

## Urlaub jenseits des Seniorentellers. Beschäftigungschancen durch integrierte Angebotsentwicklung im Senientourismus

Daß die Gruppe der Senioren für die Volkswirtschaft von immer höherer Bedeutung wird, ist längst kein Geheimnis mehr. Sinkende Geburtenraten und eine steigende Lebenserwartung führen dazu, daß der Anteil älterer Menschen an der Gesamtbevölkerung in den letzten Jahren kontinuierlich zunahm und sich diese Entwicklung auch zukünftig fortsetzen wird. In 1995 betrug der Anteil der über 60jährigen 21%. Einhellig gehen Prognosen davon aus, daß im Jahre 2030 ca. ein Drittel der bundesrepublikanischen Bevölkerung dieses Lebensjahr überschritten haben wird (Enquete Kommission, 1998). Die daraus ableitbaren veränderten Anforderungen an Produktgestaltung und Dienstleistungen werden vielfältigster Natur sein.

Auch die Tourismuswirtschaft wird zusehends mit der Herausforderung konfrontiert, ihre Angebote an die sich verändernde Alterspyramide anzupassen. Zwar gibt es seit längerer Zeit Reiseanbieter, die sich auf Senioren als Zielgruppe spezialisiert haben, jedoch handelt es sich dabei im wesentlichen um kleinere Nischenanbieter. Bei den Fremdenverkehrsverbänden wird der Seniorenmarkt bislang noch kaum speziell umworben. „Klare Konzepte, wie diese Zielgruppe verstärkt für Reisen in Deutschland gewonnen werden könnte, liegen bisher nicht vor,“ (Deutscher Hotel- und Gaststättenverband, 1997).

Mit der Entwicklung und Erprobung neuer Reiseangebote im Seniorenmarkt beschäftigt sich das im Teutoburger Wald angesiedelte IAT-Projekt „Tourismus in einer alternden Gesellschaft,“. Der zentrale Ansatz ist die Sicherung bestehender bzw. die Schaffung neuer Beschäftigungsfelder durch eine bedarfsorientiertere Gestaltung von Urlaubsangeboten für ältere Menschen, indem auch die Nachfrageseite bereits in den Entwicklungsprozess von neuen Tourismusangeboten miteinbezogen wird.

Der Auswahl Teutoburger Wald als prototypische Destination lag die Ausgangsüberlegung zugrunde, daß die Region trotz des bereits geschilderten Übernachtungseinbruchs über langjährige Erfahrungen und Know-how im Umgang mit älteren Urlaubsreisenden und zumindest zum Teil über Unterstützungsinfrastrukturen verfügt, die auch das Reisen von gesundheitlich eingeschränkten Senioren erlaubt. Allerdings wird die zukünftige Attraktivität des Teutoburger Waldes davon abhängen, inwieweit es der Region gelingen wird, frühzeitig auf veränderte Anforderungen zu reagieren bzw. eigene Initiativen zu ergreifen. Aufgrund der jahrzehntelangen Tradition als Kurregion und den damit verbundenen Kapazitätsauslastungen, die sich quasi von alleine einstellten, fällt es vielen Anbietern schwer, sich auf ein aktives Kundenmanagement einzulassen.

## **1 Beschäftigungsrelevanz des Tourismus**

Die vom Tourismus ausgehenden Beschäftigungswirkungen werden häufig vernachlässigt, da Deutschland im Bewußtsein vieler Menschen nicht als klassisches Urlaubsland etabliert ist. Um so überraschender mag es dagegen erscheinen, daß ca. 2 Mio. Arbeitnehmer, davon 1,3 Mio. Vollzeitbeschäftigte, im Tourismussegment beschäftigt sind (Deutscher Fremdenverkehrsverband, 1998). Bei dieser Zahl handelt es sich lediglich um die vom Tourismus direkt abhängigen Beschäftigten (u.a. Beherbergung, Gastronomie, Reiseveranstalter, fremdenverkehrsrelevante Verbände, Messen und Tagungen). Würde man die indirekten Wirkungen durch vor- und nachgelagerte Branchen und deren partielle Abhängigkeiten zur Tourismusbranche noch hinzuziehen (u.a. Transportunternehmen, Einzelhandel, Unterhaltungs- und Sportangebote), so geht das Beschäftigungsvolumen weit über die 2 Millionen-Grenze hinaus.

