



LEUPHANA
UNIVERSITÄT LÜNEBURG

**Wandel des Reiseverhaltens:
Einfluss der Generationszugehörigkeit auf das Reiseverhalten
der Deutschen**

Von der Fakultät Wirtschaftswissenschaften der Leuphana Universität Lüneburg zur
Erlangung des Grades Doktorin der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften
– Dr. rer. pol. – genehmigte

Dissertation

von Gina Wagener
geboren am 31.07.1989
in Greven

Eingereicht am: 09.06.2020

Mündliche Verteidigung (Disputation) am: 05.11.2020

Erstbetreuer und Erstgutachter: Prof. Dr. Edgar Kreilkamp

Zweitgutachter: Prof. Dr. Torsten Kirstges

Drittgutachter: Prof. Dr. Martin Lohmann

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	V
Tabellenverzeichnis	VI
Abkürzungsverzeichnis	X
1. Einleitung	1
1.1 Gegenstand der Forschung	2
1.2 Ziel der Untersuchung	4
1.3 Eingrenzung.....	5
1.4 Vorgehensweise und Methodik	7
1.5 Stand der Forschung	10
2. Theoretische Grundlagen	17
2.1 Generationentheorien.....	17
2.1.1 Grundlagen der Generationentheorie	18
2.1.1.1 Der Begriff der Generation	18
2.1.1.2 Entstehung einer Generation	20
2.1.1.3 Generationenidentität und –bewusstsein	23
2.1.1.4 Generationen und sozialer Wandel	24
2.1.1.5 Generationendifferenzen	26
2.1.1.6 Generationenbeziehungen	27
2.1.1.7 Kritik am Generationenansatz	29
2.1.2 Das Problem der Generationen (Karl Mannheim)	31
2.1.3 Die Generationendiagonale (Strauss und Howe).....	36
2.1.4 Globale Generationen (Edmunds und Turner).....	44
2.1.5 Studien zur Generationentheorie	50
2.2 Demographischer Wandel	54
2.2.1 Bevölkerungsentwicklung in Deutschland	55
2.2.2 Folgen des demographischen Wandels.....	60
2.2.3 Bedeutung für den Tourismus.....	62
2.3 Lebensphasen.....	65
2.3.1 Lebensphasentheorie.....	66
2.3.2 Lebensphasen und Alter.....	67
2.3.3 Wandel der einzelnen Phasen im Lebenslauf	69

2.3.3.1	Kindheit.....	69
2.3.3.2	Jugend und Postadoleszenz	70
2.3.3.3	Mittlere Lebensphase	72
2.3.3.4	Alter.....	75
3.	Präsentation der Generationen	78
3.1	Einteilung	79
3.2	Einflüsse in der formativen Phase	82
3.2.1	Familie & Erziehung.....	83
3.2.2	Bildung.....	101
3.2.3	Technologie und Digitalisierung.....	108
3.2.4	Wirtschaft und Gesellschaft.....	116
3.2.5	Kultur	125
3.3	Charakterisierung der Generationen.....	130
3.3.1	Eigenschaften und Werte der Generationen	131
3.3.1.1	68er.....	131
3.3.1.2	Babyboomer	135
3.3.1.3	Generation X	137
3.3.1.4	Generation Y	143
3.3.2	Privatleben und Familie	153
3.3.3	Arbeitswelt.....	160
3.3.4	Konsumverhalten	170
4.	Reiseverhalten	180
4.1	Das aktuelle Reiseverhalten der Deutschen.....	181
4.2	Reiseverhalten im Lebensverlauf	182
4.2.1	Reiseintensität und Reiseausgaben nach Lebensphasen.....	182
4.2.2	Merkmale des Reiseverhaltens nach Lebensphasen	186
4.2.2.1	Reiseverhalten Jugendlicher und junger Erwachsener.....	191
4.2.2.2	Reiseverhalten von Senioren.....	192
4.3	Generationen und Reiseverhalten	196
4.3.1	Bedeutung der formativen Phase für das Reiseverhalten von Kohorten	197
4.3.2	Kohorteneffekte beim Reiseverhalten.....	199
4.3.2.1	Kohorteneffekte in anderen Ländern.....	199
4.3.2.2	Kohorteneffekte in Deutschland.....	200
4.3.2.3	Reisebiographien.....	203

4.3.3	Reiseverhalten der vier Generationen	204
4.3.3.1	Reiseinformation und Organisation	205
4.3.3.2	Merkmale des Reiseverhaltens	207
4.3.3.2.1	Vergleich verschiedener Generationen	207
4.3.3.2.1.1	Motive bei der Reiseentscheidung	207
4.3.3.2.1.2	Destinationswahl	208
4.3.3.2.1.3	Aktivitäten	210
4.3.3.2.2	Reiseverhalten einzelner Generationen	211
4.3.3.2.2.1	Babyboomer	211
4.3.3.2.2.2	Generation Y	214
4.3.4	Reiseverhalten der deutschen Generationen	219
4.4	Einflüsse auf das Reiseverhalten im Zeitverlauf	224
5.	Wandel des Reiseverhaltens	228
5.1	Hypothesen	228
5.2	Kohortenanalyse	231
5.2.1	Datengrundlage	236
5.2.1.1	Die Reiseanalyse	236
5.2.1.2	Methode der Reiseanalyse	236
5.2.1.3	Stichprobe	238
5.2.2	Intrinsic Estimator	242
5.2.3	Methodisches Vorgehen	244
5.3	Darstellung der Ergebnisse	247
5.3.1	Vergleich von Mittelwerten	248
5.3.1.1	Verkehrsmittel	248
5.3.1.2	Unterkunft	251
5.3.1.3	Reisedauer	253
5.3.2	Ergebnisse des Intrinsic Estimators	254
5.3.2.1	Reiseintensität	257
5.3.2.2	Verkehrsmittel	258
5.3.2.3	Unterkunft	262
5.3.2.4	Reiseausgaben	268
5.3.2.5	Reisedauer	269
5.3.2.6	Destination	270
5.3.2.7	Reiseart	275

5.3.2.8	Reiseorganisation	283
5.3.2.9	Reisebegleitung	284
5.3.2.10	Ergebnisse im Überblick	286
5.4	Interpretation der Ergebnisse.....	290
5.4.1	Reiseintensität	290
5.4.2	Verkehrsmittel	294
5.4.3	Unterkunft	300
5.4.4	Reiseausgaben.....	307
5.4.5	Reisedauer.....	309
5.4.6	Destination	311
5.4.7	Reiseart	317
5.4.8	Reiseorganisation.....	329
5.4.9	Reisebegleitung.....	331
5.5	Zusammenfassung der Ergebnisse.....	332
5.6	Bewertung der Ergebnisse	337
5.7	Limitationen der Untersuchung	338
6.	Ausblick auf das zukünftige Reiseverhalten	345
7.	Implikationen für die Praxis.....	349
8.	Beitrag zur Forschung und weitere Forschung	355
9.	Fazit.....	357
	Literaturverzeichnis	359
	Anhang	383

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Die Generationendiagonale im 20. Jahrhundert	39
Abb. 2: Lebendgeborene und Gestorbene 1950 bis 2015.....	57
Abb. 3: Kapitelübersicht.....	78
Abb. 4: Urlaubsreiseintensität: Kohortenverläufe im Vergleich.....	201
Abb. 5: Anzahl der Befragten nach Forschungszeitraum.....	239
Abb. 6: Anzahl der befragten Generationenvertreter nach Forschungszeitraum	239
Abb. 7: Alter der Befragten	240
Abb. 8: Haushaltsgröße der Befragten	240
Abb. 9: PKW-Wahl der Generationen.....	248
Abb. 10: Flugzeug-Wahl der Generationen.....	249
Abb. 11: Bus-Wahl der Generationen	250
Abb. 12: Bahn-Wahl der Generationen	250
Abb. 13: Hotel-Wahl der Generationen.....	251
Abb. 14: Wahl der Generationen von Freunden und Verwandten als Unterkunft.	252
Abb. 15: Wohnwagen- und Wohnmobilwahl der Generationen	252
Abb. 16: Ferienhaus- und Ferienwohnungswahl der Generationen	253
Abb. 17: Dauer der Reise der Generationen.....	254
Abb. 18: Einfluss des Alters auf die Reiseintensität	257
Abb. 19: Alterseffekte bei der Wahl des Flugzeugs (1971 – 2012 / 1991 – 2012).....	340
Abb. 20: Periodeneffekte bei der Wahl des Flugzeugs (1971 – 2012 / 1991 – 2012)..	341
Abb. 21: Kohorteneffekte bei der Wahl des Flugzeugs (1971 – 2012 / 1991 – 2012).	342
Abb. 22: Von der Diagonalen zum Generationenzyklus: 4 Generationentypen	383
Abb. 23: Die Generationendiagonale im 20. Jahrhundert	383
Abb. 24: Wahl des Flugzeugs als Verkehrsmittel nach Generationen im Zeitverlauf .	384
Abb. 25: Wahl des Hotels nach Generationen im Zeitverlauf.....	384
Abb. 26: Dauer der Urlaubsreise nach Generationen im Zeitverlauf.....	385
Abb. 27: Kohorteneffekte bei VFR-Reisen (1971 – 2012 / 1991 – 2012)	614

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Familiäre Situation und Erziehung der vier Generationen.....	99
Tab. 2: Bildung der vier Generationen	107
Tab. 3: Technologische Entwicklungen während der formativen Phasen.....	115
Tab. 4: Wirtschaft und Gesellschaft während der formativen Phasen	124
Tab. 5: Kultur während der formativen Phasen.....	130
Tab. 6: Eigenschaften und Werte der Generationen.....	152
Tab. 7: Privatleben der Generationen	160
Tab. 8: Die Generationen in der Arbeitswelt.....	168
Tab. 9: Konsumverhalten der Generationen	178
Tab. 10: Reiseverhalten der Generationen	222
Tab. 11: Effekteberechnung für die Reiseintensität	255
Tab. 12: Generationeneffekte bei der Reiseintensität.....	258
Tab. 13: Generationeneffekte bei der PKW-Wahl.	259
Tab. 14: Generationeneffekte bei der Wahl des Flugzeugs.....	260
Tab. 15: Generationeneffekte bei der Bus-Wahl	261
Tab. 16: Generationeneffekte bei der Bahn-Wahl.....	262
Tab. 17: Generationeneffekte bei der Hotel-Wahl	263
Tab. 18: Generationeneffekte bei der Wahl eines Ferienhauses	264
Tab. 19: Generationeneffekte bei der Wahl einer Pension.....	265
Tab. 20: Generationeneffekte bei der Wahl eines Privatzimmers	265
Tab. 21: Generationeneffekte bei der Wahl eines Zelts	266
Tab. 22: Generationeneffekte bei der Wahl eines Wohnwagens / -mobils.	267
Tab. 23: Generationeneffekte bei Freunde- und Verwandtebesuchen.	268
Tab. 24: Generationeneffekte bei den Reiseausgaben.....	269
Tab. 25: Generationeneffekte bei der Reisedauer.	270
Tab. 26: Generationeneffekte bei der Wahl einer Destination in Deutschland.....	271
Tab. 27: Generationeneffekte bei der Wahl eines Ziels im europäischen Ausland.....	272
Tab. 28: Generationeneffekte bei der Wahl eines Ziels außerhalb Europas	274
Tab. 29: Generationeneffekte bei der Wahl einer Erlebnisreise.....	276
Tab. 30: Generationeneffekte bei der Wahl einer Vergnügnungs-/Spaß-/Party-Reise. .	277
Tab. 31: Generationeneffekte bei der Wahl eines Strandurlaubs	277
Tab. 32: Generationeneffekte bei der Wahl eines Erholungs- bzw. Ausruhurlaubs	278

Tab. 33: Generationeneffekte bei der Wahl eines Familienurlaubs	279
Tab. 34: Generationeneffekte bei der Wahl eines Natururlaubs	279
Tab. 35: Generationeneffekte bei der Wahl eines Sport- bzw. Aktivurlaubs.....	280
Tab. 36: Generationeneffekte bei der Wahl eines Gesundheitsurlaubs.....	281
Tab. 37: Generationeneffekte bei der Wahl einer Kulturreise.....	281
Tab. 38: Generationeneffekte bei der Wahl einer Rundreise.	282
Tab. 39: Generationeneffekte bei der Wahl einer Besuchsreise.....	282
Tab. 40: Generationeneffekte bei der Wahl einer Abenteuerreise	283
Tab. 41: Generationeneffekte bei der Wahl einer Pauschalreise.....	284
Tab. 42: Generationeneffekte bei der Begleiterzahl.....	285
Tab. 43: Ergebnisse der Hypothesentests	286
Tab. 44: Ergebnisse im Überblick	288
Tab. 45: Effekteberechnung für die Reiseintensität.	386
Tab. 46: Effekteberechnung für die Verkehrsträgerwahl: PKW.	390
Tab. 47: Effekteberechnung für die Verkehrsträgerwahl: Flugzeug.	394
Tab. 48: Effekteberechnung für die Verkehrsträgerwahl: Bus.....	398
Tab. 49: Effekteberechnung für die Verkehrsträgerwahl: Bahn.....	402
Tab. 50: Effekteberechnung für die Unterkunftswahl: Hotel.	406
Tab. 51: Effekteberechnung für die Unterkunftswahl: Ferienhaus/Ferienwohnung ...	410
Tab. 52: Effekteberechnung für die Unterkunftswahl: Pension.	414
Tab. 53: Effekteberechnung für die Unterkunftswahl: Privatzimmer.	418
Tab. 54: Effekteberechnung für die Unterkunftswahl: Camping im Zelt.....	422
Tab. 55: Effekteberechnung für die Unterkunftswahl: Wohnwagen/Wohnmobil.	426
Tab. 56: Effekteberechnung für die Unterkunftswahl: Freunde und Verwandte.	430
Tab. 57: Effekteberechnung für die Gesamtreiseausgaben pro Person.	434
Tab. 58: Effekteberechnung für die Reisedauer.	438
Tab. 59: Effekteberechnung für Inlandsreisen.	442
Tab. 60: Effekteberechnung für Reisen ins europäische Ausland.....	446
Tab. 61: Effekteberechnung für Reisen ins außereuropäische Ausland.....	450
Tab. 62: Effekteberechnung für Reisen nach Spanien.	454
Tab. 63: Effekteberechnung für Reisen nach Italien.	458
Tab. 64: Effekteberechnung für Reisen nach Frankreich.	462
Tab. 65: Effekteberechnung für Reisen nach Großbritannien.....	466
Tab. 66: Effekteberechnung für Reisen nach Irland.....	470

