

**FREIZEIT & TOURISMUS: QUALITÄT AUS DER SICHT
JUGENDLICHER KUNDEN**

BRAUN OTTMAR / WÖRZ SUSANNE · KOBLENZ-LANDAU

Jugend im Winterurlaub

1. Überblick

Es wird über die Ergebnisse einer Kundenbefragung von jugendlichen Winterurlaubsreisenden des Jugendreiseveranstalters RuF-Reisen Bielefeld in vier Zielgebieten im Winter 1995/96 berichtet. Im Mittelpunkt der Fragestellung standen die Bewertungen des Produktes Wintergruppenreise durch die Teilnehmer, Urlaubserwartungen und Urlaubszufriedenheit, Entscheidungskriterien für einen Winterurlaub und allgemeinere Fragen an die Jugendlichen und jungen Erwachsenen bezüglich der Reise. Zu diesem Zweck wurde ein Fragebogen in zwei Splitversionen 363 Reisetilnehmerinnen und -teilnehmern am Ende der Reise vorgelegt.

2. Einleitung und Fragestellung

Ca. 1,15 Millionen deutsche Jugendliche¹ machen jedes Jahr im Winter Urlaub. Viele davon verreisen in Gruppen. Diese organisierten Reisen werden von unterschiedlichen Reiseveranstaltern durchgeführt; zur Palette zählen Kirchen, DJH, Vereine, Verbände und auch die unabhängigen Veranstalter. Die vorliegende Studie wurde bei einem solch unabhängigen Veranstalter, nämlich **RuF-Reisen Bielefeld**, durchgeführt. Während Repräsentativbefragungen wie z. B. die jährlich durchgeführte Reisanalyse „Urlaub und Reisen“ darauf abzielen, das touristische Geschehen quantitativ zu erfassen, ging es in dieser Studie darum, qualitative Aussagen zu machen. Eine solche Studie zum Winterreiseverhalten der deutschen Jugendlichen gibt es bisher nicht. Welche Informationsquellen werden genutzt? Welche Entscheidungskriterien werden angelegt? Stehen Skifahren und Snowboarden im Vordergrund? Wie vertragen sich diese beiden Gruppen? Was macht Atmosphäre und Stimmung aus? Wie hoch sind die Ausgaben? Und gibt es bei all diesen Fragen Alters- und Geschlechtsunterschiede?

3. Methode

3.1 Stichprobenbeschreibung

Befragt wurden insgesamt 363 Teilnehmer und Teilnehmerinnen von Ski- und Snowboardfreizeiten im Winter 1995/96. Die Befragungen wurden in den Orten St. Moritz, St. Luc, Molina (Schweiz) und Karano (Südtirol) durchgeführt.

¹ Quelle: Reisanalyse 1996 der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V.

In St. Lue nahmen insgesamt 232 Personen an der Befragung teil, in St. Moritz waren es 67, in Molina 36 und in Karano 24 Personen.² 47,2% der Befragten waren männlich, 42,3% weiblich (10,5% machten keine Angabe). 17,4% waren bis 15 Jahre alt, 54,5% waren zwischen 16 und 18 Jahren alt, 16,8% zwischen 19 und 21 Jahren und 11,3% waren über 21 Jahre alt.

Der Großteil reiste mit einem Freund oder einer Freundin (42,5%), etwas mehr als ein Viertel war mit der Clique unterwegs, fast jeder Fünfte allein und unter 2% mit einem oder einer Verwandten. Drei Viertel der Befragten gingen noch zur Schule, 8,8% befanden sich in einer Ausbildung, 4,4% waren Studenten und 2,8% berufstätig, 9,9% machten bei dieser Frage keine Angabe. Von den Schülern besuchten 83,2% das Gymnasium, 4,5% die Realschule, der Rest verteilte sich auf die Gesamtschule, die Hauptschule, die Berufsschule, die Handelsschule und auf sonstige Schulen.

Die Jugendlichen und jungen Erwachsenen stammten zu 36,7% aus Großstädten über 100.000 Einwohnern, zu 15,7% aus Dörfern, zu 13,5% aus Städten mit 50.000 bis 100.000 Einwohnern, zu 11,9% aus Kleinstädten von 20.000 bis 50.000 Einwohnern, und 9,7% waren Einwohner von Kleinstädten bis 20.000 Einwohnern.

Es handelte sich um Teilnehmer aus den neuen und alten Bundesländern (3,9% vs. 83,8%).