Unbestritten ist, daß trotz des großen Beschäftigungsvolumens der überwiegende Teil der Bevölkerung ihren Urlaub im Ausland verbringt. So wies die Außenhandelsstatistik im Dienstleistungsbereich ein Negativsaldo von 53,7 Mrd. DM in 1998 aus (Deutsche Bundesbank, 1999). Allerdings zeigen kohortenspezifische Auswertungen mit steigendem Alter eine zunehmende Präferenz für Inlandsurlaube. Während in den jüngeren Altersgruppen der Anteil sämtlicher innerdeutscher Urlaubsreisen in 1997 zwischen 20% (14-29 Jahre) und 30% (40-59 Jahre) lag, verbrachten immerhin 46% der über 60jährigen ihren Urlaub im eigenen Lande (Gruner & Jahr, 1999). Zudem war diese Kohorte die einzige

demographische Gruppe mit einem Anstieg der Reiseaktivitäten. Mittlerweile ist jeder dritte Urlauber im Rentenalter.

Negative Auswirkungen auf ein bestimmtes Segment der Tourismuswirtschaft, dem Heil- und Kurbäderbereich, hatte die Gesundheitsreform von 1996. Die Einschränkungen in der Kurgesetzgebung führten in 1997 zu einem Übernachtungsrückgang von 26,2%. Betroffen von dieser Entwicklung waren nicht allein die Kurkliniken als traditionelle Kuranbieter. Auch die Hotellerie mußte Einbußen verzeichnen, da analog zum Rückgang der Kurenden auch die Anzahl der privat untergebrachten Begleitpersonen (z. B. Angehörige) rückläufig waren. So beziffert der Deutsche Bäderverband einen bundesweiten, kausalen Arbeitsplatzverlust allein in 1997 von unmittelbar 30.000 Beschäftigten (Kur- und Rehabilitationskliniken) sowie weiterer 80.000 mittelbar betroffener Arbeitnehmer (Hotellerie, Gastronomie, Einzelhandel) (Handelsblatt v. 9.3.1998).

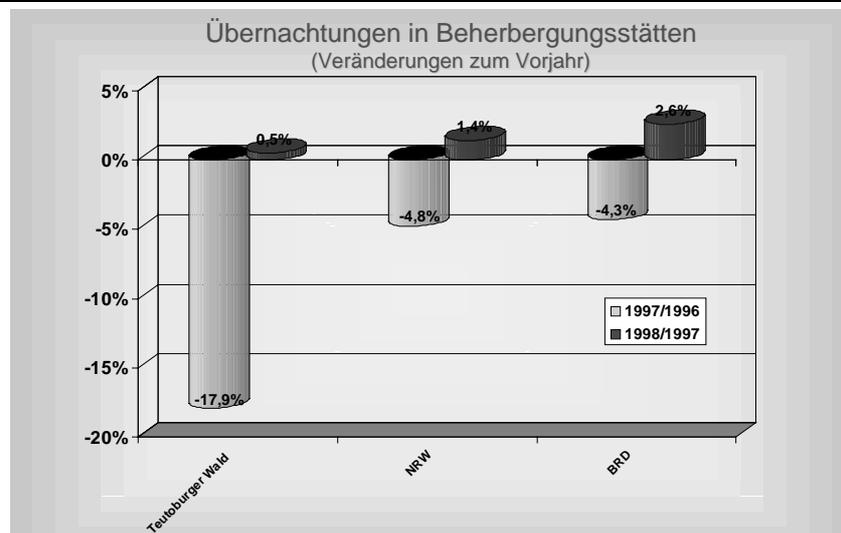
Auch die Region Teutoburger Wald, geprägt durch die Vielzahl von Heil- und Kurorten, blieb von dieser Entwicklung nicht verschont. So hatte die Region im Bundes- und Landesvergleich von 1996 auf 1997 einen außergewöhnlich hohen Rückgang an Übernachtungen von 17,9% zu verzeichnen, der sich im darauffolgenden Jahr nur leicht erholte (Abb. 1). Die rückläufigen Umsätze blieben natürlich nicht ohne Wirkung auf den Arbeitsmarkt. Im Klinikbereich verloren zwischen 1995 und 1998 8% der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ihren Job.<sup>1</sup> Die Auswirkungen auf das Unterbringungs- und Gastronomiegewerbe waren dagegen nicht so stark, obwohl auch hier ein Beschäftigungsverlust im gleichen Zeitraum von 2,4% zu beobachten war. Schwer abzuschätzen sind die Beschäftigungseffekte für geringfügig beschäftigte Arbeitnehmer, die gerade im Hotellerie- und Gastronomiegewerbe von nicht unerheblicher quantitativer Relevanz sind.

