



## Vom Verein engagierter Pädagogen zum Outgoing-Marktführer

### Kurzportrait ruf:

ruf reisen ist heute der europäische Marktführer für betreute Reisen von Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen und damit der führende Spezialist für altersgerechte Urlaubskonzepte. Bei den spezialisierten Reiseangeboten handelt es sich um professionell betreute Pauschalangebote mit Erlebnis-, Sport-, Event- und Kulturaktivitäten.

Mehr als 80.000 junge Menschen im Alter zwischen acht und 23 Jahren verreisen Jahr für Jahr mit ruf. Angesteuert werden 62 Destinationen in ganz Europa, den USA, Australien, Afrika und Asien. Dazu zählen mehr als 162 Clubanlagen, Camps sowie Hotels und zehn Rundreisen weltweit. Vor Ort werden ein pädagogisch ausgereiftes Aktivprogramm, Ausflüge, Sport- und Kulturaktivitäten angeboten – alles wird von ausgebildeten ruf Reiseleitern exklusiv für die jungen Gäste organisiert. Vor Ort werden die Jugendlichen von rund 2.000 deutschsprachigen Reiseleiterinnen und Reiseleitern betreut. Die pädagogisch konzipierten Reisen sind in mehrere Altersgruppen mit unterschiedlicher Betreuungsintensität gestaffelt. Das Programmangebot der Reisen ist altersgerecht und inhaltlich auf die jeweiligen Altersgruppen abgestimmt. Am Firmensitz im westfälischen Bielefeld steuern rund 100 Mitarbeiter die Reisen und Events.

Im Geschäftsjahr 2011/2012 konnte ruf reisen einen Umsatz von 43 Mio. Euro erwirtschaften. Der Vertrieb erfolgt zur einen Hälfte über rund 3.000 Reisebüros sowie über den Direktvertrieb per Internet. Die Reisecommunity auf [www.ruf.de](http://www.ruf.de) ist das größte Jugendreiseportal seiner Art in Deutschland und gilt europaweit als Vorreiter. Bei Facebook erreichen die Seiten von ruf mittlerweile mehr als 88.000 Fans. In der Zentrale im westfälischen Bielefeld organisieren und konzipieren rund 100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Reisen. In der Saison sind rund 2.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für ruf in den verschiedenen Destinationen im Einsatz. Mit diesen Kennzahlen erreicht ruf reisen den Platz 33 unter den deutschen Reiseveranstaltern (FVW-Ranking 2012).



## **Portfolio**

Damit immer eine zielgruppengerechte Reise garantiert werden kann, ist das Angebot von ruf heute sehr umfassend und teilt sich in verschiedene Sparten auf:

- ruf Kinderreisen (ab 8)
- ruf Jugendreisen (ab 11 / ab 13 / ab 16)
- ruf NEXT (ab 18)
- ruf Abreisen (ab 18)
- ruf Sprachreisen / ruf Sprachurlaub
- Bildungscamps
- Städte-, Fern-, und Erlebnisreisen
- Winterreisen
- Sportreisen

## **Vom Status quo zu den Anfängen**

Das Unternehmen wurde 1981 von Thomas Korbus, heute gemeinsam mit Burkhard Schmidt-Schönefeldt geschäftsführender Gesellschafter, mit Studenten der Freizeitpädagogik in Bielefeld gegründet. Die heutige ruf Reisen GmbH entstand als Verein unter dem Namen „Reisen und Freizeit mit jungen Leuten e.V.“, kurz „RuF“. Der Verein war ein Produkt aus pädagogischer Motivation und Jugendfreizeitforschung<sup>1</sup> und stellt eine Alternative zu den meist konfessionell oder politisch orientierten Reisen der Kirchen, Jugendverbänden, Parteien u.ä. dar.

„Mit Veranstaltern wie RuF entsteht endgültig ein neuer Jugendreiseveranstaltertyp, der sich alleine über den Markt finanziert. Damit sterben die staatlich subventionierten und gemeinnützigen Jugendreisen (...) nicht aus. Aber sie erhalten Konkurrenz (...). Mit RuF vollzieht sich eine endgültige Lösung von der Vorstellung, daß Jugendreisen nur durch sozialstaatliche Förderungen und nicht auch durch marktwirtschaftliche Selbstfinanzierung möglich sei.“<sup>2</sup> Durch Ruf werden Jugendreisen zu einem neuen Marktsegment innerhalb der gesamten Tourismuslandschaft.

