

Maike Radermacher

Musizierende Jugend auf Reisen

Konzeptentwicklung einer Musik-Reise
für den deutschen Jugendreisemarkt

Schriftenreihe der School of International Business
Internationaler Studiengang für Tourismusmanagement (ISTM)

Herausgegeben von Felix Bernhard Herle

Band 11

SCHRIFTENREIHE DER SCHOOL OF INTERNATIONAL BUSINESS

Internationaler Studiengang für Tourismusmanagement (ISTM)

Herausgegeben von Felix Bernhard Herle

ISSN 1863-9798

- 3 *Angela Bergner*
Tourismus als Mittel zur Armutsminderung in Nepal
Das "Tourism for Rural Poverty Alleviation Programme" (TRPAP)
ISBN 978-3-89821-853-5
- 4 *Felix Bernhard Herle*
Strategische Planung grenzenloser Destinationen
Vertikale und branchenübergreifende Erweiterung Touristischer Regionen
ISBN 978-3-89821-908-2
- 5 *Birte Heidbreder*
Gütesiegel zur Einflussnahme auf die touristische Entwicklung einer Destination
Erfolgsanalyse des CST Costa Ricas für nachhaltigen Tourismus
ISBN 978-3-89821-986-0
- 6 *Linda von Nerée*
Das touristische Potential Hamburgs für chinesische Europa-Reisende
Eine Bestandsanalyse mit konkreten Veränderungsvorschlägen
ISBN 978-3-89821-780-4
- 7 *Joana Heinemann*
Mountainbike-Tourismus im Wettbewerb
Zielgruppenorientierte Optimierung von Packages im Destinationsmarketing
ISBN 978-3-8382-0167-2
- 8 *Tina Böttinger*
Die Entwicklung der Erlebnisorientierung
Status quo und Perspektiven in der Kreuzfahrt- und Themenparkbranche
ISBN 978-3-8382-0259-4
- 9 *Moritz Busch*
Kooperationspotenziale von Lufthansa und Germanwings aus Konsumentenperspektive
Eine Untersuchung zu Einflussfaktoren auf die konsumentenperspektivische Akzeptanz von Kooperationen konträrer Geschäftsmodelle
ISBN 978-3-8382-0456-7
- 10 *Stefanie Schmaus*
A Brand Identity for the Frisian Wadden Sea
Destination Branding on the Basis of Destination Image Analysis
ISBN 978-3-8382-0490-1
- 11 *Maike Radermacher*
Musizierende Jugend auf Reisen
Konzeptentwicklung einer Musik-Reise für den deutschen Jugendreisemarkt
ISBN 978-3-8382-0527-4

Maike Radermacher

MUSIZIERENDE JUGEND AUF REISEN

Konzeptentwicklung einer Musik-Reise
für den deutschen Jugendreisemarkt

Schriftenreihe der School of International Business
Internationaler Studiengang für Tourismusmanagement (ISTM)

Herausgegeben von Felix Bernhard Herle

Band 11

ibidem-Verlag
Stuttgart

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Bibliographic information published by the Deutsche Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek lists this publication in the Deutsche Nationalbibliografie; detailed bibliographic data are available in the Internet at <http://dnb.d-nb.de>.

Coverabbildung: © Axel Hoffmann / PIXELIO

∞

Gedruckt auf alterungsbeständigem, säurefreiem Papier
Printed on acid-free paper

ISSN: 1863-9798

ISBN-13: 978-3-8382-0527-4

© *ibidem*-Verlag
Stuttgart 2013

Alle Rechte vorbehalten

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und elektronische Speicherformen sowie die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in or introduced into a retrieval system, or transmitted, in any form, or by any means (electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise) without the prior written permission of the publisher. Any person who does any unauthorized act in relation to this publication may be liable to criminal prosecution and civil claims for damages.

Printed in Germany

Vorwort

Die Hochschule Bremen ist bereits seit Jahrzehnten eine international sehr gut vernetzte und anerkannte große Fachhochschule in Deutschland. So landeten beim aktuellen Hochschulranking des Centrums für Hochschulentwicklung (CHE) mit den Internationalen Studiengängen Wirtschaftsingenieurwesen und Fachjournalistik sowie dem Studiengang Betriebswirtschaftslehre gleich drei von vier untersuchten Fächern der Hochschule Bremen in der Kategorie internationale Ausrichtung in der Spitzengruppe. Die Hochschule Bremen galt stets als Vorreiterin für wesentliche innovative Entwicklungen. Mit der Verleihung des „Best Practice Award“ des CHE, des „Marketingpreises“ des DAAD und der Auszeichnung als „Reformhochschule“ durch den Stifterverband ist dies angemessen und öffentlich gewürdigt worden.

