareness or deal with the transparency and marketing strategies that volunteer organizations use.

## Einleitung

In der Öffentlichkeit gerät die Freiwilligenarbeit durch Medienberichte wie „Das Geschäft mit dem Mitleid“ (Zweites Deutsches Fernsehen 2014) immer häufiger in die Kritik. Da diese Kritik berechtigt, jedoch oft einseitig erscheint, wird dieser Artikel für differenziertere Betrachtungsweisen des Themas plädieren. Im Rahmen meiner Bachelorarbeit (Michaelis 2015) wurde der Kritik durch Literaturrecherchen, eine Angebotsanalyse und qualitative Interviews nachgegangen. Dabei wurden einerseits die im deutschen Markt beteiligten Akteure kategorisiert und andererseits die Chancen und Herausforderungen der Freiwilligenarbeit herausgearbeitet. Die folgenden Leitfragen waren zielführend für die Forschungsarbeit:

1. Welche Akteure sind im Volunteering vertreten und wie interagieren sie miteinander?
2. Welche Chancen und Probleme treten im Volunteering auf und wie gehen die beteiligten Akteure damit um?
3. Welche Ziele verfolgen diese Akteure und welche Rolle spielen die Freiwilligen bei deren Umsetzung?

In diesem Zusammenhang ist ein breites Spektrum an Themenfeldern angesprochen worden, wobei sich die entsprechenden Themen nicht wie eingangs erwartet in Vor- und Nachteile aufteilen ließen. Daher werden in diesem Artikel die jeweiligen Zusammenhänge einzeln erläutert und die spezifischen Probleme erwähnt. Konkret wird auf die potentiellen Lernerfolge für Volunteers sowie die lokale Bevölkerung, Umweltauswirkungen, wirtschaftliche Effekte, die Transparenz der Angebote, kulturelle Auswirkungen, die Arbeit mit Kindern sowie auf die Stigmatisierung des Freiwilligensektors eingegangen. Zunächst werden im Folgenden jedoch die Methodik der Bachelorarbeit sowie das Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage in der Freiwilligenarbeit angesprochen. Letztlich sollen Handlungsempfehlungen und weitere Forschungsfelder aufgedeckt werden.

## **Volunteer Tourismus und Internationale Freiwilligendienste**

Im Kontext von Freiwilligenarbeit taucht eine Vielzahl an Begrifflichkeiten auf. Von Bedeutung sind zum Verständnis dieses Artikels die Begriffe Volunteering und Freiwilligenarbeit, die synonym verwendet werden, sowie Volunteer Tourismus (VT) und Internationale Freiwilligendienste (IFD).

Der Bedeutungsunterschied zwischen Volunteer Tourismus (von engl. „voluntourism“; auch Voluntourismus genannt) und IFD ist vor allem an den beteiligten Akteuren sowie an der Dauer des Arbeitseinsatzes festzumachen. Ist ein öffentlicher Träger involviert, handelt es sich um einen IFD, der i.d.R. einen längeren Zeitraum beansprucht. In vielen Fällen ist dies ein Gap Year (vgl. Simpson 2004), wofür sich vor allem junge Menschen auch in Deutschland im Übergang zwischen zwei Lebensabschnitten (z. B. zwischen Schulabschluss und Beginn eines Studiums) entscheiden. Wird die Freiwilligenarbeit allerdings von einer privaten Organisation angeboten, die auch kommerzielle Interessen vertritt, wird im Folgenden der Begriff Volunteer Tourismus verwendet. Im VT werden tendenziell mehr kurzzeitige Einsätze angeboten, die teilweise nur wenige Wochen dauern.

Auch wenn die Übergänge zwischen diesen Bereichen fließend sind (bspw. gibt es auch private Anbieter, die länger andauernde Projekte führen), so ist insbesondere im deutschen Quellmarkt eine Aufspaltung der Angebote in dienstliche, staatlich geförderte Projekte mit einer Dauer von 6–24 Monaten (IFD) und gewerblich organisierte Projekte von kürzerer Dauer, bei denen die Kosten

von den Teilnehmenden bezahlt werden (VT), zu erkennen. Volunteering oder Freiwilligenarbeit sind im Folgenden als Überbegriffe dieser zwei Angebotsarten zu verstehen.

## Methodik

Zur Erfassung der Daten wurde mit einer umfangreichen, systematischen Internetrecherche angefangen, worauf qualitative Interviews mit verschiedenen Akteuren folgten. Sowohl für die Internetrecherche als auch die spätere Auswertung der Interviews wurde mit einer qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2010) gearbeitet. Bei der Internetrecherche wurde vor allem auf Kosten für die Freiwilligen, die Projektdauer, die Zugangsvoraussetzungen (einen offensichtlichen Unterschied kennzeichnen hier die Wörter „bewerben“ gegenüber „buchen“) sowie die Darstellung der Freiwilligenarbeit selbst und der Menschen vor Ort (stehen bspw. „armutsorientiertes Marketing“, die persönliche Erfahrung der Freiwilligen oder das Reisen selbst im Vordergrund?) geachtet.

Insgesamt wurden vier Telefoninterviews und neun E-Mail-Interviews geführt. Welche Methode dabei gewählt wurde, hing von der Bereitschaft der Teilnehmenden ab. Der Erstkontakt fand jeweils per E-Mail statt, wobei von den drei Informationsportalen, 21 gewerblichen Entsendeorganisationen, 11 öffentlichen Trägern des Freiwilligendienstes *weltwärts*, drei Zertifizierungsstellen für Freiwilligenarbeit sowie 22 Einsatzstellen, nur ein Bruchteil geantwortet und sich für Interviews bereit erklärt hat.

Es handelte sich dabei um Leitfadeninterviews, in denen zunächst Fragen zur Organisationsstruktur und Arbeitsweise der jeweiligen Organisation gestellt wurden, bevor auf die eigentliche Expertenmeinung eingegangen wurde. Ziel dabei war die Erfassung der Interaktionen zwischen den Akteuren. Insgesamt waren die Interviews eher offen ausgerichtet, sodass Rückfragen und Vertiefungen zu bestimmten Thematiken, die den Interviewpartnerinnen und -partnern besonders wichtig sind, möglich waren. So wurde eine hohe Bandbreite an qualitativen Informationen erfasst.

## Angebot und Nachfrage in der Freiwilligenarbeit

Im Vergleich zu den meisten anderen Formen des Tourismus gestaltet sich das Verhältnis von Angebot und Nachfrage im Segment der Freiwilligenarbeit komplizierter. Während es sich im Tourismus allgemein tendenziell um einen „Konsumenten- oder Käufermarkt (das Angebot ist größer als die Nachfrage)“ (Schmude & Namberger 2010, 29) handelt, so ist das Angebot vor allem in den IFD durch die Träger bzw. durch das jeweilige Förderprogramm begrenzt. Auch die Unterteilung in „ursprüngliches“ und „abgeleitetes Angebot“ (ebd., 30) ist nicht eindeutig, da die Projekte zwar von Akteuren initiiert werden, die Touristen

(Freiwillige oder Entwicklungshelfer) im Projekt einplanen und dieses somit ein „abgeleitetes Angebot“ wäre, sich die Projekte jedoch andererseits am Bedarf eines Projektziels (z. B. Bildung, Umweltschutz etc.) orientieren und dieser Bedarf wiederum von vornherein gegeben ist (oder zumindest sein sollte).

Die jeweiligen Förderprogramme beeinflussen (Abb. 1) als tourismuspolitische Akteure somit das Angebot und durch die Bearbeitung der Bewerbungen, die von den potentiellen Freiwilligen geschickt werden, auch die Nachfrage. Besonders das Programm *weltwärts* wurde allerdings gerade aufgrund einer hohen Nachfrage in diesem Bereich ins Leben gerufen: „Das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit (BMZ) reagiert damit auf die große Diskrepanz zwischen einer hohen Nachfrage nach Jugendfreiwilligendiensten im Ausland und einem dazu im Verhältnis zu geringen Platzangebot“ (Stemmer 2009, 19). Das Platzangebot in den Freiwilligendiensten ist jedoch, vor allem was kurzzeitige Aufenthalte betrifft, noch nicht ausreichend, um die Nachfrage zu decken, weshalb gewerbliche Anbieter und Reiseorganisationen diese Form des Reisens zunehmend vermarkten: „International volunteer work is nothing new. Rather, the volunteer agencies have entered an old and established organizational field“ (Jonsson 2012, o. S.).

Probleme treten beim VT vor allem dadurch auf, dass die Nachfrage von zwei unterschiedlichen Seiten gestellt wird: “What makes volunteer tourist organisations unique is the fact that while they meet a supply based demand for assistance, they also simultaneously satisfy a segment of tourist demand as well” (Tomazos 2009, 90). Eine zentrale Frage, der Tomazos in seiner Studie nachgegangen ist, beschäftigt sich mit der Orientierung der Reiseveranstalter des VT. Hierbei kommt er zu dem Schluss, dass sich die Angebote der Reiseveranstalter immer weniger am Bedarf an Freiwilligeneinsätzen vor Ort ausrichten (vgl. Tomazos 2009, iii).

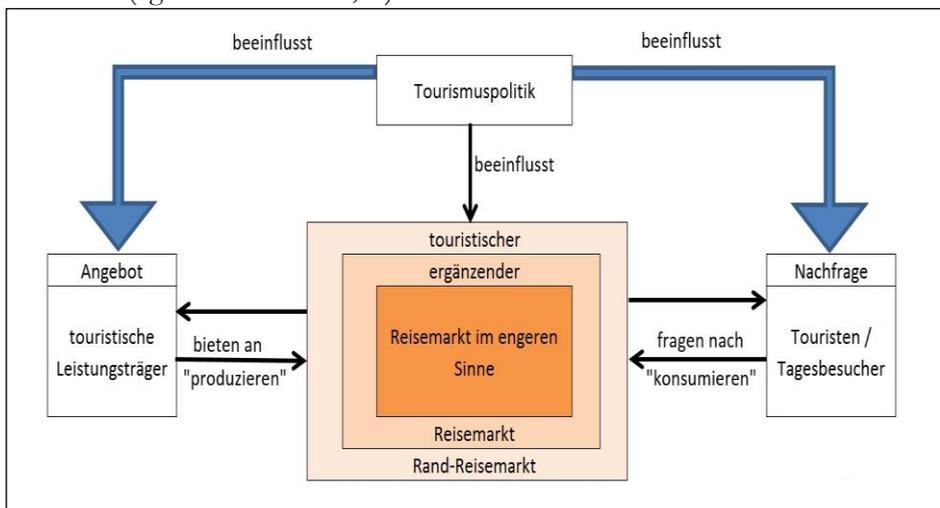


Abb. 1: Ökonomisches Grundmodell des Tourismus (Quelle: eigene Darstellung nach: Schmude & Namberger 2010, 29)

Zusammenfassend lässt sich also sagen, dass das Phänomen des VT vor allem aus einem Mangel an Angebot und einer hohen Nachfrage bezüglich internationaler Freiwilligenarbeit entstanden ist. Die Reiseveranstalter „produzieren“ (Abb. 1) Volunteering-Angebote als Ergänzung zu den schon existierenden IFD. Hierbei ist es vor allem aus ethischen Gründen wichtig, dass diese Veranstalter sich den Gefahren einer zu starken Nachfrageorientierung bewusst sind (vgl. Raymond 2008, 58).

Wichtig bei diesen ethischen Überlegungen ist, dass der Bedarf an Freiwilligenarbeit in der Zielregion ein „ursprüngliches Angebot“ bleibt und kein Bedarf an Projektarbeit (d. h. soziale Missstände, Umweltprobleme o.ä.) erzeugt wird, um der Nachfrage an Freiwilligentourismus gerecht zu werden. Der in den Medien angesprochene „Waisenhaustourismus“ wäre ein Beispiel dafür, dass dieser Bedarf als abgeleitetes Angebot, sozusagen als „spezielles touristisches Angebot“ (Schmude & Namberger 2010, 30) oder Standortfaktor erzeugt wird. Das Verhältnis von Angebot und Nachfrage sowie das Bewusstsein dafür seitens der am VT beteiligten Akteure sollten in den Interviews erkennbar werden. Diese Überlegungen bedeuten allerdings nicht zwangsläufig, dass aufgrund hoher Nachfrage eingerichtete Projekte grundsätzlich schlecht zu bewerten wären. So sagte der Vertreter eines Freiwilligenportals im Interview: „Wenn die sagen würden ja, die Leute fragen sehr stark Südafrika nach, da haben wir eigene Mitarbeiter, und da gibt es noch genügend Sachen, also Missstände die man vielleicht verbessern könnte, [...] ist ja im Prinzip zwar das irgendwo auch nach Nachfrage entstanden aber der Bedarf ist trotzdem da“ (Interview I).

Letztlich bleibt festzuhalten, dass dieser Bedarf von vornherein gegeben sein muss, und keine „künstlichen Projekte“ geschaffen werden (ebd.), wie z. B. auch „mit Tieren, die mehr oder weniger künstlich krank gehalten werden, damit Leute sich darum kümmern können“ (ebd.).

## Organisation und Angebotskultur

Um auf die erste Leitfrage der Arbeit einzugehen, wurde versucht, die am Volunteering beteiligten Akteure zu identifizieren und zu kategorisieren. Diese Organisationen wurden unterteilt in Informationsportale, Entsende- und Empfängerorganisationen sowie Institutionen, die Zertifikate für Freiwilligenarbeit vergeben. Das Forschungsfeld stellt sich als umfangreich und diffus dar, da einerseits sehr unterschiedliche Akteure vertreten sind – besonders in Vermittlungspositionen – und andererseits die Transparenz der Angebote fehlt.

Der erste Anlaufpunkt für Interessierte an der Freiwilligenarbeit sind oftmals Informationsportale. Die Portale bieten im Idealfall nicht nur eine Auflistung von unterschiedlichen Projekten, sondern bieten darüber hinaus auch Informationen über aktuelle Ereignisse und weisen auf kritische Angebote in der Freiwilligenarbeit hin (z. B. Seidel 2015, Tissler 2015). Da die meisten dieser

Portale eine relativ hohe Sichtbarkeit in Suchmaschinen wie Google haben, ist das Interesse von vor allem gewerblichen Entsendeorganisationen hoch, hier vertreten zu sein (Interview I).

Als Entsendeorganisationen werden jene Akteure bezeichnet, die vor allem vor und nach der Reise als Kontakt für Freiwillige dienen. Dies können z. B. öffentliche Träger sein (v.a. im IFD), unter denen sich oft kirchliche Organisationen befinden. Im VT sind es meistens Reiseveranstalter, welche die Freiwilligenarbeit oft nur als ein Programm von mehreren verschiedenen Angeboten zur Wahl stellen.

Kennzeichnend für viele Entsendeorganisationen der IFD ist, dass der Freiwilligendienst als „Lerndienst“ (Interview III) verstanden wird und die Projekte „ganz eindeutig, natürlich ohne Freiwilligeneinsatz möglich“ (Interview II) sind. Dies wird gegenüber den Freiwilligen in den jeweiligen Vor- und Nachbereitungsseminaren offen kommuniziert.

Bei den gewerblichen Reiseanbietern, die Freiwilligenarbeit anbieten, handelt es sich um Unternehmen, die auch in ihren anderen Angeboten eine ähnliche Zielgruppe ansprechen. Zu den weiteren Angeboten gehören z. B. Work & Travel, Auslandspraktika, High-School- oder Au Pair-Aufenthalte. Pauschalreisen, bei denen direkt eine Unterkunft sowie Hin- und Rückflug gebucht werden, werden von diesen Veranstaltern (zumindest von den 21 Veranstaltern, die im Rahmen dieser Untersuchung in Betracht gezogen werden) generell nicht angeboten, stattdessen haben sie sich auf alternative Reisemöglichkeiten spezialisiert und bieten individuelle Programme an. Das Angebot im gewerblichen Bereich ist sehr heterogen, wodurch sich auch die Arbeitsweisen der verschiedenen Anbieter stark unterscheiden. So reicht das Spektrum der Projektdarstellungen von einem Fokus auf die Lernerfolge für Freiwillige bis zu einem Fokus auf die zusätzlichen Erholungsangebote. Im Vergleich zu den IFD läuft der Bewerbungsprozess deutlich systematischer ab; Die Reise kann in vielen Fällen sofort gebucht werden, weshalb keine individuelle Bewerberauswahl erfolgt, sondern im Vorfeld festgelegte Kriterien erfüllt sein müssen. Sowohl die öffentlichen als auch die gewerblichen Veranstalter, die in den Interviews befragt wurden, haben eigens festgelegte Gütekriterien und Modelle der Qualitätssicherung.

Besonders geraten die gewerblichen Veranstalter unter Kritik für die Kosten der Freiwilligenarbeit. Vrasti zweifelt nach der Teilnahme an einem solchen Projekt daran, ob die Beiträge wirklich der Bevölkerung vor Ort zugutekommen: “Preserving this culture of service excellence takes up so many of Projects Abroad’s resources, that there is little left for volunteering projects and local staff. Beyond the introductory tour, there are weekly meet-and-greets, monthly parties, farewell get-togethers, an exit survey and a complimentary tee-shirt at the end” (Vrasti 2012, 89).

Auf ihren Internetpräsenzen nehmen viele der Veranstalter Stellung dazu, warum für die Freiwilligenarbeit Geld bezahlt werden muss (z. B. Praktikawelten

GmbH 2015). Wofür genau das Geld ausgegeben wird und welche Personen genau davon profitieren, ist allerdings nicht ersichtlich. In den meisten Fällen bleibt offen, welche Ausgaben in den Projekten getätigt werden. Der Kritikpunkt von Vrsti bleibt demnach ungeklärt, da sich die Ausgaben für bspw. Einführungstouren oder gratis T-Shirts problemlos als Projektausgaben bezeichnen lassen. Bei aller Kritik an somit mangelnder Transparenz (s.u.) sollte jedoch nicht unberücksichtigt bleiben, dass eine genaue Auflistung der Ausgaben wohl in den wenigsten Fällen umsetzbar ist und die Verteilung der Ausgaben sehr stark vom jeweiligen Projekt abhängt.

Viele Entsendeorganisationen arbeiten nicht direkt mit Einsatzstellen in den Zielländern zusammen, sondern kooperieren mit größeren Vermittlungsorganisationen vor Ort, wodurch weitere Akteure dazukommen. Auch bei diesen Vermittlern unterscheiden sich die (öffentlich genannten) Zielsetzungen erheblich. Das „International Volunteers Network“ bspw. bietet Freiwilligenarbeit an, die vor allem auf die Wünsche und Anforderungen, aber auch die Fähigkeiten der Freiwilligen zugeschnitten ist: „You choose when you want to volunteer work and for how long. We personalize each program to suit your skills and preferences“ (International Volunteers Network 2015). „Calabash Tours“ bietet einerseits touristische Ausflüge in Südafrika an, andererseits werden auch Schulpartnerschaften aufgebaut. In der Selbstdarstellung des Unternehmens liegt ein stärkerer Fokus auf der gemeinsamen Zusammenarbeit: „Calabash Tours works hard to ensure that your volunteer placement is rich and rewarding for you, but that it essentially serves the local community too“ (Calabash Tours 2015).

Neben diesen Organisationen bieten auch andere typische Tourismusakteure eine Vermittlung von Freiwilligenarbeit an. Dazu gehören z. B. Hostels, die auf ihrer Webseite mit Volunteering-Angeboten werben, was besonders in Tansania populär zu sein scheint. In Kambodscha hingegen vermitteln die Beherbergungsbetriebe eher selten, diese geben höchstens Empfehlungen für Volunteers, die Projekte kritisch zu hinterfragen: „There are some great organisations here doing some really good work. There are others unfortunately, that operate as a profitable business at the expense of the people they claim to be helping“ (Siem Reap Hostel 2014). Stattdessen übernehmen in Kambodscha häufig Vertreter des gewerblichen touristischen Nahverkehrs, wie z. B. Tuk-Tuk-Fahrer eine Vermittlerrolle (vgl. Hartley & Walker 2013). Ganz besonders in diesem Bereich ist schwer zu erfassen, wie viele Freiwillige davon Gebrauch machen, da weder die besuchten Einsatzstellen noch die Vermittler als solche registriert sind (ebd.).

Im Rahmen der Bachelorarbeit wurden E-Mail-Interviews mit zwei Einsatzstellen geführt. Bezüglich der Kooperation mit Entsendeorganisationen ist zu vermuten, dass die Einsatzstellen oft mit mehreren verschiedenen Akteuren zusammenarbeiten und nicht gezielt zwischen Freiwilligendiensten und Volunteer Tourismus unterscheiden, wobei längerfristige Aufenthalte präferiert werden: „Neben den weltwärts-Freiwilligen gibt es in der Low Season immer zwei Volontäre (das ist so im April Mai Juni). Ab Juli geht es dann immer das ganze

Jahr ganz gut. Dann haben wir immer 3–5 Volontäre. Meist bleiben diese 3 Monate. Uns sind aber längere Aufenthalte lieber. World Unite schickt uns manchmal Volontäre für sechs Wochen. [...] Wir haben auch Kooperationen mit verschiedenen Unis in Deutschland, in deren Praxisdatenbanken wir eine Anzeige schalten“ (Interview VIII).

Auch die zweite befragte Einsatzstelle, „Pro Climate International“, arbeitet nicht nur mit *weltwärts*-Freiwilligen, sondern auch mit unabhängigen Volunteers und kamerunischen Volunteers, an die jeweils unterschiedliche Anforderungen gestellt werden. Neben den eigentlichen Projektaufgaben (Bildung bzw. Umweltschutz) sehen sich die Einsatzstellen vermehrt mit der Aufgabe der Integration und Betreuung von Volunteers konfrontiert (Interview IX).

Als letzte Gruppe von Akteuren werden „Dachverbände und Aussteller von Zertifikaten“ charakterisiert. Davon gibt es in Deutschland in den IFD zwei Organisationen: die „Gütegemeinschaft Internationaler Freiwilligendienst e. V.“ und die Agentur „Qualität in Freiwilligendiensten“ (quifd). Im VT gibt es für den deutschen Markt noch keine Prüfinstanzen, die Gütesiegel ausstellen (Interview I). Auf internationaler Ebene dient allerdings die „World Youth Student & Educational (WYSE) Travel Confederation“ als Dachverband, dem sich auch einige deutsche Reiseveranstalter anschließen. Diese Dachverbände finanzieren sich durch Mitgliederbeiträge (vgl. Intermundo 2013a, 2, WYSE 2015, Quifd 2014). Die Höhe dieser Beiträge liegt abhängig von der Anzahl an entsendeten Teilnehmenden im drei- bis vierstelligen Eurobereich (ebd.).

## Lernerfolge für Volunteers

Nahezu alle Interviewteilnehmer nannten positive Bewusstseinsveränderungen bei den Freiwilligen, was auch stets als eines der Hauptziele ihrer Projekte beschrieben wurde. Hierbei sind ein Sinn für globale Zusammenhänge, eine größere Offenheit gegenüber neuen Menschen sowie erworbene Sprach- und Kommunikationskenntnisse von besonderer Bedeutung.

Das Erkennen globaler Zusammenhänge könnte einer Bildung für nachhaltige Entwicklung dienen, da Interview-Aussagen zufolge suffizientere Lebensweisen (im Gegensatz zur konsumorientierten „Wegwerfgesellschaft“, Interview V) beobachtet und im Idealfall auch weiterhin gelebt werden. Ein Verständnis dieser Zusammenhänge wurde als „enorm wichtig“ erachtet (Interview II).

Die Freiwilligenarbeit kann darüber hinaus nach Meinung der Befragten zu einer toleranteren Gesellschaft in der Quellregion führen. Damit stehen auch interkulturelle Kompetenzen im Zusammenhang, die durch einen Perspektivwechsel erworben werden. In den Interviews wurde mehrmals die Formulierung „über den eigenen Tellerrand hinausschauen“ erwähnt, die sinnbildlich für ebendiesen Perspektivwechsel und eine Horizonterweiterung steht. Gerade im

aktuellen Kontext der Flüchtlingsdebatte in Deutschland dürfte der Erwerb interkultureller Kompetenzen an Bedeutung gewinnen.

## **Bildungschancen für lokale Bevölkerung**

Vor dem Hintergrund, dass die globale, soziale Gerechtigkeit eine Grundvoraussetzung für nachhaltige Entwicklung ist, kommt den Bildungschancen für Menschen in Ländern des globalen Südens eine entscheidende Bedeutung zu. Hierbei profitieren sie nach Aussage der Interviewten vor allem von modernen Unterrichtsmethoden und auch bei dieser Zielgruppe werden ein besseres Bewusstsein sowie verbesserte Sprachkenntnisse angestrebt. Vor allem wenn die Freiwilligen selbst über lehrmethodische Kompetenzen verfügen, können diese ggf. an die Lehrenden in der Zielregion weitergegeben werden.

Moderne Unterrichtsmethoden haben für die Lernenden vor allem den Vorteil, dass sie sich nicht nur Wissen aneignen, sondern auch anwendbare Fähigkeiten erwerben, was vor allem im fremdsprachlichen Unterricht sinnvoll ist. Im Kontext der Bildung für nachhaltige Entwicklung geht es zudem darum, „neben dem Grundlagenwissen die Kompetenzen zu vermitteln, die zur aktiven Gestaltung eines nachhaltigen, zukunftsfähigen Lebens und Wirtschaftens sowie zur Partizipation und zum Handeln befähigen“ (Michelsen 2006, 15).

Der kulturelle Austausch wird auch aus Sicht der Zielländer als großer Vorteil gesehen: „The greatest advantage is that they are very good helping hands depending on their levels of education and personal life experience. They contribute very good to cultural understanding because two cultures at least come together and there is an exchange“ (Interview IX).

## **Umwelteinflüsse**

Ein Aspekt, der in der Literatur nur wenig beachtet wird, sind die umweltbezogenen Projektziele. Diese wurden jedoch in einigen Interviews genannt, wobei die tatsächlichen Auswirkungen auf die Umwelt ambivalent sind: Einerseits muss auf die „Umweltverträglichkeit“ der Projekte geachtet werden und die Umweltverschmutzung wird als wesentlicher Nachteil der Globalisierung betrachtet. Andererseits verfolgen manche Projekte ausdrücklich das Ziel, die „Umwelt vor Ort zu verbessern“ (Interview V) und bei der Auswahl der Einsatzstellen wird darauf geachtet, dass diese „einen wirklichen und nachhaltigen Einfluss zur Verbesserung der Situation von Menschen und/oder der Umwelt im Einsatzland“ haben (Interview XI).

In den Projekten finden z. B. Mangrovenpflanzungen oder der Aufbau eines Recycling Centers statt (Interview VIII), und vor allem bei „Pro Climate International“ werden Umweltschutzziele verfolgt: “We are working to reduce indoor air pollution, protect the climate and educate the population, especially the

youth in our communities about the environmental threats that the community is facing locally and that the world is facing globally. We have a program of distributing improved fuel wood cook stoves to help households reducing their wood consumption” (Interview IX).

Freiwillige tragen in diesen Projekten dazu bei, die Bevölkerung aufzuklären sowie die benannten verbesserten Heizkörper zu verteilen und zu überwachen (ebd.). Darüber hinaus bietet die Organisation nachhaltige Tourismusangebote wie eine Tour zum Mt. Cameroon an, bei denen Freiwillige helfen (ebd.). Die Freiwilligenarbeit kann also laut Tsafack auch dazu führen, dass andere Tourismusangebote umweltfreundlicher gestaltet werden.

Dennoch bleibt es fragwürdig, ob die IFD und VT selbst als Formen des nachhaltigen Reisens bezeichnet werden können. Die meisten dieser Projekte finden in Ländern des globalen Südens und somit im Langstreckenflugbereich statt, was sich negativ auf die Klimabilanz auswirkt (vgl. Brot für die Welt et al. 2015, 9). Die „ökologischen und soziokulturellen Wirkungen“, die mehrheitlich Konfliktpotential bergen (Schmude & Namberger 2010, 108), bleiben also zumindest teilweise erhalten. In diesem Zusammenhang sollte auch erwähnt werden, dass vor allem die i.d.R. länger andauernden IFD zu einer höheren Effizienz führen als der VT, da durch den gleichen Ressourceneinsatz bei der Anreise ein längerer Arbeitsaufenthalt ermöglicht wird.

## **Wirtschaftliche Auswirkungen**

Auch bei den wirtschaftlichen Auswirkungen des Volunteering sind sowohl Vorteile als auch Nachteile auszumachen. Es treten vor allem Einkommens- und Beschäftigungseffekte auf: „Natürlich werden in erster Linie unsere sozialen Projekte in den verschiedenen Organisationen nachhaltig unterstützt. Die Teilnehmergebühren sichern somit auch die Existenzen der dortigen Mitarbeiter und deren Familien. Generell bringt Tourismus immer Geld ins Land. Die Teilnehmer brauchen ja auch Verpflegung, bereisen das Land etc.“ (Interview VI).

Durch die Freiwilligenprojekte entstehen somit auch „Arbeitsplätze für viele Einheimische, die sich um die Volunteers und den Ablauf der Projekte vor Ort kümmern“ (Interview V). Die Aussage „Generell bringt Tourismus immer Geld ins Land“ (s.o.) ist zwar richtig, jedoch etwas undifferenziert. Die Volunteers sorgen für eine höhere Nachfrage an Nahrungsmitteln, Transporteinrichtungen etc., wodurch in diesen Bereichen neue Einnahmequellen entstehen. Andererseits können sich (durch das Grundverhältnis von Angebot und Nachfrage) auch die Produktpreise erhöhen, was sich für die Teile der ansässigen Bevölkerung, die nicht in diesen Bereichen tätig sind, nachteilig auswirken kann.

Durch die monetären Vorteile für die Zielregion kann sich somit auch eine Abhängigkeit vom Tourismus ergeben. Scheinbar haben sich Freiwilligenprojekte innerhalb der Bevölkerung schon als lukrative Einnahmequellen herum-

gesprochen, auch wenn dies vor Unbeteiligten eher verborgen wird: „Ich glaube kaum, dass jemand [in einem Interview] sagen wird, dass er in diesem Bereich arbeitet, weil man damit viel Geld verdienen kann. [...] Ich wurde hier auch schon gefragt, ob ich nicht mit jemandem ein Waisenhaus aufmachen will, um Geld zu verdienen“ (Interview X). Diese Aussage spricht für eine starke Kommerzialisierung der Freiwilligenarbeit, in der sich die Einrichtung der Projekte nicht an dem Bedarf („um Waisenkindern zu helfen“), sondern am Profit orientiert („um Geld zu verdienen“). Die befragten Einsatzstellen sagen zudem aus, dass einige Freiwillige einen zusätzlichen Arbeitsaufwand erzeugen, was die Annahme bestätigt, dass die eigentliche Arbeit der Freiwilligen weniger wichtig ist als die wirtschaftlichen und finanziellen Vorteile.

Im Gegensatz zu den neu geschaffenen Arbeitsplätzen wird im wissenschaftlichen Diskurs oft kritisiert, dass durch die Freiwilligenarbeit eine Konkurrenz zu lokalen Arbeitskräften entsteht: „The concern about volunteers potentially taking away jobs from locals is a constant in the ongoing discussion about voluntourism“ (Baran 2013). Auch in den Interviews wurde dazu Stellung genommen: „Wichtig ist, dass die Freiwilligen arbeitsmarktneutral arbeiten. Das heißt, dass sie keine bezahlten Arbeitskräfte ersetzen“ (Interview VII). Um dies zu überprüfen, müssten jedoch Studien vor Ort durchgeführt werden, in denen überprüft wird, ob die jeweilige Einsatzstelle wirklich die Hilfe von Freiwilligen braucht oder ob der Freiwilligeneinsatz nur deshalb angenommen wird, weil es im Endeffekt günstiger ist, als bezahlte Arbeitnehmer einzustellen: „Ansonsten könnten wir es uns momentan finanziell nicht leisten noch mehr Lehrer anzustellen“ (Interview VIII).

Insgesamt betrachtet kann die Freiwilligenarbeit einige wirtschaftliche Vorteile bringen. Besonders wenn den Freiwilligen lokale Produkte verkauft werden (womit die Sickerrate geringgehalten wird), kann die Wirtschaft vor Ort von dieser Zielgruppe profitieren. Durch die Freiwilligenprojekte werden zudem auch Strukturen geschaffen, in denen Ortsansässige eingestellt werden. Fragwürdig ist jedoch, ob den Freiwilligen bewusst ist, dass sie in manchen Fällen als Touristen bzw. Konsumenten verreisen anstatt wertvolle Arbeit vor Ort zu leisten, worum es auch im nächsten Abschnitt gehen wird.

## Transparenz

Ein großer Kritikpunkt an der Freiwilligenarbeit, der sich auch durch die mangelnde Auskunftsbereitschaft in Interviews bestätigt, ist eine mangelnde Transparenz. Ein Veranstalter sendete sofort die Nachricht „tut uns sehr leid, aber im Moment ist bei uns Hauptbuchungszeit, daher haben wir aktuell nicht so viel Zeit zur Verfügung“, weshalb der Veranstalter zwei Monate später erneut kontaktiert wurde, mit der Anfrage, sich „irgendwann“ um die Beantwortung der Fragen zu kümmern. Auch darauf kam unmittelbar eine Absage: „Hey Tobi, leider

haben wir da im Moment echt keine Zeit zu. Auch wenn du hartnäckig bist ;)“. Die sofortige Beantwortung der Nachricht und das Wechseln von einem formellen in einen informellen Kommunikationsstil (mit Kosenamen und Duzen) lassen vermuten, dass die zeitlichen Gründe hierbei eher ein Vorwand sind. Andere Veranstalter haben gar nicht geantwortet, schicken aber nun – einige Monate nach der Anfrage – regelmäßig Newsletter über ihre neusten Freiwilligenprogramme.

Im Zusammenhang mit der Transparenz steht auch häufig eine mangelnde Einbindung der Einsatzstellen. Vor allem bei einer starken Profitorientierung kann die Freiwilligenarbeit also nicht erfolgreich verrichtet werden, da die Einsatzstellen nicht einmal mitbestimmen können, wie viele Freiwillige sich in ihrer Einrichtung befinden sollen: “A common occurrence is that communities, who are often eager for assistance, and vulnerable, are bullied or exploited by volunteer service providers. An example would be when a project receiving volunteers has little say in the volume of volunteers placed. This is not unusual. Very many of the source market agents will sell you a placement over the phone, or internet, as long as you have that credit card handy. The result is sometimes a school with 10 or 12 GAP years hanging around with little to do other than get in the way of work being done” (Miedema 2010, 4).

Miedema kritisiert weiterhin, dass bei der Auswahl der Freiwilligen zu wenig auf deren Qualifikation geachtet wird. Wenn die Kriterien für die Teilnahme an Projekten eher universell und oberflächlich sind, so wie Mindestalter, abgeschlossene Schulbildung oder ein Führungszeugnis, aber keine spezielle, fachliche Qualifikation beinhalten, ist es fraglich, ob diese Arbeit nicht auch von ortsansässigen Menschen übernommen werden kann. Nach expliziten fachlichen Kenntnissen wird jedoch auch auf den Internetseiten der untersuchten Anbieter selten gefragt (siehe bspw. Stepin GmbH 2014b; STA Travel GmbH 2015b; AIFS 2015).

In den Fällen, in denen die Freiwilligen zusätzliche Arbeit bedeuten (s.o.), sollte dies mit allen Beteiligten offen kommuniziert werden. Wenn jemand als Hauptaufgabe dem Betreuen von Freiwilligen nachgeht, sollte die Berufsbezeichnung in diesem Fall nicht „Lehrer“ (o.Ä.) sein. Ein transparentes Projekt zeigt auch durch die Berufsbezeichnung, dass die Freiwilligen in manchen Fällen eine Belastung und keine Hilfe sind.

Einige Anbieter wecken realitätsferne Erwartungen, die sogar die psychologisch bedenkliche Anhänglichkeit betroffener Kinder (worauf im Abschnitt *Arbeit mit Kindern* eingegangen wird) beschönigen: „Das Projekt bietet sozial benachteiligten Kindern aus den umliegenden Dörfern kostenlosen Unterricht. Die einheimischen Kinder sind herzlich, sehr anhänglich und würden am liebsten den ganzen Tag mit dir spielen anstatt zu lernen. Dieses Projekt gibt dir die Möglichkeit, die Kinder zum Lernen zu ermutigen. Wecke ihre Fähigkeiten! Du wirst so zu einem wichtigen Teil der lokalen Gemeinde und erfährst von allen

Beteiligten sehr viel Zuspruch. Denk daran: Für viele Balinesen ist es die erste Begegnung mit einem Westeuropäer“ (Stepin GmbH 2014b).

Bei den Interessierten wird der Eindruck erweckt, einen entscheidenden Beitrag zur Verbesserung der Lebensqualität zu erzielen, ohne jegliche Qualifikation vorauszusetzen (vgl. Stepin GmbH 2014b). Letztlich ist es auch äußerst fragwürdig, ob im touristischen Bali besonders viele Freiwillige in den „Genuss“ kommen, die ersten Westeuropäer zu sein, die den Menschen vor Ort begegnen.

## Kulturelle Auswirkungen

Im zuvor zitierten Angebotstext wird die Fremdheit der Zielkultur ausgenutzt, um die Freiwilligenprogramme attraktiver zu gestalten. Der kulturelle Austausch, der in den Interviews oft positiv hervorgehoben wurde, ist in den meisten Fällen nur ein einseitiger Austausch, und auch durch die zunehmende Kommerzialisierung des Freiwilligensektors wird teilweise eine Rationalisierung von Kultur gefördert. Diese Auswirkungen lassen sich bislang jedoch bestenfalls qualitativ erfassen, da sie zum einen subjektiv und außerdem kaum operationalisierbar sein dürften.

Für viele Teilnehmer ist die Projektarbeit der erste nähere Kontakt zu Menschen im globalen Süden. Berghäuser schreibt im Interview: „Herausfordernd sind die Kulturunterschiede und die Realitäten in den Einsatzländern“ (Interview VII). Um mit den Kulturen respektvoll umzugehen, ist die Bewusstseins-schaffung im Vorfeld der Freiwilligenarbeit wichtig, damit der kulturelle Aspekt nicht zu stark kommerzialisiert wird. Ob es dabei sinnvoll ist, das direkte Aufeinandertreffen mit der Bevölkerung direkt im Wohnhaus zu vermarkten, wie in diesem Beispiel, sollte zumindest seitens der Teilnehmer infrage gestellt werden: “When you volunteer with IVN, you will get a chance to be introduced to real African life and culture. You will meet people in their homes, eat their food, hear their music and listen to their stories” (International Volunteers Network 2015). Der Werbeslogan vermittelt keine gleichwertige Begegnung, sondern den Konsum einer fremden Kultur seitens der Freiwilligen. Dies entspricht der von Guttentag kritisierten konzeptualisierten Fremdwahrnehmung (vgl. Guttentag 2009, 537).

Das einseitige „Kulturerlebnis“ (im Gegensatz zu einem angestrebten kulturellen Austausch) wird durch die Projektdarstellungen oft begünstigt, obwohl man auch argumentieren könnte, dass die interkulturelle Erfahrung auch mit Menschen anderer Kulturen im eigenen Land gemacht werden könnte (vgl. Engagement Global gGmbH 2014, 139). Einige Träger der IFD, wie z. B. die befragte Organisation ICJA, bieten bilaterale Freiwilligenprogramme an, was seit 2013 auch im Rahmen von *weltwärts* im sogenannten „Süd-Nord-Austausch“ gefördert wird (vgl. Engagement Global 2013).

Die eigentliche Gefahr, die sich hinter der Kommerzialisierung von Kultur verbirgt, liegt darin, dass diese nicht mehr authentisch gelebt, sondern lediglich zur

Schau gestellt wird. Laut Geisler hat die Globalisierung „natürlich auch Nachteile, wie Umweltverschmutzung oder der Verlust traditioneller Werte“ (Interview VI). Letztgenanntes dürfte vor allem durch die benannte Kommerzialisierung und die gezielte Imagearbeit einiger Anbieter verstärkt werden.

Darüber hinaus besteht durch die Freiwilligenarbeit die Gefahr, dass eine subjektive Wahrnehmung der Europäer als übergeordnet und wohlwollend gefestigt wird: “Since volunteers are always white skinned because there are no African volunteers at the orphanage, the children have concluded that white skin apparently equals good intentions and presents” (Völkl 2012, 46). Die Freiwilligen sehen sich somit nicht nur selbst als „Weltretter“, sondern werden auch so wahrgenommen.

## **Arbeit mit Kindern**

„Die größten Probleme und Gefahren [...] sind auf jeden Fall immer dann, wenn es um die Arbeit mit Kindern geht“ (Interview I). Deshalb verdient dieser Aspekt eine besondere Aufmerksamkeit. Zu den Gefahren gehören Persönlichkeitsstörungen durch die immer wechselnden Bezugspersonen, die Gefahr des Missbrauchs durch fehlende Begutachtung der Freiwilligen sowie das Ausnutzen der Kinder zum Sammeln von Spenden.

Kinder, die in Waisenheimen aufwachsen, tragen oft ein höheres Risiko, schwerwiegende Störungen des Bindungsverhaltens (vgl. Klitzing 2009, 27) davonzutragen. Dies gilt zwar nicht ausschließlich für jene Waisenhäuser, in denen Freiwillige arbeiten, jedoch bedeutet gerade die kurzzeitige Freiwilligenarbeit möglicherweise einen „wiederholten Wechsel der wichtigen Pflegepersonen des Kindes, was die Ausbildung von stabilen Beziehungen verhindert“ (ebd., 26). Die Symptome der für Waisenhäuser typischen indiskriminierenden, enthemmten Bindungsstörungen beinhalten eine mangelnde Distanz und ein hohes Interesse gegenüber Fremden, enthusiastisches Ausfragen von Fremden, das ausdrückliche Verlangen von ihnen umsorgt zu werden, sich wehren, wenn ein Fremder sie zurück zur eigentlichen Bezugsperson übergibt, sowie das Aufsuchen von Fremden in Stresssituationen (vgl. Office of Child Development 2007), kurzgefasst lässt sich eine „starke soziale Beziehungssuche mit Wahllosigkeit und Anklammerung“ (Klitzing 2009, 66) beobachten.

Dementsprechend kommt es auch vor, dass schriftliche Liebesbekundungen völlig willkürlich dem nächstbesten Freiwilligen übergeben werden (vgl. Völkl 2012, 43). Es ist also stark davon auszugehen, dass besonders die Kurzzeiteinsätze dieses Verhalten weiter verstärken, und das anhängliche Auftreten, das in den Werbetexten mancher Reiseanbieter beschönigt wird, von den Volunteers fehlinterpretiert wird, sodass diese ihre Zuwendung, die sie den Kindern geben, als wertvoll erachten.

Bei schlecht organisierter Freiwilligenarbeit besteht zudem die Gefahr des Kindesmissbrauchs, wie UNICEF in einer Studie in Kambodscha herausgearbeitet hat: "Residential centres have also turned to international volunteers in the hopes of raising money. As a result, short-term volunteers, who have not undergone background checks, are frequently given access to children, which poses a child protection risk" (UNICEF 2011, 8).

In jedem Fall sollte hinterfragt werden, ob die betroffenen Kinder im Waisenhaus wirklich besser aufgehoben sind als bei ihren Eltern (sofern sie noch welche haben). Abgesehen von den psychischen Schäden besteht die Gefahr der Ausbeutung: "One former volunteer described leaving a residential care centre because the children were spending so much time dancing that they were not able to study. Children were forced to dance whether they wanted to or not" (UNICEF 2011, 27).

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Arbeit mit Kindern in den meisten Fällen zumindest bedenklich ist, worüber auch die Freiwilligen aufgeklärt sein sollten. Die psychischen Langzeitfolgen sollten auch speziell im Bereich Volunteering untersucht werden, womit der Sektor auch für die Psychologie ein interessantes Forschungsfeld darstellen dürfte. Des Weiteren sollten die Freiwilligen und auch die Organisationen darauf achten, dass sie und ihre Partner weder Nachlässigkeiten in Bezug auf die Überprüfung der Volunteers, noch die Ausnutzung der Kinder zugunsten von Flexibilität oder finanziellen Vorteilen zulassen.

## Stigmatisierung

Besonders im zuletzt genannten Kontext der Arbeit mit Kindern ist zu bedenken, dass die in Einzelfällen auftretenden Probleme nicht auf die Gesamtheit der Freiwilligenarbeit übertragen werden. Es besteht, vor allem durch Berichte in den Medien, auch die Gefahr einer Stigmatisierung. Viele Organisationen hätten unter einer „Pauschalkeule“ (Interview I) zu leiden und manche Anbieter distanzieren sich bewusst vom Begriff Volontourismus und bezeichnen Angebote als „flexible Freiwilligenarbeit“, da im Zusammenhang mit Volontourismus nicht nur berechnete Missstände erwähnt, sondern Pauschalurteile gefällt würden (Seidel in Brot für die Welt 2015). Statt jedoch einen anderen Begriff für das gleiche Phänomen zu verwenden, wäre auch eine engere Zusammenarbeit innerhalb der Volunteering-Organisationen denkbar: „If we do not self-regulate this sector, the real threat exists the destinations will become stigmatised as an unethical, exploitative one. This would be a great loss, both to the tourism industry, as well as the many good projects currently benefiting from it“ (Miedema 2010, 5).

In Bezug auf den Waisenhaustourismus wird die stigmatisierende Wirkung von Medienberichten besonders deutlich und dementsprechend wurde dies auch im Interview kritisiert: „Zu Recht wurde darüber berichtet, das ist ganz wichtig, aber

das war unfassbar undifferenziert und der Eindruck vermittelt, Volontourismus ist generell was ganz Schlimmes“ (Interview I; in Bezug auf „Das Geschäft mit dem Mitleid“). Die Kritik in diesem Artikel sollte nicht dafür plädieren, weniger Freiwilligenarbeit anzubieten oder nachzufragen, sondern vielmehr dazu anregen, die Angebote kritisch und differenziert zu betrachten, damit die positiven Effekte der Freiwilligenarbeit weiterhin erbracht werden können. In den nachfolgenden Handlungsempfehlungen sollen auch Möglichkeiten vorgestellt werden, die dieser Stigmatisierung entgegenwirken und ebendiese differenzierte Betrachtungsweise auch der Öffentlichkeit zugänglich machen.

## Handlungsempfehlungen

Die gewonnenen Erkenntnisse beinhalten also eine Reihe von Problemfeldern. Damit die positiven Effekte optimiert und negative Auswirkungen minimiert werden können, wurden drei Handlungsempfehlungen für die Freiwilligenarbeit ausgesprochen. Diese beinhalten die stärkere Kooperation zwischen IFD und VT, die Erarbeitung von Zertifikaten sowie eine bessere Aufklärung potentieller Volunteers.

### Stärkere Kooperation zwischen IFD und VT

Den befragten Entsendeorganisationen war bewusst, dass die lang andauernden IFD nicht für alle Interessenten eine Option sind. Um bspw. auch Berufstätigen Möglichkeiten zu gesetzlich geregelter Freiwilligenarbeit zu geben, wäre es möglicherweise sinnvoll, wenn „gesetzlich geförderte und geregelte Geschichten und dieser Volontourismus-Bereich aufeinander zugehen, vielleicht gemeinsame Werte finden und so vielleicht auch eine Chance entsteht oder Gütesiegel über gemeinsame Arbeiten“ (Interview I). Die flexible Freiwilligenarbeit bietet auch Angebote für Interessenten, die nicht in die Zielgruppen von bspw. *weltwärts* fallen. Gerade um solche Angebote wie „skilled volunteering“ (ebd.), bei denen eine hohe Nachfrage aber ein geringes Angebot vorliegt (ebd.), vertieft zu fördern, wäre es zu empfehlen, in Bezug auf hilfreiche und transparente Freiwilligenangebote stärker zusammenzuarbeiten, unter anderem damit die Nachfrage nicht von unseriösen Unternehmen gedeckt wird. Auch da die vielen Kritikpunkte am Volunteering, wie bspw. die komplexen Auswirkungen auf die Umwelt oder die Imagewirkung der Projektdarstellungen, schwer zu erfassen sind und viele verschiedene Forschungsbereiche betreffen, wäre eine Zusammenarbeit durchaus zu empfehlen.

## Einheitliche Qualitätsstandards und Zertifikate

Dachverbände und tourismuspolitische Akteure könnten eine entscheidende Rolle spielen, diese Kooperationen zu initiieren. Dabei wäre auch eine verstärkte Einführung und Verwendung von einheitlichen Standards und Zertifikaten denkbar. Allerdings bergen Zertifikate, wie auch die von einigen Veranstaltern aufgeführten „Code of Conducts“, die Gefahr des greenwashing (vgl. Smith & Font 2014, 959; Schluzy 2011, 89), da auf die Einführung von Gütesiegeln noch weitere Anbieter mit eigenen Gütesiegeln folgen und die Freiwilligen den Überblick verlieren könnten (vgl. Tressel in Brot für die Welt 2015).



Abb. 2: Ausschnitt einer Projektdarstellung (Quelle: STA Travel GmbH 2015a)

Doch auch ohne Gütesiegel findet greenwashing statt. Da kein übergeordneter Dachverband sich mit der ausdrücklichen Qualitätsüberprüfung der Projekte beschäftigt, verwenden manche Reiseveranstalter Bilder, die auf den ersten Blick einem Gütesiegel sehr ähnlich sehen (Abb. 2): kreisrund, blasse, ungleichmäßige Farben (wie bei einem Stempel) und am Rand ein kreisförmig aufgedruckter Begriff wirken auf Kunden, die sich nicht eigenständig informieren, fast wie ein Gütesiegel, obwohl die Abbildung nichts über die Qualität und wenn überhaupt nur wenig über den Inhalt der Projekte aussagt. „Selbst erfundene Labels“ wie diese sind eine typische „greenwashing-Strategie“ (Horst & Albrecht 2015) und sind auch bei einigen anderen Reiseveranstaltern zu finden (z. B. Stepin GmbH 2014a; VoluNation UG 2015; InterSwop 2015). Folglich spricht der von Tressel genannte Einwand nicht gegen die Einführung eines unabhängigen Gütesiegels, da die Anbieter ohnehin schon „eigene Gütesiegel“ präsentieren.

Ein europaweit geltendes Qualitätssiegel wird derzeit diskutiert (vgl. Brot für die Welt 2015), wobei dies „noch am Anfang“ steht (Interview IV). Einige Reiseveranstalter orientieren sich bei ihren Qualitätsstandards an denen von quifd 2015 (ebd.). Darüber hinaus sollte jedoch bei der Entwicklung eines Qualitätssiegels und politischen Entscheidungen, auch als Reaktion auf die Kritik der Medienberichte, verstärkt auf die Situation in den Zielländern geachtet werden: „Kinderschutzgesetze, die in Deutschland und der Schweiz gelten, müssen an die Voluntourismus-Angebote angelegt werden [...] da ist ein harter Regulierungsrahmen nötig“ (Plüss in Brot für die Welt 2015). Um diese Ziele umzusetzen und der Stigmatisierung entgegenzuwirken, wäre es daher

möglicherweise sinnvoll, sich auch am Schweizer Dachverband „Intermundo“ zu orientieren, da bei diesem den Auswirkungen auf die Zielregion ein vergleichsweise hoher Wert beigemessen wird (vgl. Intermundo 2013b).

### Aufklärung potentieller Volunteers

Freiwillige sind bei der Auswahl eines Projektes selbst dafür mitverantwortlich, ob sie sich für einen seriösen Anbieter entscheiden (vgl. Schluzy 2011, 89). Solange Touristen bspw. in Kambodscha die Angebote der Tuk Tuk-Fahrer annehmen, werden sie diese Möglichkeiten vermutlich auch weiterhin im Programm haben.

Möglichkeiten zur Aufklärung sind einerseits die Entsendeorganisationen selbst, die sich von unseriösen Anbietern distanzieren können, andererseits aber auch Organisationen wie das Auswärtige Amt oder Reiseführer, die auf Problemfälle hinweisen können. Die befragten Entsendeorganisationen sind sich den Problemen einer mangelnden Aufklärung der Teilnehmenden bewusst, weshalb z. B. auf der Homepage von „Praktikawelten“ ein „Code of Conduct“ präsentiert wird, der auf diese Erwartungen hinweist. Ausführlichere und kritischere Informationen finden sich auf Informationsportalen oder Blogs, z. B. in Form eines „Freiwilligenarbeit-Guides“ (Möller 2015).

Das entscheidende Problem ist laut Seidel, dem Betreiber eines Informationsportals, allerdings, dass die Freiwilligen selbst zu wenig recherchieren (vgl. Brot für die Welt 2015). Auch Miedema fordert in derselben Podiumsdiskussion „consumers need to ask the good questions“ (ebd.). Über die möglichen negativen Auswirkungen der Freiwilligenarbeit werden derzeit also nur Freiwillige aufgeklärt, die von sich aus recherchieren oder ihre Reise bei einer seriösen Organisation planen. Daher wäre eine Aufklärung auch in anderen Bereichen des Tourismus sinnvoll. Das Auswärtige Amt bspw. gibt in Bezug auf Kambodscha Hinweise wie „Traditionen und buddhistische Werte sind lebendig, darauf sollte bei Reisen Rücksicht genommen werden“ (Auswärtiges Amt 2015). Auf die Ausbeutung von Kindern, die nicht nur im Zusammenhang mit Volunteering stattfindet, wird jedoch nicht hingewiesen.

Einige Kambodscha-Reiseführer geben Hinweise auf unseriöse Volunteering-Organisationen und Waisenhausbesuche (z. B. Mayer & Ray 2014; Palmer & Martin 2015; Miethig 2013). Für differenzierte Informationen gibt es spezielle Reiseführer (z. B. Hindle et al. 2013), welche dann aber nicht jene Freiwillige ansprechen dürften, die von sich aus zu wenig recherchieren. Auch Online-Reiseführer beinhalten kritische Artikel zur Thematik (z. B. Tripadvisor LLC 2015).

Der Umfang an Informationen ist offensichtlich nicht zu bemängeln, jedoch müssten Möglichkeiten gefunden werden, auch die Touristen zu informieren, die von sich aus keine Recherchen betreiben, damit diese von spontaner Freiwilligenarbeit oder Waisenhausbesuchen absehen und sich auch bei im Voraus gebuchten Projekten entsprechend informieren. Denkbar wären neben Hinweisen beim

Auswärtigen Amt auch Plakate oder Informationsblätter an Flughäfen und Beherbergungsbetrieben (in Regionen, wo besonders kritische Fälle auftreten), gesetzliche Vorschriften für Vertreter des gewerblichen Personennahverkehrs oder Hinweise auch von den Reiseveranstaltern, die selbst keine Freiwilligenarbeit anbieten.

## **Ausblick auf weitere Forschungen**

Vor dem Hintergrund der vorgestellten Untersuchungsergebnisse sollen abschließend zwei konkrete Ansatzpunkte für weiterführende Forschungen im Themenfeld aufgezeigt werden:

### **Bewusstsein der Freiwilligen**

In einer quantitativen Folgestudie könnten Freiwillige direkt befragt werden, inwiefern sie sich vor ihrer Reise informiert haben, welche Informationsquellen genutzt wurden und ob ihre Erwartungen erfüllt wurden. Wichtig wäre dabei herauszufinden, ob sich die Freiwilligen über die Auswirkungen ihrer Tätigkeit bewusst sind. Beispielsweise auch unter der Fragestellung, ob ihre Aufgabe besser von lokalen Angestellten ausgeführt werden könnte oder ob es Grund zur Annahme gibt, dass Freiwillige aus dem globalen Norden besser dafür geeignet sind. Weiterhin könnte in diesem Zusammenhang untersucht werden, ob die Freiwilligen wissen, welche Vorteile (finanzielle oder projektbezogene) für die Einsatzstelle von Bedeutung sind.

### **Transparenz und Imagearbeit von Veranstaltern**

Auch wenn in der Bachelorarbeit die grundlegende Arbeitsweise und Kooperation zwischen den Organisationen beschrieben wurde, ist die Angebotsstruktur immer noch sehr unübersichtlich. In einer systematischeren Angebotsanalyse könnte untersucht werden, wie die Anbieter zu den Kosten ihrer Programme Stellung nehmen, welches Bild sie von sich als Organisation und den jeweiligen Zielländern vermitteln und welche Erwartungen sie an die Freiwilligen stellen.

Hierfür müssten allerdings im Vorfeld der Analyse Operatoren festgelegt werden, anhand derer die Projektdarstellungen untersucht werden können. Diese könnten die Genauigkeit der Teilnehmerbeiträge, die tatsächliche Individualität des Buchungs-/Bewerbungsvorgangs oder eine Stichwortanalyse von Werbeartikeln beinhalten. Bei der Analyse von Werbeartikeln könnte auch untersucht werden, wie umfangreich die Informationen zum Sinn und Zweck der Projekte sind und ob die Frage, warum gerade ein Freiwilliger aus dem globalen Norden dabei eine Hilfe sein kann (vgl. Vradi 2012, 89), beantwortet wird.

## Literatur und Quellen

### Bachelorarbeit

Michaelis, T. (2015): Das Phänomen Volunteering aus Sicht der Entsende- und Empfängerorganisationen – eine explorative Untersuchung. Bachelorarbeit, Georg-August-Universität Göttingen.

### Literatur

- American Institute for Foreign Study (AIFS Deutschland) GmbH (2015): Warum Freiwilligenarbeit? Sei mehr als ein Tourist. Online unter: <http://www.aifs.de/freiwilligenprojekte/warum-freiwilligenarbeit.html> (abgerufen am 18.09.2015).
- Auswärtiges Amt (2015): Kambodscha: Reise- und Sicherheitshinweise. Online unter: [http://www.auswaertiges-amt.de/sid\\_007EE8345DB4980684D18FFFCFEDB781/DE/Laenderinformationen/00-SiHi/KambodschaSicherheit.html?nn=391380#doc391312bodyText3](http://www.auswaertiges-amt.de/sid_007EE8345DB4980684D18FFFCFEDB781/DE/Laenderinformationen/00-SiHi/KambodschaSicherheit.html?nn=391380#doc391312bodyText3) (abgerufen am 14.09.2015).
- Baran, M. (2013): Rethinking Voluntourism: Travel Weekly. Online unter: <http://www.travelweekly.com/Travel-News/Tour-Operators/Rethinking-voluntourism/> (abgerufen am 21.07.2015).
- Brot für die Welt (2015): Vom Freiwilligendienst zum Voluntourismus – Podiumsdiskussion ITB 2015. Online unter: <http://www.fairunterwegs.org/news-medien/im-fokus/voluntourismus/?gclid=CIrvybWU-8cCFeLUcgodGdEE8Q> (abgerufen am 16.09.2015).
- Brot für die Welt, Arbeitskreis Tourismus & Entwicklung, ECPAT Deutschland e. V. (2015): Vom Freiwilligendienst zum Voluntourismus. Herausforderungen für die verantwortungsvolle Gestaltung eines wachsenden Reisetrends. Spree Druck, Berlin.
- Calabash Tours (2015): Individual Volunteers. Online unter: <http://www.calabashtours.co.za/individual-volunteers/> (abgerufen am 30.08.2015).
- Engagement Global (2013): weltwärts-Organisation werden. Kriterien für die Anerkennung als Entsende- oder Aufnahmeorganisation. Online unter: <http://www.weltwaerts.de/de/weltwaerts-organisation-werden.html> (abgerufen am 21.07.2015).