Schon acht Jahre nach der Gründung kann 1989 der Vertrieb der Reisen von RuF über bundesweite Reisebüros starten.

1996 führte RuF ein bis heute viel kopiertes Urlaubskonzept in den Jugendreisemarkt ein: Das erste Clubkonzept mit bis zu 400 Teilnehmern gleichzeitig vor Ort wurde realisiert.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Vgl. KORBUS, Thomas/ NAHRSTEDT, Wolfgang (1997): Eine Idee wird Realität: RuF Reisen Bielefeld, in: KORBUS, Thomas (u.a.) (Hrsg.): Vom Staat zum Markt. Analysen und Perspektiven, Bielefelder Jugendreiseschriften, Band 1, Bielefeld, S. 48-57.

<sup>2</sup> KORBUS, Thomas/ NAHRSTEDT, Wolfgang (1997): Einleitung, in: KORBUS, Thomas (u.a.) (Hrsg.): Vom Staat zum Markt. Analysen und Perspektiven, Bielefelder Jugendreiseschriften, Band 1, Bielefeld, S. 14-22.

<sup>3</sup> Vgl. PRAGER, Manfred (1997): RuF-Club-Dörfer: Der konsequente Weg von der Pädagogik über die pädagogische Dienstleitung zur touristischen Service-Qualität, in: KORBUS, Thomas (u.a.) (Hrsg.): Vom Staat zum Markt. Analysen und Perspektiven, Bielefelder Jugendreiseschriften, Band 1, Bielefeld, S. 82-87.



Drei wichtige Meilensteine werden im Jahr 1997 realisiert. Es startet der Online-Vertrieb über [www.ruf.de](http://www.ruf.de), der erste Markenrelaunch in der Geschichte von ruf wird vollzogen und das erste Buch in der Reihe der Bielefelder Jugendreiseführer wird von Thomas Korbus (u.a) unter dem Titel „Vom Staat zum Markt. Analysen und Perspektiven“ herausgegeben. Die Publikation beschreibt die ersten 15 Jahre Geschichte von ruf unter Berücksichtigung der gesamten Entwicklung des Jugendreisemarktes. Nach jahrzehntelangem Fehlen nennenswerter Veröffentlichungen zum Thema Jugendreisen war und ist dieses Buch die wichtigste Publikation, welche die Professionalisierung des Jugendreisens zum marktorientierten Produkt als Alternative zu staatlich subventionierten Reisen dokumentiert.

Einen weiteren Schritt zur Professionalisierung geht ruf im Jahr 2000. Als erster Jugendreiseveranstalter führt der Veranstalter ein Qualitätsmanagementsystem nach ISO 9001 ein und wird dafür 2001 vom TÜV ausgezeichnet.<sup>4</sup>

Mit einer großen Innovation kann ruf im Jahr 2005 aufwarten: In Kroatien wird die Idee einer ganzen Insel nur für Jugendliche umgesetzt. Auf „Young Island“ machen in der Sommersaison 2005 bis zu 1000 Jugendliche Urlaub auf ihrer eigenen Insel. Weitere große Innovationen folgt schon im Jahr 2006: Das „All-inclusive-Konzept“ wird flächendeckend in allen ruf- Destinationen als Verpflegungskonzept etabliert. Zusammen mit dem Egmont Ehapa-Verlag wird das Micky Maus Camp in der Lüneburger Heide eröffnet.<sup>5</sup>

Dass die Geschichte von ruf durch Innovationen und mutigen Ideen geprägt ist, wird 2010 auch öffentlich gewürdigt: ruf gewinnt mit dem ruf Festivalcamp den Deutschen Tourismuspreis als erster Reiseveranstalter.

Zum 30. Geburtstag im Jahr 2011 führt ruf den zweiten Markenrelaunch in seiner Geschichte durch. Durch intensive Zielgruppenforschung und -befragung und in Zusammenarbeit mit verschiedenen Experten bekommt ruf ein völlig neues Corporate Design.<sup>6</sup>

Im Jahr 2012 kann ruf den ein millionsten Reisegast im Empfang nehmen. Daneben erwirbt ruf in Bielefeld ein Tagungshotel, das als ruf campus wiedereröffnet wird.

