

Visitor activation to Benefit nature and environment

Aktivering af besøgende til gavn for naturen og miljøet
Wattenmeergäste aktiv für Natur und Umwelt

#vabenewaddensea

VaBene

Interreg



Kofinanziert von
der Europäischen Union
Medfinansieret af
Den Europæiske Union

Deutschland – Danmark



Nationalpark
Wattenmeer
SCHLESWIG-HOLSTEIN



nordsee
Schleswig-Holstein. Der echte Norden



Aktivering af besøgende til gavn for naturen og miljøet
Wattenmeergäste aktiv für Natur und Umwelt

Visitor activation to Benefit nature and environment

Desktop-Recherche zur Motivation der Besucher, sich für den Naturschutz und die Nachhaltigkeit in der Wattenmeer-Region zu engagieren



VaBene

Interreg



Kofinanziert von
der Europäischen Union
Medfinanziert af
Den Europæiske Union

Deutschland – Danmark



Nationalpark
Wattenmeer
SCHLESWIG-HOLSTEIN



nordsee
Schleswig-Holstein. Der echte Norden.



IMPRESSUM

Herausgeber

WWF Deutschland, Berlin



Kontakt

Anja Szczesinski, anja.szczesinski@wwf.de

Autor:innen

Wolfgang Günther & Rieka Oldsen

NIT – Institut für Tourismus- und Bäderforschung
in Nordeuropa GmbH

Fleethörn 23

24103 Kiel



Im Auftrag des WWF

Titelseite

Red Star (Foto) & Søren Christensen, Nationalpark Vadehavet DK (Layout)

@ 2024 WWF Deutschland, Berlin

Gefördert von:

Interreg



Kofinanziert von
der Europäischen Union
Medfinanziert af
Den Europæiske Union

VaBene



Deutschland – Danmark

VaBene

Interreg



Kofinanziert von
der Europäischen Union
Medfinanziert af
Den Europæiske Union

Deutschland – Danmark



EINFÜHRUNG

Dieser Bericht fasst die Ergebnisse einer umfangreichen Desktop-Recherche zur Motivation von Besuchern zusammen, sich freiwillig und unentgeltlich für den Naturschutz und die Nachhaltigkeit in der Wattenmeer-Region zu engagieren. In jedem Kapitel werden die jeweiligen Ergebnisse aus den Studien und Berichten dargestellt und am Ende werden die Erkenntnisse aus der Recherche jeweils kurz zusammengefasst.

Der Bericht gliedert sich dabei entlang der folgenden vier Leitfragen:

1. Wie hoch ist das Engagement für Freiwilligenarbeit am Wohnort in Deutschland, Dänemark und anderen europäischen Ländern allgemein?
2. Wie sieht die Zielgruppe von voluntouristischen Einsätzen aus?
3. Inwiefern stimmen die Zielgruppen von voluntouristischen Einsätzen mit den touristischen Zielgruppen im deutschen bzw. dänischen Wattenmeer überein?
4. Welche Motive haben Freiwillige und durch welche Aspekte und Aktivitäten lassen sie sich motivieren?

An dieser Stelle möchten wir einmal darauf hinweisen, dass die verschiedenen Studien aus Dänemark und Deutschland nicht eins zu eins vergleichbar sind, da diese unter anderen Bedingungen durchgeführt wurden, und die Fragebögen bspw. nicht übereinstimmen.

Die Quellen sind als Fußnote auf den entsprechenden Charts angegeben und am Ende des Dokuments im Quellenverzeichnis aufgeführt.