Tab. 67: Effekteberechnung für Reisen nach Skandinavien.....	474
Tab. 68: Effekteberechnung für Reisen in die Schweiz.	478
Tab. 69: Effekteberechnung für Reisen nach Griechenland.....	482
Tab. 70: Effekteberechnung für Reisen nach Österreich.....	486
Tab. 71: Effekteberechnung für Reisen in die Niederlande.	490
Tab. 72: Effekteberechnung für Reisen nach Portugal.....	494
Tab. 73: Effekteberechnung für Reisen in die USA.....	498
Tab. 74: Effekteberechnung für Reisen nach Südostasien.	502
Tab. 75: Effekteberechnung für Reisen in die Türkei.	506
Tab. 76: Effekteberechnung für Reisen nach Australien.....	510
Tab. 77: Effekteberechnung für Reisen in die Karibik.....	514
Tab. 78: Effekteberechnung für Reisen nach Nordafrika.....	518
Tab. 79: Effekteberechnung für Reisen in das südliche Afrika.....	522
Tab. 80: Effekteberechnung für Reisen nach Indien.	526
Tab. 81: Effekteberechnung für Reisen nach China.....	530
Tab. 82: Effekteberechnung für Reisen nach Alaska.	534
Tab. 83: Effekteberechnung für Reisen nach Kanada.	538
Tab. 84: Effekteberechnung für Reisen nach Mittelamerika.....	542
Tab. 85: Effekteberechnung für Reisen nach Südamerika.	546
Tab. 86: Effekteberechnung für Erlebnisreisen.....	550
Tab. 87: Effekteberechnung für Vergnügungsreisen.....	554
Tab. 88: Effekteberechnung für Strandurlaube.	558
Tab. 89: Effekteberechnung für Erholungsurlaube.	562
Tab. 90: Effekteberechnung für Familienreisen.....	566
Tab. 91: Effekteberechnung für Natururlaube.....	569
Tab. 92: Effekteberechnung für Sporturlaube.	572
Tab. 93: Effekteberechnung für Gesundheitsreisen.	576
Tab. 94: Effekteberechnung für Kulturreisen.....	580
Tab. 95: Effekteberechnung für Rundreisen.....	584
Tab. 96: Effekteberechnung für Verwandten- und Bekanntenbesuche.....	587
Tab. 97: Effekteberechnung für Abenteuerreisen.....	591
Tab. 98: Effekteberechnung für Pauschalreisen.	595
Tab. 99: Effekteberechnung für die Reisebegleiterzahl (ohne Haushaltsgröße).	599
Tab. 100: Effekteberechnung für die Reisebegleiterzahl (mit Haushaltsgröße).	603

Tab. 101: Effekteberechnung für die Flugzeug-Wahl (1991 – 2012).	607
Tab. 102: Effekteberechnung für VFR-Reisen (1991 – 2012).	611

Abkürzungsverzeichnis

A	Alterseffekt
Abb.	Abbildung
ADAC	Allgemeiner Deutscher Automobil-Club
AIDS	Acquired Immune Deficiency Syndrome
APO	Außerparlamentarische Opposition
AStA	Allgemeiner Studierendenausschuss
BAFöG	Bundesausbildungsförderungsgesetz
BB	Babyboomer
BRD	Bundesrepublik Deutschland
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
CD	Compact Disc
CDU	Christlich Demokratische Union Deutschlands
CGLIM	Constrained Generalized Linear Model
CSR	Corporate Social Responsibility
d. h.	das heißt
DDR	Deutsche Demokratische Republik
DM	Deutsche Mark
et al.	und andere
etc.	et cetera
evtl.	eventuell
FDP	Freie Demokratische Partei
FOMO	fear of missing out
G8	achtjähriges Gymnasium
GfK	Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung
GFM-GETAS	Gesellschaft für Marketing-, Kommunikations- und Sozialforschung
ggf.	gegebenenfalls
GLM	Generalisierte Lineare Modelle
Hg.	Herausgeber
Hrsg.	Herausgeber
IE	Intrinsic Estimator

K	Kohorteneffekt
LSD	Lysergsäurediethylamid
Mrd.	Milliarde
n	Stichprobenumfang
N.I.T.	Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa
NS	Nationalsozialismus
o. J.	ohne Jahr
P	Periodeneffekt
PC	Personal Computer
POI	Point of Interest
r	Korrelationskoeffizient
RAF	Rote Armee Fraktion
S.	Seite
s.	siehe
SD	Standardabweichung (standard deviation)
SDS	Sozialistischer Deutscher Studentenbund
sog.	sogenannter
SPD	Sozialdemokratische Partei Deutschlands
Tab.	Tabelle
TUI	Touristik Union International
u. a.	unter anderem
UNO	Vereinte Nationen
USP	unique selling proposition
VFR	visiting friends and relatives
vgl.	vergleiche
vs.	versus
WLAN	wireless local area network
X	Generation X
Y	Generation Y
z. B.	zum Beispiel

1. Einleitung

Das Reiseverhalten der Deutschen hat sich in den letzten 50 Jahren massiv verändert. Als Kreuzfahrten noch ausschließlich dem Luxussegment zugeordnet werden konnten, Flugreisen die Ausnahme waren und die Instagramfähigkeit einer Destination noch keine Rolle spielte, konnte man sich noch kein Bild davon machen, wie der Tourismus und insbesondere das Reiseverhalten der Deutschen heute aussehen würde. Es stellt sich nun die Frage, warum sich das Reiseverhalten verändert hat. Zunächst sind offensichtlich viele Entwicklungen dafür verantwortlich, die das Reisen vereinfacht haben. Hier lassen sich die Entwicklungen im Flugverkehr, die Zunahme des Wohlstands und der Freizeit, eine Verbesserung des politischen Klimas weltweit und die Digitalisierung anführen. Doch entscheiden nicht nur die genannten Entwicklungen darüber, wie gereist wird. Reiseentscheidungen werden von Menschen getroffen, deren Eigenschaften und Verhaltensweisen sich in den letzten 50 Jahren ebenfalls verändert haben. Zum einen hat sich die Bevölkerungsstruktur durch den demographischen Wandel verändert. So gibt es nun anteilig mehr ältere Reisende als früher. Zusätzlich ist aber ein 60-jähriger Reisende nicht mehr mit einem 60-jährigen von vor 50 Jahren zu vergleichen, da die Personen zu verschiedenen Generationen mit spezifischen Merkmalen gehören. Durch das gemeinsame Aufwachsen in einer bestimmten Epoche mit spezifischen Einflüssen entwickeln Generationen gemeinsame Eigenschaften, Werte und Verhaltensweisen, die für das Reiseverhalten relevant sind. So lässt sich z. B. die Tatsache, dass sich Senioren heute beim Reisen anders verhalten als früher, mit der Zugehörigkeit zu verschiedenen Generationen erklären. Um das Verhalten verschiedener Altersklassen prognostizieren zu können, ist es erforderlich Generationen zu erforschen. Aktuell organisieren beispielsweise junge Millennials – in ihrer derzeitigen Lebensphase – ihre Reisen lieber individuell ohne einen Reiseveranstalter. Für den Reiseveranstaltermarkt in Deutschland ist es nun von Interesse, ob die Generation auch in Zukunft ohne Veranstalter verreisen wird oder ob in anderen Lebensphasen Pauschalreisen auch für diese Generation attraktiv werden. Zu wissen, wie die Deutschen in Zukunft reisen, ist für alle Akteure im Tourismus, auch in Destinationen außerhalb Deutschlands, überaus relevant, um touristische Produkte zu gestalten, die langfristig Erfolg versprechen.

1.1 Gegenstand der Forschung

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit dem Reiseverhalten der Deutschen anhand der Generationentheorie aus der Soziologie.

Im Fall des Reiseverhaltens wird die Haupturlaubsreise untersucht. Da die Datenbasis der Arbeit die Rohdaten der Reiseanalyse der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen umfasst, wird hier entsprechend der Eingrenzung dieser Studie gefolgt. Es werden die Reisen der deutschsprachigen Bevölkerung betrachtet, die mindestens fünf Tage dauerten und von Personen ab 14 Jahren unternommen wurden (vgl. FUR, 2018, S. 2). Das Reiseverhalten lässt sich anhand verschiedener Merkmale quantifizieren. In dieser Arbeit werden die Reiseintensität, das Verkehrsmittel, die Unterkunft, die Ausgaben, die Reisedauer, die Destinationswahl, die Organisationsform, die Reiseart und die Anzahl der Reisebegleiter betrachtet. Anhand dieser Merkmale lässt sich das Reiseverhalten bereits sehr genau beschreiben. Es ist immer zu berücksichtigen, dass alle genannten Merkmale eng zusammenhängen bzw. sich gegenseitig bedingen. So hängt beispielsweise die Wahl des Reiseziels mit der Wahl des Transportmittels, der Unterkunft und der Dauer zusammen (vgl. ADAC Verlag, 2017, S. 27). Daher müssen die Merkmale immer zusammen betrachtet werden.

Im theoretischen Teil der Arbeit steht die Generationentheorie im Fokus. Das Reiseverhalten wurde in der Vergangenheit schon vielfach untersucht, häufig auch mit dem Ziel Trendprognosen zu erstellen und das zukünftige Reiseverhalten auf Basis von Zeitreihen vorherzusagen. Nicht ausreichend berücksichtigt wurden dabei bisher die Veränderungen, die durch das Eintreten neuer und das Austreten alter Generationen entstehen. Es werden daher in dieser Arbeit historische Generationen, mit jeweils gemeinsamen Werten, Eigenschaften und Verhaltensweisen aufgrund ähnlicher Erfahrungen in der Jugend und frühen Erwachsenenzeit (vgl. Kapitel 2.1.1.2), untersucht. Generationen innerhalb einer Familie werden nicht betrachtet. Die Beziehungen zwischen Kindern, Eltern und Großeltern spielen nur im Rahmen der kindlichen Prägung eine Rolle und werden im Kapitel „Familie & Erziehung“ genauer erläutert.

Konkret werden in dieser Arbeit die folgenden vier Generationen untersucht:¹

Die älteste Generation ist die 68er Generation (1939 – 1949), welche unmittelbar nach dem Krieg mit sehr autoritären Strukturen in allen Lebensbereichen (vgl. Kapitel 3.2.1 und 3.2.2) und dem Wirtschaftswunder der 1950er Jahre aufgewachsen ist (vgl. Kapitel 3.2.4). Die 68er werden in der Literatur als Postmaterialisten dargestellt, die u. a. politisch interessiert und idealistisch sind (vgl. Kapitel 3.3.1.1).

Die Babyboomer (1955 – 1965) wuchsen mit zahlreichen Bildungsreformen (vgl. Kapitel 3.2.2) und der Verbreitung des Fernsehers auf (vgl. Kapitel 3.2.3). Die Generation umfasst große Geburtenjahrgänge, wodurch sie eine starke Wettbewerbsnatur ausgebildet hat (vgl. Kapitel 3.3.1.2). Sie sieht den Job als Mittel viel Geld zu verdienen, um sich damit alle Wünsche zu erfüllen (vgl. Kapitel 3.3.3).

Die Generation X (1966 – 1980) erlebte den Mauerfall, damit das Ende der DDR (vgl. Kapitel 3.2.4), und viele Scheidungen (vgl. Kapitel 3.2.1). In der bisherigen Literatur wird die Generation überwiegend als pessimistische und egoistische Generation dargestellt, die pragmatisch handelt und sich auf das Privatleben konzentriert (vgl. Kapitel 3.3.1.3).

Die jüngste Generation, die Generation Y (1981 – 1995), wuchs mit der Digitalisierung (vgl. Kapitel 3.2.3), dem 11. September 2001 und zahlreichen Krisen auf (vgl. Kapitel 3.2.4). Die Eltern sind Freunde, die sich sehr auf die Förderung des Nachwuchses konzentrierten (vgl. Kapitel 3.2.1). Die Generation gilt u. a. als sehr gebildet, optimistisch, anspruchsvoll und technologieaffin (vgl. Kapitel 3.3.1.4).

¹ Auf die Zuordnung der Jahrgänge zu einzelnen Generationen wird in Kapitel 3.1 genauer eingegangen.

1.2 Ziel der Untersuchung

Es geht in dieser Arbeit vor allem um die Analyse verschiedener Generationen. Zunächst ist es das Ziel ein möglichst umfassendes Bild jeder einzelnen Generation zu erstellen, indem alle wichtigen Einflüsse der prägenden Jahre und alle bekannten Merkmale der Generationen zusammengestellt werden.

Danach wird das Reiseverhalten untersucht. Für die Analyse des Reiseverhaltens von Generationen muss die Kohortenanalyse (vgl. Kapitel 5.2) verwendet werden. Hierbei wiederum müssen drei verschiedene Effekte betrachtet werden – der Alters-, der Perioden- und der Kohorteneffekt. So verändert sich das Reiseverhalten zum einen mit dem Alter bzw. der Lebensphase. Senioren reisen grundsätzlich anders als Jugendliche. Dieser Zusammenhang wurde schon vielfach erforscht (vgl. Kapitel 4.2) und soll auch hier noch einmal untersucht werden. Der zweite Effekt, der Periodeneffekt, bezieht sich auf die veränderten Rahmenbedingungen im Zeitverlauf. Dass im Laufe der Jahre die Entwicklung im Flugverkehr das Fliegen in entfernte Länder vereinfachte und das Internet die Recherche- und Buchungsmöglichkeiten erweiterte, spielt eine große Rolle für den Wandel des Reiseverhaltens (vgl. Kapitel 4.4). Auch diese Einflüsse werden im Rahmen der Arbeit untersucht. Der dritte Effekt ist der Generationeneffekt bzw. der Kohorteneffekt und steht im Fokus der Arbeit. Die Frage ist, ob eine Generation Merkmale in ihrem Reiseverhalten zeigt, die sie grundsätzlich von anderen Generationen unterscheidet und die unabhängig vom Alter und Jahr bestehen bleiben. Die Forschungsfrage der Arbeit lautet daher:

Hat die Zugehörigkeit zu einer Generation einen Einfluss darauf, wie man verreist?

Das primäre Problem der Frage und der Grund der bisher unzureichenden Forschung zu diesem Thema ist, dass es einer Langzeitstudie bedarf, um alle drei Effekte trennen zu können. Betrachtet man beispielsweise das aktuelle Reiseverhalten der Generationen, lässt sich nicht sagen, ob dieses eher auf das derzeitige Alter oder auf die Generationszugehörigkeit zurückgeführt werden kann. Z. B. wird die Erkenntnis, dass die Generation Y auf Reisen öfter in Nachtclubs unterwegs ist als die Babyboomer (vgl. Huang & Petrick, 2010, S. 33), zumindest zum Teil auf das Alter zurückzuführen sein,

sodass keine Aussage über den reinen Generationeneffekt möglich ist. Das Ziel ist es daher, die wirklich reinen Generationeneffekte zu ermitteln. Bisher gibt es zahlreiche Studien zum Reiseverhalten der Generationen, bei denen keine Trennung der Effekte von Alter und Generation vorgenommen wurde (vgl. Kapitel 4.3). Daher ist es ebenfalls Ziel der Untersuchung zu schauen, ob bisherige Ergebnisse auch noch zu den Generationen passen, wenn das Alter als Variable kontrolliert wird. Anschließend wird betrachtet, ob die Merkmale und prägenden Erfahrungen der Generationen als Erklärung des Reiseverhaltens dienen könnten.

Des Weiteren soll ein Ausblick auf das zukünftige Reiseverhalten gegeben werden. Wenn die Generation X und Generation Y in die nächsten Lebensphasen kommen und die Nachfrage nach touristischen Leistungen dominieren werden, sollte dies viele Veränderungen mit sich bringen. Aber auch der demographische Wandel und die weiteren Entwicklungen auf der Makroebene müssen bei der Prognose einbezogen werden. Abschließend sollen Implikationen für die Praxis erarbeitet werden, die sich an touristische Akteure richten, die einzelne Generationen langfristig an ihr Produkt binden wollen. Die aktuellen und zukünftigen Lebensphasen der Generationen müssen dabei ebenfalls berücksichtigt werden.