---

<sup>4</sup> Vgl. PIEPER, Jana (2012): Das Vertrauen der Eltern gewinnen- durch zertifizierte Qualität? Der Rost- und Bremsencheck für Jugendreiseveranstalter, in: KORBUS, Thomas (Hrsg.): Jugendreisen 2.0. Analysen und Perspektiven, Bielefelder Jugendreiseführer Band 8, Bielefeld, S. 284-291.

<sup>5</sup> Vgl. RISKEN, Jörg (1997): Mit Tick, Trick und Track durch den Sommer. Die Erfindung des Micky Maus Camps, in: KORBUS, Thomas (Hrsg.): Jugendreisen 2.0. Analysen und Perspektiven, Bielefelder Jugendreiseführer Band 8, Bielefeld, S. 330-335.

<sup>6</sup> Vgl. GREFEN, Jens (1997): „Forever young, who wants to be forever young...“, in: KORBUS, Thomas (Hrsg.): Jugendreisen 2.0. Analysen und Perspektiven, Bielefelder Jugendreiseführer Band 8, Bielefeld, S. 346-349.



ruf setzt somit weiter auf die professionelle Ausbildung seiner Mitarbeiter: „Wir werden hier ein Ausbildungs- und Tagungszentrum schaffen und auf diese Weise tausende unserer Mitarbeiter aus ganz Deutschland an einem zentralen Ort schulen“, erklärte damals Burkhard Schmidt-Schönefeldt, geschäftsführender Gesellschafter von ruf.

Zum 30. Geburtstag erscheint in der Reihe der Bielefelder Jugendreiseschriften Band acht unter dem Titel „Jugendreisen 2.0. Analysen und Perspektiven“. Dem Herausgeber Thomas Korbus gelingt es auch hier wieder (wie schon bei Band eins „Vom Staat zum Markt“) wichtige Akteure der Jugendreiseszene aber auch der gesamten Tourismuslandschaft als Autoren zu gewinnen. Das Buch schließt den Bogen zu Band eins und beschreibt aus verschiedenen Blickwinkeln die Entwicklung von ruf reisen und der gesamten Jugendreiseszene der letzten 15 Jahre. Nach mehr als 30 Jahren Geschichte von ruf im Kontext der gesamten Jugendreiseszene ist das Fazit aller Autoren deutlich: „Der Jugendtourismus in Deutschland hat stark an Aufmerksamkeit zugenommen (...). Jugendreisen hat eine Stimme in der Politik bekommen. Die Medien, wie die Fachöffentlichkeit nehmen Jugendreisen als wichtigen Baustein im Gesamtmarkt Tourismus wahr. Die wirtschaftliche Bedeutung unseres Segmentes wird anerkannt, benannt und gefördert.“<sup>7</sup>

### **Qualität, Forschung und Entwicklung**

Die drei Begriffe, die sicherlich einen Großteil des Erfolges von ruf ausmachen, heißen: Qualität, Forschung und Entwicklung. Erarbeitet werden immer neue Konzepte, ruf handelt damit oft richtungsweisend für die gesamte Jugendreisebranche. Innovationen werden vorangetrieben und neueste pädagogische Erkenntnisse in die Ausbildung der Reiseleiterteams eingearbeitet.

Das erste Buch in Deutschland zum Thema „Qualität im Jugendtourismus“ erschien als Band drei der Bielefelder Jugendreiseschriften im Jahr 2001<sup>8</sup>. Der Autor Bernhard Porwol war zum Zeitpunkt der Veröffentlichung geschäftsführender Gesellschafter bei ruf. Schon hier zeigt sich, dass das Wort „Qualität“ bei ruf nicht nur als leeres Wort der Marketing-Sprache gebraucht wird, sondern dass sich das Unternehmen intensiv mit Fragen der Qualität seiner Reisen auseinandersetzt: „Wir unterziehen unser gesamtes Leistungspaket einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess und setzen in der Branche nicht nur Maßstäbe für qualitativ gute Jugendreisen, sondern arbeiten auch daran, dass den Eltern und Kindern diese Maßstäbe bewusst werden. (...) Wir engagieren uns sehr aktiv in den Jugendreiseverbänden und bringen uns personell und inhaltlich in den Gremien ein.“<sup>9</sup>

<sup>7</sup> KORBUS, Thomas (Hrsg.): Jugendreisen 2.0. Analysen und Perspektiven, Bielefelder Jugendreiseschriften Band 8, Bielefeld, Klappentext Buchrückseite.