Jeder Dritte kam aus Nordrhein-Westfalen, ein Zehntel der Reisenden stammte aus Hessen und ebenfalls 10% waren Berliner. Aus Niedersachsen und Baden-Württemberg kamen jeweils 7,2%, aus Hamburg 6,6%. Die restlichen Bundesländer waren mit weniger als 5% vertreten.

Die Hauptverdiener in den Familien der Befragten waren überwiegend leitende Angestellte, Freiberufler und Geschäftsinhaber (insgesamt 46%), 8,8% waren einfache oder mittlere Beamte, 7,5% höhere Beamte, gefolgt von 6,6% einfachen oder mittleren Angestellten, 6% Selbständigen und 3% Arbeitern. Nur 0,3% waren Landwirte und 0,6% Hausfrauen oder Hausmänner. Der Rest machte keine Angabe oder konnte den Beruf des Hauptverdieners in der Familie nicht nennen.

3.2 Der Fragebogen

Die ersten zwei Seiten und die letzte Seite der zwei Splitversionen des Fragebogens waren identisch. Auf der ersten Seite wurde die Zufriedenheit mit dem Urlaub insgesamt und mit den einzelnen Aspekten durch 41 Einzelurteile abgefragt. Die anschließende Seite befaßte sich mit der Sportart der Person, ihrer Selbsteinschätzung der Fähigkeit in dieser Sportart, der Verpflichtung zur Sportart, der Erfahrung und der eigenen Meinung zum Verhältnis zwischen Snowboardern und Skifahrern. Schließlich interessierten noch die Traumziele für Wintersportgebiete in den nächsten Jahren. Die letzte Seite des Fragebogens enthielt Items zur Soziodemographie.

Die erste Splitversion beschäftigte sich mit dem Informationsverhalten vor der Reise, der Prospektbeurteilung, Erwartungen und Entscheidungskriterien bezüglich

² 4 Personen machten keine Angabe zum Ort.

eines Winterurlaubs. Der andere Split fragte nach der Beurteilung des Preis-Leistungs-Verhältnisses, Geldausgaben während der Reise außerdem Reiscpreis, nach eventuellen Ergänzungsaktivitäten und Faktoren für einen gelungenen Winterurlaub. Außerdem ging es hier um das Kickerleben, Atmosphäre und Gruppenerleben.

4. Ergebnisse

4.1 Gesamturteil und Zufriedenheit mit den einzelnen Aspekten

Zunächst sollte der Urlaub insgesamt und dessen einzelne Aspekte, in Schulnoten ausgedrückt, beurteilt werden. Dabei ergab sich ein Gesamturteil von 2,7. Hierbei bestanden keine geschlechtsspezifischen Unterschiede, es zeigte sich jedoch eine mit zunehmendem Alter abnehmende Gesamtzufriedenheit.

Die allgemeinen Wintersportmöglichkeiten wurden von allen Altersklassen gleich gut beurteilt, Einzelheiten können Tabelle 1 entnommen werden.

Tabelle 1: Urlaubszufriedenheit N=363 (Auszug, Mittelwerte von Schulnoten)	
Wintersportmöglichkeiten allgemein	2,3
Skikurse von RuF	2,1
Snowboardkurse von RuF	2,1
Ski- / Snowboardgebiet	2,4
Wartezeiten an Liften / Bahnen	2,2
Landschaft	1,8
JugendreiseleiterInnen	1,9
RuF-Köche	2,2

4.2 Präferierte Wintersportarten

Bei den Vorlieben für eine Sportart während des Winterurlaubs ist zu beobachten, daß jüngere Teilnehmer verstärkt Snowboarden bevorzugen, während sich ältere nach wie vor hauptsächlich für Alpin interessieren. Ebenso fühlen sich vor allem Frauen Ski-Alpin verbunden, während für Männer beide Sportarten von fast gleichem Interesse sind.

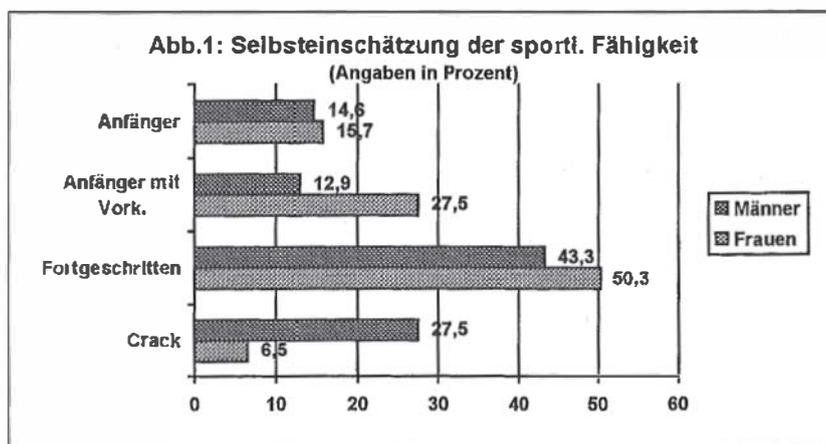
Tabelle 2: Präferierte Wintersportart N=363							
	Total	bis 15 Jahre	16-18 Jahre	19-21 Jahre	über 22 Jahre	Mann	Frau
Alpine	63,1%	49,2%	65,2%	63,9%	73,2%	53,2%	73,9%
Snow- board	35,3%	50,8%	34,3%	31,1%	22,0%	46,2%	24,2%