Diese herausgehobene Stellung zu erhalten und weiter auszubauen ist natürlich eine wesentliche Triebfeder, sich Entwicklungen zeitgemäß anzupassen. Deshalb wurde in der Hochschule Bremen in den letzten Jahren eine Reihe tiefgreifender Veränderungen initiiert, angefangen bei der Umstellung auf das Bachelor-/Mastersystem über die Reformierung bestehender und die Einrichtung neuer Studienprogramme bis hin zur Reorganisation der 9 Fachbereiche und ihrer Zusammenfassung zu 5 Fakultäten.

Bei all diesen Entwicklungsprozessen haben die Fachbereiche „Nautik und Internationale Wirtschaft/School of International Business (FB 6)“ sowie „Wirtschaft (FB 9)“ eine besondere Rolle in der Hochschule Bremen gespielt. Von Beginn an galt die Internationalisierung als das wesentliche Markenzeichen beider Fachbereiche. Seit März 2008 sind beide Fachbereiche zur Fakultät Wirtschaftswissenschaften fusioniert. Die Bezeichnung „School of International Business (SIB)“ aus dem ehemaligen FB 6 wurde dabei auch für die neue Fakultät als bereits etablierter Markenname beibehalten, nicht zuletzt, um die besondere Bedeutung der Internationalität in der Fakultät zu unterstreichen.

Mit nunmehr über 3200 Studierenden prägt diese große Fakultät natürlich das Profil der Hochschule Bremen deutlich: Von den elf Bachelorstudiengängen und zehn Masterstudiengängen (davon drei als konsekutive Masterstudiengänge der Fakultät bzw. in Verbindung mit der Fakultät Gesellschaftswissenschaften) sind nahezu 90 % internationalisiert, zum großen Teil mit einem verpflichtenden Auslandsaufenthalt, ei-

nem erheblichen Anteil curricular verankerter englischsprachiger Lehrveranstaltungen, einer intensiven interkulturellen Vorbereitung auf Auslandsaufenthalte und einer multikulturellen Lehr- und Lernatmosphäre, die durch ca. 200 internationale Gaststudierende (Incomings) und viele Lehrende von internationalen Partnereinrichtungen geprägt ist. Die Fakultät unterhält ca. 80 Auslandskooperationen weltweit, die von ca. 500 Studierenden (Outgoings) für das Auslandsstudium/Auslandspraktikum genutzt werden.

Mit dem jährlichen SIB-Kongress bietet die Fakultät einer breiten Öffentlichkeit die Möglichkeit, sich intensiv mit den Leistungen der Fakultät vertraut zu machen und Studierende wie Lehrende kennen zu lernen.

In diesem Sinne ist auch der nun vorliegende neue Band der Schriftenreihe der School of International Business (in Kooperation mit dem *ibidem*-Verlag) als Aufforderung zu verstehen, sich mit ausgewählten Beiträgen unserer Lehrenden und Absolventen auseinander zu setzen.

Ich wünsche unseren Leserinnen und Lesern viel Freude bei der Lektüre und bin sicher, dass Sie sich von der Qualität unserer Fakultät auch auf diesem Wege überzeugen können.

Prof. Dr. Dietwart Runte

Dekan der School of International Business/Fakultät Wirtschaftswissenschaften

„Reisen ist in der Jugend ein Teil der Erziehung, im Alter ein Teil der Erfahrung“

(Sir Francis Bacon)

Danksagung

An dieser Stelle möchte ich mich bei all denjenigen bedanken, die mich bei der Anfertigung dieser Bachelor-Arbeit unterstützt und motiviert und zu ihrem Gelingen beigetragen haben.