1.3 Eingrenzung

Nachdem der Forschungsgegenstand bereits erläutert wurde, werden die wesentlichen Eingrenzungen vorgestellt.

Zunächst werden nur vier Generationen – die 68er Generation, die Babyboomer, die Generation X und die Generation Y – betrachtet. Senioren, die vor 1939 geboren wurden, können zwar ebenfalls noch aktive Touristen sein, dennoch sind die aktuell über 80-Jährigen für die zukünftige Entwicklung des Tourismus weniger relevant. Eine weitere Generation, die keine Berücksichtigung findet, ist die Generation Z, deren älteste Vertreter gerade Anfang 20 sind. Zum einen sind viele Mitglieder dieser Generation derzeit noch so jung, dass sie noch zusammen mit den Eltern verreisen und keine eigenen Reisepläne machen. Zum anderen erfasst die Reiseanalyse erst die Reisen

von Personen ab 14 Jahren, womit nur ein Teil der Generation überhaupt schon befragt wurde. Ein weiterer Grund, der gegen die Untersuchung der Generation Z spricht, ist, dass die prägende Phase dieser Generation bisher noch nicht abgeschlossen ist. Vor allem Erfahrungen prägen, die im Alter von 17 bis 23 Jahren gemacht werden (vgl. Schewe & Meredith, 2004, S. 51–52). Die Generation Z befindet sich genau in dieser Lebensphase.

Der Fokus der Arbeit liegt zudem nur auf den Reiseaktivitäten der deutschsprachigen Bevölkerung in Deutschland – ab 2010 einschließlich der deutschsprachigen Ausländer. Daher werden auch nur u. a. die wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Einflüsse auf die Generationen in Deutschland präsentiert. Eine Ausnahme bilden Einflüsse, die eindeutig von internationaler Bedeutung waren, wie der 11. September 2001.

Des Weiteren wird nur die BRD in den Jahren berücksichtigt, in denen Deutschland noch geteilt war. Zum einen fehlen die Umfragedaten aus der DDR, zum anderen existierten in der DDR damals völlig andere Rahmenbedingungen als in der BRD, die separat untersucht werden müssten. Theoretisch hätten auch nach der Wende noch Ost und West separat betrachtet werden können. Lohmann et al. (2007) fanden größere Unterschiede im Reiseverhalten von Senioren, die noch getrennt in der DDR und BRD aufgewachsen sind als bei jüngeren Kohorten, die die DDR nicht mehr miterlebt haben (vgl. Lohmann, Sierck & Grimm, 2007, S. 49). Auch die Shell-Studie 1992 wies darauf hin, dass durchaus Grund zu der Annahme bestehen könnte, dass die Jugend im vereinten Deutschland die Entwicklungen nach der Wende nicht in gleicher Weise erlebt oder verarbeitet hat (vgl. Kirchhöfer, 1992, S. 20). Da jedoch die separate Betrachtung von Ost- und West-Deutschland den Umfang der Arbeit fast verdoppelt hätte, wird im Folgenden auf eine Analyse der Generationen und Einflüsse in der DDR verzichtet.

Beim Reiseverhalten wird sich nur auf die Reiseintensität, das Verkehrsmittel, die Unterkunft, die Ausgaben, die Reisedauer, die Destination, die Organisationsform, die Reiseart und die Anzahl der Reisebegleiter der Haupturlaubsreise beschränkt. Zum einen werden damit schon die wesentlichen Merkmale des Reiseverhaltens berücksichtigt und zum anderen wurden viele andere Merkmale im Rahmen der

Reiseanalyse nicht in allen Jahren abgefragt. Viele Fragen, z. B. zu den Motiven, haben sich mehrmals leicht verändert, sodass eine übergreifende Auswertung nicht möglich ist. Weitere Reisen neben der Haupturlaubsreise sowie Geschäftsreisen werden nicht berücksichtigt.

1.4 Vorgehensweise und Methodik

Um einen guten Überblick über die Arbeit und einen ersten Einblick in die hier angewandte Methode zu bekommen, wird nun die Vorgehensweise der Arbeit präsentiert.

Nach den ersten einleitenden Kapiteln, die im Folgenden noch den Stand der Forschung umfassen, folgt der Theorieteil der Arbeit. Zunächst wird ein Einblick in die Grundlagen der Generationentheorie gegeben. Die Entstehung einer Generation, die Generationenidentität, die Beziehung zwischen Generationen und sozialem Wandel und auch die Beziehung zwischen Generationen untereinander werden hier unter anderem erläutert. Auch die Kritik an der Generationentheorie wird betrachtet. Im Anschluss werden drei Beiträge aus diesem Bereich vorgestellt, die besonders viel Aufmerksamkeit erfahren haben und die für den weiteren Verlauf der Arbeit von Bedeutung sind. Zunächst werden die Überlegungen von Karl Mannheim (1928) präsentiert, der als Begründer der Generationentheorie betrachtet wird. Im Anschluss erfolgt die Darstellung der Generationendiagonale von Strauss und Howe (1991). Die aktuelleren Überlegungen, im dritten Beitrag, beziehen sich auf globale Generationen, mit denen sich Edmunds und Turner (2005) beschäftigt haben. Anschließend werden Studien präsentiert, die die Überlegungen zur Generationentheorie überprüfen. Kapitel 2.2 konzentriert sich auf den demographischen Wandel. Dieser spielt eine große Rolle für den Wandel des Reiseverhaltens und auch für die Generationen selbst. Gleiches gilt für den Wandel einzelner Lebensphasen, der im nächsten Kapitel betrachtet wird.

Im dritten Kapitel werden die Generationen ausführlich präsentiert. Zunächst wird die hier vorgenommene Einteilung erläutert, bevor auf die Einflüsse in der formativen Phase eingegangen wird. Die Familie und Erziehung, die Bildung, technologische

Entwicklungen, die wirtschaftliche, politische und gesellschaftliche Situation und die Kultur während der prägenden Jahre werden für jede der vier Generationen dargestellt. Im Anschluss werden die Eigenschaften und Werte der 68er, Babyboomer und zwei jüngeren Generationen betrachtet. Dieses Kapitel ist besonders wichtig für die spätere Interpretation des Reiseverhaltens. Als weiteren Bestandteil der Vorstellung werden auch das Privatleben und die Generationen in der Arbeitswelt beleuchtet. Abschließend wird das Konsumverhalten dargestellt. Gerade hier sind viele Aspekte enthalten, die für das Reiseverhalten von Bedeutung sind.

Das vierte Kapitel widmet sich dem Reiseverhalten. Zunächst wird das aktuelle Reiseverhalten der Deutschen vorgestellt, um alle weiteren Forschungsergebnisse in Bezug dazu betrachten zu können. Kapitel 4.2 konzentriert sich auf die bisherige Forschung zum Reiseverhalten im Lebenslauf. Besonders Senioren werden hier noch einmal separat und ausführlich präsentiert. Das Reiseverhalten von verschiedenen Generationen wurde ebenfalls schon untersucht. Die bisherigen Ansätze werden unter 4.3 dargestellt. Zunächst werden die Publikationen betrachtet, die sich gezielt auf Kohorteneffekte konzentrieren, aber noch nicht von Generationen sprechen und keine entsprechende Einteilung vornehmen. Besonders interessant ist hier der Ansatz der Reisebiographie. Anschließend werden die bisherigen Ergebnisse zum Reiseverhalten der hier betrachteten Generationen präsentiert. Hier werden zunächst die Ergebnisse aus der internationalen Forschung und anschließend die zu den deutschen Generationen aufgeführt. Um neben den Erkenntnissen zum Alters- bzw. Lebensphasen- und Generationeneinfluss auf das Reiseverhalten auch den Effekt der äußeren Umstände und Entwicklungen in den Jahren zu berücksichtigen, werden am Ende von Kapitel vier die wichtigsten Einflüsse auf das Reiseverhalten in den letzten 50 Jahren zusammengestellt.

Das fünfte Kapitel umfasst die eigene Forschung. Es werden auf Basis der Theorie zunächst Hypothesen zum Reiseverhalten der Generationen aufgestellt. Danach wird die Methode der Arbeit, die Kohortenanalyse, erläutert. Die Datengrundlage dieser Arbeit sind 42 einzelne Rohdatensätze der Reiseanalyse, welche Informationen zum Reiseverhalten der Jahre 1971 bis 2012 umfassen. Bei der Auswertung dieser Daten werden zu Beginn, als eine Art Vorstudie, in jedem einzelnen Datensatz die Verkehrsmittelwahl, die Unterkunftswahl und die Reisedauer der vier Generationen jeweils mit der Gesamtbevölkerung verglichen (Vergleich der Mittelwerte). Dadurch,

dass so auch gezeigt werden kann, wie sich Generationen im gleichen Alter im Verhältnis zur Gesamtbevölkerung verhalten, können erste Aussagen dazu gemacht werden, welche Generationen- und Alterseffekte existieren. Zu sehen ist z. B., ob eine Generation in ihren 20ern überdurchschnittlicher als andere mit dem Auto verreist ist. Der wichtigste Teil der Analyse ist danach die Berechnung des Intrinsic Estimators. Dieser ganz neue Ansatz ermöglicht die Schätzung von Alters-, Perioden- und vor allem Kohorteneffekten mit der Software Stata. Um die Effekte schätzen lassen zu können, müssen zunächst die einzelnen Datensätze in einen einzigen zusammengeführt werden. Dafür werden die Variablen, die in dieser Arbeit untersucht werden, zunächst in allen 42 Datensätzen einheitlich benannt und kodiert. Dann kann für jedes einzelne Merkmal der Effekt berechnet werden, der von der Zugehörigkeit zu einer einzelnen Geburtskohorte, von einer einzelnen Altersklasse und von einem Jahr mit seinen Rahmenbedingungen ausgeht. Die Ergebnisse des Mittelwertvergleichs und vor allem die des Intrinsic Estimators werden in Kapitel 5.3 vorgestellt und genutzt, um die aufgestellten Hypothesen zu prüfen. Anschließend werden die Ergebnisse anhand der bisherigen Forschung zum Reiseverhalten und anhand der vorher präsentierten Erkenntnisse zu den einzelnen Generationen interpretiert. Abschließend werden die Ergebnisse zusammengefasst, bewertet und die Limitationen der Forschung aufgezeigt.

Das sechste Kapitel zeigt einen Ausblick auf das zukünftige Reiseverhalten. Berücksichtigt man die drei verschiedenen Effekte von Jahr, Alter und Kohorte bzw. Generation können erste Aussagen dazu gemacht werden, wie das Reiseverhalten der Deutschen später aussehen könnte. Das siebte Kapitel gibt Hinweise für die Praxis. Auch wenn die Mehrzahl der Akteure im Tourismus sich nicht auf eine konkrete Generation als Zielgruppe konzentriert, ist der Generationenwechsel in den nächsten Jahren für sie relevant, da sich z. B. dadurch auch das Reiseverhalten von Familien oder Senioren verändern wird. Abschließend wird auf den Beitrag zur Forschung und die mögliche weitere Forschung eingegangen. Das Fazit schließt die Arbeit ab.

1.5 Stand der Forschung

Im Folgenden wird ein grober Überblick über den bisherigen Stand der Forschung gegeben, welcher vor allem die wichtigsten Autoren und ihren jeweiligen Beitrag nennt. Die detaillierteren Ausführungen folgen im anschließenden theoretischen Teil der Arbeit.

Die Anfänge der Generationentheorie gehen zurück auf Karl Mannheim (vgl. Mannheim, 1928), der sich 1928 dem Problem der Generationen soziologisch und nicht nur rein naturwissenschaftlich näherte. Er prägte das Verständnis von Generationen, wie es heute noch besteht. Bis heute verweisen alle Publikationen zu diesem Thema, auch in der Tourismuswissenschaft, auf sein Werk. Eine Benennung und Beschreibung konkreter Generationen wie z. B. der „Babyboomer“ gab es zu diesem Zeitpunkt noch nicht.

Das Themengebiet gewann über die Jahre zunächst nur langsam an Bedeutung. Erst ab den 1960ern gab es immer mehr Autoren die Mannheims Gedanken weiterentwickelt haben. Allen voran ist hier Ryder (1965) zu nennen, der sich dem Konzept der Kohorte widmete. Schewe et al. (2000) erweiterten wiederum die Gedanken um prägende Ereignisse („defining moment“) in der formativen Phase (zwischen 17 und 23 Jahren). Auch Rogler (2002) konzentrierte sich auf die Prägung einer Generation durch Ereignisse oder Umbrüche, wodurch nicht jeder Jahrgang auch einer historischen Generation angehört. Mehrere Autoren u. a. Preuss-Lausitz et al. (1995) beschreiben hingegen verschiedene Einflüsse in jungen Jahren – auch auf der Mikroebene – als prägend. Hier wird die Schnittstelle zur Sozialisationstheorie deutlich. Es wird sich in dieser Arbeit jedoch nur auf die Generationentheorie beschränkt, um den Rahmen der Arbeit nicht zu sprengen. Rogler (2002) betrachtet die Bedeutung des kollektiven Gedächtnisses, das durch den Austausch mit Gleichaltrigen entsteht. Braungart und Braungart (1986) erweitern wiederum das Kohortenverständnis von Ryder um das Generationenbewusstsein. Fast alle Autoren widmen sich ergänzend dem engen Zusammenhang zwischen Generationen und sozialem Wandel. Ebenfalls eng miteinander verbunden sind verschiedene Generationen. Rosenthal (1997) betrachtet die konstituierende Wirkung der Interaktion von Generationen.

Sehr umfassend wurden Generationen von Strauss und Howe (1991) erforscht. Die beiden Autoren haben die Generationen in Amerika aus vier Jahrhunderten untersucht und eine Generationendiagonale entwickelt, die es ermöglichen soll, auch das Verhalten von Generationen in der Zukunft vorherzusagen. Neben einer Reihe von grundlegenden Gedanken, die sich an die bereits genannten Autoren anlehnen, wird hier auch ganz konkret von einzelnen Generationen gesprochen und wie diese sich unterscheiden.

Edmunds und Turner (2005) erweiterten die Forschung mit Erkenntnissen zu globalen Generationen und berücksichtigen dabei entsprechend den Einfluss der Globalisierung.

Um die Validität der bisher genannten Überlegungen zu prüfen, gab es zahlreiche Untersuchungen. Eine viel zitierte Studie von Schuman und Scott (1989) betrachtet, an welche großen nationalen und internationalen Ereignisse man sich am ehesten erinnert. Auch Noble und Schewe (2003) befragten Probanden nach den für sie persönlich wichtigen externen Events. Schindler und Holbrook untersuchten die prägende Phase für den Musikgeschmack (1989), den Geschmack für das Erscheinungsbild bzw. den Stil (1993) und den Geschmack für Filmstars (1994). Den Einfluss der Kohortenzugehörigkeit auf das Konsumverhalten zeigt wiederum eine Studie von Rentz et al. (1983), die sich dem Coca-Cola Konsum in den USA widmet. Rentz und Reynolds (1991) erfassten und prognostizierten zudem Kaffeekonsum anhand von Kohorteneffekten.