---

<sup>1</sup> Die Daten basieren auf den Arbeitsmarktstatistiken der Arbeitsämter Bielefeld, Detmold, Paderborn und Herford.

**Abb. 1:** Übernachtungen in Beherbergungsstätten

Tourismus in einer alternden Gesellschaft



QUELLE: LDS

## 2 Reiseverhalten von Senioren

Ob der hohe Anteil der über 60jährigen, die ihren Urlaub in Deutschland verbringen, auch zukünftig Bestand haben wird, muß jedoch mit einem Fragezeichen versehen werden. Vielmehr zeigen Analysen, daß ein enger Zusammenhang zwischen einer innerdeutschen Reisepreferenz und dem verfügbaren Einkommen sowie der Schulbildung besteht, wobei zwischen den beiden letztgenannten Merkmalen natürlich ebenfalls eine starke Korrelation feststellbar ist. Mit geringerem Einkommen steigt der Anteil der Inlandsreisen, da Auslandsreisen in der Regel teurer sind. Zudem setzen Auslandsreisen gerade im höheren Alter eine größere Reiseerfahrung voraus, welche ebenfalls mit Bildung und Einkommen korrespondiert (Gruner & Jahr, 1999). Betrachten wir auf der anderen Seite, daß immer mehr ältere Menschen über eben diese Auslandserfahrung verfügen, und daß insbesondere die zur Zeit ins sogenannte Rentenalter überwechselnde Generation im Durchschnitt materiell gut ausgestattet ist, so steht zu erwarten, daß auch in den älteren Kohorten die Entwicklung in Richtung einer verstärkten Auslandsreiseaktivität zunehmen wird.

Dieser sozioökonomischen Betrachtungsweise stehen jedoch Befunde entgegen, die Grund für eine optimistischere Einschätzung der deutschen Tourismusbranche geben. So existiert ein großes Potential von Seniorinnen und Senioren, denen bislang noch keine adäquaten

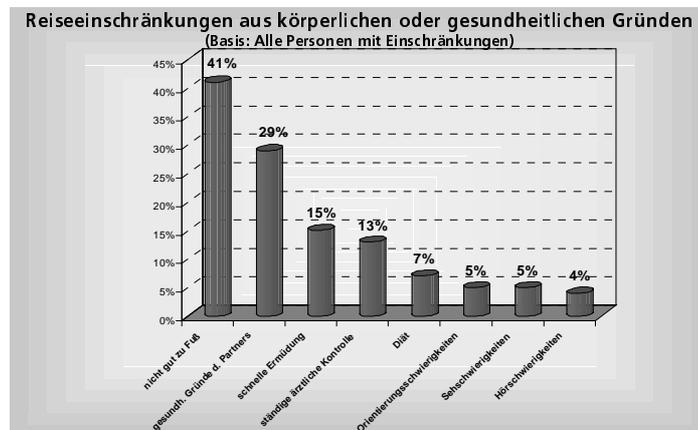
touristischen Angebote zur Verfügung stehen, und die daher zur Zeit nur in geringem Maße von der Tourismusindustrie aktiviert werden.

So zeigt eine breit angelegte empirische Studie des Instituts für Freizeitwirtschaft, daß knapp 4 Mio. Menschen über 50 Jahre in 1995 aus Gesundheitsgründen nicht mehr verreisten (IFF, 1996). Bis zum Jahre 2005 wird sich dieses Volumen auf 7 Mio. Menschen erhöhen. 41% der noch Reisenden gaben an, in den Möglichkeiten, Urlaubsreisen zu unternehmen, eingeschränkt zu sein. Dies entsprach in 1995 einer bundesweiten Größenordnung von 11,7 Mio. Menschen, deren körperlich-gesundheitlichen Einschränkungen zu einer unterdurchschnittlichen Reiseintensität führten. Da es sich bei dieser Erhebung um eine Haushaltsbefragung handelte, sind die Bewohner stationärer Alteneinrichtungen, die sich durch eine vergleichsweise überdurchschnittliche Mobilitätseinschränkung charakterisieren lassen, nicht in diesem Potential eingeschlossen.

