



Herausforderung sozio-demografischer Wandel durch eine alternde Gesellschaft – die beiden Fachveranstaltungs-Organisatoren Willy Ratzinger (li.) und Jürgen Kagelmann (re.) mit den Referenten. Fotos: XY

„Die Zukunft ist nicht grau“ – der sozio-demografische Wandel und seine Auswirkungen auf Freizeit und Tourismus

Beträchtliche Neuigkeiten gibt es auf der Münchener Messe. Aus der Traditionsmesse C.B.R. („Caravan, Boot, Reisen“) wurde eine „F.R.E.E“ – „Freizeit, Reisen, Erholung“ – eine schon seit langem fällige Neugestaltung, und diese neue Urlaubs- und Freizeitmesse zog in der letzten Februarwoche gleich über 100 000 Besucher in fünf Tagen an, so dass die Aussteller und das neue engagierte Messeteam von Wiebke Meyer enorm zufriedener waren.

Herausforderung sozio-demografischer Wandel. Eine der vielen Neuigkeiten auf der Messe war die Neuauflage einer Fortbildungsveranstaltung, die der Freizeitforscher Prof. Dr. H. Jürgen Kagelmann (früher Universität München, jetzt HTW Chur) gemeinsam mit dem Messeprofi Willy Ratzinger seit 1998 durchgeführt und nun nach einer kreativen Pause wieder aufgenommen hat: ein Symposium für die Fachbesucher zu zentralen Problemen und aktuellen Entwicklungen in Tourismus und Freizeit. Thema dieses Jahres: der sozio-demografische Wandel und seine Auswirkungen auf Freizeit und Tourismus – neben der globalen Finanzkrise und dem Klimawandel die aktuell dritte riesige Herausforderung für Touristiker, Praktiker, Politiker, Wissen-

schaftler, Hoteliers. 110 Teilnehmer kamen, um sich von Wissenschaftlern die wichtigsten künftigen Altersentwicklungen beschreiben zu lassen und von Touristikern zu erfahren, wie man sich in der Industrieland auf die kommenden Entwicklungen einstellt bzw. schon eingestellt hat. Unter den Referenten: die Professoren Torsten Widmann aus Köln und Hans Hopfinger aus Eichstätt, die nachdrücklich auf schon in wenigen Jahren sichtbar werdende sozio-demographische Veränderungen hinwiesen und die unbedingte Notwendigkeit unterstrichen, sich ab sofort darauf einzustellen, Ernst Pfeiffer und Christian Krause vom deutschen Autoclub ADAC, die die Ergebnisse des jährlich durchgeführten „Reisemonitors – Trends der deutschen Urlauber“ er-

läuterten, und CEO Stefan Leser, der den sozio-demografischen Wandel als strategische Herausforderung für seinen Schweizer Reisekonzern Kuoni interpretierte.

Warnung vor stereotypem Pessimismus. Neu war auch eine international besetzte Talkrunde, in der Praktiker über ihre Einschätzung des Problems und ihre Vorbereitung auf die sich abzeichnenden Entwicklungen diskutierten (Jaroslav Dolina, der Leiter des Karlsbader Spa-Festivals, Garmisch-Partenkirchens Tourismusdirektor Peter Nagel, Carsten Dahm von der Fremdenverkehrszentrale Zypern und der Münchener Touristikprofessor Thomas Bausch).

Die Tourismusprofessorin und Architekturkritikerin Felizitas Romeiss-Stracke sprach

sicherlich den meisten Teilnehmern aus dem Herzen, als sie unter dem Slogan „Die Zukunft ist nicht grau“ vor einem stereotypen Pessimismus warnte und stattdessen die vielfältigen Chancen und positiven Möglichkeiten einer Gesellschaft aufzeigte, die durch eine immer deutlicher werdende Präsenz älterer Menschen gekennzeichnet ist.

Einig waren sich alle Teilnehmer darin, dass die leider immer noch häufig vorfindliche Vorstellung – mehr Ältere bedeuten automatisch mehr Geld und mehr Umsatz für Hotellerie und Gastronomie – ebenso naiv wie unzutreffend ist, da sie die zukünftigen Entwicklungen (Rentensituation, Gesundheitskosten usw.) völlig außer Acht lässt und nur die bestehenden Statistiken hochrechnet. Und einig war man sich auch darin, dass es nicht darauf ankommt, irgendwelche besondere Erleichterungen speziell für ältere Menschen zu schaffen, sondern ein „universal design“ zu implementieren – einfach formuliert, ständig danach zu schauen, dass alle Dinge immer benutzerfreundlicher gestaltet werden.

Interessierte können die Präsentationen der meisten Referate kostenlos über die Veranstalter erhalten (E-Mail senden an: hansjuergen.kagelmann@htwchur.ch oder agencybwr@t-online.de).



Tourismusprofessorin Felizitas Romeiss-Stracke warnte unter dem Slogan „Die Zukunft ist nicht grau“ vor einem stereotypen Pessimismus.