- Engagement Global gGmbH (2014): Der entwicklungspolitische Freiwilligendienst "weltwärts": Von der Evaluierung zum Gemeinschaftswerk. Studien und Ergebnisse des Follow-up-Prozesses. Kölner Wissenschaftsverlag, Köln.
- Guttentag, D. A. (2009): The Possible Negative Impacts of Volunteer Tourism. In: *International Journal of Tourism Research* 11, Heft 6, S. 537–551.
- Hartley, M. & C. Walker (2013): Cambodia's Booming New Industry: Orphanage Tourism. Online unter: <http://www.forbes.com/sites/morganhartley/2013/05/24/cambodias-booming-new-industry-orphanage-tourism/> (abgerufen am 30.12.2015)
- Hindle, C., Collinson, R., Richard, M., Miller, K., Wintle, S. & N. Cavalieri (2013): *Volunteer. A traveller's guide to making a difference around the world.* Lonely Planet, Footscray, Vic.
- Horst, D. W. & P. Albrecht (2015): Vorsicht, Greenwashing: Konsumenten blicken hinter die grüne Fassade. Online unter: <http://www.pwc.de/de/nachhaltigkeit/vorsicht-greenwashing-konsumenten-blicken-hinter-die-gruene-fassade.html> (abgerufen am 18.09.2015).
- Intermundo (2013a): Statuten. Bern. Online unter: <http://www.intermundo.ch/de/infothek/> (abgerufen am 18.09.2015).
- Intermundo (2013b): Volontourismus: die gute Absicht allein reicht nicht. Bern. Online unter: <http://www.intermundo.ch/de/infothek/> (abgerufen am 18.09.2015).
- International Volunteers Network (2015): About International Volunteers Network. Make a difference, Volunteer Abroad while on safari holiday in Africa! Online unter: <http://www.ivnuganda.net/ivn-background> (abgerufen am 30.08.2015).
- InterSwop Auslandsaufenthalte Sprach- und Bildungsreisen GmbH (2015): InterSwop Auslandsaufenthalte. Online unter: <http://www.interswop.de/> (abgerufen am 18.09.2015).
- Jonsson, C. (2012): *Volontärerna: Internationellt Hjälparbete Från Missionsarbete Till Volontärresebyråer (The Volunteers: from Missionary Organizations to Volunteer Travel Agencies).* Dissertation, Linnaeus University.
- Klitzing, K. V. (2009): *Reaktive Bindungsstörungen.* Springer-Medizin-Verlag, Berlin.
- Mayer, S. & N. Ray (2014): *Kambodscha. 3. Auflage.* Lonely Planet Deutschland, Ostfildern.

- Mayring, P. (2010): *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. 11. Auflage. Beltz, Weinheim.
- Michelsen, G. (2006): Von der Umweltbildung zur Bildung für eine nachhaltige Entwicklung: Historische Entwicklung, Inhalte und Selbstverständnis. In: Hiller, B. & M. Lange (Hrsg.): *Bildung für nachhaltige Entwicklung – Perspektiven für die Umweltbildung*. Zentrum für Umweltforschung, Münster, S. 18–29.
- Miedema, P. (2010): Reflections on Volontourism. A presentation by Paul Miedema to SAYTC (the South African Youth Travel Confederation; formerly BSA – Backpacking South Africa). o. O. Online unter: <http://www.thisourismweek.co.za/newsletters/reflections-on-volontourism/> (abgerufen am 03.01.2016).
- Miethig, M. (2013): *Kambodscha. Wo die Nagaschlange das Weltmeer quirlt: Antworten finden im göttlichen Angkor Wat; Paradies mitten im Mekong; Homestay auf der Insel Koh Trong; Reisen mit Insider-Tipps*. MairDumont, Ostfildern.
- Möller, F. (2015): *Wegweiser rund um Freiwilligenarbeit & Freiwilligendienste*. Online unter: <http://www.freiwilligenarbeit.de/freiwilligendienst-freiwilligenarbeit.html> (abgerufen am 15.09.2015).
- Office of Child Development (2007): *Indiscriminate Friendliness*. University of Pittsburgh.
- Palmer, B. & S. Martin (2015): *Stefan Loose Travel Handbuch Kambodscha. Mit Reiseatlas*. Ostfildern.
- Praktikawelten GmbH (2015): *Freiwilligenarbeit 2015: Weltweit Freiwilligendienst*. Online unter: <http://www.praktikawelten.de/freiwilligenarbeit.html> (abgerufen am 30.08.2015).
- Quifd – Agentur für Qualität in Freiwilligendiensten (2014): *Zertifizierungsverfahren*. Online unter: [http://www.quifd.de/126\\_Zertifizierungsverfahren.htm](http://www.quifd.de/126_Zertifizierungsverfahren.htm) (abgerufen am 02.09.2015).
- Raymond, E. (2008): 'Make a Difference!': The Role of Sending Organizations in Volunteer Tourism. In: Lyons, K. D. & S. Wearing (Hrsg.): *Journeys of Discovery in Volunteer Tourism. International Case Study Perspectives*. Biddles Ltd, King's Lynn. Wallingford, UK, Cambridge, MA, S. 49–60.
- Schluzy, K. (2011): *Volunteer Tourism. The Field for Product Innovations and a Platform for new Alliances for Sustainable Development in Tourism*. Masterarbeit, Fachhochschule Eberswalde. Hamburg.
- Schmude, J. & P. Namberger (2010): *Tourismusgeographie*. Wissenschaftliche Buchgesellschaft. Darmstadt.

- Seidel, F. (2015): Nepal: Freiwillige dürfen nicht Kinderhändlern in die Hände spielen. Online unter: <http://www.wegweiser-freiwilligenarbeit.com/freiwilligenarbeit-mit-waisen/nepal-gefahr-durch-waisenhaeuser/> (abgerufen am 30.12.2015).
- Siem Reap Hostel, The (2014): Thinking of Volunteering? Online unter: <http://www.thesiemreaphostel.com/blog/thinking-of-volunteering> (abgerufen am 30.12.2015).
- Simpson, K. (2004): 'Doing Development': The Gap Year, Volunteer-Tourists and a Popular Practice of Development. In: *Journal of International Development* 16, Heft 5, S. 681–692.
- Smith, V. L. & X. Font (2014): Volunteer tourism, greenwashing and understanding responsible marketing using market signalling theory. In: *Journal of Sustainable Tourism* 22, Heft 6, S. 942–963.
- STA Travel GmbH (2015a): Freiwilligenarbeit. Die Welt entdecken und Gutes tun! Online unter: <http://www.statravel.de/freiwilligenarbeit.htm> (abgerufen am 03.01.2016).
- STA Travel GmbH (2015b): Freiwilligenarbeit. Fragen & Antworten. Online unter: <http://www.statravel.de/freiwilligenarbeit-fragen-und-antworten.htm> (abgerufen am 30.08.2015).
- Stemmer, P. (2009): Freiwilligendienste in Deutschland. Eine Expertise zur aktuellen Landschaft der Inlands- und Auslandsfreiwilligendienste in Deutschland. Freiburg. Online unter: [https://www.wzb.eu/sites/default/files/u13/expertise\\_stemmer-zze.pdf](https://www.wzb.eu/sites/default/files/u13/expertise_stemmer-zze.pdf) (abgerufen am 03.01.2016).
- Stepin GmbH (2014a): Freiwilligenarbeit in Bali (Indonesien). Online unter: <https://www.stepin.de/freiwilligenarbeit-bali-indonesien/> (abgerufen am 27.07.2015).
- Stepin GmbH (2014b): Freiwilligenarbeit: Urlaub abseits der Masse. Helfen, wertvolle Erfahrungen sammeln & Horizont erweitern. Online unter: <https://www.stepin.de/freiwilligenarbeit/> (abgerufen am 18.09.2015).
- Tissler, R. (2015): Ratgeber Freiwilligenarbeit. Online unter: <http://www.auslandslust.de/freiwilligenarbeit/ratgeber> (abgerufen am 30.12.2015).
- Tomazos, K. (2012): Volunteer Tourism: At the Crossroads of Commercialization and Service? In: *Current Issues in Tourism* 15, Heft 5, S. 405–432.

- Tripadvisor LLC (2015): Siem Reap: Before you Volunteer at an Orphanage. Online unter: <http://www.tripadvisor.com/Travel-g297390-c143217/Siem-Reap:Cambodia:Before.You.Volunteer.At.An.Orphanage.html> (abgerufen am 15.09.2015).
- United Nations Children's Fund (UNICEF; 2011): A Study of Attitudes towards Residential Care in Cambodia. Phnom Penh.
- Vökl, H. (2012): Developing an Understanding of the Experience of Children With International Short-Term Volunteer Tourists – a Case Study in an Orphanage Project in Ghana. Masterarbeit, Brunel University.
- VoluNation UG (2015): Freiwilligenarbeit im Ausland. Online unter: <http://www.volunation.com/freiwilligenarbeit/> (abgerufen am 18.09.2015).
- Vrasti, W. (2012): Volunteer tourism in the global South. The self as enterprise. Routledge, London.
- WYSE Work and Volunteer Abroad (2015): Membership. Online unter: <http://www.wyseworkandvolunteer.org/membership/> (abgerufen am 01.09.2015).
- Zweites Deutsches Fernsehen (2014): ZDFzoom: Das Geschäft mit dem Mitleid – die dunkle Seite der Freiwilligenarbeit.

## Interviews

- Interview I: Telefoninterview mit Christian Rhode, Redaktionsleitung des Portals [freiwilligenarbeit.de](http://freiwilligenarbeit.de), geführt vom Verfasser. Göttingen, 27.07.2015.
- Interview II: Telefoninterview mit einer Referentin des entwicklungspolitischen Freiwilligenprogramms von Brot für die Welt/ Evangelischer Entwicklungsdienst, geführt vom Verfasser. Göttingen, 10.08.2015.
- Interview III: Telefoninterview mit Alexes Flevotomas, Regionalreferent Asien beim ICJA Freiwilligenaustausch, geführt vom Verfasser. Göttingen, 18.08.2015.
- Interview IV: Telefoninterview mit Dr. Kristin Reichel, Bildungsreferentin und Zertifizierungsmanagerin bei der Organisation quifd, geführt vom Verfasser. Göttingen, 02.09.2015.
- Interview V: E-Mail-Interview mit Tanja Schmidt, Acting Deputy Program Manager Work and Travel, geführt vom Verfasser. Göttingen, 11.08.2015.
- Interview VI: E-Mail-Interview mit Sandra Geisler, Quality Manager bei praktikawelten, geführt vom Verfasser. Göttingen, 19. & 21.08.2015.

- Interview VII: E-Mail-Interview mit Kristi Berghäuser, Teamleiterin Freiwilligendienste Sending bei AFS Interkulturelle Begegnungen e. V., geführt vom Verfasser. Göttingen, 02.09.2015.
- Interview VIII: E-Mail-Interview mit Lydia Kilindo, Projektleiterin im Umoja Training Center, geführt vom Verfasser. Göttingen, 29.06. & 15.09.2015.
- Interview IX: E-Mail-Interview mit Jean Claude Tsafack, Projektmanager bei Pro Climate International, geführt vom Verfasser. Göttingen, 11.09.2015.
- Interview X: E-Mail-Stellungnahme von Tizia Basener, Leitung des Nyumbani Hostels in Arusha, gesendet an Verfasser. Göttingen, 20.05.2015.
- Interview XI: Beantwortung des Fragenkatalogs durch die Organisation World Unite!, gesendet an Verfasser. Göttingen, 23.08.2015.

**Volunteer Tourism auf dem deutschen  
Tourismusmarkt:  
Eine Anbieteranalyse**

Corinna Nolte

## Abstract

Volunteer Tourism combining constructive meaningful work and individual holiday experiences has been enjoying great popularity over the past couple of years. Recently, a growing number of commercial entities began implementing volunteering into their economic principle-driven product portfolios. The dynamic development of the German for-profit market for Volunteer Tourism sparked controversies especially in public spheres. Existing research deficits were used as a catalyst in order to study more closely the market for Volunteer Tourism in Germany. During the course of a market analysis basic structures [competitors  $n = 8$ ] and commercial products [offers  $n = 594$ ] were revealed. Additionally, six expert interviews with actors of this niche market were conducted, which revealed challenges, perspectives and the significance of this for-profit market. Volunteer Tourism incorporates the travel requirements of the generation Y basing its concept on individuality and flexibility. The main challenges lie in aspects of quality control and the marketing of volunteering as a product itself. This, at times, can project problematic expectations of the volunteers. The responsible development of the market is influenced by the competitiveness of the suppliers' products, the need to fulfil the expectations of the consumers, and the overall need for externally initiated regulation of the market as a whole.

## Einleitung

Die internationale Tourismusbranche gilt als eine der am schnellsten wachsenden Wirtschaftszweige weltweit. Mit der quantitativen Zunahme geht auch eine qualitative Differenzierung der Reiseerscheinungen einher. Dies betrifft zum einen die Profilierung einzelner Destinationen, zum anderen die Intention und Art des Reisens per se. Als eine besondere Form des Reisens präsentiert sich die Kombination von Urlaub mit Freiwilligenarbeit, die sich wachsender Popularität erfreut. Der als Volunteer Tourism bezeichnete Nischenmarkt stellt einen der größten Wachstumsmärkte im Tourismus dar (vgl. Callanan & Thomas 2005). Er wird definiert über die Kombination von Urlaubserfahrungen mit ehrenamtlicher Arbeit in zumeist sozial benachteiligten Bevölkerungsgruppen oder schützenswerten, ökologischen Räumen (vgl. Wearing 2001, 1). Im Fokus steht die lokale Interaktion mit Einheimischen und anderen Freiwilligen im Spannungsfeld nachhaltiger Entwicklung von Ökosystemen und Gesellschaft. Volunteer Tourism positioniert sich dabei als nachhaltige, gleichberechtigte Form des Reisens, in der positive Wechselwirkungen, sowohl für die Freiwilligen als auch für die ansässige Gemeinschaft, generiert werden sollen. Als ökologischer und sozialer Tourismus mit individueller Ausprägung und lokaler Verortung fungiert Volunteer Tourism als Alternative zu den konventionellen Tourismusangeboten.

Seit Beginn des 21. Jahrhunderts verzeichnet der Nischenmarkt in quantitativer und qualitativer Hinsicht eine hohe Dynamik. Neben einer stetigen Zunahme an

international agierenden Volunteers erfährt das Volunteering eine verstärkte touristische Ausrichtung. Freiwilligeneinsätze werden heute professionell als buchbare touristische Angebote ausgestaltet und spiegeln einen dynamischen Trend wider: Die Kommerzialisierung und Touristifizierung des Volunteering unter dem Deckmantel des Volunteer Tourism. Immer mehr Reiseanbieter und marktwirtschaftlich orientierte Organisationen bemühen sich „um die Integration von ‚volunteer experiences‘ in ihre Angebotspalette“ (Müller & Reeh 2012, 19) und versuchen den Bedürfnissen einer neuen Reisegeneration Rechnung zu tragen. Gleichzeitig drängen ausländische Anbieter auf den deutschen Markt, um von dem wachsenden Interesse am Volunteering zu profitieren.

Der Volunteer Tourism lässt sich als Abbild einer rastlosen Gesellschaft verstehen, die den homogenen Strukturen klassischer Angebote des Massentourismus zu entfliehen versucht (vgl. Callanan & Thomas 2005, 183). Volunteer Touristen distanzieren sich als Konsumenten bewusst von der breiten Masse der Gesellschaft und sind auf der Suche nach intensiven und individuellen Erlebnissen. Freiwilligenarbeit als Reiseerlebnis hat sich in diesem Kontext nie größerer Beliebtheit erfreut (vgl. Rochester et al. 2012, 1). Mit Slogans wie „Helfen im Paradies“ (Stepin GmbH 2015, 68) werden seitens kommerzieller Anbieter aber auch Kontroversen aufgespannt, die zu einer kritischen Betrachtung des Volunteer Tourism-Marktes führen.

## Forschungsstand

Das Konzept Volunteer Tourism galt noch zu Beginn des 21. Jahrhunderts als wenig betrachtetes Thema der Tourismusforschung. Noch 2004 stellten Stoddart & Rogerson (2004, 311) fest: „Volunteer tourism is one of the most undeveloped themes in the scholarship on alternative tourism“. Die Expansion des Phänomens im internationalen Reiseverkehr hat zu einer verstärkten Auseinandersetzung mit den Charakteristika dieser jungen Tourismusform geführt. Die bestehende Forschung hat hierbei die wesentlichen Grundlagen gelegt, das noch sehr junge Phänomen Volunteer Tourism zu beleuchten, wobei sich Wearing (2001, 1) als erster um eine definitorische Abgrenzung bemühte: „The generic term ‚Volunteer Tourism‘ applies to those tourists who, for various reasons, volunteer in an organized way to undertake holidays that might involve aiding or alleviating the material poverty of some groups in society, the restoration of certain environments or research into aspects of society or environment.“ Nach McGehee und Santos (2005, 760) nutzen Volunteer Touristen „discretionary time and income to go out of the regular sphere of activity to assist others in need“. Die arbeitsfreie Zeit soll in diesem Kontext sinnfüllend gestaltet werden und Raum für andersartige, qualitative und gewinnbringende Erfahrungen in einem fremden Land oder einer fremden Kultur bereitstellen. Eingebettet sind diese Erfahrungen in einen charakteristischen Rahmen aus kleinmaßstäblichen

Initiativen, traditionellen Unterkünften und die Beteiligung der lokalen Gemeinschaft in den Projekten (vgl. ebd., 764).

Konzeptionell lässt sich Volunteer Tourism als eine Kombination von Elementen des Tourismus-Systems und Elementen des traditionellen Volunteering auffassen (vgl. Müller & Reeh 2010, 32; Abb. 1). Die Gewichtung von Volunteering und touristischen Aktivitäten an der Destination variiert je nach konzeptueller Auslegung des Aufenthalts durch den Reisenden: Gleich einem „Sandwich“ können Reiseerfahrungen und Freiwilligen-Erlebnisse beliebig miteinander kombiniert werden (vgl. Hindle 2007a, 17).

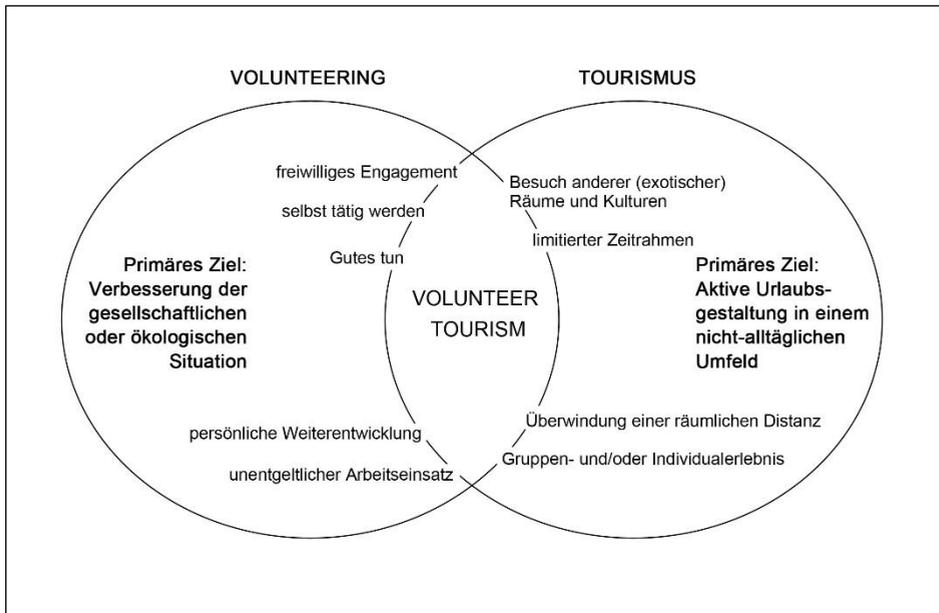


Abb. 1: Volunteering- und Tourismus-Elemente im Volunteer Tourism (Quelle: Müller & Reeh 2010, 32)

Die Einsatzbereiche der Freiwilligen weisen nach Wearing (2002, 241) ein breites Spektrum auf: „Activities vary across many areas, and include scientific research (wildlife, land and water), conservation projects, medical assistance, economic and social development (including agriculture, construction and education), and cultural restoration“. Ein geringerer Professionalisierungsgrad innerhalb der Aufgabenbereiche und der höhere Exotikfaktor sind ursächlich dafür, dass kurze Freiwilligeneinsätze verstärkt im Bereich von „conservation and wildlife“ stattfinden (vgl. Hindle 2007b, 31). Zielgebiete sind schwerpunktmäßig die sogenannten Länder des Globalen Südens, in denen Freiwillige an lokalen oder von internationalen Nicht-Regierungsorganisationen (NGO) etablierten Hilfsprojekten partizipieren (vgl. TRAM 2008). Die Zielgruppe lässt sich nach Vrasti (2013, 2) als „Middle-class young adults from Western countries“

zusammenfassen, die mit einem durchschnittlich hohen Bildungsniveau Auslandsaufenthalte im Sinne des „Gap Years“ als Zeitraum der beruflichen wie persönlichen Neuausrichtung nutzen (vgl. Bussell & Forbes 2001, 248; WYSE Travel Confederation 2007; Rochester et al. 2012, 110).

Die Volunteers eint die Motivation, am Leben einer Gemeinschaft zu partizipieren und dieser etwas zurück geben zu wollen (vgl. Rostker 2006). Neben diesen rein altruistischen Motiven stellt der Volunteer Tourism Raum zur Selbstfindung und persönlichen Entwicklung bereit und ist hinsichtlich der Bedürfnisstrukturen somit auf den höheren Stufen der an Maslow orientierten „leisure ladder“ (Pearce 1993) zu verorten. Spracherwerb, interkulturelle Erfahrungen und der Erwerb neuer Qualifikationen werden als „springboard“ (Tomazos & Butler 2012, 179) für den beruflichen Werdegang interpretiert und durch den Aufbau sozialer Netzwerke ergänzt (vgl. McGehee & Santos 2005). Auf touristischer Ebene stellt das Naturerleben gepaart mit Kontakten zur einheimischen Bevölkerung den größtmöglichen Raum für besondere Erlebnisse und die Suche nach „otherness“ (Pearce & Coghlan 2008, 132) bereit. Das Streben nach individuellen und die Wahrnehmung verändernden Urlaubserfahrungen wird zum Leitbild der Generation Y (Geburtsjahrgänge nach 1980) und entspricht mit der emotionalen Inszenierung von Erlebnissen, der Transformation zur Sinn-gesellschaft und dem Auftreten des aktiven Touristen grundlegenden Reisetrends des deutschen Tourismusmarktes (vgl. Romeiß-Stracke 2003; Pearce 2005; Weiermeier 2006; Rudolphi 2012; Kirig & Eckes 2014). Diese als „neoliberal subjects“ bezeichnete Zielgruppe prägt durch ihren Lebensstil den Nischenmarkt des Volunteer Tourism wesentlich: „It is a subject expected to make a difference while also making a profit of it“ (Vrasti 2012, 132).

## Fallstudie

### Volunteer Tourism auf dem deutschen Tourismusmarkt

Im weltweiten Vergleich befindet sich der deutsche Reisemarkt für internationales Volunteering auf einer jungen sowie anhaltend dynamischen Entwicklungsstufe. Anbieter sind lokale und international agierende NGOs, lokale Reiseveranstalter und Vermittlungspersonen, staatlich geförderte Freiwilligenorganisationen und internationale Tourismusunternehmen – die Diversität des Marktes macht sowohl eine klare Abgrenzung der Volunteer-Aktivitäten schwierig als auch eine damit zusammenhängende, genaue Erfassung des Wachstums und aktueller Ausreisezahlen. Die gegenwärtigen Entwicklungen haben dabei eine Abgrenzung zwischen langangelegten Aufenthalten („Long-Term-Volunteering“) und den verstärkt kommerziell ausgelegten Aufenthalten Freiwilliger in Projekten („Short-Term-Volunteering“) nötig gemacht. Letztere grenzen sich vor allem durch die finanziellen Aufwandsentschädigungen und Wahlmöglichkeiten gegenüber

staatlich geförderten Anbietern wie *weltwärts* und *kulturweit* ab und entsprechen im Wesentlichen dem definitorischen Kern des Volunteer Tourism (vgl. Wearing 2002, 241; Hindle 2007b, 29 f.; Clemmons 2012). Im Rahmen von flexibleren und kürzeren Reisezeiträumen wurde Volunteering als touristisches Angebot einer breiteren Masse zugeführt. Für den deutschen Reisemarkt liegen für das Jahr 2011 Schätzungen von 10.000 bis 20.000 Volunteer Touristen vor (vgl. Tourism Watch 2015, 6). Diese würden die Zahl von 6.739 mit staatlich geregelten Freiwilligendiensten ausgereisten Freiwilligen deutlich übersteigen und repräsentieren die zunehmende Orientierung an erlebnisreichen und kurzfristigen Freiwilligenaufenthalten kommerzieller Anbieter (vgl. Evans & Saxton 2005, 41).

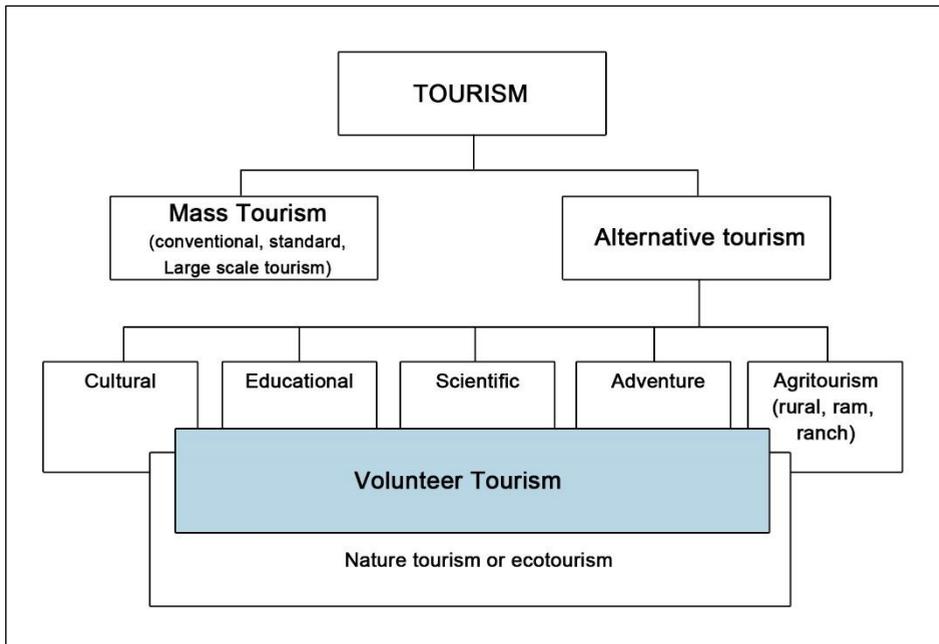


Abb. 2: Einordnung des Volunteer Tourism in den Tourismusmarkt (Quelle: Wearing 2001, 30)

Der dynamische und unübersichtliche Wachstumsmarkt ist schwer zu erfassen und durch die Transformation des Marktsegments hinsichtlich einer verstärkten Kommerzialisierung müssen bestehende Konzepte und Einordnungen in den Tourismusmarkt überdacht werden (Abb. 2). Analysen des touristischen Produkts Volunteer Tourism und zur Gestaltung des Nischenmarkts auf der Angebotsseite sind dabei nur sporadisch vorhanden (vgl. Callanan & Thomas 2005; Tomazos & Cooper 2012). Vor allem für den deutschen Markt fehlt es nach wie vor an Forschungen und Marktanalysen. Dabei ist eine Auseinandersetzung mit dem boomenden Segment unter der Prämisse, junge Reisende von heute bestimmen die Reisetrends von morgen, unabdingbar. Der Zulauf vor allem junger Reisender und die Positionierung entsprechender Anbieter (Praktikawelten, STA Travel) auf

dem Volunteer Tourism-Markt deuten auf einen zukunftsweisenden Reisetrend hin. Die im ursprünglichen Kontext kleinmaßstäblichen Programme werden nun durch professionelle Reiseanbieter und Organisationen kommerziell vermarktet und müssen marktwirtschaftlichen Prinzipien angepasst werden. Kontroverse Grundelemente wie Exotik und Urlaubserlebnisse einerseits und sinnstiftende Arbeit andererseits müssen in der Gestaltung der Produkte berücksichtigt werden. Individuelles Reisen steht einer gewinnbringenden Vermarktung gegenüber. Der vorliegende Beitrag knüpft an dem bestehenden Forschungsbedarf an und widmet sich dem Angebot des deutschen Volunteer Tourism-Marktes, seiner gegenwärtigen Angebotsstruktur und Bedeutung sowie seinen Perspektiven und Herausforderungen.

### Untersuchungsdesign

Für die vorliegende Studie wurde ein zweistufiges, ineinandergreifendes Untersuchungsdesign gewählt, das den Forschungsfragen in divergierenden Schwerpunkten Rechnung trägt (Abb. 3).

Fragestellung	Empirie																		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Angebotsstruktur</li> <li>• Einordnung Tourismusmarkt</li> </ul>	<p><b>Empirische Marktanalyse</b> (Qualitative Inhaltsanalyse)</p> <p>Anbieter n = 8 Angebote n = 594</p>																		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einordnung Tourismusmarkt</li> <li>• Herausforderungen und Perspektiven</li> <li>• Bedeutung heute und in Zukunft</li> </ul>	<p><b>Experteninterviews</b> (Leitfadengestützte Interviews)</p> <p>1) <i>Reiseunternehmen &amp; kommerzielle Anbieter</i></p> <table> <tr> <td>Exp1</td> <td>Anbieter1</td> <td>16.02.2016</td> </tr> <tr> <td>Exp2</td> <td>Anbieter2</td> <td>17.02.2016</td> </tr> <tr> <td>Exp3</td> <td>Anbieter3</td> <td>23.02.2016</td> </tr> <tr> <td>Exp4</td> <td>Anbieter4</td> <td>24.02.2016</td> </tr> </table> <p>2) <i>Informationsdienste &amp; -portale</i></p> <table> <tr> <td>Exp5</td> <td>Informationsdienst1</td> <td>18.02.2016</td> </tr> <tr> <td>Exp6</td> <td>Informationsdienst2</td> <td>03.03.2016</td> </tr> </table>	Exp1	Anbieter1	16.02.2016	Exp2	Anbieter2	17.02.2016	Exp3	Anbieter3	23.02.2016	Exp4	Anbieter4	24.02.2016	Exp5	Informationsdienst1	18.02.2016	Exp6	Informationsdienst2	03.03.2016
Exp1	Anbieter1	16.02.2016																	
Exp2	Anbieter2	17.02.2016																	
Exp3	Anbieter3	23.02.2016																	
Exp4	Anbieter4	24.02.2016																	
Exp5	Informationsdienst1	18.02.2016																	
Exp6	Informationsdienst2	03.03.2016																	

Abb. 3: Untersuchungsdesign (Quelle: Eigene Darstellung)

Im Rahmen einer qualitativen Marktanalyse wurden die Internetauftritte einzelner Tourismusunternehmen und das bestehende Angebot mit Hilfe eines Kategoriensystems analysiert, um wesentliche Strukturen und Charakteristika des deutschen Volunteer Tourism-Marktes zu identifizieren. Insgesamt acht Anbieter (n=8) und

549 Angebote ( $n=594$ ) wurden im Zeitraum vom 01.01.2016–16.01.2016 erfasst. Die Auswahl der zu untersuchenden Anbieter erfolgte über Präsenz und Angebotsdominanz auf dem Online-Markt. Dabei wurden nur jene Anbieter berücksichtigt, deren Angebot für den deutschen Markt konzipiert ist und die kommerziell orientiert arbeiten.

Anschließend wurden sechs Expertinnen und Experten ausgewählter (1) Volunteer Tourism-Unternehmen sowie (2) unabhängiger Informationsinstitutionen anhand von Leitfadeninterviews befragt. Für die Befragung zu Bedeutung, Herausforderungen und Perspektiven des kommerziellen Volunteer Tourism in Deutschland wurden Experten ausgewählt, die sich aus unterschiedlichen Blickwinkeln mit der Branche beschäftigen und Entwicklungsprozesse bereits über einen längeren Zeitraum beobachten. Die Face-to-Face- und Telefon-Interviews dauerten durchschnittlich 30 Minuten und wurden im Zeitraum vom 16.02.2016 bis 03.03.2016 in deutscher Sprache durchgeführt. Die Auswertung erfolgte auf Basis einer thematischen Kodierung.

## Marktanalyse

### Ergebnisdarstellung

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Anbieteranalyse anhand ausgewählter Kategorien dargestellt.

#### *Anbieter*

Der kommerzielle Volunteer Tourism-Markt in Deutschland spiegelt seitens der analysierten Anbieter ( $n=8$ ) Unterschiede im Selbstverständnis wider: Neben klassischen Reiseanbietern und Tourismusunternehmen positionieren sich auch kommerzielle Anbieter, die sich als Anbieter von Freiwilligenarbeit, nicht aber als touristisches Unternehmen verstehen. Das Selbstverständnis geht mit einem entsprechenden Spezialisierungsgrad auf Freiwilligenarbeit einher. Alle Unternehmen bieten in unterschiedlichem Maße neben Freiwilligenarbeit andere Produkte an, wobei bei allen eine Spezialisierung auf Bildungsreisen, Au-Pair, Work & Travel und die Fokussierung der Altersgruppe von 18–25 festzustellen ist. Es wird mit dem Angebot von Erlebnis- und Abenteuerreisen eine bewusste Abgrenzung zur konventionellen „Pauschalreise“ vorgenommen: „Du suchst Adventure abseits der üblichen Wege? Du möchtest keine Pauschalreise, sondern eine aufregende Tour der anderen Art durch Asien, Südamerika oder Australien erleben?“ (Genius Reisen GmbH/Academical Travels 2016a). Auffällig ist neben den herkömmlichen Kommunikationswegen eine verstärkte Präsenz auf Messen- und Hochschulinformationstagen sowie ein ausgeprägtes Alumni-Netzwerk und der Einsatz von Erfahrungsberichten ehemaliger Volunteers. Mittels einer Mitgliedschaft in übergeordneten Fachverbänden wie WYSE Work & Volunteer

Abroad verpflichtet sich der Großteil der Anbieter zur Einhaltung von vorgeschriebenen Gütekriterien.

### *Freiwilligenprojekte*

Die 594 untersuchten Freiwilligenprojekte (n=594) verteilen sich mit unterschiedlicher Gewichtung auf alle Kontinente, wobei der Schwerpunkt auf den sogenannten Ländern des Globalen Südens liegt. Insgesamt 35,9 Prozent der Angebote entfallen auf Afrika vor Asien (28,3 %), Südamerika (14,5 %) und Mittelamerika (10,8 %). Südafrika (14 % des Angebots) und Thailand (6,8 %) treten als Volunteer Tourism-Destinationen besonders hervor. Das Angebot ermöglicht die Partizipation in unterschiedlichen Projekten, Einrichtungen und Institutionen, wobei die Einsatzbereiche in Kinderprojekten (22,9 %), im Tierschutz (21,2 %) und in schulischen Einrichtungen (18,4 %) dominieren (Abb. 4; Tab. 1).

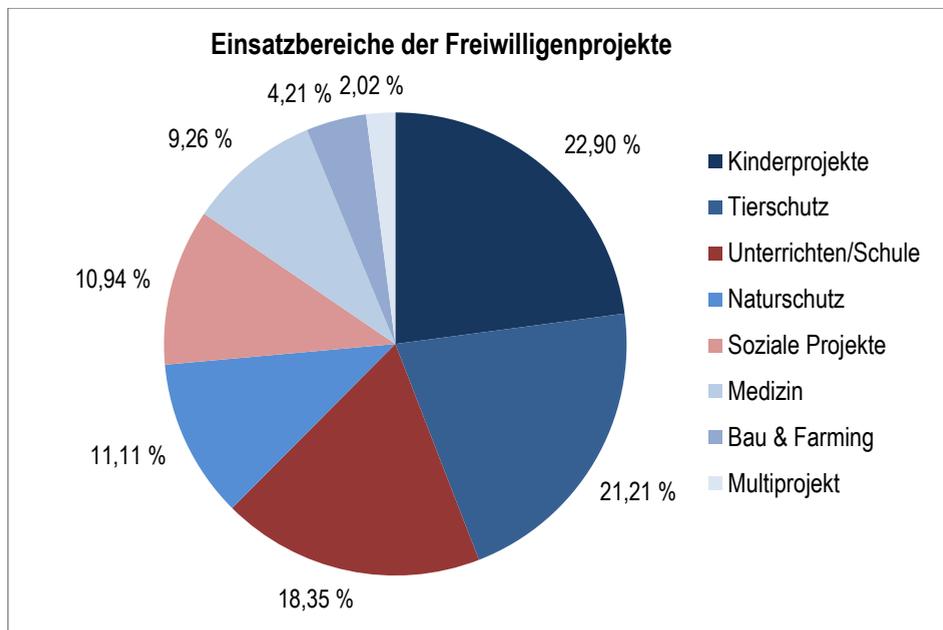


Abb. 4: Einsatzbereiche der Freiwilligenprojekte (Quelle: Eigene Erhebung; n=594)

Tab. 1: Klassifikation der Einsatzbereiche (Quelle: Eigene Darstellung)

<b>Einsatzbereich</b>	<b>Arbeitsplätze und Tätigkeitsfeld</b>
Unterrichten/Schule	Unterrichten, Unterrichtsassistenz, Nachhilfe, Hausaufgabenbetreuung
Soziale Projekte	Arbeit mit Erwachsenen: Altenheime, Frauenhäuser, Obdachlosenstätten, Behinderteneinrichtungen, Unterstützung öffentlicher Einrichtungen, Gemeindearbeit
Medizinische Projekte	Krankenhäuser & -stationen, Pflege, medizinische Assistenz, Therapiezentren, medizinische Aufklärung
Naturschutz	Aufpflanzen, Aufforsten, Erosionsschutz, Erhalt Korallenriffe, Müll sammeln, Lehrpfade anlegen, Forschungsarbeit, Erhalt und Schutz von Nationalparks, Meeresschutz, Aufklärungsprogramme
Tierschutz	Aufzucht-Stationen, Tierparks, Nationalparks, Auswilderung, Tierheime, Forschung
Kinderprojekte	Arbeit mit Kindern: Kindergarten, Kindertagesstätte, Sportprojekte, Street-Work, Musikprojekte, Kunst- & Kreativprojekte
Multiprojekt	Während des Freiwilligeneinsatzes werden mehrere Projekte besucht, bzw. die kurzfristige Wahl zwischen verschiedenen Projekten freigestellt
Bau & Farming	Handwerk, Bau, Feldarbeit, Aufklärungsprogramme in der Landwirtschaft

Die Marktanalyse legt weiterhin charakteristische Strukturen der Freiwilligenprojekte kommerzieller Angebote auf dem deutschen Markt offen:

- Die Aufenthaltsdauer der Projekte ist in der Regel frei wählbar.
- Die durchschnittliche Mindestaufenthaltszeit (Median = 2 Wochen) und die durchschnittlichen Maximalaufenthaltszeit (Median = 12 Wochen) fokussieren kurze Reisezeiträume.
- In den Einsatzbereichen Unterrichten (Median = 4 Wochen) und Medizin (Median = 3 Wochen) liegt die Mindestaufenthaltszeit im Schnitt höher.
- 35 Prozent der Projekte ermöglichen einen wöchentlichen und 37 Prozent einen flexiblen Programmstart.

### *Voraussetzungen*

Die kommerziellen Angebote unterliegen variierenden Voraussetzungen:

- Der Buchungsvorlauf vor der Ausreise beträgt zwischen 2 und 12 Wochen.
- Das Mindestalter liegt bei 51 Prozent der Angebote bei 18 Jahren. Rund ein Drittel der Projekte ermöglicht die Teilnahme ab 16 Jahren, wobei teilweise gesonderte Schüler-Programme konzipiert werden.
- Der Nachweis eines polizeilichen Führungszeugnisses ist bei 41 Prozent der Angebote erforderlich. Bei Kinderprojekten (63 %) und im Bereich Unterrichten (52 %) und Medizin (52 %) liegt der Anteil höher.

- Für 20 Prozent der Angebote werden Sprachkenntnisse verlangt, die über Grundkenntnisse in Englisch hinausgehen.
- Ein Motivationsschreiben und ein tabellarischer Lebenslauf sind bei 30 Prozent der Projekte im Rahmen der Buchung vorzulegen.
- Fachliche Vorqualifikationen (medizinische oder pädagogische Vorerfahrungen, Tauchschein etc.) werden in 5 Prozent der Angebote verlangt.
- Vorbereitungsseminare sind bei keinem Angebot verpflichtend. Rund 49 Prozent der Angebote stellen den kostenpflichtigen Besuch eines Seminars zur Option; für 51 Prozent der Angebote besteht die Option nicht.

### *Produktstruktur*

Das touristische Angebot Freiwilligenarbeit beinhaltet über den eigentlichen Projekteinsatz hinaus variierende Elemente und Leistungen, die im Produktpreis enthalten oder additiv buchbar sind: Oftmals in den Preis integriert sind eine Einführungsveranstaltung vor Ort (70 % der Angebote), eine vollständige (76 %) oder partielle (17 %) Verpflegung, die Transferleistungen zwischen Flughafen und Unterkunft (95 %) sowie die Unterbringung (100 %). Die Besonderheit im Aufenthalt in Freiwilligenprojekten liegt in den unkonventionellen Unterbringungsmöglichkeiten (Abb. 5). Präferiert werden Volunteerhäuser und Gastfamilien gegenüber konventionellen Unterbringungsmöglichkeiten in Hotels, Hostels und Lodges. Wesentlicher Unterschied zu konventionellen Reiseleistungen liegt in der Organisation des Fluges, der aus dem Angebotspreis bei dem Großteil der Projekte (85 %) exkludiert ist. Als additive Leistungen werden oftmals Sprachkurse, insbesondere im lateinamerikanischen Raum, oder touristische Elemente angeboten. Der Wochenpreis erstreckt sich in einer Spanne von 156,25 € bis 1532,5 €, wobei Verlängerungen additiv zu vergünstigten Preisen berechnet werden. Freiwilligenprojekte im Natur- und Tierschutz sind im Schnitt teurer als Projekte im medizinischen und sozialen Bereich.

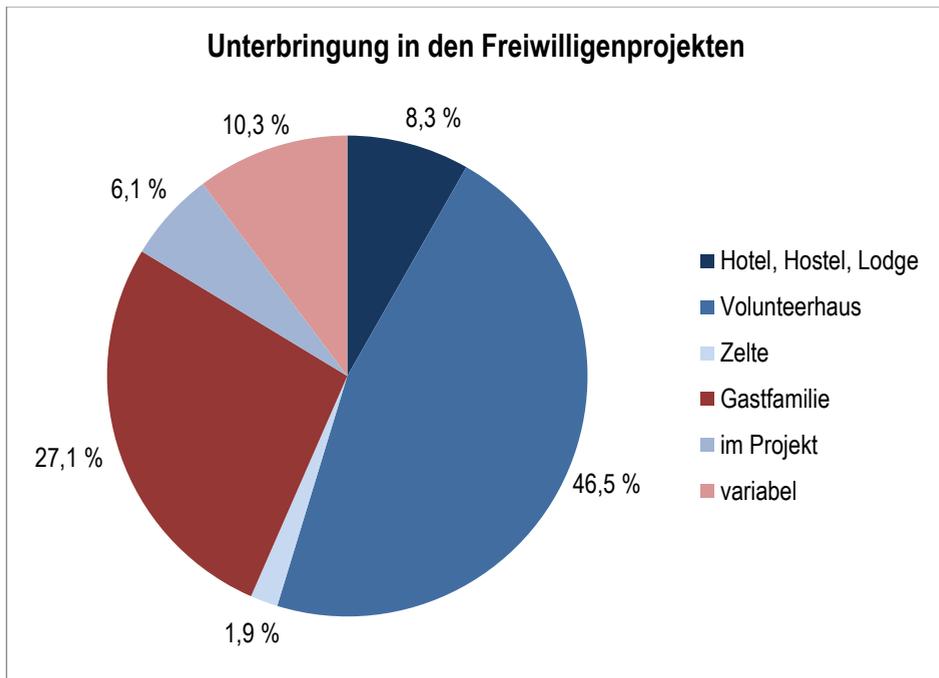


Abb. 5: Unterbringungsmöglichkeiten in den Freiwilligenprojekten (Quelle: Eigene Erhebung; n=594)

### *Marketing*

Auffällig ist zunächst, dass sich alle Marken mit Freiwilligenarbeit deutlich von Angeboten des Massen- und Pauschalismus distanzieren und den Wert der Reise damit zu erhöhen versuchen. Freiwilligenarbeit biete demnach für Interessierte die Möglichkeit, sich „abseits ausgetretener Touristenpfade“ (Stepin GmbH 2016) zu bewegen und „Massenabfertigung und Einheitsprogramm“ (Genius Reisen GmbH/Academical Travels 2016b) hinter sich zu lassen. Die Beweggründe für einen Freiwilligenaufenthalt werden von den Reiseanbietern auf drei Ebenen angesprochen: Altruistische Motive, besondere Urlaubserlebnisse sowie Selbsterleben und Erfahrungszuwachs. Im Kern gehe es bei einem Freiwilligeneinsatz zunächst darum, sich „in den Dienst einer guten Sache zu stellen“ (Stepin GmbH 2016) und somit altruistischen Bedürfnissen nachzukommen. Dabei wird die Bedeutsamkeit der zu leistenden Arbeit unterschiedlich stark gewichtet. Während in einigen Fällen der Wert der Arbeit auf moralischer Ebene geschätzt wird, in dem Freiwillige „Menschen vor Ort helfen“ (Genius Reisen GmbH/Academical Travels 2016b) und sich „für sozial schwächere Menschen, Tiere und Umwelt engagieren“ (Praktikawelten GmbH 2016), wird bei anderen Anbietern das Abhängigkeitsverhältnis der Einsatzländer gegenüber der Volunteers stärker betont: „Du arbeitest in Gemeinden und mit Menschen, die

dich wirklich brauchen“ (AIFS GmbH 2016). Neben dem Drang nach sinnstiftender Arbeit im Urlaub bedienen die Reiseanbieter die allgemeinen Bedürfnisse nach Abenteuer und Urlaubserlebnissen. Im Fokus liegt dabei die „Exotik“ der sogenannten Länder des Globalen Südens. Die entworfenen Bilder bedienen sich größtenteils exotischer Urlaubsinselfn, tropischen Regenwäldern, paradiesischen Stränden, wilder, unberührter Natur sowie einer farbenfrohen Kultur. Der Kontrast zur Lebenswelt der Freiwilligen wird damit größtmöglich aufgespannt und stellt das Gerüst dar, innerhalb dessen der dritte Beweggrund Freiwilliger angesprochen wird: Außergewöhnliche Erfahrungen und Selbsterleben.

### Ergebnisinterpretation

Die Angebotskonzeption des kommerziellen Volunteer Tourism präsentiert sich in hohem Maße mit Flexibilität, Individualität und geringem Vorbereitungsaufwand für die Teilnehmer und versucht auf diese Weise den Anforderungen des Marktes, in Abgrenzung zu den wesentlichen Charakteristika des Long-Term-Volunteering, Rechnung zu tragen. Die Projekte sind grundsätzlich für jeden zugänglich, nur in wenigen Fällen werden Sprachvoraussetzungen und fachliche Qualifikationen erfordert. Im Rahmen weniger Angebote werden Bewerbungsverfahren eingeleitet, die eine genauere Einsicht über Qualifikationen, Einstellungen und Biographie der Freiwilligen ermöglichen. Auch der Nachweis eines polizeilichen Führungszeugnisses ist nicht durchgehend verpflichtend, womit Gefährdungssituationen besonders in Projekten mit Kindern entstehen. Sehr kurze Buchungszeiträume und die hohe Angebotshäufigkeit ermöglichen eine spontane und flexible Reisegestaltung, wie sie in anderen Reisemärkten als Standard empfunden wird. Der Großteil der Angebote fokussiert einen Reisezeitraum von wenigen Wochen bis hin zu drei Monaten und passt sich somit längeren Urlaubsreisen, den Semesterferien und dem Überbrückungszeitraum zwischen Abitur und Studienbeginn an. Durch eine vollständige Organisation von Unterkunft, Transfer und Verpflegung bei einem Großteil der Anbieter sowie der Betreuung vor, während und nach der Reise werden Komfort und Sicherheit gewährleistet. Auf Standards, beispielsweise bei der Unterkunft, wird sofern gewünscht verzichtet, um im Sinne von „back-to-the-roots“ den Erfahrungs- und Erlebnisraum zu inszenieren.

In diesem strukturierten und organisierten Rahmen wird die Besonderheit des Produktes in den Fokus gestellt: Das soziale Engagement in einer exotischen Urlaubsdestination. Wenngleich touristische Aktivitäten bei weniger als der Hälfte der angebotenen Projekte integriert oder optional buchbar sind, erhält der touristische Rahmen im kommerziellen Volunteer Tourism doch eine besondere Bedeutung. Das flächendeckende Angebot vieler Projektbereiche weltweit ermöglicht bei der Wahl des Projekts eine Verlagerung der Einflussfaktoren: Nicht die Projektinhalte, sondern die subjektiv wahrgenommene Attraktivität einzelner Destinationen erfahren eine stärkere Berücksichtigung. Die dominierenden

Destinationen im kommerziellen Volunteer Tourism korrelieren mit der Nachfragestruktur, die auch außerhalb von Freiwilligenarbeit an die Zielländer herangetragen wird: Südafrika und Thailand, als führende Volunteer Tourism-Destinationen, finden sich ebenfalls unter den zehn beliebtesten Destinationen für deutsche Touristenankünfte in Ländern des Globalen Südens (vgl. Aderhold et al. 2013, 19). Dem im Allgemeinen wachsenden Interesse an Tourismus in den sogenannten Ländern des Globalen Südens und im Speziellen an bestimmten Zielländern wird im Volunteer Tourism somit Rechnung getragen. Südafrika und Thailand sind sowohl für Backpacking als auch konventionellen Tourismus gut ausgebaute und attraktive Reiseziele und weisen somit auf die starke Bedeutung der Destination selbst für den Nischenmarkt hin. Durch Tipps für die Freizeitgestaltung und die skizzierten Highlights eines Landes wird der Exotik- und Erlebnisinszenierung nachgekommen und Freiwilligenarbeit an eine breitere Masse herangetragen. Schließlich wird Volunteer Tourism nicht allein mit dem Slogan „Helfen“, sondern „Helfen im Paradies“ (Stepin GmbH 2015, 68) umworben, womit die angesprochene altruistische Motivation durch inszenierte Abenteuer- und Erlebnisfaktoren überlagert wird.

Hinsichtlich der buchbaren Projekte spiegelt das Angebot eine große Vielfalt wider. Die Angebotsverfügbarkeit zeugt von einem großen Interesse an Projekten aus dem Bereich „development“ und widerspricht damit der Annahme, dass kurzzeitige, flexible Aufenthalte eher in den Einsatzfeldern des Natur- und Tierschutz stattfinden (vgl. Hindle 2007a, 14; Müller & Reeh 2010, 30). Die beobachteten Preisunterschiede zwischen „conservation“ und „development“, die in der Forschung beschrieben werden (vgl. Hindle 2007b, 31), finden sich auch auf dem deutschen Volunteer Tourism-Markt zu Gunsten im Schnitt günstigerer Angebote im Bereich „development“ wieder.

Dem Anspruch an das Phänomen Volunteer Tourism, Interaktionsräume zu eröffnen, wird auf unterschiedlichen Ebenen begegnet. Durch die dominierende Unterbringung in Volunteerhäusern werden Prozesse zur Identitätsbildung mit der Gruppe eingeleitet, die durch gemeinsame Ausflüge und Erlebnisse bekräftigt werden. Das Urlaubserlebnis steht in einer engen Abhängigkeit zu Erfahrungen in einer internationalen Gruppenkonstellation, die einen Kontrast zum gewohnten Sozialumfeld aufspannt. Alternativ wird scherpunktmäßig die Unterbringung in einer Gastfamilie angeboten, die den sozialen Austausch in die lokale Bevölkerung verlagert. Über Alumni-Netzwerke wird der Interaktionsraum auch über die Reise hinaus erhalten.

Entscheidend beim Angebot der Einsatzbereiche, Destinationen, Unterkünfte, touristischen Aktivitäten und Sprachkursen ist, dass für den Interessierten größtmögliche Wahlmöglichkeiten bereitgestellt werden, die somit unterschiedlichste Interessenlagen ansprechen können. Durch die Inszenierung von Flexibilität und Individualität wird dem Nachfrager ein Angebot geschaffen, aus dem dieser als aktiver Tourist auswählen und kombinieren kann (vgl. Pearce 2005, 113). Hinzu kommt spricht die Präsentation des Produkts alle Motivationslagen

an. Das Angebot stellt dabei weltweit für nahezu alle Bedürfnisse und Interessen Möglichkeiten bereit, sodass auch der deutsche Volunteer Tourism-Markt in den letzten Jahren, wie seine Vorbilder in den USA, Großbritannien oder Australien, die Entwicklung zu einem „mass niche market“ (Callanan & Thomas 2005, 183) durchlaufen hat.

## Ergebnisse der Experteninterviews

Das Wachstum des kommerziellen Volunteer Tourism-Marktes wurde in den vergangenen Jahren mit anhaltender Kritik begleitet und hat auf Seiten der Anbieter teilweise zu einer Distanzierung des als negativ wahrgenommenen Begriffs *Volunteer Tourism* geführt. Dabei werden von unterschiedlichen Seiten Perspektiven und Chancen, aber auch Herausforderungen und Risiken identifiziert, die es bei der Betrachtung des kommerziellen Marktes zu differenzieren gilt.

### Volunteer Tourism als alternative Tourismusform

Das Interesse an alternativen Reiseformen im Allgemeinen und Freiwilligenarbeit im Besonderen ist in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen. Die Zielgruppe des Nischenmarktes (Generation Y) charakterisiert sich durch politisches Interesse und einer Offenheit gegenüber Fragen der Nachhaltigkeit und Globalisierung und ermöglicht damit, Entwicklungsprozesse im Nachhaltigen Tourismus zu befördern. Aus touristischer Perspektive bestehen besondere Chancen auch für ländliche Regionen, da diese Form des Reisens mit geringen Ansprüchen an Unterbringung und Infrastruktur verbunden ist. Die Intensität der Erfahrungen und die kulturelle Integration stehen aber auch immer in Abhängigkeit zur Bereitschaft der Freiwilligen, die sich in der gewählten Aufenthaltsdauer und dem Umstand, ob der Aufenthalt allein oder in einer Gruppe durchgeführt wird, widerspiegelt. In der kommerziellen Gestaltung von Freiwilligenarbeit mit zunehmend kürzeren und wenig vorbereiteten Aufenthalten wird ein Risiko gesehen, dass Chancen zum globalen Lernen und einem Perspektivwechsel nicht genutzt werden (Exp5).

### Erwartungshaltung der Teilnehmer

Nach Aussagen der Anbieter tragen Freiwillige an Projekteinsätze neben dem Wunsch nach sinnvoller und unterstützender Arbeit vor allem die Erwartung nach persönlicher Weiterentwicklung, den Erwerb von Sprachkenntnissen und die Erfahrungen in einem internationalen und kulturell andersartigen Umfeld heran, die größtenteils erfüllt werden können. Problematische Erwartungshaltungen fußen oftmals auf der Annahme eines geringeren Professionalisierungsgrades in den sogenannten Ländern des Globalen Südens. Dieser kann durch eine

individuellere Ausschreibung der Projekte und umfassende Beratungsgespräche vorgebeugt werden. Auf übergeordneter Ebene besteht hin und wieder das grundsätzliche Problem, dass der Freiwilligeneinsatz von Seiten der Volunteers im Kontext der Entwicklungshilfe verortet wird und Erwartungen an eine nachhaltige Verbesserung der Situation vor Ort gestellt werden. Das damit zusammenhängende Verständnis eines „Weltverbessers“ (Exp1) spiegelt postkoloniale Klischees wider, die mit der Intention des Volunteer Tourism als Form des begegnungsorientierten Reisens nicht zu vereinen sind. Entsprechende Tendenzen sind auch bei einigen Anbietern zu beobachten, die sich armutsorientierender Marketingstrategien bedienen. Eine relativierende Darstellung der Angebote und eine stärkere entwicklungspolitische Sensibilisierung werden als Folge von unabhängigen Informationsdiensten gefordert.

### Betreuungs- und Organisationsumfang

Das Produkt Freiwilligenarbeit wird von Seiten der Anbieter mit einem deutlich höheren Betreuungs- und Organisationsaufwand beschrieben als herkömmliche touristische Produkte und grenzt sich damit auch zu anderen alternativen Konzepten wie Work & Travel ab. Dies umfasst sowohl die Auswahl und Betreuung der Projekte vor Ort als auch die Beratung und Betreuung der Freiwilligen. Durch intensive Gespräche sollen Initiative, Bereitschaft und Verantwortungsbewusstsein der Freiwilligen sichergestellt werden. Das Interesse an Beratung sei auf dem deutschen Markt groß, es wird aber auch eingeräumt, dass die Anmeldung zu den Projekten durchaus auch ohne vorangehende Beratung, sondern ausschließlich auf Basis im Internet zugänglicher Informationen erfolgt.

### Qualitätssicherung

Qualitätssicherung wird im kommerziellen Volunteer Tourism auf mehreren Ebenen betrieben. Anbieter verpflichten sich grundsätzlich zu der Einhaltung eigener Qualitätsstandards, die in einer schriftlichen Selbstverpflichtung festgehalten werden und sowohl Zielsetzungen als auch Leitlinien zur Umsetzung dieser beinhalten. Neben internen Evaluationsinstrumenten zur Optimierung der Betreuung und Organisation der Aufenthalte werden Mitarbeiterteams regelmäßig geschult und die Freiwilligenprojekte unter dem Anspruch der Nachhaltigkeit überprüft. Dies umfasse sowohl auf übergeordneter Ebene eine grundsätzliche ökonomische, sozio-kulturelle und ökologische Nachhaltigkeit touristischer Aktivitäten als auch eine nachhaltige Gestaltung des Projekts, das in Zusammenarbeit mit lokalen Organisationen einen langanhaltenden Beitrag für die lokale Gemeinschaft leisten soll. Wachstum und Sinnhaftigkeit sei dabei manchmal schwierig in Einklang zu bringen. Gleichzeitig wird aber eingeräumt, dass die Auswahl der Projekte immer auch die Interessen der Teilnehmer widerspiegelt, eine möglichst breite Zielgruppe ansprechen soll und sich an bestehenden

Nachfragen orientiert. Die Qualitätssicherung auf Seiten der Teilnehmer soll bei den meisten Anbietern durch einen Verhaltenscode (Code of Conduct) gewährleistet werden. Mit diesem werden die Freiwilligen zu einem respektvollen und verantwortungsbewussten Auftreten im Projekt und einer Akzeptanz und Wahrung der Nachhaltigkeits-Leitlinien verpflichtet. Davon abgesehen werden in den Auswahlverfahren und der Vorbereitung auf die Projekte die größten Herausforderungen gesehen, die maßgeblich zu der anhaltenden Kritik, vor allem unter dem Aspekt von Kinderschutzrichtlinien, am kommerziellen Volunteer Tourism beitragen. Es bestehe der Anspruch, Eignung und Erwartungshaltung der Teilnehmer vor Einsatzbeginn zu thematisieren und zu überprüfen, gleichzeitig werden Vorbereitungsseminare und persönliche Treffen nicht verpflichtend in den Beratungsprozess integriert, da viele Interessierte bei der Wahl des Anbieters den geringsten Vorbereitungsaufwand wählen.

