



## BILDUNGSTOURISMUS ALS IMPULS FÜR NACHHALTIGE TOURISMUSENTWICKLUNG

Studie für das Interreg5a-Projekt TOUR-BO (Tourism Cross-Border) im Rahmen des Arbeitspaketes 5 für nachhaltigen Natur-, Kultur- und Bildungstourismus auf beiden Seiten der deutsch-dänischen Grenze.



**Interreg**  
Deutschland - Danmark



EUROPEAN UNION

**TOUR-BO**   
Tourism  
Cross-Border

*akademie am see*  
KOPPELSBERG



---

## VORWORT

„Von den Erträgen leben, nicht von der Substanz.“ – Dies ist der Grundsatz der Nachhaltigkeit, der dazu führen soll, die Erde im Großen sowie jede Art des natürlichen Systems im Kleinen in einer Weise zu nutzen, dass dieses System in seinen wesentlichen Eigenschaften erhalten bleibt. Die Bestände des Systems sollen auf natürliche Weise nachwachsen, sodass Ressourcen dauerhaft ertragbringend genutzt werden können. Das Ziel ist es, die Grundbedürfnisse aller Menschen befriedigen zu können, gleichzeitig jedoch die Gesundheit und Integrität des Ökosystems Erde zu bewahren, zu schützen und wiederherzustellen. Dies schließt nicht nur ökologische und ökonomische Gesichtspunkte mit ein, sondern auch soziale Fragen nach dem Ende von Armut, sozialer Ungleichheit oder Diskriminierung. In all diesen Bereichen kann Tourismus positiv wirken, sofern er nachhaltig gestaltet ist.

TOUR-BO (Tourism Cross-Border) ist ein grenzüberschreitendes Projekt, welches sich mit nachhaltigem Tourismus in Dänemark und Deutschland beschäftigt. Das Projekt führt 9 Projekt- sowie 26 Netzwerkpartner aus beiden Ländern zusammen, die ein gemeinsames Ziel verfolgen: Den nachhaltigen Tourismus in Dänemark und Deutschland sichtbar zu machen und auszubauen. Ein zentrales Thema des Projektes ist der Netzerkaufbau zwischen öffentlichen und privaten Tourismusakteuren in beiden Ländern. Ebenso steht die Weiterentwicklung von lokalem und regionalem Gastronomietourismus, hier insbesondere lokale Nahrungsmittel, im Fokus. Gleichzeitig sollen innerhalb des Projektes neue grenzüberschreitende Tourismusprodukte geschaffen werden, genauso wie die Weiterentwicklung von Bildungseinrichtungen und -möglichkeiten für den Natur- und Erlebnistourismus.

*Ihr Tour-Bo Team*

---

## TRENDS IN DER TOURISMUSBRANCHE

Florierender Tourismus ist abhängig von Klima und einer intakten Natur und Kultur; gleichzeitig trägt er jedoch durch seinen hohen Energieverbrauch, Treibhausgasemissionen und einer zu intensiven und hochfrequenten Nutzung der Natur massiv zu ökologischen Problemen wie Luftverschmutzung, globaler Erwärmung und Artensterben bei. Touristenströme prägen das Bild und die Atmosphäre der beliebten Urlaubsziele. Die Branche ist also in vollem Gange, sich selbst zu zerstören, wenn in der Zukunft die Faktoren, derentwegen eine Reise unternommen wird – saubere Luft, klares Wasser, intakte Flora und Fauna, authentisches Erleben einer fremden Kultur – nicht mehr vorhanden sind.

Wenn Tourismus weiterhin langfristig möglich sein soll, muss eine Trendwende stattfinden, die sich zum Teil bereits in der Nachfrage niederschlägt. Es besteht ein gesteigertes Bedürfnis nach mehr Diversität und Individualisierungsmöglichkeiten, Naturnähe und Regionalität.

Nachhaltigkeit ist zwar im Trend, in der Tourismusbranche allerdings durchaus problembehaftet; die Studie des Bundesumweltministeriums „Nachhaltige Urlaubsreisen: Bewusstseins- und Nachfrageentwicklung“ aus dem Jahr 2019 kam zu ernüchternden Ergebnissen. Demnach befürwortet zwar mehr als die Hälfte der deutschen Bevölkerung

umweltfreundlichere und sozial nachhaltigere Urlaubsreisen. Allerdings setzen nur 10 % dies bei der Buchung und der Gestaltung der Reise auch um. Für diese augenfällige Diskrepanz zwischen Theorie und Praxis lassen sich zahlreiche mögliche Erklärungen finden: So ist es keineswegs ungewöhnlich, dass eine positive Einstellung nicht eins zu eins in das zur Einstellung passende Verhalten umgesetzt wird. Speziell für Urlaubsreisen als hedonistisch geprägte Freizeitprodukte mit Ausnahmecharakter spielt oft eine selbst erteilte „Ausnahmegenehmigung“ von der ansonsten geübten Nachhaltigkeitsdisziplin eine Rolle. Befragungen von Mitarbeitern in der Tourismusbranche zeigen jedoch, dass davon ausgegangen wird, dass der Nachhaltigkeitsgedanke im Tourismus zukünftig eine große Rolle spielen wird. Zwei Umfragen (Futouris 2020 und Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes 2021) kommen zu ähnlichen Ergebnissen: Große Zustimmung erfuhr die Einstellung, die Tourismusbranche zugunsten von Entschleunigung, Qualität, Solidarität und Regionalität nachhaltiger und zukunftsweisender zu gestalten. Eine hohe Priorität nehmen dabei auch Klima-, Umwelt- und Artenschutz ein (89,9% Zustimmung). Weitere wichtige Tendenzen sind auch, den Tourismus der Zukunft wertschätzender, digitaler, kreativer und innovativer, flexibler und individueller zu gestalten. Touristische Angebote, die ihren Fokus auf Nach-

haltigkeit und Bildung legen, passen hervorragend in diesen Zeitgeist der Individualisierung, Naturnähe und Regionalisierung und eignen sich zu einer

Umstrukturierung hin zu einem Tourismus der Zukunft.



## BILDUNGSTOURISMUS

Der Begriff des Bildungstourismus umfasst im engeren Wortsinn das Phänomen der Studienreise – also einer fachorientierten (Gruppen-) Reise, bei der bestimmte (häufig mit intellektuellem Anspruch verbundene) Bildungsinteressen im Mittelpunkt stehen, die durch eine fachlich qualifizierte Reiseleitung vermittelt werden. Diese Definition soll hier allerdings erweitert werden, sodass unter „Bildungstourismus“ auch Bildungsangebote fallen, die im Rahmen einer Erholungs- oder Erlebnisreise wahrgenommen werden. Dies fügt sich gut in die Tendenz zu abwechslungsreicheren und vermischten Ur-

laubsarten ein, bei denen mehrere unterschiedliche Aktivitäten miteinander kombiniert werden – schließlich steht neben dem Erholungscharakter auch das Streben nach neuen Erfahrungen im Mittelpunkt des Reisens, das Erleben des Fremden und Anderen. Von dieser Warte aus betrachtet, hat jede Reise auch immer einen Bildungsaspekt: Eine Reise bietet einen Anlass, sich mit einer fremden Kultur auseinanderzusetzen und genau an diesem Punkt können bildungstouristische Angebote ansetzen.



---

## LEBENSLANGES LERNEN UND GANZHEITLICHE BILDUNG

Zur Erarbeitung geeigneter bildungstouristischer Konzepte ist es nötig, die Begriffe des Lernens und der Bildung zunächst genauer zu beleuchten.

Lernen und Bildung werden häufig primär mit formaler Bildung, also Schulbildung, Ausbildung, Hochschulbildung oder beruflicher Weiterbildung gleichgesetzt. Doch Bildung findet auch außerhalb dieser institutionalisierten Formen des Lernens statt. Lernen ist ein kognitiver Vorgang, der das ganze Leben lang andauert und neben dem schulischen Unterricht auch nicht-formale Lernprozesse umfasst, die auch in der Freizeit stattfinden können.

Lernen und Bildung bedeuten in diesem Kontext daher nicht primär die Anhäufung von Wissen, sondern werden als Grundpfeiler der Persönlichkeitsentwicklung verstanden, als Mittel der Verwirklichung gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Ziele sowie als Aufbau von Überzeugungen, Werte- und Glaubenssystemen. Das Lernen ist dabei weniger ergebnisorientiert, sondern ein Prozess der Veränderung, der aus selbstreflexivem Denken besteht, das zu einer Neudefinition des Selbst führt.