Ein besonderer Dank gilt meinem Erstprüfer, Prof. Dr. Herle, für seine konstruktive Kritik und die Unterstützung und Begleitung des gesamten Forschungsprozesses, für Denkanstöße und Herangehensweisen, die zu neuen Ideen führten. Ebenso großer Dank geht an meine Zweitprüferin, Prof. Dr. Freericks, für ihre ausgiebige Unterstützung, ihre Geduld, die Bereitstellung wichtiger Literatur und die hilfreichen Anregungen und Ratschläge.

Außerdem bedanke ich mich bei Herrn Ebeling für seine Hilfe bei der Auswertung des statistischen Datensatzes.

Des Weiteren bin ich den Mitarbeitern von „Ruf Jugendreisen“ für ihre Zeit und Informationen sehr dankbar.

Abschließend möchte ich mich bei all denen bedanken, die mir bei der Verbreitung des Fragebogens geholfen habe.

Kurzzusammenfassung

Jugendliche sind eine wichtige Zielgruppe und im Tourismus ein Markt, in dem es zahlreiche Innovationen gibt. Viele Jugendliche musizieren. Gleichzeitig ist der Anteil der Jugendlichen, die verreisen, sehr hoch. Im Bereich der Jugendreisen gibt es bereits Themenreisen, wie z. B. Sprach- oder Sportreisen. Obwohl Musik eine zentrale Rolle in der Freizeitgestaltung von Jugendlichen spielt, gibt es noch keine Musik-Reisen.

Deswegen wird in der vorliegenden Studie auf Grundlage einer Sekundär- und Primärforschung das Potential von Musik-Reisen auf dem deutschen Jugendreisemarkt untersucht und eine Musik-Reise für Jugendliche entwickelt.

Inhalt

| | |
|---|----|
| Kurzzusammenfassung | I |
| Inhalt..... | IX |
| Abbildungsverzeichnis..... | XI |
| 1. Einleitung..... | 1 |
| 1.1 Fragestellung und Zielsetzung der Arbeit..... | 1 |
| 1.2 Aufbau der Arbeit..... | 3 |
| 1.3 Methodisches Vorgehen | 4 |
| 2. Theoretische Grundlagen zum Thema Jugendreisen | 7 |
| 2.1 Lebensphasenorientierte Zielgruppendefinition..... | 7 |
| 2.2 Jugendliche und ihr Freizeitverhalten | 8 |
| 2.3 Jugendreisen | 13 |
| 2.4 Entwicklung des Jugendtourismus | 14 |
| 2.5 Jugendreiseveranstaltermarkt | 19 |
| 3. Innovationen im Tourismus | 25 |
| 4. Das Reiseverhalten von Jugendlichen – Ergebnisse ausgewählter Sekundärforschung | 33 |
| 4.1 Allgemeine Charakteristika | 33 |
| 4.2 Urlaubsreisen der Jugendlichen – FUR..... | 34 |
| 4.3 Deutsche Kinder- und Jugendreisen 2008 | 36 |
| 4.4 Tourismusanalyse 2012 | 38 |
| 4.5 Zwischenfazit..... | 40 |
| 5. Eigene Untersuchung..... | 43 |
| 5.1 Gruppendiskussion..... | 43 |
| 5.1.1 Methode | 43 |
| 5.1.2 Durchführung..... | 47 |
| 5.1.3 Ergebnisse | 49 |
| 5.2 Zwischenfazit..... | 53 |

| | |
|---|----|
| 5.3 Befragung | 55 |
| 5.3.1 Methode | 55 |
| 5.3.2 Durchführung | 58 |
| 5.3.3 Ergebnisse | 61 |
| 5.4 Diskussion der Ergebnisse | 71 |
| 6. Konzept der Musik-Reise | 83 |
| 7. Probleme, Chancen und Zukunftsaussichten | 91 |
| 8. Schlussbemerkungen | 97 |
| Literaturverzeichnis | a |
| Anhang: Fragebogen in Papierform | h |