Eine Übersicht entsprechender Hinderungsgründe findet sich in Abb. 2. Beispielhaft erwähnt seien an dieser Stelle Einschränkungen aufgrund ständiger ärztlicher Kontrolle (13%) und diätischer Gründe (7%). Hier sind kompensatorische medizinisch-pflegerische Leistungen während des Urlaubs erforderlich, die den Betroffenen Sicherheit vermitteln. Weiterhin schränken 29% der Befragten ihre Reiseaktivitäten ein, weil der Gesundheitszustand des Partners dies nicht mehr zuläßt. Modulare Urlaubsangebote, die einen gemeinsamen Urlaub der Partner mit unterschiedlicher Unterstützungsinfrastruktur während der Reise und vor Ort ermöglichen, sowie individuell zugeschnittene Urlaubsinhalte können hier zu einer verbesserten Lebensqualität führen, welche nachweislich durch Reisen hervorgerufen wird.

## Abb. 2: Reiseeinschränkungen aus körperlichen oder gesundheitlichen Gründen

Tourismus in einer alternden Gesellschaft



Quelle: Institut für Freizeitwirtschaft

Nicht allein die empirischen Befunde, die davon ausgehen, daß gerade bei den über 70jährigen die finanzielle Situation zumeist kein primärer Hinderungsgrund ist, sondern auch viele Gespräche mit Vertretern der Seniorenwirtschaft bestätigen diese Vermutung. Es mangelt zur Zeit an Reiseangeboten, welche neben der inhaltlichen Ausgestaltung der Reise auch entsprechende logistische und infrastrukturelle Komponenten berücksichtigen, um Urlaub nicht allein attraktiver zu gestalten, sondern auch machbar werden zu lassen. Eine jüngst abgeschlossene Studie zum Reiseverhalten von behinderten Menschen kommt in diesem Zusammenhang zu ähnlichen Ergebnissen. Die Ursachen für den Reiseverzicht liegen in den körperlichen, geistigen oder seelischen Handicaps, die insbesondere bei älteren Personen als zu belastend für eine Reise empfunden werden, aber auch in den besonderen und oftmals nicht erfüllten Anforderungen an Barrierefreiheit, Infrastrukturausstattung und Dienstleistungsqualität im Transport- und Beherbergungsgewerbe (Treinen, 1999).

### 3 Diversifizierungsdruck sozialer Dienste

Ähnliche Herausforderungen, mit denen sich die Tourismusbranche konfrontiert sieht, gelten auch für die Dienstleistungsanbieter im sozialen Segment, welches sich in den letzten zwei Jahrzehnten neben den unternehmensnahen Dienstleistungen als die Wachstumslokomotive herauskristallisiert hat und, Prognosen zufolge, auch zukünftig noch sein wird (vgl. Schulz, 1997).

Allerdings vollzieht sich insbesondere in den seniorenbezogenen Dienstleistungen (stationäre Alteneinrichtungen, Betreutes Wohnen, ambulante Pflegedienste) zur Zeit ein allmählicher Paradigmenwechsel vom Patienten zum Kunden. Die Gründe für diese Entwicklung liegen in der Verschiebung der Lebensstile innerhalb der älteren Generationen. So bestätigen Analysen einen Wechsel vom bescheiden-sparsamen alten Menschen zum aktiven, anspruchsvollen und kritischer eingestellten Senior (IFF, 1996). Das biographische Nachfrageverhalten, modifiziert um die aktuelle Lebenssituation (Einkommen, Gesundheitszustand), wird ins Alter transferiert und verlangt vom Anbieter ein hohes Maß an Flexibilität und Kundenorientierung. Verstärkt wird dieser Trend durch den Anstieg der privaten Zuzahlung im Gesundheits- und Pflegewesen. Denn: Wer selber zahlt, hat auch höhere Ansprüche.