Die Umweltbedingungen, die nach dem Zweiten Weltkrieg zur Prägung der Generationen beigetragen haben, wurden umfassend von Preuss-Lausitz et al. (1995) untersucht. Daher beziehen sich die Ausführungen hierzu im Fall der 68er und Babyboomer stark auf diese Ergebnisse.

Die Benennung der einzelnen Generationen und damit auch die Forschung zu ganz konkreten Generationen begannen verhältnismäßig spät. Eine Benennung z. B. der Generationen X, Y und Z begann 1991 mit der Veröffentlichung des Romans „Generation X“ von Douglas Coupland (vgl. Coupland, 1995)². Dieses Buch gab der

² Im Jahr 1995 auf Deutsch erschienen.

Generation ihren Namen. Der Roman ist zwar kein wissenschaftlicher Beitrag, dennoch schaffte er es, eine Generation zu porträtieren, die bis heute in ähnlicher Weise dargestellt und die als Zielgruppe im Marketing behandelt wird. Es folgten daraufhin zahlreiche wissenschaftliche Studien, primär in den USA, die die verschiedenen Merkmale der hier betrachteten Generationen untersuchten. Häufig erfolgte jedoch keine Trennung von Alters- und Kohorteneffekten, sodass z. B. eine Generation Y nur mit eindeutig jugendlichen Eigenschaften beschrieben wird.

Generell sind Millennials die mit Abstand am meisten erforschte Generation. Hurrelmann und Albrecht (2014), Bund (2014), Tapscott (2009) und auch Tulgan (2009) widmeten ihnen eine Monographie. Auch die bereits genannten Autoren Howe und Strauss veröffentlichten im Jahr 2000 eine Monographie mit dem Titel „Millennials rising“, die die Generation anhand von Studienergebnissen umfassend vorstellt. Die Parallelen zwischen allen Publikationen sind so groß, dass man die meisten Merkmale der Generation Y als konsensfähig einstufen kann. Insbesondere im Bereich der Personalwirtschaft gibt es zahlreiche Studien und Monographien, u. a. von Parment (2009) und Oertel (2007), die sich mit den Generationenunterschieden in der Arbeitswelt beschäftigen. Ein großer Beitrag zur Erforschung der Millennials und vor allem zum Vergleich von Generationen kommt zudem von der Shell-Jugendstudie (1982, 1992 und 2006). Dadurch, dass die Studie die verschiedenen Generationen im jeweils gleichen Alter untersucht hat, sind diese Ergebnisse ein Gewinn für die Generationenforschung.

Ein weiteres Merkmal der Publikationen zu Generationen ist der große Anteil an populärwissenschaftlichen Beiträgen. Frei von empirischer Forschung und nur auf eigenen Erfahrungen oder Anekdoten basierend, gibt es viele Bücher und Artikel, die sich auf Generationen konzentrieren. Wer in den Medien eine höhere Reichweite seines Beitrags erzielen will, argumentiert mit Generationen und erreicht schnell sein Ziel (vgl. Jureit, 2011). Insbesondere seit den frühen 1990er Jahren ist ein deutlicher Anstieg an populärwissenschaftlichen Publikationen in diesem Bereich zu verzeichnen (vgl. Rump & Eilers, 2013, S. 49–50). Besonders betroffen ist hiervon die Generation Y, zu der eine hohe Anzahl an Beiträgen veröffentlicht wurde. Durch die Bücher „Generation Golf“ (Illies, 2000) und „Generation Golf zwei“ (Illies, 2005) richtete sich die Aufmerksamkeit auch auf die Generation X. Während Zeitungsartikel in dieser Arbeit

nahezu keine Berücksichtigung finden, werden die weniger fundierten Bücher, wie z. B. von Riederle (2013) zur Generation Y, zumindest als Ergänzung der wissenschaftlichen Studien herangezogen.

Was die Forschung zum Reiseverhalten anbelangt, bietet die Reiseanalyse (vgl. FUR, 2018), deren Rohdaten auch in dieser Arbeit verwendet werden, die besten Einblicke in das Reiseverhalten der Deutschen. Neben dieser Studie werden in dieser Arbeit vor allem Publikationen betrachtet, die sich dem Reiseverhalten im Zusammenhang mit Generationen oder Lebensphasen widmen.

Es sind hier zunächst die Veröffentlichungen von Lohmann et al. (2001 und 2007), die die Entwicklung der Reiseintensität im Lebenslauf betrachteten, zu nennen. Auch Alegre und Pou (2004), Bernini und Cracolici (2015), Collins und Tisdell (2002) sowie Sakai et al. (2000) untersuchten den Zusammenhang zwischen der Lebensphase und der Wahrscheinlichkeit zu reisen. Wells und Gubars (1966) Studie konzentriert sich vor allem auf die Reiseausgaben nach Lebensphasen. Lawson (1991) untersuchte das Reiseverhalten schon etwas genauer entlang der Lebensphasen von Familien. Oppermann (1995a und 1995b) analysierte ebenfalls einzelne Merkmale des Reiseverhaltens nach Lebensphasen und betrachtete dabei auch Reisende, die keine Familie gründen. Hier wurde, wie auch bei Lohmann et al. (2001 und 2007), das Verhalten deutscher Reisenden untersucht. Bojanic (1992) betrachtete auch Lebensphasenunterschiede und hierbei ebenfalls Alleinerziehende und Paare ohne Kinder im mittleren Alter. Speziell Senioren und ihr Reiseverhalten wurden z. B. von Shoemaker (1989 und 2000), Chen und Shoemaker (2014) und Pennington-Gray und Kerstetter (2001) untersucht. Romsa und Blenman (1989) und die GfK (2017a) erforschten das Reiseverhalten deutscher Senioren. Eine große transnationale Studie der International Student Travel Confederation und der Association of Leisure and Tourism Education wurde zum Reiseverhalten von Studierenden und Jugendlichen durchgeführt und ergänzt hier die Erkenntnisse zu den jungen Altersklassen (vgl. Richards & Wilson, 2003).

Im Fall von Generationen gibt es ebenfalls schon viele Forschungsansätze. Gute Gründe für Unterschiede im Reiseverhalten von Kohorten liefern Gardiner et al. (2012). Sie erstellten das erste Modell zum Reiseentscheidungsverhalten von Generationen und

untersuchten dabei unter anderem den Einfluss der Ereignisse in der formativen Phase auf das Reiseverhalten verschiedener Kohorten. Singer und Prideaux (2006) betrachteten den Zusammenhang zwischen Reiseerfahrungen in der Kindheit und späteren Reisen. Sönmez & Graefe (1998) untersuchten ergänzend die bisher gemachte oder eben nicht gemachte Reiseerfahrung mit einer Region und deren Einfluss darauf, ob man die Region in Zukunft bereisen will.

Nun gab es zudem schon einige erste Ansätze das Reiseverhalten von Geburtskohorten über mehrere Jahre zu untersuchen. Bei diesen Kohorten handelt es sich um gleichmäßige Intervalle von – häufig fünf – Geburtsjahrgängen, die nicht als historische Generationen angesehen werden. Bernini und Cracolici (2015), Alegre und Pou (2004) und Sakai et al. (2000) betrachteten neben der Lebensphase auch den Einfluss der Kohortenzugehörigkeit auf das Reiseverhalten. Chen und Shoemaker (2014) und Pennington-Gray und Kerstetter (2001) erforschten bei Senioren ebenfalls schon Kohorteneffekte. In Deutschland haben Lohmann et al. (2001 und 2007) Kohortenunterschiede im Reiseverhalten betrachtet. Oppermann (1995a und 1995b) untersuchte ebenfalls Kohortenunterschiede in Deutschland anhand der Erhebung von Reisebiographien (n=124). Diesen Ansatz verfolgte vor allem auch Becker (1998). Hier wurden die Reisen von Personen jeweils ab dem sechsten Lebensjahr betrachtet, was die beste Form der Kohortenanalyse darstellt, da man so auch sagen kann, wie sich Individuen mit den Jahren verändern. Hier wurde bereits ebenfalls die Entwicklung der Reiseintensität vier einzelner Geburtsjahrgänge untersucht.

Abgesehen von Studien, die sich in erster Linie darauf konzentrieren, echte Kohorteneffekte zu messen, gibt es zahlreiche Studien, die gezielt die genannten Generationen, wie Babyboomer oder die Generation Y, untersuchen, aber häufig weniger Wert darauf legen, ob es sich um Alters- oder Generationeneffekte handelt. Fast alle Untersuchungen sind Querschnittsstudien, in denen zwar von Generationen gesprochen wird, die aber praktisch gleichermaßen verschiedene Altersklassen betrachten. Zudem kommen die meisten Studien aus Australien oder den USA. Gardiner et al. (2014) untersuchten z. B., welche Generationen eher auf funktionale Aspekte, wie das Preis-Leistungs-Verhältnis, und welche eher auf die hedonistischen Werte der Reise bei der Reiseentscheidung achten. Später wurden von Gardiner et al. (2015) die Unterschiede bei der Destinationswahl betrachtet. Hinsichtlich der Destinationswahl

untersuchten auch Li et al. (2013), Huang und Petrick (2010) sowie Singer und Prideaux (2006) die Unterschiede zwischen den Generationen. Ein weiterer Fokus der Forschung liegt auf den Aktivitäten auf Reisen. Li et al. (2013) und Huang und Petrick (2010) untersuchten hier die Unterschiede. Pennington-Gray et al. (2003) betrachteten die unterschiedlichen Präferenzen auf Reisen, also worauf die Generationen Wert legen, was ebenfalls Aktivitäten, aber auch Merkmale der Destination einschließt. Pennington-Gray und Blair (2010) betrachteten die Aktivitäten bei Natururlauben, wobei auch zwischen den verschiedenen Effekten getrennt wurde. Eine Studie von eDreams (2017) konzentriert sich u. a. auf die Reiseerfahrung der Generationen.

Ein großer Teil der Forschung fokussiert sich in erster Linie auf Babyboomer und die Generation Y.

Lehto et al. (2008) untersuchten die Unterschiede im Reiseverhalten zwischen Babyboomern und älteren Senioren. Patterson und Pegg (2009) fokussierten ebenfalls die Babyboomer und die richtige Ansprache der Generation im Marketing. Cleaver et al. (2000) segmentierten Babyboomer nach Lebensstilen und untersuchten das Reiseverhalten der verschiedenen Segmente, wobei das Segment der „Socially Aware baby boomer“ in einer weiteren Publikation noch einmal genauer betrachtet wurde (vgl. Cleaver & Muller, 2002). Das Interesse an Wohnwagen- und Wohnmobilreisen im Zusammenhang mit der Generationszugehörigkeit betrachteten Glover und Prideaux (2009).

Das Reiseverhalten der Generation Y wurde ebenfalls oft untersucht. Benckendorff und Moscardo (2010) berücksichtigten die verschiedenen Effekte und nutzten Langzeitdaten, um das Reiseverhalten der Generation Y am Great Barrier Reef in Australien genau zu bestimmen. Glover (2010) konzentrierte sich vor allem auf das zukünftige Reiseverhalten der Generation in Australien. Auch eine Studie von American Express (2016) betrachtet die Merkmale des Reiseverhaltens der Millennials. In Polen wurde die Generation ebenfalls untersucht (vgl. Kowalczyk-Anioł, 2012).

Neben der genannten Forschung gibt es bereits Studien, die auch speziell die deutschen Generationen untersuchen und die demnach für diese Arbeit besonders wertvoll sind. Die GfK (2017a und 2017b), YouGov (2017) und Allianz Global Assistance (2016)

bieten gute Einblicke in das aktuelle Reiseverhalten der Generationen, vor allem der Generation Y.

Insgesamt zeigt sich, dass es durchaus einige Studien gibt, in denen es gelingt, den Kohorteneffekt von anderen Effekten zu trennen. Dennoch handelt es sich hier nur um allererste Ansätze, die nichts über das Reiseverhalten der hier betrachteten Generationen aussagen können. Es geht meistens eher um die Erkenntnis, dass es überhaupt Kohortenunterschiede gibt, die einen Wandel des Reiseverhaltens in eine bestimmte Richtung verursachen. Alle Studien, die hingegen schon die genannten Generationen untersuchen, nehmen noch keine vollständige Trennung der drei Effekte vor. Es sind zwar auch hier einige Ansätze in die Richtung zu erkennen und vor allem viele Hinweise darauf zu finden, dass jegliche Ergebnisse auch nur mit dem Alter erklärt werden könnten. Dennoch gibt es noch keine Studie, die es geschafft hat, den reinen Generationeneffekt zu berechnen, der unabhängig von Alter und Jahr wirkt. Der entsprechende Forschungsbedarf wird nahezu in jeder Publikation zu den Generationen betont. Daher ist die Berechnung des reinen Generationeneffekts das Ziel der vorliegenden Arbeit.

2. Theoretische Grundlagen

Die theoretischen Grundlagen beginnen mit einer Einführung in die Generationentheorien. Der Fokus liegt hierbei zunächst auf den theoretischen Überlegungen zu Generationen. Anschließend werden Studien betrachtet, die die vorherigen Theorien empirisch überprüfen. Der demographische Wandel in Deutschland und der Wandel einzelner Lebensphasen werden anschließend beschrieben. Diese zwei Themen sind neben den Generationen, die hier im Fokus stehen, wesentlich für den Wandel des Reiseverhaltens.

2.1 Generationentheorien

*Men resemble their times more
than they resemble their fathers.*
(Altes arabisches Sprichwort)

Das Kapitel beginnt mit einer Einführung in die Generationentheorien, wobei u. a. auf die Entstehung einer Generation und die Generationenidentität eingegangen wird. Theoretische Überlegungen zu Generationen im historischen Sinne gehen unstrittig zurück auf Karl Mannheim, der als Erster umfassende Überlegungen zur Genese von Generationen anstellte. Sein berühmter Aufsatz „Das Problem der Generationen“ (Mannheim, 1928) ist die Grundlage nahezu jeder Publikation im Bereich der Generationenforschung. Daher wird nach einer Einführung in die wichtigsten Begriffe und Grundlagen der Generationentheorie ein genauerer Einblick in die Überlegungen von Mannheim gegeben. Ein aktuellerer Beitrag, der ebenfalls oft zitiert wird, ist die Generationendiagonale von Strauss und Howe (vgl. Strauss & Howe, 1991, S. 34), welche genauer vorgestellt wird. Anschließend werden die Überlegungen zu globalen Generationen von Edmunds und Turner (2005) präsentiert, bevor die Validität der genannten Generationentheorien anhand bisheriger Studien betrachtet wird.

2.1.1 Grundlagen der Generationentheorie

Grundsätzlich kann man nicht sagen, dass es *die* eine Generationentheorie gibt. Vielmehr gibt es verschiedene Beiträge, die sich als Annäherung an die Generationenfrage verstehen lassen (vgl. Lüscher & Liegle, 2003, S. 237). Einige Beiträge, die sich durchgesetzt haben und bis heute viel zitiert werden, werden im Folgenden vorgestellt.