INHALTSÜBERSICHT

VaBene

Interreg



Kofinanziert von
der Europäischen Union
Medfinansieret af
Den Europæiske Union

Deutschland – Danmark

01

**FREIWILLIGENARBEIT IN
DEUTSCHLAND, DÄNEMARK
UND EUROPA**

02

**ZIELGRUPPEN VON
VOLUNTOURISTISCHEN
EINSÄTZEN**

03

**VERGLEICH DER
ZIELGRUPPEN**

04

**MOTIVE &
MOTIVATION**

01

VaBene

Interreg



Kofinanziert von
der Europäischen Union
Medfinansieret af
Den Europæiske Union

Deutschland – Danmark

Freiwilligenarbeit in Deutschland, Dänemark und Europa

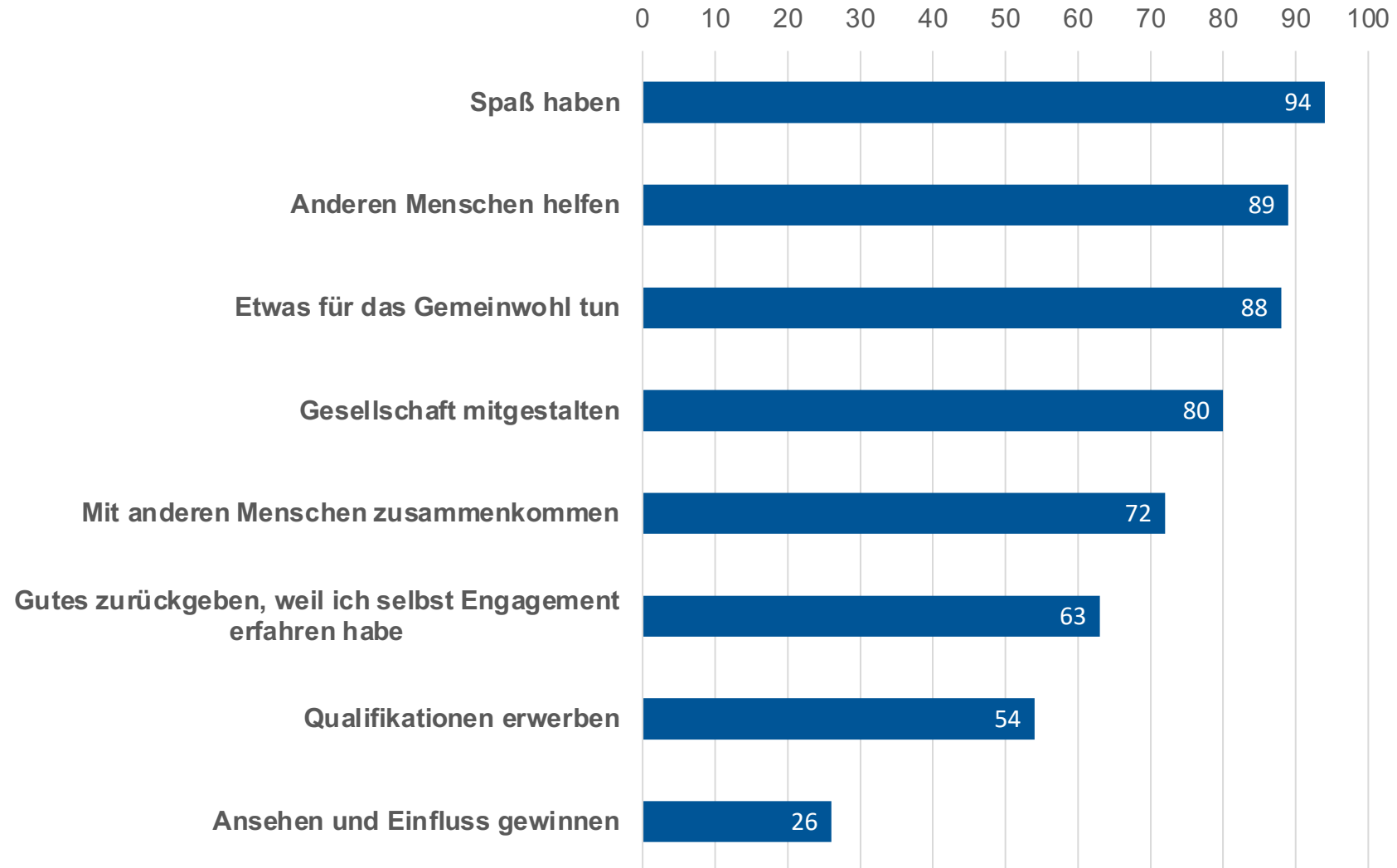
FREIWILLIGENARBEIT IN DEUTSCHLAND

- Im Jahr 2019 übten in Deutschland ca. 40 % der Personen ab 14 Jahren mindestens eine freiwillige Tätigkeit aus. Dies entspricht etwa 28,8 Millionen Menschen.
- Seit 1999 ist der Anteil an freiwillig engagierten Personen gestiegen, damals übten ca. 31 % der Personen ab 14 Jahren mindestens eine freiwillige Tätigkeit aus.
- Fast ein Viertel der Freiwilligen engagiert sich täglich, dieser Anteil ist seit 2009 gesunken. 42 % der Befragten üben ihre Tätigkeit einmal pro Woche aus, 35 % einmal im Monat oder seltener.
- Am häufigsten engagiert sich die Altersgruppe von 30 bis 49 Jahren, hier ist es fast die Hälfte aller Personen. Auch in der jüngeren Zielgruppe zwischen 14 und 29 Jahren engagiert sich ein nicht unerheblicher Anteil an Personen (42 %), ähnlich wie in der Altersklasse von 50 bis 64 Jahren (41 %). Bei Personen ab 65 Jahren sind es vergleichsweise weniger (31 %).
- Etwa 40 % der Männer und 39 % der Frauen engagieren sich freiwillig. Die Wahl des Bereiches, in dem sie ihr Engagement ausüben, spiegelt die eigenen Interessen wider.
- Personen, die erwerbstätig und in Ausbildung (Schule, Ausbildung, Studium) sind, engagieren sich öfter als Nicht-Erwerbstätige, wie arbeitslose Personen oder RentnerInnen. Überdurchschnittlich häufig engagieren sich zudem Personen mit einem mittleren oder hohen bedarfsgewichteten Haushaltseinkommen.
- Ca. 4 % der Menschen in Deutschland engagieren sich im Bereich Umwelt, Naturschutz oder Tierschutz. Damit ist der größte Zuwachs an freiwillig Engagierten zwischen 2014 und 2019 in diesem Bereich zu verzeichnen. Frauen und Männer engagieren sich gleich häufig, der höchste Anteil an Engagierten lässt sich in der Altersklasse von 50 bis 64 finden.¹

FREIWILLIGENARBEIT IN DEUTSCHLAND

MOTIVE DER FREIWILLIGEN IN 2019₁

MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH, ANGABEN IN PROZENT, N = 27.762



FREIWILLIGENARBEIT IN DEUTSCHLAND

POTENZIALE

- 71 % der nicht-engagierten Personen geben an, dass sie aufgrund mangelnder Zeit kein Ehrenamt aufnehmen.¹
- 59 % der zurzeit nicht-engagierten Befragten können sich vorstellen, in der Zukunft eine freiwillige Tätigkeit aufzunehmen.¹
- 82 % der Nicht-Engagierten in der Altersgruppe zwischen 14 und 29 Jahren können sich prinzipiell vorstellen, ein Ehrenamt aufzunehmen. Damit ist die Bereitschaft in dieser Altersklasse besonders hoch.¹
- In der Zukunft wird erwartet, dass das Engagement von jungen Leuten zwischen 18 und 33 Jahren für den Natur-, Umwelt- und Klimaschutz deutlich ansteigt.¹⁸
- Mit 27 % ist die Bereitschaft in der Altersklasse der Personen ab 65 Jahren deutlich geringer.¹



FREIWILLIGENARBEIT IN DÄNEMARK

- Im Jahr 2022 übten in Dänemark ca. 43 % der Personen ab 14 Jahren eine freiwillige Tätigkeit aus. Dies entspricht etwa 2,5 Millionen Menschen.³
- Seit 2004 ist der Anteil an freiwillig engagierten Personen nahezu unverändert geblieben.²
- 53 % der Freiwilligen sind männlich, 46 % weiblich. 41 % interessieren sich für Reisen, 39 % für die Natur.³
- 36 % der ehrenamtlich Engagierten üben ihre freiwillige Tätigkeit regelmäßig aus. Als einmaligen oder gelegentlich wiederkehrenden Einsatz bezeichnen 30 % der Freiwilligen ihr Engagement. Im Durchschnitt engagieren sich die Befragten 15,5 Stunden im Monat, dies entspricht einem Rückgang von 2,5 Stunden seit 2004.²
- Männliche Personen engagieren sich häufig im Alter zwischen 35 und 45 Jahren, während bei den 16 bis 25-Jährigen die meisten Frauen ehrenamtlich tätig sind. Der Unterschied zwischen den Geschlechtern hat sich seit 2004 verringert.²
- Am häufigsten engagieren sich Personen in einem Alter zwischen 36 und 45 Jahren. Im Durchschnitt verbringen diese jedoch weniger Stunden am Arbeitsplatz als andere Altersgruppen.²
- Die informelle Freiwilligenarbeit außerhalb von Organisationen und Verbänden hat zugenommen. Personen, die Vorruhestands- und Geldleistungen beziehen, üben diese Art der Freiwilligenarbeit besonders häufig aus.²
- Im Bereich der „anderen Freizeitaktivitäten“ wie beispielsweise in Freizeitvereinen (ohne Sportvereine) oder bei den Pfadfindern, engagieren sich 23 % der Freiwilligen.³

FREIWILLIGENARBEIT IN DÄNEMARK

MOTIVE DER FREIWILLIGEN IN 2022₃

MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH, ANGABEN IN PROZENT, N = 2.133