Eine konsequente Durchsetzung und Kontrolle der Standards durch Verbände wie WYSE Work & Volunteer Abroad wird von einigen Anbietern im kommerziellen Volunteer Tourism bemängelt: Mitgliedschaften bestünden dabei oftmals „nur auf dem Papier“ und fungieren vielmehr als „Siegel“ (Exp1) für Seriosität. Deutsche Zertifizierungen beschränken sich auf die staatlich geförderten Programme, für den kommerziellen Volunteer Tourism hingegen fehlen eine übergeordnete Zertifizierung und festgesetzte Standards. Dabei besteht von Seiten einiger Anbieter die Hoffnung, durch entsprechend übergeordnete Qualitätsstandards eine differenziertere Wahrnehmung für den kommerziellen Bereich zu schaffen. Man sei gewillt zu zeigen, dass „bestimmte Standards erfüllt werden und Verbesserungen in einem übergeordneten Rahmen stattfinden“ (Exp2), um sich auf diese Weise als verantwortungsvoller Anbieter zu positionieren (Exp1). Entsprechende Entwicklungen werden von unabhängigen Informationsdiensten vorangetrieben. Ziel ist es, eine Qualitätsdebatte anzustoßen und bestehende Defizite, besonders in der Vorbereitung und im Kinderschutz, zu minimieren. Diesbezüglich bestehe entweder die Möglichkeit, vorhandene touristische Zertifizierungen in ihren Kriterien zu ergänzen, um Volunteer Tourism beurteilen zu können, oder die bereits angewendeten Zertifizierungen der staatlich geregelten Freiwilligendienste auf die flexiblen, kurzzeitigen Einsätze zu übertragen (Exp5). Damit einhergehend sei es entscheidend, das Bewusstsein für Qualitätsaspekte bei den Interessierten zu erhöhen, um eine kritischere Auseinandersetzung zu bewirken. Nur wenn die Sensibilisierung der Nachfrageseite vorangetrieben werde, kann der Druck auf die kommerziellen Anbieter flächendeckend erhöht werden (Exp6).

### Selbstoptimierungsprozesse

Die Nachfrage der Volunteer Touristen wird maßgeblich durch die Suche nach Auslandserfahrungen bestimmt, deren Bedeutung im heutigen Erziehungs- und Gesellschaftsbild zunehmend verankert wird. Globalisierung und die damit

wachsenden Anforderungen auf dem Arbeitsmarkt sind ursächlich dafür, dass Auslandsaufenthalte im Lebenslauf von einem „nice-to-have“ zu einem „must-have“ (Exp1) forcierten. Der zunehmende Druck auf die junge Reisegeneration, Lebensläufe zu optimieren und Pausen sinnvoll zu nutzen, kommt im Volunteer Tourism zum Ausdruck. Dem Wunsch nach Orientierungs- und Optimierungsphasen, erweiterten Sprachkompetenzen und fachlichen Erfahrungen, Persönlichkeitsentwicklung und Unterstützung bei der Berufsfindung wird Volunteer Tourism als Reiseform im besonderen Maße gerecht. Verjüngungstendenzen auf dem Markt und der gesellschaftliche Druck erhöhen die Gefahr, dass Teilnehmern die innere Bereitschaft für eine solche Erfahrung fehlt.

## Diskussion

Nachhaltiges und begegnungsorientiertes Reisen mit einem kulturellen Austausch als Kernideologie, wird von allen Seiten als grundsätzlich positiv und förderlich beschrieben. Die Problematik wird in der Umsetzung dieser Ideologie auf dem kommerziellen Volunteer Markt gesehen.

Die Angebotsvielfalt und -dichte stehen in engem Zusammenhang mit der Einordnung als „mass niche market“ (Callanan & Thomas 2005, 183), der vor allem durch die einheitliche Distanzierung vom Pauschal- und Massentourismus seitens der Anbieter eine besondere Bedeutung erhält: Standardisierte Projektkategorien, eine komplette Organisation und Betreuung des Einsatzes sowie kurzzeitige und kurzfristig buchbare Aufenthalte repräsentieren Maßnahmen, die scheinbar Teile des kommerziell erfolgreichen Modells Massentourismus adaptieren (vgl. Brown & Morrison 2003). Individualität und Selbstbestimmung werden im Wesentlichen durch das „Baukastenprinzip“ transportiert, das auch für den konventionellen Massentourismus im Zuge einer Forderung nach mehr Individualität Alternativen bereitstellt. Wearings (2001) Einordnung des Volunteer Tourism in den Alternativtourismus (Abb. 2) wird folglich an seine Grenzen geführt. Gewinnbringende Prinzipien des „konventionellen Tourismus“ werden mit den Besonderheiten und Reizen des Volunteer Tourism vereint, wobei Letztere durch eine deutliche Positionierung im Marketing nach außen gekehrt werden.

Die Distanzierung vom Massen- und Pauschalismus bindet die neue Reisegeneration, die auf der Suche nach individuellen und besonderen Reiseerlebnissen ist. Individualität als Leitbild wird dabei zur Norm einer ganzen Generation, wobei „durch das Streben aller nach Individualität [...] das Vorhaben konterkariert [wird]“ (Kirig & Eckes 2015, 65). Diese sogenannten „Normtrotter“ (ebd.) suchen Individualität und einzigartige Erlebnisse in einem abgesicherten und organisierten Modus. Der Volunteer Tourism ist der Inbegriff dieser Entwicklung. Alumni-Netzwerke und die Volunteer-Community vor Ort stellen die Identifikationsplattformen, auf der mit Gleichgesinnten individuelle

Erfahrungen ausgetauscht werden können. Durch das Streben aller nach individualisierten Erlebnissen entsteht ein Zwang, der durch die wachsenden Möglichkeiten und die Popularität der Reiseform verstärkt wird. Auswirkungen des Freiwilligendienstes auf die berufliche Biographie des Freiwilligen sind in der Forschung umstritten (vgl. Seher et al. 2015, 211). Trotzdem preisen Anbieter Freiwilligenarbeit mit der Ausstellung von Zertifikaten und dem Angebot von Sprachkursen als gewinnbringend für die Biographie der Freiwilligen an. Volunteer Tourism läuft folglich Gefahr, als Mittel zur Selbstoptimierung betrachtet zu werden und wird somit Teil der sogenannten „experience economy“ (Pine & Gilmore 1999), mit der eine Instrumentalisierung des Reisens einhergeht.

Mit dem Zwang nach individuellen, der Masse entsprechenden Reiseerfahrungen und dem skizzierten Leistungsdruck werden aber auch falsche Erwartungen geweckt, die in Widerspruch zu der positiven Reiseideologie stehen. Fragen zur Qualitätsverbesserung müssen in diesem Zusammenhang umso dringender gestellt werden. Die Erwartungshaltung vieler Freiwilliger, die auch von Anbieter-Seite kritisch angemerkt wird, korrespondiert dabei mit der Darstellung der Angebote, die in der Marktanalyse deutlich wurde: Kaum geforderte Sprachkenntnisse, keine vorausgesetzten Qualifikationen und die Überhöhung des Freiwilligendienstes in seiner Bedeutsamkeit sowohl für die Freiwilligen als auch die Zieldestination, sind ursächlich für die teilweise problematische Erwartungshaltung. Zwar fordern die Anbieter Kinderschutzrichtlinien und einen angemessenen Mindestaufenthalt in Projekten mit Kindern, auf der anderen Seite ist die Vorlage eines polizeilichen Führungszeugnisses in vielen Projekten nicht erforderlich.

In diesem Widerspruch wird die grundsätzliche Problematik des kommerziellen Volunteer Tourism deutlich: Marktwirtschaftliche Prinzipien und eine gewinnbringende Vermittlung stehen in Konflikt mit einer konsequenten Verbesserung der Qualitätsanforderungen. Der Großteil der Anbieter macht sich für eine Verbesserung und Transparenz der Standards stark, gleichzeitig zeigt die Marktanalyse, dass Vorbereitungsseminare nicht verpflichtend eingeführt sind und keine umfassenden Auswahlgespräche stattfinden. Höherer Personalaufwand und ein Ablehnen von untauglichen Bewerbern entsprechen nicht kommerziellen Arbeitsweisen. Die Entwicklung von Gütekriterien und die Optimierung von Auswahl- und Organisationsverfahren stehen in Konkurrenz zu anderen Anbietern und passen sich in ihrem Aufwand letztlich der Nachfrageseite und der Massenkompatibilität an. Der Anspruch sinnhafter Projekte und die eigen-dynamische Qualitätsverbesserung werden folglich an ihre Grenzen geführt. Der skizzierte Konflikt führt dazu, dass die Umwandlung von gesellschaftlichem Engagement in kommerziell einkaufbare Dienstleistungen von Unabhängigen grundsätzlich als problematisch angesehen wird (Exp5). Der öffentliche Diskurs hat dabei aber auch die Bereitschaft zu einer kritischen Auseinandersetzung und Verantwortungsbewusstsein bei einigen, aber nicht allen Anbietern befördert.

## Fazit und Ausblick

Gegenwärtig stellt Volunteer Tourism einen Nischenmarkt dar, der sich klar auf eine junge Zielgruppe fokussiert und noch nicht die breite Masse der Gesellschaft, wie in den USA oder Großbritannien, erreicht hat. Gleichzeitig wird dem Phänomen unter dem Aspekt zukünftiger Entwicklungen ein grundsätzlich wachsender Stellenwert zugeschrieben. Die Verjüngung der Teilnehmer sowie ein steigendes Interesse bei Berufstätigen und älteren Freiwilligen, die in Form eines „Sabbaticals“ den beruflichen Alltag unterbrechen, zeugen von einer Zielgruppen-erweiterung.

Schon jetzt zeichnet sich eine Differenzierung des Marktes auf Anbieterseite ab, die sich in der künftigen Qualitätsdebatte verstärken könnte. Es wird eine Öffentlichkeit geschaffen, die das Bewusstsein bei einigen, aber nicht bei allen Akteuren treffen wird. Die Qualitätsdebatte muss deshalb auch mit einer Sensibilisierung und Aufklärung der Interessierten einhergehen, ohne die Verantwortung dieser ist eine flächendeckende Qualitätsverbesserung nur schwer möglich. Chancen und Risiken des Volunteer Tourism liegen maßgeblich auch in der Bereitschaft zum Kulturaustausch und bei der Wahl des betreuenden Anbieters auf Nachfrageseite. Die Ausrichtung der Angebotsseite an der Nachfrage erweist sich in einem Nischenmarkt mit Anspruch an Nachhaltigkeit und sozialer Verantwortung schwierig und nicht einfach umsetzbar. Wettbewerbsfähigkeit als Hemmnis in der Qualitätsentwicklung muss in diesem Zusammenhang durch übergeordnete Instanzen geregelt werden, womit langfristige Entwicklungsprozesse einhergehen.

Trotz der Bemühungen in diese Richtung bleibt abzuwarten, inwiefern sich Qualitätsstandards flächendeckend auf dem Markt durchsetzen werden. Auf Basis von Langzeitstudien, die die Auswahl- und Vorbereitungsstrukturen sowie die Projektzusammenarbeit der Anbieter vor und nach der angestoßenen Qualitätsdebatte dokumentieren, könnten weiterführende Aussagen getätigt werden. Ein differenzierter Diskurs über das kommerzielle Angebot von Freiwilligenarbeit kann dabei auch zu einem sensibilisierteren Bewusstsein auf der Nachfrageseite führen. Vor allem aber fehlen für den flexiblen, kurzzeitigen Volunteer Tourism nach wie vor gesicherte Zahlen, die die Bedeutung des Marktes und seine Entwicklung quantitativ messen. Die in dieser Arbeit aufgezeigten Prozesse und Tendenzen sollten seitens der Tourismuswissenschaft weiterhin begleitet werden, um Aussagen über die Entwicklung des Nischenmarkts treffen zu können. Weiterführende Forschungen, die sich mit dem kommerziellen Volunteer Tourism in Deutschland beschäftigen, können dabei Einfluss auf die Gestaltung und Erfolge des Entwicklungsprozesses nehmen. Nur so können die Chancen, die in der Entwicklung dieser alternativen Reiseform liegen, genutzt und weiter entwickelt werden.

## Literatur und Quellen

- Aderhold, P., Kösterke, A., v. Laßberg, D., Steck, B. & A. Vielhaber (2013): *Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländer. Eine Untersuchung über Dimensionen, Strukturen, Wirkungen und Qualifizierungsansätze im Entwicklungsländer-Tourismus – unter besonderer Berücksichtigung des deutschen Urlaubsreisemarktes*. Schriftenreihe für Tourismus und Entwicklung. Seefeld: Studienkreis für Tourismus und Entwicklung.
- AIFS American Institute for Foreign Study GmbH (Hrsg., 2016): *Warum Freiwilligenarbeit? Engagieren im Ausland*. Online unter: <http://www.aifs.de/freiwilligenprojekte/warum-freiwilligenarbeit.html> (abgerufen am 13.01.2016).
- Brown, S. & A. Morrison (2003): *Expanding volunteer vacation participation: an explanatory study on the mini-mission-concept*. *Tourism Recreation Research* 28 (3), S. 73–82.
- Bussell, H. & D. Forbes (2001): *Understanding the volunteer market: The what, where, who and why of volunteering*. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing* 7 (3), S. 244–257.
- Callanan, M. & S. Thomas (2005): *Volunteer tourism – Deconstructing volunteer activities within a dynamic environment*. In: Novelli, M. (Hrsg.): *Niche Tourism. Contemporary issues, trends and cases*. Amsterdam u. a.: Elsevier, S. 183–200.
- Clemmons, D. (2012): „Voluntourismus“: *Entwicklungshilfe im Urlaub*. *Kulturaustausch online – Zeitschrift für internationale Perspektiven*. Online unter: <http://cms.ifa.de/index.php?id=9127&L=0> (abgerufen am 9.12.2015).
- Evans, E. & J. Saxton (2005): *The 21<sup>st</sup> Century Volunteer: A report on the changing face of volunteering in the 21<sup>st</sup> Century*. London: nfpSynergy.
- Genius Reisen GmbH/Academical Travels (Hrsg., 2016a): *Adventure Tours*. Online unter: <http://www.academical-travels.de/adventure> (abgerufen am 21.1.2016).
- Genius Reisen GmbH/Academical Travels (Hrsg., 2016b): *Über Academical Travels*. Online unter: <http://www.academical-travels.de/ueber-academical-travels> (abgerufen am 13.01.2016).
- Hindle, C. (2007a): *International Volunteering. An Overview*. In: Hindle, C., Cavalieri, N., Collinson, R., Miller, K., Richard, M., & S. Wintle (Hrsg.): *Volunteer. A Traveller's Guide to Making a Difference Around the World*. Lonely Planet. Victoria: Lonely Planet Publications Pty Ltd, S. 8–22.

- Hindle, C. (2007b): *Choosing Your Volunteer Experience*. In: Hindle, C., Cavaleri, N., Collinson, R., Miller, K., Richard, M., & S. Wintle (Hrsg.): *Volunteer. A Traveller's Guide to Making a Difference Around the World*. Lonely Planet. Victoria Lonely Planet Publications Pty Ltd, S. 23–45.
- Kirig, A. & S. Eckes (2014): *Tourismusreport 2015*. Kelkheim: Zukunftsinstitut.
- McGehee, N. G. & C. A. Santos (2005): *Social Change, Discourse and Volunteer Tourism*. *Annals of Tourism Research* 32 (3), S. 760–779.
- Müller, D. & T. Reeh, (2010): *Volunteer Tourism in Namibia*. *tw Zeitschrift für Tourismuswissenschaft (Lucius & Lucius)* 2 (1), S. 19–36.
- Pearce, P. (1993): *The fundamentals of tourist motivation*. In: Pearce, P. & R. Butzer (Hrsg.): *Tourism Research: Critique and Challenges*. London: Routledge, S. 113–134.
- Pearce, P. L. (2005): *The role of relationships in the tourist experience*. In: Theobald, W. F. (Hrsg.): *Global Tourism*. Burlington: Elsevier Butterworth-Heinemann, S. 103–122.
- Pearce, P. L. & A. Coghlan (2008): *The Dynamics behind Volunteer Tourism*. In: Lyons, K. D. & S. Wearing (Hrsg.): *Journeys of Discovery in Volunteer Tourism. International Case Study Perspectives*. London: CABI, S. 130–143.
- Pine, J. & J. Gilmore (1999): *The Experience Economy*. Boston: Harvard Business School Press.
- Praktikawelten GmbH (Hrsg., 2016): *Freiwilligenarbeit*. Online unter: <http://www.praktikawelten.de/freiwilligenarbeit.html> (abgerufen am 13.01.2016).
- Rochester, C., Paine, A. E. & S. Howlett (2012): *Volunteer and Society in the 21<sup>st</sup> Century*. New York: Palgrave Macmillan.
- Romeiß-Stracke, F. (2003): *Abschied von der Spassgesellschaft. Freizeit und Tourismus im 21. Jahrhundert*. Amberg: Büro Wilhelm.
- Rostker, B. (2006): *I want you! The Evolution of the All-Volunteer Force*. Santa Monica, Californien: RAND.
- Rudolphi, P. (2013): *Einzigartige Erlebnisse als Differenzierungsmerkmal für Pauschalreisen*. In: Quarck, H.-D. & C. Klemm (Hrsg.): *Kulturtourismus zu Beginn des 21. Jahrhundert. Festschrift für Albrecht Steinecke*. München: Oldenbourg, S. 79–92.
- Seher, V., Lehmeier, H., Rodrian, P. & H. Hopfinger (2015): *Volunteer Tourism – Gut(es tun) für den Lebenslauf? Zur Inwertsetzung von Volunteer Tourism*. *tw Zeitschrift für Tourismuswissenschaft (Lucius & Lucius)* 7 (2), S. 207–216.

- Stepin GmbH (Hrsg., 2015): Work & Travel. Freiwilligenarbeit. Au-pair. Auslandspraktikum. Sprachreisen. Weltweit. Katalog. Bonn.
- Stepin GmbH (Hrsg., 2016): Freiwilligenarbeit. Online unter: <https://www.stepin.de/freiwilligenarbeit/#c4481> (abgerufen am 13.01.2016).
- Stoddart, H. & C. M. Rogerson (2004): Volunteer tourism: The case of habitat for humanity in South Africa. *Geo Journal* 60, S. 311–318.
- Tomazos, K. & R. Butler (2012): Volunteer tourists in the field: A question of balance? *Tourism Management* 33, S. 177–187.
- Tourism Research and Marketing (Hrsg., 2008): Volunteer Tourism: A global analysis. Arnhem: ATLAS, Assoc. for Tourism and Leisure Education.
- Tourism Watch (Hrsg., 2015): Vom Freiwilligendienst zum VolunTourismus. Herausforderungen für eine verantwortungsvolle Gestaltung eines wachsenden Reisetrends. Policypapier. Online unter: [http://www.fairunterwegs.org/fileadmin/user\\_upload/Dokumente/PDF/Dokumente\\_extern/PDF-Profil18-VolunTourismus-final.pdf](http://www.fairunterwegs.org/fileadmin/user_upload/Dokumente/PDF/Dokumente_extern/PDF-Profil18-VolunTourismus-final.pdf) (abgerufen am 28.10.2015).
- Wearing, S. (2001): Volunteer Tourism. Experiences that Make a Difference. Wallingford u. a.: CABI.
- Wearing, S. (2002): Re-centring the Self in Volunteer Tourism. In: Dann, G. M. S. (Hrsg.): *The Tourist as a Metaphor of the Social World*. Wallingford u. a.: CABI, S. 237–262.
- Weiermair, K. (2006): Von der Dienstleistung zum Erlebnis. In: Weiermair, K. & A. Brunner-Sperdin (Hrsg.): *Erlebnisinszenierung im Tourismus. Erfolgreich mit emotionalen Produkten und Dienstleistungen*. Berlin: Schmidt, S. 13–22.
- WYSE Travel Confederation (Hrsg., 2007): Climate Change and Youth Travel industry guide. Online unter: [file:///C:/Users/Corinna/Downloads/Climate\\_Change\\_and\\_Youth\\_Travel.pdf](file:///C:/Users/Corinna/Downloads/Climate_Change_and_Youth_Travel.pdf) (abgerufen am 11.01.2016)
- Vrasti, W. (2013): Volunteer Tourism in the Global South. Giving back in neoliberal times. New York u. a.: Routledge.



# **Die französische Atlantikküste in der Region Médoc: Folgen der Stranderosion für den Tourismus**

Ann-Kathrin Stoppok

## Abstract

The triangular peninsula Médoc is a region in France in the north-west of Bordeaux. It is placed between the Atlantic Ocean in the west and the Gironde estuary on the left. Altogether the region has over 90 km of Atlantic coast and ten municipalities at the bank of the Gironde. For a number of years the Atlantic coast is more and more affected by the erosion of the coast.

The Campsite in l'Amélie (Commune de Soulac sur mer) for example tries to advertise customers on their internet site with the advertising slogan "with their feet in the water". Nowadays this slogan is becoming the destiny of this place which nobody like to mention. But during the last two big storms "Petra" and "Hercules" in winter 2013/2014 the dune and the beaches were particularly badly destroyed and the television and journals began to tell detailed about the situation of erosion.

At the end of the year 2014 the coastal protection measures were finished. They should moderate the effects of erosion and extreme events of the coast. The question remains on what will happen, when the beach disappears? Is there a kind of compatibility between the local coast protection measures and the tourism or do they handicap each other? This essay tries to analyse the consequences of the coast protection for the local tourism.

## Einleitung

Die dreiecksförmige Halbinsel des Médoc befindet sich nord-westlich von Bordeaux und erstreckt sich zwischen dem atlantischen Ozean im Westen und der Gironde-Mündung im Osten. Die Region verfügt insgesamt über 90 km Atlantikküste und 10 Gemeinden am Küstenufer (vgl. Comité régional de tourisme d'aquitaine 2015). Seit einigen Jahren ist die französische Atlantikküste im Médoc zunehmend von der Küstenerosion betroffen.

In der Ortschaft l'Amélie (Commune de Soulac sur mer) wirbt beispielsweise ein ortsansässiger Campingplatz auf seiner französischen Internetseite mit dem Werbeslogan „mit den Füßen im Wasser“ für seine direkte Lage am Strand. Dass dieser Werbespruch mittlerweile allerdings auch zum Schicksal dieses Ortes und vor allem des Campingplatzes geworden ist, wird an dieser Stelle nicht erwähnt. Dafür berichten die französischen Fernseh- und Printmedien seit den letzten großen Stürmen Anfang des Jahres 2014 ausführlich über den durch Erosion bedrohten Küstenabschnitt. Allerdings ist die exzeptionelle Lage des Campings „direkt am Meer“ nicht allein durch die natürliche Erosion der Küste in Gefahr. Vor allem die Stürme „Hercules“ und „Petra“ im Winter 2013/2014 beschädigten die Dünen und Strände in besonderem Ausmaß.

Die Ende des Jahres 2014 fertig gestellten Küstenschutzmaßnahmen in Form eines Steinwalls und direkter Schutzeinrichtungen an den Dünen des Campingplatzes sollen die Auswirkungen der Erosion und extremer Sturmereignisse auf die

Küste abmildern. Allerdings bleibt die Kernfrage, was passiert, wenn der Strand verschwindet? Sind die getroffenen Küstenschutzmaßnahmen mit dem Tourismus vor Ort vereinbar oder behindern sich diese beiden Interessensbereiche? Aus diesem Grund werden in diesem Beitrag die Folgen der Küstenerosion für den örtlichen Tourismus untersucht.

## Natürliche und anthropogene Ursachen des Strandrückgangs

Schätzungen zu Folge sind etwa 50% der Strände Frankreichs von Erosion betroffen und somit rückläufig. Die am stärksten betroffenen Strände des Landes sind an der Atlantikküste in Aquitanien und in der Region Languedoc zu finden. Eine Untersuchung zeigt, dass dort aktuell 70% der Strände von der Erosionsproblematik betroffen sind, sich 20% in einem stabilen Zustand befinden und nur 10% einen Land- bzw. Sedimentgewinn aufweisen (vgl. Paskoff 2005, 17). Folglich kann demnach von einer allgemeinen „Erosionskrise“ gesprochen werden. Ursächlich sind zum einen die natürliche Erosion sowie ein anthropogener Einfluss.



Foto 1: Ein Anwohnerhaus in l'Amélie (Quelle: Bonnaud 2014)



Foto 2: Ein ortsansässiger Campingplatz in l'Amélie (Quelle: Lestage 2015)

Die natürliche Sedimentknappheit ist zur Ausgangsbasis der Erosion geworden. Als sich die Strände vor Jahrhunderten entwickelten, waren Sand und Kieselsteine im Übermaß vorhanden. Auf diese Zeit des Überschusses folgte eine Periode des Mangels, die sich bis zum heutigen Tag fortsetzt und die regressiven Entwicklungen an den Stränden des Médoc zeigt. Resultat dieses grundsätzlichen Mangels ist die Erosion, die bereits in den ersten Jahrhunderten des Christentums auftrat (vgl. Paskoff 2005, 18f). Seitdem beschränken sich die Materialeinbringungen nunmehr auf die direkten Produkte der kontinentalen und marinen Erosion.

Die Bedingungen haben sich zusätzlich durch den kontinuierlichen Meeresspiegelanstieg von 1,2 mm bis 1,5 mm pro Jahr verschlimmert. Wie festgestellt

wurde, kann das Phänomen des steigenden Meeresspiegels selbst bei ausgeglichenen Stränden (an denen ein ausgeglichenes Sedimentbudget vorherrscht), einen Rückgang des Strandes auslösen (vgl. Paskoff 2010, 61f).

Zu dem natürlichen Erosionsprozess an der Küste, bedingt durch die dauerhafte Sedimentknappheit, kommen extreme Ereignisse, wie Stürme hinzu. Diese treten vermehrt in den Wintermonaten auf und verstärken den natürlichen Erosionseffekt in dieser Zeit zusätzlich. Allein im Winter 2013/2014 wurden durch die Stürme „Hercules“ und „Petra“ durchschnittlich 20 m Küste an der französischen Atlantikküste im Médoc erodiert (vgl. Bulteau et al. 2014, 49). Außerdem hat ihre Häufigkeit und Stärke in den letzten Jahren deutlich zugenommen und wird, bedingt durch den Klimawandel, vermutlich auch noch weiter zunehmen (vgl. Paskoff 2010, 62).

Das Schwinden der verfügbaren Sedimentmengen, der langsame Meeresspiegelanstieg und die Zunahme zerstörerischer Wellen führen dazu, dass die Situation der Strände im Médoc immer prekärer wird. Dabei spielen die Lieferanten von Küstensedimenten, wie Kieselsteine und Sand die wichtigste Rolle bei der Erosion. Wenn dieser Nachschub an Sedimenten für die Küsten fehlt, nimmt die Wirkung von Erosion zu und verstärkt sich. Durch den Menschen wurden die Flussläufe, die ins Meer führen verändert. Es wurden vielerorts Staudämme und künstliche Sperren eingebaut, um das Flusswasser aufzustauen und seinen Fluss zu kontrollieren. Durch diese künstlich erschaffenen Staumaßnahmen werden nicht nur die Gewässer aufgestaut, sondern auch die Sedimente, sodass diese nicht mehr an die Küste transportiert werden und sich dort ablagern können. Somit fehlt der natürliche Materiallieferant der Strände. Oft wird der Erosionsvorgang an den Stränden dadurch wesentlich beschleunigt (vgl. Paskoff 2010, 63).

In den 1960er und 1970er Jahren begann der Mensch seine Häuser und Siedlungen am Strand zu errichten. Mit dem Werbespruch „Die Füße im Wasser“ wurden die neuen Seebäder angepriesen. Die Häuser und Promenaden wurden direkt auf der Düne konstruiert. Auf diese Weise wurden die natürlichen Sediment-Ersparnisse der Strände ernsthaft gestört, da die Dünenwulst eine wichtige Rolle im Bezug auf die Strandreserve darstellt. Zudem wurde die Breite des Watts verringert und somit verkleinerte sich auch die Zone des Strandes, die den größten Teil der zerstörerischen Wellenenergie abfängt. Unter diesen Umständen beschleunigt sich der Vorgang des Küstenrückgangs (vgl. Paskoff 2005, 23).



Foto 3: Blick auf Soulac-sur-mer und das von der Erosion bedrohte Gebäude "Le Signal" (Quelle: Lestage 2014)

Hinzukommend kann die Einrichtung von Häfen den Sedimenttransport entlang der Küste stören. Die Sedimente lagern sich an der Hafemole ab, welche ein Hindernis für den Küstenlängstransport des Sandes darstellt. Die Strände hinter dem Hafen werden um ihren natürlichen Sandnachschub gebracht, da der Küstenlängstransport unterbrochen ist und keine Sedimente mehr anspülen kann. Somit sind diese Teile des Strandes besonders stark von der Erosion betroffen (vgl. Paskoff 2005, 23f).

Im Médoc lassen sich diese Eingriffe der anthropogen verursachten Erosion deutlich erkennen: Seebäder wie beispielsweise Soulac-sur-mer, die direkt am Meer auf den Dünen erbaut wurden, bringen die Strände, wie beschrieben, um ihre natürlichen Strandreserven. Und auch der Ort l'Amélie befindet sich direkt am Meer, in der Düne. Zusätzlich dazu bewirken die dortigen Küstenschutzmaßnahmen die gleichen Folgen wie eine Hafenkonstruktion. Augenscheinlich wird die Küste durch lange Schutzwälle geschützt, jedoch wird sie, entsprechend der Richtung der küstennahen Strömung und des Küstenlängsabdrifts, an den Küstenabschnitten vor und hinter dieser Schutzkonstruktion um ein vielfaches stärker zurückerodiert, als es ohne diese Schutzmaßnahme der Fall wäre.

Im Durchschnitt beträgt der Küstenrückgang in l'Amélie ein bis drei Meter pro Jahr (vgl. Bulteau et al. 2014, 14). Der Rückgang der Küste im 20. Jahrhundert innerhalb von 97 Jahren an diesem Standort ist gewaltig (Abb. 1). Insgesamt beträgt der Küstenrückgang an dieser Stelle in den Jahren 1888 bis 1985 260 m (vgl. Paskoff 2010, 58). Allein zwischen 1940 und 1970 sind davon insgesamt 185 m erodiert worden (vgl. Paskoff 1985, 37). Viele Gebäude, die im Jahr 1888 noch existierten, sind mittlerweile nicht mehr vorhanden. Genauso wie die Straßen, die die Häuser miteinander verbanden (Abb. 1). Mittlerweile (im Jahr 2015) ist die Küstenlinie noch weiter ins Landesinnere vorgerückt.

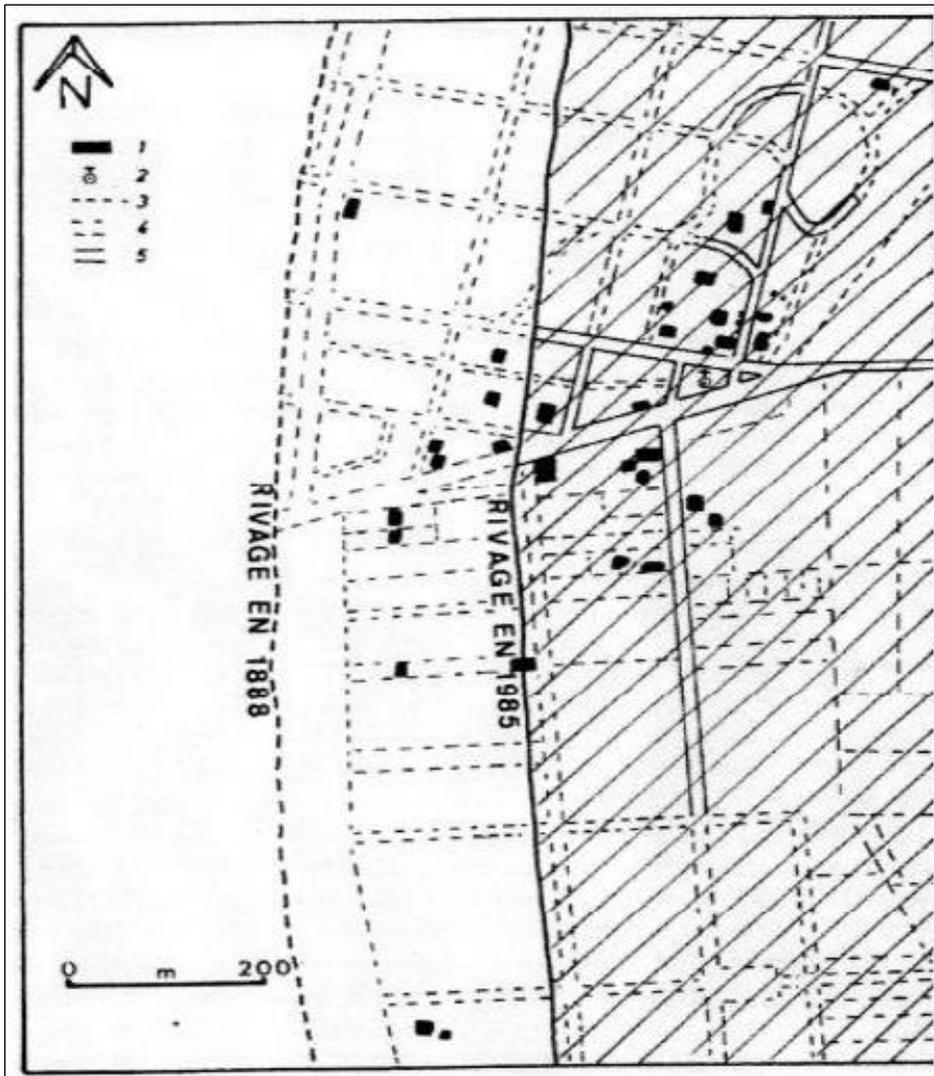


Abb. 1: Strandrückgang und Küstenerosion in l'Amélie zwischen 1888 und 1985  
(Quelle: Paskoff 2010, S. 59)

Im Winter 2013/2014 wurde die französische Atlantikküste in Aquitanien und somit auch der Campingplatz in l'Amélie von zwei Stürmen, namens „Hercules“ und „Petra“, heimgesucht. Im Durchschnitt betrug der Küstenverlust, hervorgerufen durch diese extremen Ereignisse 10 bis 20 m an der französischen Küste. Im Nord-Médoc waren es durchschnittlich 20 m. Der Küstenabschnitt, mit dem höchsten Landverlust an der gesamten Atlantikküste bildet allerdings der Ort l'Amélie. Am südlichen Rand des in der Düne befindlichen Campingplatzes

wurden durch die zwei Stürme insgesamt 40 m Land wegerodiert. An keiner anderen Stelle der Atlantikküste wurde so viel Landmasse auf einem Schlag erodiert. Einzig der Abschnitt in der militärischen Zone von Trencat, südlich des Bassins von Arcachon, weist einen gleich hohen Verlust auf (vgl. Bulteau et al. 2014, 49).

Das Zusammenspiel von der ungünstigen Ausgangssituation bezüglich des Sedimentsbudgets an dieser Stelle, welcher die natürliche Erosion verschlimmert, und die anthropogen verursachten Veränderungen der naturräumlichen Gegebenheiten an diesem Ort führen zu der außergewöhnlich starken Küstenerosion. Die allgemeine Erosion an den Stränden wird sich in naher Zukunft nicht verlangsamen, sondern ganz im Gegenteil, hervorgerufen durch den anthropogen verursachten Klimawandel noch verstärken. Dadurch nimmt nicht nur die Häufigkeit von Stürmen zu, sondern die Vorhersagen der Experten prognostizieren bis zum Jahr 2100 einen Meeresspiegelanstieg von 14–80 cm, was dazu führt, dass die Wellen die Küsten stärker angreifen und in Mitleidenschaft ziehen werden (vgl. Paskoff 2005, 24f).

## Experimente zum Küstenschutz

Wie bereits die Geschichte zeigte, ist das Problem des Küstentrückgangs im Médoc kein modernes Phänomen, da die Region bereits seit Mitte des 19. Jahrhunderts davon betroffen ist. Allerdings wurde letztendlich auch erst sehr spät mit aktiven Maßnahmen des Küstenschutzes versucht, die Küste zu schützen, wie das Beispiel von l'Amélie zeigt: Vor 1994 existierten nämlich keinerlei Schutzmaßnahmen, weder vor dem Campingplatz in der Düne, noch für die Ortschaft l'Amélie selbst (Abb. 2).

Nachdem im Winter 1993/94 Stürme große Schäden anrichteten, wurde erstmals ein Schutzwall von 270 m Länge errichtet. Diese Vorkehrungen bezogen sich damals zunächst nur auf den übrig gebliebenen Teil der Ortschaft l'Amélie und noch nicht auf den angrenzenden Campingplatz. Der nachfolgende Winter fügte dem bereits errichteten Steinwall weitere Schäden hinzu, sodass dieser im Jahr 1996 erneut verstärkt wurde. Die Maßnahmen führten allerdings dazu, dass die Auswirkungen der Erosion sich in Richtung des Landesinneren verschoben und deutlich verstärkten. Die Dünen waren somit den frontalen Meeresattacken durch die Wellen schutzlos ausgesetzt und erodierten dementsprechend deutlich stärker. Im Jahr 1998 wurde eine experimentelle Küstenschutzmaßnahme im oberen Strandbereich befestigt. Hier wurden insgesamt vier Buhnen aus Holz errichtet, die versetzt angeordnet wurden. Diese standen nördlich des Campings parallel zur Düne am Strand und bildeten die Verlängerung des Steinwalls von l'Amélie. Vor dem Steinwall in l'Amélie wurden sie jedoch senkrecht zur Küste aufgestellt, um die uferparallelen Strömungen von der Küste und den damit

einhergehenden Strandversatz Richtung Norden abzuhalten (vgl. Artières et al. 2004, 770).



Abb. 2: Postkarte von l'Amélie aus dem Jahr 1993 (Quelle: Sammlung Stoppok)



Abb. 3: Postkarte von l'Amélie um 2000 (Quelle: Sammlung Stoppok)

Im Jahr 2000 offenbarte der Steinwall in l'Amélie unter der Brandung des Sturms im Dezember deutliche Zeichen des Absackens und der Degradation, welches sofortige Festigungsmaßnahmen mit sich zog. Im September 2002 wurde der Dringlichkeitscharakter der erforderlichen Küstenschutzmaßnahmen vom Verwaltungsgericht angeordnet, sodass mit Sand gefüllte Stoffrohre, die sogenannten „tubes conteneurs“ am Strand angebracht wurden, die als Wellenbrecher dienen sollten (vgl. Artières et al. 2004, 770). Allerdings verschwanden auch diese nach ein- bis zwei Jahren in der Dünung.

Bis zum Jahr 2010 waren auch die letzten Holz-Buhnen aus den 90er Jahren größtenteils vollständig im Sand des Strandes versunken. Zeitgleich wurde eine Steinwand an der Düne des angrenzenden Campingplatzes errichtet. Damals war diese noch nicht sonderlich hoch oder in irgendeinem Maße verstärkt. Es wurden lediglich Steine an die Dünenkante des Campings „gelegt“. Im Folgejahr wurde diese Steinschüttung mit Spundwänden aus Holz verstärkt.

Im vergangenen Winter 2014/15 wurde der Steinwall von l'Amélie Richtung Süden verlängert und endet jetzt auf Höhe des Beginns des Campingplatzes. Insgesamt misst der Wall eine Länge von 145 m und ist 6 m hoch. Grund für die Erweiterung des Walls war das verstärkte Voranschreiten der Erosion südlich des Walls. Durch den Mitte der neunziger Jahre erbauten Wall wurde das Erosionsproblem nicht gelöst. Die verschiedenen experimentellen Versuche und Maßnahmen die Küste mit harten oder weichen Maßnahmen, wie beispielsweise die Errichtung eines Steinwalls oder die Ansiedlung von Strandhafer, konnten die verstärkte Wirkung des Küstenrückgangs an diesem Ort bislang leider nicht ausreichend abmildern.

## Die Bedeutung des Tourismus für die Region

Die Region Médoc ist vor allem für seine großen Weine in der ganzen Welt bekannt. Neben dem Weintourismus lebt dieses Gebiet aber vom Strandtourismus. In ganz Aquitanien lassen sich Campingplätze und Ferienhaus-Siedlungen finden.

Gemessen an aktuellen Übernachtungszahlen stellt das Gebiet Aquitanien die viert beliebteste Urlaubsregion Frankreichs und die beliebteste an der französischen Atlantikküste dar (vgl. Comité Régional de Tourisme d'Aquitaine 2014, 6). Bezogen auf die verschiedenen Unterkunstmöglichkeiten in den Küsten-Departements Aquitaniens ist Camping mit 40% die bei den Urlaubern beliebteste Urlaubsform (Abb. 4). Annähernd den gleichen Stellenwert (38%) hat die Unterkunft in mietbaren, möblierten saisonalen Unterbringungen. Die Region „Gironde“ (Médoc) hat mit insgesamt 32% den höchsten Anteil an kommerziell bewirtschafteten Betten hinsichtlich der Departements in Aquitanien (Abb. 4). Somit erscheint nicht nur die Urlaubsform Camping als beliebteste der Touristen Aquitaniens zu sein, sondern die Region Médoc vor allem auch die meisten Touristen aufzuweisen (vgl. Comité Régional de Tourisme d'Aquitaine 2014, 6).

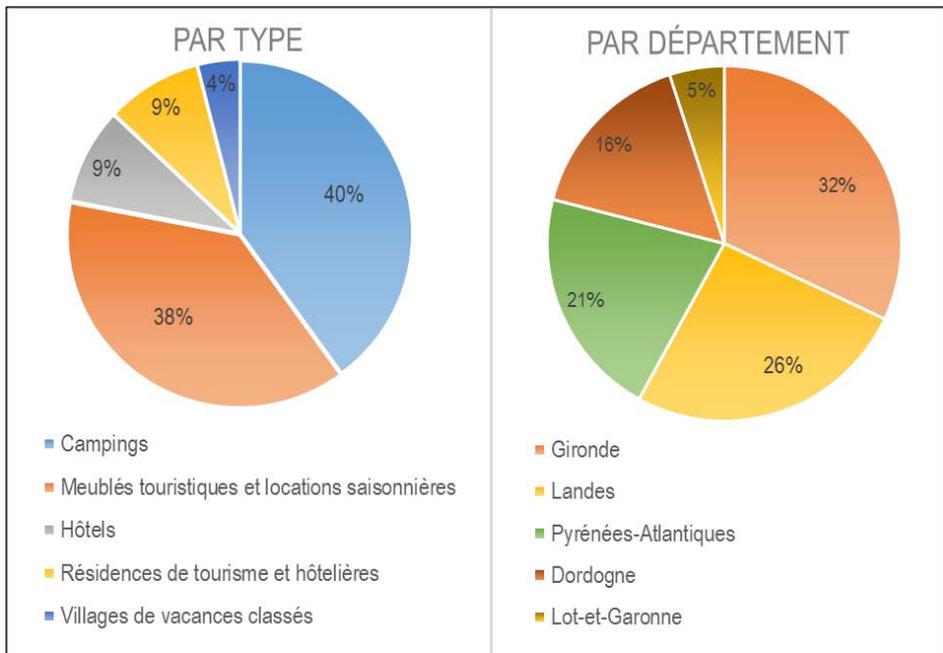


Abb. 4: Anzahl der kommerziell bewirtschafteten Betten in den Küstendepartements der Region Aquitaine (Quelle: Comité Régional de Tourisme d'Aquitaine 2014, 8)

Grundsätzlich wird die Region Aquitanien nicht nur von einheimischen Franzosen besucht, sondern vor allem ist diese auch bei den Touristen aus dem europäischen Ausland sehr beliebt (vgl. Comité Régional de Tourisme d'Aquitaine 2014, 7). Der Tourismus in dieser Region nimmt demnach einen hohen Stellenwert ein, von dem die einheimische Bevölkerung mittels verschiedener Angebote, wie Hotels, Campingplätzen, Weintourismus und anderen Tourismusformen lebt.

Tab. 1: Entwicklung der Besucherzahlen des Jahres 2014 in Aquitanien im Vergleich zum Vorjahr 2013 (Quelle: Tourismusbüro Soulac-sur-mer)

<b>SAISON 2014</b>	<b>SUPÉRIEUR</b>	<b>EQUIVALENT</b>	<b>INFÉRIEUR</b>
<b>Ensemble Aquitaine</b>	15%	30%	54%
<b>Intérieur aquitain</b>	19%	33%	47%
<b>Littoral aquitain</b>	12%	28%	60%
<b>Grandes villes</b>	29%	34%	37%

Im Hinblick auf die Entwicklung der Besucherzahlen der Region Aquitanien kam es im Jahr 2014 zu einer deutlichen Abnahme der Besucher von 54% im Vergleich zum Vorjahr 2013. Bezüglich der Küstengebiete ist diese Abnahme noch stärker. Hier beträgt der Rückgang im Jahr 2014 verglichen mit dem Vorjahr sogar 60% (Tab 1). Demnach lässt sich bezüglich des Vergleichs der beiden Jahre 2013 und 2014 eine rückläufige Tendenz der Besucherzahlen in der Region Aquitanien erkennen. Es eröffnet sich die Frage, ob der Rückgang der Touristenzahlen die Konsequenz der problematischen Situation der Küstenerosion in der Region ist?

## Untersuchungsdesign

Die vorliegende Studie hatte zum Ziel, die Vereinbarkeit von Küstenschutz und Tourismus vor dem Hintergrund der örtlichen Erosionsproblematik an der französischen Atlantikküste zu prüfen. Dazu wurden zunächst Vertreter aus den beiden Interessensbereichen des Küstenschutzes und Tourismus ausgewählt und mit ihnen Experteninterviews durchgeführt. In einem zweiten Schritt wurde, nach der Auswertung der Experteninterviews, eine standardisierte Befragung zur Erfassung des Meinungsbildes der Touristen erstellt, um die Aussagen der Experten mit der Meinung der Touristen vergleichen zu können. Insgesamt wurden hierbei 200 Touristen befragt.

## Ergebnisse der Expertenbefragung

Den Ausgangs- bzw. Kernpunkt dieser Untersuchung bildete die Kategorie „*Vereinbarkeit von Küstenschutz und Tourismus*“, die in der Mind Map dunkellila markiert ist (Abb. 5) und das Thema der Arbeit darstellt. Nahezu alle Aussagen der Experten beziehen sich direkt oder indirekt auf die Verträglichkeit von Küstenschutz und Tourismus. Darüber hinaus ist die Vereinbarkeit maßgeblich von den „*Merkmale des regionalen Tourismus*“ bestimmt sowie von der „*Ausgangssituation*“, den „*örtlichen Küstenschutzmaßnahmen*“ und seine „*Folgen [...] für den Tourismus*“, die sich daraus ergebenden „*Handlungsempfehlungen*“ und konkreten „*Maßnahmen zur Vereinbarkeit*“ abhängig.

### Ausgangssituation und Merkmale des regionalen Tourismus

Um die Vereinbarkeit von Küstenschutz und Tourismus zu erreichen, verwiesen alle Experten auf die problematische Ausgangssituation, welche die Vereinbarkeit der beiden Bereiche notwendig macht. Hierbei sind sich die Experten einig, dass ein ortsansässiger Campingplatz in Gefahr ist und grundsätzlich erst spät auf die Erosion der Küste mit geeigneten Schutzmaßnahmen seitens der Behörden reagiert wurde. Obwohl bereits bekannt ist, dass das Erosionsproblem ein globales Phänomen darstellt, welches an diesem Standort vor allem durch die natürlichen Gegebenheiten, wie einem chronischen Sedimentdefizit, Küstenlängstransport, einer härteren Brandung und der zunehmenden Häufigkeit von Stürmen hervorgerufen wird, wurde man sich erst Anfang der 2000er Jahre der Problematik bewusst und begann zu reagieren, so die Experten. Im Winter 2013/2014 hat ein Anwohner ca. 2 m Grundstück in Folge der Erosion verloren. Durchschnittlich seien es mehr als 5 m pro Jahr und auch jetzt mit entsprechenden Küstenschutzmaßnahmen geht die Erosion weiter, schlussfolgerten die Experten.

Der regionale Tourismus wird ebenfalls durch die kritische Ausgangssituation beeinflusst. Grundsätzlich hat sich die Mentalität der Camper in den letzten Jahren stark verändert. Während früher die Touristen vorwiegend Campingurlaub in einem Wohnmobil, Wohnwagen oder Zelt machten, wünschen die Urlauber heute mehr Komfort sowie ein Unterhaltungsprogramm, jedoch gleichzeitig günstige Preise. Außerdem wechseln die Touristen heute gerne regelmäßig die Urlaubsregionen. So ging die Anzahl der Stammgäste, die jedes Jahr ihren Urlaub auf dem ortsansässigen Campingplatz in l'Amélie verbringen, stark zurück. Von ursprünglich „200 Residenten sind 53 übrig geblieben“, äußerte ein Mitarbeiter des Campings. Schätzungen zu Folge sind mittlerweile 65% der Besucher des Platzes keine Stammgäste, sondern Urlauber, die zum ersten Mal ihre Ferien dort verbringen. Vor allem diese Touristen sind aufgrund der Medienberichterstattung in Sorge um ihren Urlaub. Viele besorgte Urlauber rufen beim Campingplatz an und wollen wissen, ob Strand, Strandzugang oder die Düne noch vorhanden sind.

Diese besorgten Nachfragen zeigen, wie wichtig das Vorhandensein von Düne, Strandzugang sowie des eigentlichen Strands für die Touristen sind.

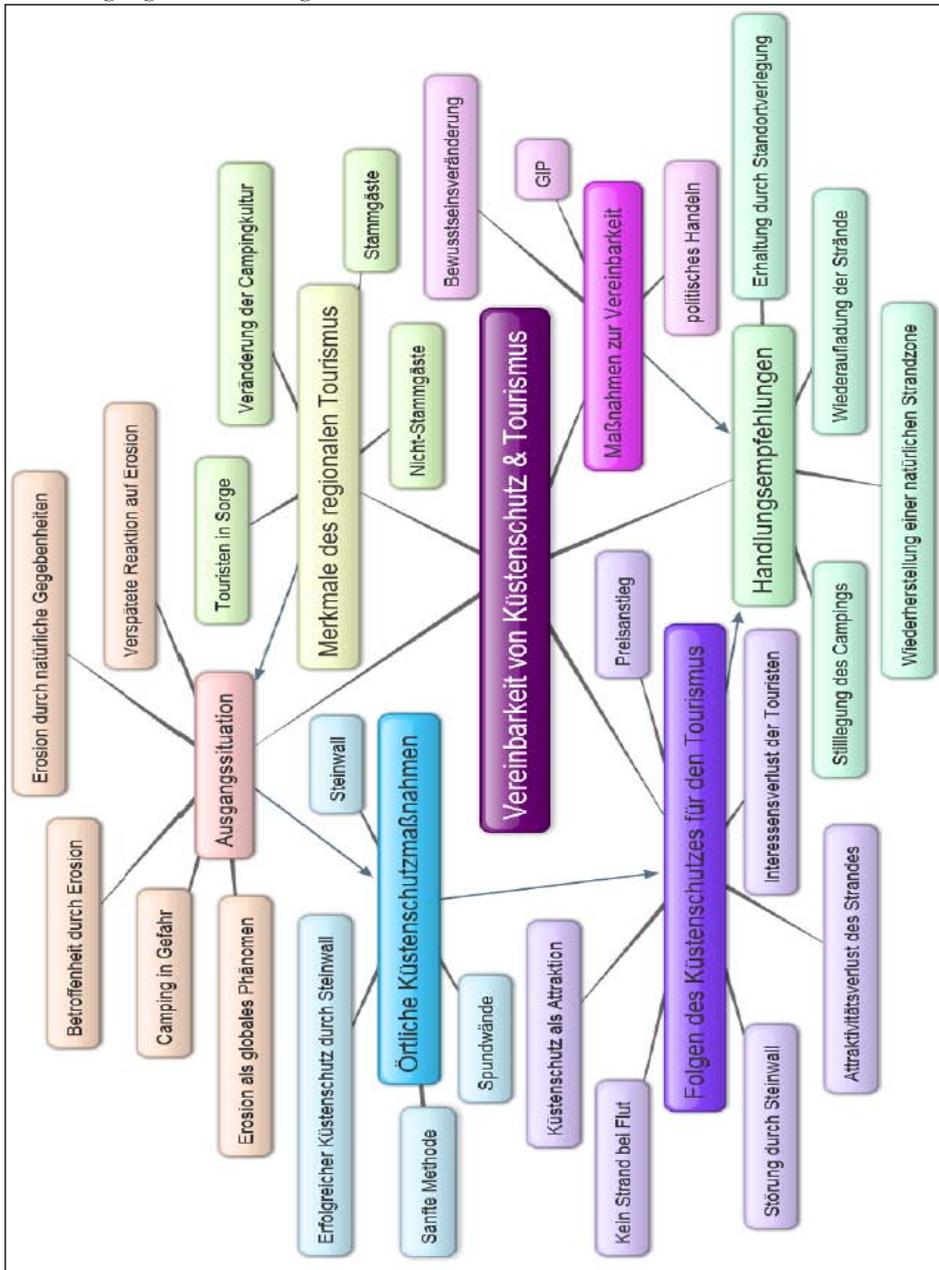


Abb. 5: Mind Map zu den Kategorien der Experteninterviews

## Örtliche Küstenschutzmaßnahmen

Im Zuge der problematischen Ausgangssituation wurde dann mittels verschiedener Methoden des Küstenschutzes versucht, auf die Erosionsproblematik zu reagieren. Zum gegenwärtigen Zeitpunkt geben die Experten die „harten Maßnahmen“, wie einen Steinwall vor dem Zentrum von l'Amélie, welcher auf Höhe des Beginn des nahegelegenen Campings endet und eine Spundwand-Konstruktion mit Steinschüttung an der Düne des Campingplatzes an. Von allen Experten wird der künstliche Steinwall von l'Amélie als effizienter bewertet als die Schutzmaßnahmen des Campingplatzes. Allerdings wird auch bemängelt, dass dieser zu kurz gebaut worden sei. Nach Meinung der Experten hätte der Wall 20 m länger gebaut werden sollen, damit im Bereich des Wallendes und Campingplatzes keine Strömungen entstehen, die wiederum die Grundstücke der Anwohner l'Amélies und den Campingplatz selbst bedrohen. Darüber hinaus wird die „sanfte Methode“ thematisiert, in diesem Fall die Begrünung der Dünen sowie die Anbringung von Zäunen, die die äolische Erosion der Düne verhindern sollen. Diese Methode wird grundsätzlich als gut angesehen, jedoch an diesem Standort, mit seinem sehr erosiven Kontext, nicht als effiziente Maßnahme zum Küstenschutz erachtet.

## Folgen des Küstenschutzes für den Tourismus

Aus den getroffenen Küstenschutzmaßnahmen vor Ort entwickeln sich laut Expertenmeinung vorwiegend negative Folgen für den örtlichen Tourismus. Das Nicht-Vorhandensein eines Strands bei Flut könnte beispielsweise langfristig zu einem Attraktivitätsverlust des Standortes sowie dem Interessensverlust der Camper führen. Solch eine Tatsache verbreite sich heutzutage meistens schnell durch die sozialen Netzwerke im Internet. Darüber hinaus ist anzumerken, dass der Campingplatz immer noch mit dem Alleinstellungsmerkmal des direkten Strandzugangs wirbt, der nunmehr zu einem direkten Zugang „ins Meer“ und nicht zum Strand geworden ist, so ein Experte. Des Weiteren verliert das Strandbild für die Besucher an Attraktivität. Zwar wurde versucht mit möglichst natürlichen Materialien, wie Holz und Steinen, beim Küstenschutz vorzugehen, allerdings hat sich das natürliche Landschaftsbild der Düne und des Strandes stark verändert. Die Motivation der Touristen, an diesem Strandabschnitt ihre Ferien zu verbringen, könnte weiterhin sinken, vermuten die Experten. Hinzukommt, dass in dem Internetauftritt des ortsansässigen Campings und auch in dessen Prospekten kein Wort über die getroffenen, baulichen Maßnahmen zur Erhaltung der Küste verloren wird. Der erstmalige Besucher wird im Vorfeld seitens des Betreibers nicht von den Maßnahmen in Kenntnis gesetzt, sondern bekommt einen breiten Sandstrand versprochen. Zwar stellt der Küstenschutz auch eine Attraktion dar, allerdings nur vorübergehend. So kamen beispielsweise viele Besucher, um die Bauarbeiten des Steinwalls vor l'Amélie zu bestaunen. Nachdem diese abgeschlossen waren, kamen keine Touristen mehr, um diese „Sehens-

würdigkeit“ zu besuchen, erzählt ein Campingplatzmitarbeiter. Der mittlerweile fertiggestellte Steinwall vor dem Zentrum l'Amélie könnte sich laut Expertenmeinung ebenfalls negativ auf den Tourismus auswirken. An dieser Stelle gibt es allerdings von Expertenseite schon Verbesserungsvorschläge, die zur Attraktivitätssteigerung des künstlichen Walls führen könnten: Beispielsweise die Errichtung einer breiten Holzpromenade auf dem Wall, auf der die Touristen spazieren gehen könnten.

Im Zuge der erfolgten baulichen Küstenschutzmaßnahmen, wird es allerdings laut Expertenmeinung auch zu einem Preisanstieg bezogen auf die Tarife des örtlichen Campingplatzes kommen. Vermutlich werden sogar die Öffnungszeiten des Platzes noch weiter eingeschränkt werden, damit Personalkosten eingespart werden können, mutmaßten die Interviewpartner. In diesem Zusammenhang muss allerdings beachtet werden, dass der Campingplatz-Betreiber die Preise nicht allzu stark anheben kann, da der Platz bereits im vergangenen Jahr nicht vollständig ausgelastet war, wohingegen andere Campingplätze in der Region, ohne direkter Lage am Strand, aber mit günstigen Preisen die Besucher erfolgreich anlockten.

### Handlungsempfehlungen

Aus den Folgen des Küstenschutzes für den Tourismus ergeben sich die Handlungsempfehlungen, die für die Vereinbarkeit von Küstenschutz und Tourismus notwendig erscheinen. Vor allem die Standortverlagerung des Campings erscheint als bevorzugte und realistische Maßnahme. Dabei schlagen die Experten vor, Land im Anschluss an den Campingplatz Richtung Osten zu kaufen. Durch die Rückverlegung könnte auch die Wiederherstellung einer natürlichen Strandzone gewährleistet werden. In dieser Zone soll die Landschaft wieder der Natur überlassen werden. Die Düne könnte wieder Düne sein und das System zwischen Strand und Düne könnte wieder „atmen“, so ein Vertreter des Küstenschutzes. In diesem Bereich wären dann reine Zeltplätze oder Spielplätze anzusiedeln. Alle fest zu verankernden Gegenstände, wie Mobilheime, sanitäre Anlagen etc. dürften erst weiter im Landesinneren eingerichtet werden. Allerdings wird die Durchführung dieser Möglichkeit von den Experten teilweise als unwahrscheinlich eingeschätzt, da die angrenzenden Grundstücke teilweise privat sind oder bereits durch andere Campingplätze belegt sind. Als weitere Möglichkeit kommt die Wiederaufladung des Strandes mit Sand in Frage. Diese ist allerdings nur von kurzer Dauer und müsste regelmäßig wiederholt werden, damit die Touristen im Sommer einen, wie aus dem Werbekatalog versprochenen, makellosen Sandstrand zur Verfügung haben. Als drastischste Maßnahme wird die Stilllegung oder der Verkauf des Campingplatzes angeführt. Dies wird zumindest seitens der Experten als realistisch angesehen, da der Campingplatz vor allem von einer gewinnorientierten Gesellschaft geführt wird. Bei einer Schließung des

Campings könnte zumindest wieder die natürliche Strandzone hergestellt werden, was der Natur zu Gute käme.

### Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Küstenschutz und Tourismus

Um die Handlungsempfehlungen in die Praxis umsetzen zu können, bedarf es laut Expertenmeinung vor allem konkreten Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Küstenschutz und Tourismus. Die Handlungsempfehlungen können nur gelingen oder umgesetzt werden, wenn in erster Linie die Bevölkerung sich der ernsthaften Problematik des Küstenrückgangs bewusst wird. Es muss also nicht nur bei den Anwohnern, sondern insbesondere auch bei den Touristen und denjenigen, die vom Tourismus leben, eine Bewusstseinsveränderung eintreten. Zwar werden die Leute sich allmählich der Klimaerwärmung, dem damit einhergehenden Meeresspiegelanstieg und der Zunahme von Stürmen bewusst, so ein Anwohner, aber „Verglichen mit Deutschland und Holland ist hier noch viel aufzuholen“ (Anwohner). Zusätzlich dazu fehlt das politische Handeln. Es wirkt, als ob der Politik die jährlichen Verluste der Küste gleichgültig sind. Zumindest ist dies der Eindruck des Anwohners. Bisher wurden nur auf regionaler Ebene Maßnahmen ergriffen, die unzureichend waren. Mittlerweile wurde mit der Gründung einer zentral koordinierenden Behörde (communauté de communes de la pointe du médoc) ein erster Schritt getan. Allerdings ist dies für das Ziel, die Erreichung eines nachhaltigen Küstenschutzes, längst nicht ausreichend. Als weitere Möglichkeit zur Realisierung der Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Küstenschutz und Tourismus führt ein Vertreter des Küstenschutzes die Arbeiten und Studien der seit 2009 arbeitenden Einrichtung „GIP Littoral Aquitain“ an. Diese versucht den Tourismus mit den Anliegen des Natur- und Küstenschutzes zu vereinen, indem sie beispielsweise spezielle Wege für die Touristen durch die Dünen anlegen und Hinweisschilder aufstellen (das Projekt „plages aquitaines“). Dadurch wird versucht, die Öffentlichkeit für die Problematik zu sensibilisieren, um die Kompatibilität von Küstenschutz und Tourismus zu erreichen.

### **Bekräftigen die Touristen die Vermutungen der Experten?**

Die Experten aus den Bereichen Küstenschutz und Tourismus warfen unterschiedliche Vermutungen über die Konsequenzen für den örtlichen Tourismus infolge der Küstenschutzmaßnahmen auf. So mutmaßten diese, dass der Strand durch die Küstenschutzmaßnahmen einen Attraktivitätsverlust erleidet. In der Befragung der Touristen konnte dies bestätigt werden (Abb. 6). Dies ist insofern besonders gravierend, da der ortsansässige Campingplatz mit seiner exquisiten Lage an einem breiten Sandstrand wirbt. Somit verlieren die Touristen auch das Interesse an diesem Standort als Urlaubsort. Außerdem wird das natürliche Strandbild einer naturbelassenen Düne durch die getroffenen Küstenschutzmaßnahmen erheblich gestört, welches ebenfalls bei den Touristen als

negativ gesehen wird. Als gravierendsten Punkt für den Tourismus wird die Tatsache, dass bei Flut kein Strand mehr vorhanden ist, gesehen (Abb. 6). Die Touristen sind dadurch gezwungen, an einem anderen Ort den Strand aufzusuchen und somit einen weiteren Weg auf sich zu nehmen, obwohl sie oftmals diesen Campingplatz aufgrund der Lage am Strand ausgewählt haben. In der Befragung konnten somit alle Vermutungen der Experten hinsichtlich der Folgen für den Tourismus von den Urlaubern bestätigt werden.

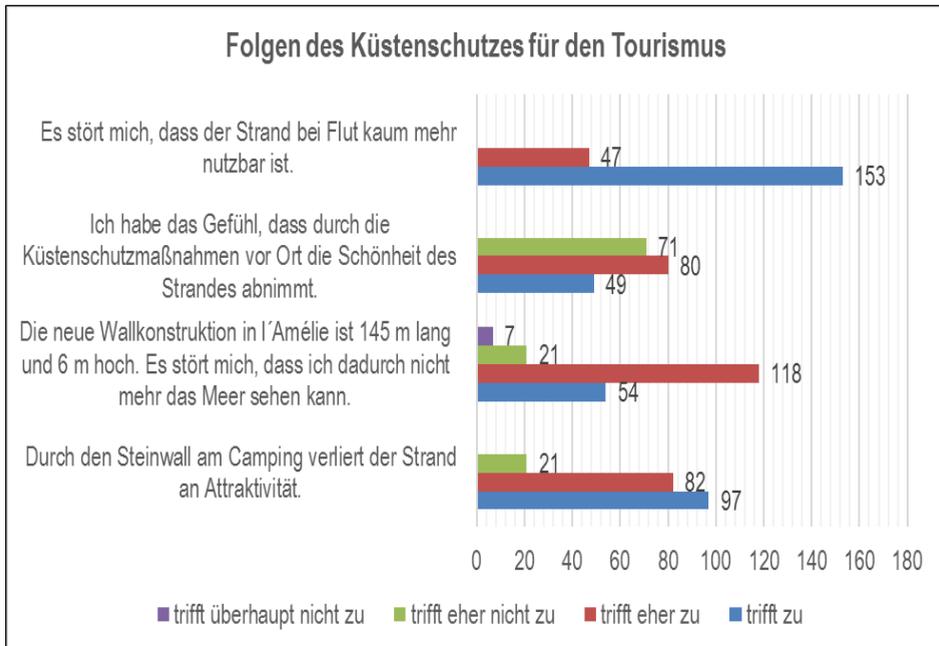


Abb. 6: Ergebnisse der Touristenbefragung zu den Folgen des Küstenschutzes für den Tourismus

Des Weiteren wurden in der Befragung die von den Experten unterbreiteten Handlungsempfehlungen zur Verbesserung und Vereinbarkeit von Küstenschutz und Tourismus überprüft. Hierbei wurden die Meinungen der Touristen zu den Möglichkeiten der Wiederherstellung einer natürlichen Strandzone und die Rückverlegung des Campingareals, die beiden Interessensbereichen gerecht werden würden, untersucht. Diese Lösungsvorschläge wurden sowohl von den Experten als auch von den Touristen als sinnvoll und annehmbar erachtet (Abb. 7).

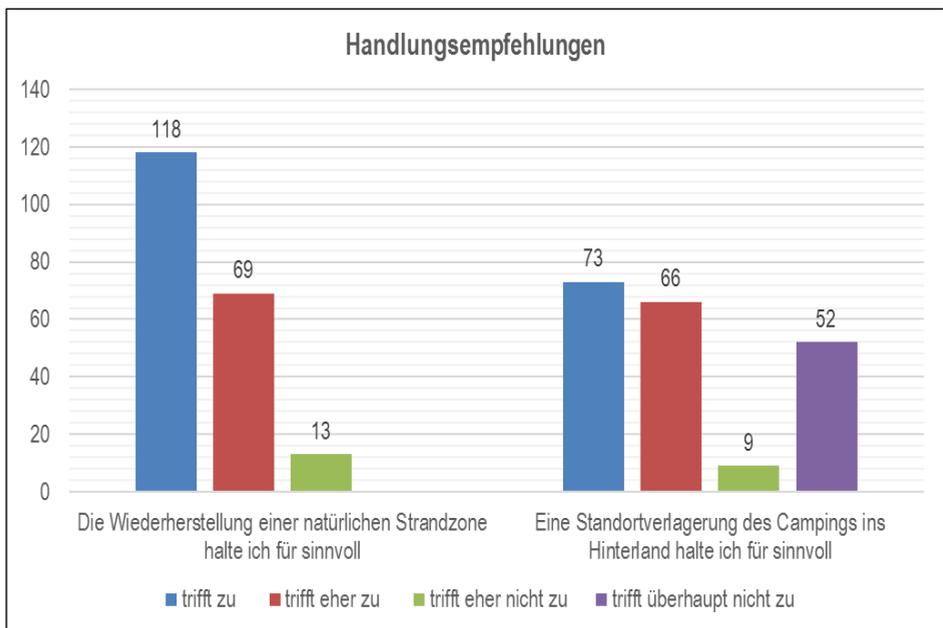


Abb. 7: Ergebnisse der Touristenbefragung zu den Handlungsempfehlungen

Grundsätzlich verweisen die Experten auf konkrete Maßnahmen zur Umsetzung dieser Handlungsempfehlungen, die im Vorfeld getroffen werden müssen. Ansonsten würde die Durchführung der Lösungsansätze vermutlich nur zeitweise erfolgsversprechend ausfallen. Als ein erster sinnvoller Anfang wurde das Projekt „plages aquitaines“ des „GIP Littoral Aquitaine“ angeführt. Diesbezüglich hat die Befragung der Touristen in der Studie gezeigt, dass diese keinerlei Kenntnis über dieses Projekt haben.

Allerdings bleibt anzumerken, dass die meisten der Touristen auf Erklärung des Projekts hin angaben, dass ihnen die im Rahmen dieses Projektes angelegten Wege in der Düne aufgefallen seien bzw. sie dieses Vorgehen des GIP Littoral Aquitaine als gut bezeichnen. Außerdem bleibt zu beachten, dass die Mehrheit der Touristen (ca. 66%) bisher noch nicht auf dem Campingplatz Urlaub gemacht hat. Und sie demnach vermutlich zum ersten Mal in der Region sind und die meisten (ca. 62,5%) keinen erneuten Urlaub auf dem Camping planen. Somit ist die Wahrscheinlichkeit bei einem einmaligen Aufenthalt an diesem Standort, dieses Projekt wahrzunehmen, als gering zu betrachten und dadurch wohl auch die Unkenntnis der Befragten zu erklären.

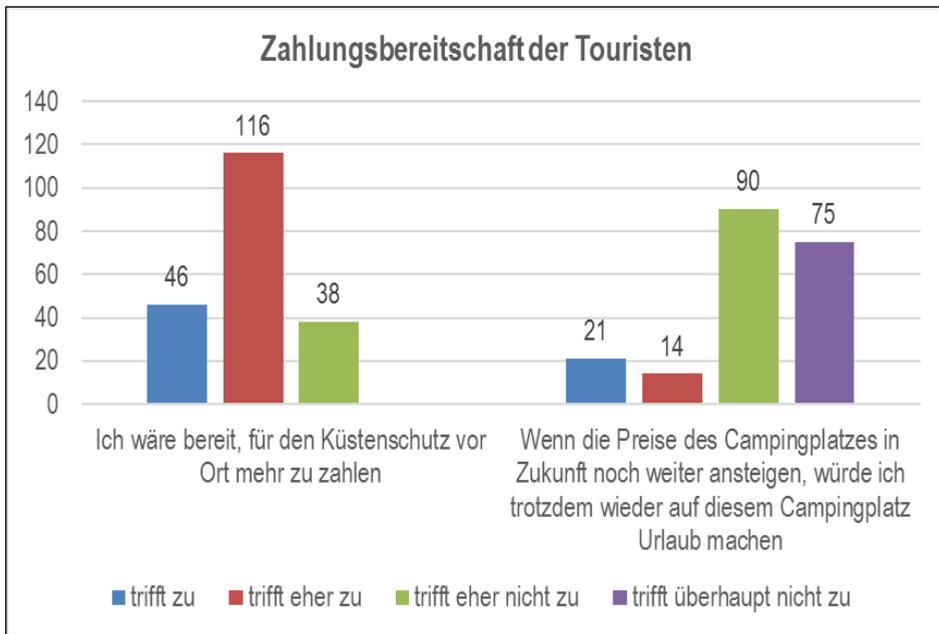


Abb. 8: Zahlungsbereitschaft der Touristen

Was die allgemeine Zahlungsbereitschaft der Touristen angeht, so wären die Mehrheit der Befragten Urlauber (58%) bereit, mehr für den örtlichen Küstenschutz zu zahlen. Sobald es allerdings um konkrete Maßnahmen, wie beispielsweise eine Erhöhung der Campingplatztarife zu Lasten der Urlauber geht, sind die meistens „eher nicht“ bzw. „überhaupt nicht“ zu einer Mehrbezahlung bereit (Abb. 8). Des Weiteren sollten die Touristen in der Befragung Stellung nehmen, ob sie erneut einen Aufenthalt trotz der örtlichen Küstenschutzmaßnahmen in l'Amélie machen würden. Hierbei verneinten 62,5% der Befragten einen erneuten Urlaub.

### **Diskussion: Kann der örtliche Tourismus durch entsprechende Maßnahmen aufrechterhalten werden?**

Die durchgeführte Studie kommt zu dem Ergebnis, dass für die Mehrheit der Akteure eine Vereinbarkeit von Küstenschutz und Tourismus am Beispiel von l'Amélie als überwiegend möglich erscheint. Von den Experten werden dazu sowohl von Seiten des Küstenschutzes, als auch auf Seiten des Tourismus verschiedene Handlungsempfehlungen zur Verbesserung der Konfliktsituation bzw. Maßnahmen zur Vereinbarkeit aufgezeigt. Im Allgemeinen werden diese Vorschläge auch bei den Touristen positiv aufgenommen. So wird beispielsweise die von den Experten angesprochene Standortverlegung von der Mehrheit der

Touristen bejaht, ebenso wie die Wiederherstellung einer natürlichen Strandzone. Weiterhin ist eine allgemeine Bereitschaft zur Zahlung für den Küstenschutz bei den Touristen vorhanden, jedoch wird sie in Form von steigenden Campingplatzpreisen von der Mehrheit abgelehnt.

Obwohl die Bereiche Küstenschutz und Tourismus an diesem Standort von der Mehrheit der Touristen als „überwiegend“ miteinander vereinbar eingeschätzt werden, gab gleichzeitig der Großteil der Befragten an, aufgrund der Küstenschutzmaßnahmen keinen weiteren Urlaub an diesem Standort verbringen zu wollen. Aus diesem Widerspruch lässt sich schlussfolgern, dass in Bezug auf Allgemeinheiten, wie der generellen Zahlungsbereitschaft der Touristen für den Küstenschutz und der grundsätzlichen Vereinbarkeit von Küstenschutz und Tourismus, die Urlauber mehrheitlich eine Bereitschaft oder eine positive Einschätzung aufweisen. Sobald es allerdings um konkrete Handlungen geht, wie beispielsweise eine Erhöhung der örtlichen Campingplatztarife oder einen erneuten Urlaubsaufenthalt an diesem Standort, wird von einem Mehrkostenaufwand und einem weiteren Besuch Abstand genommen. Somit hätten der Küsterrückgang und das damit einhergehende Verschwinden des Strandes vermutlich einen deutlich negativen Einfluss für den Tourismus vor Ort.

Um dies zu verhindern, gilt es an den in der Studie herausgearbeiteten Handlungsempfehlungen anzusetzen. Damit diese umsetzbar sind, müssen sich in erster Linie die Bevölkerung und die Touristen der allgemeinen Problematik klar werden. Zwar wird die Bevölkerung sich allmählich der Klimaerwärmung, dem damit einhergehenden Meeresspiegelanstieg und der Zunahme von Stürmen bewusst, aber im Vergleich mit den Nachbarländern Deutschland und den Niederlanden ist ein Aufholbedarf bezüglich geeigneter Küstenschutzmaßnahmen und bezogen auf das Bewusstsein in der Bevölkerung vorhanden. Zusätzlich dazu fehlt das politische Handeln. Der Politik erscheinen die jährlichen Verluste der Küste gleichgültig. Zumindest äußern die Experten innerhalb der Studie diesen Eindruck. So wurden bisher nur auf regionaler Ebene Maßnahmen ergriffen, die unzureichend waren. Mit der Gründung einer zentral koordinierenden Behörde wurde mittlerweile der erste Schritt in die richtige Richtung getan. Allerdings ist diese Behörde allein längst nicht ausreichend. Ein weiterer guter Ansatz scheinen die Arbeiten des „GIP Littoral Aquitaine“ zu sein. Mit ihrem Projekt „plages aquitaines“ versuchen sie die Öffentlichkeit für die Problematik zu sensibilisieren. Die durchgeführte Studie ergab zwar, dass unter den Touristen noch weitgehend Unkenntnis über dieses Projekt herrscht, allerdings erscheint es als ein gelungener Anfangspunkt in der weiteren Zusammenführung der Interessensbereiche Küstenschutz und Tourismus.

Zukünftig sollten daher nicht nur die Form der Sensibilisierungsstrategie des Projekts analysiert werden, sondern auch an welchen Orten innerhalb des Gebietes auf die Problematik hingewiesen und Touristen dadurch aufmerksam gemacht werden, überprüft und verbessert werden. Des Weiteren sollten in Zukunft genaue Maßnahmen zur Umsetzung der Vereinbarkeit von Küstenschutz

mit dem regionalen Tourismus im Vorfeld genau geprüft werden. Inwiefern könnte die Zusammenarbeit von Küstenschutz und Tourismus noch weiter optimiert werden? Welche alternativen Küstenschutzmaßnahmen existieren, die den größtmöglichen Schutz für die Küste bieten und sich gleichzeitig in die naturräumlichen Gegebenheiten einfügen, sodass das Strandbild vor Ort für den Touristen als „attraktiv“ gilt? Aber vielleicht muss der Tourist auch einfach seine Vorstellung eines „schönen Strandes“ der Umwelt anpassen! Die Veränderungen, die der Klimawandel auf unserer Erde mit sich bringt, sind vor allem durch den Menschen hervorgerufen. So muss dieser in Zukunft ein verändertes Landschaftsbild als Konsequenz seines eigenen Handelns wahrnehmen und akzeptieren.

## **Zusammenfassung**

Resümierend lässt sich festhalten, dass die Region seit mehr als einem Jahrhundert stetig von dem wachsenden Küstenrückgang betroffen ist, jedoch viel zu spät wirklich darauf reagiert wurde. Inzwischen verstärkt der Klimawandel die Küstenerosion deutlich. Die Konsequenzen für den örtlichen Tourismus an der Westküste des Médoc sind verheerend: Der Strand ist bei Flut für die Urlauber nicht mehr begeh- sowie nutzbar und er verliert durch die durchgeführten Küstenschutzmaßnahmen an Attraktivität. Die Touristen in dieser Region werden jedoch vor allem aufgrund des einst vorherrschenden Landschaftsbilds eines breiten, feinkörnigen Sandstrands angezogen. In Zukunft wird dieser Sandstrand allerdings immer mehr schwinden beziehungsweise, wie bereits der Fall, bei Flut unzugänglich sein. Mit ihm werden dann vermutlich auch die Touristen, die nur aufgrund der direkten Lage am Strand diese Region aufsuchen, verschwinden.

## Literatur und Quellen

- Artières, O., Bougis, J., Dunand, M., Durand, F. & P. Vassal (2004):  
Protection côtières par tubes filtres conteneurs cas de la plage de l'Amélie.  
[http://www.paralia.fr/Files/08\\_84\\_\\_7p\\_\\_artieres.pdf](http://www.paralia.fr/Files/08_84__7p__artieres.pdf) (abgerufen am 14.05.15).
- Bonnaud, G. (2014): Tempêtes hivernales: L'érosion du littoral a été la plus forte en Gironde. Veröffentlicht am 21.11.2014. [http://www-prod.sudouest.fr/images/2014/11/21/1743398\\_erosion-littoral-sou-4672228-1200\\_800x533p.jpg](http://www-prod.sudouest.fr/images/2014/11/21/1743398_erosion-littoral-sou-4672228-1200_800x533p.jpg) (abgerufen am 29.10.15).
- Bulteau, T., Mugica, J., Mallet, C., Garnier, C., Rosebery, D., Maugard, F., Nicolae Ierma, A. & A. Nahon (2014): Évaluation de l'impact des tempêtes de l'hiver 2013-2014 sur la morphologie de la Côte Aquitaine. Rapport final. BRGM/RP-63797-FR.  
<http://www.brgm.fr/sites/default/brgm/projets/oca/RP-63797-FR.pdf> (abgerufen am 15.02.15)
- Comité Régional de Tourisme d'Aquitaine (2014): Les chiffres clés du tourisme en aquitaine 2014. [http://www.tourisme-aquitaine.fr/upload/chiffres\\_cles\\_2014.pdf](http://www.tourisme-aquitaine.fr/upload/chiffres_cles_2014.pdf). (abgerufen am 08.06.15)
- Comité Régional de Tourisme d'Aquitaine (2015): Le Médoc.  
[http://www.tourisme-aquitaine.fr/de/tourisme-aquitaine/173/m1\\_2352F0EF/medoc.html](http://www.tourisme-aquitaine.fr/de/tourisme-aquitaine/173/m1_2352F0EF/medoc.html) (abgerufen am 23.04.15)
- Lestage, J. (2014): Immeuble du Signal à Soulac: un hiver de trop face à l'Océan. Veröffentlicht am 17.09.2014.  
[http://images.sudouest.fr/images/2014/01/24/1439060\\_4011896\\_800x400.jpg?v=1](http://images.sudouest.fr/images/2014/01/24/1439060_4011896_800x400.jpg?v=1) (abgerufen am 29.10.15)
- Lestage, J. (2015): Littoral médocain: les grandes marées ont encore fragilisé la côte. Veröffentlicht am 24.02.2015.  
[http://www.google.de/imgres?imgurl=http%3A%2F%2Fwww-prod.sudouest.fr%2Fimages%2F2015%2F02%2F24%2F1839842\\_023\\_erosion-5352925-1200-ok\\_800x361p.jpg&imgrefurl=http%3A%2F%2Fwww.sudouest.fr%2F2015%2F02%2F24%2Fdes-marees-qui-fragilisent-1839518-2964.php&h=361&w=799&tbid=1AiPEvbNBV6piM%3A&docid=w\\_GHvYAQYayk8M&ei=oxgyVpraBsTlaNHil7AJ&tbm=isch&iact=rc&uact=3&dur=590&page=4&start=35&ndsp=14&ved=0CJgBEK0DMCdqFQoTCNq3u8Pe58gCFcQyGgodUfEFlg](http://www.google.de/imgres?imgurl=http%3A%2F%2Fwww-prod.sudouest.fr%2Fimages%2F2015%2F02%2F24%2F1839842_023_erosion-5352925-1200-ok_800x361p.jpg&imgrefurl=http%3A%2F%2Fwww.sudouest.fr%2F2015%2F02%2F24%2Fdes-marees-qui-fragilisent-1839518-2964.php&h=361&w=799&tbid=1AiPEvbNBV6piM%3A&docid=w_GHvYAQYayk8M&ei=oxgyVpraBsTlaNHil7AJ&tbm=isch&iact=rc&uact=3&dur=590&page=4&start=35&ndsp=14&ved=0CJgBEK0DMCdqFQoTCNq3u8Pe58gCFcQyGgodUfEFlg) (abgerufen am 29.10.15)
- Meuser, M. & U. Nagel (2010): Experteninterviews – wissenssoziologische Voraussetzungen und methodische Durchführung. In: Friebertshäuser, B.; Langer, A. & A. Prengel (Hrsg.): Handbuch qualitative Forschungsmethoden in der Erziehungswissenschaft, 3. Auflage, Juventa Verlag, Weinheim, München.

Paskoff, R. (1985): Les littoraux. Impact des aménagements sur leur évolution. Masson. Paris.

Paskoff, R. (2005): Les plages vont-elles disparaître? Le Pommier. Paris.

Paskoff, R. (2010): Les littoraux. Impact des aménagements sur leur évolution. 3<sup>ième</sup> édition. Armand Colin. Paris.

# **Entwicklung eines Besucher-Portals im Kontext der Tourismusförderung am Beispiel der Rohstoffwelt Kyffhäuser**

Marie Schubart

## **Abstract**

As the internet has become a more and more dominant source of information in recent years, it might as well be used in order to spread information and thereby promote geotourism, which in itself represents a modern, environmentally friendly way of tourism. The following contribution describes an exemplary conceptual design of a virtual visitor portal in order to promote local geotourism around the Kyffhäuser range. The virtual portal offers geological information and serves as an example for a possible user-friendly design. The resources presented on the webpage are sandstone, slaty marl with copper (German “Kupferschiefer”), anhydrite and gypsum, halite, potash, and lignite. After a short introduction to the geomorphology of the Kyffhäuser follows a more detailed presentation of the individual resources. The presentation succeeds a methodic background regarding geotourism followed by a presentation of the online portal.

## **Einleitung**

Gegenüber traditionellen Medien gewinnt das Internet als Informationsquelle zunehmend an Wichtigkeit und eröffnet somit neue Möglichkeiten der Besucherinformation und Tourismusförderung. Zudem bieten moderne nachhaltige Formen wie der Geotourismus neue Interpretationsansätze, die in Kombination mit dem Medium Internet weitere Wege der Informationsvermittlung erschließen. Dieser Beitrag beschäftigt sich mit der Frage, wie eine virtuelle Besucherinformationsseite aufgebaut sein sollte, um zur Förderung des lokalen Tourismus beizutragen. In diesem Fall wurde als Region das Kyffhäuser-Gebirge ausgewählt. Das Ziel dieses Beitrags ist es, die Entwicklung eines Portals, das zur Tourismusförderung beitragen kann, vorzustellen, indem Informationen über anstehende Rohstoffe im Rahmen des Geotourismus informativ und interessant virtuell aufbereitet werden. Hierfür werden zunächst die zu vermittelnden Informationen bezüglich der Rohstoffe Sandstein, Kupferschiefer, Anhydrit und Gips, Steinsalz, Kalisalz und Braunkohle zusammengefasst. Nach einer kurzen Einleitung in die Geologie des Kyffhäuser-Gebirges erfolgt eine detaillierte Vorstellung dieser Rohstoffe und im Anschluss eine Zusammenfassung des methodischen Hintergrunds zum Thema Geotourismus. Anhand dieser Basis wird dann das Konzept eines Besucherportals vorgestellt, für dessen Erstellung das kostenlose Baukastenprinzip von [www.jimdo.de](http://www.jimdo.de) genutzt wurde.

## Die Geologie des Kyffhäusers und die Entstehung seiner Rohstoffe

Im Grundgebirge des Kyffhäusers befinden sich aus Meeresablagerungen des Paläozoikums entstandene Gesteine, welche im Karbon im Zuge der variskischen Orogenese exhumiert (vgl. Büthe & Wachendorf 1997, 291ff.) und aufgefaltet wurden, wodurch die Höhenzüge das damalige umgebende Meer überragten (vgl. Wunderlich 2005b, 7). Durch die in den folgenden 30 Mio. Jahren stattfindende Abtragungen im Rotliegenden bildete sich eine Tafel, welche im Oberkarbon durch Schwemmfächer aus roten Konglomeraten, Arkosesandstein und Ton-Schluffstein überlagert wurde (vgl. Wunderlich 2005b, 7; Wunderlich 2005a, 8). Während des Zechsteins wurde das Gebiet dann durch die Transgression des Meeresbeckens bedeckt, durch dessen Überlagerung und Flachspülung das Gebiet eingeebnet wurde. Im Zuge einer Reihe salinärer Zyklen kam es zu wiederholter Flachmeersedimentation mit anschließender Austrocknung des Gebiets, wodurch sich eine 100 m mächtige Schicht aus Tonen, Karbonaten, Sulfaten, Stein- und Kalisalzen ablagerte (vgl. Wunderlich 2005b, 7).

Während der Trias überlagerten sandigere Schichten aus ehemaligen Flussläufen die hauptsächlich tonigen Sedimente des Zechsteins. Im mittleren und unteren Keuper lagerten sich zusätzliche Gesteinsschichten im südlichen Teil des Kyffhäuser-Gebiets östlich der Schmücke ab. Hier befindet sich eine 400–600 m mächtige Tonstein-, Sandstein- und Gipsschicht, die aus der Flusslandschaft ausfiel.

Besonders im Bereich der löslichen Stein- und Kalisalze setzte später die Ausspülung und Verwitterung des Gebirges an. Mit dem Eozän im frühen Tertiär begann die primäre Subrosion der Salzlagerstätten und sekundär der Gipse, vor allem im Bereich des Ausstrichs des Zechsteins und an Bruchstörungen (vgl. Wunderlich 2005a, 9). Die Auslaugung breitete sich vom Harzrand gen Süden zum Kyffhäuser aus, wobei das Salzwasser unterirdisch abfloss, aber entlang tektonischer Störungen an die Oberfläche geleitet wurde (vgl. Eberhardt 1976, 4f.). Die aus der Auslaugung resultierenden Massenverluste führten zum Nachsacken der höher gelegenen Schichten und entsprechenden Niederungen. In diesen Bereichen kam es im Rahmen des feucht-warmen Klimas und der durch Einstürze eingeschlossenen organischen Materialien zu der Inkohlung organogener Substanzen in kleineren Braunkohlemooren, von welchen später Braunkohleflöze zurückblieben (vgl. Eberhardt 1976, 5). Vom Holozän bis heute dauert die unterschiedlich starke Auslaugung an, die Massenverluste sind beispielsweise an der Schrägstellung des Turms der Oberkirche von Frankenhäusen zu erkennen (vgl. Eberhardt 1976, 5).

## Rohstoffe am Kyffhäuser

In diesem Beitrag werden Rohstoffe als Materialien definiert, die nach ihrer Gewinnung direkt genutzt oder industriell weiterverarbeitet werden. Der Fokus liegt auf den extraktiv gewonnenen Rohstoffen.

### Kyffhäuser-Sandstein

Der im Kyffhäuser abgebaute Sandstein ist ein klastisches Sediment mit 0,063–2 mm Durchmesser und entstand im Oberkarbon (Pennsylvanium) (vgl. Zepp 2011, 62; Eberhardt 1976, 4). Die Kyffhäuser-Sandstein-Schichten haben Gesamtmächtigkeit von 500–600 m (vgl. Aselmeyer 2001, 13). Ein Beispiel für die unteren Schichten der mittel- bis grobkörnigen Arkose findet sich am Steinbruch im Kirchtal, südlich von Kelbra, während ein Aufschluss der oberen Schichten bestehend aus fein- bis mittelkörniger Arkose an den Steinbrüchen am Kyffhäuser-Denkmal (Mittelburg) vorliegt. Der Kyffhäuser-Sandstein zeichnet sich vor allem durch seine rot-violette Färbung als Resultat von Eisenoxid-einschlüssen (vgl. Eberhardt et al. 1976, 87) und durch Quarz- und Kieselschiefergerölleinschlüsse aus (vgl. Aselmeyer 2001, 13).

Der Kyffhäuser-Sandstein des Oberkarbons war im gesamten mitteleuropäischen Raum und vor allem in Thüringen bis zum Zweiten Weltkrieg als Werkstein von hoher Relevanz (vgl. Rödger 2005, 58). Der größte Steinbruch des Gebirges befindet sich auf dem Gelände der ehemaligen Mittelburg der Reichsburg Kyffhäuser, er ist heute noch zu besichtigen und wurde seit dem 14. Jahrhundert genutzt (vgl. Rödger 2005, 58f.; Eberhardt et al. 1976, 93). Beispiele für die Nutzung der Arkose als Werkstein sind die Reichsburg Kyffhäuser selbst oder das 1890 erbaute Kaiser-Wilhelm-Denkmal (vgl. Brust 2005, 26).

Der Steinbruch an der Mittelburg nahe dem Kyffhäuser-Denkmal wurde nach Einstellung des Abbaubetriebs „in einem ungesicherten Zustand hinterlassen“ (KN 22.07.2008). Dementsprechend wurden von 2007 bis 2009 Maßnahmen im Rahmen von 950.000 EUR ergriffen, um umliegende Grundstücke vor Steinschlag zu schützen (vgl. KN 22.07.2008). Ehemalige Steinbrüche bieten einen besonders geschützten Lebensraum für Tiere und Pflanzen, so wurden im Steinbruch bei Kelbra unter anderem Flechten der „Roten Liste“ gefunden (vgl. Stordeur & Ernst 2003, 77).

### Kupferschiefer

Der Kupferschiefer um den Kyffhäuser besteht aus braunschwarzem bis schwarzem Mergelschiefer, einem Tonstein der Gruppe der klastischen Sedimente (vgl. Dahlgrün et al. 1925, 128). Die Kupferschieferschichten am Kyffhäuser entstanden zu Beginn des Zechsteinalters. Sie befinden sich im unteren Bereich des selbigen und wurden während des ersten salinaren Zyklus, dem Werra-Zyklus, gebildet. Der Kupferschiefer weist im Kyffhäuser-Gebiet eine Mächtigkeit von

0,3–0,6 m auf (vgl. Wunderlich 2005a, 8). Die Menge des im Kupferschiefer eingeschlossenen Kupferanteils, dem wichtigsten geförderten Rohstoff, variiert lokal und liegt bei etwa 3%. Die Entstehung des Kupferschiefers ist laut Dahlgrün et al. mit der heutigen Sedimentation im Schwarzen Meer zu vergleichen. So befindet sich am Grund eine durch Schwefelwasser vergiftete Tiefenregion, welche von einer leichteren, von Sauerstoff durchlüfteten Schicht bedeckt ist (vgl. 1925, 129). Die syngenetische Entstehungstheorie geht davon aus, dass die Anlagerung der Erze mit der Entstehung des Kupferschiefers korrelierte (vgl. Homann 1993; Mohr 1978). Das Kupferschieferflöz befindet sich im Bereich der heutigen Ortschaften Badra, Rathsfeld und Udersleben (vgl. Brust 2005, 27).

Der Abbau des Kupferschiefers im Kyffhäuser-Gebiet diente primär der Kupfergewinnung. Es wird davon ausgegangen, dass erst in der ersten Hälfte des 16. Jahrhunderts mit dem Abbau begonnen wurde und dieser gegen Ende des 20. Jahrhunderts durch die Erschöpfung der Vorkommen endete (vgl. Brust 2005, 27). Der historische Abbau erfolgte in Form des Duckelbergbaus, bei dem ein Schacht abgeteuft und von hier aus sehr niedrige Schächte in horizontale Richtungen innerhalb des Flözes gegraben wurden. Im Kyffhäuser-Gebiet erreichten die Schächte eine maximale Tiefe von 30 m. Zwischen 1890 und 1915 fand der Abbau um den Kyffhäuser vor allem in drei Hauptgebieten statt, im Feld „Glück auf“ bei Badra, östlich Badras und zwischen Udersleben und Ichstedt und endete 1949. Durch den Erkundungsstollen „Falkenburgstollen“ stießen die Bergleute in den 1860er Jahren auf die heute bekannte Barbarossa-Höhle (vgl. Brust 2005, 27f.).

Die Lage der ehemaligen Duckelbauschächte ist noch heute im Gelände an Pingen, Halden und Restlöchern erkennbar (vgl. Meier 1999, 5; Paul 2001, 3). Der Beginn des Schachtes Gut Glück II und eine entsprechende Resthalde zwischen Steinthalen und Badra sind noch heute im Gelände erkennbar (vgl. Brust 2005, 27ff.). Auch auf der Bottendorfer Höhe gibt es noch Pingen, welche den ehemaligen Bergbau dokumentieren (vgl. Schmidt 2004, 102).

## Anhydrit und Gips

Chemisch ist Gips ( $\text{CaSO}_4 \cdot 2\text{H}_2\text{O}$ ) die durch Wasser aufgequollene Form des Anhydrits ( $\text{CaSO}_4$ ), einem Sulfat. Geologisch ist Gips ein Evaporit und gehört somit zu den nichtklastischen Sedimenten (vgl. Zepp 2011, 54).

Die Gipsvorräte im Kyffhäuser-Gebiet lagerten sich im Zechstein an. Hier befand sich ein vom offenen Meer temporär über eine Meereseenge abgetrenntes Nebenmeer, welches periodisch austrocknete (vgl. Dahlgrün et al. 1925, 125ff.). Während der Eindampfungsphasen fielen Evaporite aus dem Nebenmeer aus (vgl. Zepp 2011, 64). Dieses Austrocknen wiederholte sich in salinaren Zyklen, während derer sich in Meerwasserresten enthaltene Minerale in den tieferen Senken ablagerten. An den Südhängen des Kyffhäusers befinden sich hauptsächlich als Gips anstehende Sulfathorizonte mit einer Mächtigkeit von circa

150 m (vgl. Wunderlich 2005b, 7f.; Wunderlich 2005a, 8f.). Das Landschaftsbild des südlichen Kyffhäusers ist stark durch die Gipskarstlandschaft geprägt, welche durch die Auflösung wasserlöslicher Sulfatgesteine entstand (vgl. Zepp 2011, 240f.). Der hiesige Gipskarst entstand primär durch gelösten Anhydritstein und sekundär durch gelösten Gipsstein, wobei das Sulfatgestein außer Reichweite von Oberflächenwasser generell als Anhydritgestein ausgebildet und nur von einer 15–20 m mächtigen Gipsschicht umgeben ist, welche sich mit Wasser verbunden hat und als Rohstoff genutzt wurde. Im Südkyffhäuser gibt es heute eine große Varietät von circa 30.000 Karsthohlformen, wie Höhlen, Schwinden, Dolinen, Karren oder Poljen (vgl. Kupetz 2005, 12f.; Brust et al. 1990).

Der Gips im Kyffhäuser wurde im Gegensatz zu jenem in den Lagerstätten im Südharz nur wenig abgebaut (vgl. Wunderlich 2005a, 11). Die Falkenburg des 11. Jahrhunderts zwischen Bendeleben und Rottleben war bis zu ihrer Zerstörung 1458 einer der wenigen Gipsbauten der Region (vgl. Brust et al. 2005, 46), ein weiteres Beispiel ist die aus Sandstein und Gipsstein erbaute Veitskirche in Artern (vgl. Schmölling 2005, 41). Von etwa 1900 bis 1925 wurde außerdem der *Badraer Marmor*, eigentlich Alabaster, eine Varietät des Gipses, unterirdisch abgebaut, beispielsweise in der Barbarossahöhle oder bei Bad Frankenhausen (vgl. Brust et al. 2005, 46). Zudem fand sich in unterschiedlichen Lagerstätten am Kyffhäuser Marienglas, eine besonders reine Variante des Gipses (vgl. Brust et al. 2005, 45f.; Biese 1931, 17).

Die bekannteste Anhydrithöhle des Kyffhäusers ist die Barbarossahöhle (vgl. Brust et al. 2005, 43). Im Folgenden wird die für den Kyffhäuser Tourismus besonders relevante, deutschlandweit einzige öffentlich zugängliche Anhydrithöhle vorgestellt (vgl. Sauerbier 2005, 47). Sie gehört zu den Mansfeldischen Kalkschloten und die in ihr zu besichtigenden Gipsplatten sind weltweit nur in einer weiteren Schauhöhle (Kungur-Eishöhle, Russland) öffentlich zugänglich (vgl. Brust 2005, 21). Die Höhle wurde am 23.12.1860 bei Bohrungen entdeckt (vgl. Biese 1931, 38), es handelt sich um eine circa 800 m lange Karsthöhle auf 50–70 m Tiefe (vgl. Kupetz & Brust 2005, 41).

Die Barbarossahöhle im Kyffhäuser entstand endogen aus anstehendem Anhydrit. Da sich bei der Umwandlung von Anhydrit zu Gips eine erhebliche Massenzunahme vollzieht, werden offene Klüfte verschlossen; ein Wassereindringen durch das Gestein ist nicht mehr möglich. Nur durch eine vor vertikalem Wasserzufluss schützende, umgebende Schicht aus Anhydrit und einem horizontalen Wasserzufluss entlang einer weniger stark löslichen, anliegen Gesteinsschicht konnte eine Großhöhle wie die Barbarossahöhle, aufgrund ihrer Genese auch Schichtgrenzhöhle genannt, entstehen. Durch die resultierende Luftfeuchtigkeit innerhalb der Höhle vergipste der Anhydrit an der Oberfläche immer weiter, was zu einer typischen, fortschreitenden Erweiterung des Hohlraums der Laughöhle durch Abbrechen der Gipsplatten führt. Der Eingang zu einer solchen Höhle entsteht erst im späteren Entwicklungsstadium durch resultierende Erdfälle (vgl. Kupetz 2005, 14f.).

## Steinsalz und Sole

Steinsalz gehört zu den Evaporiten, einer Untergruppe der chemischen Sedimentgesteine (nicht-klastisch) und besteht größtenteils aus Halit (NaCl) (vgl. Zepp 2011, 62).

Das Steinsalz entstand im Zechsteinalter, wobei die Mächtigkeit der älteren Steinsalzschiefer nur von geringem Ausmaß ist. Vom Oligozän bis zum Pliozän begann die Auslaugung des Kyffhäuser-Gebiets und dauert bis heute an, was an den zahlreichen Solequellen rund um den Kyffhäuser zu sehen ist. Die natürliche Auslaugung und die industrielle Förderung von Solwasser führten zum Nachsacken der höher liegenden Gesteinsschichten, woraus Niederungen rund um den Kyffhäuser entstanden (vgl. Eberhardt et al. 1976, 5, 151f.).

Schon 800 bis 600 v. Chr. wurde Salz von Ackerbauern in der Gegend um Bad Frankenhausen gesiedet (vgl. Walter 2005, 30), eine Praxis, die bis zur Schließung der Saline 1945 fast durchgehend angewandt wurde. Ihren Produktionshöhepunkt erreichte die Saline zwischen 1580 und 1592 mit 400 Ztr. täglicher Förderung (vgl. Hecht 2001, 14ff.). Allerdings verlor die Salzgewinnung zu Beginn der Neuzeit an wirtschaftlicher Relevanz und die Produktion sank stark, bis die Saline 1945 geschlossen wurde (vgl. Walter 2005, 31).

Jedoch gab es ab Anfang des 19. Jahrhunderts eine weitere Verwendung für das salzhaltige Wasser. So wurde das Heilpotenzial des aus den Störungszonen austretenden Solwassers für Bäder oder Inhalation genutzt und führte zum Zusatz des amtlichen Beinamens *Bad* der Stadt Frankenhausen (vgl. Eberhardt et al. 1967, 160; Walter 2005, 192f.). Heute werden vor allem drei salzhaltige Quellen innerhalb eines Großerdarfs genutzt, die Elisabethquelle, die Schüttschachtquelle und die Kyffhäuserquelle (vgl. Hecht 2001, 16). Das bekannteste Solgebiet bei Artern ist der Arterer Solgraben mit einer Fläche von 400 m \* 10–50 m (vgl. Brust et al. 2005, 44).

Jürgen Pusch bezeichnet die Solgebiete um den Kyffhäuser als die „bedeutendsten“ Binnensalzstellen Thüringens (2005, 37). Selbiger kam zu dem Ergebnis, dass die Salzstellen heute eine deutlich geringere Fläche hätten als im 19. Jahrhundert, beziehungsweise gesamte Gebiete verschwänden; ein entsprechender Artenschwund und eine Verringerung der Populationsgrößen konnten verzeichnet werden (vgl. Pusch 2005, 37f.). Das Solgebiet rund um Artern ist seit 1935 Teil des Naturschutzgebiets Arterer Solgraben (vgl. Weinert 2005, 127), in dem eine Vielfalt von seltenen und gefährdeten Salzpflanzenarten, welche sonst nicht mehr in Thüringen existieren, geschützt werden (vgl. Brust et al. 2005, 45). Um die Arten besser schützen zu können, wurden das Espenstedter Ried, der Arterer Solgraben und die Salzwiesen an der Numburgquelle außerdem zu Teilen eines Flora-Fauna-Habitats (FFH) erklärt.

## Kalisalz

Das Kalisalz (KCl) ist ein weiterer im Zechstein ausgefällter Evaporit und somit ein nichtklastisches, chemisches Sediment (vgl. Zepp 2011, 62). Auch Kalisalz wurde während des mitteleuropäischen Zechsteins ausgefällt. Eines der Hauptkaliflöze (des Staßfurt-Zyklus) hat in der Frankenhäuser Talung eine Mächtigkeit von 20 m (vgl. Eberhardt 1976, 151).

Der Kalibergbau im Revier am Kyffhäuser setzte 1896 mit Beginn des Baus des Brügman-Schachts bei Sondershausen ein (vgl. Wunderlich 2005a, 10). Aus dem geförderten Rohsalz wurden ab 1898 unter anderem K60 Dünger oder magnesiumhaltige Düngemittel produziert. Der Brügman-Schacht förderte in den ersten drei Jahren allein 100.000 t Rohsalz (vgl. Eberhardt et al. 1976, 172f.); ein weiterer Schacht war der Nesseschacht, dessen Grubenlüfter heute als technisches Denkmal am Eingang des Besucherbergwerks zu besichtigen ist (vgl. Schappmann 2005, 96f.). Der Kalibergbau dominierte mehr als 100 Jahre die wirtschaftlichen Strukturen von Sondershausen samt Umland und verursachte einen regionalen wirtschaftlichen Aufschwung (vgl. Brust 2005, 26). Der ehemalige Brügman-Schacht dient heute als Besucher- und Erlebnisbergwerk und ist mitsamt seiner Abraumhalde zu besichtigen (vgl. Schappmann 2005, 89).

Die Überreste des Kalibergbaus sind heute noch deutlich im Kulturlandschaftsbild um Sondershausen zu erkennen. Die Rückstandshalde des Kaliwerks Glückauf nimmt eine Fläche von 75 ha ein und erreicht eine Höhe von bis zu 125 m. Sie ist ein Zeugnis des 100-jährigen Kalibergbaus und wurde mit einer Abdeckung versehen, um die Umwelt vor den Salzengen zu schützen und zu verhindern, dass Niederschläge die Salzreste in den Boden, in umliegende Gewässer oder in das Grundwasser eintragen (vgl. Schappmann 2005, 89f.). Um die Kalihalde bei Roßleben (bei Artern) hat eine Vielfalt von Salzpflanzen ihren Lebensraum, Beispiele sind *Aster tripolium* und *Atriplex oblongifolia* (vgl. John 2000, 195).

## Braunkohle

Bei Braunkohle handelt es sich um ein organisches Sediment. Es entsteht durch die vor allem biochemische Inkohlung abgestorbener, organischer Materialien (vgl. Zepp 2011, 64).

Zwischen Oligozän und Pliozän breitete sich die Salzauslaugung im Kyffhäuser-Gebiet vom Harzrand nach Süden gen Kyffhäuser aus und es entstanden im Thüringer Becken durch den resultierenden Massenverlust vereinzelt Einsturzbecken, in denen sich Moore entwickelten (vgl. Wunderlich 2005b, 10). Es sammelten sich abgestorbene organogene Bestandteile in diesen Becken an, welche unter Luftabschluss und Druck zu Braunkohle wurden (vgl. Eberhardt et al. 1976, 5) und später abbaubare Braunkohleflöze mit einer Mächtigkeit von bis zu 16 m hinterließen (vgl. Wunderlich 2005b, 10; Wunderlich 2005a, 9).

Ab dem 18. Jahrhundert wurde versucht, die gelagerte Braunkohle zu fördern, allerdings stellten sich sowohl die Art der Flözablagerung als auch die Beschaffenheit der Kohle später als ungenügend und somit als unwirtschaftlich heraus (vgl. Eberhardt et al. 1976, 31). Der Abbau im 19. Jahrhundert geschah nahe der Ortschaft Bad Frankenhausen und Esperstedt sowie im Becken von Borxleben nahe Ichstedt (vgl. Wunderlich 2005a, 10). Die Braunkohle diente als Ersatz für das limitierte Brennholz (vgl. Brust 2005, 26). In den ehemaligen Abbauflächen haben sich nach der Stilllegung z.T. wertvolle Feuchtbiotope entwickelt. So leben im 12,5 ha großen Gebiet namens „Sandgrube Bendeleben“ heute unter anderem Bienenfresser und Uferschwalben (vgl. Wille 2011).

## Geotourismus

Der Begriff „geotourism“ wurde erstmals 1995 durch Dr. Thomas Hose geprägt und in den folgenden Jahren durch diesen sowie Ross Dowling und David Newsome erweitert. Laut letzteren Autoren ist Geotourismus ein Subsektor des regionalen Tourismus mit Fokus auf Geologie und Landschaft, welcher den Tourismus an Geotopen fördert und sich für den Erhalt der Geo-Diversität einsetzt. Die Produkte des Geotourismus sind gleichzeitig Werkzeuge, die zur Vermittlung der geologischen und geomorphologischen Elemente beitragen. Sie dienen außerdem lokalen Gemeinden, indem sie zu deren touristischer Erschließung beitragen und somit Arbeitsplätze schaffen und die Regionalökonomie unterstützen. Der Fokus sollte nach Dowling & Newsome darauf liegen, Anwohner und Touristen bezüglich der geologischen Prozesse der Erde zu bilden und sie auf die Besonderheiten aufmerksam zu machen (vgl. 2010, 1ff.).

Der deutsche Begriff *Geotourismus* wurde im Jahr 1998 durch Marie-Luise Frey definiert. Laut ihr beinhaltet Geotourismus die „interdisziplinäre Zusammenarbeit mit einer betriebswirtschaftlichen, erfolgsorientierten und schnelllebig arbeitenden Disziplin“ (Reh et al. 2006, 4). Der Fokus liegt hier vor allem auf dem Transfer von geologischem und geomorphologischem Wissen und der nachhaltigen Landschaftsnutzung. Des Weiteren wird die Relevanz und Bedeutung der Disziplin Geologie in der Gesellschaft gefördert (vgl. Reh et al. 2006, 4).

Ein wichtiger Bestandteil des Geotourismus ist die Interpretation. Sie stellt eine Verbindung zwischen Betrachter, Geologie und Landschaft her und ist das Medium, das eine persönliche Beziehung und einen Kontext herstellen kann. Es sollte versucht werden, die Beobachtenden zur aktiven Teilnahme anzuregen, da so die größten Lernerfolge erzielt werden können (vgl. Dowling & Newsome 2010, 8f.). Die Interpretation basiert lerntheoretisch auf einem induktiven Ansatz, bei dem anhand spezieller Phänomene vor Ort allgemeine Zusammenhänge vermittelt werden können. Ein Beispiel hierfür können direkte Sinneserfahrungen sein, anhand derer auf generelle geologische Vorgänge eingegangen wird. Beispielsweise kann anhand der Barbarossahöhle die Entstehung von Karst

erläutert werden. Der starke Sinneseindruck bei Begehung wird in diesem Fall genutzt, um eine emotionale Lernerfahrung anzustoßen.

Ein Paradebeispiel für die Umsetzung von Geotourismus sind Geoparks. Nationale Geoparks sind offiziell anerkannte Regionen mit wichtigen geologischen und geomorphologischen Formen oder Geotopen von besonderer Bedeutung. Die Ziele von Nationalen Geoparks sind der Schutz ihrer Formenvielfalt, die Vermittlung ihres Wertes und die nachhaltige Entwicklung, welche durch Geotourismus erreicht werden sollen (vgl. Dowling & Newsome 2010, 9). Auch der Geopark Kyffhäuser ist seit 2009 ein Nationaler Geopark und besitzt somit offiziell „geologische Sehenswürdigkeiten (Geotope) [...], die von regionaler und nationaler geowissenschaftlicher Bedeutung, Seltenheit oder Schönheit sind“ (Geopark Kyffhäuser e. V. 2015). Die Geoparks selbst sind eine konsequente Weiterentwicklung der Idee des Geopfads, einem Konzept mit dem Ziel, geologisches und geomorphologisches Wissen durch Lehrpfade zu vermitteln.

Geoparks und Geopfade sind häufig thematisch aufgebaut. Dies soll das Interesse wecken und verstärken und zur erfolgreichen Vermittlung beitragen. Gleichzeitig erhöhen ansprechende Motive den Freizeitwert, da für die Besuchenden meist der Spaß und nicht das Lernerlebnis im Vordergrund steht. Eine ansprechende Gestaltung führt entsprechend zu einem erhöhtem touristischen Freizeitwert, welcher Besuchende zu einem Aufenthalt motiviert, und bildet daher die Basis; denn ohne Besuchende ist selbst ein didaktisch gut konzipierter Geopark nutzlos.

Das Gesamtkonzept von Geoparks kann stark variieren. So können Geopfade zu Fuß, mit dem Fahrrad, mit dem Auto oder auch virtuell genutzt werden. Die Art des Geotourismus sowie die Nähe der entsprechenden Geotope, die Zielgruppe, das Kontaktmedium und die landschaftliche Lage spielen hier eine entscheidende Rolle. Nach Newsome & Dowling ist die Anschaulichkeit und die Präsentation des Phänomens im Geotourismus von besonderer Bedeutung, da die meisten Besucher sich nicht speziell für Geologie oder Geomorphologie interessieren und somit der Forschungsdrang geweckt werden muss (vgl. 2006, 12). Nach der anfänglichen Aufmerksamkeitsregung sollte im nächsten Schritt die Brücke vom Spaß- zum Lernerlebnis geschlagen werden. Aus diesem Grund sollte auf die ansprechende Einbettung der Informationen besonders geachtet werden, um selbst potenziell banal wirkende Alltagsphänomene wie die Entstehung von Sand interessant aufzubereiten. Insgesamt ist es wichtig, dass bei der Aufbereitung von geo(morpho)logischen Phänomenen zu Vermittlungszwecken das Interesse anhand eines außergewöhnlichen Standorts geweckt wird. Dieses kann dann dazu genutzt werden, weitere allgemeinere Informationen, etwa zur Genese der Gesteine, zu vermitteln.

## Entwicklung des Besucherportals

Das folgende Kapitel beschreibt die Erstellung des Besucherportals. Das Konzept und der Aufbau werden hier inhaltlich, thematisch und gestalterisch erläutert.

### Aufbau

Das in diesem Beitrag vorgestellte virtuelle Besucher-Portal *Robstoffwelt-Kyffhäuser* ist ein Beispiel für die Umsetzung einer Internetseite, die zur Förderung des Geotourismus am Kyffhäuser beitragen und diesen fördern kann. Der Fokus des Portals liegt dabei auf der Vermittlung relevanter Informationen zu den lokalen Geotopen und orientiert sich am Aufbau von Geopfaden. Es wurde besonders darauf geachtet, die Unterseiten thematisch aufzubauen und den Besuchern anhand von inhaltlichen Gruppierungen einen persönlichen Zugang zu den Themen zu ermöglichen. Des Weiteren wurde von den lokalen Vorgängen auf allgemeine Prozesse der Geologie eingegangen, um im Rahmen des Geotourismus ein allgemeines Verständnis einer Thematik zu vermitteln. Das Portal richtet sich an keine spezifische Zielgruppe, wurde allerdings primär für fachfremde, erwachsene Besuchende gestaltet. Zur Vermittlung und Anschaulichkeit wurden sowohl Symbole (Steine, Spitzhacke, Buch, Abbildung), als auch Bildmaterial und Videos (beziehungsweise Verlinkungen) genutzt. Außerdem wurde auf einen ausgewogenen Einsatz von Bild- und Textelementen geachtet, um das Interesse der Lesenden durch ansprechende Strukturierung zu wecken. Die vereinfachte Fachsprache und die Kürzung der Inhalte werden vor Allem im Vergleich zum fachwissenschaftlichen Abschnitt dieser Arbeit deutlich. Diese Vereinfachung wird zugunsten der Effektivität der Texte von Hughes & Ballantyne (2010, 190) empfohlen, so ist ein Besuchertext idealerweise für 10- bis 12-jährige verständlich.



**DER KYFFHÄUSER** **DIE ROHSTOFFE** **LEXIKON** **SPIELE** **REGENWETTER** **ANFAHRT** **KONTAKT**

**Rohstoffwelt Kyffhäuser**

### Ausflugsziel Kyffhäuser Rohstoffwelt

Willkommen auf der Seite *Rohstoffwelt Kyffhäuser*. Das Kyffhäuser-Gebirge steckt voller Rohstoffe, von Sandstein über Salz bis Braunkohle. Über Jahrhunderte prägte der Abbau dieser Rohstoffe das Alltagsleben und die Kulturlandschaft. Heute ist der Abbau größtenteils eingestellt, doch lassen sich überall auf dem Kyffhäuser Hinweise auf die Rohstoffgewinnung finden. Lassen Sie sich auf eine Spurensuche der anderen Art ein- auf eine Rohstoffsuche am Kyffhäuser.

Wie kam es, dass auf verhältnismäßig geringem Raum eine solche Vielfalt entstehen konnte? Diese Seite präsentiert die Rohstoffe am Kyffhäuser an unterschiedlichen interessanten Standorten rund um das Gebirge. Sie können sich hier vor, während oder nach einem Besuch im Gebiet um den Kyffhäuser über sehenswerte Standorte, die Entstehung der Rohstoffe, ihre Verwendung oder heutige Kulturlandschaftsmerkmale informieren. Die Kyffhäuser Region lädt mit ihrer Geotop-Vielfalt zu ausgelassenen Spaziergängen, Wanderungen oder Fahrradtouren ein. Die hier ausgewählten Standorte drehen sich jeweils um einen Rohstoff. Klicken Sie in der Menüleiste auf *Rohstoffe* und wählen Sie den jeweiligen Rohstoff aus. Die Geotope bieten Ihnen die Möglichkeit, sich in der Natur aufzuhalten, und gleichzeitig mehr über die Entwicklung der Rohstoffe an Ort und Stelle zu erfahren.

Übrigens gibt es am Kyffhäuser auch geologische Phänomene bei Regenwetter zu besichtigen.

Abb. 1: Übersichtsseite des Besucherportals (Quelle: Eigene Darstellung mit Jimdo.de)

Der thematische Aufbau und die Wahl der jeweiligen Titel dienen dem besseren Zugang und sind im Rahmen der Seite vorrangig gewählt, um die Aufmerksamkeit des Portalbesuchenden zu wecken (vgl. Hughes & Ballantyne 2010, 192). Die Reihenfolge ist chronologisch und wurde anhand des Alters der Lagerstätten der Rohstoffe vorgenommen. Die Reiter am oberen Rand der Seite ermöglichen die Navigation zwischen unterschiedlichen Bereichen. Hier befindet sich unter *Der Kyffhäuser* eine kurze Einführung in das Portal. Unter *Rohstoffe* lassen sich die selbigen mit ihren jeweiligen Standorten aufrufen. Es wurde zunächst ein Konzept anhand von unterschiedlichen Rohstoffvorkommen erarbeitet, indem die Rohstoffe anhand von Besonderheit und Bekanntheit und somit nach potenziellem Besuchsinteresse selektiert wurden. Diese wurden dann mit

passenden Standorten verknüpft. Im nächsten Schritt wurden die Rohstoffe mit allgemeineren Inhalten verbunden, so wird beispielsweise anhand des Kupferschiefers das Thema *Kreislauf der Gesteine* eingeleitet. Die Anfangsseite bietet eine interaktive Karte von Google Maps zur geographischen Einordnung, auf der sämtliche Standorte verzeichnet sind. Außerdem wird eine Anfahrtsbeschreibung mit Kartenmaterial zu den Standorten als pdf-Datei zum Download angeboten. Im unteren Bereich der Seite folgt eine knappe Zusammenfassung der Entstehung der Rohstoffe einschließlich einer zeitlichen Einordnung. Die Seiten sind zur Vereinfachung des Leseflusses überwiegend einheitlich aufgebaut, so befindet sich auf jeder Seite eine visualisierte zeitliche Einordnung der Entstehung des Rohstoffs in Form eines roten Zeitpfeils. Der spezifische Zeitraum eines Rohstoffs ist auf diesem entsprechend markiert; Portalbesuchende können die verschiedenen Rohstoffe auf diese Weise bezüglich ihrer Entstehungsphase zeitlich in Relation setzen.

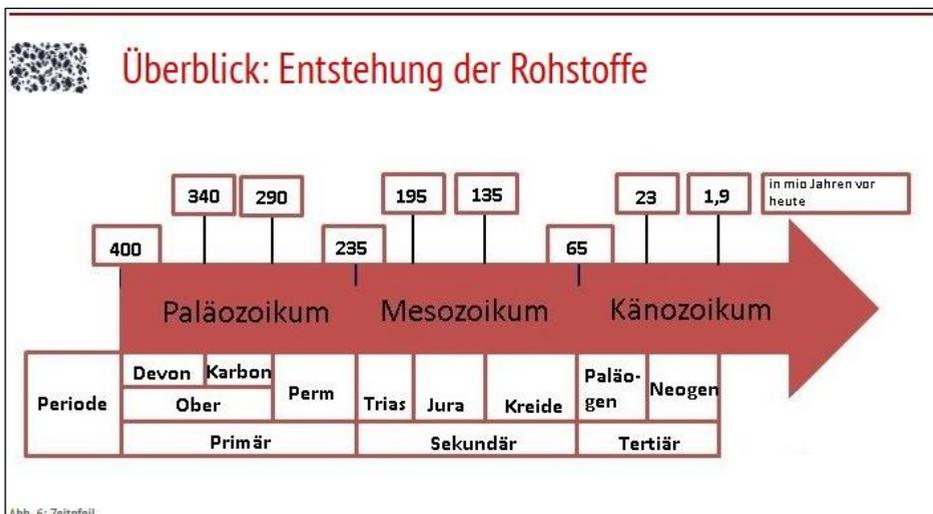


Abb. 6: Zeitpfeil.

