

## **Reiseverhalten als Indikator sozialer Integration – das Fallbeispiel der türkischstämmigen Bevölkerung in Deutschland**

**Tobias Reeh**

### **Ausgangspunkt:**

- **„Gleichberechtigte Teilhabe“ möglichst aller Gesellschaftsmitglieder am Tourismus**
- **Gesellschaftliche Teilgruppen im Fokus der Freizeit- und Tourismusgeographie**
- **Reiseverhalten von Menschen mit Migrationshintergrund**

### **Zielsetzung:**

- **Beschreibung und Erklärung des Reiseverhaltens von Menschen mit Migrationshintergrund**

### **Fallbeispiel:**

- **Türkischstämmige Bevölkerung in Deutschland**

## Türkischstämmige Bevölkerung in Deutschland

Tab.: Number of Turkish citizen in Germany 2001 to 2010

Year	Number
2001	1.947.938
2002	1.912.169
2003	1.877.661
2004	1.764.318
2005	1.764.041
2006	1.738.831
2007	1.713.551
2008	1.688.370
2009	1.658.083
2010	1.629.480

Source: Statistisches Bundesamt Wiesbaden 2011



Ditib-Moschee Göttingen, Quelle: <http://www.meinestadt.de/goettingen/bilder/detail?id=258232>

## „Ethnische Tourismus-Ökonomie“

Tab.: Customers and Turnover of the ÖGER GROUP Germany

Tourism Year	Customers	Turnover (Mio. EURO)
1999/2000	812.300	422
2000/2001	1.080.814	574
2001/2002	1.084.806	576
2002/2003	1.200.398	602
2003/2004	1.302.330	639
2004/2005	1.367.446	676
2005/2006	1.250.328	623
2006/2007	1.400.010	722
2007/2008	1.499.230	773
2008/2009	1.322.000	696