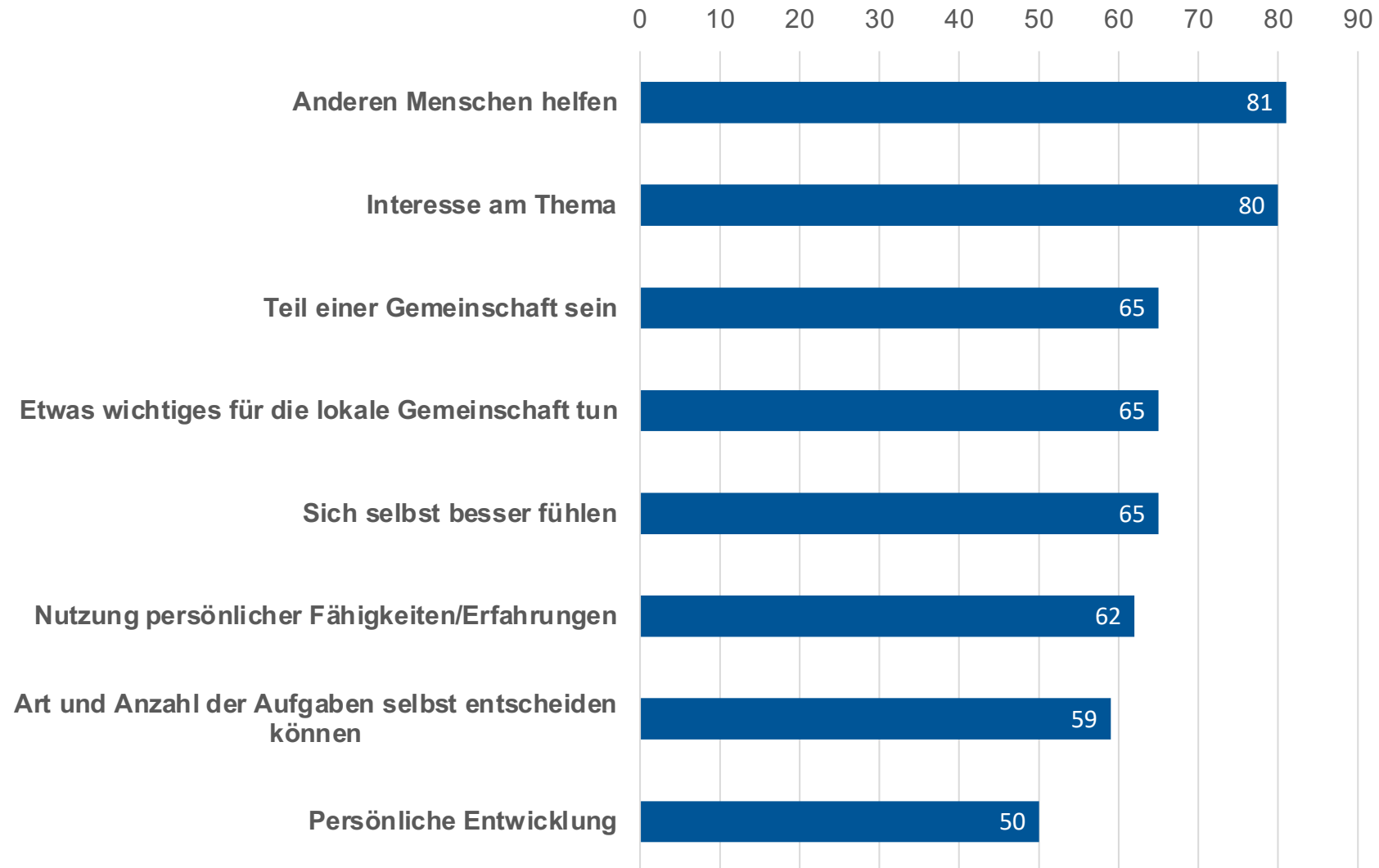
VaBene

Interreg



Kofinanziert von
der Europäischen Union
Medfinanziert af
Den Europæiske Union

Deutschland – Danmark



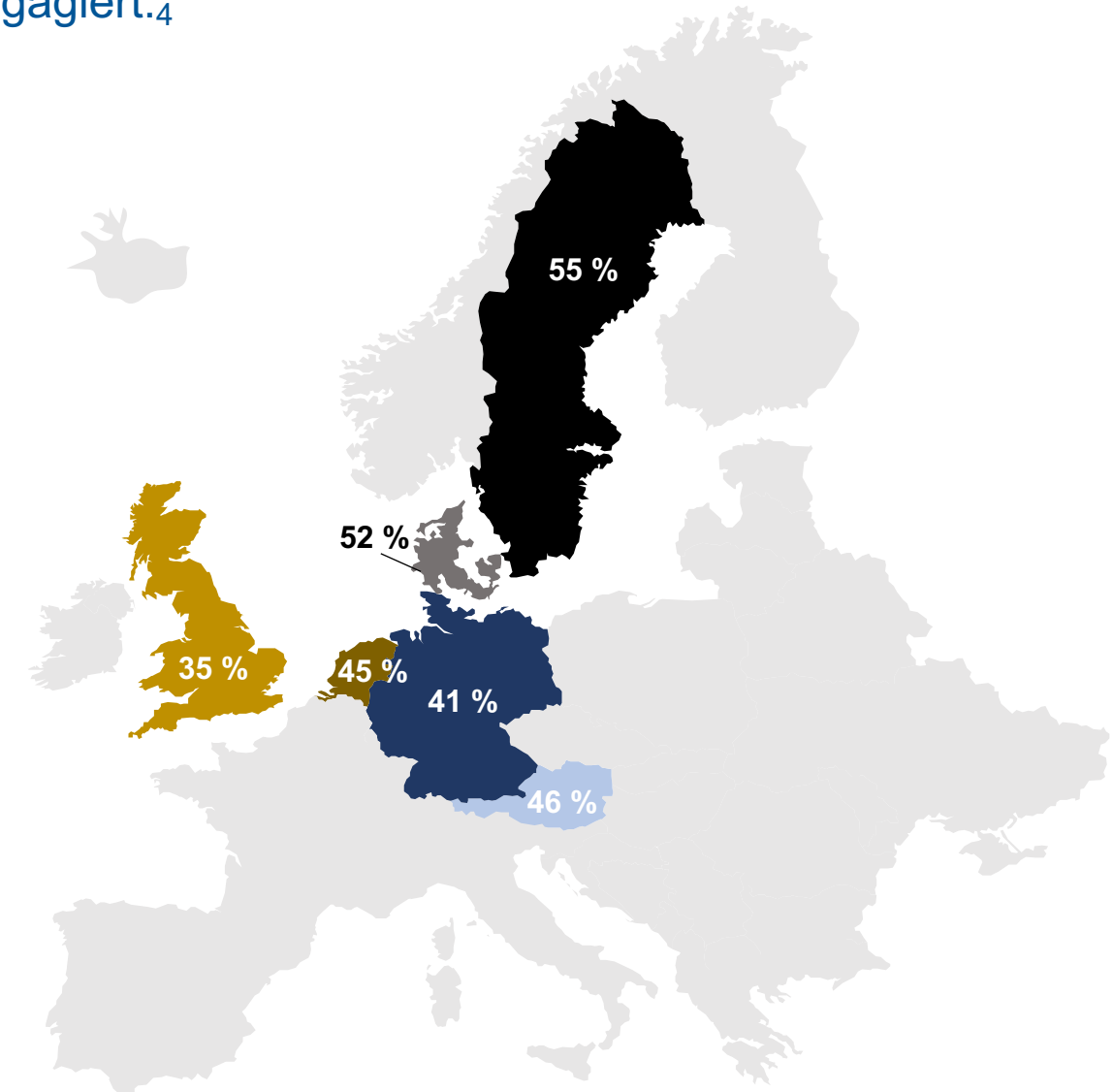
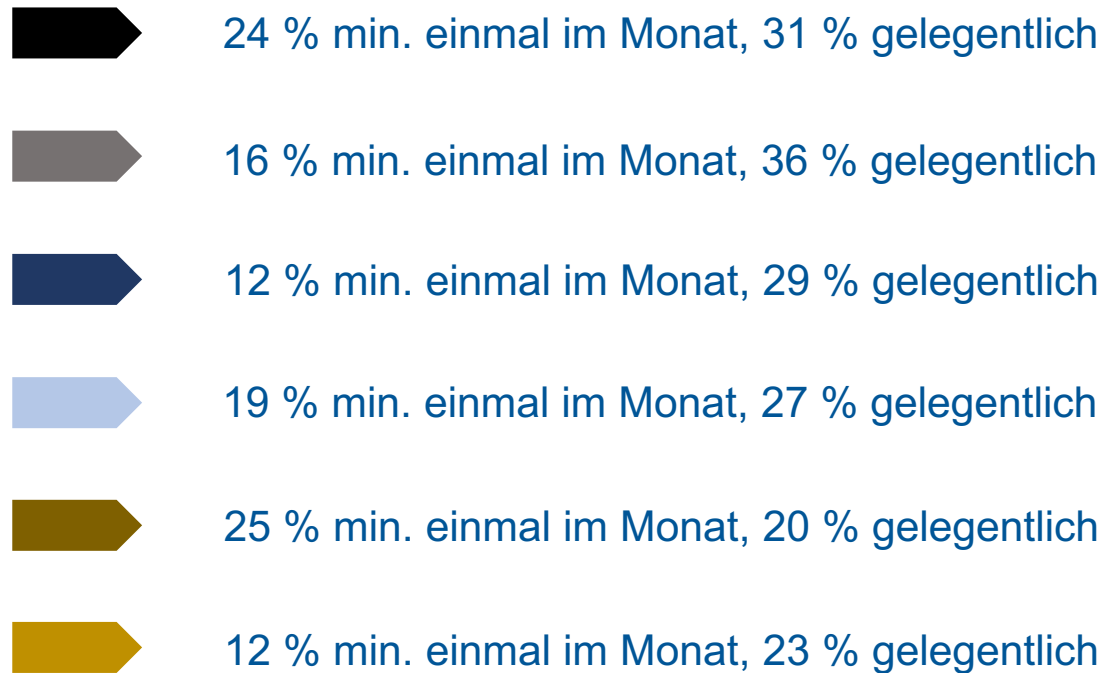


POTENZIALE

- 22 % der erwachsenen dänischen Bevölkerung haben in der Vergangenheit noch nie eine freiwillige Tätigkeit aufgenommen und würden dies in der Zukunft auch nicht gerne tun.²
- 15 % der befragten Personen können sich in der Zukunft vorstellen, eine ehrenamtliche Tätigkeit im Bereich Umwelt aufzunehmen.³
- 85 % der Nicht-Engagierten in der Altersgruppe zwischen 15 und 17 Jahren können sich prinzipiell vorstellen, ein Ehrenamt aufzunehmen. In der Altersklasse 18 bis 24 sind es 83 %. Damit ist die Bereitschaft in diesen Altersklassen besonders hoch.³
- Mit 51 % ist die Bereitschaft in der Altersklasse der Personen ab 65 Jahren geringer.³

FREIWILLIGENARBEIT IN EUROPA

Ein Drittel der EU-Bürger hat sich im Jahr 2016 freiwillig engagiert.⁴



Vergleichbare Daten für Norwegen und die Schweiz liegen in dieser Studie leider nicht vor.