<sup>8</sup> PORWOL, Bernhard (2001): Qualität im Jugendtourismus. Die zentrale Bedeutung der Kundenzufriedenheit. Bielefelder Jugendreiseschriften Band 3, Bielefeld.

<sup>9</sup> SCHMIDT-SCHÖNEFELDT, Burkhard (2012): Erfolgsformel ruf. Durch und durch professionell unterwegs, in: KORBUS, Thomas (Hrsg.): Jugendreisen 2.0. Analysen und Perspektiven, Bielefelder Jugendreiseschriften Band 8, Bielefeld, S. 249.



So ist es nicht verwunderlich, dass ruf an der Gründung der beiden großen Dach- und Fachverbänden, dem Bundesforum Kinder- und Jugendreisen und dem Reisenetz, mit beteiligt war und dort bis heute engagiert an dem Qualitätsanspruch der gesamten Jugendreiseszene mitarbeitet.

Ein weiterer Punkt zur eigenen kontinuierlichen Qualitätssteigerung sind die jährlichen Evaluierungen der Kunden- und Mitarbeiterbefragungen. Qualität bedeutet immer „ein Ohr am Kunden zu haben“ denn die Kundenzufriedenheit ist eines der zentralen Bestandteile von Qualität. Wenn Eltern ihr Kind auf eine Jugendreise schicken, vertrauen sie dem Jugendreiseveranstalter das Wertvollste an was sie haben: ihr Kind. Von daher ist der wichtigste Bestandteil einer qualitativ hochwertigen Jugendreise „Health & Safety“. Vor diesem Hintergrund arbeitet ruf nur mit Partnern (meist seit vielen Jahren) zusammen, die ruf und damit die Ansprüche der Kunden und des Unternehmens kennen und diese auch umsetzen können. So müssen sich z.B. alle Busunternehmer verbindlich verpflichten die strengen Vorgaben an Qualität und Sicherheit zu erfüllen.<sup>10</sup>

Auch das Thema „Krisenprävention“ gehört in den Bereich der Qualitätssicherung. „In einer Unternehmenskultur, in der es erlaubt ist, offen Risiken zu benennen und über mögliche Krisen zu sprechen, lassen sich diese wirksam abschätzen und aktiv bewältigen.“<sup>11</sup> Krisen können dazu beitragen, dass ein Unternehmen dazulernt und etwas Neues entwickelt. Bei ruf werden Krisen somit auch als Motor für Innovationen gesehen.<sup>12</sup>

Im Jahr 2010 wurden weitere Qualitätszertifikate angestrebt: „Geprüfte ServiceQualität“ vom TÜV Süd, die ISO 9001-Zertifizierung für die ruf akademie und „OK für Kids“ vom TÜV Nord<sup>13</sup> und dem Deutschen Kinderschutzbund NRW. Alle drei Qualitätszertifikaten konnten im Jahr 2010 erfolgreich entgegen genommen werden. Seit dem finden die TÜV Audits regelmäßig statt. Im Herbst 2013 wurde ruf mit den Zertifikat „Geprüfte ServiceQualität“ und mit der ISO 9001-Zertifizierung erfolgreich rezertifiziert. „ruf reisen profitiert von den Zertifizierungen nach innen und außen: Nach innen eröffnet der Prozess der Zertifizierungen neue Wege, um Transparenz zu schaffen, Arbeitsabläufe zu optimieren sowie eine kontinuierliche Verbesserung zu initiieren, Nach außen wird die Konformität mit klar definierten Qualitätsansprüchen bescheinigt.“<sup>14</sup>

<sup>10</sup> Vgl. GAUF, Dieter/ GAUF Ulrich (2012): On the road. Jugendreisen mit dem Bus, in: KORBUS, Thomas (Hrsg.): Jugendreisen 2.0. Analysen und Perspektiven, Bielefelder Jugendreiseschriften Band 8, Bielefeld, S.296-303.

<sup>11</sup> EDLINGER, Christoph, OEHLER, Kristina (2012): Vom Umgang mit Krisen. Prävention, Bewältigung und Nachbearbeitung, in: KORBUS, Thomas (Hrsg.): Jugendreisen 2.0. Analysen und Perspektiven, Bielefelder Jugendreiseschriften Band 8, Bielefeld, S. 268

<sup>12</sup> Vgl. ebd. S. 266-273

<sup>13</sup> Vgl. GÜTHOFF, Friedhelm/ THEIKE, Ulf (2012): Absolut kinderfreundlich: „OK für kids!“ Entstehung, Entwicklung und Bedeutung des Qualitätszeichen, in: KORBUS, Thomas (Hrsg.): Jugendreisen 2.0. Analysen und Perspektiven, Bielefelder Jugendreiseschriften Band 8, Bielefeld, S.296-295.