Aus dieser Perspektive betrachtet, ist es selbstverständlich, dass Lernprozesse auch außerhalb des

schulischen oder beruflichen Alltags stattfinden; sie sind natürliche Begleiterscheinungen des täglichen Lebens, finden sich in der Interaktion mit anderen Menschen und auch in der Freizeit. Häufig ist dieses Lernen nicht intentional; in vielen Fällen (man könnte auch sagen: Im Optimalfall) nimmt der Lernende dies gar nicht unbedingt wahr.

Für diese Form des Lernens bietet sich der Tourismus als informelles Lernfeld an: Der Urlaub als freie, weitgehend selbstbestimmte Zeit bietet großes Potential für Lernprozesse, vor allem im Bereich Kultur, denn eine neue Umgebung sensibilisiert in besonderer Weise zu bewusster ästhetischer Wahrnehmung sowie zur Reflexion kultureller Unterschiede.

Damit Menschen ihren Urlaub und damit ihre Freizeit dafür verwenden, Bildungsangebote wahrzunehmen, müssen sie Freude an ihnen empfinden. Entsprechend müssen diese Angebote interessant und vielseitig sein und im Optimalfall einen unbewussten Lernprozess in Gang setzen, bei dem die Touristen gar nicht das Gefühl haben, dass sie lernen. Eine wichtige Strategie kann dabei das sog. Erlebnisorientierte Lernen sein.



---

## ERLEBNISORIENTIERTES LERNEN

Erlebnisorientiertes Lernen verfolgt einen ganzheitlichen Ansatz, bei dem Herz, Hand und Verstand als zusammengehörige Einheit betrachtet werden, die zu einer Ausformung des Charakters und der Persönlichkeit beiträgt. Der Diskurs findet nicht primär zwischen dem Lehrenden und dem Lernenden statt, sondern Lernen entsteht durch die reale Auseinandersetzung mit der Natur und dem Lerngegenstand. Erlebnisorientiertes Lernen wirkt also auf mehreren Ebenen:

### KOGNITIVE EBENE:

Hier geht es darum, Zusammenhänge zu erkennen, Wissen zu erwerben und Informationen zu verarbeiten. Es handelt sich also um eine primär passive Rezeption. Wichtig ist dabei der Aspekt des Entertainments: Nur wenn sich die Lernenden gut unterhalten fühlen, Themen spannend und ansprechend aufbereitet sind und eine persönliche Note erhalten, ist der Lernprozess erfolgreich.

### BIOTISCHES ERLEBEN / SENSOMOTORISCHE DIMENSION:

Ein wichtiger Faktor ist das sinnliche Begreifen der inneren und äußeren Natur des Lerngegenstands durch Berühren oder konkretes Erleben (z.B. ein Schlammbad nehmen, die Oberfläche eines Bau-

mes ertasten etc.). Es geht um das konkrete Ausprobieren und unmittelbare Erleben und Erfahren im Sinne eines „Hands-on learning“, wodurch Emotionen ausgelöst werden.

### EXPLORATIVES ERLEBEN:

Hier beinhaltet ein Erlebnis auch aktivierende Elemente. Es wird eine Neugierde getriggert, die den Lernenden dazu animiert, auf Entdeckungsreise zu gehen. Das Erlebnis selbst liegt im Prozess der Entdeckung, wobei die kognitive Ebene gefordert wird, gleichzeitig kann das Erlebnis aber auch zu einem Prozess des Selbst-Entdeckens werden.

### KREATIVE DIMENSION:

Der Lernende soll selbst schöpferisch tätig werden und im Prozess des Schaffens lernen. Hierbei werden Denkprozesse angestoßen, kritisches Denken gefördert und Kreativität im Bereich Problemlösung, auch in Interaktion mit Mitmenschen, angeregt. Gleichzeitig kommt auch hier ein Prozess des Sich-selbst-Entdeckens und der Selbsterfahrung ins Rollen. Der Lernende schafft etwas, was er sich selbst womöglich gar nicht zugetraut hätte, hat neue Gedanken und Ideen.

---

### SOZIAL-INTERAKTIVE EBENE:

Hierbei steht der Austausch mit anderen Lernenden im Zentrum, aber auch mit dem Lehrenden oder anderen Beteiligten. Im Falle touristischer Lernangebote bietet sich hier der Austausch mit Mitreisenden oder dem Gästeführer an, aber auch

mit den Anbietern anderer touristischer Dienstleistungen oder mit der einheimischen Bevölkerung. Dies trägt zu einem Perspektivenwechsel, dem Austausch von Erfahrungen und Hintergründen und damit zu einer Horizonterweiterung bei.

## SCHAFFEN VON ERINNERUNGEN

Unser Unterbewusstes speichert eine Erfahrung als implizite Erinnerung, die unser Verhalten in der Gegenwart beeinflusst, ohne dass wir uns dessen bewusst sind. Die Erinnerung ist somit ein zentraler Bestandteil jedes Erlebnisses. Durch das Erinnern und Erzählen erfolgt erst eine Evaluation des Erlebten, daher ist die Kommunikation gegenüber Dritten im Nachgang des Urlaubs sehr wichtig dafür, wie das Erlebnis dauerhaft abgespeichert wird. Die Wahrnehmung (und damit auch die Bewertung eines Erlebnisses) ist davon abhängig, wie ein spezieller Input verarbeitet, organisiert und interpretiert wird. Einem Ereignis, einem Ort oder einer Landschaft wird sowohl durch das Erlebnis selbst, als auch durch die nachfolgende Erzählung darüber eine bestimmte Bedeutung zugewiesen. Eine

erzählte Erinnerung prägt also das Image einer Destination, was wiederum Reisemotivationen mit bestimmten Erwartungen auslösen kann.

Um ein Bildungserlebnis bestmöglich zu gestalten, müssen daher verschiedene Ebenen angesprochen werden und nach Möglichkeit mehrere Erlebnissphären kombiniert werden: Die Erinnerung eines Menschen ist an sensorische Erfahrungen wie Gerüche, Geräusche oder bestimmte Landschaften geknüpft. Auch emotionale Erfahrungen, wie beispielsweise das Hören einer Geschichte, prägen die Erinnerung des Erlebten. Lerninhalte bleiben also besser im Gedächtnis und erwecken positivere Assoziationen, wenn sie alle Sinne und Emotionen ansprechen. Auch die Erfahrung, etwas selbst zu machen, erzielt einen dauerhaften Lerneffekt.

---

## KONZEPTION BILDUNGSTOURISTISCHER ANGEBOTE AM BEISPIEL DES DEUTSCH-DÄNISCHEN GRENZLANDES

Wie greifen nun die beiden Tourismuskonzepte Bildungstourismus und nachhaltiger Tourismus ineinander? Wie können bildungstouristische Angebote aussehen, die einen Beitrag zur nachhaltigen Tourismusedwicklung leisten?

### THEMEN, DIE ZUM NACHDENKEN ANREGEN – POSITIVE EFFEKTE FÜR DIE REGION!

Als Themen für Bildungsangebote, die Menschen gern in ihren Urlaub integrieren, eignen sich alle Themen, die eine Verbindung zu den lokalen Gegebenheiten haben.

### NATUR UND UMWELT

Ein dankbares Feld, für das sich viele Urlauber interessieren, bieten Natur und Umwelt. In Norddeutschland und Dänemark eignen sich diese Themengebiete sogar besonders gut, da sie ohnehin die Hauptattraktionen für die Urlauber ausmachen. Gleichzeitig bedrohen hohe Besucherzahlen die intakte Umwelt, sodass ein Zusammenspiel mehrerer ökologischer Strategien zur Erhaltung der Natur nötig wird, bei denen Bildungsmaßnahmen eine wichtige Rolle spielen. Sie zielen darauf ab, beim Besucher ein Verständnis für ihre Umgebung zu schaffen und sie zu verantwortungsvollem Verhalten zu motivie-

ren, sodass die Natur nicht mehr nur als Kulisse verstanden wird, sondern als aktiver Erlebnisraum wahrgenommen wird, an dem man als Urlauber teilhat und für den man Verantwortung trägt.