Dies bedeutet für soziale Dienstleistungsanbieter, daß sie vermehrt Angebote zur Erhöhung der Lebensqualität ihrer Kunden bereitstellen müssen. Die Beschränkung auf pflegenaher Angebote wird sich mittelfristig für viele Anbieter als Sackgasse erweisen, da der zu beobachtende Trend zu Dienstleistungen aus einer Hand auch vor dem Seniorenmarkt nicht Halt machen wird. Eine strategische Ausweitung der Angebotspalette über pflegenaher Leistungen hinaus erhöht die Chancen, alte Kunden zu binden und neue Kundengruppen zu erschließen.

Vom Diversifizierungsdruck werden insbesondere ambulante Pflegedienste betroffen sein. So gaben in einer NRW-weiten Befragung lediglich ein gutes Fünftel der Betriebe (22%) an, im Segment der Freizeitgestaltung aktiv zu sein (Bandemer u.a., 1995). Auf den ersten Blick scheint dagegen bei den stationären Einrichtungen alles in Ordnung zu sein. Hier verfügen laut Unternehmensangaben knapp 93% der Einrichtungen über entsprechende Angebote. Diese rein quantitative Betrachtungsweise muß jedoch bei näherem Hinsehen modifiziert werden. Es ist zwar richtig, daß die große Mehrheit Urlaubsreisen für ihre Bewohner vorhält, jedoch in vielen Fällen in nicht ausreichender Anzahl. Einer Umfrage des Seniorenwirtschaftszentrums in stationären Einrichtungen und ambulanten Pflegediensten zufolge, besteht bei einem nicht unerheblichen Teil der Kunden und deren Angehörigen der Wunsch nach zusätzlichen touristischen Angeboten ([www.seniorenwirtschaft.de](http://www.seniorenwirtschaft.de)). Gestützt werden diese Befunde durch zahlreiche Gespräche mit Vertretern der Wohlfahrtspflege bzw. der privaten Anbieter. Von diesen wurde mehrheitlich eingeräumt,

daß die vorhandenen Kapazitäten nicht in gewünschtem Maße vorhanden sind, um den Wünschen aller Bewohner - aber auch deren Angehörigen - nach zusätzlichen Reiseangeboten gerecht zu werden. Als Hinderungsgründe werden vor allem fehlende personelle Kapazitäten genannt, da die Organisation der Reisen für die Mitarbeiter mit z.T. erheblichem Aufwand verbunden ist und viele Mitarbeiter dies neben ihrer Arbeit quasi „by the way,, miterledigen müssen und zudem häufig nicht über eine entsprechende Ausbildung verfügen.

#### **4 Integrierte Angebotsentwicklung: Ein Lösungsansatz zur bedarfsgerechten Gestaltung von Seniorenreisen?**

Wie läßt sich nun die Schere zwischen unzureichenden Angeboten im Bereich des Seniorentourismus und den Bedarfen nach verstärkten Urlaubsmöglichkeiten durch ältere Menschen lösen? Das in Kooperation mit dem Fremdenverkehrsverband Teutoburger Wald e.V. durchgeführte Projekt „Tourismus in einer alternden Gesellschaft,, verfolgt dabei den Ansatz einer integrierten Angebotsentwicklung. Was ist darunter zu verstehen? Der Begriff integrierte Angebotsentwicklung wurde in Anlehnung an das 5-Generationen-Innovationsmodell von Rothwell gewählt (Rothwell, 1993). Sowohl Anbieter als auch die entsprechenden Nachfragegruppen werden bereits in den Entwicklungsprozess neuer Produkte oder Dienstleistungen eingebunden, um gemeinsam marktfähige und erfolgreiche Lösungen zu erarbeiten.

Bezogen auf das Projekt, handelt es sich auf der Anbieterseite u.a. um Vertreter von Beherbergungsbetrieben, touristischen Verbänden sowie der örtlichen Fremdenverkehrsvereine. Auf der Nachfragerseite wurden Vertreter stationärer und ambulanter Senioreninstitutionen eingebunden. Hierbei handelt es sich sowohl um private Anbieter als auch um Vertreter der freien Wohlfahrtspflege. Gerade die Wohlfahrtsverbände treten bereits seit Jahrzehnten auch als Anbieter von Reisen auf, die sich speziell an Senioren wenden. Jedoch wird von vielen wohlfahrtlichen Akteuren die Notwendigkeit erkannt, ihre Angebote auf die sich verändernden Ansprüche und Bedarfe älterer Menschen hin zu überprüfen und neue Konzepte zu erproben. Weiterhin an der Konzeptentwicklung und Umsetzung beteiligt sind intermediäre Gruppen wie Reisevermittler und –veranstalter.