ERKENNTNISSE 01

- Der Anteil an Personen, die eine freiwillige Tätigkeit ausüben, ist in Dänemark und Deutschland etwa gleich hoch. Auch die Altersgruppe, die sich am häufigsten ehrenamtlich engagiert, ist in beiden Ländern ähnlich: In Deutschland die 30 bis 49-Jährigen, in Dänemark die 36 bis 45-Jährigen
- In beiden Ländern weisen die Engagierten altruistische und soziale Motive auf, wie „anderen Menschen helfen“ bzw. „etwas für die Gemeinschaft tun“.
- Die Bereitschaft von Nicht-Engagierten, sich in Zukunft zur Freiwilligenarbeit zu motivieren, ist gerade unter jungen Leuten gegeben. Personen, die aufgrund mangelnder Zeit keine freiwilligen Tätigkeiten ausführen, könnten gegebenenfalls im Urlaub für kurzfristige Einsätze begeistert werden.
- Dänen, Deutsche und Personen aus den Quellländern von Besuchern vom dänischen und vom deutschen Nationalpark Wattenmeer engagieren sich häufiger als der EU-Durchschnitt. Vor allem die skandinavischen Länder weisen hohe Anteile auf.

02

VaBene

Interreg



Kofinanziert von
der Europäischen Union
Medfinansieret af
Den Europæiske Union

Deutschland – Danmark

Zielgruppen von voluntouristischen Einsätzen

ARTEN VON FREIWILLIGENARBEIT



GEREGELTER FREIWILLIGENDIENST

Ein staatlich geregelter Freiwilligeneinsatz von jungen Erwachsenen



FLEXIBLES VOLUNTEERING

Eine ehrenamtliche (Mit-)Arbeit am Wohnort



VOLUNTOURISMUS

Eine Kombination von Urlaub mit einem freiwilligen Arbeitseinsatz am Urlaubs- oder Reiseort

- Halbtages-/Eintageseinsätze
- Einwöchige bis mehrmonatige Einsätze
- Workcamps
- Gruppen-Pauschalreisen
- Corporate Volunteering: für Firmenteam_{5, 6}

ZIELGRUPPE VON VOLUNTOURISMUSEINSÄTZEN IM AUSLAND

- 15.000 bis 25.000 deutsche Freiwillige nutzen jährlich voluntouristische Angebote, die meisten Einsätze finden im Ausland statt.⁷ Die beliebtesten Einsatzbereiche sind der Tierschutz (47 %) und der Naturschutz (42 %).⁹
- Das häufigste voluntouristische Format wird in den meisten Fällen von 18 bis 30-Jährigen genutzt, die nach dem Schulabschluss oder in den Semesterferien Neues entdecken und persönlich wachsen wollen. Die Einsätze finden überwiegend in Ländern des globalen Südens statt und liegen im Bereich der Landwirtschaft, der Bildungs- oder Naturschutzarbeit. Dabei erhalten die Freiwilligen Verpflegung und Unterkunft teilweise kostenlos gestellt für Ihren Einsatz und müssen nichts bezahlen, während andere Angebote bis zu mehreren Hundert Euro kosten.⁸
- Ein- bis zweiwöchige voluntouristische Pauschalreisen im globalen Norden werden überwiegend von Menschen ab 50 Jahren wahrgenommen. Dieses Format beinhaltet weniger arbeitsintensive Einsätze und mehr touristische Elemente und ist daher kostenintensiver als Arbeitseinsätze im globalen Süden.⁸
- Voluntouristische Tagesangebote sind häufig kostenlos, liegen im Naturschutzbereich und enthalten einen kurzen touristischen Anteil. An den Angeboten nehmen Personen aus allen Altersklassen teil.⁸

ZIELGRUPPE VON VOLUNTOURISMUSEINSÄTZEN IN DEUTSCHLAND

VaBene

Interreg



Kofinanziert von
der Europäischen Union
Medfinansieret af
Den Europæiske Union

Deutschland – Danmark

Befragung unter deutschen Campinggästen zum Potenzial voluntouristischer Angebote in deutschen Schutzgebieten.

- Fast 20 % der Befragten haben schon Erfahrungen mit voluntouristischen Aktivitäten gemacht. 44 % sind an ihrem Wohnort ehrenamtlich tätig, ca. 13 % engagieren sich im Naturschutz, was deutlich über dem Bundesdurchschnitt liegt.
- Die Campinggäste haben überwiegend altruistische Motive. Die wichtigsten Gründe sind „den Zustand der Umwelt verbessern“, „der Natur etwas zurückgeben“ und „etwas Sinnstiftendes tun“.
- Personen, die sich für den Naturschutz interessieren, zeigen eine höhere Bereitschaft für Tageseinsätze als für Pauschalreisen oder langfristige Angebote.
- Hinderungsgründe bei vorhandener Bereitschaft zu Tageseinsätzen bestehen aus Push- und Pull-Faktoren. Dazu gehören auf der einen Seite z. B. gesundheitliche Gründe, auf der anderen Seite Hürden des Angebotes, wie fehlende Vorab-Informationen oder ein zu langer Anfahrtsweg. Bei den Pauschalreisen ist der häufigste Hinderungsgrund, dass Gruppen- oder Pauschalreisen nicht die präferierte Reiseart sind. Bei langfristigen Angeboten ist die Dauer die größte Barriere. Die Hälfte der Befragten würde einen Zeitraum von maximal zwei Wochen bevorzugen.
- Bei einer Teilnahme an einem Tageseinsatz wäre den Teilnehmenden eine Führung durch das Gebiet als Bestandteil wichtig, zudem möchten sie Techniken kennenlernen, die auch im Naturschutz eingesetzt werden. Auch ein (regionales) Mittagessen ist den Befragten wichtig.
- Bei Tageseinsätzen bevorzugen 72 % der Befragten, sich spontan vor Ort informieren zu können, sowie über die Website der Unterkunft (64 %) und der Region (59 %). 29 % würden als Kommunikationskanal Social Media nutzen. Bei Pauschalreisen und langfristigen Angeboten sind die Informationen auf den Websites der Veranstalter am relevantesten. Mehr als 36 % bevorzugen bei beiden Angebotsformaten außerdem die sozialen Medien. Auch die eigene Recherche über Suchmaschinen ist relevant.¹⁰

ZIELGRUPPE VON VOLUNTOURISMUSEINSÄTZEN IN DÄNEMARK

VaBene

Interreg



Kofinanziert von
der Europäischen Union
Medfinansieret af
Den Europæiske Union

Deutschland – Danmark

Ergebnisse einer Umfrage unter 1.321 in Dänemark lebenden Personen mit dem Ziel, das Bewusstsein und die Einstellung der Befragten zum Wattenmeer-Nationalpark zu erfassen.

- Bei Besuchen des Nationalparks gehörten Spaziergänge, die Bewunderung der Schönheit der Natur, das Beobachten von Tieren und das Lernen über die Natur zu den am häufigsten ausgeübten Tätigkeiten. Einheimische nutzen das Gebiet für Spaziergänge, während Personen, die von weiter her kommen, schon im Vorfeld mehr Aktivitäten geplant haben.
- Aktuell engagiert sich am häufigsten die Altersgruppe ab 51 Jahren. Personen mit einem hohen Bildungsabschluss und einem hohen Einkommen engagieren sich vergleichsweise öfter.
- Eine stärkere Beschäftigung mit der Natur hat positive Auswirkungen auf die Ausübung von Freiwilligentätigkeiten.
- Das größte Interesse besteht an der Teilnahme an Aktivitäten, die einmal bis mehrmals im Jahr stattfinden. Besonders beliebt sind freiwillige Aktivitäten, die sich mit Berufs- oder Freizeitaktivitäten decken, wie die Beobachtung oder Zählung von Wildtieren und Vögeln oder die Erfassung von Veränderungen bei invasiven Arten. Weiterhin besteht großes Interesse an der Durchführung von praktischen Aufgaben bei Veranstaltungen. Einheimische und Menschen aus der größeren Region Süddänemark können für Instandhaltungsaufgaben rekrutiert werden, die in begrenzten und spezifischen Zeitintervallen organisiert werden.
- Ein aktiver Umgang mit der Presse und die Präsenz in den sozialen Medien wecken ein gewisses lokales und touristisches Interesse und ist daher von großer Bedeutung.¹¹

WELCHE ZIELGRUPPEN HABEN INTERESSE AN FREIWILLIGENARBEIT IM URLAUB IN NATURLANDSCHAFTEN?