Die Region liefert hier also ein natürliches Potenzial nachhaltiger Themen, die in Bildungsangeboten vermittelt werden können. Die möglichen Themengebiete sind vielfältig: So bieten sich zunächst die natürlichen Gegebenheiten als Lernfeld an, wie z.B. die Geologie der Nord- und Ostsee, das Pflanzen- und Tierreich der Küstenregion,

---

aber auch anderer Biotop. Wichtig ist dabei eine unkomplizierte und transparente Informationsstruktur: Was macht die Besonderheit eines Schutzgebiets aus? Warum ist das Areal schützenswert? Was kann ich als Besucher dazu beitragen? Einen besonderen Reiz bietet dabei das Lernen über die Natur in der Natur: Die Augen und Ohren der Besucher werden geschärft, sodass sie beispielsweise Tiere und Pflanzen wahrnehmen, die sie sonst nicht entdeckt hätten; es kommt zu einer Sensibilisierung der Menschen gegenüber der Natur und einem höheren Umweltbewusstsein.

Es schließen sich andere ökologische Themen an, die kritisches Denken anstoßen können und dazu führen, dass Urlauber ihr eigenes Verhalten hinterfragen: Wie beeinflusse ich als Urlauber die Natur, in der ich mich bewege? Welchen ökologischen Fußabdruck hinterlasse ich? Wie kann ich meinen Urlaub ökologisch verträglicher gestalten? Ein effizienterer Umgang mit natürlichen Ressourcen im Alltag, erneuerbare Energien oder nachhaltige Konsumstrategien sind hier eine kleine Auswahl der möglichen Lernfelder.

### PRAXIS-BEISPIEL

Der Landessportverband Schleswig-Holstein (LSV) und das Ministerium für Landwirtschaft, Umwelt und ländliche Räume des Landes Schleswig-Holstein (MLUR) haben zum Schutz der Natur und zur Tourismusförderung ein internetgestütztes Geographisches Informations-System („Web-GIS“) sowie eine Informationstafel „Natura 2000 und Umwelt“ vorgestellt, um den Bürgern sowie interessierten Urlaubern eine unkomplizierte, aber trotzdem fundierte Möglichkeit zu bieten, sich über Schutzgebiete und den naturverträglichen Umgang mit ihnen zu informieren.

## KUNST UND KULTUR

Einen weiteren Lernbereich bilden Kunst und Kultur. Urlaub eignet sich im Allgemeinen sehr gut für Kulturrezeption, da die neue Umgebung stimulierend wirkt; viele Menschen empfinden im Urlaub ein gesteigertes kulturelles Interesse. Die Vermittlung kann hier unter entspannten und erlebnisorientierten Bedingungen stattfinden, sei es durch Sightseeing kulturhistorischer Denkmäler oder den Besuch von Museen und Konzerten. Diese Angebote können nachhaltiges Interesse und Verständnis für die Kultur der jeweiligen Region wecken.

Es bietet sich an, kulturelle Angebote nicht nur auf Rezeption auszulegen, sondern Anregungen für aktive Auseinandersetzung und eigene, kreative Prozesse zu schaffen. Dafür eignen sich Do-It-Yourself-Angebote ebenso wie andere Möglichkeiten, sich in kreativer oder ästhetischer Weise mit dem Reiseziel auseinanderzusetzen. Dies kann entweder unter professioneller Anleitung (z.B. durch geleitete Kurse: Musik, Kochen, Literatur...) geschehen oder aber selbst initiiert sein, wie z.B. beim Fotografieren oder Schreiben in Auseinandersetzung mit der bereisten Gegend.

Gleichzeitig eignet sich eine Reise auch als interkulturelles Lernfeld: Die Auseinandersetzung mit

einer fremden Kultur fordert den Vergleich mit der eigenen heraus und ermöglicht ein differenzierteres Verständnis der bereisten Gegend sowie der Heimat, wenn neue Erfahrungen und Begegnungen reflektiert werden. Dabei ist vor allem die soziale Komponente wichtig, die beispielsweise darin bestehen kann, den Urlaubern den Kontakt mit Einheimischen zu ermöglichen.

Kulturelle Angebote tragen damit zu einer nachhaltigen Regionalentwicklung bei, das einer Universalkultur, ihrer Austauschbarkeit und mangelnden Authentizität durch Individualität und Unverwechselbarkeit entgegenwirkt; Traditionen und andere kulturelle Besonderheiten, regionale Medien und regionale Küche erhalten durch das touristische Erfahren eine Aufwertung. Die positiven Effekte für die Regionen sind vielfältig: Die Wiederentdeckung regionaler und kultureller Wurzeln führt zu einer Stärkung der kulturellen Identität, die als strategisches Image zur besseren Vermarktung einer Region eingesetzt werden kann. Regionen erhalten so ihr spezifisches Flair, ihre Besonderheiten und ihre Unverwechselbarkeit. Diese regionalen Identitäten finden sich auch in vielen lokalen Produkten und Dienstleistungen wieder und stärken so die ökonomische Situation.



### WIE KÖNNTEN SOLCHE ANGEBOTE AUSSEHEN?

Gut geeignet sind Angebote im Sektor Kunst und Musik, bei denen die Touristen in direkten Austausch mit den regionalen Künstlern treten können. Für sprachinteressierte Besucher wäre es denkbar, ein Angebot zum Erlernen der dänischen Sprache auf Anfängerniveau im Austausch mit der dänischen Bevölkerung zu konzipieren. Idealerweise werden hierbei Tandem-Beziehungen etabliert: Das Erlernen einer Fremdsprache erhält so von Anfang an Praxisbezug. Durch die Interaktion mit Muttersprachlern findet gleichzeitig ein kultureller Austausch statt. Möglicherweise bietet es sich auch an, eine Sprache innerhalb eines bestimmten Themenfeldes zu lernen, das den eigenen Interessen entspricht und so einen unmittelbaren Mehrwert für die eigene Lebenswirklichkeit hat.



---

## ÖKONOMIE

Neben den kulturellen Besonderheiten einer Region können auch die wirtschaftlichen Besonderheiten ein Lernfeld bieten: Welche Wirtschaftszweige prägen den Urlaubsort? Insbesondere die Bereiche der Lebensmittelproduktion, Landwirtschaft, aber auch andere Industriezweige eignen sich für die Wissensvermittlung, sodass eine Region mit anderen Augen wahrgenommen wird.

Ein großes Interesse der Urlauber in der deutsch-dänischen Grenzregion besteht an regionalen und lokal produzierten Lebensmitteln. Daher bietet es sich an, im Zusammenhang mit dem Genuss regionaler Speisen an ökologische und ökonomische Themen anzuknüpfen und durch Bildungsangebote auf die Nahrungsmittelherstellung (z.B. nachhaltige Landwirtschaft und artgerechte Tierhaltung) einzugehen. Auch soziale Fragestellungen nach den Arbeitsbedingungen oder nach dem Verhältnis von Kosten und Nutzen können sich anschließen.

Andere Themen, die sich für die deutsch-dänische Grenzregion eignen würden, wären erneuerbare Energien (z.B. Windkraft), die

verantwortungsvolle Nutzung der natürlichen Ressourcen (z.B. in Hinblick auf Fischfang), aber auch Themen der Infrastruktur wie beispielsweise die Fehmarnbeltquerung können sich als interessante Informationsquellen anbieten.

Die Sensibilisierung für die wirtschaftliche Situation einer Region trägt zu ihrer Aufwertung bei. Unternehmen erhalten eine größere Bekanntheit und Reichweite. Die regionale Wirtschaft sowie ortsansässige Unternehmen werden gefördert. Gleichzeitig führen Bildungsangebote in diesem Sektor zu einem bewussteren Konsum, insbesondere, wenn eine Anknüpfung zu ökologischen und sozialen Themen besteht, indem die Touristen zum Nachdenken angeregt werden und durch Überlegungen das eigene Konsumverhalten hinterfragen: „Woher kommt mein Fleisch / mein Fisch?“, „Was für Arbeitsbedingungen herrschen in den Betrieben?“, „Welche Wege legen meine Produkte zurück?“

---

## GESCHICHTE

Auch geschichtliche Themen können für Touristen von großem Interesse sein. Geschichte bietet ein spannendes Lernfeld mit zahlreichen regionalen Anknüpfungsmöglichkeiten, welches das Verständnis für eine Urlaubsregion vertieft und den Blick schärft.