Abbildungsverzeichnis

| | |
|--|----|
| Abbildung 1: Lebensphasenorientierte Zielgruppenbildung im Tourismus, in Anlehnung an Kirstges, 1992, S. 211 | 7 |
| Abbildung 2: Altersverteilung der befragten Jugendlichen, Angaben in relativen Häufigkeiten, N=238..... | 62 |
| Abbildung 3: Wohnorte der befragten Jugendlichen nach Bundesländern kategorisiert, Angaben in relativen Häufigkeiten, N=238 | 62 |
| Abbildung 4: Spielerfahrung der befragten Jugendlichen, Angaben in relativen Häufigkeiten, Jahre in Intervallen, N=238..... | 63 |
| Abbildung 5: Kannst Du Dir grundsätzlich vorstellen, an einer Musik-Reise teilzunehmen?, Angaben in relativen Häufigkeiten, N=238 | 64 |
| Abbildung 6: Gründe, die für die Teilnahme an einer Musik-Reise sprechen, Angaben in relativen Häufigkeiten, N=258 | 64 |
| Abbildung 7: In welchen Schulferien würdest Du an einer Musik-Reise teilnehmen?, Angaben in relativen Häufigkeiten, N=238 | 65 |
| Abbildung 8: Wohin sollte die Musik-Reise gehen?, Angaben in relativen Häufigkeiten, N=238 | 66 |
| Abbildung 9: Wie wichtig ist Dir, dass Du mit einer/m Freund/in an der Musik-Reise teilnimmst?, Angaben in relativen Häufigkeiten, N=238 | 66 |
| Abbildung 10: Wie viele Jugendliche sollten Deiner Meinung nach bei der Musik-Reise innerhalb einer Probe maximal zusammen musizieren?, Angaben in relativen Häufigkeiten, Anzahl der Jugendlichen in Intervallen, N=201 | 67 |
| Abbildung 11: Top Reisedestinationen der befragten Jugendlichen | 74 |
| Abbildung 12: Wie wichtig ist Dir, dass folgende fachliche Betreuer zusätzlich zu den üblichen Betreuern die Musik-Reise begleiten?, Angaben in relativen Häufigkeiten, N=238 | 75 |
| Abbildung 13: Wie wahrscheinlich ist es, dass Du bei den jeweiligen Workshops teilnimmst?, Angaben in relativen Häufigkeiten, N=238..... | 76 |
| Abbildung 14: Wie wichtig sind Dir die weiteren Aktivitäten im Freizeitprogramm einer Musik-Reise?, Angaben in relativen Häufigkeiten, N=238..... | 77 |

| | |
|--|----|
| Abbildung 15: Welche der folgenden Hauptbeweggründe, an einer solchen Musik-Reise teilzunehmen, treffen für Dich zu?, Angaben der Antwortkategorie "zutreffend" in relativen Häufigkeiten, N=238 | 80 |
| Abbildung 16: Exemplarischer Wochenplan der Musik-Reise | 90 |
| Abbildung 17: BCG-Portfolio für die Musik-Reise, Darstellung in Anlehnung an Paul und Wollny, 2011, S. 212 | 95 |

1. Einleitung

Die Reiseintensität von Jugendlichen war 2008 mit 82,2% höher als die der Erwachsenen (Gleu und Kosmale, 2009, S. 23). Jugendliche aus Deutschland reisen also viel und gerne. Deshalb darf ihr touristisches Potenzial nicht unterschätzt werden. Der Trend bei Jugendreisen liegt unter anderem darin, „Bildung“ und „Spaß haben“ zu vereinen (Porwol, 2001, S. 128), und auch Themenreisen werden immer häufiger nachgefragt (Jugendreise-News, 2007).

„Jeder vierte Jugendliche macht Musik“ (SOMM e.V., 2012). Es wird davon ausgegangen, dass manche Jugendlichen bislang noch keine passende Gelegenheit gefunden haben, in einer Gruppe zu musizieren, während weitere einfach großen Spaß beim Musizieren mit anderen haben und eine persönliche Entwicklungschance darin sehen. Eine Musik-Reise würde hier eine Option darstellen. Musizieren ist eine Freizeitbeschäftigung, ebenso das Reisen. Deshalb sollte es in der Verknüpfung dieser zwei Hobbys eine große Chance geben.

1.1 Fragestellung und Zielsetzung der Arbeit

In der vorliegenden Studie zum Thema „Konzeptentwicklung einer Musik-Reise für den deutschen Jugendreisemarkt“ soll das Potenzial von Musik-Reisen unter Jugendlichen in Deutschland untersucht werden. Unter Musik-Reisen wird dabei eine Reise verstanden, bei der Jugendliche, die bereits ein Instrument spielen oder singen, während ihres Urlaubes gemeinsam musizieren. Es handelt sich um eine betreute Gruppenreise, wobei die Rahmenbedingungen des gemeinsamen Musizierens geschaffen werden. Es sollen Big Bands bzw. Orchester entstehen, Jamsessions und Konzerte veranstaltet werden. Mit Musik-Reisen sind hierbei keine Orchester- oder Bandfahrten gemeint, bei denen sich die Musiker

schon lange vor der Reise als Gruppe zusammengefunden haben und auch nach der Reise nicht auseinandergehen.