Source: ÖGER GROUP 2010

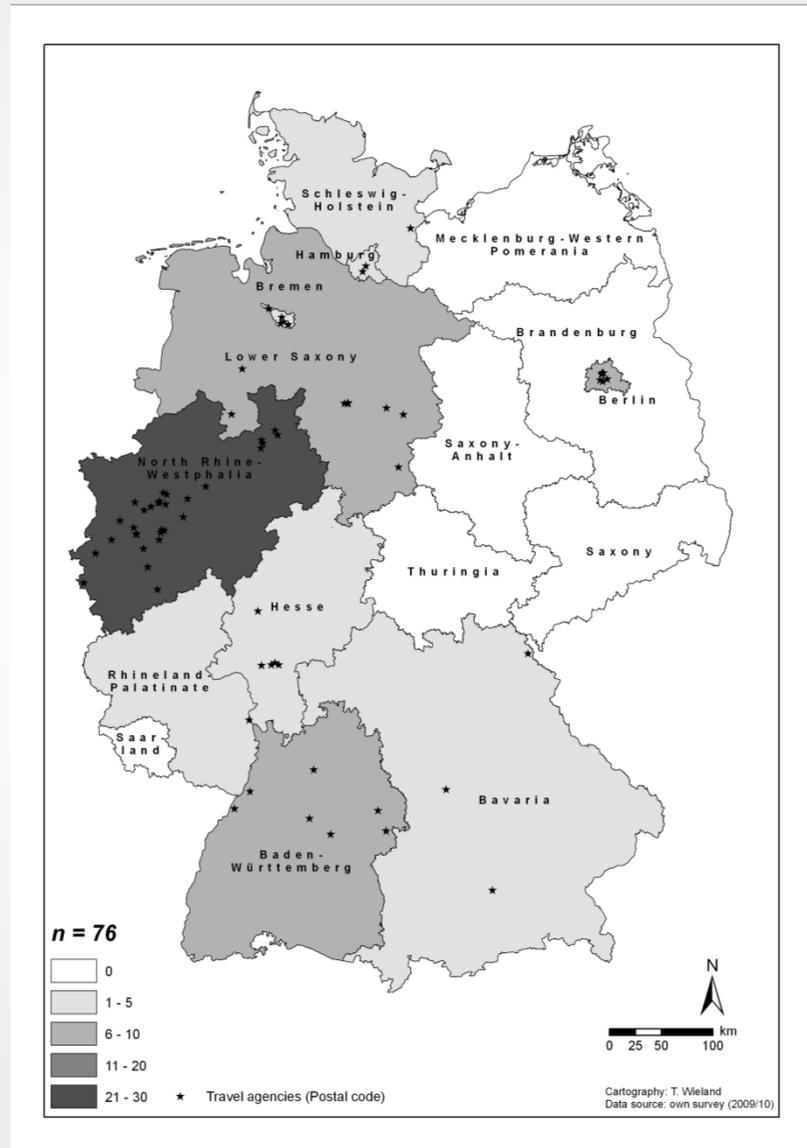


Quelle: <http://www.oeger.de>

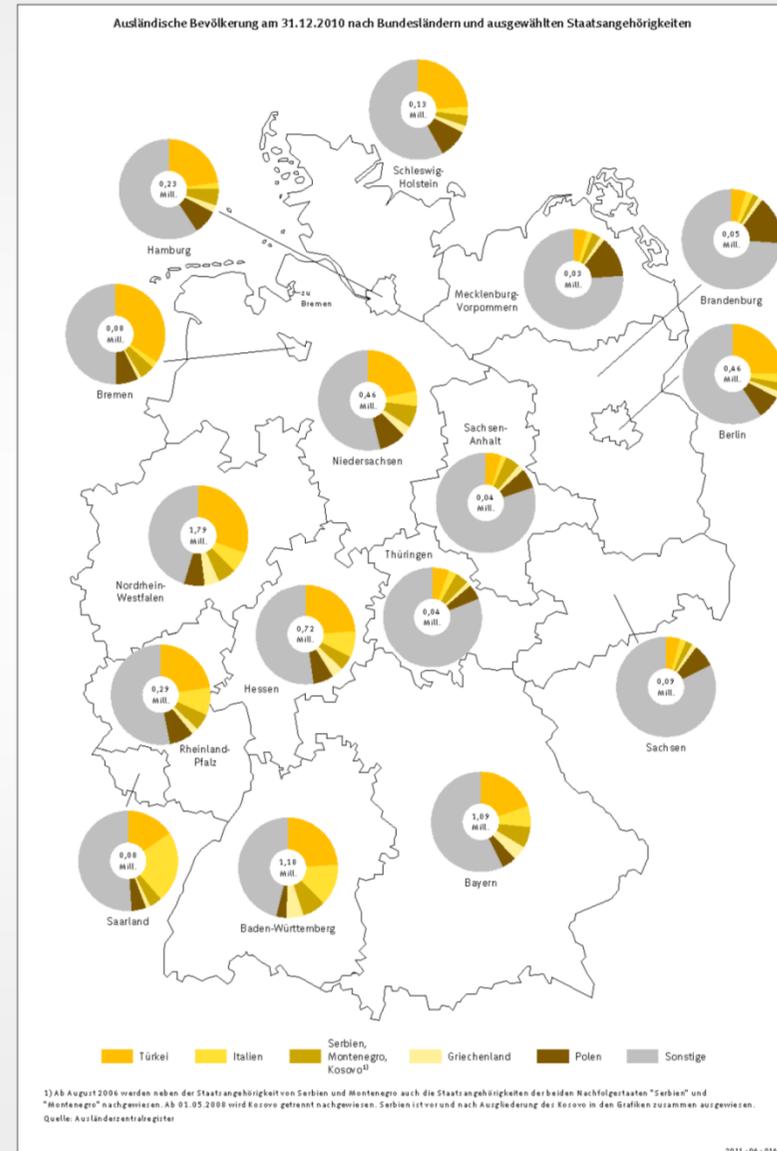
**Mehrstufiges Untersuchungsdesign:**

- 1) Bundesweite postalische und telefonische Befragung von türkischen Reisebüros (n=84) im Zeitraum 12/2009 bis 06/2010 mittels standardisierter Fragebögen
- 2) Fragebogengestützte Face-to-Face Interviews mit türkischstämmigen Personen in Berlin (n=124) im Zeitraum 05/2010 bis 06/2010 (Höhne 2010)
- 3) Leitfadengestützte Experteninterviews (n=4, laufendes Projekt seit 06/2010)
- 4) Problemzentrierte Interviews mit türkischstämmigen Personen (geplantes Vorhaben)