Erlebnisorientierte Lernmethoden bieten hier die Gelegenheit, die Vergangenheit zu entstauben und Geschichte zum Leben zu erwecken. Die Vermittlung von geschichtlichen Themen kann dabei selbstverständlich in Verbindung mit Kulturdenkmälern oder Museen geschehen. Doch auch das Erkunden der Region und die gleichzeitige Erschließung der Geschichte vor Ort bieten die Mög-

lichkeit eines tiefgreifenden und beeindruckenden Lernerlebnisses. Durch die Verknüpfung der Geschichte mit bestimmten Orten werden Emotionen geweckt, Gegenden werden mit Bedeutung aufgeladen.

Auch das Herstellen von Querverbindungen von geschichtlichen Themen zu aktuellen gesellschaftlichen, ökologischen und politischen Problemen bietet sich an. Geschichtliche Ereignisse erhalten auf diese Weise Gegenwartsbezug und geben Denkanstöße.

### PRAXIS-BEISPIEL

Ein Deichmonument mit Informationstafeln erinnert am Deich der dänischen Kommune Lolland an den historischen Wasserstand der verheerenden Sturmflut von 1872. Es werden Zusammenhänge zur aktuellen Klimasituation hergestellt, indem gezeigt wird, wie der steigende Meeresspiegel Teile der Region unbewohnbar machen könnte, sofern es erneut zu Witterungsverhältnissen wie im Jahr 1872 kommt. Das historische Ereignis erhält so Aktualität und wird mit umweltpolitischen Problemen verknüpft. Die Besucher werden zum Nachdenken angeregt.

---

## BILDUNG UND REGIONALITÄT

Alle genannten Themenfelder haben gemeinsam, dass Urlauber mehr über den Ort erfahren, an dem sie sich aufhalten. Dies hat automatisch auch positive Auswirkungen auf die Beziehung des Touristen zur Urlaubsregion: Je mehr man über einen Ort weiß, desto schöner und erhaltenswerter erscheint er dem Besucher.

Bildungsangebote führen also zu einer ganzheitlicheren Wahrnehmung des Urlaubsziels: Man behält nicht nur den Strand im Gedächtnis, sondern die ökologischen, wirtschaftlichen und kulturellen Strukturen, die den Ort prägen. Das ökologische und kulturelle Erbe erfährt eine Aufwertung und wird geschützt, die regionale Wirtschaft gestärkt.

Gleichzeitig ist jedoch zu betonen, dass nicht nur die gelungene Themenwahl und Konzeption eines Bildungsangebots wichtig ist, sondern auch die soziale Komponente einen zentralen Bestandteil eines touristischen Bildungsangebots ausmacht. Je mehr positiver Austausch mit den Gästen stattfindet, desto besonderer und unvergesslicher werden die Erlebnisse für die Touristen und desto besser bleibt die Urlaubsregion im Gedächtnis. Dieser Austausch ist jedoch nicht nur für den Touristen als Endverbraucher von Vorteil, sondern für alle involvierten Akteure, da durch das gesteigerte

touristische Interesse Wechselwirkungen in Gang gesetzt werden: Durch den Austausch und durch Gespräche mit den Beschäftigten im Bereich der Unterkünfte und Gastronomie, der Bewirtung, aber auch den Produzenten, Künstlern und schlicht den Anwohnern profitiert auch die Bevölkerung vor Ort. Das Erlebnis, dass sich Besucher für die Kultur, Geschichte und Wirtschaft eines Ortes interessieren und begeistern, führt für die lokale Bevölkerung zu einer Aufwertung: Sie sehen verstärkt das Besondere der eigenen Region und werden diese Facetten künftig selbstbewusster präsentieren.

Konzepte des ganzheitlichen Lernens, wie sie in bildungstouristischen Angeboten umgesetzt werden können, leisten nicht nur auf inhaltlicher Ebene einen Beitrag zur Nachhaltigkeit (etwa bezogen auf Umweltthemen oder soziale Themen), sondern auch in Bezug auf den lernenden Menschen selbst. Bildungsangebote tragen dazu bei, den Urlaub abzurunden, sodass der Reisende nicht nur erholt nach Hause kommt, sondern Anregungen und Motivationen erhalten hat, die über den Urlaub hinaus in den Alltag wirken. Bildungstouristische Angebote tragen daher zum ganzheitlichen und lebenslangen Lernen und damit zur Persönlichkeitsentwicklung bei.

## METHODEN UND KONZEPTION BILDUNGSTOURISTISCHER ANGEBOTE

### ANPASSUNG AN DIE ZIELGRUPPE

Natürlich steckt hinter jedem gelungenen bildungstouristischen Angebot eine Vorstellung von der Zielgruppe, für die es konzipiert wird: Nicht jede Art von Angebot ist für jede Altersgruppe oder jede soziale Gruppe geeignet. Daher sollte zunächst ein Bewusstsein dafür vorhanden sein,

welches Zielpublikum angesprochen wird und welche Inhalte und Methoden dafür angemessen sind. Das Angebot muss auf die Bedürfnisse der Lernenden ausgerichtet sein und sich an sie anpassen. Individualität ist hierbei ein entscheidender Faktor.

### ERLEBNISSE ERZEUGEN

Damit Bildungsinhalte dauerhaft im Gedächtnis bleiben, sollte jede Form von touristischer Wissensvermittlung in irgendeiner Form einen Erlebnisaspekt besitzen, indem mehrere Sinne angesprochen werden, sodass Lerninhalte nicht nur abstrakt wahrgenommen, sondern konkret erlebt und entdeckt werden.

Eine Möglichkeit, die auf jeden Fall genutzt werden sollte, ist der vorhandene Erlebnisraum, z.B. die Flora und Fauna. Damit diese wirken können, benötigen Besucher die entsprechenden Kompetenzen. Besondere Pflanzen und Tiere werden nur dann bemerkt, wenn die Besucher vorher auf deren Existenz aufmerksam gemacht werden und wissen, wonach sie Ausschau halten müssen. Eine sinnvolle Möglichkeit ist hierbei

die Installation von Aussichtsplattformen oder Ferngläsern an strategisch günstigen Stellen.

Entscheidend dafür, wie gut ein Lerninhalt aufgenommen wird, ist außerdem das passende Setting. Nicht nur für ökologische Themen, sondern auch für kulturelle Angebote oder geschichtliche Themen kann sich eine Situierung im Freien eignen. Die Landschaft und ihre Beschaffenheit lösen bestimmte Emotionen aus, sodass Lerninhalte mit den natürlichen Gegebenheiten verknüpft werden. So werden beispielsweise musikalische oder künstlerische Darbietungen, aber auch kulinarische Erfahrungen im Freien ganz anders empfunden und intensiver wahrgenommen als in geschlossenen Räumen.



### PRAXIS-BEISPIEL

Im Nationalpark Vorpommersche Boddenlandschaft kommen sog. „Ranger“ zum Einsatz, die an Plattformen Kurzvorträge halten. Die Besucher haben das nicht speziell geplant, sondern erhalten spontan die Möglichkeit, über die Gegebenheiten vor Ort informiert zu werden. Sie werden so für den Schutzstatus des Ortes sensibilisiert und ihre Naturkompetenz erhöht (sie erspähen z.B. Tiere, die sie sonst übersehen hätten), gleichzeitig wird ihr Aufenthalt im Nationalpark auf diese Weise interessanter, enthält überraschende Elemente und prägt sich ins Gedächtnis ein.

---

Eine bewährte Praxis des erlebnisorientierten Lernens ist die Methode des „Storytellings“. Hier wird ein Lerninhalt mit einer Geschichte gepaart, die rein fiktiv sein kann oder auf wahren Tatsachen beruht. Eine lebendig erzählte Geschichte weckt Neugierde und erhöht die Aufmerksamkeit. Gleichzeitig werden Anknüpfungspunkte und Assoziationen geschaffen, durch die Lerninhalte dauerhaft im Gedächtnis bleiben; abstrakte Themen werden so durch Identifikationsflächen auf eine persönliche Ebene gehoben, es entstehen emotionale Verbindungen. Neben der reinen Wissensvermittlung kann sich auch eine Diskussion und kritische Auseinandersetzung mit einem

bestimmten Thema anschließen, die gelernten Inhalte können auf aktuelle Situationen projiziert sowie Problemlösungsansätze diskutiert werden.

Alle Bildungsinhalte können durch Methoden des erlebnisbasierten Lernens auf die eine oder andere Weise unmittelbar erfahrbar gemacht werden. Sofern es möglich ist, bietet es sich an, dabei auch das eigene Entdecken und Erspüren einzubinden. Insbesondere bei naturnahen Themen kann die Wissensvermittlung mit konkreten Beobachtungs-, Sammel- oder Suchaktivitäten verbunden werden.