4.3 Atmosphäre zwischen Snowboardern und Skifahrern

Der Aussage, daß sich Skifahrer und Snowboarder untereinander gut verstehen, stimmten 60,3% der Befragten zu, 33,1% stimmten nicht zu, bei den Männern waren es sogar knapp 40%. Deshalb wird in Zukunft darauf zu achten sein, daß auf Ferienfreizeiten keine Konflikte zwischen diesen beiden Gruppen entstehen (vgl. Braun & Kluck, 1997). Ausgesprochene Snowboarderfreizeiten oder ausgesprochene Alpinfreizeiten wünschten sich jedoch nur 12,7% der Befragten.

4.4 Bindung an die ausgeübte Sportart

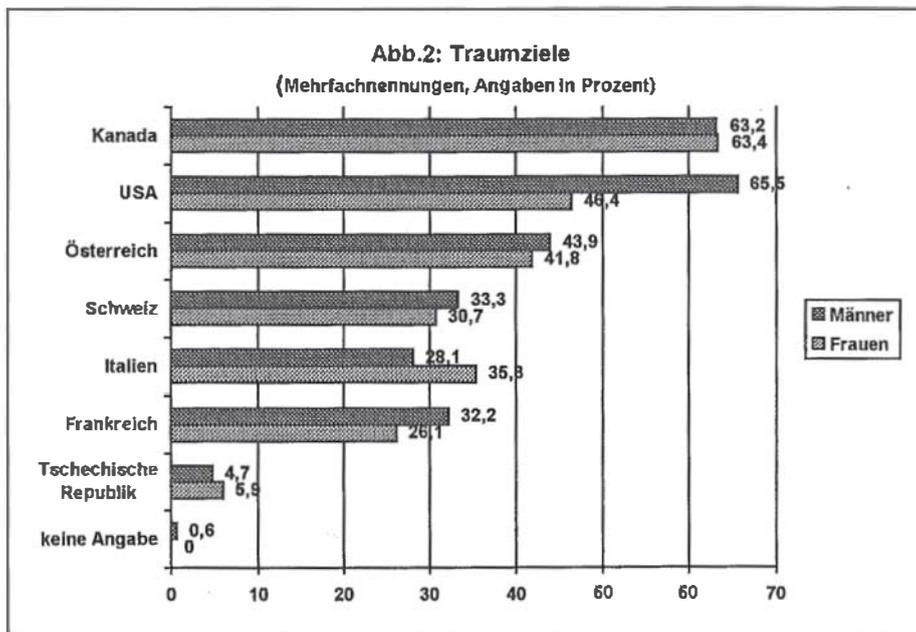
Männer fühlen sich ihrer Sportart gegenüber stärker verpflichtet als Frauen, nutzen den Urlaub öfter zur Ausübung und haben dadurch auch mehr sportliche Erfahrung. Damit einher geht eine höhere Selbsteinschätzung bezüglich der sportlichen Fähigkeiten in dieser Disziplin. Die Selbsteinschätzung der Fähigkeit in Abhängigkeit des Geschlechts zeigt Abbildung 1. Wie man sieht, bezeichnen sich Männer im Vergleich zu Frauen häufiger als „Crack“ in ihrer Sportart.