Die Rohstoffe sind anhand ihrer Entstehungszeit geordnet. So entstand der [Kyffhäuser Sandstein](#) hauptsächlich im [Oberkarbon](#) (Pennsylvanien), also im Zeitraum vor etwa 323 Mio. Jahren bis vor 299 Mio. Jahren. Während dieser Zeit bestand die Erde noch aus zwei Kontinenten, durch deren Kollision Gebirge wie der Harz oder der Kyffhäuser entstanden.

Der Kupferschiefer entstand hingegen während des [Perms](#), zu Beginn des Zechsteins, also vor etwa 259 Mio. Jahren. In den folgenden Millionen Jahren kam es im Zechstein zum Sedimentieren unterschiedlicher [Evaporite](#), also von im Wasser gelösten Stoffen. Hierzu gehörten [Gips](#), [Steinsalz](#) und [Kalisalz](#), die sich je nach Löslichkeit ablagerten. Die [Braunkohle](#) als letzter behandelter Rohstoff entstand zwischen dem Oligozän und dem Pleistozän vor "nur" etwa 23 Mio. Jahren und ist damit der jüngste hier aufgeführte Rohstoff.

Abb. 2: Beispiel Zeitpfeil zur zeitlichen Einordnung der Entstehung der Rohstoffe (Quelle: Eigene Darstellung)

Die Seiten beginnen jeweils mit einer kurzen thematischen Einleitung, um das Interesse zu wecken, gefolgt von einer geographischen Einordnung mithilfe eines entsprechenden eingebundenen Google Maps Moduls. Anschließend folgt ein Abschnitt zur Genese des Rohstoffs, markiert durch ein Steinsymbol. Darauf folgt eine Darstellung des Abbaus und der Verwendung des Rohstoffs (Spitzhackensymbol). Den letzten inhaltlichen Abschnitt bilden weitere thematische Informationen und Ergänzungen mit aktuellem Bezug, gefolgt von einer Liste mit Literaturquellen (Buchsymboll) und Abbildungsquellen (Abbildungssymbol).

Der nächste Reiter des Navigationsmenüs führt zum Lexikon. Dieses erklärt die wichtigsten Begriffe und ist außerdem mit den Texten der Rohstoffstandorte vernetzt. Zwar werden die Fachbegriffe im Fließtext bereits erklärt, doch können sie so noch einmal auf einer separaten Seite per Mausklick auf das entsprechende Wort aufgerufen werden. Außerdem gibt es hier zu jedem Begriff eine bildliche Darstellung sowie mögliche weitere Verlinkungen zu Lernseiten wie [www.webgeo.de](http://www.webgeo.de). Den letzten Eintrag stellt ein Abbildungsverzeichnis aller im Lexikon genutzter Abbildungen dar.

The screenshot shows the website interface. At the top, there is a navigation menu with buttons for: DER KYFFHÄUSER, DIE ROHSTOFFE, LEXIKON, SPIELE, REGENWETTER, ANFAHRT, and KONTAKT. Below the menu is a large header image of a stone wall with the logo 'GA 1933' and the text 'Rohstoffwelt Kyffhäuser'. The main content area features a red sidebar with a list of mineral types: ANHYDRIT, ARKOSE, BRAUNKOHLE, CALCIUMCARBONAT, ERZ, EVAPORITE, FELDSPAT, FLÖZ (highlighted), GEOLOGIE, GEOMORPHOLOGIE, GIPS, and HALIT. The main text area is titled 'Flöz' and contains a definition: 'Ein Flöz ist eine Ansammlung eines Rohstoffs, also eine Lagerstätte, die zum Abbau genutzt werden kann. Flöze entstehen durch Ablagerung (sedimentär) und bestehen deswegen meist aus horizontalen Schichten von geringer Höhe. Durch geomorphologische Vorgänge können sich die Schichten auch aufstellen, sodass die Schichten vertikal "stehen", Flöze befinden sich jedoch immer in einer Ebene.' To the left of the text is an illustration of a cross-section of a flöz being mined with a wooden structure. Below the illustration is the caption 'Abb. 17: Abbau eines Flöztes.'

Abb. 3: Flöz – Lexikon (Quelle: Eigene Darstellung, enthaltene Graphik „Abbau eines Flöztes“ aus: Kissling 2002)

Analog zu den im Lexikon erklärten Begriffen führt der Reiter *Quiz* zu drei unterschiedlichen Möglichkeiten, das bereits erlernte Wissen auf einer externen Internetseite spielerisch zu üben und zu testen. Dafür wurden die Begriffe samt Definitionen auf der Seite [www.quizlet.de](http://www.quizlet.de) eingetragen, sodass diese dort zu Lernkarten und den genannten Spielen umgewandelt wurden, auf die von der Rohstoffwelt-Kyffhäuser-Homepage aus zugegriffen werden kann.



The screenshot shows the website interface for 'Rohstoffwelt Kyffhäuser'. At the top, there is a navigation bar with six red buttons: 'DER KYFFHÄUSER', 'DIE ROHSTOFFE', 'LEXIKON', 'SPIELE', 'REGENWETTER', and 'ANFAHRT'. Below the navigation bar is a large image of a stone wall with trees in the background. Overlaid on the image is a logo consisting of a stylized 'G' and 'A' with the year '1737' below it, and the text 'Rohstoffwelt Kyffhäuser' in a large, bold, orange font. Below the image, the section is titled 'Spiele' in a red font. A horizontal line separates the title from the introductory text. The text reads: 'Mit den folgenden Spielen können Sie ihr neues Wissen auf die Probe stellen. Was war nochmal ein Evaporit? Und wann genau war das Zechstein? Auf dieser Seite finden Sie verschiedene Spielearten und ein Quiz, die sich mit den im Lexikon erläuterten Begriffen befassen.' Another horizontal line follows. Below this, there are two columns of game information. The left column is titled 'SPIEL 1: SCATTER' and describes a word-matching game. The right column is titled 'SPIEL 2: RACE' and describes a word-racing game. Each column ends with a red link 'Zum Spiel'.

**DER KYFFHÄUSER**   **DIE ROHSTOFFE**   **LEXIKON**   **SPIELE**   **REGENWETTER**   **ANFAHRT**

**Rohstoffwelt  
Kyffhäuser**

## Spiele

---

Mit den folgenden Spielen können Sie ihr neues Wissen auf die Probe stellen. Was war nochmal ein Evaporit? Und wann genau war das Zechstein? Auf dieser Seite finden Sie verschiedene Spielearten und ein Quiz, die sich mit den im Lexikon erläuterten Begriffen befassen.

---

**SPIEL 1: SCATTER**  
Ziehen Sie die Worte auf ihre jeweilige Definition. Hier zählt auch Schnelligkeit!  
[Zum Spiel](#)

**SPIEL 2: RACE**  
Zerstören Sie die vorbeilaufenden Definitionen, indem Sie das richtige Wort eingeben. Hier sollten Sie bereits mit den Worten vertraut sein.  
[Zum Spiel](#)

Abb. 4: Spiele (Quelle: Eigene Darstellung)

Der nächste Reiter *Regenwetter* fasst die drei Standorte Röhrigschacht (Kupferschiefer), Barbarossahöhle (Anhydrit und Gips) und Erlebnisbergwerk Sondershausen (Kalisalz) für den Besucher übersichtlich zusammen, sodass mithilfe dieser Unterseite Ausflüge auch bei Regenwetter unternommen werden

können. Im Fließtext der drei Attraktionen gibt es interne Verlinkungen zu den jeweiligen Seiten der Kategorie Rohstoffe, so ist beispielsweise der Text der Barbarossahöhle mit der Seite *Anhydrit und Gips* verbunden. Außerdem gibt es im Text jeweils externe Verlinkungen zu den offiziellen Internetauftritten der Standorte.

Es folgen zwei organisatorische Reiter in der Menüleiste, Anfahrt und Kontakt. Ersterer bietet dem Namen entsprechend eine interaktive Karte mit Anfahrtshinweisen, der zweite Reiter öffnet eine Seite mit Kontaktformular und Gästebuch, die als fertige Module seitens des Homepagebaukasten Jimdo angeboten werden. In der Fußzeile der Homepage befindet sich ein Impressum.

## Der Sandstein

Die Seite zum Thema Sandstein ist thematisch um das Kyffhäuser-Denkmal herum aufgebaut. Dieses dient als Standort und thematischer Aufhänger.

The screenshot shows a website page with a red navigation menu on the right containing the following items: SANDSTEIN, KUPFERSCHIEFER, ANHYDRIT UND GIPS, STEINSALZ UND SOLE, KALISALZ, and BRAUNKOHLE. The main content area includes a geological timeline diagram (Abb. 1) showing the Carboniferous period (Karbon) with sub-periods Devon, Perm, Trias, Jura, Kreide, Paläogen, and Neogen. A red arrow points to the 'Karbon' period. Below the diagram is the caption 'Abb. 1: Zeitfeil Karbon.' The main heading is 'Vom Verdichteten zum Denkmal'. The text describes the Kyffhäuser Memorial as a sandstone structure 81m high, built in honor of Emperor Wilhelm I. It includes a photograph of the memorial (Abb. 2) and opening hours: 'Mai - September tägl. 9:00h - 19:00h' and 'Oktober - April tägl. 10:00h - 17:00h'. It also mentions 'Für Besuche geht es hier zur Offiziellen Webpräsenz des Denkmals.'

Abb. 5: Einführung in das Thema Sandstein (Quelle: Eigene Darstellung)

Vom Speziellen ins Allgemeine wird anhand des Kyffhäuser-Denkmal die Entstehung von Sand erklärt. Ein Video der ARD dient hier zur Veranschaulichung; es ist wissenschaftlich nicht exakt, bietet aber gutes Bildmaterial und stellt die Zerkleinerung während des fluvialen Transports anschaulich da. Der nächste Bereich legt die Genese des Sandsteins dar und geht außerdem auf die geologischen Prozesse wie Hebungen ein, die den Zugang zu Sandstein in jüngerer Zeit ermöglichten.



## Begraben und Freigesetzt: Vom Sand, der als Sandstein wiederkehrte

Der Kyffhäuser-Sandstein besteht, wie sein Name bereits verrät, aus extrem verdichtetem Sand. Wie kam der Sand jedoch in das Gebirge?

Sand weist zunächst immer auf einen früheren Wasserlauf hin, denn nur so konnte das Gestein so fein gebrochen werden. Laut Definition ist Sand lediglich eine Bezeichnung für zerkleinertes Gestein mit einem Durchmesser von 0,063 bis zu 2mm. Dieses wurde durch unterschiedliche Arten der Verwitterung vom ursprünglichen anstehenden Gestein abgelöst und durch das Wasser, also fluvial, transportiert und weiter zerkleinert. War die Kraft des Wassers geringer als das Gewicht (die Last) des Gesteins, so setzte sich dieses ab, beziehungsweise sedimentierte.

Der Sandstein des Kyffhäusers entstand im Oberkarbon, vor etwa 323Mio Jahren. Er wurde von vielen weiteren Schichten überlagert und zusammengedrückt, wobei Bindemittel die Sandkörner aneinander fügten. Als die Gesteinsscholle des Kyffhäusers angehoben wurde, gelangte er an die Oberfläche und aus diesem Grund ist diese "alte" Schicht auch heute überhaupt so leicht zugänglich. Der Sandstein besteht hauptsächlich aus früheren Ablagerungen von Schuttmassen des variskischen Gebirges, zu dem auch der Harz gehört. Diese Schuttmassen wurden von Flüssen transportiert und unter anderem durch Aufeinanderprallen, also indirekt durch die Kraft des Wassers, zerkleinert.

Die Schicht Kyffhäuser-Sandsteins ist ungefähr 500-600m mächtig, das entspricht mehr als 7 Kyffhäuser-Denkmalen in der Höhe! Wegen seines hohen Feldspatgehalts wird der Sandstein auch als Arkose bezeichnet. Die rote Färbung des Sandsteins entstand übrigens durch Eisenoxid, Quarz- und Kieselschiefergeröll, das im Sandstein eingeschlossen ist. Der Kyffhäuser-Sandstein ist im Verhältnis zu anderen Sandsteinen besonders widerstandsfähig und gleichzeitig überdurchschnittlich biegefest, was durch seine Silikatverbindungen, also die Bindestoffe zwischen den einzelnen Sandkörnern, zu erklären ist.

Abb. 6: Die Entstehung des Sandsteins (Quelle: Eigene Darstellung)

Der letzte Absatz setzt sich anschaulich mit der weiteren Verwendung und Nutzung des Kyffhäuser-Sandsteins auseinander.

## Alles aus Sandstein: Die Nutzung des Kyffhäuser-Sandsteins



Nicht nur direkt vor Ort, sondern auch in weiter entfernten Regionen wurde der Kyffhäuser-Sandstein genutzt. Im gesamten mitteldeutschen Raum finden sich Bauten aus Kyffhäuser-Sandstein und insbesondere in Thüringen, beispielsweise in Weimar, war er ein wichtiger Werkstein. Der größte Sandstein-Steinbruch befindet sich auf der ehemaligen Mittelburg unweit vom Kyffhäuser-Denkmal entfernt, er wurde schon im 14. Jahrhundert genutzt. Aus Kyffhäuser-Sandstein wurden außerdem die Reichsburg Kyffhausen, die Kirche des Altstadt in Bad Frankenhausen oder die Helme-Brücke bei Kelbra gebaut. Auch Mühlsteine wurden früher aus Sandstein angefertigt.

Abb. 4: Ehemaliger Steinbruch an der Mittelburg.

Abb. 7: Die Nutzung des Sandsteins (Quelle: Eigene Darstellung)

### Der Kupferschiefer

Als Standort des Kupferschiefers wurde das Erlebniszentrum Röhrigschacht in Sangerhausen gewählt. Es liegt zwar außerhalb des im Rahmen dieser Arbeit eingegrenzten Gebiets, bietet aber für Besucher sehr interessante Materialien und wurde aufgrund seiner Attraktion als Standort gewählt. Es können unter anderem alte Schachtanlagen besichtigt werden, die besucherfreundlich gestaltet wurden. Außer einer Vorstellung des Rohstoffs und einer Erklärung seines Nutzens sowie seiner Abbaugeschichte im Kyffhäuser gibt es hier ein übergeordnetes Thema, den Kreislauf der Gesteine, dessen Erläuterung anhand des Kupferschiefers durchgeführt wird. Im Rahmen des Geotourismus wird so ein geologisches Alltagsphänomen verdeutlicht. Die virtuelle Vorstellung endet mit einer illustrierten Darstellung der heutigen Hinweise auf historischen Kupferschieferabbau wie Halden und Pingen im Gelände. Des Weiteren wird dem Besucher auf dieser Seite anhand von bildlichen und textlichen Darstellungen der historische Bergbau präsentiert.

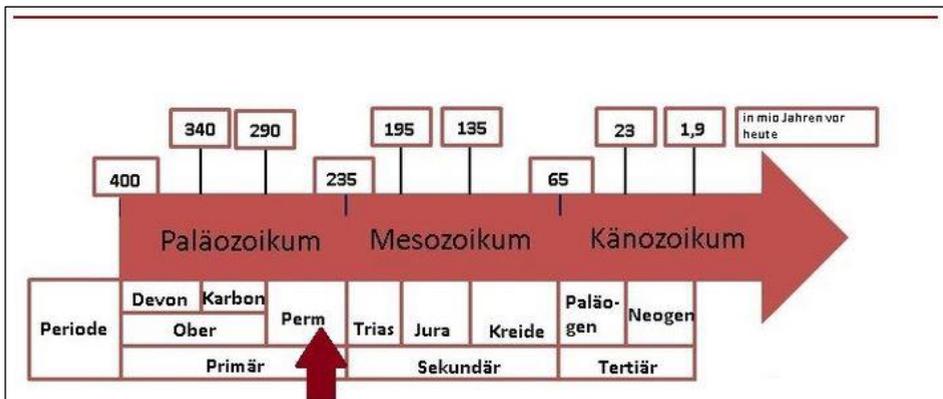


Abb. 2: Zeitpfeil Perm.



## Kupferschiefer: natürliches Recycling kleinster Gesteinsbrocken

Kupferschiefer besteht aus schwärzlichem Mergelschiefer, einem Tonstein. Ein Tonstein ist, wie auch Sandstein, durch die extreme Verdichtung winziger Gesteinsbrocken entstanden, in diesem Fall hatten die Gesteine einen maximalen Durchmesser von 0,002mm. Da der Tonstein aus verschiedenen zerkleinerten Gesteinen besteht und nach einem Absetzen (Sedimentation) am Meeresboden durch Druck neu zusammengesetzt wurde, gilt er als klastisches Sedimentgestein.

Die Kupferschieferschichten am Kyffhäuser entstanden zu Beginn des Zechsteinalters, also vor etwa 260Mio Jahren (während des Werra-Zyklus). Die Kupferschieferschicht im Kyffhäuser ist ungefähr 0,3 - 0,6m mächtig. In diesem Kupferschiefer ist neben anderen Mineralien und Erzen durchschnittlich 3% Kupfer eingeschlossen, das später gefördert werden konnte.

Entstanden ist der Kupferschiefer am Grund eines Meeres. Die Situation damals kann mit der heutigen Sedimentation im Schwarzen Meer verglichen werden. Am Grund des Meeres befand sich eine durch Schwefelwasser beeinflusste Tiefenregion, die von einer leichteren, von Sauerstoff durchlüfteten Schicht bedeckt war. Die Schwefelanteile riefen die charakteristische dunkle Färbung hervor.

Die Kupferanteile wurden über einen Fluss (fluvial) zum Meer transportiert und lagerten sich aufgrund ihrer Dichte am Boden ab, während der feine Ton sedimentierte und wurde so in den Tonstein eingeschlossen. Man spricht hier von einer syngenetischen (zeitgleichen) Entwicklung.

Abb. 8: Beschreibung der Entstehung des Kupferschiefers (Quelle: Eigene Darstellung)

## Anhydrit und Gips

Diese Seite orientiert sich thematisch stark an der Barbarossa-Sage und der entsprechenden Höhle im Kyffhäuser-Gebirge, um das Interesse der Lesenden zu

wecken. Die Einleitung erfolgt im Anschluss an ein Gedicht zur Barbarossa-Sage nach Friedrich Rückert. Anschließend werden die Rohstoffe vorgestellt und es wird auf die Eigenschaften des Anhydrits und des Gips eingegangen. Zur Illustration wird ein Video des Bundesamts für Strahlenschutz verwendet, welches die Ablagerungen und Prozesse während des Zechsteins illustriert. Es folgt ein Exkurs zum Thema Karst, indem dieser anhand der Entstehung der Barbarossa-Höhle eingeleitet wird. Die Seite schließt mit einer schematischen, geologischen Erklärung der Höhlengenease ab.



## Rohstoffwelt Kyffhäuser

- SANDSTEIN
- KUPFERSCHIEFER
- ANHYDRIT UND GIPS
- STEINSALZ UND SOLE
- KALISALZ
- BRAUNKOHLE

### Die Kyffhäuser Sage

Der alte Barbarossa,  
Der Kaiser Friederich,  
Im unterird'schen Schlosse  
Hält er verzaubert sich.

Er ist niemals gestorben,  
Er lebt darin noch jetzt;  
Er hat im Schloß verborgen  
Zum Schlaf sich hingesezt.

Er hat hinabgenommen  
Des Reiches Herrlichkeit,  
Und wird einst  
wiederkommen,  
Mit ihr, zu seiner Zeit.

Der Stuhl ist elfenbeinern,  
Darauf der Kaiser sitzt:  
Der Tisch ist marmelsteinern,  
Worauf sein Haupt er stützt.



Abb. 1: Barbarossa am Denkmal.

Sein Bart ist nicht von Flachse,  
Er ist von Feuersglut,  
Ist durch den Tisch  
gewachsen,  
Worauf sein Kinn ausruht.

Er nickt als wie im Traume,  
Sein Aug' halb offen zwinkt;  
Und je nach langem Raume  
Er einem Knaben winkt.

Er spricht im Schlaf zum  
Knaben:  
Geh hin vors Schloß, o Zwerg,  
Und sieh, ob noch die Raben  
Herfliegen um den Berg.

Und wenn die alten Raben  
Noch fliegen immerdar,  
So muß auch ich noch schlafen  
Verzaubert hundert Jahr.

Abb. 9: Einleitung zum Thema Anhydrit und Gips mit thematischem Verweis auf die Barbarossa-Sage (Quelle: Eigene Abbildung, Sage nach Friedrich Rückert)

## Steinsalz und Sole

Diese Seite setzt sich inhaltlich vor allem mit der historischen Salzgewinnung auseinander. Auch die Entstehung der Salzschiechten im Zechstein wird ein weiteres Mal angesprochen, um Besucher der Seite an keine bestimmte Reihenfolge der Seiten zu binden. Des Weiteren werden die Umstellung von Salz- auf Solenutzung, deren ausschlaggebenden Faktoren, sowie Folgen der

Umstellung vorgestellt. Vor allem die historische Bedeutung des Salzes für die Region sowie die Folgen der Salzauslaugung für Flora und Fauna werden erläutert. Es wird außerdem versucht, einen Überblick über die Auswirkungen von Salz im Boden zu bieten.



## Das Volk braucht kein Salz mehr? Gebt ihm Sole!

Das Salz wurde schon in der Eisenzeit, in den Jahren 800 bis 600 v. Chr., mit einfachen Mitteln gesiedet. Im Kreisheimatmuseum Bad Frankenhausen gibt es ein Modell, anhand dessen der frühe Siedeprozess nachvollzogen werden kann. Die Saline von Bad Frankenhausen, die zur Salzgewinnung genutzt wurde, fand ihre erste urkundliche Erwähnung im Jahr 998. Sie führte zum wirtschaftlichen Aufschwung der Stadt um 1500 und brachte ihren Bürgern relativen Wohlstand. Mit ihr konnten bis zu 400 Zentner Salz (etwa 20.000 kg) täglich gewonnen werden. In der Neuzeit veralteten jedoch die Gewinnungsmethoden der Salinen und das Salz verlor an wirtschaftlicher Relevanz, so dass die Produktion der Saline stark reduziert wurde. Von 8000 t im Jahr 1600 wurden nur noch 1000 t im Jahr 1800 gewonnen. Im Jahr 1945 wurde die Saline dann endgültig geschlossen.



Abb. 6: Die Artener Solquelle.

Doch schon Anfang des 19. Jahrhunderts war begonnen worden, auch das salzhaltige Wasser, das Solwasser, zu nutzen. Der Arzt Wilhelm Manniske (1769 - 1835) hatte 1808 angefangen, das Solwasser in Bad Frankenhausen in Bäder zu leiten und es Patienten inhalieren zu lassen. Es wurde ein Badehaus eingerichtet und stetig erweitert, was auch der Stadt Frankenhausen den Beinamen *Bad* einbrachte. Noch heute werden hauptsächlich drei salzhaltige Quellen genutzt: die Elisabethquelle, die Schüttschachtquelle und die Kyffhäuserquelle. Auch in Artern gibt es heute noch eine Solquelle zu besichtigen.

Abb. 10: Die Nutzung von Salz und Sole im Kyffhäuser-Gebiet (Quelle: Eigene Darstellung)

### Kalisalz

Das Ziel dieser Unterseite ist es, auf die Besonderheiten und Nutzung des Kalisalzes aufmerksam zu machen. Thematisch orientiert sich die Seite an der Unterseite Steinsalz und Sole, da sich die Entstehungsprozesse inhaltlich decken. Auch die Auswirkungen auf Boden, Wasser und Vegetation sind ähnlich.

Insbesondere die Kalihalde bei Sondershausen wird angesprochen, da diese sich sehr gut zur Besichtigung eignet und die Dimension des Abbaus auf diese Weise direkt für den Besucher erfahrbar ist.

## Von der Lebensfeindlichkeit zum Paradies: Wie aus der Abraumhalde ein Lebensraum für gefährdete Pflanzen wurde

Die Rückstandshalde des Werks *Glückauf* am ehemaligen Brügerman-Schacht lässt auf beeindruckende Weise die Dimension des Untertagebaus erahnen. Sie ist 80 - 125 m hoch und enthält etwa 27 Mio. m<sup>3</sup> Rückstände, die zu 67 % aus Steinsalz bestehen. Die Halde ist durch eine Abdeckung geschützt, da das leicht lösliche Steinsalz sonst durch Niederschläge gelöst und abtransportiert würde. Die Abdeckung schützt somit Boden, umliegende Gewässer und das Grundwasser vor einem Eindringen des



Abb. 6: Rückstandshalde des Werks *Glückauf*.

Salzes. Entsprechend werden indirekt Menschen, Pflanzen und Tiere mitgeschützt. Die Halde wurde zudem begrünt, um sie besser dem Kulturlandschaftsbild anzupassen. Da die Halde nicht zu 100 % abgedeckt wurde, ist dennoch um die Halde eine erhöhte Salzkonzentration im Boden feststellbar. Diese führt zu einem extremen Lebensraum, in dem sich seltene Salzpflanzen ansiedelten.

Abb. 11: Die Folgen des Kaliabbaus (Quelle: Eigene Darstellung)

### Braunkohle

Die Unterseite zum Thema Braunkohle vermittelt vor allem Inhalte bezüglich der Genese der Kohle. So wird die Braunkohle stofflich und zeitlich eingeordnet und die Entstehung erklärt, welche anschließend anhand eines Videos veranschaulicht wird. Da die Entstehung der Braunkohle sich inhaltlich nicht mit der Entstehung anderer Rohstoffe der Homepage vergleichen lässt, wurde auf eine thematische Generalisierung zugunsten einer inhaltlichen Eingrenzung verzichtet. Der Standort für diesen Rohstoff ist das alte Grubenfeld zwischen Bendeleben und Steinthaleben, da es sich besonders gut von den umgebenden Feldern abhebt, heute dem Naturschutz dient und ein deutlich von Abbau beeinflusstes Kulturlandschaftsbild aufweist. Zur bildlichen Darstellung der Region wurde ein aktueller Ausschnitt des Kartenservice Google Maps und eine historische Darstellung der Grubenfelder nebeneinander gesetzt. Die Texte wurden mit aktuellen Fotos des Grubengeländes illustriert.

## Braunkohle, Sand, Naturschutz

Die ehemaligen Gruben wurden später als Sandgruben genutzt. Heute befindet sich am ehemaligen Schacht *Constitution* ein Feuchtbiotop. In einem 12,5 ha großen Gebiet rund um einen Teich zwischen Bendeleben und Steinhaleben leben unterschiedliche Tier- und Pflanzenarten, einschließlich gefährdeter Arten der Roten Liste. Im Sand lassen sich immer noch Braunkohlestücke finden, die vom früheren Schachtbetrieb zeugen. Der NABU beschloss 2011, das Gebiet aufzukaufen, und setzt sich gegen die hiesige Verbuschung ein, um Bienenfresser oder Uferschwalben zu schützen.



Abb. 5: Biotop zwischen Bendeleben und Steinhaleben.

Abb. 12: Die Folgen des Braunkohleabbaus (Quelle: Eigene Darstellung)

## Fazit

Die Hauptfaktoren, die die Konzeption des Besucher-Portals beeinflussten, waren das potenzielle Interesse der Besuchenden und die Vermittlung der Informationen bezüglich der Rohstoffe des Kyffhäuser-Gebirges. Aus diesem Grund wurde das Besucher-Portal gemäß den Anforderungen und Zielen des Geotourismus zunächst auf eine farblich ansprechende und textlich einfache und nachvollziehbare Weise gestaltet. Das inhaltliche Ziel der exemplarischen Website ist die Vermittlung relevanter Informationen hinsichtlich der Rohstoffvielfalt im Kyffhäuser-Gebirge. Zu diesem Vermittlungszweck wurden die Hauptseiten der Rohstoffe um ein Lexikon und interaktive Inhalte in Form von Spielen ergänzt; die Unterseiten zu den einzelnen Rohstoffen stellen den inhaltlichen Kern der Website dar. Mögliche Erweiterungen der Seite wären zusätzliche Rohstoffseiten, etwa zu Gold, Schwerspat oder Sand sowie die Einbindung weiterer allgemeiner Phänomene der Geowissenschaften. Zusammenfassend ist anzumerken, dass es durchaus unterschiedliche Arten der Realisierung eines entsprechenden Portals gibt. Die im Rahmen dieser Arbeit entworfene Seite bietet lediglich ein mögliches Beispiel für die Umsetzung eines Besucher-Portals im Kontext des Geotourismus in der Kyffhäuser-Region.

## Literatur und Quellen

- Aselmeyer, G. (2001): Der Sandstein des Kyffhäusers – seine gesteintechnischen Eigenschaften, ausgewählte Steinbrüche und Verwendungsbeispiele. In: Wunderlich, J. (Red.): Exkursionsführer 11. Jahreshauptversammlung Thüringer Geologischer Verein. S. 13–14.
- Barbarossahöhle im Geopark Kyffhäuser (Hrsg., 2015): Impressum. <http://www.barbarossahoehle.de/impressum.html> (abgerufen am 10.03.2015).
- Biese, W. (1931): Über Höhlenbildung. 1. Teil. Entstehung der Gipshöhlen am südlichen Harzrand und am Kyffhäuser. Berlin.
- Brust, M. (2005): Der Kupferschieferbergbau im Kyffhäuser. In: Kupetz, M. & M. Brust (Hrsg.): Karst und Altbergbau am Kyffhäuser. Salz, Kupfer, Gips, Alabaster. Geowissenschaftliche Exkursionsführer und Mitteilungen Nr. 225. Berlin/Hannover. S. 26–30.
- Brust, M., Knolle, F. & M. Kupetz (1990): Interdisziplinäre Aspekte eines potentiellen Naturschutzgroßprojektes Zechsteinlandschaft Südharz/Kyffhäuser. [http://www.karstwanderweg.de/publika/nkm\\_erf/91/88-104/](http://www.karstwanderweg.de/publika/nkm_erf/91/88-104/) (abgerufen am 07.02.2015).
- Brust, M., Kupetz, M. & J. Pusch (2005): Exkursion: Karst und Altbergbau rund um den Kyffhäuser. In: Kupetz, M. & M. Brust (Hrsg.): Karst und Altbergbau am Kyffhäuser. Salz, Kupfer, Gips, Alabaster. Geowissenschaftliche Exkursionsführer und Mitteilungen Nr. 225. Berlin/Hannover. S. 43–47.
- Büthe, F. & H. Wachendorf (1997): Die Rotliegend-Entwicklung des Ilfelder Beckens und des Kyffhäusers. Zeitschrift für Geologische Wissenschaften Bd. 25 Nr. 3–4. Berlin. S. 291–306.
- Dahlgrün, F., Erdmannsdorfer, O. & W. Schriel (1925): Geologischer Führer durch den Harz. Teil II – Unterharz und Kyffhäuser. Berlin.
- Dowling, R. & D. Newsome (2010): Geotourism: Global Activity. –in: Dowling, R. & D. Newsome (Eds.): Global Geotourism Perspectives. Oxford. S. 1–17.
- Eberhardt, H., Helmecke, K., Klausnitzer, B., Mücke, E., Oelke, E., Rau, D., Schmidt, B. & H. Walther (1976): Der Kyffhäuser und seine Umgebung. Ergebnisse der heimatkundlichen Bestandsaufnahme in den Gebieten von Kelbra und Bad Frankenhausen. Berlin.
- Geopark Kyffhäuser e. V. (2015): GeoPark Kyffhäuser anerkannt als „Nationaler GeoPark“. <http://www.geopark-kyffhaeuser.com/index.php?id=56> (abgerufen am 10.03.2015).

- Hecht, G. (2001): Bad Frankenhausen. Die Entwicklung von der Saline zum Soleheilbad. –In: Thüringischer Geologischer Verein (Hrsg.): Der Kyffhäuser und sein Umland: Zwischen Grundgebirge und Quartär. Exkursionsführer der 11. Jahreshauptversammlung Thüringischer Geologischer Verein. Jena. S. 14–17.
- Homann, W. (1993): Das Goldvorkommen im variszischen Gebirge Teil II. Das Gold im Harz, im Kyffhäuser-Gebirge und im Flechtinger Höhenzug. Dortmund.
- Hughes K. & R. Ballantyne (2010): Interpretation rocks! Designing signs for geotourism sites. In: Newsome, D. & R. Dowling (Eds.): Geotourism: The Tourism of Geology and Landscape. Oxford. S. 184–199.
- John, H. (2000): Zur Ausbreitung von Halophyten und salztoleranten Pflanzen in der Umgebung von Kali-Rückstandshalden am Beispiel des FND „Salzstelle bei Teutschenthal-Bahnhof“ (Saalkreis). Mitteilungen zur floristischen Kartierung in Sachsen-Anhalt. Bd. 5. S. 175–197.
- Kissling, H. (2002): GeoMuseum Technische Universität Clausthal. <http://geomuseum.tu-clausthal.de/histoharz.php?section=43300&level=14&name=Kupferschiefer&details=on&select=1&nr=1&art=> (abgerufen am 23.03.2015)
- KN (Kyffhäuser Nachrichten) (22.07.2008): Böschungssicherung am Steinbruch. [http://www.kyffhaeuser-nachrichten.de/news/news\\_lang.php?ArtNr=52217](http://www.kyffhaeuser-nachrichten.de/news/news_lang.php?ArtNr=52217) (abgerufen am 16.02.2015).
- Kupetz, M. & M. Brust (2005): Exkursion in die Barbarossahöhle. In: Kupetz, M. & M. Brust (Hrsg.): Karst und Altbergbau am Kyffhäuser. Salz, Kupfer, Gips, Alabaster. Geowissenschaftliche Exkursionsführer und Mitteilungen Nr. 225. Berlin/Hannover. S. 41–43.
- Kupetz, M. (2005): Gipskarst am Kyffhäuser und die Genese der Barbarossahöhle. In: Kupetz, M. & M. Brust (Hrsg.): Karst und Altbergbau am Kyffhäuser. Salz, Kupfer, Gips, Alabaster. Geowissenschaftliche Exkursionsführer und Mitteilungen Nr. 225. Berlin/Hannover. S. 12–17.
- Meier, G. (1999): Ingenieurgeologische Problemstellungen bei der Erkundung und Verwahrung von tagesnahen Hohlräumen und Altbergbau im mitteldeutschen Raum. <http://dr-gmeier.de/onlineartikel/oa0001.pdf> (abgerufen am 12.02.2015).
- Meyer, F. (Red.) (2010): Aktualisierende Schutzwürdigung und Pflege- und Entwicklungsplan „Sandgrube Bendeleben“ (Kyffhäuserkreis). <http://nabukyffhaeuserkreis.jimdo.com/app/download/6095858963/SWG+PEPl+Sandgrube+Bendeleben+Endbericht+2010.pdf?t=1401197744> (abgerufen am 12.02.2015).

- Mohr, K. (1978): Geologie und Minerallagerstätten des Harzes. Stuttgart.
- Newsome, D. & Dowling, R (2006): The scope and nature of geotourism. In: Dowling, R. & Newsome, D. (Ed.): Geotourism. Amsterdam. S. 3–25.
- Paul, J. (2001): Der Kyffhäuser-Werdegang eines kleinen ganz großen Gebirges. In: Wunderlich, J. (Red.): Exkursionsführer 11. Jahreshauptversammlung Thüringer Geologischer Verein. S. 3–4.
- Pusch, J. (2005): Die naturnahen Binnensalzstellen Thüringens – ein aktueller Gesamtüberblick des Jahres 2005. In: Thüringer Ministerium für Landschaft, Naturschutz und Umwelt: Binnensalzstellen Mitteleuropas: Internationale Tagung. [http://www.thueringen.de/imperia/md/content/tmlnu/themen/naturschutz/binnensalzstellen\\_mitteuropas.pdf](http://www.thueringen.de/imperia/md/content/tmlnu/themen/naturschutz/binnensalzstellen_mitteuropas.pdf) (abgerufen am 17.02.2015). S. 37–40.
- Reh, W., Frey, M.-L., Schäfer, K. & G. Büchel (2006): Geotourismus. Bedeutung, Besonderheiten, Chancen. –in: Geographie und Schule. Heft 159. S. 4–8.
- Rödger, R. (2005): GeoPfad Kyffhäuser-Denkmal. Rund um den roten Kyffhäuserstein. In: Geopark Kyffhäuser (Hrsg.): GeoPark Kyffhäuser – unerwartete Begegnungen auf steinigen Wegen. Rottleben. S. 56–67.
- Rückert, F. (1817): Kranz der Zeit. Sage. Erstveröffentlichung. Band 2. Stuttgart und Tübingen: Cotta. S. 270f.
- Sauerbier, W. (1999): Botanische und zoologische Besonderheiten auf den Gipskarstsüdhängen des Kattenburg-Kosakenbergmassivs. In: Regionalmuseum Bad Frankenhausen (Hrsg.): Beiträge zur Kyffhäuserlandschaft. Bd. 15. S. 11–35.
- Sauerbier, W. (2005): GeoPfad Kyffhäusergebirge. Schätze am Fuße des Berges. In: Geopark Kyffhäuser (Hrsg.): GeoPark Kyffhäuser – unerwartete Begegnungen auf steinigen Wegen. Rottleben. S. 42–55.
- Schappmann, J. (2005): GeoPfad Kaliberg. Hier warten Bergwerkerlebnisse. In: Geopark Kyffhäuser (Hrsg.): GeoPark Kyffhäuser – unerwartete Begegnungen auf steinigen Wegen. Rottleben. S. 88–97.
- Schmidt, H.-J. (2004): Der Bergbau im Kyffhäuserkreis. Eine historische Betrachtung. Sondershausen.
- Schmidt, H.-J. (2008): Bergbau zwischen Bendeleben und Steinthaleben. [http://www.kyffhaeuser-nachrichten.de/news/news\\_lang.php?ArtNr=51292](http://www.kyffhaeuser-nachrichten.de/news/news_lang.php?ArtNr=51292) (abgerufen am 05.02.2015).
- Schmölling, A. (2005): GeoPfad Artern. Willkommen im Reich des Salzes. In: Geopark Kyffhäuser (Hrsg.): GeoPark Kyffhäuser – unerwartete Begegnungen auf steinigen Wegen. Rottleben. S. 32–41.

- Stordeuer, R. & A. Ernst (2003): Nachträge zur Flechtenflora des Kyffhäuser-Gebirges. *Schlechtendalia* 10. S.75–78.
- Walter, H.-H. (2005): Solquellen am Kyffhäuser und die Saline von Bad Frankenhausen. In: Kupetz, M. & M. Brust (Hrsg.): *Karst und Altbergbau am Kyffhäuser. Salz, Kupfer, Gips, Alabaster. Geowissenschaftliche Exkursionsführer und Mitteilungen Nr. 225.* Berlin/Hannover. S. 30–31.
- Weinert, R. (2005): Binnensalzstellen in Nordthüringen. Neue ständige Ausstellung Kreisheimatmuseum Bad Frankenhausen. In: *Kreisheimatmuseum Bad Frankenhausen (Hrsg.): Beiträge zur Kyffhäuserlandschaft. Heft 19.* Bad Frankenhausen. S. 124–127.
- Wille, I. (2011): Nabu-Kreisverband will die Sandgrube bei Bendeleben kaufen. *Thüringer Allgemeine* vom 08.11.2011.  
<http://sondershausen.thueringerallgemeine.de/web/lokal/leben/detail/-/specific/Nabu-Kreisverband-will-die-Sandgrube-bei-Bendeleben-kaufen-815219630> (abgerufen am 05.02.2015).
- Wunderlich, J. (2005a): Abriss der Geologie des Kyffhäusers. In: Kupetz, M. & M. Brust (Hrsg.): *Karst und Altbergbau am Kyffhäuser. Salz, Kupfer, Gips, Alabaster. Geowissenschaftliche Exkursionsführer und Mitteilungen Nr. 225.* Berlin/Hannover. S. 7–11.
- Wunderlich, J. (2005b): Das steinerne Tagebuch der Erden. In: *Geopark Kyffhäuser (Hrsg.): GeoPark Kyffhäuser – unerwartete Begegnungen auf steinigen Wegen.* Rottleben. S. 6–11.
- Zepp, H. (2011): *Geomorphologie. Eine Einführung.* Paderborn.



**Chancen und Hemmnisse für nachhaltigen  
Freizeitverkehr im urbanen Raum:  
Eine sozioempirische Analyse des  
multifunktionalen Erlebnisbads  
„Badeparadies Eiswiese“ in Göttingen**

Tobias Behnen

## Abstract

The “Badeparadies Eiswiese” in Göttingen is a multifunctional indoor swimming pool with about 660.000 visitors p.a. Despite the central location most of them arrive by car (66%, own survey, n = 678), esp. those who live outside the town. This modal-split is contradictory to the general goals of sustainable leisure transport on the one hand and the special goals of urban planning in Göttingen on the other hand. It is not easy to find a solution. Due to the fact that the City of Göttingen was debt-ridden and the federal state of Lower Saxony freed the City of debts it has only little financial possibilities. Therefore, it is not realistic to enhance the public transport supply. A parking tax would not be successful. Only 11% of the visitors which arrive by car would change their mode of transport. The best idea to induce a modal-shift would be a ticket which combines the entrance fee and the bus ticket.

## Einführung

Freizeitverkehr in Städten ist bedeutend und nimmt zu, ist aber schwer statistisch erfassbar. Oft fehlen entsprechende Erhebungen. Komplizierend kommt hinzu, dass viele Wege mehreren Zwecken dienen. Durch das Bestreben der Stadt- und Umlandbewohner/-innen, auch in der Freizeit innerstädtische Ziele schnell und bequem zu erreichen, trägt der Freizeitverkehr je nach Verkehrsmittelwahl mehr oder weniger erheblich zur Beeinträchtigung der Lebensqualität in Städten bei. Der zunehmende Individualismus der Freizeitgesellschaft verlangt geradezu nach einem Individualverkehrsmittel (Heinze & Kill 1997). Auch deshalb muss der Verkehr aus Sicht der Nachhaltigkeit als kritischste Komponente der Freizeitgestaltung gesehen werden. Eine Daueraufgabe für Städte sollte es deshalb sein, die freizeitinduzierten Mobilitätsbedürfnisse mit einer nachhaltigen Verkehrs- und Raumentwicklung in Einklang zu bringen. Die Kernidee des entsprechenden Leitbilds ist es, das quantitative Wachstum des Freizeitverkehrs und die Verkehrsbelastung zu entkoppeln. Um den Freizeit-Modal-Split in diesem Sinne zu verändern, empfiehlt sich das 3V-Konzept:

- *Vermeiden von Freizeitverkehr* durch die Verminderung der Personenkilometer je Weg (nähere Ziele) und die Reduktion der Zahl der Fahrten (mehr Kopplungen, höhere Auslastung)
- *Verlagern von Freizeitverkehr* durch einen Modal-Shift hin zum Umweltverbund (zu Fuß, Fahrrad, Bus, Bahn) und die Verbesserung der Intermodalität des Verkehrssystems
- *Verbessern von Freizeitverkehr* durch die Steigerung der Effizienz der Verkehrsmittel pro Personenkilometer und die Verringerung des Flächenverbrauchs

Die Aufgabe der hier vorgestellten Untersuchung bestand in der sozioempirischen Überprüfung der Hypothese, dass beim konkreten Beispiel, dem Göttinger „Badeparadies Eiswiese“ (kurz: „Eiswiese“), Widersprüche zum Leitbild der nachhaltigen Verkehrsentwicklung auftreten.

## Untersuchungsgebiet

In Göttingen liegt der Anteil des Freizeitverkehrs an allen Wegen derzeit bei ca. 20%. Dieser Wert gilt auch für die Nachbargemeinden Bovenden und Rosdorf (LK Argus Kassel GmbH 2009). Typisch für Städte wie Göttingen ist der hohe Einpendleranteil und damit verbunden der hohe MIV-Anteil im innerstädtischen Verkehr. Der Verkehr der Stadtbewohner/-innen selbst hat sich in den vergangenen Jahren hingegen deutlich hin zu den Verkehrsmitteln des Umweltverbunds verbessert. Die konkrete Optimierung des Freizeitverkehrs zur „Eiswiese“, die ca. 1.000 m südlich der Innenstadt und ca. 1.500 m vom Bahnhof entfernt liegt (Abb. 1), muss in Göttingen im Kontext mit relevanten Absichtserklärungen der Stadt gesehen werden:

- *Nahverkehrsplan (2013)*: Neben der Innenstadt und dem Bahnhof werden weitere 10 Ziele als wichtig definiert. Dazu gehört als einziges Freizeitziel auch die „Eiswiese“. Eine Verbesserung der Stadtbuss-Anbindung ist aber nicht vorgesehen.
- *Lärmaktionsplan (2014)*: Bei mehreren der für die Erreichbarkeit der „Eiswiese“ wichtigen Straßen soll gesundheitsschädlicher Lärm vermindert werden (Bürgerstraße und Reinhäuser Landstraße: 1. Priorität; Stettiner Straße: 2. Priorität).
- *Sportkonzept (2015)*: Umweltbelastungen sollen bei der Anreise zum Sport vermindert werden. Dafür sind Attraktivitätssteigerungen des ÖPNV erforderlich.

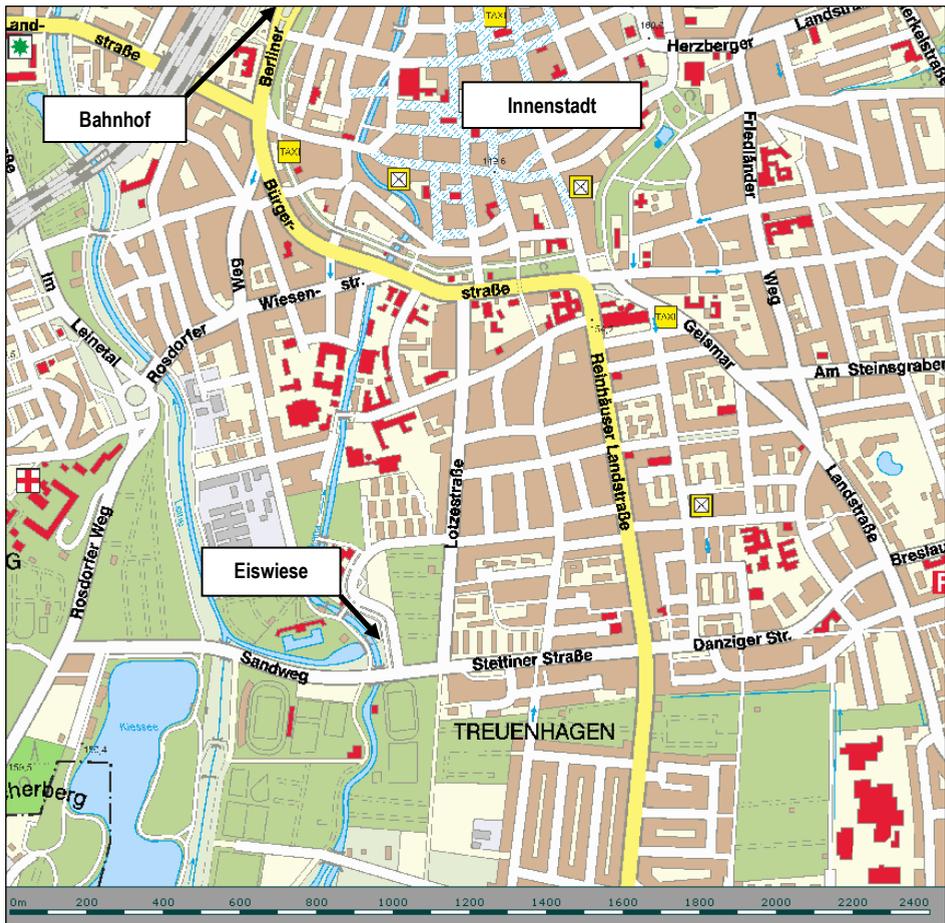


Abb. 1: Lage des „Badeparadies Eiswiese“ (Quelle/Rechte: Stadtplan 1:20.000 – Stadt Göttingen – Der Oberbürgermeister, Fachdienst Bodenordnung, Vermessung und Geoinformation, 12.05.2016, 2016/D/ohne; leicht ergänzt)

## Untersuchungsobjekt

Das „Badeparadies Eiswiese“ (Abb. 2) ist ein 1998 gebautes, multifunktionales Indoor-Erlebnisbad (zwei 25 m-Becken, Kommunikationsbecken, Solebecken, Kinderbecken, Rutschen, Whirlpools, Ganzjahresaußenbecken, Therapiebecken u. v. m.) mit angeschlossener großer Saunalandschaft. Da es in Göttingen mit dem universitätseigenen Hallenbad (ein 25 m-Becken) nur ein weiteres Hallenbad von Bedeutung gibt, ist die Konkurrenz vor Ort gering. Die überregionale Konkurrenz des zunehmend gesättigten deutschen Marktes (Kagelmann et al. 2009) kann nur bei zwei Merkmalen eine bessere Ausstattung bieten: Länge des größten Beckens

(50 m in Northeim, Entfernung (Straße): 23 km) und Wellenbad (Bad Sooden-Allendorf/39 km oder Bad Lauterberg/48 km).

Das „Badeparadies Eiswiese“ wurde ursprünglich für 350.000 Gäste pro Jahr konzipiert. Aktuell liegt der Wert aber bei ca. 660.000. Der Betreiber versucht, dieses im bundesweiten Vergleich hohe Niveau zu halten. Die Auslastungsgrenze dürfte bei etwa 860.000 Besuchern liegen. Vor einigen Jahren gab es im Saunabereich einen Rückgang von 100.000 auf 90.000 Besucher/-innen, der allerdings durch nachträgliche Investitionen zur Attraktivitätssteigerung behoben werden konnte.

Die Erreichbarkeit des Schwimmbads mit allen Verkehrsmitteln und die entsprechende Ausstattung vor Ort sind überwiegend gut (Tab. 1). Nach Abschluss der Untersuchung gab es aber im Herbst 2014 eine Stadtbushahrplanreform. Sie veränderte die Bedienung der „Eiswiese“ nur unwesentlich, aber das zuvor in der Innenstadt praktikierbare minutengleiche Umsteigen ist nun noch in reduziertem Umfang möglich. Das Umsteigen ist nun entspannter, aber die Reisezeit bei einer Reihe von Relationen hat sich besonders in der Schwachverkehrszeit durch Wartezeiten an Innenstadt-Haltestellen spürbar verlängert, was für Unmut bei Fahrgästen sorgt. Um dazu belastbare Ergebnisse zu erhalten, wird in einer gegenwärtig laufenden Haushaltsbefragung der betroffenen Gebietskörperschaften auch die Meinung der Nutzer/-innen zur Umsteigesituation erbeten.

Tab. 1: Verkehrsanbindung des „Badeparadies Eiswiese“

Verkehrsmittel	Erreichbarkeit	Ausstattung
zu Fuß	- problemlos und sicher aus allen Richtungen	- großer Vorplatz
Fahrrad	- wichtigste Zufahrtsstraßen Sandweg und Lotzestraße ohne Radweg	- Ständer für über 150 Fahrräder nah am Eingang
ÖPNV	- 3 Stadtbuslinien, 1 Regionalbuslinie - 451 Fahrten pro Woche und Richtung - bis zu 4 Fahrten pro Stunde und Richtung - Umsteigeverkehr z.T. zeitaufwändig	- Bushaltestelle ideal gelegen - keine überdachte Wartemöglichkeit in Richtung stadtauswärts
MIV	- Anfahrt über Windausweg (Wohngebiet) oder Sandweg (Erholungsgebiet) - bei Großveranstaltungen im benachbarten Sportpark starke Überlastung durch ruhenden Verkehr	- Parkplätze: ca. 340 - Motorradabstellplätze: 8 - weitere nahegelegene Parkplätze: ▪ Windausweg-Süd: ca. 26 ▪ Jahnstadion: ca. 270 ▪ Brauweg-Süd: ca. 180
Wohnmobil	- Reisemobilhafen in unmittelbarer Nähe	- 28 Stellplätze



Abb. 2: „Badeparadies Eiswiese“ (Luftbild: Meder)

## Untersuchungsdesign

Das methodische Vorgehen vor Ort beinhaltete folgende empirische Arbeiten:

- Qualitative Experteninterviews
- Quantitative geschichtete Besucherbefragung (Abb. 3)
- Kartierungen, Zählungen und Beobachtungen

Der Schwerpunkt lag bei der Besucherbefragung. Mit 678 Interviews konnte das Ziel, mehr als 1‰ der Jahresbesucherzahl zu befragen, erreicht werden. Bei der Durchführung wurde eine größtmögliche Repräsentativität angestrebt. Entsprechend typischer Wochen- und Tagesverläufe der Besucherzahlen aus der Vergangenheit (z. B. Sonntag: ca. 18%) und der Verteilung der Besucher/-innen auf Schwimmbad (ca. 85%) und Sauna (ca. 15%) wurden 28 Zeitfenster pro Woche definiert und diesen feste Quoten an Befragungen zugewiesen. Der Fragebogen wurde für 3-minütige Face-to-face-Interviews im inneren und äußeren Eingangsbereich der „Eiswiese“ konzipiert. Bevorzugt wurden Besucher/-innen beim Verlassen befragt. Der Fragebogen enthielt 18 geschlossene, hybride und

offene Fragen. Die Auswertung (inkl. Kreuztabellen) erfolgte mit der Software „IBM SPSS Statistics“.

Die Erhebungen wurden im Sommersemester 2013 in einem Seminar zur angewandten Geographie am Geographischen Institut der Georg-August-Universität Göttingen unter der Leitung des Autors durchgeführt. 14 Studierende, überwiegend mit dem Studienziel Bachelor in Geographie, wirkten dabei mit. Für ihre engagierte Mitarbeit gilt ihnen großer Dank.



Abb. 3: Besucherbefragung vor dem „Badeparadies Eiswiese“ (Foto: Behnen)

## Ergebnisse: Experteninterviews

Von Seiten des Betreibers, der Göttinger Sport und Freizeit GmbH & Co. KG (GoeSF), die im Besitz eines Tochterunternehmens der Stadt Göttingen ist, wird die Verkehrssituation der „Eiswiese“ ambivalent beurteilt. Im Interview (mit Geschäftsführer A. Frey) wurde deutlich, dass die relativ zentrale Lage des Schwimmbads in der Südstadt – ein Stadtbezirk mit sehr hoher Einwohnerdichte (ca. 4.700 EW/km<sup>2</sup>) – einerseits eine gute Erreichbarkeit ermöglicht, andererseits aber die Parkplatzsituation wegen vieler Fremdarker (Anwohner, deren Besucher, Kleingärtner, Sportpark-Besucher, P&R-Parker und Restaurant-Gäste) nur befriedigend ist. Problematisch sei auch, dass ständig ein illegales Kiss&Ride von PKW-Fahrern auf der Busspur stattfindet. Auch würden zu schnelle PKW-Durchfahrten auf dem Parkplatz für Gefahren sorgen. Bei parallelen Großveranstaltungen im Sportpark und auch bei gleichzeitigem Betrieb von „Badeparadies Eiswiese“ und dem nahegelegenen Freibad Brauweg würden Probleme mit dem Parkplatzangebot auftreten. Die Erreichbarkeit der „Eiswiese“

durch Stadtbusse wird hingegen von der GoeSF als sehr gut beurteilt. Wünschenswert sei allenfalls ein verbesserter Regionalbusverkehr am Wochenende.

Für den Stadtbusbetreiber, die Göttinger Verkehrsbetriebe GmbH (GöVB), stellt das „Badeparadies Eiswiese“ einen der wichtigen Göttinger Freizeitstandorte dar, was durch die regelmäßige Bedienung mit mehreren Buslinien verdeutlicht würde (Interview mit Betriebsleiter T. Zimmermann). Grundsätzlich finde aber der Freizeitverkehr überwiegend in den Schwachverkehrszeiten am Wochenende und abends statt, also in den Zeiten, in denen eine Takthalbierung aufgrund der geringen Fahrgastnachfrage erfolgt. Die Reduzierung des PKW-Anteils im Freizeitverkehr liege im Interesse der GöVB und seiner Anteilseignerin, der Stadt Göttingen. Das Ziel „Nachhaltiger Verkehr“ rücke aber wegen der dominanten wirtschaftlichen Belange beim Stadtbusverkehr unerwünschterweise in den Hintergrund. Hinsichtlich der Großveranstaltungen sei der GöVB die Verkehrsproblematik bekannt. Allerdings seien in der Vergangenheit zusätzliche Busangebote für den Freizeitverkehr von der Bevölkerung kaum genutzt worden.

## Ergebnisse: Besucherbefragung

### Geschlecht und Alter

Schwimmen ist offensichtlich eine Freizeitbeschäftigung, die von Personen beiderlei Geschlechts gleich häufig ausgeübt wird. Bei der Befragung zeigte sich eine fast perfekte Gleichverteilung. Die ermittelte Altersstruktur ist nur bedingt verwertbar. Sie wurde dadurch verfälscht, dass Personen unter 14 Jahren aus grundsätzlichen Erwägungen nicht befragt wurden. Auffällig ist zumindest, dass die Altersgruppe 20–39 mit fast 50% dominiert und der Anteil der Älteren ab 60 Jahren mit 13% vergleichsweise gering ist, obwohl die entsprechenden Anteile an der Bevölkerung in der Stadt Göttingen 22% und im Landkreis Göttingen 20% betragen.

### Besuchsverhalten

Die „Eiswiese“ weist eine starke und wachsende Kundenbindung auf, denn fast drei Viertel der Besucher können als Stammkunden bezeichnet werden, da sie mindestens wöchentlich kommen. 2005 waren es nur 52% (v. Frieling 2006). Offensichtlich ist der Schwimmbadbesuch eine Freizeitaktivität, die dazu animiert, nicht alleine zu kommen. Etwa 75% der Besucher kommen zusammen mit anderen Personen. Meist ist der Aufenthalt aber eher kurz, denn drei Viertel der Besucher bleiben maximal zwei Stunden. Ein Drittel bleibt sogar nur eine Stunde. Knapp die Hälfte der Besucher kombiniert die Fahrt zu oder vom Schwimmbadbesuch mit anderen Tätigkeiten oder Erledigungen. Dabei ist das Einkaufen (26% von allen Befragten) die Hauptkopplungsaktivität. Es folgen die Kategorien „Arbeit/Schule/Studium“ (16%) und „Gastronomie“ (7%).

## Zufriedenheit

Die Befragungsergebnisse zeigen eine große Zufriedenheit der Besucher mit der „Eiswiese“. 98 Prozent bewerten das Schwimmbad positiv („gut“ oder „eher gut“). Ähnlich gute Ergebnisse von 2005 werden damit bestätigt (v. Frieling 2006). Auch die Qualität der Verkehrsanbindung wird weit überwiegend als „gut“ oder „eher gut“ bewertet (91%).

## Herkunft und Anreise

Entscheidend für die Aufenthaltsdauer und die Wahl des Anreiseverkehrsmittels der Besucher des Badeparadieses ist deren Herkunftsort. Bei etwa zwei Dritteln der Besucher liegt er in der Stadt Göttingen (Abb. 4). Aus dem Landkreis Göttingen kam ca. ein Fünftel. Bei den Nachbarlandkreisen (Northeim, Osterode, Eichsfeld, Werra-Meißner, Kassel) war der Landkreis Northeim am häufigsten vertreten. Bemerkenswert ist, dass der Anteil der Besucher aus Nachbarlandkreisen sonntags auf 17% steigt (Mo–Fr liegt er bei 7%, Sa bei 12%). Die Besucher aus Nachbarlandkreisen und sonstigen Landkreisen besuchen auch besonders intensiv die Sauna.