## Einordnung der Stichprobe:

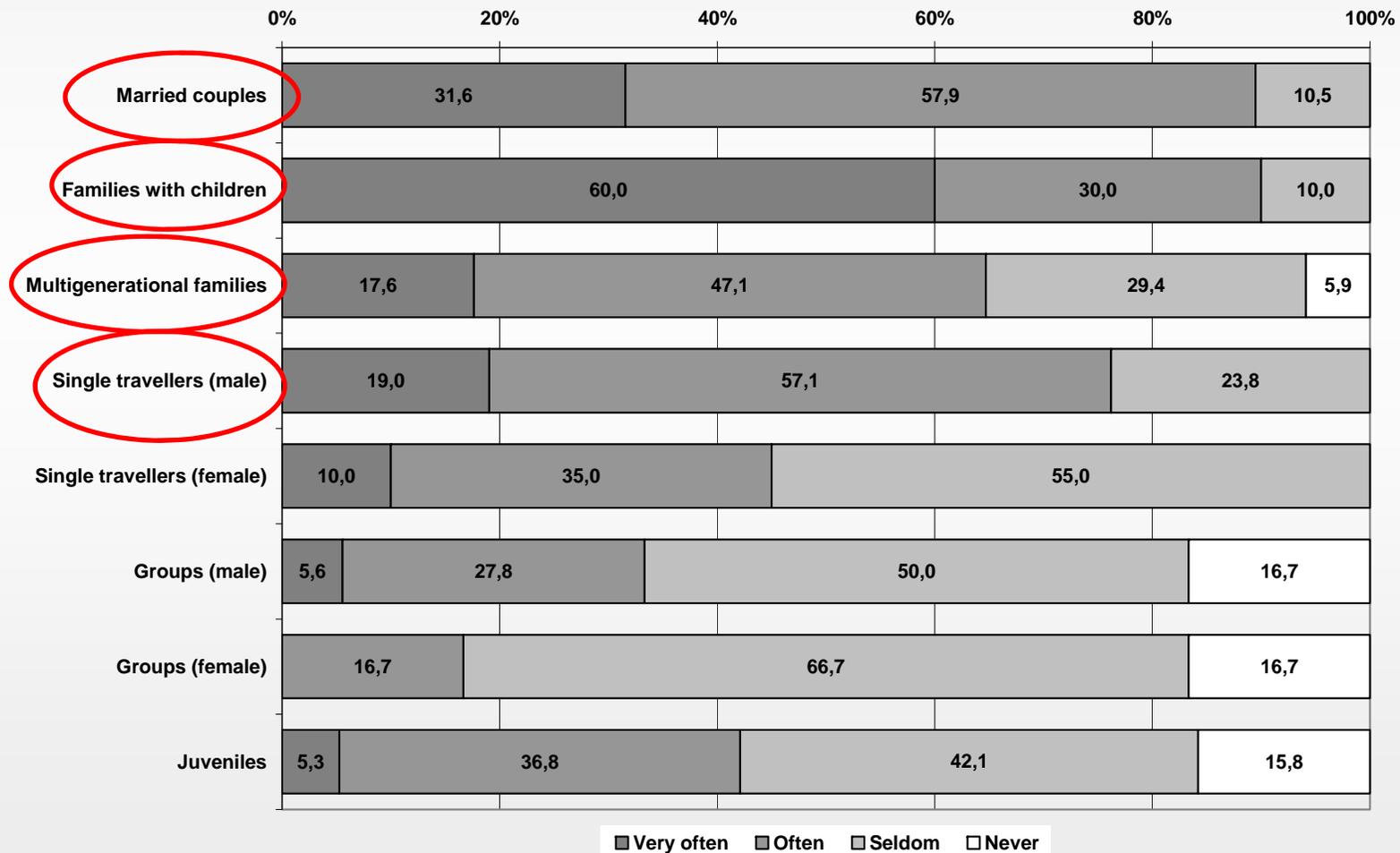


Quelle: Eigene Erhebung 2009/2010



Quelle: Statistisches Bundesamt 2011

- **Anteil türkischstämmiger Kunden: 69.2 %**
- **Kundenstruktur: Familien mit Kindern, Paare und männliche Alleinreisende dominieren**