4.5 Traumziele für Wintersportgebiete

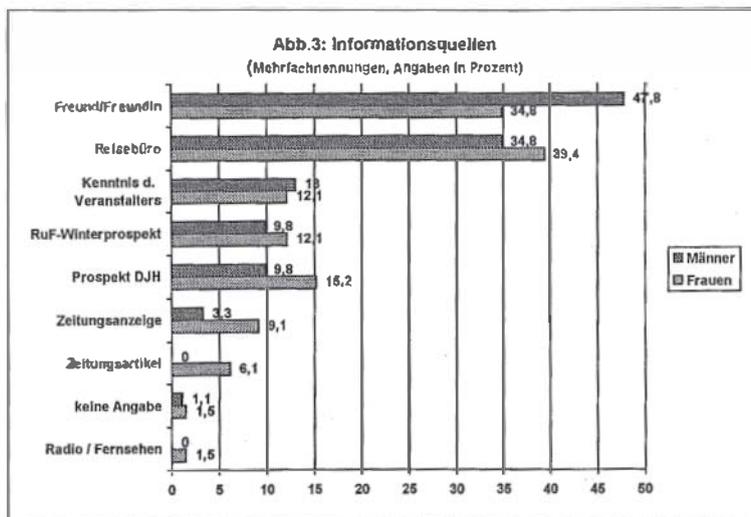
Bei der Frage nach Wunschzielen für Wintersportgebiete in den nächsten Jahren (Mehrfachnennungen waren möglich), stand Kanada insgesamt an der Spitze (favorisiert vor allem von den Frauen), gefolgt von den USA (häufiger von den Männern genannt).

Es folgten Österreich, die Schweiz, Italien (häufiger von den Frauen gewählt), Frankreich (vor allem von den Männern genannt) und die Tschechische Republik.



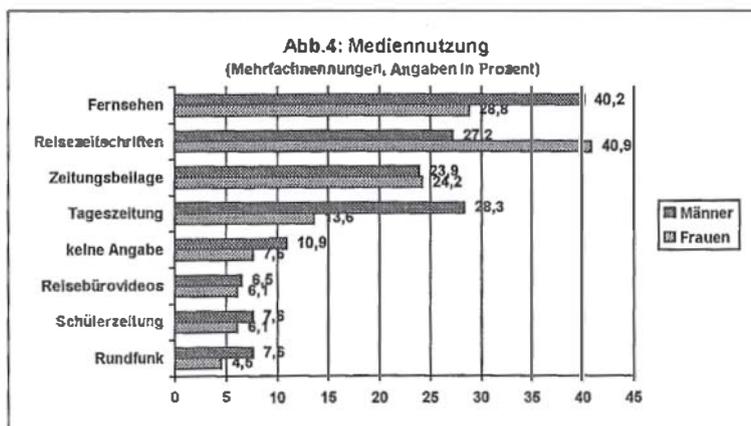
4.6 Informationsquelle des jetzigen Winterurlaubs

Bei der Informationsquelle, durch die man von der Winterreise erfahren hat, an der man gerade teilnimmt (Mehrfachnennungen möglich), handelte es sich bei männlichen Teilnehmern vor allem um einen Freund bzw. eine Freundin, bei den Frauen vornehmlich um ein Reisebüro. Insgesamt war die häufigste Informationsquelle ein Freund/ eine Freundin, gefolgt vom Reisebüro, vorherige Kenntnis des Veranstalters, dem RuF-Winterprospekt, dem DJH-Prospekt, einer Zeitungsanzeige, einem Zeitungsartikel und schließlich ein Beitrag in Radio oder Fernsehen.



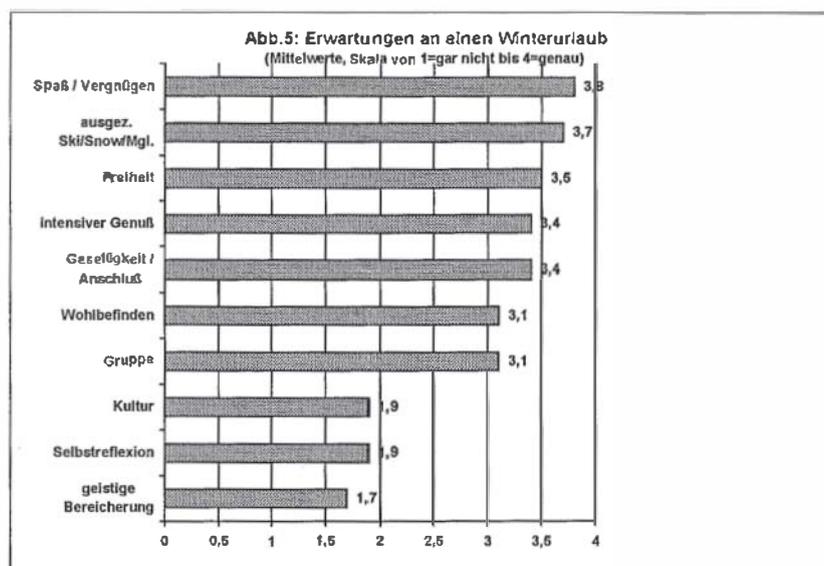
4.7 Mediennutzung bei der Winterurlaubsinformation

Bei der Angabe der Mediennutzung (Mehrfachnennungen möglich) gibt es deutliche geschlechtsspezifische Unterschiede: während Männer sich vor allem durch Fernsehen und Tageszeitung informieren, geschieht dies bei Frauen vor allem durch Reisezeitschriften, gefolgt vom Fernsehen. Insgesamt stand die TV-Nutzung gemeinsam mit der Information durch Reisezeitschriften an der Spitze. An letzter Stelle steht die Nutzung des Rundfunks, dieser bleibt noch hinter der Schülerzeitung zurück.