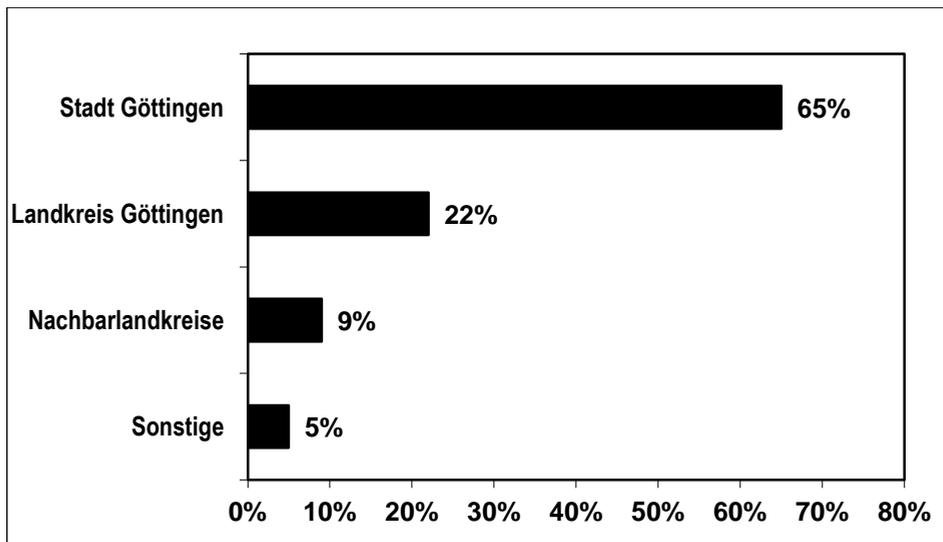


Abb. 4: Herkunft der Besucher (n = 678)

Entsprechend ihrer Herkunft haben 63% der Besucher eine Anreisedauer von maximal 15 Minuten. Über 90% der Besucher sind höchstens eine halbe Stunde zur „Eiswiese“ unterwegs. Deutlich wurde auch: Je länger die Anreise desto länger der Aufenthalt.

Der Anreise-Modal-Split zeigt eine deutliche MIV-Dominanz (Tab. 2). Nicht verwunderlich ist, dass der PKW das Hauptanreiseverkehrsmittel zur „Eiswiese“

ist. Dass sein Anteil fast zwei Drittel beträgt, ist wegen der relativ zentralen Lage des Erlebnisbads zunächst erstaunlich. Der Vergleich mit den von Beckmann (2004) ermittelten bundesweiten Kennwerten relativiert dies, denn für Erlebnisbäder in zentraler Lage muss demnach von einem MIV-Anteil von sogar 75% ausgegangen werden.

Tab. 2: Anreiseverkehrsmittel (n = 677)

Verkehrsmittel		Anteil	
MIV	PKW	63%	66%
	gebracht mit PKW	3%	
	Motorrad, Mofa	<1%	
NMIV	Fahrrad	21%	26%
	zu Fuß	5%	
ÖPNV	Stadtbus	6%	6%
	Stadtbus und Bahn	<1%	
Sonstige			2%

Ältere Besucher (ab 60 Jahren) reisen zur „Eiswiese“ mehr mit dem PKW als jüngere (73%) und weniger mit dem Fahrrad (nur 11%) an. Besucher aus Göttingen kommen nur zu 52% mit dem MIV, Besucher aus dem Landkreis Göttingen und den Nachbarlandkreisen jedoch zu über 90%. Aber auch der Wert für Göttingen ist vergleichsweise hoch, da die Göttinger ansonsten nur zu 34% den MIV nutzen (Haushaltsbefragung 2008/2009 der LK Argus Kassel GmbH). Die Befragung hat auch einen Einfluss der Gruppengröße auf die Verkehrsmittelwahl gezeigt: Je mehr Personen, desto attraktiver ist der PKW. Die oft mit mehr Gepäck verbundene Saunabennutzung hatte hingegen keinen Einfluss auf das Anreiseverkehrsmittel.

Immerhin etwas mehr als ein Fünftel aller Besucher reist mit dem Fahrrad an. Der Bus-Anteil ist mit knapp 6% entsprechend gering. Insbesondere mit Beginn des ausgedünnten Fahrplans zur Schwachverkehrszeit ab ca. 19:30 Uhr und am Wochenende nutzen „Eiswiese“-Besucher kaum noch den Bus. 2005 lag der PKW-Anteil sogar bei 77%, wozu besonders die Besucher von außerhalb Göttingens (95% PKW-Anteil) beitrugen (v. Frieling et al. 2006). Der ÖPNV-Anteil war mit 2,7% noch geringer als 2013.

Der Vergleich mit Untersuchungen in anderen Städten zeigt ähnliche hohe MIV-Anteile. Beim Westbad München und beim ISHARA-Bad in Bielefeld, die wie die „Eiswiese“ an integrierten Standorten mit gutem ÖPNV-Angebot liegen, waren es jeweils etwa zwei Drittel (Kagermeier & Gronau 2003).

Wenn PKW-Nutzer befragt werden, warum sie nicht mit dem Bus zur „Eiswiese“ anreisen, nennen sie oft mehrere Gründe (Abb. 5). Besonders häufig wurden die mangelnde Qualität des Busnetzes und der Busfahrpläne und die

eigene Bequemlichkeit angeführt. Von den weiteren genannten Gründen erreichte nur der Zeitaufwand einen zweistelligen Wert.

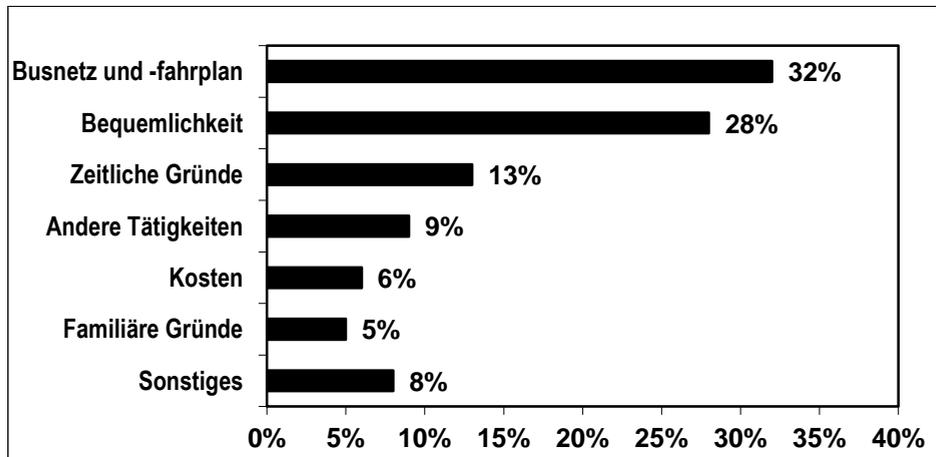


Abb. 5: Bei PKW-Anreise: Warum sind Sie nicht mit dem Bus angereist? (offene Frage, nachträglich kategorisiert, Mehrfachnennungen erlaubt, in % der 405 Nennungen)

## Handlungsempfehlungen

Die Untersuchungsergebnisse haben die Notwendigkeit, den Modal-Split der Anreise zum „Badeparadies Eiswiese“ im Sinne eines nachhaltigeren Freizeitverkehrs zu verbessern, unterstrichen. Die darauf abzielenden Handlungsempfehlungen zur Reduktion des 2/3-MIV-Anteils wurden in die Kategorien „Information“, „Anreiz“ und „Zwang“ eingestuft:

### Information

ÖPNV-Angebote zum Erreichen von Schwimmbädern werden nur genutzt, wenn sie sehr gut kommuniziert werden (Gronau 2002). Gerade bei der Homepage des „Badeparadies Eiswiese“ als wichtigem Marketinginstrument müsste die umweltfreundliche Anreise mehr betont werden. Dafür müsste zunächst ein direkter Link zum ÖV-Angebot geschaffen werden und nicht unter dem Menüpunkt „Kontakte“ versteckt bleiben. Die Rubrik „Mit dem Bus“ folgt leider erst nach „Mit Auto oder Reisemobil“. Nützlich wären auch Angaben zur Fahrtdauer der Busse zur Innenstadt und zum Bahnhof in Minuten.

Da es bei Großveranstaltungen im Sportpark regelmäßig zur Überlastung des „Eiswiese“-Parkplatzes mit anarchischem Parkverhalten kommt, sind nachdrückliche Vorabinformationen für alle Akteursgruppen auf verschiedensten Kanälen dringend geboten.

## Anreiz

Der wichtigste Anreiz für eine verstärkte Nutzung der Stadt- und Regionalbusse zur „Eiswiese“ wäre eine ÖPNV-Angebotsverbesserung durch eine Taktverdichtung der Stadtbushfahrpläne. Drei Verbindungen von und zur Innenstadt pro Stunde sind deutlich zu wenig. Hinzu kommen die dortigen, seit Ende 2014 suboptimalen Umstiegsmöglichkeiten. Entsprechende Verbesserungen würden auch der großen Zahl von Schwimmbad-Nutzer, die an Kursen von Vereinen und anderen Anbietern teilnehmen, zugutekommen. Da die Kurse zu festen Zeiten (überwiegend zur vollen Stunde) beginnen und enden, ist das Busangebot für viele dieser Besucher/-innen unattraktiv. Eine weitere Anreizmaßnahme könnten temporär andere Führungen von weiteren Linien sein (z. B. am Wochenende).

Um den Bus-Anteil bei der Anreise zur „Eiswiese“ zu Lasten des MIV-Anteils zu erhöhen, dürfte die Kombination aus ÖPNV-Fahrschein und Eintrittskarte die vielversprechendste Idee sein. Sie wurde schon in anderen Städten (z. B. in Oldenburg, Passau oder Reutlingen) erfolgreich etabliert. Wirksam wäre sie aber nur, wenn auch eine Ersparnis für die Besucher/-innen damit verbunden wäre. Nur die organisatorische Erleichterung allein dürfte keine Steuerungswirkung haben. Immerhin die Hälfte der Befragten bezeichnete ein mögliches Kombinationsticket als positiv. Nur ein Viertel der Antworten war negativ. Die Umsetzung in Göttingen oder im ganzen Verkehrsverbund Südniedersachsen (VSN) dürfte aber wegen zu vieler verschiedener „Eiswiese“-Eintrittskarten und VSN-Fahrtpreise nicht einfach sein. Denkbar wäre, dass Fahrgäste vor Fahrtantritt (z. B. als Teil eines Werbeflyers) oder im Bus unabhängig von ihrer Fahrkarte einen kostenlosen Beleg erhalten, den sie im Bus wie eine Fahrkarte abstempeln und dann sofort nach Ankunft an der Kasse der „Eiswiese“ vorlegen und dort eine attraktive Ermäßigung (z. B. 1,- € für Normalzahler) erhalten. Sinnvoll wäre, zunächst eine einjährige Testphase nur im Stadtbusegebiet durchzuführen. Elementar wäre dafür die Klärung der finanziellen Bedingungen zwischen GoeSF und GöVB. Beide befürworten die Idee, konnten aber noch keine Vereinbarung erzielen.

## Zwang

In Göttingen wird der Parkraum zunehmend auch deutlich außerhalb der Innenstadt von der Stadt bewirtschaftet – auch mit dem Ziel, die Verkehrsmittel des Umweltverbunds attraktiver zu machen. Die Idee, dies auch auf den Parkplatz der „Eiswiese“ auszudehnen, wurde erstmals 2012 aus den Reihen der Stadtratsfraktion von Bündnis 90/Die Grünen eingebracht. Dies stieß aber umgehend auf Kritik von anderen Akteuren – darunter auch vom „Eiswiese“-Betreiber GoeSF. Zudem zeigte die Besucherbefragung, dass eine Parkraumbewirtschaftung nur einen begrenzten Einfluss auf den Anreise-Modal-Split hätte.

Unter der Annahme von 0,70 € Gebühr pro Stunde würden nur 11% der bisherigen PKW-Nutzer auf die Verkehrsmittel des Umweltverbunds wechseln.

Unabhängig von der Parkraumbewirtschaftung sollten Maßnahmen zur Erhöhung der Verkehrssicherheit auf dem hochfrequentierten „Eiswiese“-Parkplatz durchgeführt werden (z. B. durch die Einrichtung einer Kiss&Ride-Spur).

## Fazit

Bei aller wissenschaftlichen Vorsicht reicht die Datengrundlage aus, um die Hypothese, dass beim Freizeitverkehr zum Göttinger „Badeparadies Eiswiese“ Widersprüche zum Leitbild der nachhaltigen Verkehrsentwicklung auftreten, eindeutig zu bestätigen. Auch wenn die Besucher/-innen mit der Verkehrsanbindung zufrieden sind, trägt der gegenwärtige Modal-Split trotz einer leichten Verbesserung seit 2005 weder absolut noch relativ zur stadtplanerisch wünschenswerten Reduktion der MIV-Nutzung in Göttingen bei. Zumindest für die Besucher/-innen aus der Stadt Göttingen gilt, dass die Wege zur „Eiswiese“ häufiger mit dem MIV zurückgelegt werden als andere Wege. Dabei muss jedoch bedacht werden, dass eine Hallenbadnutzung möglicherweise grundsätzlich MIV-affiner ist, worauf bereits Kagermeier und Gronau (2003) hinwiesen. Als Gründe kommen neben der Gruppengröße das Gepäck und das Bedürfnis, nach dem Hallenbadbesuch schnell wieder im Warmen zu sein, in Frage.

Die Potentiale, den Verkehr zum „Badeparadies Eiswiese“ zu vermeiden, zu verlagern oder zu verbessern, sind begrenzt. Die gesamtgesellschaftlichen Rahmenbedingungen, die persönlichen Alltagsverkehrsroutinen und damit die individuellen Freizeitmobilitätsstile (Gronau 2002; Kagermeier 2002; Lanzendorf 2001; Scherer & Strauf 2007) können weder vom Schwimmbadbetreiber GoeSF noch vom Stadtbusbetreiber GöVB oder ihrer „(Groß-)Mutter“, der Stadt Göttingen, leicht beeinflusst werden. Die Handlungsspielräume sind besonders aus finanziellen Gründen viel zu eng, zumal die Stadt Göttingen 2013 unter strengen Sparauflagen 113 Mio. € Entschuldungshilfe vom Land Niedersachsen erhalten hat. Weitgehend kostenneutrale Lösungen haben deshalb die größten Realisierungschancen (Kagermeier & Gronau 2003). Es gibt wenig aufwändige Steuerungsmöglichkeiten, die bei einer noch besseren Kommunikation der Akteure Wirksamkeit zeigen könnten. In erster Linie wäre hierbei die Einführung eines preislich attraktiven ÖPNV-Schwimmbad-Kombinationstickets zu nennen.

## Literatur und Quellen

- Beckmann, K.J.(2004): Verkehrskonzepte für Freizeitgroßeinrichtungen. In: Hell, W. (Hrsg.): Erlebniswelten und Tourismus (Mobilitätsverhalten in der Freizeit). Heidelberg. S. 199–226.
- Frieling, H.-D. v. (2006): Standortanalyse und Kundenprofil des „Badeparadieses Eiswiese“ in Göttingen – Aufgaben und Möglichkeiten regionaler Marktforschung. In: Reeh, T. & G. Ströhlein (Hrsg.): Zu Besuch in Deutschlands Mitte: Natur – Kultur – Tourismus. (= ZELTForum – Göttinger Schriften zu Landschaftsinterpretation und Tourismus, 3). Göttingen. S. 141–154.
- Frieling, H.-D. v., Schmidt, U. & A. Sohst (2006): Standortanalyse und Kundenprofil des Badeparadieses „Eiswiese“ in Göttingen: Forschungsbericht: GIS-gestützte Modellierung von Einzugsbereichen und ihre Nutzung im Standortmarketing von Freizeitinfrastrukturereinrichtungen – am Beispiel des Freizeitsbades „Badeparadies Eiswiese“ in Göttingen. (Unveröff. Ms.). Göttingen.
- Gronau, W. & A. Kagermeier (2003): Does location matter? Zum Wechselspiel zwischen Lage und Verkehrserschließung von Freizeitgroßeinrichtungen mit der Verkehrsmittelwahl der Besucher. In: Freizeit Leisure Professional, Teil I: Heft 2, S. 49–52, Teil II: Heft 3, S. 47–49.
- Gronau, W. (2002): Implikationen der Freizeitmobilitätsstilforschung für verkehrslenkende Maßnahmen im Freizeitverkehr. In: Gather, M. & A. Kagermeier (Hrsg.): Freizeitmobilität – Hintergründe, Probleme, Perspektiven. (= Studien zur Mobilitäts- und Verkehrsforschung, 1) Mannheim. S. 105–118.
- Heinze, G. & H. Kill (1997): Freizeit und Mobilität. Neue Lösungen im Freizeitverkehr. Hannover.
- Kagelmann, H., Hanselmann, S. & W. Kiefl (2009): Die Spaßbad-Thermenstudie. Trends und Entwicklungen auf dem Markt der Erlebnisbäder (Spaßbäder und Wellnessthermen). München.
- Kagermeier, A. (2002): Folgen konsumorientierter Freizeitgroßeinrichtungen für Freizeitmobilität und Freizeitverhalten. In: Gather, M. & A. Kagermeier (Hrsg.): Freizeitmobilität: Hintergründe, Probleme, Perspektiven. (= Studien zur Mobilitäts- und Verkehrsforschung, 1). Mannheim. S. 119–140.
- LK Argus Kassel GmbH (2009): Haushaltsbefragung zum Mobilitätsverhalten 2008/2009: Göttingen/Rosdorf/Bovenden. Auftraggeber: Stadt Göttingen, Fachdienst Stadt- und Verkehrsplanung. Kassel.

- Lanzendorf, M. (2001): Freizeitmobilität: unterwegs in Sachen sozial-ökologischer Mobilitätsforschung. (= Materialien zur Fremdenverkehrsgeographie, 56). Trier.
- Scherer, R. & S. Strauf (2007): Die mobile Freizeitgestaltung: Konsequenzen für die Infrastrukturplanung. In: Köhler, S. (Hrsg.): Infrastruktur in einer mobilen Gesellschaft. (= ARL-Arbeitsmaterial, 333). Hannover. S. 46–67.
- Stadt Göttingen (2015): Sportkonzept der Stadt Göttingen. Göttingen.
- Stadt Göttingen (2014): Lärmaktionsplan für die Stadt Göttingen. Göttingen.
- Stadt Göttingen (2013): Nahverkehrsplan für die Stadt Göttingen – Fortschreibung 2013–2017. Göttingen.



# **Mühlen im Untereichsfeld und die Niedersächsische Mühlenstraße**

Gerhard Ströhlein

## **Abstract**

Considering the great amount of scenic routes covering the south of Lower Saxony, one may expect the region to be a well-appointed tourism destination. The appointment of scenic routes is an effective way to promote tourism in a specific region. The localities bordering such a featured route must, however, draw the tourists' attention by constantly offering events regarding their unique historic sites.

Scenic routes are "cultural routes". But only if a number of localities with equal cultural resources cooperate with regard to their offers and by presenting themselves at fairs and conferences may these localities' common marketing strategies be successful. This is due to the fact that the scenic route's concept needs constant revision and refreshment by adding new offers. In the south of Lower Saxony, existing and new hiking and bike trails are to be connected to appropriate localities. Furthermore, water trails will be developed. Only if these goals can be achieved it will be possible to offer an appropriate approach of the scenic conditions to the cultural features of that region.

## **Touristenstraßen – Ferienstraßen – Kulturstraßen**

Beachtet man die Anzahl der „Touristenstraßen“, ursprünglich als Ferienstraßen bezeichnet, die durch das südliche Niedersachsen verlaufen (vgl. ADAC-Straßenatlas 1:200.000, Ausgabe 2016/2017, 88f.), so wird man diese Region vermutlich als gut ausgestattete Fremdenverkehrs-Destination einschätzen.

Die Ausweisung von Ferienstraßen kann ein sehr wirkungsvolles Mittel sein, den Tourismus in eine Region zu holen. Die an solchen besonders herausgestellten Straßen liegenden Orte müssen allerdings durch stets neue Veranstaltungsangebote auf ihre kulturhistorischen Besonderheiten aufmerksam machen. Touristenstraßen sind „Kulturstraßen“. Doch nur wenn viele Orte mit gleichen kulturellen Ressourcen mit ihren Angeboten zusammenarbeiten und sich durch Tagungen und auf Messen präsentieren, können sie durch Werbung und gemeinsame Vermarktungsstrategien Erfolg haben. Denn das Konzept der Ferienstraße muss ständig neu gedacht und mit weiterem Angebot aufgefrischt werden. Im südlichen Niedersachsen sollten die bestehenden und immer wieder neu hinzukommenden Wander- und Radwanderwege an geeigneten Verknüpfungspunkten einbezogen sein und Wasserwanderwege erschlossen werden. Erst dann ergibt sich eine der jeweiligen landschaftlichen Gegebenheit angemessene Annäherung an die kulturellen Besonderheiten.

## Die Bedeutung der Ferienstraßen im südlichen Niedersachsen

Von den durch Südniedersachsen verlaufenden, durchaus sämtlich erwähnenswerten Ferienstraßen (vgl. Busse 2008, 196) sind vor allem die lange bekannte Deutsche Fachwerkstraße und die Deutsche Märchenstraße von Bedeutung.

Die im Jahr 1990 gegründete Deutsche Fachwerkstraße verbindet zwischen Elbe und Schwarzwald mehr als einhundert Fachwerkstädte. Auf neun Routen mit einer Gesamtlänge von fast 3000 km präsentieren sich sehr bekannte Städte, überwiegend jedoch Mittel- und Kleinstädte, die ihr mittelalterliches Stadtbild erhalten konnten und weiterhin mit großen Anstrengungen bewahren wollen.

Seit 2010 werden deshalb im südlichen Niedersachsen „Fachwerk-tage“ abgehalten, die dazu beitragen sollen, die vielerlei Probleme, die mit der Baudenkmalerhaltung auftreten, möglichst im Verbund mehrerer Städte zu bewältigen. Allein in Duderstadt, dem Hauptort des Untereichsfelds, gibt es rund sechshundert Fachwerkgebäude aus unterschiedlichen Epochen mit verschiedenen Stilen. Nicht nur zum Gedankenaustausch, sondern zum gemeinsamen Handeln haben sich die Städte Einbeck, Hann. Münden, Northeim, Duderstadt und Osterode zusammengefunden. Sie haben einen Antrag zur Aufnahme in die „Unesco-Welterbeliste“ geplant (vgl. Lottmann, 2012).

Auf einer Länge von 600 km zwischen Hanau und Bremen hat die Deutsche Märchenstraße streckenweise einen ähnlichen Verlauf wie die Fachwerkstraße. Folgt man den Spuren der Brüder Jakob und Wilhelm Grimm, so kommt man über Kassel nach Göttingen, zwei der wichtigsten ihrer Wirkungsstätten.

In den Jahren 1829 bis 1837 lebten die Gebrüder Grimm in Göttingen. Als 1975 der Marketingverein Märchenstraße gegründet wurde, gehörte die Stadt dann natürlich zu den Gründungsmitgliedern. Und für die Mittelstädte Hann. Münden und Duderstadt und die Gemeinden Bovenden (Burg Plesse) und Ebergötzen (Wilhelm-Busch-Mühle) ist die Mitgliedschaft besonders tourismusfördernd. 1993 konnte sich auch der Kreis Heiligenstadt (Obereichsfeld) anschließen, so dass die kulturhistorische Zusammengehörigkeit mit dem Untereichsfeld um Duderstadt wieder hergestellt ist.

Alle genannten Orte und viele weitere Gemeinden in der Region Göttingen bemühen sich um die Weiterentwicklung des Fremdenverkehrs und arbeiten auf unterschiedlichste Weise zusammen. Jährlich werden Festwochen veranstaltet. In Göttingen werden jeweils im Herbst eine Woche lang Märchen aufgeführt, und die Waldbühne des kleinen Ortes Bremke zwischen Göttingen und Heiligenstadt spielt im Sommer an den Wochenenden bekannte Märchen. Für die Orte im Umkreis des Oberzentrums Göttingen war es daher nicht besonders erfreulich, dass sich die Stadt Göttingen 2009 aus dem Marketingverein Deutsche Märchenstraße zurückgezogen hat (vgl. Eichner-Ramm 2009), anstatt die themenbezogene Zusammenarbeit in der Region über die verantwortlichen Fremdenverkehrsvereine zu stärken. Das Argument, die Stadt habe „aus stadt-touristischer Sicht“ wenig mit dem Thema zu tun, überzeugt nicht; schließlich finden die

Brüder Grimm an der Georg-August-Universität in mannigfaltiger Hinsicht Beachtung. Natürlich wird Göttingen mit der Märchenstraße in Verbindung gebracht, denn die Routenführung verläuft, durch Hinweisschilder markiert, durch die Stadt. Zusammen mit der Fachwerkstraße wird die Märchenstraße nach Ebergötzen geführt. Für diesen, wie für viele andere Orte im ländlichen Raum, ist das Zusammentreffen verschiedener Themenstraßen bedeutsam, um mehrere Elemente der dörflichen Kultur darstellen zu können.

### Die Niedersächsische Mühlenstraße

Als ausgewiesene Touristenstraße ist die Niedersächsische Mühlenstraße bis an die „Verwaltungsgrenze Südniedersachsen“ (Landkreise Northeim, Osterode und Göttingen) erschlossen. Eine Weiterentwicklung ist dringend geboten. Sowohl im städtischen als auch im ländlichen Raum lassen sich hier die Wassermühlen seit dem Mittelalter nachweisen. Das Kartogramm „Mühlen in den (Alt-)Kreisen Duderstadt, Göttingen und Hann. Münden“ (Abb. 1) zeigt die um 1900 vorhandene große Anzahl der Mühlen und ihre flächendeckende Verteilung.

Bis weit in das 20. Jahrhundert hinein waren diese Gewerbestandorte in den Dörfern für die bäuerlichen Betriebe unverzichtbar. Heute sind nur noch wenige Mühlen als Gebäude, gelegentlich mit gesamter Mühlentechnik und wasserbaulichen Anlagen vorhanden. Selten wurden die alten Mühlen in der Gegenwart restauriert, so dass das Gebiet der Altkreise für die Ausweisung einer „Mühlenstraße“ nicht besonders attraktiv zu sein scheint. Schwerdtfeger (2011) hat sich im Rahmen einer Bachelorarbeit im Landkreis Göttingen auf die Suche nach Mühlenstandorten gemacht, um den verantwortlichen Touristikern und Wirtschaftsförderern der Landkreise des südlichen Niedersachsens Anregungen für eine Einbeziehung des Gebietes in die Niedersächsische Mühlenstraße geben zu können. Leider kommt sie zu dem ernüchternden Ergebnis: „Ein Hindernis bei der Erschließung der Mühlenlandschaft ist unter anderem das fehlende kulturhistorische Bewusstsein“ (Schwerdtfeger 2011, 5). Andererseits muss darauf hingewiesen werden, dass in der Stadt Göttingen Restaurierungen mit gleichzeitiger Inwertsetzung für die Gegenwart gelungen sind (z. B. die Odilienmühle und die Walkemühle; vgl. Eidevik 2010).

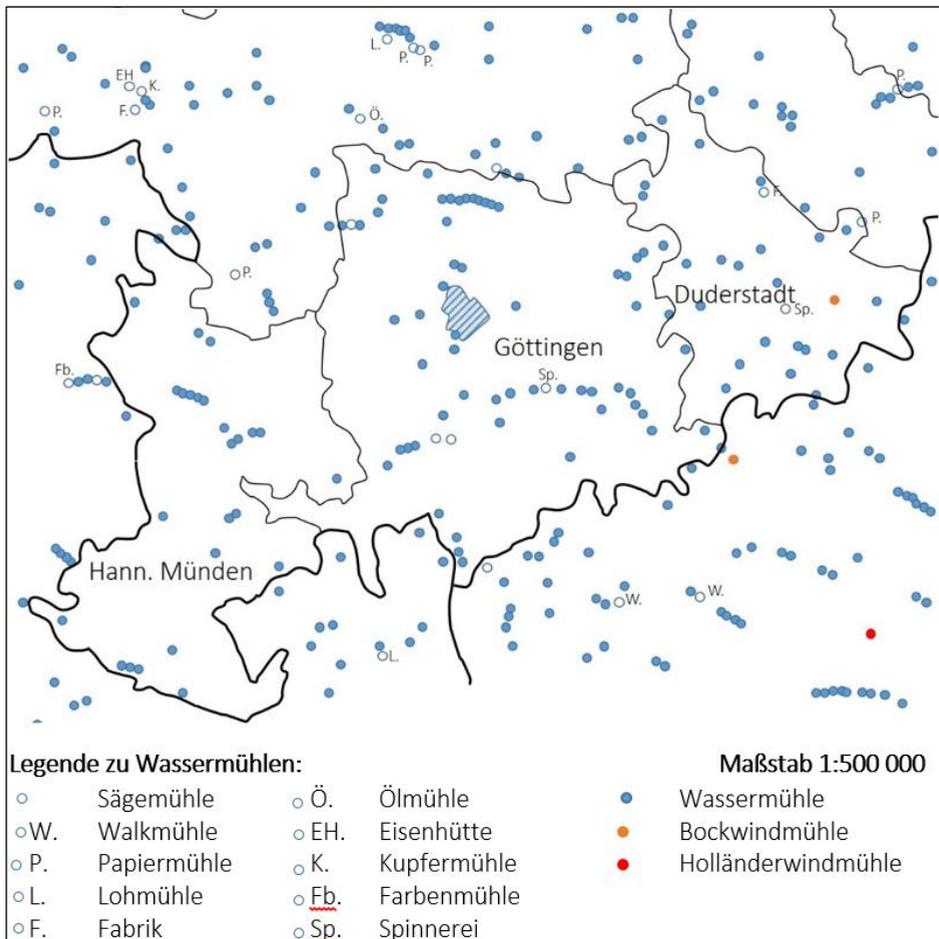


Abb. 1: Mühlen in den (Alt-)Kreisen Duderstadt, Göttingen und Hann. Münden um 1900 (Quelle: eigene Darstellung, verändert nach Tacke 1968)

Alte Mühlen zu erhalten ist ein nicht ganz einfaches Unterfangen; sie so zu restaurieren, dass sie als Beispiel in das Projekt Niedersächsische Mühlenstraße aufgenommen werden können, ist mit privaten Mitteln kaum leistbar. Und wenn öffentliche Mittel nicht zur Verfügung stehen, können auch Fördervereine die Aufgabe nur selten übernehmen.

### Die „Wilhelm-Busch-Mühle“ in Ebergötzen – Schnittpunkt der Ferienstraßen

Oberhalb des Mühlenortes Ebergötzen gab es ehemals drei Mühlen, im Ort selbst ebenfalls drei. Am Standort der mitten im Ort gelegenen „Wilhelm-Busch-Mühle“ konnten Mühlen schon ab dem 14. Jahrhundert nachgewiesen werden.

Die Geschichte der Mühle, die zu ihrer heutigen Bedeutung führte, begann allerdings erst im Jahr 1841, als Wilhelm Busch den Sohn des Müllers, Erich Bachmann, kennenlernte. „Denn von Stund an begaben sich die Ereignisse, die Busch 1863 zu seiner berühmten, inzwischen in 140 Sprachen übersetzten Bildergeschichte 'Max und Moritz' verdichtete“ (Ströhlein 2006, 132).

Aus dem Jahr 1887 findet man im „Archiv Maschinenfabrik Königshütte Bad Lauterberg“ eine Projektzeichnung der „Mühlen-Anlage für Herrn G. Bachmann in Ebergötzen“ (vgl. Puhrsch 2014, 23). Der Entwurf der damaligen „Mühlenbauanstalt Königshütte“ sah eine Erweiterung des Mahlwerks von 2 auf 3 Mahlgänge vor, wozu es allerdings nicht gekommen ist, so dass die restaurierte Mühle heute noch den Zustand vor 1887 widerspiegelt. Anfang der dreißiger Jahre des vorigen Jahrhunderts wurde die Mühle aufgegeben und verfiel. 1970 musste die Gemeinde schließlich den Abriss planen. Doch eine Gruppe kulturhistorisch engagierter Bürger gründete einen Förderverein und kaufte das Grundstück und das Haus einschließlich der Einrichtung. Das Fachwerkhaus wurde so instandgesetzt und eingerichtet, wie es Wilhelm Busch zur Zeitpunkt seines letzten Besuches in Ebergötzen vorgefunden hat. Seit 1976 arbeitet das Mahlwerk mit 2 Mahlgängen für Schrot und Mehl wieder wie zu Zeiten des 1907 verstorbenen Freundes von Wilhelm Busch. Von einem überschlächtigen Kammerrad von 4 m Durchmesser und 1,60 m Breite wird die Mühle angetrieben. Diese Mühle (Abb. 2) ist seither Vorbild für viele Initiativgruppen geworden, die sich um die Bauerhaltung und eine gegenwartsbezogene Nutzung alter Mühlen bemühen. Daher ist die „AG Mühlenstraße“ an einer Mitarbeit der Gemeinde Ebergötzen sehr interessiert. 2011 hat die Arbeitsgruppe ihre Jahrestagung in der Mühlenscheune der Wilhelm-Busch-Mühle abgehalten. Dort wurde die bereits damals umfangreiche Ausstellung über die Niedersächsische Mühlenstraße vorgestellt.



Abb. 2: Die restaurierte Wilhelm-Busch-Mühle (Quelle: Sparkasse Göttingen 1998)

Das Zentrum für Landschaftsinterpretation und Tourismus (ZELT) hat sich seither bemüht, die Touristiker und die Wirtschaftsförderer der Landkreise Northeim, Osterode und Göttingen zu veranlassen, sich der AG Mühlenstraße anzuschließen. Nach einigen Vorarbeiten, die u. a. im „ZELTForum – Göttinger Schriften zu Landschaftsinterpretation und Tourismus“ veröffentlicht werden konnten (vgl. z. B. Eidevik 2010; Ströhlein 2006; Ströhlein & Reeh 2012; Reeh & Ströhlein 2009), hat sich gezeigt, dass im südlichen Niedersachsen viele Mühlen

zur Aufnahme in das Projekt Niedersächsische Mühlenstraße vorgeschlagen werden könnten. Schon 2009 wurde in der Zeitschrift „Der Mühlstein“, Periodikum der Deutschen Gesellschaft für Mühlenkunde und Mühlenerhaltung (DGM) unter dem Titel „Mühlen an der Leine“ der Vorschlag gemacht, Gebäude mit bemerkenswerter Architektur, mit noch vorhandener Mühlentechnik und wasserbaulichen Einrichtungen, Häuser mit Gastronomie und Hotellerie, sowie die noch tätigen Mühlenbetriebe zu einer Teilstrecke „Mühlenstraße“ zu verbinden (vgl. Reeh & Ströhlein 2009, 27).

Die für das Gebiet des Landkreises Göttingen vorgeschlagene Route „Mühlen an der Leine“ könnte leineaufwärts bis zur „Tilman-Riemenschneider-Mühle“ in Heiligenstadt und in das Obereichsfeld fortgeführt werden. Eine weitere Route sollte an der „Rhume-Mühle“ in Northeim (vgl. Hesse 2002, 75) beginnen, entlang der Rhume in das Untereichsfeld führen und über Duderstadt Thüringen anschließen.

## Mühlen im Untereichsfeld

In der Karte „Mühlen im Untereichsfeld“ (Abb. 3) wurden in einer vorläufigen Auswahl Mühlenstandorte gekennzeichnet, an denen heute noch Mühlen stehen oder Gebäude vorhanden sind, die noch als ehemalige Mühlen erkennbar sind.

Von diesen Mühlenstandorten beteiligt sich, neben Ebergötzen, nur die Rhumemühle in Bilshausen (Abb. 3: Nr. 9) am jährlich stattfindenden Deutschen Mühlentag. Diese Mühle präsentiert sich als „Wassermühle mit zwei Turbinen zur Stromerzeugung, Fachwerk-Mühlenhof und Mühlencafé“. Den Besuchern werden „stündliche Führungen, Kaffee und Kuchen, Imbiss [und die] Ausstellung 'Kunst im Maschinenraum'“ angeboten (vgl. Göttinger Tageblatt vom 23.5.2015). Es wird kaum möglich sein, mehr Mühlen auf diese Weise zugänglich zu machen und für eine Beteiligung am Deutschen Mühlentag zu gewinnen, doch schon die Besichtigung von außen könnte bei weiteren Standorten lohnend gestaltet werden.

Eine besondere Attraktion sind natürlich Mühlen mit Wasserrädern. Allerdings sind gerade Wasserräder in den seltensten Fällen aus früheren Jahren erhalten geblieben; sie wurden oft schon im ersten Drittel des 20. Jahrhunderts durch Turbinen ersetzt. Die technische Entwicklung hat das Mühlrad überholt. Nur wenn zum Zeitpunkt der Stilllegung einer Mühle das hölzerne Rad noch vorhanden war, finden sich vielleicht Reste, die eine Rekonstruktion möglich machen könnten. Mit Turbinen ausgestattete Mühlen sind auf Grund der wasserbaulichen Einrichtungen am Gebäude sehr gut zu erkennen. An den Standorten Obernfeld und Gieboldehausen (Abb. 3: Nr. 4, Nr. 8) sind die Wehre vollständig erhalten. Auch die Rhumemühle in Bilshausen kann man nicht übersehen, da man von der Straßenbrücke über die Rhume direkt auf die technischen Anlagen der Mühle schaut.

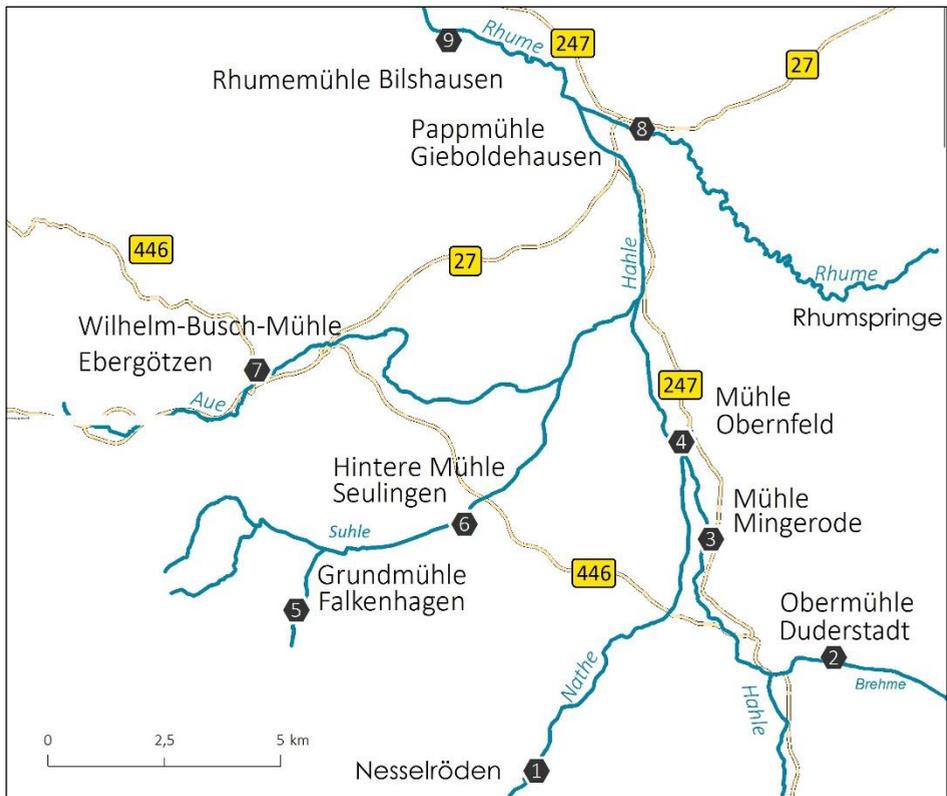


Abb. 3: Mühlen im Untereichsfeld (Kartographie: M.-C. Schubart & M. Hartleb)

Zur Darstellung einer historischen Mühlenanlage in der Gegenwart braucht man möglichst Daten aus früheren Jahrhunderten. Für die kleine Rhumemühle gibt es dazu von Müllermeister J. Engelhardt (1952, 63f.) einige wichtige Hinweise. Er nimmt an, dass die 1697 erbaute Mühle eines der ältesten Gebäude des Ortes ist. Als herrschaftliche Mühle wurde sie vom Landesherrn verliehen, bis sie 1859 von K. Engelhardt für 9000 Taler erworben werden konnte.

Etwa 40 Jahre später wurde eine neue Walzenstuhlanlage errichtet. Im „Archiv Maschinenfabrik Königshütte Bad Lauterberg“ werden die in den Jahren 1875 bis 1937 entstandenen „Projektzeichnungen“ der ehemaligen „Mühlenbauanstalt“ aufbewahrt. Für die Rhumemühle gibt es aus dem Jahr 1896 eine Zeichnung „Project einer Walzenstuhl-Anlage für Herrn Mühlenbesitzer Engelhardt Bilshausen“ (Abb. 4).

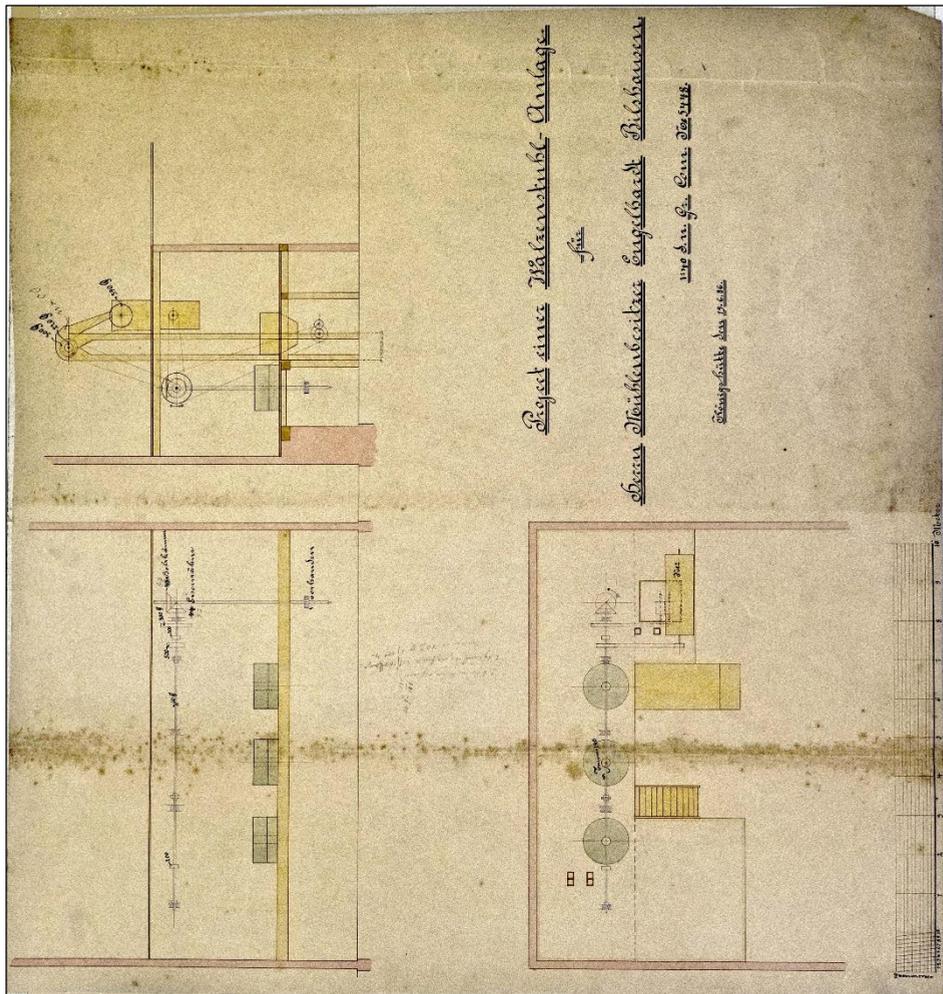


Abb. 4: Projektzeichnung einer Walzenstuhlanlage für die Rhumemühle Bilshausen 1896 (Quelle: Archiv der Mühlenbauanstalt Königshütte, Bad Lauterberg)

1907 übernimmt J. Engelhardt (vgl. 1952, 63) die Mühle, die zu diesem Zeitpunkt bereits durch eine „30 PS Voith Turbine“ angetrieben wurde. Die beiden Wasserräder waren 1902 aufgegeben worden. Ein drittes Wasserrad, das 1872 zum Antrieb einer Dreschmaschine auf der Hofseite eingebaut worden war, wurde 1950 durch eine „100 PS Francisturbine“ ersetzt, um die Maschinen einer Holzschleiferei anzutreiben. Heute wird in der Mühle Strom erzeugt (Abb. 5).



Abb. 5: Rhumemühle Bilshausen 2013 (Quelle: Foto Ströhlein)

### Restaurierungsbemühungen

Die als Sehenswürdigkeit besonders attraktiven Wasserräder (Abb. 2) sind im Untereichsfeld nicht mehr zu finden. Nur gelegentlich werden sie an restaurierten und zu Wohn- und Geschäftshäusern umgebauten oder als Gastronomiebetriebe eingerichteten ehemaligen Mühlengebäude wieder aufgestellt. Die 1343 erstmalig erwähnte Vordermühle am Westertor in Duderstadt ist dafür ein schönes Beispiel. Die Stadt hat sich um die Erhaltung ihrer unzähligen Fachwerkbauten und denkmalgeschützten Häuser seit Jahrzehnten sehr bemüht. Es ist auch immer wieder gelungen, für die Restaurierung ganzer Häuserensembles Fördermittel zu erhalten. Zwischen 1980 und 1990 wurde die Stadt mit 6 Mill. DM aus Mitteln des Städtebauförderungsgesetzes unterstützt. Zu den Objekten, für die in diesem Zeitraum sowohl öffentliche Sanierungsmittel durch Bund, Land und Stadt zur Verfügung standen als auch private Mittel für Teilmaßnahmen aufgebracht werden konnten, gehört die Vordermühle. Teilweise rekonstruiert schmückt sie das Ensemble der Fachwerkhäuser am Westertor. Eine zeitgemäße Nutzung erhielt die Vordermühle zunächst durch „Café und Bistro“ im Erdgeschoss. Heute befindet sich in diesem Gebäude die „Apotheke an der Vordermühle“. An der rückwärtigen Seite des Hauses ist ein overschlächtiges Mühlrad eingebaut, über das in den Sommermonaten gelegentlich Wasser plätschert. Eine kleine Anlage

mit einer Sitzbank ergänzt die sehr ansprechende Außengestaltung dieser ehemaligen Mühle.

Sehr gut gelungen ist die jüngst erfolgte Restaurierung der Obermühle an der Brehme in Duderstadt, die nach Ehbrecht (1996, 226) 1465 erstmals urkundlich erwähnt wurde; die jetzige Eigentümerin nennt das Jahr 1449. Das Fachwerkgelände der Mühle ist ein Teil eines großen Gehöfts, das etwas außerhalb der Stadt vor dem Obertor liegt. Das an die Mühle angebaute Wohnhaus wurde 2014 aufwändig saniert und mit Ferienwohnungen ausgestattet.

Nach Einstellung des Mahlbetriebs der Obermühle 1901 wurde bis 1930 ein Sägewerk betrieben, dessen technische Einrichtung nahezu vollständig erhalten ist. Der Wasserzulauf für das ehemalige überschlächtige Mühlrad neben dem Mühlengebäude ist noch immer ein wesentliches gestaltendes Element der gesamten Anlage (Abb. 6).



Abb. 6: Obermühle an der Brehme in Duderstadt (Quelle: Aufnahme Kohlstedde, [www.obermühle-duderstadt.de](http://www.obermühle-duderstadt.de))

Zu den Maßen dieses „Oberschlächtigen Wasserrades mit 1,25 Umdrehungen pro Minute“ findet man entsprechende Hinweise in einer undatierten Projektzeichnung der ehemaligen Mühlenbauanstalt Königshütte, Bad Lauterberg: „Liegendes Vorgelege für Herrn Joh. Achtermeyer Obermühle in Duderstadt“ (Archiv Nr. a VII 493). Da diese Projektzeichnung auch den Hinweis „zur Kreissäge“ enthält, ist anzunehmen, dass sie nach Einstellung des Mahlbetriebs angefertigt wurde; das „Sägewerk“ zunächst also noch durch das Wasserrad betrieben werden konnte. An Stelle des Wasserrades „wurde ab 1920

ein Elektromotor eingesetzt, da das Wasser der Brehme zum Antrieb des Sägewerks nicht ausreichte“ (Mitteilung von R. Kohlstedde vom 14.7.2015). Nachdem die „Obere Mühle an der Brehme“ in den beiden vergangenen Jahren als Wohnanlage mit Ferienwohnungen ausgebaut wurde, beabsichtigen die Besitzer, die noch mit allem Inventar ausgestattete Mühle zugänglich zu machen.

## Wohnmühlen

Die zu Wohngebäuden umgebauten ehemaligen Mühlengebäude werden häufig als „Wohnmühlen“ bezeichnet. Zutreffend ist diese Bezeichnung aber allenfalls, wenn Gestaltelemente einer ehemaligen Mühle noch vorhanden oder wenigstens erkennbar sind. Am eindeutigsten erkennt man Mühlengebäude, die wie reine Wohnhäuser aussehen, wenn sie in den Dörfern oder als Einzelgehöft am Rande des Dorfes an einem Wasserlauf liegen. Im Untereichsfeld ist diese Standort-situation fast immer gegeben.

Eine der ersten Mühlen, die in der Gegenwart zur sogenannten Wohnmühle umgestaltet wurde, ist die „Grundmühle Falkenhagen“ (Abb. 3: Nr. 5). Dieser Ort an der Grenze des Untereichsfeldes wurde in die Karte der Mühlenstandorte aufgenommen, um darauf hinzuweisen, dass es in neuerer Zeit auch private Bemühungen zum Erhalt ehemaliger Mühlen gegeben hat. Der frühere Eigentümer hat einen Architekten beauftragt, die alte Mühle zu einem Wohnhaus umzubauen. Es ist dokumentiert, dass der Architekt Karl Hanus 1982/83 „die Grundmühle Falkenhagen, Niedersachsen, sensibel zu einem Wohnhaus umgebaut hat“ (vgl. Künstlerlexikon Saar 2016). Genauere Informationen zur Geschichte und gegenwärtigen Situation der „Wohnmühle“ sind nicht bekannt, da zu den derzeitigen Eigentümern kein Kontakt hergestellt werden konnte.

Zu den ehemaligen Mühlen an den Standorten Nesselröden und Seulingen (Abb. 3: Nr. 1, Nr. 6) wird man durch ihre Adressen geführt. In Nesselröden sind das die Hinweise auf die „Obere Mühle“ (1928 abgebrannt) und die „Untere Mühle“ (1961 stillgelegt). Die Mühlen in Nesselröden und Seulingen werden von Schwerdtfeger (2011, 18) als „Wohnmühlen“ angesprochen. Als Definition für den Begriff kann ein Vorschlag der „AG Mühlenstraße“ herangezogen werden, wie er während der Jahrestagung 2011 in Ebergötzen formuliert wurde: „Wohnmühlen sind historische Mühlen, die heute als Wohnraum genutzt werden. Bei Wohnmühlen ist die Außentechnik oft nur noch teilweise vorhanden beziehungsweise funktionstüchtig. Aufgrund der Wohnnutzung fehlt die Innentechnik einer Mühle fast vollständig. Wegen der privaten Besitzrechte und des Schutzes der Privatsphäre der Besitzer oder Bewohner ist eine Innenbesichtigung nur in den seltensten Fällen möglich“ (nach Schwerdtfeger 2011, 21).

Bei der von Schwerdtfeger vorgenommenen Kartierung von Mühlenstandorten im Landkreis Göttingen wird die heutige Wohnnutzung als hauptsächliches Kriterium zur Charakterisierung benutzt. Alle in der Karte „Mühlen im Untereichsfeld“ (Abb. 3) aufgeführten Mühlenstandorte werden dadurch – mit

Ausnahme der Obermühle Duderstadt, die von Schwerdtfeger als „Gewerbmühle“ bezeichnet wird – zu Standorten einer „Wohnmühle“: Falkenhagen, Seulingen, Nesselröden, Mingerode, Obernfeld und Gieboldehausen. Auch größere Gehöftanlagen, die früher wie heute landwirtschaftliche Betriebe haben, können auf diese Weise unter Berücksichtigung der Wohnfunktion des Hauptgebäudes nur als „Wohnmühlen“ angesprochen werden.

### Mühlengehöfte

Geht man in Seulingen bis an das Ende der „Hintere Mühlenstraße (Haus Nr. 18)“, so kommt man zu einem großen Gehöft mit verschiedenen Gebäuden. Keines dieser Gebäude ist auf den ersten Blick als ehemalige Mühle zu erkennen; die Wohnnutzung ist hervorstechend. Gäbe man sich mit der von Schwerdtfeger vorgenommenen Bewertung zufrieden, so könnten der AG Mühlenstraße lediglich drei Standorte aus dem Untereichsfeld zur Aufnahme in eine Route durch den Landkreis Göttingen vorgeschlagen werden. In der von Schwerdtfeger (vgl. 2011, 559) entworfenen Kartenskizze sind drei Standorte erwähnt, die als „Wassermühlen mit Außenbesichtigung“ beschrieben sind: Seulingen, Obermühle Duderstadt und Gieboldehausen.

Im Mühlengehöft Seulingen ist eine Außenbesichtigung nur wenig aufschlussreich. Nur der Mühlenbesitzer weiß, dass die gesamte Mühlentechnik noch vorhanden ist, einschließlich der 1949 von ihm eingebauten Turbine, die das Wasserrad ersetzt hat. Im „Jurisdictionsbuch“ von 1674 werden in Seulingen zwei Mühlen erwähnt (vgl. Petersen 2004, 243). Die „Berg-Mühle (Mühlenweg 7)“ wird um 1790 von H. Adler erworben, als letzter Müller wird J. Adler 1940 im „Häuserbuch“ erwähnt (vgl. Bommer 2004, 351). Die ebenfalls 1674 erwähnte „Hintere Mühle“ „wird vom Wasser der Sula angetrieben. Sie liegt nahe bei einem Ortsteil, der Vogelsang heißt, daher der alte Name Vogelsangsmühle“ (Petersen 2004, 245). Im Jahr 1900 wird im „Häuserbuch“ Gottlieb Rink als Müller genannt, die Mühle ist seither in Familienbesitz und wird bis heute „Rinksche Mühle“ genannt.

Als Mühlengehöft deutlich erkennbar ist die Mühle in Mingerode (Abb. 3: Nr. 3). Vor dem Wohnhaus stehen als Erkennungszeichen Mühlsteine (Abb. 7).



Abb. 7: Mühle Wüstefeld in Mingerode 2013 (Quelle: Foto Ströhlein)

Das ehemalige Mühlengebäude liegt hinter dem Hofraum an der Hahle. „Eine frühe Erwähnung einer Mühle im Jahr 1184 ist für Mingerode dokumentiert. 1887 wird sie mit drei Mahlgängen und einer Ölmühle ausgestattet beschrieben“ (Rexhausen 2007, 185). Aus dem Jahr 1889 gibt es für die Mühle eine Projektzeichnung der Mühlenbauanstalt „Mühlen-Anlage für Herrn Mühlenbesitzer E. Wüstefeld in Mingerode“ (Abb. 8). Aus dem Jahr 1920 ist im Archiv der Mühlenbauanstalt eine weitere Projektzeichnung aufbewahrt: „Liegendes Vorgelege für Frau Ww. Ed. Wüstefeld, Mingerode, Königshütte, d. 25. III. 20“. Als letzte Dorfmühle im Untereichsfeld hat die Mühle Wüstefeld erst 1985 den Betrieb eingestellt.

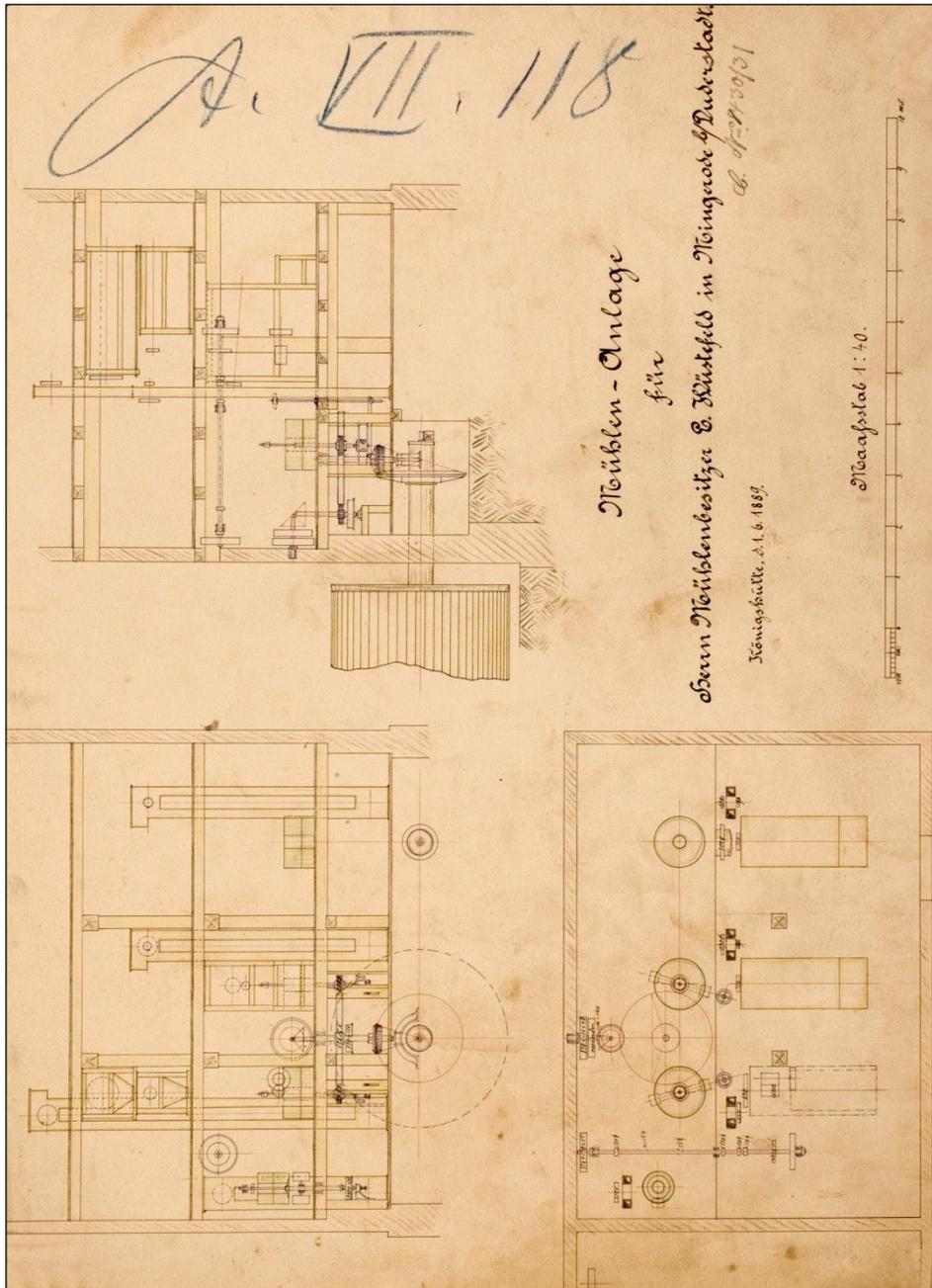


Abb. 8: Projektzeichnung „Mühlen-Anlage für Herrn Mühlenbesitzer E. Wüstefeld in Mingerode“ 1889 (Quelle: Archiv der Mühlenbauanstalt Königshütte, Bad Lauterberg)

## Hochwasser und Brände – Gefahren für die Mühlenanlage

An den Flüssen Rhume, Hahle und Suhle richteten Hochwasser in allen Jahrhunderten immer wieder schwere Schäden an. In der Chronik von Gieboldehausen hat Wehking (2003, S. 216–222) einige Ereignisse beschrieben. Besonders betroffen waren stets die Mühlen mit ihren Stauwehrlagen.