Deutschland

- An Einsätzen in Naturlandschaften nehmen überwiegend Einheimische und Personen aus der Nähe teil sowie Personen, die einen Tagesausflug oder Kurzausflug machen, und aus naheliegenden Großstädten mit guter Verkehrsanbindung kommen.¹²
- Es gibt Anfragen sowohl von Schulklassen als auch von Einzelreisenden für die Region Wattenmeer Schleswig-Holstein.¹⁵
- Campingurlauber sind geneigter an Einsätzen teilzunehmen, wenn die Projekte vom Campingunternehmen für seine Gäste veranstaltet werden, da es ihnen ein Gefühl von Exklusivität gibt.¹⁴

Dänemark

- Interesse an Freiwilligenarbeit im Wattenmeer-Nationalpark in Dänemark haben 14 % der Personen, aus der unmittelbaren Umgebung, 5 % der Personen aus Süddänemark und 4 % der Befragten aus anderen Teilen Dänemarks.¹¹
- Bewohner aus der Umgebung des Nationalparks haben demnach das größte Interesse an freiwilligen Aktivitäten innerhalb des Nationalparks, aber auch Besucher aus anderen Teilen Dänemarks sind prinzipiell bereit, sich freiwillig zu engagieren.¹¹

ERKENNTNISSE 02

Generell besteht ein großes Potenzial für Angebote von Umweltschutzaktivitäten als freiwillige Tätigkeit im Nationalpark Wattenmeer. Dabei gilt, dass Tagesangebote Personen aller Altersklassen ansprechen, der Tier- und der Naturschutz die beliebtesten Einsatzbereiche darstellen und Naturschutz interessierte Personen eine höhere Bereitschaft für Tageseinsätze als für längere Angebotsformen zeigen.

Für deutsche Campingurlauber wird beschrieben, dass diese ansprechbar sind, weil sie sich schon vorher durchschnittlich häufig im Naturschutz engagiert haben und ein gewisses Interesse an dem Thema mitbringen.

Bei langfristigen Angeboten sollte die Dauer nicht über zwei Wochen hinausgehen.

Tagesangebote werden vermehrt von Personen angenommen, die sich privat auch schon für die Natur interessieren.

Das Interesse an Freiwilligenarbeit ist bei dänischen Personen höher, die in der Nähe vom Nationalpark wohnen. Personen, die weiter weg wohnen, müssen rechtzeitig über Angebote informiert werden, da sie länger im Voraus planen.

Eine umfassende und zielgruppenorientierte Kommunikation ist wichtig für den Erfolg der Angebote. Hürden, wie fehlende Online-Informationen, müssen vorab aus dem Weg geräumt werden.

Bevorzugte Kommunikationskanäle

Tageseinsätze

- Website der Unterkunft
- Website der Region
 - Social Media

Pauschalreisen und langfristige Angebote

- Website des Veranstalters
 - Social Media
- Eigene Recherche über Suchmaschinen

03

VaBene

Interreg



Kofinanziert von
der Europäischen Union
Medfinansieret af
Den Europæiske Union

Deutschland – Danmark

Vergleich der Zielgruppen



DEMOGRAFISCHES PROFIL

In der Studie „Zahlungsbereitschaft von Voluntourist:innen bei Tageseinsätzen“ findet sich beispielhaft folgendes Profil von Nutzenden voluntouristischer Angebote:

- Voluntouristische Einsätze, die innerhalb der „Nationalen Naturlandschaften“ stattfinden, richten sich generell an alle Urlauber mit einem Mindestmaß an körperlicher Fitness, die Interesse an Abwechslung im Urlaub, Naturerlebnissen und Bildung haben, und einen Beitrag leisten möchten.
- Es gibt ein breites Altersspektrum, häufig nehmen Best Ager zwischen 40 und 50 Jahren, RenterInnen und Studierende teil, die alle das Interesse an Natur verbindet.
- Für das voluntouristische Tagesangebot der Nationalen Naturlandschaften wurden drei Zielgruppen ermittelt, die als potenziell erfolgsversprechend gelten. Diese werden im Folgenden vorgestellt und im Anschluss mit der Zielgruppe vom deutschen Wattenmeer abgeglichen.¹²

MÖGLICHE ZIELGRUPPEN FÜR DAS VOLUNTOURISTISCHE TAGESANGEBOT DER NATIONALEN NATURLANDSCHAFTEN

Zielgruppen	Natur & Outdoorurlauber	Anspruchsvolle Kulturreisende	Kinder- und Familienorientierte
Geschlecht	Männer und Frauen	Männer und Frauen	Mehr als die Hälfte sind Frauen
Alter	von jungen Erwachsenen, über Familien, bis Best Ager (40-50J)	Älter als 50 Jahre	30- bis 50-Jährige
Schulabschluss & Einkommen	Mittlerer oder höherer Schulabschluss und höhere Einkommen	Hoher Bildungsabschluss	Niedriger bis mittlerer Bildungsabschluss und mittlere bis höhere Einkommen
Familienstand	Singles/Paare ohne Kinder oder Familien	Verheiratet	Familien
Werte & Freizeitgestaltung	<ul style="list-style-type: none"> • Kulturelles Interesse • Soziales Engagement • Auseinandersetzung mit sozialen Fragen • Starkes Verantwortungsbewusstsein für sich selbst und die Familie • Intakte und gesunde Natur und Umwelt • Natur und Umwelt genießen können und für eigene Aktivitäten nutzen 	<ul style="list-style-type: none"> • Körperlich und geistig fit bleiben • Sich stets weiterbilden • Interesse an Kultur, Offenheit, Toleranz • Lehnen traditionelle Werte ab • Ein gewisses Engagement gegenüber sozial Schwächeren • Verfügen über ein Bewusstsein und eine Empathie, die sie aufgeschlossen macht für Fragen der ökologischen und sozialen Gerechtigkeit 	<ul style="list-style-type: none"> • Die Familie und die Erziehung der Kinder • Stress und Überforderung im Alltag
Urlaubsinteressen	<ul style="list-style-type: none"> • Authentische Erlebnisse in unberührter Natur • Gesunde regionale Küche • Aktiv sein • Zielgruppe für ‚bewusstes Reisen‘ • Bereit, mehr Geld auszugeben, mit dem „guten Gewissen“ nachhaltige Entscheidungen zu treffen • Aktivitäten wie Wandern, Fahrradfahren und Ausflüge • Erholung und Genießen in einer qualitativ hochwertigen Umgebung 	<ul style="list-style-type: none"> • Neue, authentische Erlebnisse, Eindrücke, Wissenserweiterung • Kulturelle Vielfalt des Ortes • Kontakt mit Einheimischen • Landestypische, regionale Küche entdecken 	<ul style="list-style-type: none"> • Kinderfreundlichkeit (Preis und Animation und begleitete Angebote für Kinder) • Sicherheit • Spaßfaktor für die Kinder • Erholung vom Alltag für die Eltern
Zeitraum des Urlaubs	Vor- und Nachsaison	Vor- und Nachsaison	Hauptsaison ¹²



PROFIL DER GÄSTE IM WATTENMEER IN DEUTSCHLAND

- Besucher und Urlauber der Region Wattenmeer in Deutschland sind meistens ältere Gäste oder Familien mit Kindern. Häufig kommen diese aus Niedersachsen oder Nordrhein-Westfalen und verfügen über durchschnittlich hohe Haushaltsnettoeinkommen.
- Als Gründe für die Reiseentscheidung werden am häufigsten Erholung, Klima/Luft, Meer, Landschaft und Natur angegeben. Für ca. 50 % der Reisenden spielt der Schutz des Wattenmeers als Nationalpark eine bedeutende Rolle bei der Reiseentscheidung.
- Wichtige Aspekte im Urlaub sind das Erleben intakter Natur und der Schutz der Natur am Urlaubsort. Mehr als ein Drittel der Gäste würde den Umweltschutz vor Ort mit einem kleinen Beitrag finanziell unterstützen. Betriebe, die einen Beitrag zum Umwelt- und Naturschutz leisten, werden bevorzugt von ebenso ca. einem Drittel der Gäste ausgewählt.
- Die Gäste wollen vor Ort aktiv sein, daher zählen Wandern, Radfahren und der Strandbesuch zu den Top-Aktivitäten. Zudem interessieren sich die Gäste sehr für Angebote wie Naturerlebnisse, Naturinfozentren und organisierte Wanderungen.¹⁶

VERGLEICH DES GÄSTEPROFILS MIT DEN ZIELGRUPPEN FÜR VOLUNTOURISMUS

Die Gäste im Wattenmeer in Deutschland überschneiden sich vor allem mit der Zielgruppe der „Natur & Outdoorurlauber“ für voluntouristische Tagesangebote in den deutschen Nationalen Naturlandschaften. Diese sind häufig Best Ager und verfügen über ein hohes Haushaltsnettoeinkommen. Wichtige Reiseentscheidungsgründe und Aspekte im Urlaub sind „Erholung“ und „eine intakte Natur und Umwelt“. Vor Ort möchten die Personen aktiv sein und führen Aktivitäten wie Wandern, Fahrradfahren und Ausflüge durch. Zudem handelt es sich um Personen, die „bewusst reisen“ wollen und die daher bereit sind, für nachhaltige Aspekte mehr Geld auszugeben und diese auch bevorzugt auswählen.