## PRAXIS-BEISPIEL

Zur Behandlung der Wikingerzeit bietet es sich an, dies je nach Thema anhand der Lebensgeschichte eines einzelnen Wikinger Mädchens, eines Händlers oder eines Sklaven zu tun. Die Zuhörer identifizieren sich mit den Figuren und fühlen sich ihnen emotional verbunden. Im Anschluss daran können die mit der erzählten Geschichte verbundenen Aspekte diskutiert werden, z.B. die Stellung der Frau in der Wikingerzeit, die Routen der Raub- und Handelszüge, etc.

---

## LEARNING BY DOING...

...ist ein bewährtes Mittel, um Lerninhalte dauerhaft zu vermitteln. Dabei bietet es sich an, den Teilnehmern Gelegenheit zu geben, selbst etwas herzustellen. Dies hat gleich mehrere positive Effekte: Es werden verschiedene Sinne angesprochen, wodurch das Gelernte besser im Gedächtnis bleibt. Kreative Prozesse kommen ins Rollen. Gleichzeitig – und das ist insbesondere im touristischen Kontext nicht zu unterschätzen – dient das Endprodukt als ganz besonderes und individuelles

Andenken und Souvenir des Urlaubs. Dabei spielt es keine Rolle, ob es ein selbst fotografiertes Bild, das Ergebnis einer Handarbeit oder ein Gemälde ist. Bei jedem Blick darauf wird die Erinnerung an die Lernerfahrung des Urlaubs wieder getriggert und auf diese Weise am Leben erhalten; die neugierige Nachfrage von Freunden führt dazu, dass man das Erlebnis noch mal rekapituliert und sich mit Stolz an den Schaffensprozess zurückerinnert.

## ANREIZE SCHAFFEN

Das Bildungsangebot sollte sich im Optimalfall nicht nur an die bereits an einer Thematik Interessierten richten, sondern darüber hinaus auch Interesse für andere Bereiche wecken oder versuchen, auch Besucher anzusprechen, die Bildungsangebote noch gar nicht in ihren Urlaub eingeplant hatten.

Dafür können Kombi-Angebote nützlich sein, beispielsweise durch die Kooperation zweier unterschiedlicher Bildungseinrichtungen in Form von Preispaketen oder gegenseitiger Unterstützung. Müssen die Besucher eines Museums nur einen

geringfügig höheren Preis bezahlen, um gleichzeitig auch Zugang zu einem weiteren Angebot zu erhalten, ist es deutlich wahrscheinlicher, dass dieses auch wahrgenommen wird, obwohl initial dafür vielleicht nur geringes Interesse bestand.

Eine weitere Möglichkeit, Touristen dazu zu motivieren, sich nicht nur für ein Bildungsangebot, sondern für mehrere zu entscheiden, ist es, den Besuchern die Möglichkeit zu geben, diese zu dokumentieren. Dies korrespondiert mit den gängigen Prozessen touristischer Aneignung, die sich vor allem durch das Konsumieren von Sym-

bolen auszeichnen. Bei einem herkömmlichen Urlaub geschieht dies zumeist mit dem Besuch der bekanntesten Sehenswürdigkeiten – kombiniert mit einem Foto – oder dem Erwerb von Souvenirs. Im Kontext von Bildungsangeboten werden diese Symbole allerdings mit Bildungsinhalten, Kreativität und dem Anspruch, diese selbst zu erarbeiten, kombiniert und dadurch auf eine neue Ebene gehoben. Eine Möglichkeit, dies auszunut-

zen, ist es, typische touristische Anlaufstellen, z.B. Sehenswürdigkeiten, mit bestimmten Aufgaben zu kombinieren, beispielsweise mit einem auszufüllenden Sammelalbum, dem Auftrag, eine Foto-strecke an bestimmten Orten zu erstellen oder einem Quiz, das die Besucher zu verschiedenen Orten führt und sie dazu anregt, sich vor Ort über bestimmte Themen zu informieren.

## PRAXIS-BEISPIEL

Vor den vielen kleinen Kirchen auf der schwedischen Insel Gotland sind Stationen installiert, an denen ein Stempel befestigt ist, der die jeweilige Kirche abbildet. Der Besucher erhält zu Beginn seiner Reise ein kleines Buch und eine Landkarte, auf der alle Kirchen verzeichnet sind. Das Buch kann er mit den Stempeln ausfüllen. Auf diese Weise wird er dazu angeregt, es nicht bei dem Besuch einer einzigen Kirche zu belassen, sondern auch noch weitere Kirchen zu besuchen. Das Buch und die Landkarte dienen gleichzeitig als Souvenir, das mit ganz persönlichen Erinnerungen besetzt ist.



## AUSNUTZEN VORHANDENER POTENZIALE

Auch bei der Konzeption von Bildungsangeboten in der deutsch-dänischen Grenzregion sollte darauf geachtet werden, Schwerpunkte primär dort zu setzen, wo die regionalen Potenziale liegen. Eine authentische Wirkung und die Stärkung des Images einer Region durch Bildungstourismus kann nur dann gelingen, wenn die vorhandenen Stärken genutzt werden und nicht versucht wird, Erfolgsrezepte von außerhalb blind zu kopieren.

Mit anderen Worten: Was macht diese Region zu etwas besonderem? Was sind die speziellen Kennzeichen dieser Region? Weshalb kommen Touristen hierher? Was für eine Region eine gute und vielversprechende Vermarktungsstrategie ist, muss es für eine andere nicht unbedingt sein.

Die Tourismuszentrale Holsteinische Schweiz bietet die Naturkundetour „Hochsitz statt Tiefschlaf“ für Familien an. Begleitet von einem erfahrenen Jäger wird die einheimische Fauna in den Abendstunden erkundet. Vom Hochsitz aus können Wildtiere beobachtet werden, im Wald werden Spuren gelesen und man lernt, Tiere anhand ihrer Geräusche zu identifizieren. Kinder bekommen die Gelegenheit, durch Hören, Sehen und Erspüren ihre Umgebung zu erkunden und erfahren auf diese Weise, wie spannend die Natur sein kann, selbst wenn man sich nicht an exotischen Orten befindet. Der direkte Kontakt mit dem Jäger verstärkt den regionalen Bezug durch soziale Interaktion.

## MIX & MATCH

Besonders innovativ und unvergesslich wird ein Bildungsangebot dann, wenn nicht nur eine der möglichen Strategien Anwendung findet, sondern innerhalb eines Angebots verschiedene Faktoren miteinander kombiniert werden. Dies kann sowohl auf methodischer als auch auf inhaltlicher Ebene geschehen.

So können Angebote, die primär auf das Erleben von Natur ausgelegt sind, um soziale oder kulturelle Komponenten erweitert werden, beispielsweise durch Erzählungen der einheimischen Bevölkerung, den Austausch durch Diskussionen oder ein zum Naturerleben passendes, kulinarisches Angebot. Eine Bildungsinitiative, bei der es um regionale Küche und Höfe geht, kann mit

geschichtlichen Faktoren untermalt werden. Begegnungen mit dem landwirtschaftlichen Personal, eine Besichtigung eines Hofes und die Begegnung mit Tieren schärfen dabei das Bewusstsein für soziale und ökologische Aspekte.

Solch eine Kombination verschiedener Themen und Vermittlungsmethoden hat verschiedene positive Effekte: Sie dient der Vernetzung verschiedener Branchen und Unternehmen. Regionale Identitäten werden in Bildungskontexte eingebunden. Je mehr verschiedene Wahrnehmungsebenen der Besucher angesprochen werden, desto eindringlicher wird das Bildungserlebnis.

Auf dem Gutshof Frederiksdal auf der süddänischen Insel Lolland wird Wein aus Sauerkirschen produziert. Besucher können Führungen durch das Gut und die Obstgärten machen und erfahren dabei etwas über den Herstellungsprozess des Weins sowie die Geschichte des Gutshofes. Außerdem können sie bei der Kirschernte dabei sein und im Anschluss selbst Sauerkirschen von den Bäumen pflücken. Es gibt auch Kostproben. Dieses Angebot zeigt, wie Lernen in der freien Natur mit allen Sinnen erfahren werden kann, durch Zuschauen, Zuhören, Hands-on learning sowie Geruchs- und Geschmackserlebnisse. Außerdem gibt es zahlreiche Gelegenheiten zu sozialer Interaktion mit den Verantwortlichen des Gutshofs.