Im Jahr 1781 entstand zum Beispiel in Gieboldehausen ein Schaden von 25.000 Reichstalern. Doch Schutzmaßnahmen gegen das Hochwasser wie das Anlegen von Gräben, die Korrektur von Flussbetten und der Bau von Dämmen verursachten erhebliche Kosten. Außerdem mussten eine ständige Überprüfung der Dämme und die Pflege der Wassergräben gewährleistet sein. Über die Unterhaltung des Rhumedammes in Gieboldehausen ist ein „Reglement“ aus dem Jahr 1833 bekannt, dazu aus dem Jahr 1836 eine Liste von Personen, die wegen gewisser Nachlässigkeiten bei der Durchführung der Bestimmungen „zur Ordnung gerufen werden sollten“ (Wehking 2003, 216). Zum Geschehen und zu den Folgen des großen Hochwassers vom Juli 1886 ist in der Chronik des Ortes eine sehr ausführliche und anschauliche Schilderung wiedergegeben (Wehking 2003, 218ff.).

Von Wehking am ausführlichsten dokumentiert ist das Hochwasser vom Juni 1981 (vgl. 2003, 220–222), bei dem sich zeigte, dass auch die im 20. Jahrhundert getroffenen Maßnahmen zur Flussregulierung und zum Bau von Dämmen nicht ausreichten, wenn die Hochwasser von Hahle und Rhume in Gieboldehausen gleichzeitig zusammenkamen. Hahle- und Rhumeauere waren vollständig überschwemmt, die Hahlestraße und die Straßen im Bereich der „Pappmühle“ standen unter Wasser (Abb. 3: Nr. 8, Abb. 9).



Abb. 9: Die „Pappmühle“ in Gieboldehausen 2014 (Quelle: Foto Ströhlein)

Noch zu Beginn des 20. Jahrhunderts wurde in der Pappmühle Korn gemahlen. Eine Projektzeichnung der Mühlenbauanstalt (Archiv Nr. a VII 452) belegt, dass in der „Drescherei-Genossenschaft Gieboldehausen“ 1906 eine „Schrotgang-Anlage“ gebaut wurde. Zu Beginn des Ersten Weltkriegs hat es dann eine Veränderung gegeben. „Aus dem an der Rhume gelegenen Dreschmaschinenbetrieb entstand eine Stroh­mühle. In dieser wurden Stroh, Heu, Quecke, Spargelkraut u. a. m. kriegsbedingt vermahlen“ (Noth 1952, 64). Den Namen „Pappmühle“ erhielt die Mühle schließlich, weil nach dem Weltkrieg bis 1937 „Holzschliff für die Pappenherstellung“ produziert wurde.

Die teils dramatischen Auswirkungen, die Hochwasser und Brände verursachen können, wird aus der Geschichte der Obernfelder Mühle deutlich. Über die Mühle in Obernfeld wird von Kurth (1975, 66–75) ausführlich berichtet. 1716 gehörte die Mühle mit zwei Mahlgängen einer großen Erbgemeinschaft. Da die Mühle zu diesem Zeitpunkt sehr baufällig war, wurde sie erneuert und für 6 Jahre verpachtet.

Sehr aufschlussreich ist es, dass in dem damals abgeschlossenen Pachtvertrag (vgl. Kurth 1975, 67) besonders die möglicherweise durch Hochwasser und Brände entstehenden Schäden ausführlich behandelt werden. Sollte während der Pachtzeit „ein übermäßiger und sonderlich großer schade am Waßer geschehen“, so sollen die Eigentümer dem Pächter „hülfreiche Hand leisten“. Geregelt ist aber auch, dass „der Müller mit licht und feuer behutsam umgehen wolle, damit nicht durch fahrlässigkeit der Mühle schade dadurch zugefügt werden möge“. Bei einem

durch den Müller selbst verursachten Brand würde „Er seine bereitesten Mittel verpfändet haben“.

Dass das Hochwasser noch zu Beginn des vorigen Jahrhunderts eine Mühle so schwer beschädigen konnte, dass die finanziellen Möglichkeiten des Mühlenbesitzers zum Wiederaufbau der Mühlenanlage nicht ausreichten, musste die Müllerfamilie Bock erleben, die seit 1870 Pächter, ab 1873 Eigentümerin der Obernfelder Mühle waren (vgl. Kurth 1975, 74). Der zunächst sehr erfolgreiche Mühlenbesitzer Josef Bock ließ 1889 von der damaligen Mühlenbauanstalt den Entwurf für eine Mühlenanlage erstellen (vgl. Verzeichnis der „Zeichnungen der Mühlenanlagen und –projekte aus dem Landkreis Göttingen“, Puhrsch 2014, 21).

Zu Beginn des 20. Jahrhunderts verschlechterte sich die wirtschaftliche Situation der Obernfelder Müllerfamilie zusehends, das Hochwasser von 1909 zerstörte ihre Existenzgrundlage schließlich völlig. Während eines Unwetters im September 1909 „wurde das Stauwehr der Hahle von den reißenden Wassermassen fortgerissen und total zerstört“ (Kurth 1975, 74). In der Hahle musste ein völlig neues Wehr gebaut werden (Abb. 10).



Abb. 10: Die Obernfelder Mühle 2013 (Quelle: Foto Ströhlein)

Im Frühjahr 1910 wurde mit dem Bau eines neuen Fundamentes begonnen, nachdem zunächst die Hahle umgeleitet werden musste; die Bauarbeiten an der Mühle dauerten bis 1912. Die dadurch entstandenen hohen Kosten konnte die wegen des mehrjährigen Produktionsausfalles wirtschaftlich geschwächte Müller-

familie nicht aufbringen; die Mühle musste 1913 an die Gebrüder Pingel verkauft werden.

Die neuen Besitzer wandten sich wegen der Fertigstellung der Mühle an die Mühlenbauanstalt; dort ist der „Plan zum Umbau der Mühle der Herren Gebr. Pingel in Obernfeld, 1914“ archiviert (Abb. 11). Unter der neuen Leitung wurde die Mühle sehr erfolgreich betrieben, auch in den Kriegsjahren 1914 bis 1918. In den Nachkriegsjahren wurde das baufällig gewordene overschlächtige Wasserrad durch eine Turbine ersetzt, das Stauwehr wurde erneuert, und von der Nathe wurde eine Rohrleitung zur Hahle gelegt, um das Wasser zur Hahle leiten zu können.

Im Oktober 1926 verlor dann auch die erfolgreiche Müllerfamilie Pingel ihre Existenzgrundlage. Die Mühle brannte bis auf die Grundmauern nieder, das angrenzende Fachwerkhaus, der Dreschschuppen und die Sägemühle brannten ebenfalls. Die Mühlengebäude wurden zwar 1927 wieder aufgebaut, doch nun konnte die Müllerfamilie die Baukosten nicht aufbringen. Die Mühle wurde 1929 versteigert. Gebäude und Inventar erwarb der Müller Wilhelm Maulhardt (Kurth 1975, 74).

Im Juli 1970 wurde die Mühle erneut durch einen Brand vernichtet, Wohn- und Stallgebäude konnten aber gerettet werden (vgl. Bild „Mühle Maulhardt nach dem Brand von 1970“ im Heimatmuseum Obernfeld). Der Mühlenbetrieb wurde nach 1970 nicht mehr fortgeführt, die Wasserturbine diente nur noch der Stromerzeugung.

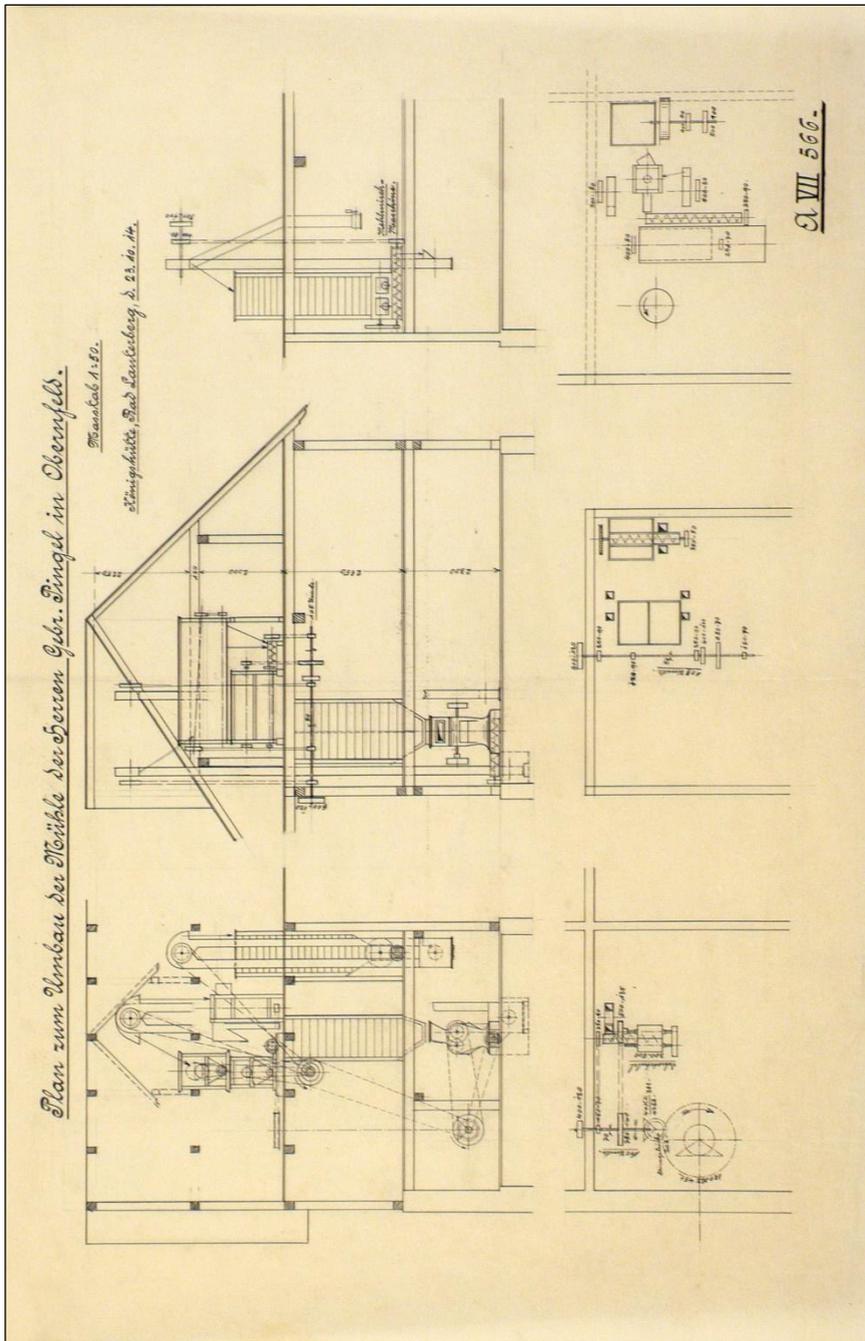


Abb. 11: Plan zum Umbau der Mühle in Oberfeld 1914 (Quelle: Archiv der Mühlenbauanstalt Königshütte, Bad Lauterberg)

## Die Niedersächsische Mühlenstraße (NMS) als Teil einer „Europäischen Kulturstraße“

Mitte der 1950er Jahre wurde mit Unterstützung der Niedersächsischen Landesregierung Deutschlands erster Mühlenverein, die „Vereinigung von Wind- und Wassermühlen in Niedersachsen e. V.“ gegründet. Mit weiteren 13 Landesverbänden erfolgte 1987 der Zusammenschluss zur „Deutschen Gesellschaft für Mühlenkunde und Mühlenerhaltung (DGM) e. V.“ (vgl. Thiemann 2013, 39), die sich zur Aufgabe gemacht hat, das Kulturgut Mühle zu pflegen und im Bewusstsein der Bevölkerung zu halten.

In Niedersachsen wurden diese Bestrebungen von der 1996 etablierten „NMS“ verfolgt, die inzwischen fast alle Regionen Niedersachsens erschlossen hat. Das noch nicht bearbeitete Gebiet Südniedersachsen soll in nächster Zeit in das Projekt einbezogen werden. Das Untereichsfeld darf in diesem regionalen Verbund nicht fehlen, denn auch hier gilt, dass Mühlen in Vergessenheit geraten könnten und aus dem Bewusstsein ihrer Umgebung verschwinden.

Die beschriebenen Beispiele und die Überlegungen zu unterschiedlichen Aspekten der Erhaltung von Mühlen sollen dazu beitragen, das Untereichsfeld bei der weiteren Projektgestaltung zu berücksichtigen. Verliert eine Kulturlandschaft ihre Mühlen, so gehen zugleich charakteristische Züge ihrer Identität und ihres historischen Profils verloren.

Da Mühlen ein gesamteuropäisches Kulturgut sind, hat die NMS 2013 die Initiative ergriffen, in den Nachbarländern Niederlande und Dänemark das „Kulturstraßenprogramm des Europarates“ (vgl. Thiemann 2013, 36) bekannt zu machen und Interessenten für eine gemeinsame Arbeit zu suchen. Auch im Geographischen Institut der Georg-August-Universität Göttingen gibt es Bemühungen, das Konzept einer „Europäischen Kulturstraße der Mühlen“ zu unterstützen. „Das Thema Mühlen ist aus kulturhistorischer wie auch touristischer Perspektive als überaus bedeutsam anzusehen. Dies gilt für den nationalen und europäischen Kontext gleichermaßen. Vor diesem Hintergrund kann die Niedersächsische Mühlenstraße im Verbund mit den anderen auf nationaler und internationaler Ebene bereits bestehenden Mühlenstraßen sicherlich als Nukleus der anvisierten Kulturstraße fungieren“ (W. Kreisel in Thiemann 2013, 38).

Federführend durch die NMS wurde nun am 13.03.2016 zwischen dem DGM, der „Vereniging De Hollandsche Molen“ und der „Dansk Møller-Forening“ ein Organisationsstatut beschlossen, um unter der Bezeichnung „Via Molina – eine europäische Kulturstraße der Mühlen“ nach den Vorgaben des europäischen Kulturstraßenprogramms (vgl. Council of Europe – Europarat 2016) die Zusammenarbeit aufzunehmen.

Über das Projekt Niedersächsische Mühlenstraße wird das Südliche Niedersachsen mit dem Eichsfeld Bestandteil dieser neuen Kulturstraße.

## Literatur und Quellen

- Bommer, B. (2004): Seulingen. Aus der Geschichte eines Dorfes im Untereichsfeld. Gemeinde Seulingen (Hrsg.), Duderstadt.
- Busse, G. (2008): Erhaltung des architektonischen regionalen Erbes und seine touristische Inwertsetzung – das Beispiel der südniedersächsischen Fachwerkdörfer und –städte. In: Reeh, T. & G. Ströhlein (Hrsg.): Natur erleben und Raum inszenieren. (= ZELTForum – Göttinger Schriften zu Landschaftsinterpretation und Tourismus – Band 4). Göttingen, S. 196–206.
- Council of Europe – Europarat (2016): Online abrufbar:  
<http://www.coe.int/web/portal/home>
- Ehbrecht, U. (1996): Mühlen. In: Hauff, M. & H.-H. Ebeling (Hrsg.): Duderstadt und das Untereichsfeld. Lexikon einer Landschaft in Südniedersachsen. Duderstadt, S. 224–226.
- Eichner-Ramm, B. (2009): Deutsche Märchenstraße künftig ohne Göttingen. In: Göttinger Tageblatt vom 13.08.2009.
- Eidevik, E. (2010): Historische Wassermühlen in Südniedersachsen. In: Reeh, T., Ströhlein, G. & A. Bader (Hrsg.): Kulturlandschaft verstehen. (= ZELTForum – Göttinger Schriften zu Landschaftsinterpretation und Tourismus – Band 5). Göttingen, S. 67–84.
- Engelhardt, J. (1952): Unsere Rhume-Mühle. In: Gemeindeverwaltung Bilshausen (Hrsg.): Unser Bilshausen. Ein Festbuch zur Tausendjahrfeier 1952, bearbeitet von A. Mania & W. Liebert, Mecke-Verlag Duderstadt, S. 63–64.
- Hesse, W. (2002): Mühlen in Northeim und den Ortschaften. In: Northeimer Jahrbuch, 67. Jahrgang, S. 75–115.
- Kohlstedde, R. (2015): An der Obermühle. Online abrufbar:  
[www.obermuehle-duderstadt.de](http://www.obermuehle-duderstadt.de)
- Künstlerlexikon Saar (2016): Online abrufbar:  
<http://www.institut-aktuelle-kunst.de/>
- Kurth, F. (1975): Geschichte des Dorfes Oberfeld. Gemeinderat der Gemeinde Oberfeld (Hrsg.), Mecke-Verlag Duderstadt.
- Lottmann, U. (2012): Wird Duderstadt Fachwerk Weltkulturerbe? In: Göttinger Tageblatt vom 08.03.2012.
- Noth, W. (1952): Das Holzmehlwerk. In: Gemeindeverwaltung Bilshausen (Hrsg.): Unser Bilshausen. Ein Festbuch zur Tausendjahrfeier 1952, bearbeitet von Mania, A. & W. Liebert, Mecke-Verlag Duderstadt, S. 64.

- Petersen, T. (2004): Von den Mühlen in Seulingen. In: Bommer, B. (2004): Seulingen. Aus der Geschichte eines Dorfes im Untereichsfeld. Gemeinde Seulingen (Hrsg.), Duderstadt, S. 242–253.
- Puhrsch, V. (2014): Die Bedeutung der ehemaligen Mühle und der Mühlenbauanstalt im Industriedenkmal Königshütte Bad Lauterberg. In: Reeh, T. & G. Ströhlein (Hrsg.) (2014): Facetten der Landschaftsinterpretation und des Tourismus. (= ZELTForum – Göttinger Schriften zu Landschaftsinterpretation und Tourismus – Band 7). Göttingen, S. 9–30.
- Reeh, T. & G. Ströhlein (2009): Mühlen an der Leine. In: Der Mühlstein. Periodikum für Mühlenkunde und Mühlenerhaltung (2), S. 26–29.
- Rexhausen, G. (2007): Es klappert die Mühle. In: Historischer Alltag in den Dörfern des Untereichsfeldes, 2. erweiterte Auflage (bearbeitet von M. Hauff und H.-R. Fricke), Duderstadt, S. 185–186.
- Schwerdtfeger, S. (2011): Die Niedersächsische Mühlenstraße als touristisches Angebot. Konzeptentwicklung für den Landkreis Göttingen, Bachelorarbeit am Geographischen Institut der Georg-August-Universität Göttingen.
- Ströhlein, G. & T. Reeh (2012): Die Mühlenstraße im südlichen Niedersachsen. In: Südniedersächsische Zeitschrift für Regionale Forschung und Heimatpflege (1), S. 36–40.
- Ströhlein, G. (2006): Landschafts- und Museumspark Ebergötzen. In: Reeh, T. & G. Ströhlein (Hrsg.): Zu Besuch in Deutschlands Mitte. Natur – Kultur – Tourismus. (= ZELTForum – Göttinger Schriften zu Landschaftsinterpretation und Tourismus – Band 3). Göttingen, S. 129–140.
- Tacke, E. (1968): Die Verteilung der Wind- und Wassermühlen in Niedersachsen und angrenzenden Gebieten um 1900. In: Neues Archiv für Niedersachsen 17 (3), S. 244–247.
- Thiemann, H. (2013): Via Molina. Europäische Kulturstraße der Mühlen. In: Molina. Mühlen und Menschen (1), S. 35–40.
- Wehking, S. (2003): Hochwasser und Brände. In: Die Chronik des Fleckens Gieboldehausen. Duderstadt, S. 216–230.

# **Die alte Schmiede in Bremke**

Rolf Bergmann

## Vorbemerkung

In den Dörfern im südlichen Niedersachsen war das Schmiedehandwerk bis in die Jahre nach dem Zweiten Weltkrieg für die bäuerliche Arbeitsweise eine unerlässliche Voraussetzung. Ohne regelmäßiges Beschlagen der Pferdehufe wäre der Ackerbau nicht möglich gewesen. In größeren Dörfern gab es daher gelegentlich mehrere Hufschmiede.

Mit Beginn der maschinellen Landbearbeitung haben sich manche Schmiede zu Maschinenschlossern weiterentwickelt, so dass auch nach den 1950er Jahren noch Schmieden erhalten geblieben sind. Im Ort Bremke (Gemeinde Gleichen) südöstlich von Göttingen gab es ehemals drei Schmieden, eine davon, deren Geschichte hier dargestellt wird, wurde als Nebengewerbe sogar bis 1996 geführt.

Heute ist sie Museumsschmiede und dokumentiert einen bedeutenden Abschnitt dörflicher Entwicklung. Sie gehört nun in die Reihe der Kulturdenkmale des ländlichen Raumes. Im „Zentrum für Landschaftsinterpretation und Tourismus (ZELT)“ werden wir, durch dieses Beispiel angeregt, in nächster Zeit auf die Spuren und Reste dieser vorindustriellen Handwerksentwicklung achten und Aktivitäten zu deren Erhaltung unterstützen.

Der „Arbeitsgemeinschaft für Südniedersächsische Heimatforschung (ASH)“ danken wir für die Möglichkeit, aus ihrer Zeitschrift „Südniedersachsen“ (H. 1/März 2013, S. 23–26) den aus denkmalserhaltender Sicht wichtigen Beitrag über die Schmiede in Bremke als Anregung übernehmen zu können.

Die Herausgeber

## Abstract

The heritage and cultural association Bremkertal e. V. operates an old village forge in Bremke since 2006. The aim was to rebuild the old forge that was operated for over 200 years at this very location. Its original operation capability shall be restored to its original level in order to exhibit it as a museum forge. The association agreed with the former owner Friedel Fascher, who was chairman of the club between 1988 and 1996, on a long-term leasing contract and received all the equipment and inventory by means of a deed of gift. Since its completion in 2006, the association annually organizes a public forge festival with a professional blacksmith every May. Groups may visit the forge on appointment. Generally, it opens every 1st Friday of the month at 16:30 h.

## Einleitung

Der Heimat- und Kulturverein Bremkertal e. V. betreibt seit 2006 in Bremke eine alte Dorfschmiede. Ziel war es, die seit über zweihundert Jahren an dieser Stelle betriebene Schmiede wieder so aufzubauen, dass sie voll funktionsfähig als Museumsschmiede gezeigt werden kann. Wir vereinbarten mit dem ehemaligen Eigentümer Friedel Fascher (er war von 1988 bis 1996 Vorsitzender des Vereins) einen längerfristigen Pachtvertrag und in einer Schenkungsurkunde erhielten wir die gesamte Ausstattung und das Inventar.

Seit Fertigstellung im Jahr 2006 veranstalten wir jährlich im Mai ein öffentliches Schmiedefest mit einem professionellen Schmied. Für Besuchergruppen zeigen wir sie nach Vereinbarung. In der Regel ist sie am 1. Freitag im Monat ab 16.30 Uhr geöffnet.

## Geschichte der Schmiede

Von 1783 bis 1996 hat die Familie Fascher in 6 Generationen die Dorfschmiede in Bremke betrieben. Sie war eine von 3 nachgewiesenen Schmieden in Bremke. Die Berufsbezeichnung Schmied taucht schon 1585 unter „Heinrich der Schmied“ in Akten der adeligen Familie von Uslar-Gleichen über Abgabepflichtige von Bremke auf. Es ist also davon auszugehen, dass es hier schon früher eine Schmiede gab.

Zurück zur Familie Fascher. Der Name taucht zum ersten Mal 1694 auf dem Gut Elbickerode auf. Der Schmied Johann Christof Fascher gründete 1783 die Schmiede. Sein Sohn folgte ihm 1821. Vorher diente er als Schmied 7 Jahre im 4. Husarenregiment „Kronprinz“ von „Georg dem Vierten“ König von Großbritannien und Hannover.

Ihm folgte Christof Friedrich Fascher (1826 – 1899), der bereits 1853 im Gemeindeausschuss von Bremke aktiv die Geschicke des Dorfes mitbestimmt hat.

Der vierte in der Generationenfolge war Friedrich Hermann Fascher (1868 – 1939), dessen Meisterbrief von 1897 erhalten ist. Er hatte zuvor ein Ehrendiplom für den Hufbeschlag in Rostock erlangt. Für einen Dorfschmied damals eine Selbstverständlichkeit. Daran wird auch deutlich, dass er sich zur Ausbildung in anderen Gegenden Deutschlands aufhielt.

Wie seine Vorfahren wurde auch Hermann Friedrich Fascher Schmied. Er bestand seine Meisterprüfung 1936 vor der zuständigen Handwerkskammer in Hildesheim. Wie aus Rechnungsbüchern hervorgeht, hat er als junger Mann mit seinem Vater Wagen gebaut und schmiedeeiserne Umzäunungen angefertigt.

Ein gut erhaltenes Foto von 1927 zeigt, dass die Schmiede äußerlich kaum verändert wurde (Abb. 1).



Abb.1: Dorfschmiede an der Kirche (Quelle: Heimat & Kulturverein Bremkertal e. V.)

Das Beschlagen von Pferden war noch in den 1950iger Jahren Standardarbeit in jeder Dorfschmiede. Zu der Zeit begann aber auch die Reparatur von Schleppern. Sein Sohn Friedrich Adolf Fascher (genannt Friedel), den meisten Bremskern als Friedel bekannt, hat zunächst Landmaschinenschlosser gelernt und anderweitig gearbeitet. Nach dem Tode seines Vaters hat er das Gewerbe der Schmiede aber neben seinem Beruf weiter betrieben. Erst 1996 hat er es endgültig abgemeldet und die Schmiede weitgehend ausgeräumt, da er eine modernere Werkstatt hatte.

## Restaurierung der Schmiede

Nachdem im Sommer 2001 der Vertrag zwischen Friedel Fascher und dem Heimatverein abgeschlossen war, dauerte es noch einige Zeit bevor die Arbeiten zur Restaurierung der Schmiede richtig begannen.

Zunächst wurden ein Fundament für den wieder zu errichtenden Schornstein gegossen und alte Klinkersteine besorgt, dann begann der Aufbau des Schornsteins für die alte Esse (Abb. 2).



Abb. 2: Die restaurierte Schmiede (Quelle: Heimat & Kulturverein Bremkertal e. V.)

Danach begann 2004 die intensive Phase der Restaurierung. Zuerst wurden die Dachbodenbretter verlegt. Der Blasebalg stellte für uns eine besondere Heraus-

forderung dar. Die Funktionsweise musste geklärt werden. Mit einer Seilwinde wurde er nach oben gezogen. Wir waren stolz, als oben die Rohre und Hebel angeschlossen waren und alles funktionierte. In einer Skizze wurden die Maße der Esse festgehalten. Anschließend die T- und Winkeleisen zugeschnitten. Das Schweißen des Rahmens der Esse folgte. Die Schamottesteine mussten angepasst werden, bevor sie um die Feuerstelle eingefügt werden konnten. Zum Ausmauern der Esse hatten wir uns alte Klinkersteine besorgt. So sollte der ursprüngliche Charakter erhalten werden. Wir schafften es auch ohne gelernten Maurer.

Die älteste erhaltene Wand musste mit Lehmörtel ausgebessert werden. Das Anrühren hat Spaß gemacht. Anschließend wurde er mit Schwung an die Wand geklatscht und verstrichen. Mit der richtigen Feuchtigkeit gelang es immer besser. Das Entrostet der Maschinen, Zangen, Hämmer, Gesenke und aller anderen Werkzeuge dauerte erheblich länger als wir gedacht hatten.

Es waren einfach zu viele Einzelteile, die vom Rost befreit werden mussten. Vor allem die handbetriebene Ständerbohrmaschine machte viel Arbeit. Meist arbeiteten wir mit rotierenden Drahtbürsten, die in elektrische Handbohrmaschinen eingespannt waren.

Die Elektrik musste im Wesentlichen neu installiert werden. Aus Sicherheitsgründen bauten wir moderne Schalteinrichtungen ein. Natürlich sollte es nicht neu aussehen. Daher fertigten wir einen Schrank für Stromzähler und Sicherungen an.

Es wurde eine neue Zuleitung vom Hauszähler verlegt, ein Zwischenzähler eingebaut, die Beleuchtung des Raumes und der Werkbänke angebracht und diverse Steckdosen installiert. Der Motor für das alte Gebläse der Esse wurde angeschlossen und auf dem Boden wurden Strahler angebracht, um den Blasebalg besser sehen zu können.

Schließlich wurde der Holzfußboden rund um den Amboss erneuert. Für den kleinen Amboss wurde ein Eichenstamm entsprechend bearbeitet, um auch ihn nutzen zu können. Vor der großen Eröffnung wurden noch diverse Werkzeuge auf Präsentationsbrettern montiert, um ihre Funktion sehen zu können.

Als kurz vor dem ersten Schmiedefest im Mai 2006 von Friedel Fascher das Schmiedefeuer mit den Vorstandsmitgliedern das erste Mal wieder brannte, hatte er Tränen in den Augen. Seine Worte dazu: „Dass ich das noch erlebe.“ Er starb im Dezember desselben Jahres. Mit dem ersten Schmiedefest 2006 war es uns gelungen, die Schmiede möglichst authentisch und voll funktionsfähig restauriert zu haben.

**Bergehalden des ehemaligen  
Wealdensteinkohlebergbaus im Schaumburger  
Land als schutzwürdige Landschaftselemente**

Karl-Heinz Pörtge

## Abstract

The Schaumburger Land (region in Lower Saxony) is one of the oldest coal mining areas in Germany. In this region, mining had an enormous economic and social significance for about 500 years until it came to an end in 1960. Architecturally interesting industrial buildings as well as mining relics both above ground and underground still exist from this era. Especially slag heaps became characteristic features of the landscape. They do not only shape the landscape but are also important relics of the mining history with its economic and social consequences, e.g. as “Kummerhaufen” (heaps of sorrow).

If smaller overgrown coal heaps are located in a landscape conservation area, they are already protected. Others were placed under protection by regulations in 2000. This way, the impressive legacies of the coal mining industry are preserved.

## Einleitung

Der Kohlebergbau im Schaumburger Land gehörte zu den ältesten in Deutschland und hatte für etwa 500 Jahre eine enorme wirtschaftliche aber auch gesellschaftliche Bedeutung. Als er 1960 eingestellt wurde, hinterließ er neben architektonisch sehr interessanten Industriegebäuden auch eine große Zahl unterschiedlicher bergbaulicher Altlasten, die sich in untertägige und obertägige aufteilen. Zu den untertägigen Altlasten zählen Schächte, Stollen, Strebe usw. Zu den obertägigen Altlasten gehören Pingen, Stollenmundlöcher, Fördertürme, Abraumhalden und diverse Gebäude. Daneben sind noch Stolleneinbrüche zu nennen, die eine Mischform zwischen untertägig und obertägig darstellen. Dies alles gehört zu den „landschaftlichen Wirkungen des Bergbaus“ im Sinne von Schulze (1931). Die Fördertürme sind mehrheitlich abgebaut und die diversen Gebäude sind meist nach und nach dem Verfall überlassen worden. Anders verhält es sich mit den kleineren bewachsenen Bergehalden aus schwarzem Schieferthon, die überwiegend aus den frühen Zeiten des Bergbaus vor 1850 stammen. Diese Bergehalden, die auch Kummerhaufen genannt werden, sind in besonderer Weise landschaftsprägend. Sofern sie sich im Landschaftsschutzgebiet befinden, sind sie schon dadurch geschützt. Andere, die außerhalb des Landschaftsschutzgebietes liegen, wurden im Jahre 2000 durch die Verordnung zum Schutz der Landschaftselemente „Bergehalden“ in den Städten Stadthagen und Obernkirchen und der Samtgemeinde Nienstädt im Landkreis Schaumburg unter Schutz gestellt (s. u.).



Die kohleführenden Wealdenschichten und damit auch die Kohleflöze liegen im Bereich der Bückeberge und der Rehburger Berge weitgehend oberflächenparallel in geringer Tiefe (10–15 m), tauchen jedoch in der Schaumburger Kreidemulde von Süden bzw. Norden deutlich ab und erreichen bei Stadthagen eine Tiefe von 350 m und bei Lüdersfeld von 600 m (Melz 1961). Das Abtauchen der Schichten von den Bückebergen nach Norden verdeutlicht Abbildung 2. Die Wealdenschichten sind im Bereich der Kreidemulde von diluvialen Ablagerungen (Grundmoräne, Lößlehm) überdeckt. Diese Ablagerungen haben Mächtigkeiten von wenigen Metern bis zu 60 m. Die Untere Kreide ist in der Schaumburger Kreidemulde zwischen 400 und 500 m mächtig. Es handelt sich dabei um brackig-limnisch-terrestrische Ablagerungen, deren fazielle Ausprägung durch zwei vorwiegend aus Tonschiefer bzw. Schiefertönen aufgebauten Serien mit einer eingeschalteten 50–60 m mächtigen steinkohleflözführenden Sandsteinschicht gekennzeichnet ist.

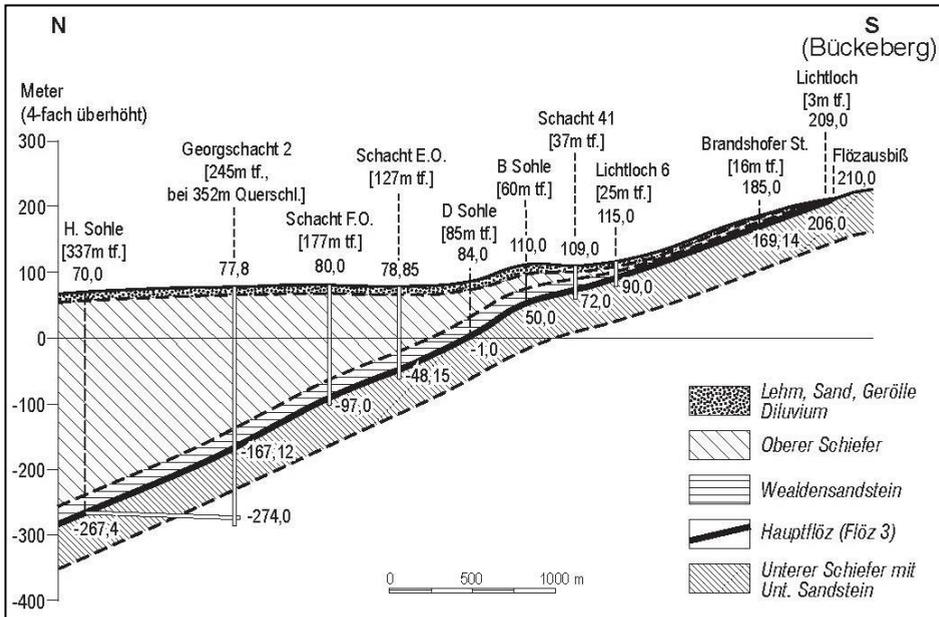


Abb. 2: Profil durch den Wealdenkohlebergbau vom Bückeberg (S) bis nördlich des Georgschachtes (N) (Lage des Profils s. Abb. 5) (Quelle: verändert nach Grupe 1933 und Römheld 1998)

## Die Geschichte des Bergbaus

Die ältesten Hinweise auf den Kohlebergbau im Schaumburger Land reichen in das 14. Jahrhundert zurück. Damit dürfte der Steinkohlebergbau im Schaumburger Land zu den ältesten in Deutschland gehören, denn der erste

gesicherte urkundliche Beleg mit Bezug zum Bergbau stammt immerhin bereits aus dem Jahr 1498 (Krampertz 1996). Ein geordneter Abbau von Kohle soll nach Piderit (1831) ab 1520 bestanden haben. Die Anfänge des Bergbaus dürften am Nordwesthang des Bückebergs gelegen haben, da hier das Flöz in einer Reihe von Erosionstälern unter der Sandsteindecke zutage ausstreicht und durch eine größere Zahl von Stollen angefahren wurde (Grupe 1933). Im Bereich der Rehburger Berge hat der Abbau erst später begonnen, es findet sich dazu im Archiv des Klosters Loccum ein Beleg aus dem Jahre 1590 (Droste 1987).

Mitte des 16. Jahrhunderts wurde bereits Kohle nach Hannover, Hildesheim, Alfeld, Einbeck, Marburg und Bremen abgesetzt. In der Regierungszeit des Grafen Ernst (1601–1620) stieg die wirtschaftliche Bedeutung des Kohleabbaus erheblich. In der Zeit betrug die jährliche Förderung bei einer Belegschaft von 300 Personen etwa 30.000 t. Im Dreißigjährigen Krieg ging die Zahl der im Bergbau Beschäftigten und die Kohleförderung drastisch zurück. Noch 1747 betrug die Zahl der Bergleute lediglich 79. Der Bedeutungsverlust des Bergbaus konnte erst in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts wieder wettgemacht werden. Gleichzeitig begann auch die Aufnahme des Tiefbaubetriebes und bereits 1811 wurde auf dem Osterholz bei Nienstädt der Betrieb einer Kokerei aufgenommen. Erhebliche Verbesserungen bei der Kohlegewinnung und -verarbeitung ergaben sich zu Beginn des 20. Jahrhunderts als 1902 bei Stadthagen mit der Schachanlage Neu-Osterholz, später Georgschacht genannt, die größte Anlage mit einer modernen Kokerei eingeweiht wurde. Weiterhin wurde in Obernkirchen das Liethstollenrevier erschlossen und dort 1906/7 eine Brikettfabrik errichtet. Besonders in der Zeit zwischen den beiden Weltkriegen stieg die Kohleförderung sehr stark an. Kriegsbedingt ging sie dann ab 1940 erheblich zurück und erreichte erst Anfang der 1950er Jahre wieder die ehemalige Bedeutung. Mit dem Abteufen der Schächte in Auhagen und Lüdersfeld ab 1952 sollte der Bergbau noch für eine längere Zeit gesichert bleiben. Dies trat jedoch nicht ein, da die wirtschaftliche Entwicklung und die vergleichsweise ungünstigen Produktionsbedingungen dazu führten, dass der Schaumburger Bergbau 1960 stillgelegt wurde. Dies bedeutete für ca. 3.000 Bergleute den Verlust der Arbeit.

Seit der Stilllegung des Kohlebergbaus im Schaumburger Land sind über 50 Jahre vergangen. Das Wissen um den Bergbau ist bislang bei der Bevölkerung z.T. noch vorhanden. Im Berg- und Stadtmuseum in Obernkirchen und im Bergbaumuseum in Lindhorst findet man ausführliche Informationen zum Bergbau. Zur Belebung der Erinnerungskultur und für touristische Zwecke wurde 2002 der Radwanderweg „Schaumburger Industriegeschichte“ eingerichtet. Er beginnt und endet in Obernkirchen, hat eine Länge von etwa 25 km und verläuft im Raum zwischen Obernkirchen und Stadthagen (vgl. Pörtge 2004).

## Die Bergehalden oder Kummerhaufen

Der frühe Abbau – etwa bis Mitte des 19. Jahrhunderts – beschränkte sich vorwiegend auf die nördliche und nordwestliche Hanglage des Bückeberges, da hier, wie oben ausgeführt, das abbauwürdige Flöz sehr oberflächennah anzutreffen ist und teilweise sogar an der Oberfläche ausstreicht. Hier wurden die ersten Stollen aufgeföhren. Nachdem zunächst nur Stollen angelegt worden waren, wurden dann auch Schächte abgeteuft, die in 10 bis 15 m Teufe das Kohleflöz erreichten. Neben diesen Schächten wurde dann das Bergematerial aufgehaldet (Abb. 3). Mangels einer geeigneten Bewetterung konnte die Kohle vom Schachtloch damals nur bis maximal 100 m Entfernung untertage abgebaut werden.

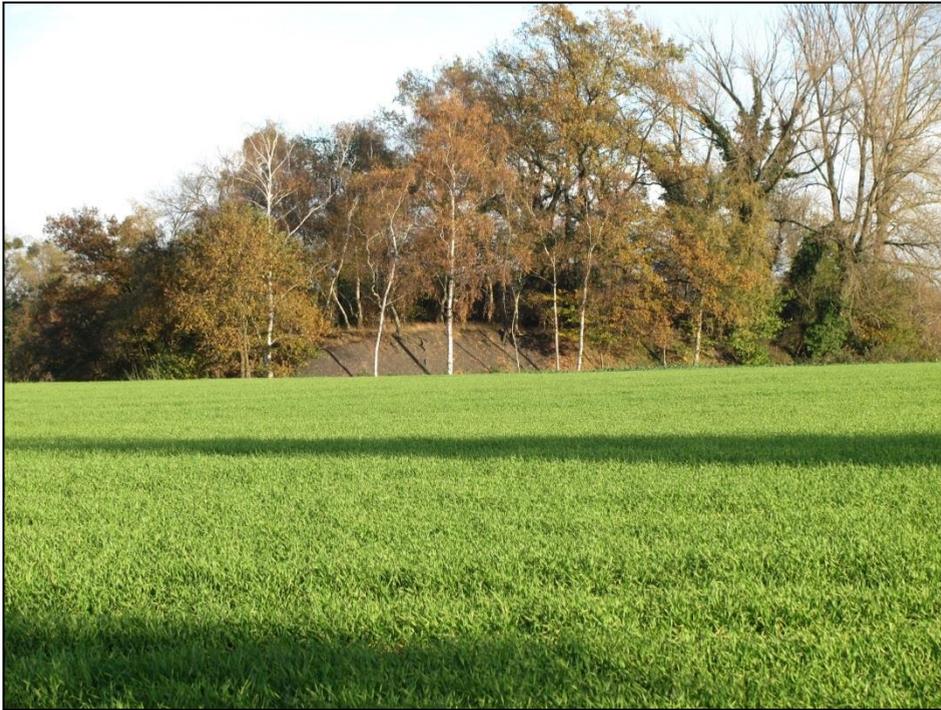


Abb. 3: Einzelne Bergehalden in der Feldmark zwischen Wendthagen und Krebsshagen (Halde Nr. 5, Abb. 7) (Quelle: Foto K.-H. Pörtge)

War der Abbau beendet, musste ein neuer Schacht abgeteuft werden. Auf diese Weise entstand in dem genannten Raum eine große Zahl dieser recht kleinen Bergehalden, die teilweise in einem Raster von 100 bis 200 m Abstand lagen oder noch liegen (Abb. 4).



Abb. 4: Luftaufnahme der Feldmark zwischen Krebschagen und Hörkamp-Langenbruch mit einer größeren Zahl von Bergehalden (Kummerhaufen) im oberen Teil deutlich erkennbar (Quelle: Pörtge 2004)

Für 1759 werden 80 Schächte und 2 Stollen genannt, 1801 waren es 120 Schächte und 1885 wurden 188 Schächte und 4 Stollen betrieben (vgl. Meier 1998). In den 1820er Jahren ging man dazu über, in nördlicher Richtung ins Muldeninnere vorzudringen, wo man im Tiefbau arbeiten musste. Der erste Tiefbau wurde 1826 eingerichtet (vgl. Heidorn 1927).

Die ersten Tiefbaue waren vergleichsweise noch klein und nicht sehr tief. Wirtschaftlich bedeutsamere Anlagen wurden etwa ab 1900 eingerichtet. Georgschacht I wurde 1902 fertiggestellt und erreichte eine Teufe von 244 m, Georgschacht II arbeitete ab 1928 und hatte eine Teufe von 353 m. Diese und spätere Tiefbauten (Beckedorf, Lüdersfeld, Auhagen) hatten dann größere Halden, bei denen es sich zwar auch um Bergehalden aber nicht um Kummerhaufen (s.u.) handelt.

Im Schaumburger Land hat es insgesamt über 750 Schächte, Lichtlöcher und Stollen gegeben, von denen sich über 200 allein in Obernkirchen und fast 100 in Liekewegen befanden (vgl. Meier 1998). Die große Anzahl von Hinterlassenschaften des Bergbaus nach 1962/63 im Raum Obernkirchen-Stadthagen zeigt Abbildung 5.

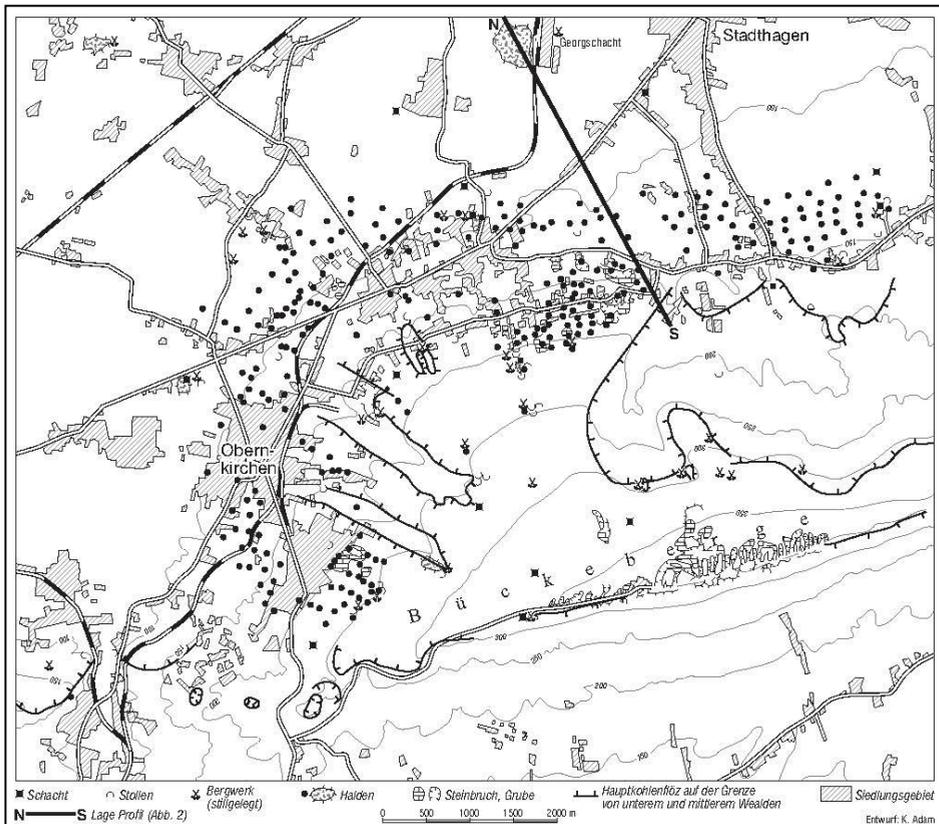


Abb. 5: Hinterlassenschaften des Bergbaus im Raum Obernkirchen – Stadthagen etwa 1962/63 (Quelle: Adam 1972 verändert)

Der Bergbau griff von Beginn an beachtlich in die Landschaft ein und verursachte bei Grundbesitzern beachtliche Schäden durch die Anlage der Halden, die Lagerung von Kohle und die Wege zu den Schächten. Durch spätere Senkungen kam es vielfach zu Schäden an Gebäuden. Die diversen Schäden bereiteten den Eigentümern „Kummer“. Die Bergehalden waren die sichtbaren Zeichen dieses Kummers. Folgerichtig wurden sie dann als Kummerhaufen bezeichnet. Um 1600 wurden die Eigentümer pro Kummerhaufen jährlich mit einem Fuder Kohle entschädigt. Seit der Teilung der Grafschaft Schaumburg im Jahre 1647 waren die Entschädigungen nur noch im beiderseitigen Einvernehmen möglich (vgl. Neuber 2000). Seit Mitte des 18. Jahrhunderts wurden einmalig 4 Reichstaler pro Schacht bezahlt, was jedoch meist nur ein Bruchteil der tatsächlichen Schadenssumme war. Ab 1810 zahlte man einmalig 12 Reichstaler. 1821 ging man dazu über, die tatsächlichen Schäden zu schätzen und auch zu erstatten. Dieses Verfahren dauerte bis 1865. Die von 1821 bis 1865 gezahlten Entschädigungen für die Ämter Stadthagen, Bückeburg und Obernkirchen und die Kohleförderung zeigt

Abbildung 6. Durch das Allgemeine Preußische Berggesetz von 1865 wurden Geschädigte danach auf den Weg der Privatklage verwiesen.

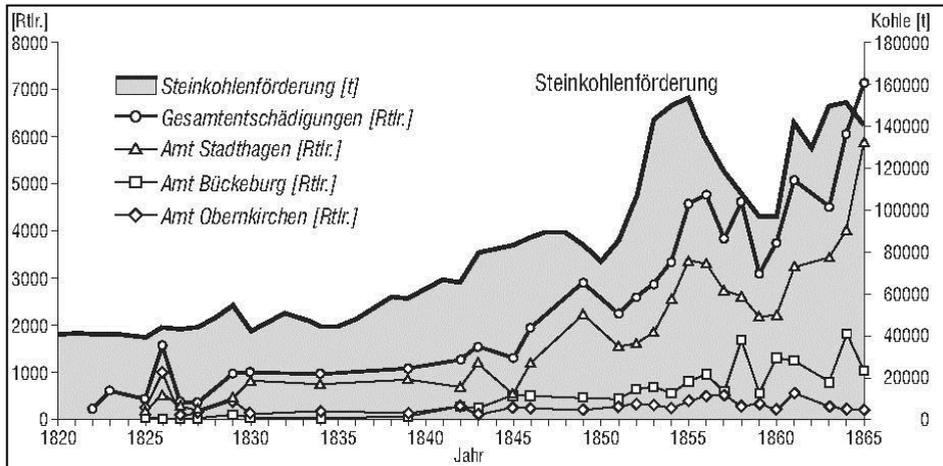


Abb. 6: Entschädigungszahlungen an Grundeigentümer von 1821–1865 (Quelle: Neuber 2000)

## Verordnung zum Schutz der Landschaftselemente „Bergehalden“

Bereits der Landschaftsrahmenplan von 1986 hatte die Unterschutzstellung der sog. Kummerhaufen empfohlen (SN 13.07.1999).

Der Kreisausschuss des Landkreises Schaumburg entschied dann am 13.07.1999, ein Verfahren zur Unterschutzstellung der Landschaftselemente „Bergehalden“ in den Städten Stadthagen und Obernkirchen sowie der Samtgemeinde Nienstädt einzuleiten. In dem Verordnungsentwurf waren 29 Bergehalden genannt (SN 13.07.1999). Die Lage der ausgewählten Bergehalden zeigt Abbildung 7. Betroffene Grundeigentümer konnten bis zum 20.11.1999 zu diesem Entwurf Stellung nehmen. Daraufhin wurden erst vier, später fünf, Halden aus dem Entwurf herausgenommen (SN 22.01.2000). Halde Nr. 8 entfiel, weil auf ihr ein Schießstand errichtet war und die Halden Nr. 21, 22 und 27 befinden sich auf einem Gelände, das von der Stadt Obernkirchen für Gewerbe- bzw. Industrieflächen vorgesehen ist. Um Halde Nr. 26 gab es noch längere Diskussionen, aber letztlich wurde auf sie auch verzichtet, da sich auf ihr ehemals eine Obstplantage und ein Tennisplatz befanden (SN 30.04.2005).

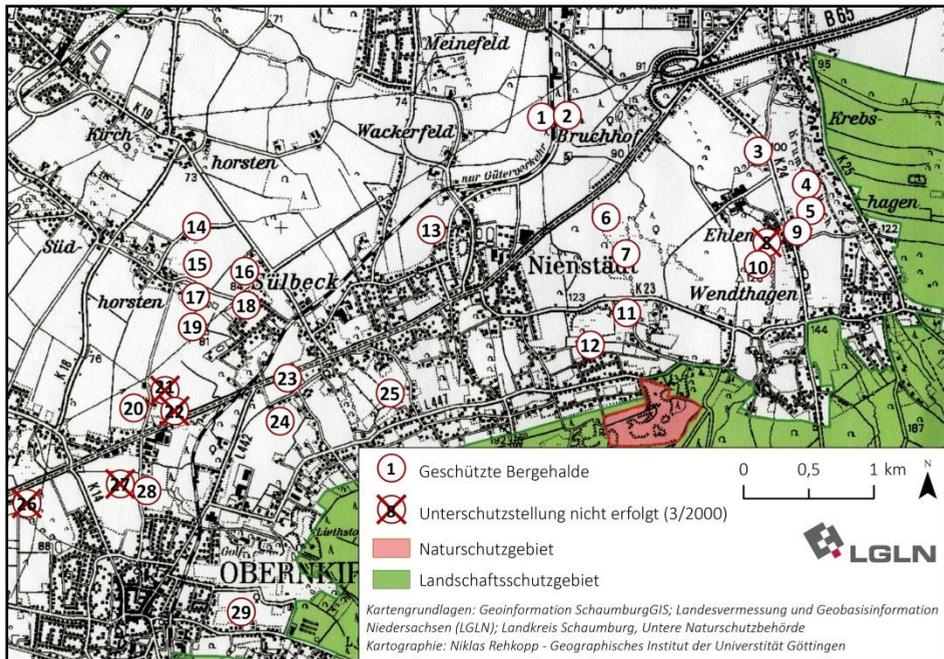


Abb. 7: Durch die Verordnung unter Schutz gestellte Bergehalden

Die Verordnung enthält acht Paragraphen. Nach der Präambel werden in § 1 die geschützten Landschaftsbestandteile genannt, gelistet und sie sind in einer beigefügten Karte eingetragen. In § 2 sind der Charakter und der Schutzzweck der Bergehalden beschrieben und in § 3 sind die geltenden Verbote aufgeführt. In den übrigen fünf Paragraphen geht es dann noch um Freistellungen, Befreiungen, Wiederherstellungen des alten Zustandes, Maßnahmen bei Ordnungswidrigkeiten sowie das Inkrafttreten der Verordnung.

Auch soll durch die Verordnung verhindert werden, dass, wie in den 60er/70er Jahren des letzten Jahrhunderts geschehen, Bergehalden mit Wohngebäuden bebaut wurden (Abb. 8) (GA 22.01.2000).



Abb. 8: Bebaute Bergehalde in der Feldmark von Wendthagen/Krebshagen am Kohlenweg  
(Quelle: Foto K.-H. Pörtge)

## Schlussbemerkung

Wie oben ausgeführt, sind zwischenzeitlich viele Hinterlassenschaften des Bergbaus verschwunden. Sie sind abgerissen, überbaut bzw. verschüttet oder im Falle der Halden eingeebnet bzw. abgefahren. Der Anteil der bis 1998 so verschwundenen Objekte beträgt z. B. in Obernkirchen 79%, in Liekwegen 73% und in Sülbeck 62% (vgl. Meier 1998).

Durch die Unterschutzstellung der Bergehalden werden eindrucksvolle Relikte des Bergbaus erhalten. Im Sinne von Krings (1975) kann man hier von einer Zukunft für unsere Vergangenheit sprechen.

## Danksagung

Der Autor dankt der Leiterin des Amtes für Naturschutz des Landkreises Schaumburg, Frau Martina Engelking, für sachdienliche Hinweise und diverse klärende Gespräche.

## Literatur und Quellen

- Adam, K. (1972): Der Wealden-Steinkohlenbergbau in Schaumburg-Lippe. Unveröffentlichte Hausarbeit am Geographischen Institut der Universität Göttingen. Göttingen
- Droste, K. (1987): Pingen, Stollen, Schächte. Vom Steinkohlebergbau in den Rehburger Bergen. Nienburg (Weser). (= Historische Schriftenreihe des Landkreises Nienburg/Weser 3).
- GA – General-Anzeiger (2000): Landkreis stellt ein Stück Bergbaugeschichte unter Schutz – Bergehalten dürfen nicht mehr bebaut werden. In: General-Anzeiger (22.01.2000). Stadthagen.
- Grupe, O. (1933): Erläuterungen zur Geologischen Karte von Preußen, Blatt Kathrinshagen (Blatt Nr. 2018). Preußische Geologische Landesanstalt (Hrsg.). Berlin.
- Heidorn, W. (1927): Der niedersächsische Steinkohlebergbau. Hannover. In: Brüning, K. (Hrsg.): Jahrbuch der Geographischen Gesellschaft zu Hannover für das Jahr 1927. Hannover. S. 1–37. (= Jahrbuch der Geographischen Gesellschaft zu Hannover.)
- Krampertz, H. (1996): Schaumburger Bergbau. In: Geschäftsbericht über das Geschäftsjahr 1995 der Sparkasse Schaumburg-Lippe. o. Ort. S. 33–51.
- Krings, W. (1975): „Eine Zukunft für unsere Vergangenheit“, auch für unsere Arbeitersiedlungen? Überlegungen im Jahr des Denkmalschutzes am Beispiel von Hückelhoven. In: Heimatkalender des Kreises Heinsberg 1976. Heinsberg. S. 100–111.
- Meier, H. (1998): Auf den Spuren des fast vergessenen Steinkohlebergbaus in den Bückebergen und der Schaumburger Kreidemulde. Horb am Neckar.
- Melz, D. (1961): Das Ende des Steinkohlebergbaus im Schaumburger Land. In: Geographische Rundschau 13. S. 409–412.
- Neuber, D. (2000): Das Beispiel Schaumburg im Rahmen einer energie- und umweltgeschichtlichen Untersuchung des Niedersächsischen Steinkohlebergbaus. In: Hauptmeyer, C.-H. (Hrsg.): Mensch-Natur-Technik Aspekte der Umweltgeschichte in Niedersachsen und angrenzenden Gebieten. Bielefeld. S. 61–78.
- Piderit, F. T. (1831): Geschichte der Grafschaft Schaumburg und der wichtigsten Orte in derselben. Rinteln.

- Pörtge, K.-H. (2004): Der Steinkohlebergbau und seine Relikte als raumspezifische Kulturlandschaftselemente und deren touristische Inwertsetzung im Schaumburger Land. In: Faust, H., Reeh, T. & K. Gee (Hrsg.): Freizeit und Tourismus – Konzeptionelle und regionale Studien aus kulturgeographischer Perspektive. Göttingen. S. 111–123. (= ZELTForum – Göttinger Schriften zu Landschaftsinterpretation und Tourismus 2).
- Römhild, G. (1998): Montanindustrie an der Peripherie. Bonn. S. 279–327. (= Siedlungsforschung. Archäologie – Geschichte – Geographie 16).
- Schultze, J. H. (1931): Die landschaftlichen Wirkungen des Bergbaus. In: Geographischer Anzeiger 32 (9). S. 257–271.
- SN (= Schaumburger Nachrichten) (13.07.1999): Politiker wollen Bergehalden unter Schutz stellen. Nr. 160.
- SN (= Schaumburger Nachrichten) (22.01.2000): Vier der 29 Bergehalden sollen nicht geschützt werden. Nr. 18.
- SN (= Schaumburger Nachrichten) (30.04.2005): Warum „Kummerberg“ Namen verdient. Nr. 100
- Verordnung zum Schutz der Landschaftsbestandteile „Bergehalden“ in den Städten Stadthagen und Obernkirchen und der Samtgemeinde Nienstädt, Landkreis Schaumburg vom 23.03.2000. –In: Abl. RB Han. 2000/ Nr. 10 (10.05.2000). S. 273–275.



**Stärkung einer Naturverbindung von  
Kindern und Jugendlichen mittels  
wald- und wildnispädagogischer Ansätze –  
Ein Erfahrungsbericht aus Göttingen**

Eva Maria Densing, Michael Fink, Andreas Huhn, Moritz Krämer,  
Sophie Langner & Niclas Wiechmann

## Abstract

Spending time outdoors and establishing a connection with natural surroundings is essential for the wellbeing and healthy development of children. The present study evaluates the manifold reasons for this phenomenon, concerning the positive effect of nature contact and free play on attention, physical health and psychological wellbeing, including children's creative and spiritual development. Furthermore, methods of enhancing children's awareness of and connection with nature in a guided context are presented in association with different approaches to nature mentoring, such as *Wald-* and *Wildnispädagogik*. Whereas the focus of *Waldpädagogik* lies in mediating knowledge about ecological aspects of forests, *Wildnispädagogik* focuses on strengthening the individual connection of participants with their natural surroundings. Presented methods used in these nature mentoring practices include Joseph Cornell's Flow Learning and Jon Young's Coyote Teaching concepts. Furthermore, a case study of a student-based initiative is included in the present study, giving insights into practical experiences, challenges as well as concrete results of working with children in the outdoors.