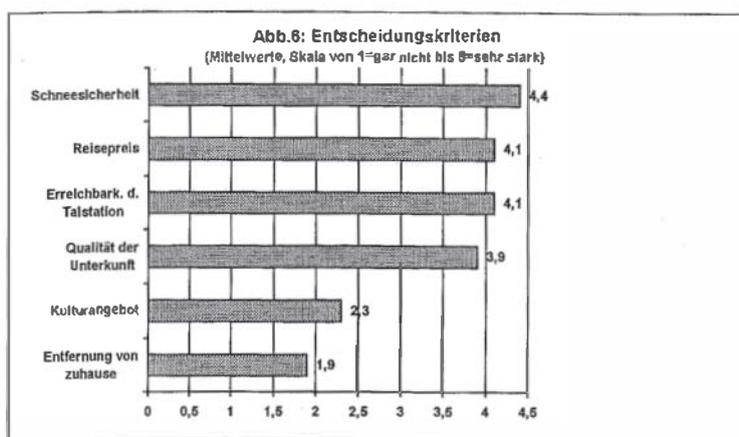
4.8 Erwartungen an einen Winterurlaub

Bei der Frage, worauf bei einem Winterurlaub besonders Wert gelegt wird, fallen keine geschlechtsspezifischen Differenzen auf. Spaß und Vergnügen, ausgezeichnete Ski- und Snowboardmöglichkeiten, Freiheit und Ungezwungenheit, intensiver Genuß und Geselligkeit bzw. Anschluß stehen ganz oben auf der Erwartungsliste. Auffällig ist, daß es sich bei den hohen Wertungen ausschließlich um hedonistische Themen handelt, wohingegen Themen wie Selbstreflexion, Kultur und geistige Bereicherung hintenanstehen.



4.9 Entscheidungskriterien bei einem Winterurlaub

Beachtet werden bei der Auswahl eines Reiseveranstalters und eines Reiselandes vor allem die Schneesicherheit eines Wintersportgebietes, der Reisepreis und die Erreichbarkeit der Talstation von der Unterkunft. Von geringer Bedeutung sind hingegen wiederum die kulturelle Infrastruktur sowie die Entfernung des Urlaubsortes von zuhause.



4.10 Zusätzliche Ausgaben

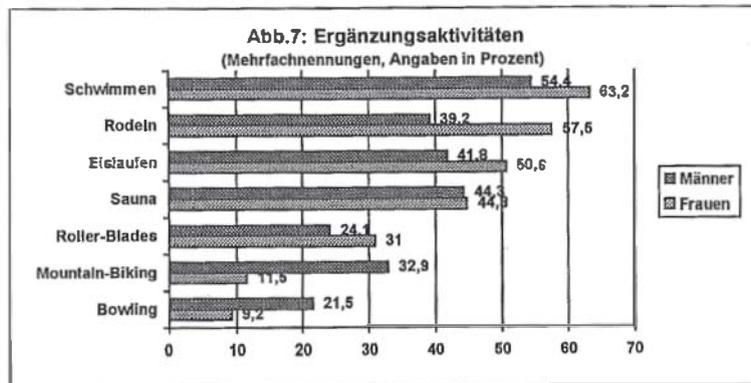
Es ergaben sich geschlechtsspezifische Differenzen bei der Frage nach Ausgaben außer dem Reisepreis. Frauen gaben im Schnitt 383,20 DM aus, während Männer deutlich darüber lagen, nämlich bei 453,40 DM. Am meisten wurde für den Liftpaß ausgegeben, gefolgt von Ausgaben für Freizeitaktivitäten, Sonstiges. Bei allen Nennungen lagen Männer deutlich höher als Frauen.