---

## HEIMVOLKSHOCHSCHULEN ALS ORTE DES BILDUNGSTOURISMUS

Als Institutionen, die das non-formale und lebenslange Lernen schon längst etabliert haben, bieten sich die dänischen und norddeutschen Heimvolkshochschulen für bildungstouristische Angebote in besonderer Weise an.

Konzepte des erlebnisorientierten Lernens, bei denen die sinnliche Wahrnehmung im Mittelpunkt steht, ebenso wie das soziale Miteinander unter den Kursteilnehmern und Lehrpersonen werden hier schon lange umgesetzt. Gleichzeitig beruht die Teilnahme an Heimvolkshochschulkursen auf Freiwilligkeit und findet in der Regel in der Freizeit statt, was gute Voraussetzungen für Bildungsangebote schafft, die im Urlaub stattfinden sollen.

Heimvolkshochschulen spiegeln in besonderer Weise Regionalität und Authentizität wider. Auch der Nachhaltigkeitsgedanke spielt im Konzept vieler Heimvolkshochschulen bereits eine Rolle. Gerade weil ihr Fokus nicht ausdrücklich auf dem Tourismus liegt, fungieren sie als touristisch weitgehend ungefilterte Orte und haben somit ein anderes Flair als Hotels oder Pensionen. Sie sind in besonderem Maße mit der Kultur der Region verknüpft. Gleichzeitig bieten sie Unter-

kunft und Verpflegung, ohne jedoch Hotelcharakter zu haben, und eine friedliche, naturnahe Umgebung, die sich für Bildung in besonderem Maße eignet. Wenn das „Drumherum“, also die Beherbergung, das Essen und die Atmosphäre stimmt, wird eine Lernatmosphäre geschaffen, innerhalb derer auch schwierige gesellschaftliche, politische oder ökologische Themen besprochen werden können, ohne dass der Aufenthalt dadurch negativ im Gedächtnis bleibt.

Das Potenzial der Heimvolkshochschulen liegt darin, ein Angebot zu etablieren, das für Touristen interessant ist und damit eine reizvolle Alternative oder Ergänzung zu einem herkömmlichen Urlaub darstellt. Hier werden also nicht primär touristische Angebote mit Bildungsaspekten angereichert, sondern Bildungsangebote werden um eine touristische Perspektive erweitert. So können Kurse mit Fokus auf geschichtlichen, kulturellen oder politischen Themen, die für eine Region prägend sind, mit Exkursionen zu den relevanten Orten kombiniert werden. Auch die Zusammenarbeit mit anderen lokalen Betrieben (z.B. Höfen, Kultureinrichtungen) bietet sich an. Je nach Thema sind auch Verknüpfungen mit handwerklichen oder künstlerischen Erfahrungen mög-

---

lich. Dies hat den Nebeneffekt, dass der Besucher selbst sein eigenes, ganz persönliches Andenken an den Kurs fertigt, das er mit nach Hause nehmen kann. Durch ihre speziellen Voraussetzungen bieten Heimvolkshochschulen die Möglichkeit, Themenkomplexe aus verschiedenen Perspektiven zu beleuchten.

Aufenthalte an Heimvolkshochschulen können auch Räume für interkulturelle Begegnungen

zwischen Dänemark und Deutschland schaffen: Lernen bleibt dabei kein individueller Vorgang, sondern wird ein Prozess der Gemeinschaft, der primär im Austausch geschieht. Hier ergibt sich die Gelegenheit einer Begegnung, die frei von jenen Klischees und Stereotypen ist, die so häufig einen herkömmlichen Urlaub und die Erwartungshaltung daran prägen. Kultur wird authentisch und ohne die touristische Brille wahrgenommen.

### WIE KÖNNTEN SOLCHE ANGEBOTE AUSSEHEN?

#### SZENARIO 1:

Bei einem mehrtägigen Kurs zum Thema Singvögel werden theoriebasierte Ansätze (z.B. ökologische Aspekte) mit Exkursionen in die Natur verbunden. Die Teilnehmer lernen Vogelstimmen, die sie danach direkt in der Natur wiedererkennen. Sie erhalten Gelegenheit zur Vogelbeobachtung, evtl. kombiniert mit kreativen Möglichkeiten wie Fotografie. Als handwerkliches Element stellen die Teilnehmenden ihre eigenen Vogelfutterstationen oder Brutkästen her, die sie als Souvenir mit nach Hause nehmen und in ihrem eigenen Garten aufbauen können. Die Teilnehmenden werden für ökologische Probleme wie das Artensterben sensibilisiert, haben aber gleichzeitig das positive Erlebnis, aktiv zum Schutz der Singvögel beizutragen.



#### SZENARIO 2:

Bei einem einwöchigen Sprachkurs nahe der deutsch-dänischen Grenze begegnen sich Deutsch- und Dänischlernende auf Augenhöhe. Das Sprachenlernen geschieht auf Basis kultureller Themen wie Essen, Musik und Lifestyle, stets mit Praxisbezug wie dem gemeinsamen Kochen oder Musizieren. Die Teilnehmenden lernen sowohl die Sprache als auch die Kultur direkt voneinander. Abendliche Freizeitaktivitäten sowie Ausflüge geben Gelegenheit, Freundschaften zu schließen und die Kultur des Nachbarlandes ungefiltert wahrzunehmen.

## FAZIT: WIE KÖNNEN TOURISTISCHE BILDUNGSANGEBOTE ZUM NACHHALTIGEN TOURISMUS BEITRAGEN?

Global betrachtet führt der überbordende Tourismus zu einer Ressourcenknappheit, sodass Tourismus in der Größenordnung des letzten Jahrzehnts nicht möglich ist, ohne die Urlaubsregionen auszubeuten und unwiderruflich zu schädigen. Ansätze der Nachhaltigkeit sind für den Tourismus der Zukunft zweifelsfrei wichtig und notwendig. Angesichts der enorm hohen Anzahl von Urlaubern und der schnellen medialen Vermarktung bestimmter Regionen muss jedoch darauf hingewiesen werden, dass auch der nachhaltige Tourismus durch Touristenmassen an seine Grenzen stoßen wird. Es muss daher das Konzept des Urlaubs und Tourismus an sich neu definiert werden.

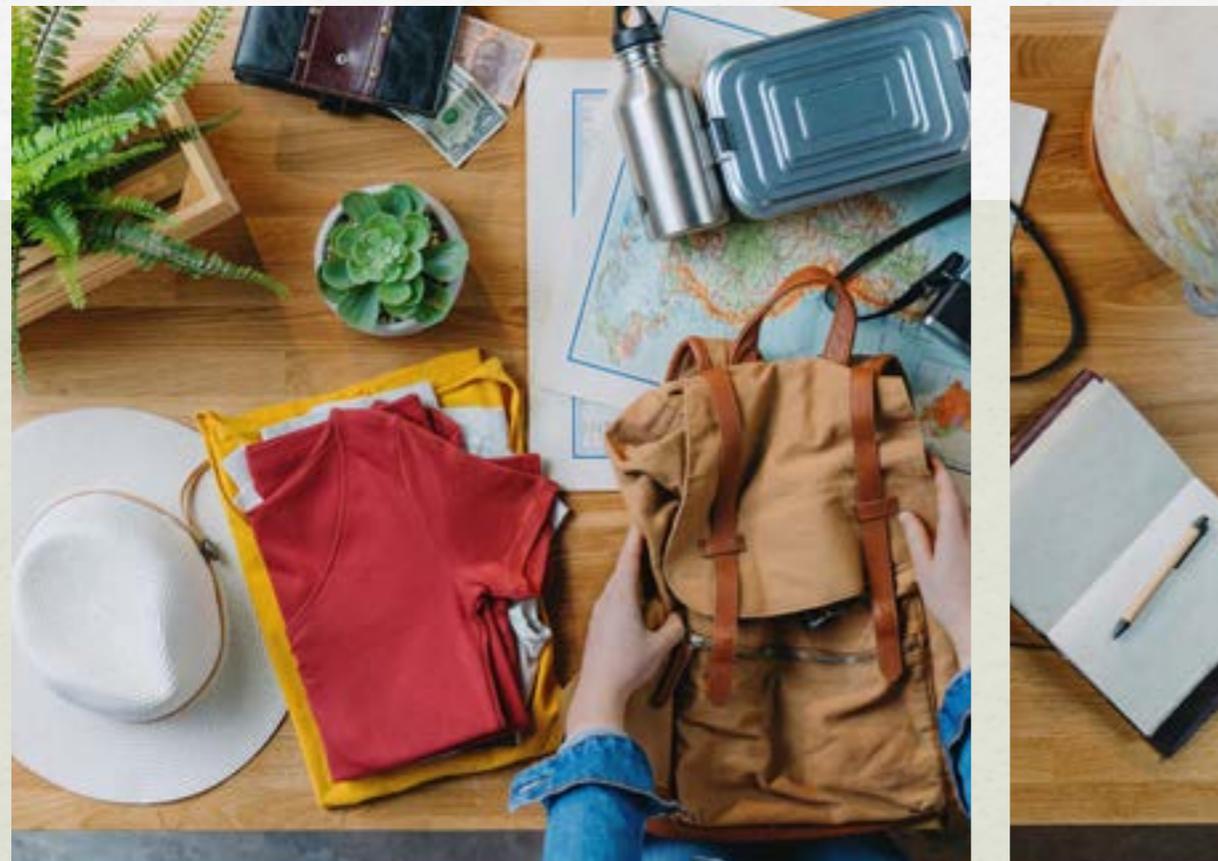
Jede Form nachhaltiger Tourismusedwicklung ist von den wichtigen Faktoren der Information und Bildung abhängig: Sowohl die Touristen als Endverbraucher, als auch die Mitarbeitenden in der Tourismusbranche müssen für Themen der Nachhaltigkeit sensibilisiert werden, damit Impulse geschaffen werden, Veränderungen hin zu einem verantwortungsbewussten Umgang mit natürlichen und menschlichen Ressourcen anzustre-