Auch die definierte Zielgruppe der „Kinder- und Familienorientierten“ passt in gewissem Maße zu der Zielgruppe der Familien, die im Nationalpark Wattenmeer Urlaub macht.

Die potenzielle Gruppe der „Anspruchsvollen Kulturreisenden“ findet sich dagegen eher selten unter den Gästen im deutschen Wattenmeer.

NUTZERTYPEN WATTENMEER DÄNEMARK



Für alle Nutzertypen ist die Natur und ihre Pflege von entscheidender Bedeutung.

Nutzertypen	Demografie	Werte & Interessen	Verhalten im Urlaub
Die Wissbegierigen	<ul style="list-style-type: none"> • Familiengruppen mit älteren Kindern • Paare oder Freunde 	<ul style="list-style-type: none"> • Aktive Naturliebhaber • Lernen gerne etwas Neues 	<ul style="list-style-type: none"> • Planen im Voraus • Setzen sich kritisch mit ökologischen Prozessen auseinander • Verstehen Verhaltensregeln und Richtlinien
Die Enthusiasten der Sinne	<ul style="list-style-type: none"> • Paare oder Freunde • Mittleres Alter 	<ul style="list-style-type: none"> • Wollen die Kontrolle über ihre Erfahrungen haben • Sehen die Natur mit einer gewissen Abstraktion 	<ul style="list-style-type: none"> • Haben viel Zeit • Sind erfahrene Reisende • Bewegen sich vorsichtig in der Natur, auch abseits der Pfade
Die Erlebnissuchenden	<ul style="list-style-type: none"> • Kinder und jüngere Menschen • Gruppen, Familien, Freunde 	<ul style="list-style-type: none"> • Suchen den Nervenkitzel, Spaß, das Außergewöhnliche • Bewegung steht im Mittelpunkt 	<ul style="list-style-type: none"> • Organisierte Touren & Führungen • Türme & Aussichtspunkte • Mobilität ist wichtiger Teil der Erfahrung
Die Ungewohnten in der Natur	<ul style="list-style-type: none"> • Ältere Menschen • Auch jüngere Personen, die Entspannung suchen • Gruppen, die sich den Lebensstil teilen 	<ul style="list-style-type: none"> • Erkennen die Qualitäten der Natur • Konzentration auf das Funktionale 	<ul style="list-style-type: none"> • Verbringen viel Zeit in ihrer Unterkunft • Angst vor Herausforderungen bei einem übermäßigen Engagement für die Umwelt
Die Sammler	<ul style="list-style-type: none"> • Mittleres, höheres Alter • Gut gebildet • Bringen gelegentlich Kinder und Enkelkinder mit 	<ul style="list-style-type: none"> • Im ständigen Kontakt mit der Familie • Erhalten Kraft & Gesundheit durch Aufenthalt in der Natur 	<ul style="list-style-type: none"> • Informieren sich über nachhaltiges Verhalten • Sind auf Entdeckungsreise • Sie angeln oder sammeln, z. B. Austern oder Beeren
Die organisierte Gruppe	<ul style="list-style-type: none"> • Organisierte Gruppen, z. B. Teambuilding, Sportgruppen, Vereinsausflüge, Schulbesuche • Professionell oder selbst organisierte Touren 	<ul style="list-style-type: none"> • Müssen sich an die Gruppe anpassen • Zeigen eine gewisse abwartende Zurückhaltung • Es geht um Beziehungsaufbau zu anderen 	<ul style="list-style-type: none"> • Nicht gut vorbereitet • Wattenmeer ist eher Standort als Ziel
Weltnaturerbe-Bürger	<ul style="list-style-type: none"> • Bewusste & verantwortungsvolle Personen 	<ul style="list-style-type: none"> • Können andere Personen mobilisieren • Befolgen Regeln für das Verhalten in der Natur 	<ul style="list-style-type: none"> • Möchten Zeit und Mühe investieren, um das Wattenmeer „besser“ zu machen • Nehmen an freiwilligen Aktivitäten teil₂₉

VERGLEICH DER NUTZERTYPEN MIT DEN ZIELGRUPPEN FÜR VOLUNTOURISMUS

Für die verschiedenen definierten Nutzertypen der dänischen Wattenmeer-Region ist die Natur wichtig, jedoch aus unterschiedlichen Gründen. Daher kommen auch nicht alle Nutzertypen gleichermaßen für freiwillige Aktivitäten in der Naturschutzarbeit in Frage.

Potenzial gibt es bei den „Erlebnissuchenden“, die der Zielgruppe der „Kinder- und Familienorientierten“ ähneln, bei der die Kinderfreundlichkeit der Angebote und der Spaßfaktor hoch im Kurs stehen. Die Erlebnissuchenden sind häufig Familien. Gerade für die Kinder und jüngere Personen stehen außergewöhnliche Aktivitäten und die Bewegung im Mittelpunkt. Für Freiwilligenarbeit lassen sie sich möglicherweise durch organisierte Führungen oder Mobilität als Teil der Aktivität motivieren.

Zu der Zielgruppe der „Natur- und Outdoorurlauber“ passen in gewissem Maße die Nutzertypen der „Wissbegierigen“, der „Sammler“ und der „Weltnaturerbe-Bürger“, da sich diese aktiv in der Natur aufhalten und Interesse an der Umwelt mitbringen.

Die Nutzertypen der „Enthusiasten der Sinne“, der „Ungewohnten in der Natur“ sowie der „Organisierten Gruppe“ stimmen eher nicht mit einer der Zielgruppen für voluntouristische Tagesangebote in den Nationalen Naturlandschaften überein.

ERKENNTNISSE 03



Für das voluntouristische Tagesangebot der Nationalen Naturlandschaften wurden die drei potenziellen Zielgruppen der „Natur- und Outdoor-Urlauber“, der „anspruchsvollen Kulturreisenden“ und der „Kinder- und Familienorientierten“ definiert.



Die deutsche Zielgruppe und die dänischen Nutzertypen der Wattenmeer-Region ähneln dabei den „Natur- und Outdoorurlaubern“ sowie den „Kinder- und Familienorientierten“ in ihrer Demografie, den Wertevorstellungen und den Urlaubsinteressen.



Die Zielgruppe der „anspruchsvollen Kulturreisenden“ lässt sich eher nicht unter der Zielgruppe der deutschen und den Nutzertypen der dänischen Wattenmeer-Region wiederfinden.