	Total	Männer	Frauen
Ausgaben total	419,30	453,40	383,20
Liftpaß	204,70	219,50	186,00
Freizeitaktivitäten	98,10	104,60	80,80
Sonstiges	84,30	103,60	74,10
Disco/Kneipe/Après	69,80	85,00	42,30
Snacks/Getränke im Skigebiet	65,20	75,50	52,30
Kleidung	59,70	70,70	40,50
Snacks/Getränke im Haus	32,50	34,60	22,60
Souvenirs	21,90	30,80	17,50

4.11 Ergänzungsaktivitäten

Gefragt wurde nach Aktivitäten, die als Ergänzung zum Ski- bzw. Snowboardfahren im Winterurlaub in Frage kommen (Mehrfachnennungen möglich). Vorne lag Schwimmen, welches vor allem von den Frauen genannt wurde, gefolgt von Rodeln (v. a. von Männern präferiert). Überhaupt gab es bei allen Aktivitäten (außer Sauna) deutliche geschlechtsspezifische Differenzen.

Die Frage nach Ergänzungsaktivitäten ist insofern von Bedeutung, als in bezug auf den Klimawandel nicht mehr von Schneesicherheit in den Wintersportgebieten während der gesamten Saison ausgegangen werden kann und Alternativen zum Ski- bzw. Snowboardfahren bedeutsam werden.



4.12 Après-Ski

Der Aussage, daß zu einem gelungenen Winterurlaub nachmittags Après-Ski im Wintersportgebiet dazugehört, stimmte etwa die Hälfte der Befragten zu, wobei Frauen häufiger zustimmten als Männer. Ebenso ist ein Alterseffekt zu verzeichnen: Für TeilnehmerInnen bis 15 Jahren ist Après-Ski weniger wichtig, während es mit zunehmendem Alter immer wichtiger wird.

Tabelle 4: Wichtigkeit von Après-Ski im Skigebiet
(Angaben in Prozent)

Relevanz v. Après-Ski im Skigebiet	Total	bis 15 Jahre	16 - 18 Jahre	19 - 21 Jahre	über 22 Jahre	Männer	Frauen
stimmt	52,2	40,0	51,5	60,0	65,2	44,3	56,3
stimmt nicht	45,7	60,0	47,6	40,0	21,7	54,4	43,7
keine Angabe	2,2	0	1,0	0	13,0	1,3	0

4.13 Relevanz einer Kneipe bzw einer Disco im Ort

74,7% der Befragten stimmten der Feststellung zu, daß abends die Möglichkeit eines Kneipen- bzw. Discobesuchs im Ort gegeben sein muß (23,7% stimmten nicht zu, 1,6% machten keine Angabe).

Ähnlich fielen die Antworten bei der Frage nach der Relevanz einer Kneipe bzw. Disco im Hotel aus: 74,2% halten dies für relevant, 23,1% stimmen nicht zu, 2,7% machten keine Angabe.

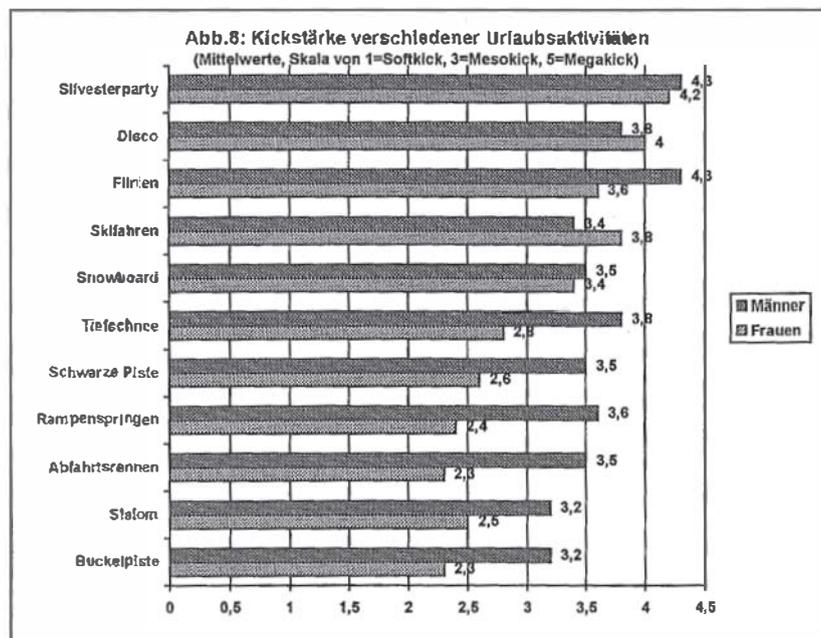
4.14 Die Kickstärke verschiedener Urlaubsaktivitäten

Es gibt unterschiedlich aufregende Urlaubsaktivitäten, sie liefern entweder einen Softkick (Skalenwert 1), einen Mesokick (Skalenwert 3) oder einen Megakick (Skalenwert 5).