Dementsprechend lautet die Frage: Besteht Interesse an Musik-Reisen von Seiten der Jugendlichen aus Deutschland? Und wenn ja, wie sollte eine solche Reise aussehen?

Dafür muss zunächst der bereits vorhandene Forschungsstand aufgezeigt, hinsichtlich dieses Schwerpunktes untersucht und schließlich mit den Ergebnissen aus der eigens durchgeführten Forschung ergänzt werden.

Das Ziel dieser Arbeit ist, ein Konzept für das Produkt Musik-Reise für Jugendliche zu entwickeln, welches auf dem deutschen Jugendreisemarkt Erfolg haben kann, da es auf den Wünschen und Einstellungen der Jugendlichen basiert. Dieses Konzept soll sowohl allgemeine Rahmenbedingungen der Musik-Reise beinhalten, wie beispielsweise die Länge, Destination und Betreuungsform der Reise, aber auch spezifische Inhalte, z. B. hinsichtlich der musikalischen Gestaltung sowie des Freizeitprogramms.

Auf eine Wettbewerbsanalyse wird in der Arbeit verzichtet, weil es derzeit keinen nennenswerten Wettbewerb gibt und der Schwerpunkt dieser Arbeit auf der Konzeptentwicklung der Musik-Reise liegt. Deswegen bleiben Ausführungen zu Markteintrittschancen bzw. -barrieren und der Positionierung ebenfalls aus.

Die Fragestellung ist wichtig, da eine Reise in dieser Art und Weise für Jugendliche derzeit noch nicht angeboten wird. Das Thema Musik wurde in den letzten Jahren von einigen wenigen Jugendreiseveranstaltern aufgegriffen, jedoch in anderer Form. Zum Zeitpunkt dieser Arbeit sind diese Reisen jedoch nicht mehr im Programm der jeweiligen Veranstalter. Für Reiseveranstalter könnte es von wirtschaftlichem, aber auch von Spezialisierungsinteresse sein zu wissen, ob ein solches Produkt von Jugendlichen nachgefragt wird. Außerdem besteht sicherlich auch ein

wissenschaftliches Interesse, da speziell unter dieser Fragestellung noch nie geforscht wurde.

1.2 Aufbau der Arbeit

Diese Arbeit ist in acht Kapitel gegliedert. Nach einer Einleitung, die die zentrale Fragestellung, die Zielsetzung, den Aufbau und das methodische Vorgehen erläutert, folgt ein Kapitel zu den theoretischen Grundlagen im Bereich Jugendreisen. Um die Frage, ob Musik-Reisen unter Jugendlichen Potenzial haben, beantworten zu können, muss zunächst geklärt werden, wer Jugendliche sind. Zudem muss ihr Freizeitverhalten beleuchtet werden, um herauszufinden, welche Rolle das Musizieren hierbei spielt. Außerdem müssen die Begriffe „Jugendreisen“ und „Jugendtourismus“ definiert werden. Ein kurzer geschichtlicher Rückblick soll die Entwicklung des Jugendtourismus darstellen. Darauf folgt eine aktuelle Bestandsaufnahme des Jugendreiseveranstaltermarktes in Deutschland. Da es das Produkt Musik-Reise in seiner Form noch nicht gibt, folgen im nächsten Kapitel Anmerkungen zu Innovationen im Tourismus.

Der empirische Teil der Arbeit umfasst zunächst ein Kapitel, in dem drei Studien im Rahmen der Sekundärforschung erörtert werden. Das nächste Kapitel beschäftigt sich mit der eigenen Primärforschung. Zunächst werden die Methodik der Gruppendiskussion vorgestellt, das Untersuchungsdesign geschildert und die Ergebnisse analysiert. Die gleiche Herangehensweise gilt für die folgende Umfrage. Hier schließt sich ein Abschnitt zur Diskussion der Ergebnisse an.