Vor Beginn der eigentlichen Entwicklungsaktivitäten galt es, zunächst gesicherte Befunde zum Ist-Zustand zu erfassen. In einem ersten Schritt wurden Sekundäranalysen zum Reiseverhalten älterer Menschen, gekoppelt mit Lebensstilanalysen dieser Kohorte, ausgewertet. Mittels einer schriftlichen Befragung von Gästen in der Region sowie von touristischen Anbietern und Mitarbeitern wurde in einem zweiten Schritt ein Stärken-Schwächen-Profil des Teutoburger Waldes ermittelt. Weiterhin fanden Befragungen bei Kunden ambulanter Pflegedienste sowie bei den Bewohnern und Angehörigen stationärer Senioreneinrichtungen statt, um den Bedarf nach zusätzlichen Reiseangeboten zu ermitteln. Flankierend dazu fanden viele Diskussionen und Gespräche mit Vertretern der Tourismus- und Seniorenwirtschaft statt.

Nach Abschluß der Ist-Analyse kamen dem IAT in der ersten Umsetzungsphase primär folgende Aufgaben zu:

- \_ Identifizierung und Aktivierung innovationswilliger Akteure sowohl auf Anbieter- als auch auf Nachfragerseite.
- \_ Kommunikation der empirischen Befunde und des daraus ableitbaren Handlungsbedarfes an alle Beteiligte.

Ein anfängliches Problem bestand in der Zurückhaltung und der Skepsis bei Teilen der Akteure aus dem Tourismussegment, sich aktiv mit der Entwicklung neuer Konzepte auseinander zu setzen. Dies war um so überraschender, als seitens der Nachfragergruppen großes Interesse an einer gemeinsamen Erarbeitung neuer Konzepte im Seniorentourismus signalisiert wurde. Die zunächst etwas zähe Anlaufphase hat sich in der Nachbetrachtung als durchaus fruchtbar erwiesen. Einerseits konnte so die „Spreu vom Weizen,“ getrennt werden, d.h. diejenigen Akteure, die nicht bereit waren, sich aktiv in den Entwicklungs- und Umsetzungsprozess einzubringen, blieben den gemeinsamen Arbeitsgruppen nach einigen Sitzungen fern. Andererseits verblieb abseits der sofortigen Entwicklung konkreter Angebote genügend Zeit und Raum, die Mentalitäten und Erwartungshaltungen des „Gegenübers,“ nicht allein auf der kognitiven Ebene wahrzunehmen, als vielmehr ein Gespür für zukünftige gemeinsame Anforderungen zu entwickeln.

Vor der Konkretisierung neuer Urlaubsangebote galt es in einem nächsten Schritt, die Zielgruppen näher zu präzisieren, auf die sich die Angebotsentwicklung konzentrieren wollte. Nach Klärung dessen, was einerseits die Anbieter leisten können, und was andererseits von den sozialen Diensten an Bedarfen herangetragen wurde, konnten drei Gruppen identifiziert werden. Für jede dieser Zielgruppen wurden Umsetzungsteams ins Leben gerufen, die daraufhin mit der Ausarbeitung zielgruppenspezifischer Angebote beauftragt wurden.

**Abb.3:** Zielgruppen für Senientourismus

Umsetzungsteam	Zielgruppe
Neues Alter auf Reisen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• nicht bzw. leicht beeinträchtigte Senioren</li> </ul>
Urlaub mit der Pflege	<ul style="list-style-type: none"> <li>• pflege- bzw. betreuungsbedürftige Senioren</li> <li>• plus deren Angehörige</li> </ul>
Generationenurlaub	<ul style="list-style-type: none"> <li>• nicht bzw. leicht beeinträchtigte Senioren</li> <li>• plus deren Kinder und Enkel</li> </ul>

Neben der Ausgestaltung konkreter Angebote wurden parallel dazu Arbeitsgruppen damit beauftragt, die logistischen und infrastrukturellen Anforderungen an die jeweiligen Zielgruppen und Reisen zu erarbeiten. Dies gilt sowohl hinsichtlich des Transports wie der Unterbringung am Zielort. Eine weitere Arbeitsgruppe beschäftigt sich mit der Erarbeitung seniorenspezifischer Marketingkonzepte und sucht nach neuen Ansprache- und Akquisemöglichkeiten. Dabei wurde deutlich, daß insbesondere Sicherheits- und Beziehungsbedürfnisse verstärkt in die Konzeption aufgenommen werden müssen.