ben und durchzuführen. Bildungsangebote bieten dabei die Möglichkeit, Informationen zur Gegend, ihrer Natur, Ökonomie und Kultur auf unaufdringliche Weise auch während des Urlaubs zu vermitteln. Dabei bleiben erlebnisorientierte Angebote ein besonders tiefgreifendes Lernerlebnis, da das Lernen nicht nur auf kognitiver Ebene stattfindet, sondern mit allen Sinnen erlebt werden kann.

Gleichzeitig sind Bildungsangebote gut dafür geeignet, im Sinne eines Lernens als Teil der Persönlichkeitsentwicklung Denkprozesse anzustoßen. Menschen müssen häufig erst lernen, bestimmte Fragen zu stellen oder ihre eigene touristische Rolle kritisch zu betrachten: Wo kommen meine Lebensmittel her? Wie sind die Arbeitsbedingungen der Leute, die hier leben und für mich arbeiten? Wie beeinflusst mein Verhalten (Transportmittel, Konsum, Freizeitaktivitäten in der Natur) die Gegend, in der ich Urlaub mache? Im Optimalfall wird im Urlaub Erlerntes auch danach auf den Alltag übertragen. Der Urlaub wird so zu einer ganzheitlichen Erfahrung, die nicht mit dem Ende des Urlaubs abgeschlossen ist, sondern weiterwirkt.

Auf diese Weise gestaltet, wird Urlaub nicht mehr nur als „Auszug aus dem Alltag“ verstanden, sondern als Wiedergewinnung der Wirklichkeit. So bietet sich die Freiheit im Urlaub dazu an, Alltags-

probleme neu anzugehen, sodass Urlaub und Alltag als eine neue Ganzheit aufgefasst werden und der Mensch gestärkt und motiviert als „neues, besseres Ich“ aus dem Urlaub hervorgeht.



## WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN UND KONTAKTE

Mehr Informationen gefällig?

Eine ausführlichere Version dieser Studie ist bei Kontaktaufnahme mit [f.gross@akademie-am-see.net](mailto:f.gross@akademie-am-see.net) erhältlich.

Informationen zum Projekt TOUR-BO finden Sie unter [www.tour-bo.eu](http://www.tour-bo.eu).

### PROJEKTPARTNER



### IMPRESSUM

Autorin: Franziska Groß

Interviews mit Experten aus dem Bereich Tourismus und Bildung durchgeführt von Franziska Groß und Christian Löwenstrom

Organisation: akademie am see. Koppelsberg

Projekt: TOUR-BO Tourism Cross-Border

Arbeitspakte 5 – Aktivitätsgruppe 5.1

Jahr: 2020/2021

Auflage: 1. Auflage

Layout und Druck: exklusivMARKETING | marketing.sh



## LITERATUR

### **Baptista, Sonia Caroline / Hansen, Michael (2008):**

Tourismus im südlichen Jütland – Entwicklung, Ziele und Handlungsbedarfe. In: Rohr, Götz von (Hg.): Nachhaltiger Tourismus an Nord- und Ostsee Steuerungsnotwendigkeiten und -möglichkeiten der Landes- und Regionalplanung. Hannover, S. 52-60.

### **Bleher, Daniel et al. (2016):**

Analyse des Status Quo der Integration von Umweltschutzaspekten in Tourismus und Freizeitgestaltung zur Identifikation von Ansatzpunkten zur Stärkung von Umweltschutzaspekten in diesen Politikfeldern. Darmstadt. [https://www.bmu.de/fileadmin/Daten\\_BMU/Pool/Forschungsdatenbank/fkz\\_um15\\_16\\_184\\_fragen\\_des\\_umweltschutzes\\_bf.pdf](https://www.bmu.de/fileadmin/Daten_BMU/Pool/Forschungsdatenbank/fkz_um15_16_184_fragen_des_umweltschutzes_bf.pdf)

### **Braun, Florian (2006):**

Erfolgsfaktoren betreuter landschaftsgebundener Tourismusangebote – untersucht am Beispiel Nationalpark-Vorfeldregion Hohe Tauern Salzburg. Diplomarbeit an der Universität für Bodenkultur, Wien.

### **Brinkmann, Dieter (2002):**

Bildung als selbstgesteuertes Lernen in Erlebniswelten. In: Nahrstedt, Wolfgang et al. (Hgg.): Lernen in Erlebniswelten. Perspektiven für Politik, Management und Wissenschaft. Fachtagung 4. und 5. Dezember, Hannover, Congress Centrum. Bielefeld.

### **BTE (2016):**

Der Markt für Naturtourismus in Deutschland. Berlin. [https://naturerlebnis-deutschland.de/wp-content/uploads/2017/03/ITB-Infografik-Naturtourismus-2017\\_final.pdf](https://naturerlebnis-deutschland.de/wp-content/uploads/2017/03/ITB-Infografik-Naturtourismus-2017_final.pdf)

### **Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (2013):**

Das Reiseverhalten der Deutschen im Inland. Frankfurt/Main. [https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Studien/studie-zum-inlandsreiseverhalten.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=3](https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Studien/studie-zum-inlandsreiseverhalten.pdf?__blob=publicationFile&v=3)

### **DOSB (2011):**

Informationsdienst - Sport schützt Umwelt. Schwerpunkt: Sport und Nachhaltigkeit. Nr. 101. [https://cdn.dosb.de/alter\\_Datenbestand/fm-dosb/arbeitsfelder/umwelt-sportstaetten/Informationsdienst/Infodienst\\_SSU\\_Nr101\\_Web.pdf](https://cdn.dosb.de/alter_Datenbestand/fm-dosb/arbeitsfelder/umwelt-sportstaetten/Informationsdienst/Infodienst_SSU_Nr101_Web.pdf)

### **Enengel, Barbara (2007):**

Ausflugs- und Bildungstourismus als Beitrag zu einer integrierten nachhaltigen Regionalentwicklung – eine Portfolio-Analyse internationaler Angebote und deren Übertragbarkeit auf den Naturpark Obst-Hügel-Land. Wien.

### **European Commission (2014):**

Preferences of Europeans towards Tourism. [https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/flash/fl\\_392\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/flash/fl_392_en.pdf)

### **Fischer, Mario (2011):**

Erlebnis und Transfer in der Erlebnispädagogik. Lerngelegenheiten für Jugendliche. Klagenfurt.

### **Frederiksdal Vineriet:**

<https://frederiksdal.com/dk/events/rundvisning-i-vineriet-pa-frederiksdal>

### **Gilsdorf, Rüdiger (2004a):**

Abenteuer in der Schule? In: Ders. / Volkert, Kathi (Hgg.): Abenteuer Schule. Augsburg, S. 13-23.