Basierend auf den Ergebnissen der Literaturlauswertung, der Sekundär- und Primärforschung wird im folgenden Kapitel das Konzept der Musik-Reise entwickelt. Anschließend folgt ein Zukunftsausblick mit möglichen Problemen und Chancen bei der Einführung dieser Reise.

1.3 Methodisches Vorgehen

Laut Koch (2004, S. 22) gibt es fünf Phasen einer Marktforschungsstudie. In der ersten Stufe, der Phase der Definition, wird das Ziel gesetzt, die zentrale Fragestellung definiert sowie der notwendige Informationsbedarf aufgelistet. Dies ist, wie bereits oben zu lesen war, zu Beginn der Arbeit geschehen. Informationsquellen liegen in der Sekundär- oder Primärforschung. Die Sekundärforschung ist „die Analyse und Auswertung von Daten, die bereits erhoben sind“ (Koch, 2004, S. 57). Die Primärforschung eruiert noch nicht vorliegende Daten (Koch, 2004, S. 64). In der zweiten Phase des Designs wird geklärt, ob die fehlenden Informationen bereits in vorhandener Literatur zu finden sind oder ob eine Primärforschung durchgeführt werden muss. Wenn letzteres zutrifft, muss die Primärforschung hinsichtlich Auswahlverfahren und Erhebungsmethode geplant werden (Koch, 2004, S. 23). In der vorliegenden Studie wird zunächst einschlägige Literatur zum Thema Jugendreisen vorgestellt und im Rahmen der Sekundärforschung werden vorliegende Studien zum allgemeinen Reiseverhalten von Jugendlichen diskutiert. Da diese keine vollständigen Antworten auf die zentrale Fragestellung dieser Forschung enthalten, wird eine Primärforschung betrieben. Im Wesentlichen gibt es drei Erhebungsmethoden: die Befragung, die Beobachtung und das Experiment bzw. den Test (Koch, 2004, S. 64). In der vorliegenden Studie wird die Form der Befragung gewählt. Die Primärforschung setzt sich zusammen aus einem eher qualitativen und einem eher quantitativen Teil. Eine Gruppendiskussion unter Jugendlichen ist in erster Linie qualitativer Art. Diese gilt es in der Phase des Designs zu entwickeln. Die in der vorliegenden Studie durchgeführte schriftliche Befragung ist eher quantitativer Art.

Die dritte Phase ist die der Datengewinnung. In dieser Stufe wird die Primärforschung durchgeführt (Koch, 2004, S. 23). Die Gruppendiskussion erfolgt in Form der Online-Gruppendiskussion im Textchat des sozialen Netzwerkes „Facebook“.

In der vorliegenden Bachelorarbeit schließt sich nach der dritten Phase erneut die zweite Phase an, da neu gewonnene Erkenntnisse aus der Gruppendiskussion in die Entwicklung des Fragebogens für die schriftliche Befragung einfließen. Der Fragebogen soll Fragen zum allgemeinen Reiseverhalten der Jugendlichen beinhalten sowie zu Vorlieben, Bedürfnissen und Ansprüchen an eine Musik-Reise. Die Frageformulierung ist eine Mischung aus offenen und geschlossenen Fragen. In der Phase der Datengewinnung wird die Umfrage unter Jugendlichen zwischen 14 und 17 Jahren, die ein Musikinstrument spielen oder singen, verwirklicht. Der standardisierte Fragebogen wird sowohl online als auch persönlich verteilt.

In der vierten Phase, der Datenanalyse, werden die Befunde erfasst und mit unterschiedlichen Programmen ausgewertet (Koch, 2004, S. 23). In der vorliegenden Studie findet die Auswertung mit SPSS statt. Verschiedene statistische Kennzahlen werden zur Beschreibung von Ergebnissen und Zusammenhängen benutzt.

Die letzte Phase ist die der Dokumentation, bei der die gewonnenen Ergebnisse mit dem gewünschten Informationsbedarf verglichen, Ergebnisse interpretiert und zuletzt schriftlich festgehalten werden (Koch, 2004, S. 23). Die Dokumentation der Befunde dieser Arbeit findet sich überwiegend im letzten Teil. Hier werden die Ergebnisse der Feldforschung zusammengefasst und darauf aufbauend das Konzept einer Musik-Reise ausgearbeitet.