2.1.1.1 Der Begriff der Generation

Der Begriff „Generation“ wird sowohl im täglichen Sprachgebrauch als auch in der Wissenschaft vielfach verwendet, wobei die jeweilige Bedeutung und der Kontext stark variieren. Der Terminus „Generation“ geht zurück auf das griechische Wort „genesis“ und das römische Wort „generatio“. Das griechische Verb „genesthai“ bedeutet „ins Dasein gelangen“ und umschreibt das Überschreiten der Schwelle zum Leben. Mit jeder Geburt eines Kindes entsteht immer auf die gleiche Art und Weise eine neue Generation (vgl. Lüscher & Liegle, 2003, S. 36). „Generatio“ im Lateinischen bedeutet Zeugung(sfähigkeit) (vgl. Dudenredaktion, o. J.a). Durch die Gliederung nach Menschenaltern wird die Geburt eines Kindes zu einer anthropologischen-sozialen Gegebenheit. Das Verständnis von Generationen kann somit als Teil der Institutionalisierung menschlichen Zusammenlebens verstanden werden (vgl. Lüscher & Liegle, 2003, S. 36).

Grundsätzlich lassen sich drei Generationenbegriffe unterscheiden, die jedoch eng miteinander verbunden und nicht immer klar zu trennen sind (vgl. Lüscher & Liegle, 2003, S. 125). Der erste ist der genealogische-familienbezogene Generationenbegriff. Hierunter wird die Abfolge von Generationen innerhalb von Familien verstanden, also Großeltern, Eltern, Kinder. Die Zugehörigkeit zu einer Kategorie wechselt demnach im Laufe des Lebens. Der zweite Generationenbegriff ist der pädagogische und bezieht sich auf das Verhältnis von vermittelnden und aneignenden Generationen. Hier entspricht die Vorstellung dem Verhältnis von Schülern und Lehrern (vgl. Rump & Eilers, 2013, S. 50). Im Fokus stehen hier nur zwei gleichzeitig lebende Generationen, wobei die ältere Generation Normen, Kenntnisse und Fertigkeiten an die nächste Generation

vermittelt. Dadurch kann kulturelle, soziale und wirtschaftliche Kontinuität über die Jahre gewährleistet werden (vgl. Höpflinger, 1999, S. 8). Heutzutage muss der pädagogische Begriff jedoch dahingehend erweitert werden, dass es keine klare Trennung mehr zwischen lernenden und vermittelnden Generationen gibt. Man geht von einem lebenslangen Lernen aus, wobei man gleichzeitig beiden pädagogischen Generationen angehören kann (vgl. Höpflinger, 1999, S. 9). Die dritte Sichtweise bezieht sich auf das historisch-soziologische Verständnis von Generationen. Personen, die zu eng beieinander liegenden Geburtsjahrgängen gehören und aufgrund ihres gemeinsamen Lebens im historischen Raum zusammen prägende Erfahrungen gemacht haben und diese entsprechend ähnlich verarbeitet haben, gehören hier zu einer Generation (vgl. Rump & Eilers, 2013, S. 50). Diese soziologische Betrachtung, die auf Mannheim zurückgeht, entspricht dem Generationenverständnis in dieser Arbeit. Dennoch ist es sinnvoll zu berücksichtigen, dass aufgrund der verschiedenen Bedeutungen von Generation, eine Person immer mehreren Generationen zuzuordnen ist. So wird eine Mutter von zwei Kindern gleichzeitig vielleicht der Babyboomer Generation angehören, was wiederum beides mit ihrem Verständnis als Erziehende zusammenhängen kann (vgl. Lüscher, 2010, S. 42).

Im Folgenden wird sich genauer dem historischen bzw. soziologischen Generationenbegriff gewidmet. Eine gute Definition bieten für diesen Begriff Eyerman und Turner:

“We shall define generation initially as a cohort of persons passing through time who come to share a common habitus, hexis and culture, a function of which is to provide them with a collective memory that serves to integrate the cohort over a finite period of time” (Eyerman & Turner, 1998, S. 93).

Generell wird in der Literatur der Kohortenbegriff häufig mit dem Generationenbegriff gleichgesetzt (vgl. Becker, 1997, S. 12). In der englischsprachigen Literatur wird der Begriff der Kohorte meistens synonym zum historisch-soziologischen Generationenbegriff verwendet, sodass keine Unklarheit darüber entsteht, welche Bedeutung dem Generationenbegriff in diesem Fall zukommen soll. Dennoch gibt es einige Autoren, die zwischen Kohorten und Generationen unterscheiden. Im Folgenden wird genauer auf soziologische Generationen eingegangen.

2.1.1.2 Entstehung einer Generation

Der Frage, wie eine Generation entsteht und was eine Generation ausmacht, haben sich mehrere Autoren gewidmet. Eine der bekanntesten Definitionen, die den Begriff der Kohorte verwendet, stammt von Ryder:

“A cohort may be defined as the aggregate of individuals (within some population definition) who experienced the same event within the same time interval” (Ryder, 1965, S. 845).

Demnach schließt eine Kohorte alle Individuen ein, die z. B. Einschulung, Heirat und erste Erwerbstätigkeit zum etwa gleichen Zeitpunkt erlebt haben (vgl. Becker, 1997, S. 11). Unterschiede zwischen Kohorten entstehen vor allem durch Veränderungen im Alterungsprozess, die durch vorherrschende gesellschaftliche Konditionen herbeigeführt werden. So unterscheiden sich Kohorten schon in der Kindheit von früheren Kohorten durch die Anzahl der Eltern, der Geschwister und die erfahrene Betreuung. Im Alter unterscheiden sich Kohorten von früheren z. B. durch ihren Bildungsstand, ihre Arbeitshistorie, ihren Lebensstandard und die Lebenserwartung (vgl. Riley, Foner & Waring, 1988, S. 261).

Schewe & Meredith fassen Kohorten noch etwas enger, indem sie sagen, dass es eines konkreten Ereignisses bedarf, um eine Kohorte zu formen:

“Cohorts are not generations as each generation is defined by its years of birth. For example, a generation is usually 20 to 25 years in length, or roughly the time it takes a person to grow up and have children. But a cohort can be as long or short as the external events that define it. A cohort defined by the Second World War, for example, may be only six years long” (Schewe & Meredith, 2004, S. 52).

Hier wird bereits ein wichtiges Merkmal angesprochen, das zur Entstehung von Generationen beiträgt. Die Autoren sprechen von „defining moments“ (vgl. Schewe, Meredith & Noble, 2000, S. 50), also von externen Ereignissen, die man in seiner späten Jugend und seinen frühen Erwachsenenjahren erlebt. Diese Ereignisse prägen die Werte, Vorlieben und Einstellungen, welche über den Lebenslauf konstant bleiben (vgl. Schewe et al., 2000, S. 50; Schewe & Noble, 2000, S. 130). Nur unter spezifischen Bedingungen (wie z. B. einem Krieg) kann eine gemeinsame Weltanschauung entstehen

(vgl. Höpflinger & Stuckelberger, 1999, S. 70). Wesentliche Voraussetzung für die Wirkung globaler Events und die Formung von Generationen sind einmal die neuen Möglichkeiten der Massenkommunikation, Bildung und eine gesellschaftliche Konsequenz des jeweiligen Ereignisses. Der Tod von Prinzessin Diana würde daher nicht zu einem prägenden Ereignis gehören, da die gesellschaftliche Auswirkung fehlte. Der Tod von John F. Kennedy wird hingegen dazu gezählt, da dieser den Optimismus der amerikanischen Bevölkerung, den das Weiße Haus vermittelte, beeinträchtigte (vgl. Schewe & Meredith, 2004, S. 53–54). Generell können prägende Events national oder international sein. Einige Entwicklungen sind spezifisch für ein Land, wie z. B. wirtschaftliche und politische Veränderungen oder die Verbreitung von Technologien innerhalb eines Landes. Globale Events waren der Zweite Weltkrieg oder auch die Entwicklung des Internets. In jedem Fall prägen sie die Werte der Generation (vgl. Schewe & Meredith, 2004, S. 55). Bei globalen Events ist natürlich zu berücksichtigen, dass der Einfluss z. B. des Kriegs in Deutschland völlig anders aussah als in Amerika. Sozioökonomische, kulturelle, geographische, religiöse und politische Unterschiede verändern den Einfluss, den ein Event auf ein Land hat (vgl. Schewe & Meredith, 2004, S. 55–56). Ein wichtiger Punkt ist an dieser Stelle auch, dass die Annahme, dass prägende Events zu Generationen führen, auch impliziert, dass es keine immer gleiche Länge einer Generation geben kann. Viele Autoren benennen eine konkrete Anzahl an Jahren, um die Dauer einer Generation zu beschreiben (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 16; Mannheim, 1928, S. 159–160; Oertel, 2007, S. 194–195; Strauss & Howe, 1991, S. 34). Dies widerspricht der Theorie und ist ohnehin eher unwahrscheinlich. Zyklische Generationen in ganz regelmäßigen Abständen können nicht der Realität entsprechen. Die Entstehung einer Generation basiert auf dem Einfluss eines historischen Ereignisses und den neuen Orientierungen, die sich daraus ergeben. Neben konkreten katalysierenden Ereignissen können auch religiöse oder weltliche Umbrüche zur Bildung einer Generation führen (vgl. Rogler, 2002, S. 1015). Rogler betont im Einklang mit Schewe & Meredith, dass nicht jeder Mensch, der sich einer Geburtskohorte zuordnen lässt, auch zu einer historischen Generation gerechnet werden kann. Jeder Mensch gehört in eine Kohorte, aber nicht jeder in eine historische Generation (vgl. Rogler, 2002, S. 1020). Schewe & Meredith verwenden jedoch den Kohortenbegriff für historische Generationen.

Man kann in der Prägung der Generation zwischen zwei verschiedenen Sozialisationswirkungen unterscheiden. So erlebt einmal jede Generation ein historisches Erlebnis in einem konkreten sozialen Kontext, aber gleichzeitig auch vor einem anderen biographischen Hintergrund. Dieser ist durch vorherige Sozialisationsprozesse bestimmt und ebenfalls generationsspezifisch (vgl. Preuss-Lausitz, Zeiher & Geulen, 1995, S. 12). Jede Erfahrung im Leben orientiert sich an vorherigen Erfahrungen. Die Erfahrungen summieren sich jedoch nicht einfach, „sondern organisieren sich immer wieder neu in Bezug auf einen tief verankerten biographischen Ausgangspunkt“ (Bude, 1995, S. 35). Insgesamt führt dies dazu, dass sich der Lebenslauf und die Sozialisation einer Generation von anderen unterscheiden (vgl. Preuss-Lausitz et al., 1995, S. 12).

Wie schon angedeutet sind vor allem Erfahrungen prägend, die im Alter von 17 bis 23 Jahren gemacht werden (vgl. Schewe & Meredith, 2004, S. 51–52). Diese prägenden Jahre, häufig auch als formative Phase bezeichnet, sorgen dafür, dass jede Kohorte ihre individuellen Merkmale und Verhaltensweisen ausbildet (vgl. DeVaney, 2015, S. 11; Gardiner, King & Grace, 2012, S. 312; Noble & Schewe, 2003, S. 981; Pendergast, 2010, S. 2; Scott & Zac, 1993, S. 330). Junge Erwachsene müssen alt genug sein, um an einer Bewegung aktiv teilzunehmen, aber gleichzeitig dürfen sie auch noch nicht in einem geregelten Leben mit festem Job, Eigenheim und Familie angekommen sein (vgl. Ryder, 1965, S. 848). Daraus ergibt sich das genannte Alter der formativen Phase. Teilweise werden jedoch auch schon gesellschaftliche Bedingungen während der Kindheit als prägend angesehen. Auch Erfahrungen in dieser Zeit können zu einer spezifischen Sozialisation und jeweils unterschiedlichen Einstellungen gegenüber späteren Entwicklungen führen (vgl. Preuss-Lausitz et al., 1995, S. 12). Für die Jugend und frühen Erwachsenenjahre spricht, dass der Mensch zu der Zeit besonders sensibel auf seine Umwelt reagiert. Er muss seinen Platz in der Gesellschaft finden, was dazu führt, dass er sich intensiver mit seiner Umwelt auseinandersetzt, als Personen in anderen Lebensphasen (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 14–15). Auch Rogler erklärte, dass man identifizieren muss, wann genau Personen empfänglich sind, um auf historische Ereignisse zu reagieren. Wenn sie sich gerade in einer empfindlichen Phase befinden, sind sie potenzielle Mitglieder einer neuen Generation. Auch Rogler sieht hier junge Erwachsene in ihren frühen formativen Jahren als geeignet, die gerade für Veränderungen in ihrer Orientierung und Persönlichkeit besonders empfänglich sind. Diese Situation wird auch dadurch gefördert, dass man sich zu dieser Zeit im Übergang

von der Familie mit gewissen Abhängigkeiten zur eigenen Familie mit neuen Rollen des Erwachsenenlebens befindet. Die Einflüsse prägender Events „disrupt the lives of young adults“ (Rogler, 2002, S. 1016) und verhindern, dass man nahtlos vom Elternhaus in die eigene Familie übergeht (vgl. Rogler, 2002, S. 1016).

2.1.1.3 Generationenidentität und –bewusstsein

Junge Erwachsene, die gemeinsam historische Ereignisse miterlebt haben und von den gleichen institutionellen Einflüssen geprägt wurden, entwickeln ein „kollektives Gedächtnis“. Die an vielen Stellen in der Gesellschaft vorgenommene Alterssegregation in Institutionen wie Schulen fördert diese Entwicklung. Das kollektive Gedächtnis einer Generation wird dadurch gestärkt, dass man sich mit Gleichaltrigen austauscht und die persönlichen Erzählungen zusammenführt. Auf der einen Seite beeinflusst das kollektive Gedächtnis die eigenen Erzählungen, auf der anderen Seite bildet es die Grundlage der Erinnerungskultur einer Gesellschaft. Die Gesellschaft wiederum entwickelt Symbole für ein historisches Ereignis, die auch die Personen, die zu einer Generation gehören, kennzeichnen (vgl. Rogler, 2002, S. 1017). Tatsächlich spielen symbolische Ausdrucksformen eine wesentliche Rolle für Generationen. Generationsidentitäten werden gefestigt und Orientierungen bleiben anhaltend bestehen, wenn sie regelmäßig von symbolischen Repräsentationen unterstützt werden. Sie bleiben als ein Teil der Identität ein Leben lang erhalten (vgl. Rogler, 2002, S. 1017–1018). Die lebenslange Erhaltung dieser Orientierungen definiert historische Generationen (vgl. Rogler, 2002, S. 1016). An dieser Stelle wird deutlich, dass Aussagen über eine Generation erst sehr spät getroffen werden und erst Jahre nach prägenden Ereignissen, wie dem 11. September, und nach der Festigung von Einstellungen, valide Generationenbeschreibungen entstehen können (vgl. Rogler, 2002, S. 1020). Eine Identitätszuschreibung erfolgt immer retrospektiv (vgl. Lange & Lettke, 2007, S. 26).