Es wurde die Kickstärke von 21 Urlaubsaktivitäten (wie z. B. Skifahren, Snowboard, Buckelpiste, Rampenspringen, Flirten, Disco, Après-Ski) erfragt.

Die Kickstärke einzelner Aktivitäten wurde von Männern und Frauen sehr unterschiedlich bewertet. Während Frauen für Silvesterparties, Disco, Skifahren und Snowboard die höchsten Werte vergaben, standen bei den Männern neben Silvesterparties und Disco noch Flirten, Tiefschnee, Rampenspringen und Abfahrtsrennen an der Spitze.

Die hohe Kickstärke für die letztgenannten sportlichen Aktivitäten könnte daher resultieren, daß Männer mehr Erfahrung haben und dadurch auch höhere Fähigkeiten in den genannten Disziplinen angeben (vgl. 4.4. Bindung an die ausgeübte Sportart).



4.15 Atmosphäre und Gruppenerleben

Der Feststellung, im Gruppenurlaub komme es nicht auf die Schulbildung der Leute an, sondern auf den Spaß, stimmten 84,4% der Teilnehmer zu (Frauen stärker als Männer). Eine freie Zeiteinteilung im Urlaub wünschen sich 79,6% (Frauen: 87,4%, Männer: 78,5%).

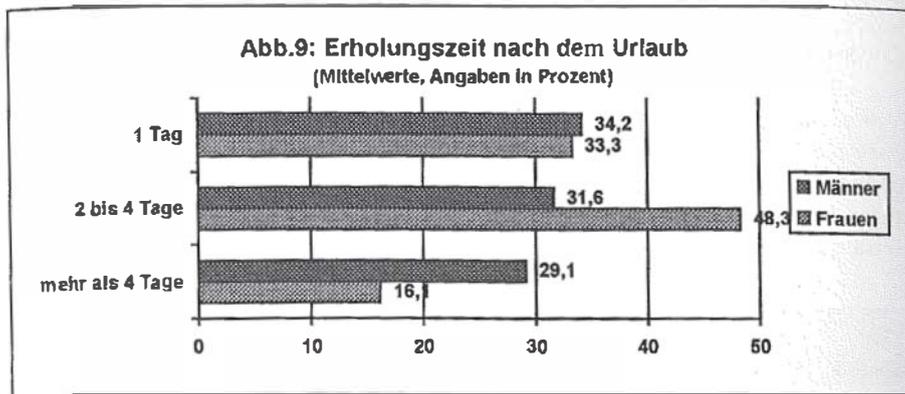
Auf lustige Gruppenerlebnisse auf der Piste kommt es vor allem den Männern an, wohingegen Feiern im Winterurlaub für beide Geschlechter eine große Rolle spielt (Frauen: 73,6%, Männer: 72,2%). 57,5% der Befragten stimmten der Aussage zu, daß Winterurlaub mehr als jeder andere Urlaub eine Gelegenheit bietet, den Streß zu vergessen, wobei hier die Männer deutlich stärker zustimmten (70,9% vs. 50,6% der Frauen). Zimmerparties als liebste Abendbeschäftigung nannten ebenfalls vor allem Männer. Der Aussage: „Im Winterurlaub kann ich über mich selbst hinauswachsen“ stimmten wiederum vor allem die männlichen Teilnehmer zu (59,5% vs. 47,1% der Frauen). 57% der Männer und 47,1% der Frauen stimmten zu, daß Atmosphäre durch lange Gespräche mit einem Freund bzw. einer Freundin entsteht. Daß man auf der Piste seinen Mut erproben möchte und schon mal Dinge macht, die man sich sonst nicht traut, bejahen die Männer stärker als die Frauen. Noch deutlicher fällt der geschlechtsspezifische Unterschied in den Antworten bezüglich der Feststellung: „Ein Winterurlaub ist für mich dann gelungen, wenn ich eine atemberaubende Situation auf der Piste hatte“ auf. Männer stimmten mit 46,8% zu, während Frauen mit 27,6% weit dahinter zurückblieben. Ein Grund hierfür könnte wiederum die engere Bindung von Männern an ihre Sportart darstellen, evtl. steigen hierdurch Ehrgeiz und Risikofreudigkeit bei der Ausübung.