<sup>14</sup> PIEPER, Jana (2012): Das Vertrauen der Eltern gewinnen- durch zertifizierte Qualität? Der Rost- und Bremsencheck für Jugendreiseveranstalter, in: KORBUS, Thomas (Hrsg.): Jugendreisen 2.0. Analysen und Perspektiven, Bielefelder Jugendreiseschriften Band 8, Bielefeld, S. 289.

**Vom Verein engagierter Pädagogen zum Outgoing-Marktführer  
Vortrag auf der Zukunftskonferenz am 08.10.13, Bensberg  
aktualisierte Dokumentation**



Der Motor für Forschung und Entwicklung sitzt bei ruf reisen in der ruf akademie. Mit der Gründung 1981 wurde auch die ruf akademie als Teil des Vereins gegründet. Zunächst als reine Ausbildungsinstitution sorgt sie dafür, die motivierten und kompetenten Bewerber für die Sommerjobs zu sichten und auszubilden. „Im Laufe der Jahre hat die ruf akademie viele weitere Aufgaben übernommen. Sie bildet heute nicht nur Personal aus und bietet umfassende Qualifizierungsmaßnahmen für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an, sondern entwickelt auch neue innovative Ideen für Betreuungsleistungen und pädagogische Inhalte der Reisen. Ihre Hauptaufgabe ist in diesem Bereich die Qualitätskontrolle der Ausbildung und Betreuung. (...) Seit einigen Jahren bringt sich die ruf akademie zudem verstärkt zu allgemeinen Fragen der Kinder- und Jugendreisen ein: Sie bezieht Stellung zu jugendpolitischen Fragen, setzt pädagogische Maßstäbe bei der Betreuung und erarbeitet weitere innovative Konzepte. (...)

Darüber hinaus ist die Akademie in der Forschung aktiv.“<sup>15</sup> Unter anderem mit der Reihe der Bielefelder Jugendreiseführer betreiben die ruf akademie und ruf reisen sozialwissenschaftliche Begleitforschung zum Themenbereich Jugendreisen. So wurden seit 1981 viele Aufsätze und acht Bücher publiziert. Jährlich entstehen etliche Abschlussarbeiten, sei es für Diplom-, Bachelor- oder Masterstudiengänge, die in der ruf akademie betreut werden. Die Ergebnisse solcher Arbeiten werden wiederum in der Entwicklung der verschiedenen Betreuungs- und Reisekonzepte berücksichtigt. Fruchtbare Kooperationen sind hier z.B. mit der Hochschule Bremen und der Fachhochschule des Mittelstandes in Bielefeld entstanden.

Das Erfolgskonzept die Qualität der Reisen durch Forschung und Entwicklung zu erhöhen, immer ein „Ohr am Kunden zu haben“, mutig immer neue Innovationen hervorzubringen haben sicherlich den Erfolg von ruf reisen maßgeblich geprägt.

### **Fazit**

In ihrem Vorwort zum Buch „Jugendreisen 2.0“ fasst Petra Hedorfer (Vorsitzende des Vorstandes Deutsche Zentrale für Tourismus) zusammen, was allen Autoren als Fazit der letzten 15 Jahre Jugendreisen gemein ist: „Der Kinder- und Jugendtourismus hat in den vergangenen Jahren stark an Bedeutung gewonnen und ist ein bedeutendes touristisches Segment mit enormen wirtschaftlichen Entwicklungspotenzialen.“<sup>16</sup> Zu dieser Entwicklung trägt ruf reisen sicherlich einen erheblichen Teil bei. „Der Reiseveranstalter bietet Vertretern der Szene eine Plattform und Dokumentiert so in eindrucksvoller Weise die

---

<sup>15</sup> EDLINGER, Christoph (2012): Qualitätsbasis für junges Reisen. Die ruf akademie, in: KORBUS, Thomas (Hrsg.): Jugendreisen 2.0. Analysen und Perspektiven, Bielefelder Jugendreiseführer Band 8, Bielefeld, S. 214.