Ordnet man sich bewusst einer Generation zu, kann von generationaler Identität gesprochen werden. Die bewusste Zugehörigkeit zu genau einer Generation und der entsprechenden handlungsrelevanten Perspektive ist damit zumindest eine Facette der eigenen Identität (vgl. Lüscher, 2010, S. 48). Daraus ergibt sich eine weitere

Abgrenzung zwischen Kohorten und Generationen, die von Braungart und Braungart vorgeschlagen wird. Demnach lassen sich Kohorten nach Ryder definieren, wobei Generationen zusätzlich noch ein Generationenbewusstsein entwickeln, das sich durch konkrete Einstellungen und Verhaltensweisen äußert, die sich von anderen Generationen in der Gesellschaft unterscheiden (vgl. Braungart & Braungart, 1986, S. 213). Auch Mannheim sprach schon von dem Unterschied zwischen dem reinen Geburtsjahr, das eine Person nur zu einer Kohorte bzw. einer Generationenlagerung zuordnet, und den Generationseinheiten, die über ein richtiges Generationenbewusstsein verfügen (vgl. Höpflinger, 1999, S. 11). Dieses Generationszugehörigkeitsbewusstsein wird heutzutage stark durch die Medien geprägt (vgl. Oertel, 2007, S. 35).

Eyerman und Turner ergänzen bisherige Überlegungen, indem sie sagen, dass durch die postmoderne Kultur Generationsidentitäten und –erinnerungen immer fluidier werden. Dadurch, dass Arbeitsmärkte und Lebensstile viel flexibler und fragmentierter geworden sind, können auch Generationenerfahrungen deutlich heterogener werden. Auf der anderen Seite könnten diese Umstände auch dazu führen, dass die Zugehörigkeit zu einer Generation an Bedeutung gewinnt (vgl. Eyerman & Turner, 1998, S. 98). Insbesondere dadurch, dass gesellschaftliche Ordnungskategorien wie Klasse, Religion und Land zunehmend weniger als Anker einer sozialen Verortung dienen, ist die Generation eine mögliche neue Ersatzkategorie, um sich zugehörig zu fühlen (vgl. Kohli, 2007, S. 50).

2.1.1.4 Generationen und sozialer Wandel

Untrennbar mit Generationenidentität und -bewusstsein verknüpft, ist auch der soziale Wandel. Mannheims Ansatz zur Generationenfrage kann auch als Theorie des sozialen Wandels angesehen werden (vgl. Kapitel 2.1.2). Ryder betonte ursprünglich, dass Kohorten nur die Möglichkeit schaffen, dass es sozialen Wandel gibt. Sie verursachen ihn nicht automatisch, aber ermöglichen ihn. Wenn ein Wandel eintritt, unterscheiden sich Kohorten voneinander. Dieser Wandel lässt sich dann anhand der Kohortenanalyse erforschen (vgl. Ryder, 1965, S. 844). Auch Rogler sieht Generationen als Möglichkeit die aktuelle Gesellschaft zu verstehen. Auch er weist auf die Verwendung des Generationenbegriffs als Möglichkeit hin, sozialen Wandel zu untersuchen. Indem die

Einstellungen der aktuell verschiedenen lebenden Generationen untersucht werden, z. B. in Bezug auf Kinder, Scheidungen und Gleichberechtigung, lässt sich ablesen, in welche Richtung der gesellschaftliche Wandel gehen wird (vgl. Rogler, 2002, S. 1014). Orientierungen und Einstellungen variieren quer durch eine Generation, da sie von der Interpretation des historischen Ereignisses abhängen. Diese Interpretation ist bei jedem individuell. Wenn sich irgendwann die Einstellungen einer Generation festigen, wird dies wahrscheinlich zu einem sozialen Wandel führen, der deutlich nach dem eigentlichen Ereignis stattfindet (vgl. Rogler, 2002, S. 1018).

Riley et al. betrachteten die Veränderung im Alterungsprozess verschiedener Kohorten und erkannten, dass sozialer Wandel und Kohortenunterschiede abhängig voneinander sind (vgl. Riley et al., 1988, S. 258). Durch gesellschaftliche Veränderungen altern Kohorten auf unterschiedliche Weise. Gleichzeitig sorgen die veränderten Merkmale des Alterns und Verhaltensweisen der Kohorten dafür, dass alterstypische Normen, Werte, Rollen und Regeln neu definiert werden, es also einen sozialen Wandel gibt, der dann wiederum Alterungsprozesse beeinflusst (vgl. Riley et al., 1988, S. 247+266). Eyerman und Turner sehen soziale Bewegungen vergleichbar als Ursache von Generationenidentitätsbildung, aber gleichzeitig auch als Ergebnis von Generationenformationen. Soziale Bewegungen können demnach sowohl Ausdruck eines Strebens nach Abgrenzung von anderen Generationen sein als auch ein formatives Element dieser Generationenunterschiede (vgl. Eyerman & Turner, 1998, S. 103).

Man kann sagen, dass sich gesellschaftlicher Wandel über die Nachfolge von Generationen „abspielt“. Es kann keine klare Trennung von zeitgeschichtlichen und kohortenspezifischen Effekten vorgenommen werden. Exemplarisch kann hier der Bildungsanstieg angeführt werden. Hier drückt sich sozialer Wandel konkret in Generationenunterschieden aus (vgl. Höpflinger, 2014). Teilweise gibt es fundamentale Veränderungen, die zunächst nur einer Generation zugeschrieben werden, die sich später dann sukzessiv durch das Eintreten neuer und das Abgehen alter Generationen auf die ganze Bevölkerung ausdehnen (vgl. Spitzer, 1973, S. 1361). Ein gutes Beispiel sind hier die 68er, die viele Veränderungen in der Gesellschaft angestoßen haben, die sich dann dauerhaft durch nachfolgende Generationen etablierten.

2.1.1.5 Generationendifferenzen

Ein weiteres wichtiges Merkmal von Generationen ist die Tatsache, dass es auch noch andere Generationen geben muss, die sich in irgendeiner Form unterscheiden. Eine sehr allgemeine Definition legt den Schwerpunkt u. a. auf die genannte Differenz und stammt von Oertel (2007):

„Eine Generation bezeichnet ein Aggregat von Lebewesen oder von Gegenständen, die sich untereinander in mindestens einer Eigenschaft ähnlich sind. Sie muss in einer zeitlichen- und in einer qualitativen Relation zu mindestens einer weiteren Generation stehen“ (Oertel, 2007, S. 22).

Dabei spielt vor allem, wie in der Definition schon angedeutet wurde, die Zeit eine herausragende Rolle. Die zeitliche Abfolge impliziert, dass es Vorgänger- und Nachfolgenergenerationen gibt. Dies wiederum bringt eine Ablöse mit sich. Die jüngere löst die ältere Generation ab (vgl. Oertel, 2007, S. 22). Lüscher und Liegle definieren das Konzept der Generationendifferenz auch im Zusammenhang mit prägenden Erfahrungen und dem daraus resultierenden Verhalten:

„Das Konzept der *Generationendifferenz* beinhaltet, dass der sozialen Tatsache und dem Bewusstsein der Zugehörigkeit zu einer bestimmten Generation die soziale Tatsache und das Bewusstsein entsprechen, sich von Angehörigen anderer Generationen in Bezug auf prägende Erfahrungen sowie Umbrüche der Lebens- und der Gesellschaftsgeschichte und dementsprechend in Fühlen, Denken, Wissen und Handeln zu unterscheiden“ (Lüscher & Liegle, 2003, S. 60).

Spricht man von einer generationsspezifischen Verhaltensweise, geht damit einher, dass es mindestens eine andere Generation geben muss, die sich anders verhält und sich damit differenziert (vgl. Lüscher & Liegle, 2003, S. 52).

Abschließend ist auch die Größe einer Kohorte im Vergleich zu den benachbarten Kohorten von Bedeutung, da sich die Größe auf alle Lebensbereiche auswirkt. Schulen können z. B. durch große Kohorten überfüllt sein. Da es aufgrund des Größenungleichgewichts auch zu eingeschränkten Aufstiegschancen oder auch weniger verfügbaren Immobilien kommen kann, werden vielleicht weniger Kinder gezeugt (vgl. Ryder, 1965, S. 845). Somit ist die Größe, neben vielen anderen Merkmalen, immer in

Relation zu anderen Generationen zu sehen und ein wesentliches Merkmal einer Generation.

2.1.1.6 Generationenbeziehungen

In allen Strukturen, in denen sich Generationen gebildet haben, stehen diese auch in einer wechselseitigen Beziehung zueinander. Von Interesse ist daher, wie Generationen ihre Beziehungen zueinander gestalten. Generell unterscheidet man zwischen inter- und intra-generationellen Beziehungen. Ersteres bezieht sich auf den Austausch und die Beeinflussung zwischen verschiedenen Generationen. Letzteres bezieht sich darauf, wie sich die Mitglieder innerhalb derselben Generation zueinander verhalten. Generationenbeziehungen sind immer geprägt von gegenseitiger Beeinflussung, Austausch und Unterstützung. Beziehungen entstehen durch wiederholte Interaktionen der Mitglieder (vgl. Lüscher & Liegle, 2003, S. 54). Diese sind an soziale Kontexte gebunden und können wiederum durch die Interaktion selbst beeinflusst werden (vgl. Lüscher & Liegle, 2003, S. 55). In der Interaktion zwischen Generationen werden beispielsweise Werthaltungen und Erfahrungen nicht einfach übernommen, sondern wechselseitig ausagiert und damit interaktiv erlebt. Dadurch werden Werte und Erfahrungen transformiert und wirken fort (vgl. Rosenthal, 1997, S. 59). Ein Begriff, der die Wertvermittlung treffend beschreibt, ist der Begriff des „Erebens“, der vorrangig durch Goethes „Faust“ geprägt wurde. Mit Ereben wird der Prozess bezeichnet, bei dem sich die jüngere Generation das Erbe der älteren aneignet und gleichzeitig dadurch transformiert (vgl. Lüscher, 2010, S. 48). Dies steht im direkten Zusammenhang mit der Kulturentwicklung. Die junge Generation kann sich nicht nur Kultur aneignen, sondern auch selbst Kultur hervorbringen (vgl. Lüscher & Liegle, 2003, S. 97). Die neue Generation ist demnach nicht einfach ein passiver Rezipient, sondern eine aktiv handelnde Generation. Durch die Interaktion kann sich daher auch bei der älteren Generation die Sicht auf die Vergangenheit ändern. Auch kann die Interaktion mit der jüngeren Generation eine konstituierende Wirkung auf die ältere haben (vgl. Rosenthal, 1997, S. 60). Nach Rosenthal können sich demnach Generationen in unterschiedlichen Lebensphasen bilden (vgl. Rosenthal, 1997, S. 61). Hiermit grenzt sich Rosenthal von den bereits angeführten Autoren ab, die von einer formativen Phase um das 20. Lebensjahr herum ausgehen.

Die Gestaltung von Generationenbeziehungen ist vielfach bereits geregelt. Einerseits gibt es rechtliche Regulierungen, die z. B. die Altersvorsorge regeln. Viele Beziehungen werden andererseits durch gesellschaftliche Erwartungen und kulturelle Vorstellungen geprägt. Demnach sind Handlungsoptionen an vielen Stellen zumindest teilweise eingeschränkt. Man kann zwischen evolutionärer und normativer generationaler Ordnung unterscheiden. Im ersten Fall sind Orientierungsmuster für Generationenbeziehungen durch historische Entwicklungen und Umbrüche entstanden. Im Fall der normativen Ordnung wurden Orientierungsmuster anhand von Rechten festgelegt (vgl. Lüscher & Liegle, 2003, S. 55). Doch auch hier sind die Grenzen nicht eindeutig. So gibt es durchaus Vorgaben, die zwar evolutionär entstanden und in der Bevölkerung etabliert sind, aber dann gesetzlich geregelt werden. Gleichzeitig können auch neue Gesetze dazu beitragen, dass sich neue Orientierungsmuster entwickeln (vgl. Lüscher & Liegle, 2003, S. 56).

Generationenbeziehungen können darüber hinaus eher als positiv interpretiert werden. Eine positive Beziehung zeichnet sich durch eine friedliche Koexistenz, Kapitaltransfer, Gesellschaft, Verständnis und Solidarität aus, wohingegen im negativen Fall von Konkurrenz und Generationenkonflikt gesprochen werden kann (vgl. Oertel, 2007, S. 22). Eine klassische Konkurrenz zwischen Generationen ist auf dem Arbeitsmarkt zu finden. Für viele Berufseinsteiger sind z. B. Arbeitsverträge der älteren Generationen mit gutem Gehalt, Urlaubs- und Rentenanspruch ein vermeintlich nur schwer zu erreichendes Ziel (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 63). Ein klassisches Beispiel eines Generationenkonflikts findet man z. B. bei den 68ern. Durch teilweise starke Auseinandersetzungen entwickelten die 68er eine politische Einstellung und Werteorientierung in deutlicher Abgrenzung zu ihren Eltern und damit auch zu vorherigen Generationen (vgl. Klein, 2003, S. 104). Babyboomer und die Generation X suchten schon deutlich weniger die Konfrontation. Lediglich in einigen Punkten, wie z. B. hinsichtlich des wachsenden Umweltbewusstseins, gingen die Meinungen auseinander. So wird die Generationensolidarität beeinträchtigt, wenn die Eltern das Leben der zukünftigen Generationen durch Entscheidungen beeinflussen, die nicht mehr zu korrigieren sind (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 209). Der jüngsten Generation wird hingegen vorgeworfen, in so starker Harmonie mit ihren Eltern zu leben, dass der Generationenkonflikt komplett ausfällt und damit auch alle schöpferische Kraft, die mit dieser Auseinandersetzung einhergeht (vgl. Povel, 2013; Rump & Eilers, 2013, S. 254).

Weitere Ausführungen zur erneuernden Kraft von Generationen folgen im Kapitel „Karl Mannheim“.

Im Hinblick auf den demographischen Wandel erfährt auch die Verwendung des Begriffs des Generationenvertrags eine zunehmende Beliebtheit (vgl. Bund, 2014, S. 45; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 222). Bei diesem sozialpolitischen Umverteilungskonzept, bei dem jüngere Erwerbstätige für die Existenzsicherung der älteren, nicht mehr erwerbstätigen Personen aufkommen, handelt es sich im Grunde nicht um eine Frage von Generationen. Die Zusammensetzung der Beitragspflichtigen und Beitragsempfänger ändert sich jeden Tag und hat wenig bzw. im Grunde nichts mit den historischen Generationen zu tun, die hier betrachtet werden (vgl. Höpflinger, 1999, S. 12).

2.1.1.7 Kritik am Generationenansatz

Abschließend muss die Kritik am Generationenansatz betrachtet werden.

So ist vor allem nicht jeder Mensch, der in einem bestimmten Geburtsjahr geboren wurde, alleine aufgrund dieses Umstands eine Person mit allen generationstypischen Eigenschaften und Verhaltensweisen (vgl. Rump & Eilers, 2013, S. 57–58; VanMeter, Grisaffe, Chonko & Roberts, 2013, S. 105). Generell muss immer bedacht werden, dass jede Segmentierung Ausnahmen hat. Eine Person, die 1960 geboren wurde, kann sich genauso verhalten wie eine Person, die 1980 geboren wurde (vgl. Klaffke, 2014a, S. 10). Zwei Menschen, die am selben Tag geboren wurden, können vollkommen verschieden sein. Die persönliche Lebenssituation spielt eine große Rolle während der formativen Phase. So haben z. B. die finanzielle Situation der Familie, die Erziehung und die persönlichen Erlebnisse einen erheblichen Einfluss darauf, wie das eigene Profil geschärft wird (vgl. Rump & Eilers, 2013, S. 48–49). Bei der Einteilung nach Generationen gibt es viele individuelle Beispiele und Grauzonen, die nicht anhand der Generationentheorie erklärt werden können (vgl. Klaffke & Parment, 2011, S. 7; Spitzer, 1973, S. 1358).