Als Austauschplattform finden in regelmäßigen Abständen Transferworkshops statt, in denen alle am Projekt beteiligten über den Stand der Dinge informiert werden und die Möglichkeit haben, aus den Erfahrungen der anderen Gruppen zu lernen. Flankiert werden alle Umsetzungsaktivitäten durch Qualifizierungsmaßnahmen, um auch die Mitarbeiter von sozialen Einrichtungen und Tourismusunternehmen auf veränderte Anforderungen und Angebote vorzubereiten.

Daß es sich bei den veränderten Bedarfen hinsichtlich des Reiseverhaltens der Senioren um keine akademische Phantomdiskussion handelt, belegen erste Resonanzen innerhalb des Projektes. Ein zwischen einem Anbieter aus dem Teutoburger Wald und einem ambulanten Pflegedienst entwickelter Kombi-Urlaub, bestehend aus einem Computerkurs für Anfänger

in Verbindung mit weiteren Bildungs- und Kulturangeboten, war trotz geringer Marketingaktivitäten binnen weniger Tage ausgebucht. Die jüngste Teilnehmerin ist 60 Jahre und die älteste 79 Jahre alt. Dies zeigt, daß hier noch Lücken im momentanen touristischen Angebotsspektrum bestehen, die es weiter auszufüllen gilt.

## **5      **Ausblick****

Wie an obigem Beispiel geschildert, konnten durch den hier gewählten integrierten Ansatz bereits erste erfolgversprechende Produkte entwickelt werden. Der Erfolg des Projektes wird aber letztendlich davon abhängen, ob es gelingen wird, gemeinsame Netzwerke zwischen Tourismus- und Seniorenwirtschaft zu installieren, die auch dauerhaft tragfähig sind. Hier müssen Foren geschaffen werden, die allen Beteiligten die Möglichkeiten eröffnen, auch über das Projektende hinaus gemeinsame Strategien und Angebote zu diskutieren und umzusetzen, um sich den ständig verändernden Umweltaforderungen anzupassen. Gelingt dies, so werden sich sowohl für die Tourismusanbieter als auch für die Anbieter sozialer Dienstleistungen neue Markt- und Beschäftigungsfelder eröffnen.

## Literatur

Bandemer, S. von / Born, A. / Bussmann, U. / Hilbert, J. / Scharfenorth, K., 1995 Technik und Dienstleistung für mehr Lebensqualität im Alter. Gelsenkirchen.

Deutsche Bundesbank, 1999  
Monatsbericht März 1999. Frankfurt am Main.

Deutscher Fremdenverkehrsverband e.V., 1998  
Der Tourismus in Deutschland. Zahlen, Daten, Fakten. Bonn.

Deutscher Hotel- und Gaststättenverband, 1997  
Senioren auf Reisen. Touristischer Wachstumsmarkt Nr. 1. Eine Untersuchung zu Volumen und Struktur des zukünftigen Seniorenreisemarktes mit Marketingsrichtlinien für die Tourismuswirtschaft und Hotellerie. Gastgewerbliche Schriftenreihe 81.

Enquete Kommission, 1998  
Zweiter Bericht zur Lage der älteren Generation in der Bundesrepublik Deutschland: Wohnen im Alter. Bundestagsdrucksache 19/9750.

Gruner & Jahr, 1999  
Reiseanalyse 1998. Hamburg.

Institut für Freizeitwirtschaft (IFF), 1996  
Der Tourismus der Senioren ab 50. München.

Rothwell, R., 1993  
The Fifth Generation Innovation Process. In: Oppenländer, K.H. /Popp, W. (Hrsg.): Privates und staatliches Innovationsmanagement. Ifo-Studien zur Innovationsforschung. München, 25-42.

Schulz, E. ,1997  
Szenarien der Beschäftigungsentwicklung bei sozialen Diensten. Berlin.

Treinen, Heiner, 1999  
Reisen für behinderte Menschen: Eine Untersuchung im Auftrag des Bundesministeriums für Gesundheit; Endbericht. Baden-Baden.