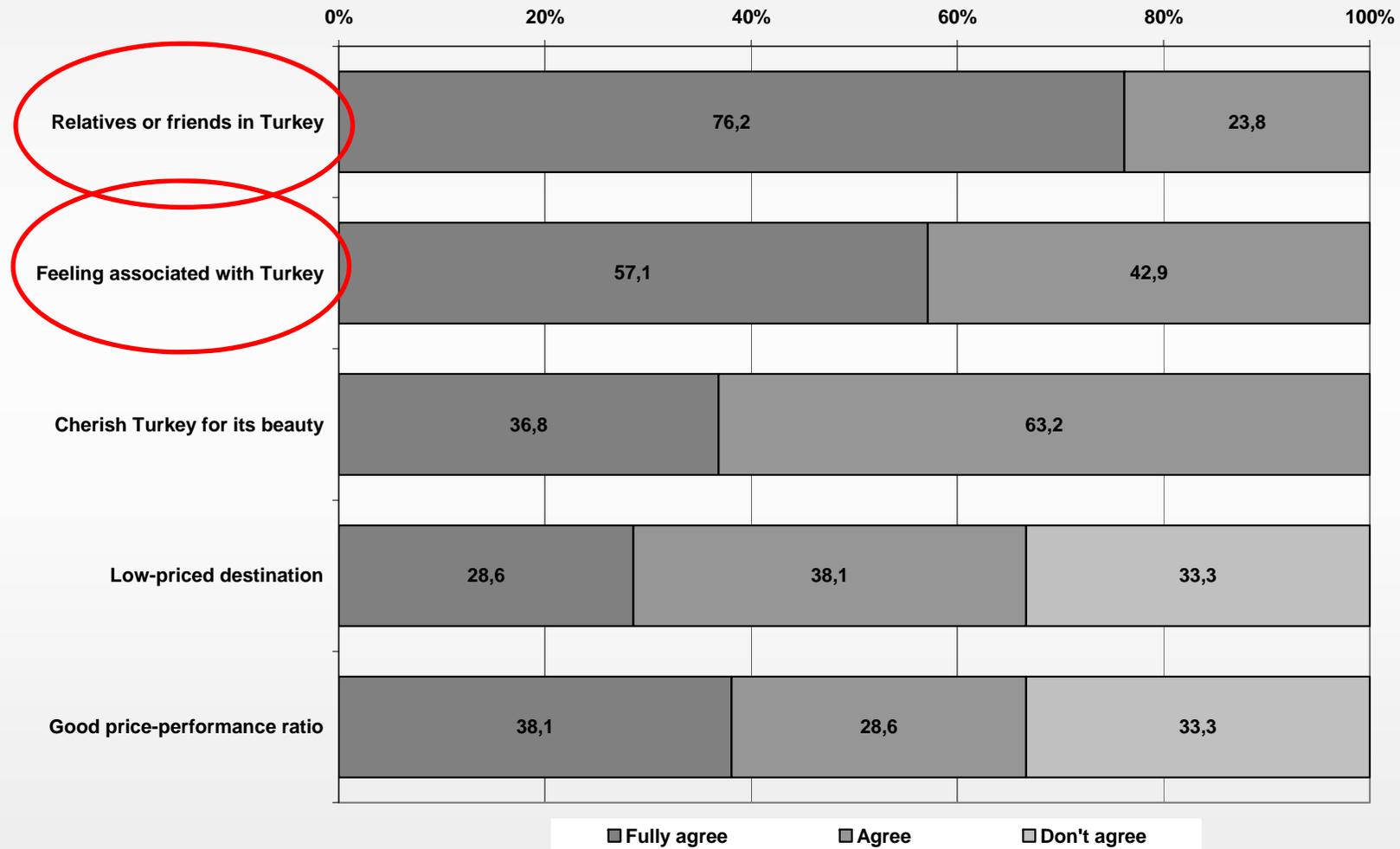
- **Zielgebiete bei Inlandsreisen:** Berlin von größter Bedeutung, Bayern und Schleswig-Holstein entsprechen dem "mainstream"
- **Zielgebiete bei Auslandsreisen:** deutliche Präferenz für die Türkei

Tab.: ,Top 3' domestic and outgoing destinations

Domestic Tourism		Outgoing Tourism	
Population of Turkish descent	Reiseanalyse	Population of Turkish descent	Reiseanalyse
1 Berlin	1 Bavaria	1 Turkey	1 Spain
2 Bavaria	2 Mecklenburg-Western Pomerania	2 Spain	2 Italy
3 Schleswig-Holstein	3 Schleswig-Holstein	3 Egypt	3 Turkey

Source: F.U.R. 2009; telephone and postal survey 2009/2010.

## Gründe für Türkei als Reiseland: soziale und emotionale Bindung



Quelle: Postalische Befragung 2009/2010

- **Urlaubsdauer:** türkischstämmige Personen 25.5 Tage vs. deutscher Gesamtmarkt 12.5 Tage (F.U.R. 2009)
- **Kurzurlaube (2–4 Tage):** bedeutungslos
- **Anreisemittel:** Flugzeug und PKW überwiegen
- **Urlaubsart:** Familienferien und Verwandten-/Bekanntebesuche von herausragender Bedeutung

Tab.: ‚Top 5‘ types of holidays

Population of Turkish descent	Reiseanalyse
1 Family holiday	1 Sun and beach holiday
2 Visiting relatives and friends	2 Relaxation holiday
3 Sun and beach holiday	3 Nature-oriented/based holiday
4 All-inclusive-package tour	4 Theme holiday
5 Club holiday	5 Family holiday

Source: F.U.R 2007; telephone and postal survey 2009/2010.