Tabelle 5: Atmosphäre und Gruppenerleben (Angaben in Prozent)		
Zustimmung	Männer	Frauen
Auf den Spaß kommt es an	86,1	92,0
Freie Zeiteinteilung während des Urlaubs	78,5	87,4
Lustige Gruppenerlebnisse stehen im Vordergrund	82,3	78,2
Feiern im Winterurlaub spielt eine große Rolle	72,2	73,6
Winterurlaub ist eine Gelegenheit, Streß zu vergessen	70,9	50,6
Zimmerparties als liebste Abendbeschäftigung	64,6	54,0
Winterurlaub als Gelegenheit, über sich hinauszuwachsen	59,5	47,1
Lange Gespräche schaffen Atmosphäre	57,0	47,1
Auf der Piste möchte ich meinen Mut erproben	54,4	44,8
Winterurlaub ist gelungen durch atemberaubende Pistensituation	46,8	27,6

4.16 Erholung vom Urlaub

Auf die Frage, wie viele Tage man nach dem Urlaub wahrscheinlich brauchen wird, um wieder richtig fit für den Alltag zu sein, antworteten die weiblichen Teilnehmer im Schnitt 2 bis 4 Tage, Männer mehrheitlich 1 Tag, wobei bei den männlichen Teilnehmern eine größere Gruppe als bei den Frauen mehr als 4 Tage Erholungszeit angaben.

Winterurlaub ist also beides: Erholung und Streß!



5. Diskussion

Die vorliegende Studie hatte zum Ziel, das Winterreiseverhalten von deutschen Jugendlichen qualitativ zu erfassen. Von Bedeutung waren hierbei die Erwartungen der Reisetilnehmer an einen Winterurlaub. Hier ist auffallend, daß in der Altersklasse der Jugendlichen vor allem hedonistische Themen von Bedeutung sind: an der Spitze stehen Spaß und Vergnügen, ausgezeichnete Ski- und Snowboardmöglichkeiten und intensiver Genuß, Kultur und geistige Bereicherung sind hingegen kaum relevant (vgl. Braun, 1996). Angesichts dieser Ergebnisse wird die Bedeutung einer Möglichkeit zu Après-Ski im Skigebiet und das Vorhandensein von Kneipen oder Discos im Urlaubsort vor allem für die etwas älteren Jugendlichen klar; ebenso wichtig ist die Möglichkeit, auf andere Ergänzungsmöglichkeiten wie z. B. Schwimmen ausweichen zu können. Solche Faktoren dürften die Zufriedenheit von Jugendlichen mit ihrem Urlaubsziel maßgeblich beeinflussen.

Geschlechtsspezifische Differenzen fallen in Hinsicht auf die sportlichen Fähigkeiten und Selbsteinschätzungen auf. Die männlichen Teilnehmer nutzen den Urlaub öfter zur Ausübung ihrer Sportart als die Frauen und haben dadurch mehr sportliche Erfahrung. Dadurch ergeben sich geschlechtsspezifische Differenzen auch bei der

Bewertung der Kickstärke verschiedener Urlaubsaktivitäten: Männer bewerten sportliche Aktivitäten wie schwarze Piste, Abfahrtsrennen, Slalom, Buckelpiste und Tiefschnee weitaus höher als Frauen. Es wäre möglich, daß der Effekt der stärkeren Bindung an die eigene Sportart bei Männern durch einen unterschiedlichen Erziehungsstil von Mädchen und Jungen zustande kommt. Denkbar wäre, daß Eltern bei der Erziehung von Mädchen generell ängstlicher sind, sie auch beim Skifahren zur Vorsicht ermahnen, während von den Jungen vielleicht sogar in gewisser Hinsicht sportliche Kühnheit erwartet wird. Hier wären weitere Forschungsbemühungen notwendig.

Ebenfalls interessant wären genauere Untersuchungen zu der Tatsache, daß die männlichen Jugendlichen weitaus höhere Ausgaben außer dem Reisepreis angeben als die weiblichen Teilnehmer. In der Altersklasse der Jugendlichen kann schließlich noch nicht von der Versorgerrolle der Männer ausgegangen werden, wie dies eventuell in höheren Altersklassen teilweise der Fall sein könnte.

6. Literatur

Braun, O. I. (1996). Sozial- und motivationspsychologische Aspekte des modernen Jugendtourismus. *Gruppendynamik*, 27 (1), 39–50.

Braun, O. L. & Kluck, R. (1997). *Junge Menschen auf Reisen*. Bielefeld: IFKA.

Anschrift der Verfasser: Dr. Ottmar Braun und Susanne Würz, c/o Universität Koblenz-Landau, Fachbereich 8: Psychologie, Arbeits-, Betriebs- und Organisationspsychologie, Im Fort 7, D-76829 Landau

Braun, O./Würz, S.: Jugend im Winterurlaub. In: SPEKTRUM FREIZEIT, 19. Jg. Heft 3/1997, S. 263