04

VaBene

Interreg



Kofinanziert von
der Europäischen Union
Medfinansieret af
Den Europæiske Union

Deutschland – Danmark

Motive & Motivation

MOTIVATIONSNIVEAU – TRENDS BEIM FREIWILLIGEN ENGAGEMENT AUF REISEN

- Die **Jugendgeneration** wird als optimistisch, ehrgeizig und zäh beschrieben, bezieht sich stark auf sich selbst und wägt zwischen Kosten und Nutzen einer Handlung ab. Dies führt zu einer höheren Nachfrage nach kürzeren Freiwilligendiensten. Auch der Erlebnischarakter von Reisen ist für die jüngere Generation wichtig.¹⁷
- Eine kürzere Aufenthaltsdauer lässt sich besser mit einer beschleunigten Lebens(lauf)planung vereinbaren. Für die **Bildungselite** stellt ein Freiwilligendienst einen Baustein für ihren Lebenslauf dar. ¹⁷
- Relevant für internationale Dienste werden auch **Mittzwanziger, Personen über 30 Jahren und Berufstätige** durch die Aufteilung von Bachelor- und Masterstudiengängen und diskontinuierliche Erwerbsbiografien.¹⁷
- 71 % der **ab 45-Jährigen** kann sich vorstellen, ihre Reise mit einem freiwilligen Einsatz zu verbinden, da sie Abwechslung zum Vollzeitjob suchen, etwas zurückgeben möchten oder zwischen einem Jobwechsel eine längere Pause einlegen.⁹
- Durch den demografischen Wandel werden internationale Freiwilligendienste auch für **SeniorInnen** interessant. ¹⁷



MOTIVIERENDE ASPEKTE BEI VOLUNTOURISTISCHEN EINSÄTZEN

- Für Freiwillige allgemein gilt: **Jüngere Personen** zwischen 18 und 24 Jahren engagieren sich im Vergleich eher aus den Gründen, dass sie durch die Freiwilligenarbeit neue Fähigkeiten erlernen könnten oder ihnen das Ehrenamt etwas für ihre Karriere bringen könnte. Im Vergleich liegen die Gründe bei **älteren Personen** ab 55 Jahren hingegen darin, dass sie mehr Zeit haben, sie neue Leute kennenlernen möchten oder ihre bereits vorhandenen Fähigkeiten anwenden wollen.²⁰
- Wichtig ist der **Erlebnischarakter** von Reisen sowie das Gefühl einer **exklusiven** und nicht anstrengenden Arbeit.¹⁴
- **Gutes Wetter** steigert die Motivation der potenziellen Teilnehmenden.¹⁴
- Der Wunsch nach **Flexibilität** und individueller Anpassbarkeit wird als genereller Trend bei Freiwilligenarbeit und bei touristischen Reisen beobachtet.¹⁰
- Personen möchten sich unterschiedlich **häufig und lange** engagieren und können Angebote nur in bestimmten Zeiten im Jahr wahrnehmen, z. B. Studierende während der Semesterferien.¹⁰

MOTIVE

Insgesamt lassen sich bei freiwillig Engagierten vier Motive feststellen. Dabei sind die ersten beiden Motive besonders häufig vertreten. Die Motive beziehen sich sowohl auf die Freiwilligenarbeit am Wohnort als auch am Urlaubsort. Im Folgenden werden die verschiedenen in unterschiedlichen Quellen genannten Aspekte im Überblick zusammengefasst.

1 ALTRUISMUS

- Etwas Gutes und Sinnvolles tun wollen
- Anderen helfen und etwas zurückgeben
- Spüren einer persönlichen Verantwortung, sich an Umweltschutzprojekten zu beteiligen
- Hohe intrinsische Motivation

Personen, mit diesem Motiv, schließen sich einem Einsatz an, wenn die Projektziele mit ihren Werten übereinstimmen.

Vorab-Informationen sollten daher hervorheben, wie der Beitrag des Freiwilligen der Umwelt zugutekommt.

2 GEMEINSCHAFTSGEFÜHL

- Neue Orte und Menschen kennenlernen
- In der Gemeinschaft engagieren
- Arbeit mit Gleichgesinnten
- Erfahrungen mit anderen teilen
- Neue Freunde finden

Personen, mit diesem Motiv, sind zugehörigkeitsorientiert.

Sie lassen sich z. B. durch geselliges Beisammensein, Teamprojekte, besondere Anlässe oder Namensschilder motivieren.^{8, 10, 18, 19, 20, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28}

MOTIVE (II)

3 ANERKENNUNG UND PERSÖNLICHE ENTWICKLUNG

- Öffentliche Anerkennung und Lob
- Etwas Besonderes tun, was sie von anderen unterscheidet
- Erwerb von Qualifikationen für die berufliche oder persönliche Entwicklung

Personen mit diesem Motiv sind oft an Aktivitäten interessiert, die der Öffentlichkeit zugänglich sind. Motivieren lassen sich die Personen z. B. durch namentliche Erwähnungen in Social Media-Posts, lokalen Zeitungsartikeln oder durch Auszeichnungen oder Referenzschreiben.

4 SPASS

- Auf der Suche nach Spaß
- Finden Freiwilligenarbeit unterhaltsam
- Sind aktiv und viel draußen unterwegs

Personen mit diesem Motiv suchen nicht regelmäßig nach freiwilliger Arbeit, daher eignen sich kurzfristige Projekte gut. Da die Personen gerne Zeit draußen in der Natur verbringen, eignen sich Aktivitäten wie Wegreinigungen, Beach Clean oder Aktivitäten, die dem Wandern ähneln.^{8, 10, 18, 19, 20, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28}

ERWARTUNGEN UND PASSENDE AKTIVITÄTEN



	Kurzfristige, einmalige Freiwilligeneinsätze (im Urlaub)	Gruppen-Pauschalreisen mit inkludierten Freiwilligeneinsätzen	Längerfristiges Engagement
Dauer	½-1 Tag	5-10 Tage, darin enthalten 2-3 halb- oder ganztägige Freiwilligeneinsätze	Mehrere Tage bis mehrere Monate
Zielgruppe	Personen mit Mindestmaß an körperlicher Fitness, die in der Region selbstorganisierten Urlaub verbringen, teilw. Mindestalter 14 J.	Personen mit Mindestmaß an körperlicher Fitness, i. d. R. zweite Lebenshälfte	Erwachsene mit Mindestmaß an körperlicher Fitness
Absehbare Erwartungen	<ul style="list-style-type: none"> • Leisten eines eigenen Beitrags zur Förderung biologischer Vielfalt • Praktisches Arbeiten • Bildung • Einzigartige und unmittelbare Naturerlebnisse • Gemeinschaftserlebnis • Abwechslung von sonstigen (Urlaubs-)aktivitäten 	<ul style="list-style-type: none"> • Leisten eines eigenen Beitrags zur Förderung biologischer Vielfalt • Praktisches Arbeiten • Bildung und Kompetenzerweiterung • Einzigartige und unmittelbare Naturerlebnisse • Gemeinschaftserlebnis • Gute Unterkünfte und Verpflegung 	<ul style="list-style-type: none"> • Leisten eines eigenen Beitrags zur Förderung biologischer Vielfalt • Praktisches Arbeiten • Bildung und Kompetenzerweiterung • Einblicke in betrieblichen Alltag von nachhaltig wirtschaftenden Betrieben • Landleben auf einzigartige Weise kennenlernen • Teil einer nachhaltigen Bewegung sein
Aktivitäten	<ul style="list-style-type: none"> • Praktischer Arten- und Biotopschutz • Biotoppflege • Einfache handwerkliche Tätigkeiten • Einfache Monitoringtätigkeiten 	<ul style="list-style-type: none"> • Praktischer Arten- und Biotopschutz • Biotoppflege • Einfache handwerkliche Tätigkeiten • Einfache Monitoringtätigkeiten 	<ul style="list-style-type: none"> • Praktischer Arten- und Biotopschutz • Biotoppflege • Einfache handwerkliche Tätigkeiten • Einfache Monitoringtätigkeiten • Unterstützung Gebietskontrolle • Öffentlichkeitsarbeit₂₁

ERKENNTNISSE 04

- Für die Zukunft wird angenommen, dass das Engagement von Personen aller Altersklassen steigt.
- Angebote müssen berücksichtigen, welche Motive eine Person für die Arbeit hat und wann und wie viel Zeit sie hat.
- Besonders häufig engagieren sich Freiwillige aus altruistischen oder sozialen Gründen, die Aktivitäten sollten daher einen sichtbaren Beitrag zum Umweltschutz leisten und mit mehreren Personen stattfinden, um einen Austausch unter den Teilnehmenden zu ermöglichen. Das Angebot sollte vorab schon entsprechend beschrieben sein.
- Personen, für die „Spaß“ der motivierende Faktor ist, können durch kürzere und einfachere Aufgaben für die Freiwilligenarbeit begeistert werden. Freiwillige, denen es um Anerkennung und ihre persönliche oder berufliche Weiterentwicklung geht, gehören oftmals zur jüngeren Altersklasse. Sie lassen sich durch Tätigkeiten motivieren, bei denen sie im Mittelpunkt stehen und die öffentlich bekannt gemacht werden, beispielsweise ein Spendenlauf.
- Bei Tageseinsätzen oder Pauschalreisen mit inkludierten Freiwilligeneinsätzen bieten sich Aktivitäten im praktischen Arten- und Biotopschutz, in der Biotoppflege, mit einfachen handwerklichen Tätigkeiten oder einfache Monitoringtätigkeiten an, um die Erwartungen der Freiwilligen zu erfüllen. Personen, die sich längerfristig engagieren, könnten zusätzlich noch in der Öffentlichkeitsarbeit oder bei der Gebietskontrolle unterstützen.