Auch wenn es für die Generationendefinition wünschenswert wäre, gibt es keine klare Trennlinie zwischen Generationen (vgl. Bruch, Kunze & Böhm, 2010, S. 91). Ein gutes Argument hierfür ist, dass in jeder Sekunde ein Mensch geboren wird (vgl. Spitzer, 1973, S. 1355). Jede Grenze erscheint in Anbetracht dessen wahllos. Doch besteht dieses Problem bei vielen Segmentierungskategorien, so auch bei Einkommensklassen. Man muss eine Grenze ziehen, auch wenn es viele Graubereiche gibt (vgl. Strauss & Howe, 1991, S. 59). Kohorten sind auch keine organisierten sozialen Gruppen mit gemeinsamen Interessen, nur weil sie zeitgleich geboren wurden (vgl. Höpflinger, 2014; Ryder, 1965, S. 847).

Kohorten sind durch eine sehr starke intragenerationale Heterogenität gekennzeichnet (vgl. Höpflinger, 2014; Pfeil, 2017, S. 190; Ryder, 1965, S. 847). Teilweise gegensätzliche Verhaltensweisen innerhalb einer Kohorte werden nur im Durchschnitt erfasst, sodass auch individuelle Veränderungen im Lebenslauf nicht erkannt werden (vgl. Riley et al., 1988, S. 260). Partiiell gibt es klare Gegensätze innerhalb einer Generation, da z. B. auf die gleichen Ereignisse und Umweltbedingungen komplett unterschiedlich reagiert wird (vgl. Preuss-Lausitz et al., 1995, S. 14). So kann exemplarisch auf schlechte Chancen am Arbeitsmarkt mit Resignation, Protest oder auch besonderem Engagement reagiert werden. Die Komposition von Kohorten verändert sich zudem im Laufe der Zeit. So treten Individuen durch Migration oder Tod ein oder aus. Hierbei ist problematisch, dass dadurch entstehende Veränderungen im Verhalten von Kohorten fälschlicherweise mit dem Alterseffekt interpretiert werden können (vgl. Riley et al., 1988, S. 260). Individuen werden nicht berücksichtigt.

Des Weiteren kann man nicht davon ausgehen, dass ein Ereignis nur auf eine Kohorte wirkt. Alle Kohorten, die zu einem Zeitpunkt leben, reagieren auf bedeutende externe Events (vgl. Ryder, 1965, S. 847). So ist es beispielsweise fraglich, ob der 11. September ausschließlich zur Prägung der Generation Y beigetragen hat und auf andere Generationen keinen Einfluss hatte (vgl. Pfeil, 2017, S. 161). Auch der Mauerfall hat nicht nur die Generation X betroffen, sondern auch jüngere und ältere Personen. Generell sind Sozialisationsprozesse nicht nur auf die ersten Lebensphasen beschränkt (vgl. Höpflinger, 2014).

Ein weiteres Problem ist der subjektive Blickwinkel des Betrachters. So werden viele Beschreibungen neuer Generationen von älteren Generationen vorgenommen, die dazu neigen, die derzeitige Jugend negativer zu beurteilen als ihre eigene (vgl. Crampton & Hodge, 2009, S. 5). Hinzukommt, dass die Sichtweise von der eigenen Perspektive und Prägung beeinflusst wird. Auch die Medien beeinflussen die Sicht auf eine Generation, wenn z. B. verstärkt über Jugendgewalt berichtet wird. So werden viele Aussagen auf Basis einer verzerrten Wahrnehmung getroffen (vgl. Rump & Eilers, 2013, S. 251–252). In gleicher Weise wird auch die Sicht z. B. eines Millennials auf seine eigene Generation von vielen ganz persönlichen Erlebnissen und Wahrnehmungen beeinflusst und verspricht somit nicht zwangsläufig eine validere Präsentation (vgl. z. B. Riederle, 2013).

Die Varianz, die alleine durch die Zugehörigkeit zu einer Generation erklärt wird, ist häufig gering, da weitere Faktoren einen deutlich stärkeren Einfluss haben (vgl. Pfeil, 2017, S. 189; Rindfleisch, 1994, S. 474). Doch auch wenn noch weitere Faktoren, wie das Geschlecht, die geographische Herkunft, der sozioökonomische Hintergrund und die Familienstruktur ebenfalls einen wesentlichen Einfluss darauf haben, wie sich eine Person verhält, hilft das Konzept der Generation, wie jede andere Segmentierung auch, Komplexität zu reduzieren. Es hilft ein Verständnis für wichtige Tendenzen und Entwicklungen in der Gesellschaft zu bekommen (vgl. Klaffke, 2014a, S. 10; Klaffke & Parment, 2011, S. 6).

2.1.2 Das Problem der Generationen (Karl Mannheim)

Nahezu jede Publikation, die sich mit Generationen beschäftigt, beginnt mit einem Verweis auf Karl Mannheim (vgl. Becker, 1997, S. 9–10; Braungart & Braungart, 1986, S. 217; Bruch et al., 2010, S. 96; Chen & Shoemaker, 2014, S. 59; Edmunds & Turner, 2005, S. 564; Elder, 1975, S. 169; Ester, Mohler & Vinken, 2006, S. 20; Kimmel, 1998, S. 38; Klein, 2003, S. 99; Kohli, 2007, S. 47; Höpflinger, 1999, S. 10–11; Lüscher, 2010, S. 38; Lüscher & Liegle, 2003, S. 240; Noble & Schewe, 2003, S. 980; Oertel, 2007, S. 41; Preuss-Lausitz et al., 1995, S. 12; Rindfleisch, 1994, S. 470; Rump & Eilers, 2013, S. 49–50; Ryder, 1965, S. 849). Karl Mannheim verfasste 1928 die erste weltweit anerkannte Abhandlung zum Problem der Generationen (1952 auf Englisch

publiziert), welche noch heute Zustimmung findet (vgl. Bristow, 2016, S. 113). Seine Überlegungen sind mehrfach bestätigt worden und noch immer nachvollziehbar und tragfähig (vgl. Oertel, 2007, S. 48; Schuman & Scott, 1989, S. 365). Das Problem der Generationen ist sehr komplex und Mannheim widmet sich dem Thema aus einer soziologischen Perspektive, anstatt es lediglich naturwissenschaftlich bzw. biologisch zu betrachten. Bis zu diesem Zeitpunkt gab es zwar bereits einige Beiträge zum Generationenproblem aus verschiedenen Disziplinen, aber noch keine zielbewusste Forschung (vgl. Mannheim, 1928, S. 169).

Ein großes Problem, welches Mannheim erkennt, ist die Dauer einer Generation. Hier wurde bereits mit Spannen von 15 bis 30 Jahren gearbeitet, wobei 30 Jahre früher bei den meisten Autoren Zustimmung fand. Durch kontinuierliche Geburten und Sterbefälle ist es schwer den natürlichen Anfang zu bestimmen (vgl. Mannheim, 1928, S. 159–160). Heute hingegen sind Generationen meistens deutlich kürzer aufgrund der sich schnell wandelnden Rahmenbedingungen und der globalen Ereignisse (vgl. Leggewie, 1995, S. 74; Oertel, 2007, S. 120). Eine Dauer von 15 Jahren ist ein aktuellerer Vorschlag (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 16; Oertel, 2007, S. 194–195) und entspricht in etwa der Einteilung dieser Arbeit. Dieses Problem der Dauer zeigt bereits, dass man sich dem Thema nicht rein quantitativ nähern kann. Das Entscheidende in der Generationenforschung ist nicht, eindeutig definierbare zeitliche Intervalle festlegen zu können (vgl. Mannheim, 1928, S. 168) und genau sagen zu können, ob drei, vier oder fünf Generationen in einem Jahrhundert geboren werden (vgl. Mannheim, 1928, S. 319–320). Das Problem ist wesentlich komplexer und trägt dazu bei, aktuelle gesellschaftliche Veränderungen erklären zu können (vgl. Mannheim, 1928, S. 168).

Das erste wichtige Merkmal einer Generation nach Mannheim ist die soziale Lagerung. „Durch die Zugehörigkeit zu einer Generation, zu ein und demselben `Geburtsjahrgange´ ist man im historischen Strome des gesellschaftlichen Geschehens verwandt gelagert.“ (Mannheim, 1928, S. 173). Der Generationszusammenhang ergibt sich somit durch die verwandte Lagerung der einer Generation zurechenbaren Individuen im sozialen Raum (vgl. Mannheim, 1928, S. 172). Wichtig zu beachten ist, dass ein Generationszusammenhang keine konkrete Gruppenbildung impliziert. Doch auch ohne eine konkrete Gruppenzugehörigkeit werden die Individuen durch etwas verbunden und bilden durch den Generationszusammenhang ein soziales Phänomen (vgl. Mannheim,

1928, S. 170–171). Der biologische Rhythmus der Geburten und Sterbefälle ist dabei das Fundament. Ohne ihn gäbe es keinen Generationszusammenhang. Das eigentliche Forschungsinteresse ist jedoch dem gesellschaftlichen Miteinander der Menschen, der gesellschaftlichen Struktur und der Geschichte gewidmet. Erst dadurch ergibt sich der Generationszusammenhang, der über die gemeinsame Lagerung hinausgeht (vgl. Mannheim, 1928, S. 173). Die Generationslage allein begrenzt lediglich den Spielraum möglicher Geschehnisse und legt eine spezifische Art des Erlebens, Denkens und Handelns nahe. Es werden dabei viele mögliche Arten und Weisen des Erlebens, Denkens, Fühlens und Handelns komplett ausgeschlossen (vgl. Mannheim, 1928, S. 173–174). Exemplarisch kann hier die Geburt in einem Entwicklungsland oder in einem Industrieland angeführt werden, die unmittelbar die Entwicklungschancen determiniert. Die Zugangsweise zu ein und demselben Kulturgut kann dadurch unterschiedlich ausfallen und ist durch die unterschiedliche Lagerung erklärbar (vgl. Mannheim, 1928, S. 174). „Der Generationszusammenhang bedeutet also zunächst nach der bisherigen Beschreibung nicht mehr als eine besondere Art der gleichen Lagerung verwandter ‚Jahrgänge‘ im historisch-sozialen Raume“ (Mannheim, 1928, S. 175).

Des Weiteren führt Mannheim fünf Merkmale auf, die für die Gesellschaft charakteristisch und das Problem der Generationen relevant sind. Das erste Merkmal ist das „Neueinsetzen neuer Kulturträger“ (Mannheim, 1928, S. 175). Das bedeutet, dass die Kultur sich dadurch weiterentwickelt, dass immer wieder neue Menschen geboren werden, die einen neuen Zugang zu den Kulturgütern haben. Sie haben einen neuen Ansatz „bei der Aneignung, Verarbeitung und Fortbildung des Vorhandenen“ (Mannheim, 1928, S. 176). Das zweite Merkmal ist der Abgang früherer Kulturträger, wodurch das Vergessen einsetzt. Das Vergessen und neuartige Handlungen sind für die Gesellschaft genauso wichtig wie die Erinnerung an Vergangenes. Vergangene Erlebnisse können dabei sowohl bewusst als auch unbewusst vorhanden sein (vgl. Mannheim, 1928, S. 177–178). Mannheim nimmt noch eine weitere Unterscheidung vor, und zwar in angeeignete und individuell selbsterworbene Erinnerung. Nur Erfahrungen, die man selbst gemacht hat, sind wirklich tief verankert. Dadurch, dass ältere Menschen mehr eigene Erfahrungen gemacht haben und mehr wissen, ergeben sich viele Vorteile. Auf der anderen Seite ist es gut, dass die Jugend mit weniger Wissen, weniger Ballast und weniger gefestigten Einstellungen an neue Situationen

herangeht, da nur so die Erfahrungen noch einen wirklich prägenden Einfluss haben können (vgl. Mannheim, 1928, S. 179).

Das dritte Merkmal bezieht sich auf die verwandte Lagerung. Es ist wichtig, dass Individuen die gleichen Erlebnisse in der gleichen Reihenfolge erleben und somit dies „von derselben Art der Bewußtseinsschichtung aus“ (Mannheim, 1928, S. 180), also mit den gleichen Vorerfahrungen, tun. Mannheim spricht hier auch vom „Phänomen der Erlebnisschichtung“ (Mannheim, 1928, S. 180). Für diese Erlebnisschichtung ist es notwendig, dass man einen gemeinsamen historisch-sozialen Lebensraum teilt. Das bedeutet, dass die junge Generation in China und die junge Generation in Deutschland sich nicht in einer verwandten Lagerung befinden, da sie nicht die Möglichkeit haben, an „gemeinsam verbindenden Ereignissen und Erlebnisgehalten“ (Mannheim, 1928, S. 180) teilzunehmen. Zudem ist von Bedeutung, welche Eindrücke als Erstes gemacht wurden und als Jugenderlebnisse zählen und welche erst später hinzukommen. „Die ersten Eindrücke haben die Tendenz, sich als natürliches Weltbild festzusetzen. Infolgedessen orientiert sich jede spätere Erfahrung an dieser Gruppe von Erlebnissen“ (Mannheim, 1928, S. 181), unabhängig davon, ob spätere Erlebnisse als Bestätigung oder Negation dieses Weltbildes empfunden werden (vgl. Mannheim, 1928, S. 181).

Die vierte Charakterisierung der Gesellschaft bezieht sich auf die Übertragung des Kulturgutes. Jede neue Generation wächst in eine Gesellschaft mit bestimmten Lebenshaltungen und Einstellungen hinein. Dabei gibt es die bewusst gelernten Inhalte und die Einstellungen, die vererbt und übertragen werden, ohne dass man sich dieser Übertragung bewusst wäre. Besonders dieser „Fond, der in der ersten Jugendzeit durch ‚Milieuwirkung‘ einfach einsickert, [ist] oft die historisch älteste Schicht im Bewußtsein, die als solche die Tendenz hat, sich als natürliches Weltbild festzulegen und zu stabilisieren“ (Mannheim, 1928, S. 182). Die wirklich bewusste Lebensphase, in der man Dinge in Frage stellt und reflektiert, beginnt auch bei Mannheim erst mit ca. 17 Jahren (vgl. Mannheim, 1928, S. 183). Auch beruht die Einwirkung einer Generation auf die andere auf Gegenseitigkeit. Der stärkste Einfluss ist dabei nicht zwischen den ältesten und jüngsten Generationen, sondern unter den „näherstehenden ‚Zwischengenerationen‘“ (Mannheim, 1928, S. 184) zu finden. Die Kontinuität im Generationswechsel ist damit das fünfte Merkmal nach Mannheim. Es gibt nicht genau

alle 30 Jahre eine neue Generation, sondern viele Zwischenstufen, die die biologische Generationsdifferenzierung etwas ausgleichen (vgl. Mannheim, 1928, S. 184–185).