- **Unterkunft: Unterbringung bei Verwandten/Bekanntem besonders bedeutsam**

Tab.: ,Top 3' types of accommodations during main holiday

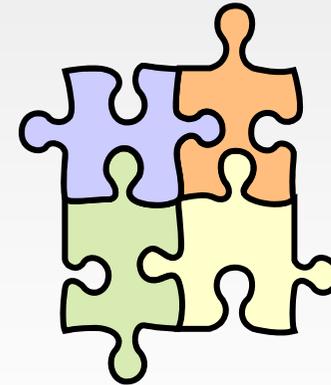
Population of Turkish descent	Reiseanalyse
1 Relatives/friends	1 Hotel/Inn/Guesthouse
1 Hotel/Inn/Guesthouse	2 Holiday flat/Holiday home
3 Holiday flat/Holiday home	3 Relatives/friends

Source: F.U.R 2007; telephone and postal survey 2009/2010.

- **Urlaubsreisekosten pro Person: Türkischstämmige Personen rund 420 € vs. deutscher Gesamtmarkt rund 830 € (F.U.R. 2009)**

### Einordnung und Beschreibung der Stichprobe

- Geschlecht: 55 % Männer; 45 % Frauen
- Durchschnittsalter: 35 Jahre
- Durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Deutschland: 26 Jahre
- Netto-Monatseinkommen: 60 % zwischen 500 € and 1000 €, 20 % weniger 500 € resp. 20 % mehr als 2500 €



- **Reiseintensität:** Türkischstämmige Personen 54% vs. deutscher Gesamtmarkt 78,2% (F.U.R. 2009)
- **Reisefrequenz:** deutlicher geringer

Tab.: Regularity of travel

Population of Turkish descent	Reiseanalyse
Regular travellers (32 %)	Regular travellers (60 %)
Interval travellers (44 %)	Interval travellers (27 %)
Infrequent travellers (24 %)	Infrequent travellers (13 %)

Source: F.U.R 2009; Höhne 2010.

- **Soziodemographische Einflussfaktoren:** Reisehäufigkeit reduziert sich mit dem Alter, höheres Einkommen, höhere Bildung wirken sich positiv aus

- **Urlaubsdestination Türkei:** Türkischstämmige Personen 90% vs. deutscher Gesamtmarkt 7% (F.U.R. 2009)
- **Urlaubsart:** Verwandten-/Bekanntebesuche und Familienferien dominieren, gefolgt vom Strandurlaub
- **Unterbringung:** Rund 33% sind bei Bekannten/Verwandten untergebracht, 25% besitzen eine eigene Ferienimmobilie
- **Urlaubsdauer:** Bei 79,6% dauerte der Urlaub länger als 2 Wochen (deutscher Gesamtmarkt 19% - F.U.R 2009)
- **Reiseorganisation:** 26.6% haben die letzte Urlaubsreise im Reisebüro gebucht, davon 30% in einer türkischgeführten Agentur

Tab.: Reasons for the booking in a travel agency under Turkish management

	mentions
Travel agency offered the best bargain.	43
I know the owner personally and want to back him up.	20
Staff speaks Turkish.	18
Travel agency is close to my residence.	15
Travel agency meets my demands best.	14
Other	3

Source: Höhne 2010.

### **Türkei als bevorzugte Destination:**

- **Familiäre Beziehungen wichtiger als emotionale Bindung**
- **Kombinierte Aufenthalte, um allen Erwartungen (Verwandtenbesuch vs. Urlaub mit der Familie im engeren Sinne) gerecht zu werden**
- **Türkeipräferenz generationsübergreifend, trotz sich wandelnder Reisemotive**
- **Besitz von Ferienimmobilien und Unterkunftsmöglichkeiten bei Verwandten/Bekanntem bedingen eine enge Zielgebietsbindung**
- **Vorteile durch Sprach- und Ortskenntnisse**
- **Aufgrund der Ferienimmobilien und dem latenten Wunsch nach Rückkehr (im Alter) sind die Grenzen zwischen Urlaubsmobilität und Migrationsphänomenen z. T. verwischt**

### Forschungsstand:

- Das Reiseverhalten der türkischstämmigen Bevölkerung unterscheidet sich hinsichtlich zahlreicher Reiseparameter vom mainstream

### Forschungshypothese:

- Assimilationsprozesse beim Reiseverhalten verlaufen äußerst selektiv und werden maßgeblich von der räumlichen Dispersion des sozialen Netzwerks beeinflusst

### Forschungsbedarf:

- Frage gesellschaftlicher Segmentierung für Tourismusforschung von hoher Relevanz
- Interdisziplinär-orientierte Studien erforderlich