QUELLENVERZEICHNIS

- ¹ DZA 2019, Freiwilliges Engagement in Deutschland. Verfügbar unter: https://www.dza.de/fileadmin/dza/Dokumente/Forschung/Publikationen%20Forschung/Freiwilliges_Engagement_in_Deutschland_-_der_Deutsche_Freiwilligensurvey_2019.pdf
- ² Espersen et al. 2021, Frivillighedsundersøgelsen 2020. Verfügbar unter: <https://www.vive.dk/da/udgivelser/frivillighedsundersoegelsen-2020-lxmk93vd/>
- ³ Epinion 2023, Frivillighedsundersøgelse 2023 Rapport. Verfügbar unter: <https://www.dif.dk/media/wpflbseh/befolkningsundersoegelse-frivillighed-2023.pdf>
- ⁴ Wehner et al. 2022. Organizational, motivational and cultural contexts of volunteering. Verfügbar unter: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-92817-9_2
- ⁵ Verband Deutscher Naturparke e. V. 2024. Voluntourismus in Deutschland. Verfügbar unter: <https://nationale-naturlandschaften.de/wissensdatenbank/voluntourismus/artikel/voluntourismus-in-deutschland>
- ⁶ ECPAT, o. J., Voluntourismus. Verfügbar unter: https://ecpat.de/wp-content/uploads/2018/01/Dossier_Volontourismus.pdf
- ⁷ Nationale Naturlandschaften e. V. o. J., Voluntourismus in Deutschland. Verfügbar unter: <https://nationale-naturlandschaften.de/wissensdatenbank/voluntourismus/artikel/voluntourismus-in-deutschland>
- ⁸ Nationale Naturlandschaften e. V. o. J., Voluntourismusformate und Zielgruppen. Verfügbar unter: <https://nationale-naturlandschaften.de/wissensdatenbank/voluntourismus/artikel/voluntourismusformate-und-zielgruppen>
- ⁹ Expat News GmbH, 2023. „Voluntourism“: Darum sind Freiwilligeneinsätze beliebt. Verfügbar unter: https://www.expat-news.com/panorama_auswandern_expatriates/reisen-als-ehrenamt-voluntourism-auf-dem-vormarsch-52461
- ¹⁰ Buthmann 2022, Nachfrageanalyse zum Potenzial voluntouristischer Angebote in deutschen Schutzgebieten anhand der Zielgruppe Campinggäste. Verfügbar unter: https://nationale-naturlandschaften.de/naturschutz-im-urlaub/files/2023/07/Im-Urlaub-auch-mal-anpacken_Masterarbeit_Buthmann.pdf



QUELLENVERZEICHNIS

- ¹¹ Kwiatkowski 2020, Volunteering and collaborative governance innovation in the Wadden Sea National Park. Verfügbar unter: https://findresearcher.sdu.dk/ws/portalfiles/portal/148776152/Volunteering_and_collaborative_governance_innovation_in_the_Wadden_Sea_National_Park.pdf
- ¹² Horndt 2022. Zahlungsbereitschaft von Voluntourist:innen bei Tageseinsätzen. Verfügbar unter: https://nationale-naturlandschaften.de/naturschutz-im-urlaub/files/2023/07/Projektbericht_Zahlungsbereitschaft-von-Voluntouristen.pdf
- ¹³ Kwiatkowski, 2019. Volunteering and collaborative governance innovation in the Wadden Sea National Park. Verfügbar unter: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13683500.2019.1571022>
- ¹⁴ Camping Wirtschaft heute 2023, Weiterdenken bringt Mehrwert für die Branche. Verfügbar unter: https://nationale-naturlandschaften.de/voluntourismus-intern/files/2023/03/2023-03_Beitrag-in_Campingwirtschaft-heute_Ausgabe-2-23.pdf
- ¹⁵ Schutzstation Wattenmeer e.V. 2014. Artenvielfalt, Voluntourismus und Bürgerwissenschaft. Verfügbar unter: <https://www.schutzstation-wattenmeer.de/aktuelles/news-beitrag/artenvielfalt-voluntourismus-und-buergerwissenschaft/>
- ¹⁶ Nationalpark Wattenmeer, 2017. 2. Gästebefragung „Weltnaturerbe Wattenmeer und nachhaltiger Tourismus“ 2017. Verfügbar unter: <https://www.nationalpark-wattenmeer.de/wp-content/uploads/2020/03/gaestebefragung-wattenmeer-2017-zusammenfassung.pdf>
- ¹⁷ Haas, 2016. Voluntourismus: Annäherungen an einen schwammigen Begriff. Verfügbar unter: https://www.b-b-e.de/fileadmin/Redaktion/05_Newsletter/02_Europa_Newsletter/2016/enl-8-haas-gastbeitrag.pdf
- ¹⁸ vostel volunteering UG, 2021. Commitment 2.0 – Report of our volunteer survey 2020. Verfügbar unter: <https://vostel.de/blog/en/results-volunteer-survey-2020/>
- ¹⁹ Volunteer Centre East Sussex, 2014. Your guide to understanding volunteer motivation. Verfügbar unter: <https://www.vces.org.uk/wp-content/uploads/2014/07/Essential-Guide-to-Understanding-Volunteer-Motivation.pdf>
- ²⁰ Kanemura et al. 2023. Volunteer motivations and values. Verfügbar unter: <https://www.ncvo.org.uk/news-and-insights/news-index/time-well-spent-2023/volunteer-motivations-values/>



QUELLENVERZEICHNIS

- ²¹ Nationale Naturlandschaften e. V. 2024. Charakterisierung von Voluntourismus-Formaten. Verfügbar unter: <https://nationale-naturlandschaften.de/wissensdatenbank/voluntourismus/artikel/voluntourismusformate-und-zielgruppen>
- ²² ivolunteer, 2022. What motivates a volunteer. Verfügbar unter: https://www.ivolunteer.ca/blog/display/?blog_id=117216#:~:text=Some%20common%20reasons%20people%20volunteer,Contributing%20to%20community
- ²³ University of Florida 2023. Five motivations to volunteer: Tips for volunteer managers. Verfügbar unter: <https://edis.ifas.ufl.edu/publication/FY1524>
- ²⁴ Wearing, 2001. Volunteer Tourism - Experiences that Make a Difference. Verfügbar unter: https://books.google.de/books/about/Volunteer_Tourism.html?id=6VRrdFoCCDwC&redir_esc=y
- ²⁵ Schwäbischer Verlag GmbH & Co. KG Drexler, Gessler 2023. Voluntourismus: Anpacken für den Naturschutz. Verfügbar unter: <https://www.schwaebische.de/regional/baden-wuerttemberg/v-1808632>
- ²⁶ Neue Zürcher Zeitung, 2023. Was treibt Menschen in ihren Ferien zu ehrenamtlicher Arbeit? Und wann ist diese Hilfe auch gut und nicht nur gut gemeint? Verfügbar unter: <https://www.nzz.ch/reisen/reisen-voluntourismus-ld.1752683>
- ²⁷ Turisme.nu, 2023. Den svære rekruttering: Hvad motiverer Generation Z? Verfügbar unter: <https://turisme.nu/den-svaere-rekruttering-hvad-motiverer-generation-z/>
- ²⁸ CFSA 2019. 6 faktorer, der motiverer og fastholder frivillige. Verfügbar unter: <https://frivillighed.dk/guides/6-faktorer-der-motiverer-og-fastholder-frivillige>
- ²⁹ Hjalager 2023. Stedsformidling med gennemslagskraft - Velkommen til Nationalpark Vadehavet. Verfügbar unter: https://findresearcher.sdu.dk/ws/portalfiles/portal/252007882/Hjalager_Stedsformidling_med_gennemslagskraft_Nationalpark_Vadehavet_2023.pdf