## Einleitung

Nahezu überall auf der Welt häufen sich gesellschaftliche Herausforderungen, welche als „ökologische Probleme“ deklariert werden. Ob Bodendegradation, Umwelt-, Luft- und Wasserverschmutzung, Verlust an Biodiversität, Intensivierung von Naturgefahren oder klimatische Verschlechterungen – die Menschen nehmen einen ökologischen Wandel zu ihren Ungunsten wahr und sind sich zugleich weitestgehend der Tatsache bewusst, dass sie diesen selbst verursachen. Eine Erklärung für diese Folgen menschlichen Handelns ist ein schwindender Naturbezug bzw. eine zunehmende Entfremdung von der Natur. Insbesondere in städtischen, westlichen Gesellschaften begreifen Menschen ihr Handeln oftmals als losgelöst von der Natur, sodass die ökologischen Auswirkungen eigener individueller Handlungen unberücksichtigt bleiben.

Das (Wieder-)Erstarken einer Naturverbindung – so das Postulat dieses Artikels – stellt eine entscheidende Möglichkeit dar, Umweltproblemen entgegenzuwirken. Vergleichsweise einfach und gesellschaftlich vielversprechend ist es, wenn Kinder und Jugendliche persönliche Beziehungen zur Natur herstellen. Weiterhin – und hier liegt der Fokus dieses Artikels – hat eine Naturverbundenheit nicht nur positive Auswirkungen auf die Natur bzw. den Umgang mit ihr, sondern auch auf das Wohlergehen der Kinder und Jugendlichen.

Der erste Abschnitt dieses Artikels widmet sich daher mittels einer Literaturdiskussion positiven Auswirkungen von Naturerfahrungen auf die Gesundheit und Lern- bzw. Aufmerksamkeitsfähigkeit von Kindern. Sie kommt dabei zu der Erkenntnis, dass diese physischen wie psychischen Effekte auf Kinder beim freien Spiel in der Natur besonders vorteilhaft gefördert werden. Im

zweiten Abschnitt wird sich damit auseinandergesetzt, mit welchen pädagogischen Konzepten Kindern Naturerfahrungen besonders vielversprechend vermittelt werden können. Hierbei werden insbesondere wald- und wildnispädagogische Konzepte gegenüber gestellt. Im dritten Abschnitt werden die Konzepte in ihrer praktischen Handhabung getestet. Als Erfahrungsbericht einer Göttinger Initiative beleuchten die Autoren<sup>1</sup> die Stärken und Limitationen der pädagogischen Konzepte bei der praktischen Umsetzung. Dabei wird nicht nur überprüft, wie hilfreich die Wald- und Wildnispädagogik zur Stärkung einer Naturverbindung sind, sondern auch, ob sich Naturerfahrungen auf das Wohlergehen der Kinder auswirken.

## **Bedeutung von Naturerfahrung im Kindesalter**

Der Aufenthalt in der Natur, und grundsätzlich in natürlichen Umgebungen, hat zahlreiche positive Einflüsse auf die gesunde Entwicklung und das Wohlergehen von Kindern (vgl. Kaplan 1995; Hattie et al. 1997; Faber Taylor et al. 2001 & 2002; Kuo & Faber Taylor 2004; Burdette & Whitaker 2005; Azlina & Zulkiflee 2012; Collado et al. 2013; Ergler et al. 2013; Swank et al. 2014; Chawla 2015). Dennoch häufen sich Studien, die eine zunehmende Entfremdung von der Natur im Kindesalter (vgl. Valentine & McKendrick 1997; Burdette & Whitaker 2005; Vandenwater et al. 2007; Gebhard 2013; Tremblay et al. 2015), beziehungsweise einen negativen Effekt von „Naturentzug“ im Kindesalter feststellen (vgl. Hartig et al. 2003; Kimbro et al. 2011; Gebhard 2013). Im vorliegenden Artikel soll auf die Ursachen für Letzteres nur indirekt eingegangen werden. Vor allem soll zunächst festgestellt werden, was die Folgen eben dieser Naturentfremdung sein können und wie der Kontakt zur Natur im Umkehrschluss Kinder in ihrer Entwicklung und ihrem Wohlergehen nicht nur fördert, sondern für sie gar essentiell ist.

### **Naturbezug, Aufmerksamkeit und Konzentrationsfähigkeit**

Um den positiven Effekt des Aufenthalts in natürlichen Umgebungen für die Aufmerksamkeit im Kindesalter erläutern zu können, sollte zunächst der Begriff „Aufmerksamkeit“ genauer differenziert werden. William James prägte bereits 1890 die Unterscheidung zwischen zweierlei Arten von Aufmerksamkeit (vgl. Louv 2011): Zum einen die sogenannte zielgerichtete Aufmerksamkeit und zum anderen die unwillkürliche Aufmerksamkeit oder auch Faszination (vgl. Louv 2011). Die zielgerichtete Aufmerksamkeit kann als Fähigkeit verstanden werden, sich auf eine einzelne, konkrete Aufgabe fokussieren zu können, ohne dabei durch

---

<sup>1</sup> Sofern Informationen über das Geschlecht einer Person keinen Mehrwert für die Forschungsergebnisse zu beinhalten scheinen, wird in dieser Arbeit auf die Kenntlichmachung verzichtet und das generische Maskulinum verwendet.

äußere Stimuli abgelenkt zu werden. Dem gegenüber wird die unwillkürliche Aufmerksamkeit als Fokus auf zwei oder mehr Stimuli gleichzeitig beschrieben (vgl. Sharma et al. 1991). Kaplan et al. (1995) beschrieben auf James' Unterscheidung beruhend die *direct-attention fatigue*: Ermüdungserscheinungen, einhergehend mit Impulsivität, Gereiztheit und Konzentrationsschwäche, als Folge langanhaltender, zielgerichteter Aufmerksamkeit.

Diese Symptome gleichen in quasi identischer Weise denen einer Aufmerksamkeitsdefizit-/Hyperaktivitätsstörung (ADHS), mit dem Unterschied, dass sie bei unter ADHS leidenden Kindern chronisch auftreten (vgl. Kuo & Faber Taylor 2004). Nachweise häufen sich darüber, dass sowohl für Kinder, bei denen ADHS diagnostiziert wurde, als auch für solche ohne ein derartiges Krankheitsbild naturnahe Umgebungen maßgeblich zur Erholung der zielgerichteten Aufmerksamkeit führen (vgl. Kaplan 1995; Faber Taylor et al. 2001; Kuo & Faber Taylor 2004; Louv 2011; Chawla 2015). Für Erwachsene ist dieser Zusammenhang bereits länger bekannt (vgl. Faber Taylor et al. 2005).

Der positive Einfluss von Naturaufenthalten auf die Erholung der zielgerichteten Aufmerksamkeit wird vor allem dadurch erklärt, dass die Natur auf unnachahmbare Weise die unwillkürliche Aufmerksamkeit anspricht. Somit können sich die an der zielgerichteten Aufmerksamkeit beteiligten Gehirnareale, namentlich der rechte präfrontale Cortex, erholen (vgl. Kaplan 1995; Kuo & Faber Taylor 2004).

## Der Einfluss von Naturkontakt auf die körperliche Gesundheit

Chawla (2015) trug eine Reihe verschiedener Studien zusammen, die auf die positive Auswirkung naturnahen Wohnens, naturnaher Pausenhöfe der Schule und/oder regelmäßiger Aufenthalte in der Natur auf Kinder eingehen. So konnte ein Zusammenhang zwischen Naturkontakt und signifikant niedrigerem Blutdruck, längerem Schlaf, einer gesteigerten Immunabwehr und einer teilweise geringeren Wahrscheinlichkeit, an Asthma oder Allergien zu erkranken, festgestellt werden. Eine hohe Anzahl an Studien findet eine positive Korrelation zwischen der Nähe zu Grünflächen oder Wäldern des Wohngebietes eines Kindes und dessen physischer Aktivität (vgl. Chawla 2015).

Unter dem Begriff „Gesundheit“ können viele verschiedene Facetten zusammengefasst werden, die sich nicht ausschließlich auf die körperliche Ebene beschränken. Zu den oben genannten, quantifizierbaren Vorteilen von Naturkontakt für die körperliche Gesundheit von Kindern kommen außerdem weniger offensichtlich messbare, jedoch mindestens genau so wichtige Aspekte einer gesunden Kindesentwicklung hinzu. In diesem Zusammenhang nennen Burdette & Whitaker (2005) die Notwendigkeit, die Gesundheit eines Kindes ganzheitlicher zu betrachten, und – über den reinen Body Mass Index oder Blutdruck hinaus – auf Aspekte des Wohlergehens einzugehen. Dies beinhaltet vor allem, ob ein Kind

glücklich, ruhig und neugierig sei, gut schlafen/einschlafen könne und mit anderen Kindern spiele.

### Freies Spiel in der Natur

Nicht allein der Einfluss der Natur, sondern auch der Rahmen, in dem dieser stattfindet, scheinen von Bedeutung zu sein. Unstrukturierte Freizeit und kreatives, freies Spiel sind aus zahlreichen Gründen essentiell für eine optimale und gesunde Kindesentwicklung (vgl. Burdette & Whitaker 2005; Ginsburg et al. 2007; Fadzila Aziz & Said 2012; Gebhard 2013; Chawla 2015) und sind als besonders wertvoll einzustufen, wenn diese in der Natur stattfinden (vgl. Burdette & Whitaker 2005; Fadzila Aziz & Said 2012; Gebhard 2013; Chawla 2015). Wie kann dies erklärt werden?

Zunächst bietet die Natur eine Fülle an unstrukturierten, heterogenen und komplexen Umgebungen, die ständig im Wandel begriffen sind (vgl. Burdette & Whitaker 2005; Gebhard 2013). Dies stellt eine besonders wertvolle Lernumgebung für jemanden dar, dessen Gehirn sich noch im Wachstum befindet (vgl. Burdette & Whitaker 2005; Fadzila Aziz & Said 2012; Gebhard 2013; Chawla 2015). Dadurch, dass es in naturnahen Umgebungen kaum äußerliche Vorgaben gibt, können Kinder hier im freien, selbstgestalteten Spiel vor allem kreatives Denken üben und ihre Fantasie einsetzen; eine essentielle Voraussetzung für die Selbsterfahrung (vgl. Burdette & Whitaker 2005; Gebhard 2013; Chawla 2015). So können letztendlich die eigenen Interessensgebiete und Passionen entdeckt und ausgelebt werden (vgl. Ginsburg 2007).

Im gemeinsamen Spiel mit anderen können Kinder auf sehr effektive Weise außerdem ihre Empathie, Flexibilität, Selbstregulierung und Kompromissfähigkeit bzw. Kooperationsfähigkeit schulen, was auch unter dem Begriff „emotionale Intelligenz“ zusammengefasst werden kann (vgl. Burdette & Whitaker 2005). Neben einer gesteigerten Fähigkeit zu Selbstwahrnehmung und emotionaler Intelligenz sind es auch exekutive Kompetenzen wie Führungsqualitäten und das Vermögen zur Problemlösung und Entscheidungsfindung, die im selbstgestalteten Spiel erprobt werden (vgl. Burdette & Whitaker 2005; Ginsburg 2007).

Die Tatsache, dass im selbstgestalteten, freien Spiel Herausforderungen selbstständig zu der Zeit und in dem Interessensgebiet aktiv gesucht werden, zu der sie gerade anstehen, führt dazu, dass Lernen in der Geschwindigkeit geschieht, wie es für das sich entwickelnde Gehirn optimal ist (vgl. Burdette & Whitaker 2005; Ginsburg 2007; Chawla 2015). Dieses „Lernen im eigenen Tempo“ und von selbst ausgesuchten Inhalten führt zu einem unvergleichlich maximierten und nachhaltigen Lernerfolg (vgl. Ginsburg 2007; Chawla 2015), ohne dabei die zielgerichtete Aufmerksamkeit zu erschöpfen. Doch können auch organisierte bzw. angeleitete Aktivitäten definitiv entwicklungsfördernd sein (vgl. Burdette & Whitaker 2005). Es scheint jedoch besonders wichtig, angeleitete Aktivitäten so zu gestalten, dass Kindern der Rahmen zum freien Entfalten nicht genommen wird.

Dies ergibt sich vor allem vor dem Hintergrund, dass bereits zwischen 1981 und 1997 ein Rückgang von schätzungsweise 25% der Zeit zu verzeichnen war, die Kinder mit selbst gestaltetem Spiel zubringen (vgl. Burdette & Whitaker 2005). Dies tritt gepaart mit dem Phänomen auf, dass insgesamt weniger Zeit in der Natur verbracht wird (vgl. Burdette & Whitaker 2005).

### Psychisches Wohlergehen und Naturkontakt: Die seelische und spirituelle Entwicklung

Gebhard (2013) zufolge sind ausgedehnte Naturkontakte außerordentlich wichtig für die gesunde seelische Entwicklung eines jeden Kindes und gehören gar zu den menschlichen Grundbedürfnissen. Als eine eindeutige Messgröße kann in diesem Zusammenhang zunächst die Wahrscheinlichkeit an Depression zu erkranken herangezogen werden. Es lässt sich feststellen, dass diese geringer ausfällt je mehr Naturkontakt vorhanden ist (vgl. Chawla 2015). Eine kurzfristige, unmittelbar stressmildernde Wirkung von natürlicher Umgebung ist ebenfalls festgestellt worden (vgl. Gebhard 2013). Einer Studie folgend, die in New York durchgeführt wurde, zeigten Kinder mit mehr Naturkontakt deutlich reduzierte Stressmarker und ein größeres Selbstwertgefühl (vgl. Chawla 2015). Neben größerer Ruhe und Entspannung sowie Selbstbewusstsein stellen weitere Studien ein höheres Maß an Energie, Glück und eine Abnahme von Wut- und Ärgergefühlen bei Kindern nach ausgedehnten Naturkontakten fest (vgl. Chawla 2015). Kinder zwischen 9 und 14 Jahren gaben in Selbsteinschätzung der Wirkung von Naturerfahrungen in einer in Nordrhein-Westfalen durchgeführten Studie an, dass Spaß, Wohlfühlen und Entspannung an oberster Stelle stehen. Außerdem gaben 70% dieser an, in der Natur so sein zu können wie sie sind (vgl. Gebhard 2013).

Es scheint zahllose Erklärungsansätze für diese Trends zu geben, von denen allerdings im Folgenden lediglich auf einen eingegangen werden soll. Im Englischen mit *affiliation* (Verbindung im weitesten Sinne) beschrieben (vgl. Chawla 2015), scheinen Kinder mehr noch als Erwachsene die Fähigkeit zu haben, durch ein ausgeprägtes anthropomorphes und animistisches Denken die sie umgebende natürliche Umwelt als beseelt wahrzunehmen und – durch ihre Kreativität gefördert – eine tiefe emotionale Bindung zu ihr aufbauen zu können (vgl. Gebhard 2013). Dies führe dazu, dass sowohl in konkreten Stresssituationen wie auch im alltäglichen Leben natürliche Orte als haltgebende Rückzugsmöglichkeit wahrgenommen werden, in der sich ein starkes Zugehörigkeitsgefühl zu Pflanzen, Tieren und „nicht belebten“ Objekten aufbauen kann und emotionalen Halt gibt (vgl. Gebhard 2013; Chawla 2015). Auf Basis dieser *Verbundenheit* entsteht ein Sicherheitsgefühl, von dem aus in gesundem Maße Neugierde ungehemmt ausgelebt und neue Herausforderungen gesucht werden können (vgl. Gebhard 2013). Die beschriebene Verbundenheit ist somit eine wichtige Voraussetzung einer gesunden Entwicklung und letztendlich des Glücklich-Seins.

## Vermittlung von Naturverbindungen mittels wald- und wildnispädagogischer Konzepte

Die vorangegangene Literaturdiskussion hat ergeben, dass mit der Natur in Kontakt zu treten eine unabdingbare Voraussetzung für jedes Kind ist, um sich gesund und glücklich entwickeln zu können. Im folgenden Abschnitt wird der Frage nachgegangen, inwieweit mittels pädagogischer Konzepte ein Rahmen zu schaffen ist, in dem Kinder wieder mehr Zugang zur Natur erleben können und „wahres Lernen“ sich entfalten kann.

### Inhalte der Waldpädagogik

Die Waldpädagogik wird im Auftrag der Landesforsten ausgeführt und hat sich zum Ziel gesetzt, nachhaltiges Handeln und Denken, das Interesse am Wald und seiner ökologischen Funktionen zu fördern, sowie die Öffentlichkeit über das Lebensumfeld Wald zu informieren. Dadurch erhoffen sich die Landesforsten ein höheres Maß an Verantwortungsbewusstsein für unsere natürliche Lebensgrundlage, besonders bei den jüngeren Mitmenschen, zu schaffen (vgl. Landesforst Mecklenburg-Vorpommern 2009; Niedersächsische Landesforsten 2015).

Der Wald wird hierbei nicht nur als nachhaltige Ressource betrachtet, sondern auch als Bildungsgut. Um die Ziele zu verwirklichen, werden ökonomische, ökologische, soziale und kulturelle Aspekte mit einbezogen. Ebenso soll der Wald als Arbeitsplatz vorgestellt werden (vgl. Landesforst Mecklenburg-Vorpommern 2009; Niedersächsische Landesforsten 2015).

Die Waldpädagogikzentren arbeiten mit Schulen, Kindergärten und Unternehmen zusammen, um Menschen unterschiedlichen Alters und verschiedener Herkunft einen Waldbesuch zu ermöglichen. Ein ständiger Austausch zwischen Praktikern der Forstwirtschaft und Pädagogen ist ein wichtiger Punkt für den Erfolg der waldpädagogischen Arbeit (vgl. Landesforst Mecklenburg-Vorpommern 2009; Niedersächsische Landesforsten 2015).

Für die Tätigkeit als Waldpädagoge sind forstliche und pädagogische Fachkompetenzen essentiell. Diese werden während der Teilnahme am Kurs für das Waldpädagogik Zertifikat erworben. Zu den inhaltlichen Kompetenzen gehören unter anderem das Beherrschen der Wissensvermittlung von ökologischen Kreisläufen, Basiswissen über forstliche Arbeit und die Bewirtschaftung des Waldes sowie das Verständnis von der Beziehung zwischen Mensch und Natur. Des Weiteren sollen geläufige schulpädagogische Konzepte angewendet werden können (vgl. Deutsche Forstchefkonferenz 2013).

In der Konzeption für die Waldpädagogik des Landesforst Mecklenburg-Vorpommern wird unter Methoden folgendes aufgeführt: Das Gespräch mit den Teilnehmern soll gesucht werden und diese sollen erkunden und erforschen. Weiter werden Lernaussstellungen, Lernwerkstätten, Lernprojekte und Vorträge angeboten. Zu den verwendeten didaktischen Mitteln zählen unter anderem die

Schulung der fünf Sinne, lernen durch Spaß, Abenteuer, Erlebnisse und praktische Arbeiten im Wald, die von Basteln bis hin zu forstlichen Tätigkeiten reichen (vgl. Landesforst Mecklenburg-Vorpommern 2009). Auch orientiert sich die Waldpädagogik an den Ideen Johann Heinrich Pestalozzis (vgl. Deutsche Forstchefkonferenz 2013). Demnach ist Bildung nicht das Anhäufen von Information, sondern vielmehr das Entfachen von Potenzialen und Fähigkeiten. Bildung zielt in dem Sinne darauf ab Kindern die Möglichkeit zu eröffnen, selbstständig jede Situation bewältigen zu können (vgl. Brühlmeier 2015).

Das Prinzip des Flow Learning von Joseph Cornell findet große Beachtung in der Waldpädagogik. Dieses basiert auf vier Ebenen, nach denen begleitete Stunden im Wald aufgebaut werden sollen. Auf der ersten Ebene geht es darum, die Begeisterung der Teilnehmer zu wecken und das Interesse am Thema zu steigern. Als nächstes werden die Sinne durch konzentriertes Wahrnehmen geschärft. Die dritte Ebene beschreibt das unmittelbare Erfahren der Umgebung. Ökologische und ökonomische Zusammenhänge sollen verdeutlicht und die persönliche Verantwortung gegenüber der Natur verstärkt werden. Auf der vierten Ebene werden Anregungen geteilt und reflektiert. Dies führt zu einer Vertiefung der Inhalte und einem gestärktem Miteinander (vgl. Cornell 2006).

Diese Perspektiven werden nach Ruth C. Cohn (2000) um gruppenspezifische Lernprozesse ergänzt. Im Sinne eines ganzheitlichen Bildes vom Menschen als interagierendes, soziales Wesen werden gruppenspezifische Prozesse gezielt herbeigeführt. Hierbei soll sich das Individuum seiner Selbst und seinen individuellen Bedürfnissen bewusst werden, gleichzeitig jedoch auch seiner äußeren Umgebung als Teil einer Gruppe. Demnach sind Wissenserwerb und Zwischenmenschlichkeit gleichbedeutend.

## Konzepte und Philosophien der Wildnispädagogik

Die Wildnispädagogik stammt ursprünglich aus Nordamerika und wurde durch die Lebensweise der indigenen Völker inspiriert. Ihr Ziel ist es, die Achtsamkeit und Verbundenheit mit der Natur, wie sie die Menschen seit Tausenden von Jahren lebten, wieder zu beleben und zu fördern. Durch ein ganzheitliches, nicht-separatistisches Bild von Mensch und Natur wird eine Rückkopplung zum eigenen Selbst, welches Intuition, Bedürfnisse, Gefühle und Instinkte beinhaltet, gefördert (vgl. Young et al. 2010).

Kindern soll in einer urbanisierten Welt die Möglichkeit gegeben werden, sich in der natürlichen Umwelt zu Recht zu finden und sie wirklich wahrzunehmen. Bei einem stark strukturierten Alltag aus Schule und angeleiteten Freizeitprogrammen – welche für sich genommen zwar einen hohen Stellenwert genießen – wird die Gefahr gesehen, dass den Heranwachenden zu wenig Zeit bleibt, die sie in der Natur verbringen und eigenständig gestalten könnten. Richard Louv beschreibt diese Aspekte unter dem Begriff „Nature Deficit Disorder“,

welches die Wildnispädagogik versucht zu minimieren (vgl. Young et al. 2010; Louv 2011).

In der Wildnispädagogik wird die Natur zu einer Lehrerin, die die Neugier fördert und das Wahrnehmen intensiviert. Wildnisthemen und Programme werden angeboten und unter Anleitung umgesetzt. Übungen und Spiele sollen dabei vor allem Aufmerksamkeit und einen offenen Geist fördern. Als genauso wichtig wird das selbstständige Erfahren der Natur erachtet (vgl. Cornell 2006). Dazu wird auf eine Lehrmethode der Naturvölker zurückgegriffen, welche nach Jon Young et al. (2010) *Coyote Teaching* genannt wird. Richtung und Rhythmus der Lernsituation richten sich nach den intrinsischen Interessen des Lernenden und den aktuellen Notwendigkeiten des Lebensalltags. Der Prozessbegleiter regt durch Fragen und Hinweise die Neugier und Lernbereitschaft des Erfahrungssuchenden an, hilft neue Lösungsansätze zu finden, über die eigenen Grenzen hinaus zu gehen und lässt ihn seine Stärken und Schwächen kennenlernen. Jon Young et al. (2010) entwickelten aus dieser alten Tradition sowie den Lehrmethoden von anderen Naturvölkern und modernen pädagogischen Konzepten das gruppenorientierte Naturmentoring. So können Prozessbegleiter die Ideale des *Coyote Teaching* besser auf die heutigen Lebensumstände und in Lerngruppen anwenden.

Kreativität und Intuition durch gezielte Fragen zu fördern ist essentiell in der Wildnispädagogik. Auch werden die Fragen von Kindern dazu verwendet, die natürliche Neugierde zielgerichtet zu lenken und die Aufnahmebereitschaft beizubehalten (vgl. Cornell 2006; Young et al. 2010). Dabei gibt es drei verschiedene Typen von Fragen mit unterschiedlichen Zielen. Der erste Typus sind Wohlfühlfragen. Diese sind leicht zu beantworten, stärken das Selbstbewusstsein und die Selbstsicherheit der Kinder. Dadurch gehen sie mehr Risiken ein und können Misserfolge leichter verarbeiten. Dieser Teil der Fragen sollte mit Abstand den größten Raum einnehmen. Der zweite Typus beinhaltet die Grenzfragen, welche den zweitgrößten Teil einnehmen. Dabei werden die gegebenen Antworten hinterfragt und mehr Details verlangt. Durch Tipps und Hinweise auf bestimmte Begebenheiten werden die Kinder zu der richtigen Antwort geleitet. Die Prozessbegleiter sollen dabei erstaunt oder verwundert über die noch unklaren Faktoren wirken und das Interesse der Kinder so steigern. Der letzte Typus beschreibt Fragen, die die Möglichkeiten der Kinder übersteigen und sie verblüffen. Es geht nicht darum eine Antwort zu erhalten, sondern vielmehr darum ihnen ungeklärte Rätsel mit auf den Weg zu geben, durch die sie die Vielfalt und Komplexität der Erde verstehen. Diese Fragen sollen ihnen aufzeigen, dass es immer Neues zu entdecken gibt (vgl. Young et al. 2010).

Eine andere Methode, die in der Wildnispädagogik Anwendung findet, ist das Erzählen von Geschichten, wie es bei vielen Naturvölkern Tradition ist. Kinder können sich Geschichten leichter merken als Sachinformationen und sie bieten mehr Spielraum für Interpretationen, sodass individuell lehrreiche Schlüsse aus ihnen gezogen werden können. Sie fördern die Vorstellungskraft und helfen ihnen dabei sich auf eine Sache zu fokussieren (vgl. Young et al. 2010).

Um seine Umgebung wirklich beobachten zu können und Veränderungen wahrzunehmen, wird dazu geraten, sich einen „Sitzplatz“ zu suchen, an dem regelmäßig verweilt wird. Achtsamkeit und Wahrnehmung entwickeln sich weiter und natürliche Prozesse werden besser verstanden. Die zeitintensive Methode erleichtert Veränderungen, unter anderem durch die Jahreszeiten bedingt, zu erkennen und die Tiere können sich an den Beobachter gewöhnen. Dies hat zur Folge, dass sie sich eher zeigen und ihre Scheu geringer wird. In organisierten Gruppenveranstaltungen ist es eine Herausforderung den „Sitzplatz“ als Übung anzuwenden; dieser kann jedoch, ggfs. in abgewandelter Form, erfolgreich in ein Programm eingebettet werden (vgl. Cornell 2006; Young et al. 2010).

Genutzte pädagogische Konzepte und psychologische Erkenntnisse sind unter anderem das Flow Learning von Joseph Cornell und seine Philosophien, die Themenzentrierte Interaktion von Ruth C. Cohn (2000) oder die Gedanken von Johann Heinrich Pestalozzi, der das Lernen mit „Hand, Herz und Kopf“ befürwortet (vgl. Brühlmeier 2015). Auch Ernst von Glasersfeld, der in seinem Werk „Radikaler Konstruktivismus“ (1996) beschreibt, wie der Mensch Wissen konstruiert, hat Einfluss auf die Wildnispädagogik. Demnach werden Sinnesindrücke interpretiert, welche dann mit dem bereits gelernten Vorwissen und gesammelten Erfahrungen verknüpft und schließlich zu neuem Wissen verarbeitet werden. Bei den Naturvölkern Nordamerikas heißt es, dass jeder Mensch seine eigene Wahrheit und jede denselben Anspruch auf Realität habe. Wobei bedacht werden sollte, dass sich dies mehr auf die eigenen Wahrnehmungen und Gefühle bezieht, als auf wissenschaftliche Erkenntnisse (vgl. von Glasersfeld 1996; Cohn 2000; Cornell 2006; Young et al. 2010; Brühlmeier 2015).

### Eine Gegenüberstellung von Wildnis- und Waldpädagogik

Hinsichtlich ihrer Vorgehensweise und den zu vermittelnden Inhalten weisen die Wald- und Wildnispädagogik Gemeinsamkeiten, aber auch Unterschiede auf, welche im Folgenden veranschaulicht werden. Die Wald- sowie die Wildnispädagogik haben sich beide zum Ziel gesetzt, ein intensiveres Verhältnis von Mensch und Natur zu fördern. Dies beinhaltet Kenntnisse über die Funktionsweise von Ökosystemen und welche Bedeutung das Handeln des Menschen, als untrennbares Mitglied, in diesen einnimmt. Ein besseres Verständnis von der großen Relevanz von Diversität soll vermittelt und zu einem Umdenken im Naturverständnis angeregt werden. Die formulierten Ziele und Aufgaben der beiden Konzepte ähneln sich stark, jedoch werden sie in den genannten Punkten unterschiedlich interpretiert und in der Umsetzung lassen sich entsprechende Unterschiede erkennen.

In der Wildnispädagogik wird dabei vermehrt auf ein emotionales Erfahren und Erleben der natürlichen Prozesse hingearbeitet, während die Waldpädagogik fachlicher Wissensvermittlung die höchste Priorität zuschreibt. Dies geht unter anderem aus der Untersuchung „Zum Stand der Waldpädagogik in forstlichen

Einrichtungen Deutschlands“ (Katz & Mayer 2007) hervor. Sie zeigt, dass es eine relativ große Diskrepanz zwischen den Zielen gibt, welche von den Landesverwaltungen bzw. auf der ministeriellen Ebene formuliert wurden, und jenen, denen die ausführenden Angestellten nachgehen. Während in den übergeordneten Zielsetzungen dem sinnlichen Wahrnehmen neben der Wissensvermittlung eine hohe Relevanz zugeschrieben wird, genießt sie in der praktischen Ausführung zumeist keinen gesonderten Stellenwert. Genau dies stellt auch den größten Unterschied zur Wildnispädagogik dar. In dieser wollen die Prozessbegleiter ein eher intuitives Gefühl für die ökologischen Zusammenhänge schaffen, auf dessen Basis anschließend wissenschaftliche Definitionen mit einbezogen werden können.

Aufgrund der verbreiteten Diskrepanz zwischen waldpädagogischen Idealen und ihrer praktischen Umsetzung, die es in der Wildnispädagogik so nicht gibt, erwarten viele Waldpädagogen von ihren Schülern lediglich, dass diese die zuvor dargelegten Inhalte korrekt wiedergeben können. Die Förderung der Problemlösungsfähigkeit und des selbstständigen Denkens, stellt für wildnispädagogische Prozessbegleiter die Aufgabe von Lehre dar. Dies veranschaulicht ebenfalls, wie verschieden die Rolle des Waldes von den beiden Konzepten interpretiert wird. Die Wildnispädagogik lässt den Wald als Lehrer wirken, der die Herausforderungen stellt und die Fähigkeiten der Schüler testet, wohingegen die Waldpädagogik den Wald als erweitertes Klassenzimmer nutzt.

## **Erfahrungsbericht – Praktische Vermittlung von Naturerfahrungen für Kinder**

Vor dem Hintergrund der Bedeutung von Naturerfahrungen kommt die Analyse der pädagogischen Konzepte zu dem Schluss, dass in der Lehre Freiheiten für Kinder berücksichtigt werden müssen, im unstrukturierten Spiel selbstständig Kompetenzen zu erlernen und sich emotional auf die natürliche Umgebung einlassen zu können. Dieser Abschnitt legt nun dar, wie eine Initiative dies praktisch umzusetzen versucht. Sie priorisiert dabei die freie Naturerfahrung vor der Wissensvermittlung, sodass sie sich der Wildnispädagogik verbundener fühlt als der Waldpädagogik.

### **Die Angebote der Initiative „Wälderwärts“**

Ende 2014 gründete sich in Göttingen die Initiative „Wälderwärts“ (ursprünglich unter dem Namen „Wilde Menschen“), zu der auch die Autoren gehören. „Wälderwärts“ ist ein Netzwerk aus sowohl ehrenamtlich als auch freiberuflich agierenden Naturmentoren, die mit ihrer Arbeit Kindern und Jugendlichen einen besseren Zugang zu Naturerfahrungen ermöglichen wollen. Die Mitglieder möchten dabei eigene pädagogische Fähigkeiten aus- und weiterbilden sowie ihren eigenen tief empfundenen Verbindungen zur Natur nachgehen. Durch

akademische Hintergründe in den Fächern Agrar- und Forstwissenschaften, Geographie sowie Biologische Diversität und Ökologie verfügt die Gruppe über facettenreiche Zugänge und Blickwinkel in umweltwissenschaftlichen Bereichen. Überdies bestehen vielfältige praktische schulische und außerschulische pädagogische Erfahrungen, die sich u. a. in der Teilnahme an Weiterbildungen im Bereich der Wald- und Wildnispädagogik widerspiegeln.

Zunächst bot die Gruppe unregelmäßig Nachmittagsausflüge für Kinder im Grundschulalter aus sozial schwachen Verhältnissen an, die in einem Hochhauskomplex wohnen und kooperierte dabei mit einem lokalen Jugendhilfeträger. Inzwischen existiert eine Kooperation mit einer Integrierten Gesamtschule. Im Wahlbereich der Jahrgänge 5 und 6 wird wöchentlich ein 90minütiger „Waldläufer Club“ angeboten, dem sich eine feste Kinderanzahl halbjährlich verpflichtet. Für das erste Halbjahr 2015/16 haben acht Kinder das Angebot gewählt, die sich mit zumeist drei Betreuern am Waldrand treffen. Neben diesen längerfristigen Projekten bietet die Gruppe zudem in Zusammenarbeit mit einem örtlichen Waldpädagogikzentrum Waldkindergeburtstage als Einzelaktionen an.

### Die Umsetzung als Balance zwischen freien und angeleiteten Aktivitäten

Auf dem Kontinuum pädagogischer Ansätze zwischen strukturierter Wissensvermittlung und freiem, kreativem Spiel versucht „Wälderwärts“ sich letzterem zugewandt zu positionieren. Jedoch haben sämtliche Betreuer eine klassische institutionelle Bildung in Deutschland durchlebt. Aufgrund der verantwortlichen Position als Betreuer bestand anfänglich große Versuchung, in erlernte, vorgelebte Rollenmuster zu verfallen, die Aktionen stark anzuleiten und mit klaren Zielsetzungen, was jeweils erlernt werden sollte, zu konzipieren. Dies steht jedoch im Widerspruch zu den Vorteilen einer freien, kreativen und eigenständigen Erfahrungssammlung. Die unterschiedlichen Hintergründe, Vorerfahrungen im Wald und Erwartungshaltungen an die Betreuer seitens der Kinder erschweren es zusätzlich, den individuellen Bedürfnissen zwischen festen Regeln und freien Gestaltungsräumen gerecht zu werden. Einzelne Kinder scheinen derart entfremdet, dass sie einen Zugang zu Naturerfahrungen erst im Wald als Spiel- und Erlebnisraum vermittelt bekommen müssen. Der Umgang mit diesem Zwiespalt benötigt eine kritische und zeitintensive (Selbst-)Reflexion sämtlicher Betreuer. Über eine Kommunikation im Kreis gelingt der Gruppe ein ausgewogener, hierarchiefreier interner Austausch.

Unter Achtung der beschriebenen pädagogischen Ideale und als Ergebnis der Reflexionen in der Gruppe misst sie einer Berücksichtigung der aktuellen Bedürfnisse der Kinder stets eine hohe Bedeutung bei. Bei einmaligen Aktionen wie der Organisation von Waldgeburtstagen werden nach Möglichkeit die Eltern im Vorfeld sowie die Kinder vor Ort in die Programmkonzeption eingebunden. Sofern ein Wunsch nach einem angeleiteten Programm besteht, wird ein Rahmen vorkonzipiert (beispielsweise eine Schnitzeljagd oder ein Lagerfeuer), der jedoch

Freiräume für spontane Veränderungen lässt. Im regelmäßig stattfindenden „Waldläufer Club“ wurden anfänglich verstärkt Spiele und Aktionen seitens der Betreuer vorgegeben. Diese dienten als Basis, Möglichkeiten aufzuzeigen, was man im Wald an Naturerfahrungen machen könnte und sollten zugleich das Gruppengefühl stärken. Im Verlauf wurden in Absprache mit den Kindern die Freiräume zu kreativerer Natur- und Selbsterfahrung sukzessive erweitert.

### Verwirklichung am konkreten Fallbeispiel

Am Beispiel eines Nachmittagsausflugs im Mai 2015 mit Kindern des Hochhauskomplexes wollen wir<sup>2</sup> nun anhand einer Vorkonzeption und ihrer praktischen Umsetzung die pädagogischen Intentionen am konkreten Einzelfall erläutern.

Als Rahmenbedingungen waren ein Zeitfenster von dreieinhalb Stunden, Kinder im Grundschulalter und das Hochhaus als Start- und Zielpunkt vorgegeben. Da dies erst unser zweiter Ausflug war, wollten wir aus zeitlichen und finanziellen Beweggründen sowie unserer zu diesem Zeitpunkt geringen Erfahrung mit der Gruppe auf die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel noch verzichten. Umliegende Wälder schieden daher als Ziel aus. Wir entscheiden uns zu einem Ausflug zum nächstgelegenen Fluss „Leine“, dessen Ufer naturnah gestaltet sind. Am Vortag gingen wir die geplante Strecke ab und konzipierten das Programm in Anlehnung an den „Coyote's Guide“ (Young et al. 2010) vor.

Die Teilnahme am Ausflug wurde vom Jugendhilfeträger beworben und sollte für Kinder und Eltern möglichst geringe Hürden beinhalten, sodass auf verbindliche Anmeldungen verzichtet wurde. Wir waren zwei Betreuende und rechneten mit null bis zehn Kindern. Letztlich waren wir mit vier Kindern unterwegs, die kaum Bezüge zu ihrer natürlichen Umgebung hatten. So war die „Leine“ für sie kein Begriff und es fehlte an Verständnis für geeignete Kleidung.

Um den etwa 20minütigen Weg zur Leine bereits effektiv zu nutzen, wurde ein Aufmerksamkeits-Spiel initiiert. Wir hielten an einem imposanten Baum an und ließen die Kinder diesen beschreiben. Anschließend fragten wir, ob sie diese Art wiedererkennen würden bzw. woran sie dies festmachen würden. Daraufhin sollten die Kinder versuchen, ob sie die Baumart unterwegs nochmals entdecken und machten sich so mit ihrer Umwelt unwillkürlich vertraut. Erst auf Nachfrage der Kinder betrieben wir eine Wissensvermittlung im engeren Sinne und benannten ihn als Ahornbaum.

An einer Wiesenfläche kurz vor dem Flussufer angekommen, legten wir eine Pause ein, machten einen Sitzkreis und führten die Praxis des Redesteins ein. Der Stein wandert reihum und nur die Person, die ihn trägt, darf reden. Dies schafft möglichst hierarchiefreie Strukturen und jede Person bekommt individuelle Aufmerksamkeit um ihr Selbstwertgefühl zu stärken. In der ersten Runde wurden zum Kennenlernen, Einbinden der Kinder und der Schaffung einer Vertrauens-

---

<sup>2</sup> Als Erfahrungsbericht enthält dieser Abschnitt eine persönliche Note, die über die Verwendung der „wir“-Perspektive unterstrichen werden soll.

basis zuerst die Namen genannt und gleichzeitig über Wohlfühlfragen Erwartungen an den Ausflug geäußert. In einer zweiten Runde sollte über das Ahorn-Suchspiel reflektiert werden. Der Sitzkreis wurde bewusst kurz gehalten, um die Geduld und gegenseitige Rücksichtnahme nicht zu überreizen, sodass die mit dem Kreis verbundenen Intentionen gewahrt blieben.

Als nächster Programmpunkt war ein Lauf- und Fangspiel zur körperlichen Verausgabung vorgesehen. Aufgrund der Gruppengröße entschieden wir uns für eine „Capture-the-Flag“-Variante, bei der wir selbst mitspielten. Neben körperlichen Erfahrungen wird hierbei die Teamfähigkeit geschult.

Anschließend ging es an das Leineufer. Die Kinder waren vom Fluss fasziniert und wollten ihre Füße ins Wasser halten, was aufgrund eines besonders warmen Frühlingstages auch möglich war. Also gingen wir zu einer vorinspizierten Uferstelle, wo der Fluss sehr seicht ist und man gefahrlos hineingehen kann. Dort spielten die Kinder vergnügt im Wasser, entwickelten Mutproben, wie weit man in matschige Stellen vordringen wollte und entdeckten die örtliche Flora und Fauna. Sie meisterten so selbstgesteckte Herausforderungen im eigenen Tempo. Wir unterbrachen das Treiben nur für eine Picknickpause und Befindlichkeitsrunde bezüglich der Kälte des Wassers.

Als weitere mögliche Programmpunkte hatten wir noch ein Versteckspiel zur Sinneswahrnehmung und Achtsamkeits-Schulung vorbereitet sowie ein Tastspiel zur Vertiefung einer Naturverbindung. Diese wurden jedoch ausgelassen, um das unstrukturierte, freie Spiel am Wasser nicht zu unterbinden. Zeitlich brachen wir so direkt vom Ufer aus zum Rückweg auf, wo wir spontan Lieder anstimmten, in die die Kinder begeistert einstimmten. Zurück am Hochhauskomplex wollten wir noch eine Abschlussrunde im Kreis gestalten und das Erlebte reflektieren. Enthusiastisch vom Singen ließen die Kinder sich jedoch kaum auf eine besinnliche Runde mehr ein. Die nötige Ruhe und Konzentration für den Abschlusskreis ließ sich nicht herstellen, sodass wir den Kreis alsbald auflösten und keine gemeinsame Ideensammlung für weitere Ausflüge erstellen konnten.

Im Spannungsfeld zwischen angeleiteten Aktionen und freiem Spiel bedurfte es im beschriebenen Ausflug aufgrund der fortgeschrittenen Naturentfremdung der Kinder einer starken Lenkung. Generell bedarf die Ausführung eines Ausflugs auf Basis der anvisierten Ideale eine hohe Flexibilität und eines Einfühlungsvermögens seitens der Naturmentoren. Dies lässt sich mittels wildnispädagogischer Konzepte sowie über weitreichende Erfahrung im Umgang mit Kindern allgemein, in der Prozessbegleitung von Naturerfahrungen im speziellen und großen Betreuungsschlüsseln ausgezeichnet umsetzen. So berichtet der Jugendhilfeträger, dass die teilnehmenden Kinder sich auch ein halbes Jahr später noch positiv an das Erlebte zurückerinnern.

## Bedeutung von Kontinuität

„Wälderwärts“ bietet sowohl einmalige Tages- oder Halbtagesaktionen als auch regelmäßig wiederkehrende Angebote an. Nur in den langfristigen Angeboten findet sich eine Kontinuität der Teilnehmer. Diese ist als großer Vorteil sowohl für die Kinder, als auch für die Betreuer anzusehen, da hierdurch Naturbeobachtungen über längere Zeiträume möglich werden und sich Naturerfahrungen verstetigen. Die positiven Auswirkungen von Naturkontakten auf das physische und psychische Wohlergehen korrelieren mit ihrer Zeitintensität. Inwiefern einmalige Einzelaktionen nachhaltige positive Effekte generieren, bleibt fraglich. Ebenso stabilisiert sich das Gruppengefüge erst über die Zeit, sodass die emotionale Intelligenz besser geschult wird.

So entfalten sich insbesondere jene Kinder des „Waldläufer Clubs“, die zuvor wenig Bezug zur Natur aufwiesen und gleichzeitig entwickeln sich Vertrauensverhältnisse aus der Gruppendynamik. Zur praktischen Umsetzung bietet eine Schulkooperation daher einige Vorteile. In der Alltagswelt von Schulkindern nehmen Freiräume zur unstrukturierten Freizeitgestaltung ab (vgl. Burdette & Whitaker 2005; Fadzila Aziz & Said 2012; Ergler et al. 2013). Eine Einbindung der Naturerfahrung in den schulischen Kontext ist dementsprechend eine sinnige Methode, dem Naturentzug und seinen negativen Folgen entgegen zu wirken. Weitere Vorteile für die praktische Umsetzung bestehen in einer Reduktion des Organisationsaufwandes. Konkret drückt sich dies in einer weitestgehend garantierten Vertrauensgrundlage seitens der Eltern aus und einer vergleichsweise einfachen Klärung rechtlicher Fragen.

Schwierigkeiten, die mit einer Schulkooperation einhergehen, liegen vor allem in der zeitlichen Positionierung begründet. Im direkten Anschluss an den Schulunterricht sind die Kinder zumeist ruhelos, gereizt und unausgeglichen. Die zielgerichtete Aufmerksamkeit und Aufnahmebereitschaft ist deutlich herabgesetzt. Zugleich sind die Kinder jedoch sehr erschöpft, was Äußerungen der Kinder wie „Ich will einfach nur durch den Wald laufen!“ oder „Es war total schön, einfach so im Wald zu liegen.“ belegen. Aus der Kombination aus angestauter Energie und gleichzeitiger Erschöpfung ist eine deutliche Überforderung der Kinder ablesbar. Dies zeugt vom Bedarf nach Naturerfahrung als Weg zum „Lernen im eigenen Tempo“. Der „Waldläufer Club“ schafft damit eine Plattform zum aktiven, selbstgestalteten Herausuchen und Meistern von auf den individuellen Bedarf angepassten Herausforderungen. Die schulzeitliche Einschränkung auf 90minütige Einheiten behindert jedoch deutlich die Generierung positiver Natur- bzw. Lernerfahrungen.

## **Stärken und Limitationen in der praktischen Kräftigung von Naturerfahrungen von Kindern**

Naturerfahrung mittels freiem, kreativem Spielen und Lernen wirkt sich positiv auf das psychische wie physische Wohlbefinden aus. Naturnahe Flächen und Wälder bilden hierfür optimale Erfahrungsräume.

In der praktischen Umsetzung mit Kindern aus städtischen Milieus ist freies, kreatives Spielen jedoch häufig weniger als Mittel denn als anzustrebendes Ziel zu verstehen. Bei fortgeschrittener Naturentfremdung erscheint es notwendig, Kinder zuerst spürbar angeleitet an ihre natürliche Umgebung heranzuführen. Die Konzepte der Wildnispädagogik sehen die Autoren dabei als äußerst geeignet an.

Je nach Vorerfahrung bedarf es zunächst Einweisungen, bevor bei den Kindern innige Verbundenheitsgefühle entstehen können. Zu große Offenheit kann die Heranwachsenden überfordern, sodass vorkonzipierte, angeleitete Aktionen einen schützenden Rahmen und Halt geben. Seitens der Betreuer erfordert dies ein hohes Maß an Einfühlungsvermögen in die individuellen Bedürfnisse der Kinder. Um den Prozess, Kinder an die Natur heranzuführen, optimal zu begleiten, bedarf es eines Erfahrungsschatzes im Umgang mit Kindern und eines hohen Betreuungsschlüssels. Die Kinder müssen umgekehrt ein starkes Vertrauen in die Betreuer aufbauen. Dies benötigt Zeit.

In Anbetracht der limitierenden Rahmenbedingungen des vorgestellten Projektes ist es beachtlich, wie erfolgreich das Projekt zu diesem frühen Zeitpunkt bereits ist. Wie schnell Berührungängste und Zwänge überwunden werden können und wie vergnügt Kinder beispielsweise barfuß im Matsch spielen oder sich in Laubhaufen verstecken, zeugt von der tiefen inneren Sehnsucht der Kinder nach einer Nähe zur Natur. Pädagogische Projekte, die zu einer Verbindung zur Natur von Kindern beitragen, befriedigen Bedürfnisse, die im Alltag oftmals zu kurz kommen.

Bereits Einzelaktionen können einen Funken entfachen. Eine Förderung und Wertschätzung von Naturverbundenheit müsste jedoch deutlicher im Alltag hervorgehoben und integriert werden, damit der Funke im sonstigen Alltag nicht wieder erlischt. Obwohl die langfristig angelegten Projekte zum jetzigen Zeitpunkt gerade erst angelaufen sind, können bereits abseits kurzfristiger Glücksmomente dauerhafte Fortschritte bei einzelnen Kindern festgestellt werden. Auch wenn man mit der praktischen Umsetzung der hier präsentierten Konzepte bereits in kurzer Frist beachtliche Erfolge erzielen kann, können gegenläufige gesellschaftliche Entwicklungen zur Entfremdung von der Natur nicht ohne weiteres kompensiert werden. Hierzu benötigt es ganzheitlicherer (Rück-) Besinnungsprozesse zur Integration eines Umweltbewusstseins in den gesellschaftlichen Alltag.

## Literatur und Quellen

- Azlina, W. & A.S. Zulkiflee (2012): A Pilot Study: The Impact of Outdoor Play Spaces on Kindergarten Children. In: *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 38, S. 275–283.
- Brühlmeier, A. (2015): Erziehung/Bildung. In: Kuhlemann, G. (Hrsg.): *Pestalozzi – Die Umfassende Dokumentation*, <http://www.heinrich-pestalozzi.de/?id=276> (abgerufen am 13.01.2016).
- Burdette, H.L. & R.C. Whitaker (2005): Resurrecting Free Play in Young Children. Looking Beyond Fitness and Fatness to Attention, Affiliation and Affect. In: *Arch Pediatr Adolesc Med.* 159, 1, S. 46–50.
- Chawla, L. (2015): Benefits of Nature Contact for Children. *Journal of Planning Literature* 30, 4, S. 433–452.
- Cohn, R. C. (2000): Von der Psychoanalyse zur themenzentrierten Interaktion: von der Behandlung einzelner zu einer Pädagogik für alle. Stuttgart.
- Collado, S., Staats, H. & J.A. Corraliza (2013): Experiencing nature in children's summer camps: Affective, cognitive and behavioural consequences. In: *Journal of Environmental Psychology* 33, S. 37–44.
- Cornell, J. (2006): Mit Cornell die Natur erleben: Naturerfahrungsspiele für Kinder und Jugendliche. Mülheim an der Ruhr.
- Deutsche Forstchefkonferenz (2013): Gemeinsame Rahmenregelungen und Mindest-Standards des bundesländerübergreifend von den Forstverwaltungen getragenen „Zertifikat Waldpädagogik“ (ZWP). Beschluss der Forstchefkonferenz vom 10. und 11. Oktober 2013. [http://www.xn--waldpdagogik-kcb.de/pdf/produkte/wissenschaftsboerse/zertifikat\\_wp\\_rahmenregelungen.pdf](http://www.xn--waldpdagogik-kcb.de/pdf/produkte/wissenschaftsboerse/zertifikat_wp_rahmenregelungen.pdf) (abgerufen am 13.01.2016).
- Ergler, C.R., Kearns, R.A. & K. Witten (2013): Seasonal and locational variations in children's play: Implications for wellbeing. In: *Social Science & Medicine* 91, S. 178–185.
- Faber Taylor, A., Kuo, F.E. & W.C. Sullivan (2001): Coping with ADD. The Surprising Connection to Green Play Settings. In: *Environment and Behaviour* 33, 1, S. 54–77.
- Faber Taylor, A., Kuo, F.E. & W.C. Sullivan (2002): Views of Nature And Self-Discipline: Evidence From inner City Children. In: *Journal of Environmental Psychology* 22, 1/2, S. 49–63.
- Fadzila Aziz, N. & I. Said (2012): The Trends and Influential Factors of Children's Use of Outdoor Environments: A Review. In: *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 38, S. 204–212.

- Gebhard, U. (2013): Kind und Natur. Die Bedeutung der Natur für die psychische Entwicklung. Wiesbaden.
- Ginsburg, K.R. (2007): The Importance of Play in Promoting Healthy Child Development and Maintaining Strong Parent-Child Bonds. In: *American Academy of Pediatrics* 119, 1, S. 182–191.
- Hartig, T., Evans, G.W., Jamner, L.D., Davis, D.S. & T. Gärling (2003): Tracking restoration in natural and urban field settings. In: *Journal of Environmental Psychology* 23, 2, S. 109–123.
- Hattie, J., Marsh, H.W., Neill, J.T. & G.E. Richards (1997): Adventure Education and Outward Bound: Out-of-Class Experiences That Make a Lasting Difference. In: *Review of Educational Research* 67, 1, S. 43–87.
- Kaplan, S. (1995): The restorative benefits of nature: Toward an integrative framework. In: *Journal of Environmental Psychology* 15, 3, S. 169–182.
- Katz, C. & M. Mayer (2007): Zum Stand der Waldpädagogik in forstlichen Einrichtungen Deutschlands. Lüneburg.
- Kimbro, R.T., Brooks-Gunn, J. & S. McLanahan (2011): Young children in urban areas: Link among neighbourhood characteristics, weight status, outdoor play, and television watching. In: *Social Science & Medicine* 72, 5, S. 668–676.
- Kuo, F.E. & A. Faber Taylor (2004): A Potential Natural Treatment For Attention-Deficit/Hyperactivity Disorder: Evidence From a National Study. In: *American Journal of Public Health* 94, 9, S. 1580–1586.
- Landesforst Mecklenburg-Vorpommern (2009): Waldpädagogik als Aufgabe der Landesforst M-V: Konzeption. Malchin. [http://www.sdw-brandenburg.de/Waldpdagogikkonzept\\_LFoA\\_Oktober09.pdf](http://www.sdw-brandenburg.de/Waldpdagogikkonzept_LFoA_Oktober09.pdf) (abgerufen am 13.01.2016).
- Louv, R. (2011): Das letzte Kind im Wald – Geben wir unseren Kindern den Wald zurück! Weinheim und Basel.
- Niedersächsische Landesforsten (2015): Waldpädagogikzentren – Wald hautnah! Lernen – Erleben – Erfahren. <http://www.landesforsten.de/Unsere-Waldpaedagogik.1891.0.html> (abgerufen am 13.01.2016).
- Sharma, V., Halperin, J.H., Newcorn, J.N. & L.E. Wolf (1991): The dimension of focussed attention: relationship to behavior and cognitive functioning in children. In: *Perceptual and Motor Skills* 72, 3, S. 787–793.
- Swank, J.M., Min Shin, S., Cabrita, C., Cheung, C. & B. Rivers (2014): Initial Investigation of Nature-Based, Child-Centered Play Therapy: A Single-Case Design. In: *Journal of Counseling & Development* 2015 93, 4, S. 440–450.

- Tremblay, M.S., Gray, C., Babcock, S., Barnes, J., Bradstreet, C.C., Carr, D., Chabot, G., Choquette, L., Chorney, D., Collyer, C., Herrington, S., Janson, K., Janssen, I., Larouche, R., Pickett, W., Power, M., Hansen Sandseter, E.B., Simon, B. & M. Brussoni (2015): Position Statement on Active Outdoor Play. In: *International Journal of Environmental Research and Public Health* 12, 6, S. 6475–6505.
- Valentine, G. & J. McKendrick (1997): Children's Outdoor Play: Exploring Parental Concerns About Children's Safety and the Changing Nature of Childhood. In: *Geoforum* 28, 2, S. 219–235.
- Vandewater, E.A., Rideout, V.J., Wartella, E.A., Huang, X., Lee J.H. & M. Shim (2007): Digital Childhood: Electronic Media and Technology Use Among Infants, Toddlers and Preschoolers. In: *American Academy of Pediatrics* 119, 5, S. e1006–e1015.
- von Glasersfeld, E. (1996): *Radikaler Konstruktivismus: Ideen, Ergebnisse, Probleme*. Frankfurt am Main.
- Young, J., E. Haas, & E. McGown (2010): *Coyote's guide to connecting with nature*. Washington.



## Verzeichnis der Autorinnen und Autoren

Dr. Tobias Behnen  
E-Mail: tbehnen@gwdg.de

Rolf Bergmann  
E-Mail: bergmann-gleichen@t-online.de

Eva Maria Densing, B.Sc.  
evamaria.densing@stud.uni-goettingen.de

Dr. Michael Fink  
michael.fink@geo.uni-goettingen.de

Maria Hartleb, B.A.  
maria.hartleb@stud.uni-goettingen.de

Andreas Huhn, M.Sc.  
ahuhn@mail.com

Moritz Krämer, B.Sc.  
moritz@kreamermoritz.de

Bettina Kreisel  
E-Mail: bettina.kreisel@aixplan.de

Prof. Dr. Werner Kreisel (i.R.)  
E-Mail: wkreise@gwdg.de

Sophie Langner, B.Sc.  
sophie.langner@stud.uni-goettingen.de

Tobias Michaelis, B.A.  
E-Mail: tobias.michaelis@studium.uni-hamburg.de

Corinna Nolte, M.Ed.  
E-Mail: corinna.nolte@stud.uni-goettingen.de

Prof. Dr. Karl-Heinz Pörtge (i.R.)  
E-Mail: kpoertg@gwdg.de

Dr. Tobias Reeh  
E-Mail: treeh@gwdg.de

Marie Schubart, B.A.  
E-Mail: marie@schubarts.de

Ann-Kathrin Stoppok, M.Ed.  
E-Mail: a.stoppok@gmx.de

Prof. Dr. Gerhard Ströhlein (i.R.)  
E-Mail: gstroeh@gwdg.de

Niclas Wiechmann  
nic.wiechmann@gmail.com

Christian Witkowski, M.Ed.  
E-Mail: c.witkowski@gmx.net

In dieser Reihe sind bisher erschienen:

Gee, K., Reeh, T. & W. Kreisel (Hrsg.) (2004): Regionale Identität, Tourismus und Landschaftsinterpretation – Eine natürliche Symbiose? (= ZELTForum – Göttinger Schriften zu Landschaftsinterpretation und Tourismus – Band 1). Göttingen.

Faust, H., Reeh, T. & K. Gee (Hrsg.) (2004): Freizeit und Tourismus – Konzeptionelle und regionale Studien aus kulturgeographischer Perspektive. (= ZELTForum – Göttinger Schriften zu Landschaftsinterpretation und Tourismus – Band 2). Göttingen.

Reeh, T. & G. Ströhlein (Hrsg.) (2006): Zu Besuch in Deutschlands Mitte. Natur – Kultur – Tourismus. (= ZELTForum – Göttinger Schriften zu Landschaftsinterpretation und Tourismus – Band 3). Göttingen.

Reeh, T. & G. Ströhlein (Hrsg.) (2008): Natur erleben und Raum inszenieren. (= ZELTForum – Göttinger Schriften zu Landschaftsinterpretation und Tourismus – Band 4). Göttingen.

Reeh, T., Ströhlein, G. & A. Bader (Hrsg.) (2010): Kulturlandschaft verstehen. (= ZELTForum – Göttinger Schriften zu Landschaftsinterpretation und Tourismus – Band 5). Göttingen.

Reeh, T. & G. Ströhlein (Hrsg.) (2011): Orte, Wege, Visionen. Aktuelle Ansätze der Tourismusgeographie. (= ZELTForum – Göttinger Schriften zu Landschaftsinterpretation und Tourismus – Band 6). Göttingen.

Reeh, T. & G. Ströhlein (Hrsg.) (2014): Facetten der Landschaftsinterpretation und des Tourismus. (= ZELTForum – Göttinger Schriften zu Landschaftsinterpretation und Tourismus – Band 7). Göttingen.



# Ihr Fahrplan für Südniedersachsen



[www.vsninfo.de](http://www.vsninfo.de)  
05 51 / 99 80 99



# Fahrtwind ist einfach.



[sparkasse.de](https://www.sparkasse.de)

Wenn der Finanzpartner für  
die passende Finanzierung  
sorgt.

**Sparkassen-Autokredit.**

Wenn's um Geld geht  
 **Sparkasse  
Göttingen**

Vierorts zählt die „Freizeit- und Tourismusbranche“ gegenwärtig zu den wachstumsstärksten Wirtschaftsbereichen. Mit dieser Dynamik geht eine galoppierende Ausdifferenzierung des Angebotes und der Nachfrage einher, deren freizeit- und tourismuswissenschaftliche Aufarbeitung eine große Herausforderung darstellt. So ermangelt es für zahlreiche Marktsegmente noch einer eingehenden Betrachtung. Vor diesem Hintergrund sind im vorliegenden Band der Schriftenreihe „ZELTForum – Göttinger Schriften zu Landschaftsinterpretation und Tourismus“ ausgewählte Beiträge zusammengetragen, die unterschiedliche Themenfelder und Räume beleuchten, in denen touristische und freizeitbezogene Aktivitäten zu tiefgreifenden Transformationsprozessen führen.



ISBN: 978-3-86395-284-6

Universitätsdrucke Göttingen