### **Gilsdorf, Rüdiger (2004b):**

Aufbruch ins Ungewisse. Grundzüge eines erlebnispädagogischen Konzepts. In: Ders. / Volkert, Kathi (Hgg.): Abenteuer Schule. Augsburg, S. 24-65.

### **Harms, Tim (2021):**

Erlebnissen im Tourismus. Von punktuellen Erlebnissen zu touristischen Erfahrungen am Beispiel des Naturtourismus im Nationalpark Vorpommersche Boddenlandschaft. Trier.

### **Heckmair, Bernd / Michl, Werner (2008):**

Erleben und Lernen. Einführung in die Erlebnispädagogik. München.

### **Homp, Catrin (2008):**

Allgemeine Trends im touristischen Angebot am Beispiel von Schleswig-Holstein. In: Rohr, Götz von (Hg.): Nachhaltiger Tourismus an Nord- und Ostsee Steuerungsnotwendigkeiten und -möglichkeiten der Landes- und Regionalplanung. Hannover, S. 28-40.

### **Kagermeier, Andreas (2016):**

Tourismusgeographie. München.

### **Mandel, Birgit (2012):**

Tourismus und Kulturelle Bildung. Potentiale, Voraussetzungen, Praxisbeispiele und empirische Erkenntnisse. München.

### **Michels, Harald (2002):**

Grenzen und Möglichkeiten erlebnisorientierten Lernens in Freizeitsituationen. In: Spektrum Freizeit 24.2, S. 33-39.

### **Moscardo, Gianna (2010):**

The Shaping of the Tourist Experience: The Importance of Stories and Themes. In: Morgan, Michael / Lugosi, Peter / Ritchie, J. R. Brent (Hgg.): The Tourism and Leisure Experience. Consumer and Managerial Perspectives. Bristol / Buffalo / Toronto, S. 43-58.

### **Mossberg, Lena (2007):**

A marketing approach to the tourist experience. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 7.1, S. 59-74.

### **Nahrstedt, Wolfgang (1991):**

Von der Erlebnispädagogik zur Reisepädagogik. Defizite pädagogischer Tourismusforschung. In: Freizeitpädagogik 13.2, S. 106-120.

### **NIT Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH (2011):**

Vestkystturisme – Tourismus an der Nordseeküste. Primärmarktforschung. Gästebefragung 2011. Ergebnisbericht. Durchgeführt von Dr. Dirk Schmücker. Kiel.

### **Pufé, Iris (2017):**

Nachhaltigkeit. Konstanz/München.

### **Revermann, Christoph / Petermann, Thomas (2003):**

Tourismus in Großschutzgebieten – Impulse für eine nachhaltige Regionalentwicklung. Berlin.

### **Rohr, Götz von (2008):**

Trends im touristischen Nachfrageverhalten in ihrer Bedeutung für die Nord- und Ostseeküste. In: Ders. (Hg.): Nachhaltiger Tourismus an Nord- und Ostsee Steuerungsnotwendigkeiten und -möglichkeiten der Landes- und Regionalplanung. Hannover, S. 16-27.

### **Roth, Ralf-Dieter et al. (2004):**

Konzeption zur Entwicklung des Schneesports und des Wintersporttourismus in Baden-Württemberg. Forschungsbericht Wirtschaftsministerium und Ministerium für Umwelt und Verkehr Baden-Württemberg.

### **Schermer, Markus (2006):**

Endogene und neo-endogene Regionalentwicklung. Skriptum zum „Projekt: Ökologische Landwirtschaft und regionale Entwicklung“. Universität für Bodenkultur, Wien.

### **Schmied, Martin et al. (2009):**

Traumziel Nachhaltigkeit. Innovative Vermarktungskonzepte nachhaltiger Tourismusangebote für den Massenmarkt. Heidelberg.

### **Schmücker, Dirk et al. (2019):**

Nachhaltige Urlaubsreisen: Bewusstseins- und Nachfrageentwicklung Grundlagenstudie auf Basis von Daten der Reiseanalyse. [https://www.bmu.de/fileadmin/Daten\\_BMU/Pool/Forschungsdatenbank/fkz\\_um18\\_16\\_502\\_nachhaltigkeit\\_reiseanalyse\\_2019\\_bf.pdf](https://www.bmu.de/fileadmin/Daten_BMU/Pool/Forschungsdatenbank/fkz_um18_16_502_nachhaltigkeit_reiseanalyse_2019_bf.pdf)

### **Handelsblatt vom 30.06.2020:**

Deutschland bleibt zu Hause – Tourismusbranche drohen massive Umsatzeinbrüche. Von Christoph Schlautmann. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/dienstleister/coronakrise-deutschland-bleibt-zu-hause-tourismusbranche-drohen-massive-umsatzeinbrueche/25960736.html?ticket=ST-3986914-lcSZXP6umxRfTOOHZ2rw-ap4>

### **Schober, Reinhard (1993):**

(Urlaubs-)Erleben, (Urlaubs-)Erlebnis. In: Hahn, Heinz / Kagelmann, Hans-Jürgen (Hgg.): Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie. München. S. 137-140.

### **Schulz, Werner F. (Hrsg.) (2001):**

Lexikon nachhaltiges Wirtschaften. München / Wien.

### **Simandi, Szilvia (2015):**

Lebenslanges Lernen im Dienst der nachhaltigen Entwicklung. In: Tamášová, Viola / Juhász, Erika / Sári, Mihály (Hgg.): Innovation und Erneuerung im Bereich der Erwachsenenbildung in Mitteleuropa. Dubnica nad Váhom, S. 200-208.

### **Stappen, Ralf Klemens (2006):**

A Sustainable World is Possible – Der Wise Consensus: Problemlösungen für das 21. Jahrhundert. Impulsdokument Manuskript 1.2. Eichstätt.

### **Strasdas, Wolfgang et al. (2020):**

Die Corona-Krise und ihre Implikationen für die nachhaltige Entwicklung des Tourismus. Eberswalde / Stuttgart / Hamburg. <https://www.futouris.org/aktuelles/befragung-zeigt-hohe-nachhaltigkeitsorientierung-im-tourismus-auch-nach-corona-krise/>

### **TOUR-BO. Tourism Cross-Border.**

<https://www.tour-bo.eu/2020/11/25/neue-touristenattraktion-auf-lolland-setzt-schwerpunkt-auf-nachhaltige-entwicklung/>

### **Tourismusverband Schleswig-Holstein e.V. (2006):**

Service Ratgeber – Schritte zur perfekten Gästezufriedenheit. Kiel. [https://www.tvsh.de/fileadmin/content/Qualitaet/2014\\_Service\\_Ratgeber\\_korrigiert.pdf](https://www.tvsh.de/fileadmin/content/Qualitaet/2014_Service_Ratgeber_korrigiert.pdf)

### **TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH:**

Leitfaden Naturtourismus (2008): Hg. v. Ministerium für Wirtschaft des Landes Brandenburg und Ministerium für ländliche Entwicklung, Umwelt und Verbraucherschutz. [https://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/fileadmin/user\\_upload/Bilder\\_Dokumente/Clustermanagement/Naturtourismus/Leitfaden\\_Naturtourismus\\_Brandenburg.pdf](https://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/fileadmin/user_upload/Bilder_Dokumente/Clustermanagement/Naturtourismus/Leitfaden_Naturtourismus_Brandenburg.pdf)  
**Tourismuszentrale Holsteinische Schweiz:** Hochsitz statt Tiefschlaf. <https://www.holsteinischeschweiz.de/ploen-hochsitz>

### **VisitDenmark/Danske Destinationer/Dansk Kyst-og Naturturisme (2020):**

Analyse af danske turisternes adfærd og præferencer i højsæsonen 2020. <https://www.visitdenmark.dk/sites/visitdenmark.com/files/2020-10/Analyse%20af%20danske%20turisternes%20adf%C3%A6rd%20og%20pr%C3%A6ferencer%20i%20h%C3%B8js%C3%A6sonen%202020.pdf>

### **Wohlers, Lars (2009):**

Informelle Umweltbildung in Urlaub und Freizeit. In: Brodowski, Michael et al. (Hgg.): Informelles Lernen und Bildung für eine nachhaltige Entwicklung. Beiträge aus Theorie und Praxis. Opladen / Farmington Hills, S. 122-128.

### **Ziegenspeck, Jörg (1996):**

Erlebnispädagogik – Entwicklungen und Trends. In: Spektrum Freizeit 18.1, S. 51 – 58.

Dieses Projekt wird gefördert durch den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung.