<sup>16</sup> HEDORFER, Petra (2012): Vorwort 2, in: KORBUS, Thomas (Hrsg.): Jugendreisen 2.0. Analysen und Perspektiven, Bielefelder Jugendreiseführer Band 8, Bielefeld, S. 12



Entwicklung und Zukunftsprognosen für die gesamte Jugendtourismusbranche.<sup>17</sup>

Dr. Martin Buck (Vicepresident Travel + Logistics ITB) beschreibt ebenfalls den Jugendreisemarkt als Wachstumsmarkt. Er führt aus, dass für den Jugendreisemarkt andere Technologien gefunden und genutzt werden müssen um die Zielgruppe zu erreichen als für andere touristische Produkte. Ob ein Produkt Erfolg hat, hängt seiner Ausführung nach vor allem von der Glaubwürdigkeit des Produktes (in allen Bereichen) ab.<sup>18</sup> Diese Glaubwürdigkeit scheint ruf seit seiner Gründung bei den Kunden zu genießen. Auch Autoren wie Jürgen Büchy (Präsident Deutscher Reiseverband e.V.) oder Prof. Dr. Roland Conrady (Professor für Touristik/Verkehrswesen an der Uni Worms, Leiter des ITB Berlin Kongresses, Vorstand der Deutschen Gesellschaft für Tourismuswissenschaft DGT) beschreiben den Jugendreisemarkt als wichtigen Teil im Gesamt-tourismus. Die Jugendkultur prägt die gesamte Reisebranche<sup>19</sup> und die Jugendreisekunden von heute sind die Kunden der „normalen“ Pauschalreise von morgen<sup>20</sup>, so ihre Thesen.

Die Autoren beschreiben, dass ruf an diesen Entwicklungen einen großen Anteil mitgetragen hat. Neben der Marktführerschaft hat sich ruf auch in zwei weiteren Feldern etabliert: „Neben der Qualitätsführerschaft steht die Meinungsführerschaft im Fokus: Wohl kein Veranstalter unserer Couleur nimmt seine gesamtgesellschaftliche Aufgabe so ernst wie wir.“<sup>21</sup> Vielleicht macht dieser letzte Satz von Thomas Korbus deutlich, warum ruf so erfolgreich geworden ist. Die Akteure bei ruf haben immer sehr genau beobachtet, was in den verschiedenen Kontexten, in denen das Unternehmen eingebettet ist, geschieht und welche Entwicklungen zu erwarten sind. Egal ob in pädagogischen, wirtschaftswissenschaftlichen, touristischen oder gesamtgesellschaftlichen Zusammenhängen, ruf reisen hat zugehört, sich eingebracht, sich immer wieder hinterfragt, den Mut gehabt immer wieder Innovationen hervor zu bringen, stetig an der eigene Qualität aber auch am Qualitätsanspruch der gesamten Szene mitzuarbeiten und hat damit die gesamte Jugendreisesezene geprägt.

[www.ruf.de](http://www.ruf.de)  
[www.ruf-akademie.de](http://www.ruf-akademie.de)

---

<sup>17</sup> Ebd.

<sup>18</sup> Vgl. Buck, Martin (2012): Alles Jugend oder was? Thesen zum touristsichen Produkt Jugendreisen, in: KORBUS, Thomas (Hrsg.): Jugendreisen 2.0. Analysen und Perspektiven, Bielefelder Jugendreiseschriften Band 8, Bielefeld, S. 24-31

<sup>19</sup> Vgl. CONRADY, Roland (2012): Alter punktet nur bei Wein, Käse und Oldtimern. Warum und wie die Jugendkultur die Reisebranche prägt, in: KORBUS, Thomas (Hrsg.): Jugendreisen 2.0. Analysen und Perspektiven, Bielefelder Jugendreiseschriften Band 8, Bielefeld, S. 32-39.

<sup>20</sup> Vgl. BÜCHY, Jürgen (2012): „Was macht ihr Kind eigentlich während der Sommerferien?“, in: KORBUS, Thomas (Hrsg.): Jugendreisen 2.0. Analysen und Perspektiven, Bielefelder Jugendreiseschriften Band 8, Bielefeld, S. 360-365.

<sup>21</sup> KORBUS, Thomas (2012): Vom Spezialisten zum Vollsortimenter für junges Reisen. Die Entwicklungsgeschichte von ruf seit 1996, in: KORBUS, Thomas (Hrsg.): Jugendreisen 2.0. Analysen und Perspektiven, Bielefelder Jugendreiseschriften Band 8, Bielefeld, S. 72.