Im zweiten Teil seiner Abhandlung beschäftigt sich Mannheim vor allem mit dem Unterschied zwischen der Generationslagerung, dem Generationszusammenhang und der Generationseinheit. Zunächst soll der Generationszusammenhang von der –lagerung abgegrenzt werden. Die Generationslagerung „enthält nur potentielle Möglichkeiten, die zur Geltung kommen, verdrängt werden oder aber in andere sozial wirkende Kräfte eingebettet, modifiziert zur Auswirkung kommen können“ (Mannheim, 1928, S. 309). Es ist also die Tatsache, dass man in einem bestimmten historisch-sozialen Raum geboren wurde, die einem eine Lagerung zuordnet. Um zusätzlich auch einem Generationszusammenhang zugerechnet zu werden, bedarf es einer aktiven Teilnahme am Zeitgeschehen (vgl. Mannheim, 1928, S. 309). „So waren und überhaupt sind gleichaltrige Individuen nur insofern durch einen Generationszusammenhang verbunden, als sie an jenen sozialen und geistigen Strömungen Teil haben, die eben den betreffenden historischen Augenblick konstituieren“ (Mannheim, 1928, S. 310). Nun kann auch ein Generationszusammenhang eine sehr heterogene Gruppe aus Individuen umfassen. Man kann exemplarisch junge Erwachsene, die sich einmal dem linken und einmal dem rechten politischen Lager zugehörig fühlen und politisch engagiert sind, betrachten. Diese sogenannten Generationseinheiten sind viel konkretere Gruppen innerhalb eines Generationszusammenhangs, die Erlebnisse auf ihre eigene Art und Weise verarbeiten (vgl. Mannheim, 1928, S. 310–311). Als Mitglied einer Einheit betrachtet man Dinge unter Berücksichtigung der dahinterstehenden sozialen Gruppe. Man sieht die Dinge so wie sie für die Gruppe präsent sind und übernimmt Gestaltungsintentionen, die zukünftig die Wahrnehmung neuer Ereignisse bestimmen (vgl. Mannheim, 1928, S. 313).

Mannheim geht davon aus, dass bei erhöhter gesellschaftlicher Dynamik, die den Wandel der Einstellungen maßgeblich verändert, eher neue Impulse entstehen, aus denen sich wiederum neue gestaltgebende Einheiten bilden. Diese werden auch als neuer Generationsstil bzw. Generationsentelechie bezeichnet (vgl. Mannheim, 1928, S. 316–317). Ohne gesellschaftliche Dynamik wachsen nachfolgende Generationen ohne die Ausbildung neuer Generationseinheiten langsam in die sich wandelnde Gesellschaft hinein (vgl. Mannheim, 1928, S. 317–318).

Zudem kann man nicht sagen, dass beispielsweise auf eine liberale Generation eine konservative folgt. Es sind immer verschiedene Richtungen gleichzeitig vertreten, es gelingt jedoch in einer Generation nur einer Richtung, „Generationsentelechien in die Welt zu setzen“ (Mannheim, 1928, S. 324) und die „Grundstimmung des Zeitalters weitgehend zu prägen“ (Mannheim, 1928, S. 324). Es sind die Zeitverhältnisse, die es begünstigen, dass stets unterschiedliche Pole Generationsentelechien ausbilden können. Diese Entelechien finden dann hauptsächlich junge Anhänger, während eine derartige Entwicklung die älteren Kohorten nicht mehr tangiert (vgl. Mannheim, 1928, S. 327–328).

Mannheims Überlegungen können insgesamt als Basis angesehen werden, welche auch in dieser Arbeit für das Verständnis von Generationen herangezogen wird. Die wichtigste Erkenntnis von Mannheim ist der Unterschied zwischen der Generationslagerung, dem Generationszusammenhang und der Generationseinheit. Häufig werden Individuen einer Generation zugeschrieben, weil sie zu einer bestimmten Zeit in einem bestimmten Land geboren wurden – wie auch in dieser Arbeit. Zu berücksichtigen ist jedoch, dass diese Individuen lediglich einer Lagerung zugerechnet werden können, aber noch nicht automatisch auch einem Generationszusammenhang oder – noch seltener – einer Generationseinheit. Die aktive Auseinandersetzung mit aktuellen Themen und die Teilnahme am Zeitgeschehen in der formativen Phase der jeweiligen Generation, die für die Bildung eines Generationszusammenhangs erforderlich sind, können hier nicht gemessen oder vorausgesetzt werden. Daher sind in dieser Arbeit die jeweiligen Mitglieder der Generationen nur verwandt gelagert.

2.1.3 Die Generationendiagonale (Strauss und Howe)

Auch wenn Mannheims Ansatz noch immer als Grundlage dient, gibt es auch nach ihm viele Autoren, die sich umfassend mit der Generationenfrage beschäftigt haben. Zwei Autoren, die ebenfalls viel zitiert werden (vgl. Bristow, 2016, S. 7), sind Howe und Strauss. Howe und Strauss haben durch die Betrachtung der Generationen aus vier Jahrhunderten in Amerika eine Generationendiagonale entwickelt, die es ermöglichen soll, auch das Verhalten von mehreren Generationen in der Zukunft vorhersagen zu können. Dies macht den Ansatz besonders interessant für die vorliegende Arbeit.

Strauss und Howe sehen Generationen wie folgt:

„We treat generations as *people moving through time*, each group or generation of people possessing a distinctive sense of self. We look at history just as an individual looks at his own life. We explain how a generation is shaped by its “age location” – that is, by its age-determined participation in epochal events that occur during its lifecycle. During childhood and, especially, during the coming-of-age experiences separating youth from adulthood, this age location produces what we call a “peer personality” – a set of collective behavioral traits and attitudes that later expresses itself throughout a generation’s lifecycle trajectory” (Strauss & Howe, 1991, S. 32).

Ein Schwerpunkt von Strauss und Howe liegt auf der Betrachtung des Lebenslaufs. Je nach Phase im Lebenslauf haben Ereignisse einen anderen Einfluss auf die Persönlichkeit. Dabei ist vor allem interessant, wie diese Persönlichkeit im weiteren Lebenslauf erhalten bleibt und wie demnach Ereignisse in jungen Jahren das Verhalten in späteren Lebensphasen beeinflussen. Durch die Verknüpfung von Alter und Erlebnissen kann von einer Kohorte gesprochen werden (vgl. Strauss & Howe, 1991, S. 34). Insgesamt ergibt sich daraus die folgende Definition:

„We define a generation as a special cohort-group whose length approximately matches that of a basic phase of life, or about twenty-two years over the last three centuries” (Strauss & Howe, 1991, S. 34).

Demnach sehen die Autoren eine klare Verbindung zwischen der Länge einer Generation und der Dauer einer Lebensphase. Sehr präzise wird dabei mit einer Dauer von 22 Jahren gearbeitet (vgl. Strauss & Howe, 1991, S. 34).

Des Weiteren stellen die Autoren vier Generationentypen vor, die sich zyklisch wiederholen. Die vier Typen heißen „Idealist, Reactive, Civic, and Adaptiv“ (Strauss & Howe, 1991, S. 35). Auf heutige Generationen angewandt, ist die Einteilung wie folgt: Die Babyboomer, die in Amerika auch noch die 68er umfassen, gehören zu den Idealisten, die Generation X ist der reaktive Typ und die Generation Y kann als bürgerlich (Civic) klassifiziert werden.

Die Idealists und Civics können zudem als dominante und die beiden anderen dazwischen jeweils als rezessive Typen bezeichnet werden. Auf eine dominante Generation folgt immer eine rezessive. Eine im öffentlichen Leben dominante

Idealisten-Generation sorgt für einen Umbruch von Werten und der Kultur, während Civics die äußere Welt der Technologie und Institutionen revolutionieren. Die Rezessiven konzentrieren sich vor allem auf die Ausschreitungen ihrer dominanten Vorgänger, wobei Reactives eher pragmatisch und Adaptives als Verbesserer an diese Vorlagen herangehen (vgl. Strauss & Howe, 1991, S. 35).

Zur Untermauerung der Theorie beschreiben die Autoren drei typische Fehlinterpretationen, die hier noch einmal das Problem der drei Effekte veranschaulichen. Der erste Fall, der als „life-course fallacy“ (Strauss & Howe, 1991, S. 46) bezeichnet wird, besagt, dass sich kein Mensch in jeder seiner Lebensphasen so verhalten würde, wie es derzeit die anderen Generationen tun, die gerade leben. Es wäre unvorstellbar, dass sich die Generation Y in ihrer nächsten Lebensphase genauso verhält wie die aktuelle Generation X und danach wie die aktuellen Babyboomer (vgl. Strauss & Howe, 1991, S. 46). Als „age-bracket fallacy“ (Strauss & Howe, 1991, S. 45) wird hingegen bezeichnet, wenn man sich immer nur eine Lebensphase im Zeitverlauf ansieht und diese mit menschenartigen Eigenschaften verbindet, als ob ein 10-Jähriger heute aus dem 10-Jährigen vor 20 Jahren erwachsen wäre. Der dritte Trugschluss basiert darauf, zu glauben, dass die eigenen Lebensphasenerfahrungen auch Aufschluss über die Lebensphasen einer anderen Kohorte geben: „fallacy of cohortcentrism“ (Strauss & Howe, 1991, S. 46). Die wesentliche Erkenntnis aus diesen möglichen Fehlschlüssen ist, dass man die „age location“ (Strauss & Howe, 1991, S. 47) jeder Kohorte genau betrachten muss, um etwas über Generationen sagen zu können. Man muss sich genau ansehen, zu welcher Zeit man in welcher Lebensphase war. Das ist die Grundlage der Generationendiagonalen (vgl. Strauss & Howe, 1991, S. 47).

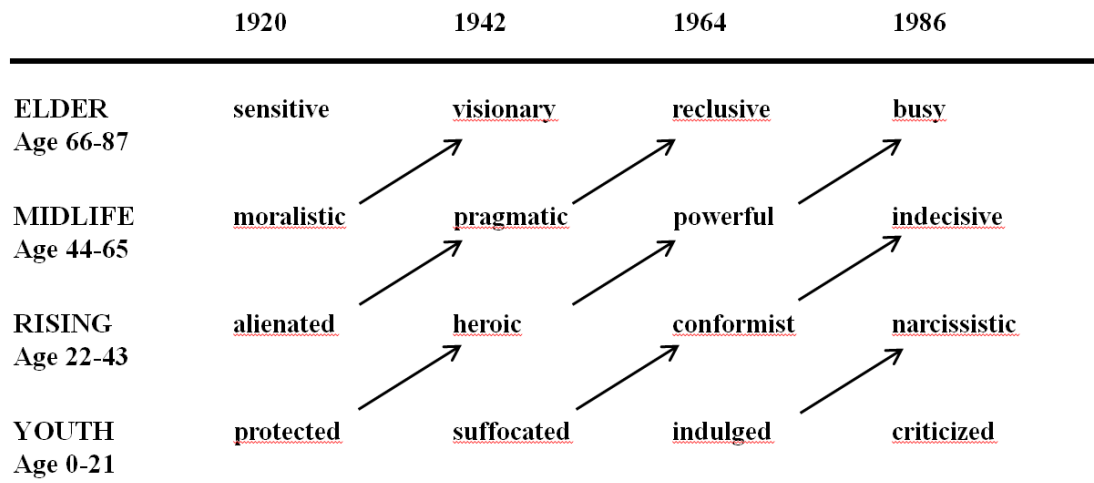


Abb. 1: Die Generationendiagonale im 20. Jahrhundert (Strauss & Howe, 1991, S. 57).

Howe und Strauss zeigen anhand einer Diagonalen aus dem 20. Jahrhundert (s. Abb. 1), wie diese zu verstehen ist. Man kann die Entwicklung einer Generation diagonal ablesen. In diesem Fall kann die Generation, die in ihrer Jugend im Jahr 1920 besonders geschützt wurde und später im Jahr 1964 als sehr mächtig empfunden wurde, am Ende ihres Lebens noch immer als sehr beschäftigt angesehen werden (vgl. Strauss & Howe, 1991, S. 57).

Wesentliche Kennzeichnung einer Kohorte ist die gemeinsame „age location“ in der Geschichte. Man gehört unfreiwillig und dauerhaft zu einer Kohorte, die alle Erlebnisse, Stimmungen und Trends im gleichen Alter erlebt. Hat man ein Ereignis auf eine bestimmte Art und Weise wahrgenommen, prägen diese Eindrücke anschließend die Persönlichkeit, die ein Leben lang erhalten bleibt. Die „age location“ entscheidet auch darüber, welche Einstellung man zu Familie, Bildung, Geschlechterrollen, Religion, Kriminalität, Karriere und zu persönlichen Risiken hat (vgl. Strauss & Howe, 1991, S. 48). Hinsichtlich dieser Aspekte fand immer wieder ein Wandel in der Gesellschaft statt, sodass beispielsweise Kinder mal mehr und mal weniger behütet aufwuchsen, was maßgeblich die betroffenen Kohorten prägte (vgl. Strauss & Howe, 1991, S. 49). Über viele Jahre, während des Kindergartens, der Schule und der weiteren (universitären) Ausbildung verbringt man den Großteil seiner Zeit mit Gleichaltrigen und erlebt vieles im Leben gemeinsam. Durch diese Kohortenzugehörigkeit entsteht eine kollektive Identität und wird eine „common personality“ (Strauss & Howe, 1991, S. 49) gestärkt.

Die Dauer einer Generation wird von Howe und Strauss mit den Lebensphasen begründet. Alle 22 Jahre beginnt ihrer Auffassung nach eine neue Lebensphase mit zentralen Rollen (vgl. Strauss & Howe, 1991, S. 60). Genau zwischen der abhängigen Jugend und der zweiten Lebensphase ab 22 Jahren ist der Moment, der für die Generationenentstehung von Bedeutung ist. Die gegensätzlichen Erfahrungen, die zwischen der Jugend und den jungen Erwachsenenjahren gemacht werden, sorgen für wichtige Unterscheidungen in der peer personality, die langfristig erhalten bleibt. Vor allem bedeutende Ereignisse haben einen Einfluss auf die Persönlichkeit, der sich je nach Lebensphase unterscheidet. Ein Krieg hat auf Kinder einen anderen Einfluss als auf junge Erwachsene oder Senioren. Dadurch sorgt das Event bzw. der Krieg für die Formung von vier verschiedenen Generationen. Spätere Ereignisse im Leben verstärken die Identitäten der bestehenden Generationen und sorgen für die Prägung der neuen jüngeren Kohorten (vgl. Strauss & Howe, 1991, S. 61). Auch wenn immer mit 22 Jahren als Dauer einer Lebensphase gearbeitet wird, räumen die Autoren ein, dass eine so präzise Einteilung eigentlich weltfremd ist (vgl. Strauss & Howe, 1991, S. 61–62). Bei der Betrachtung der letzten 17 Generationen in Amerika konnten Längen von 17 bis 33 Jahren festgestellt werden. Bei den letzten Generationen lag der Durchschnitt bei ca. 22 Jahren (vgl. Strauss & Howe, 1991, S. 84).

Familien haben für die Prägung gesellschaftlicher Generationen in jedem Fall eine große Bedeutung. Das Problem an dieser Stelle ist, dass man nicht sagen kann, dass eine Generation die genaue Elterngeneration einer anderen ist. So können die Eltern durchaus aus den beiden vorherigen Kohortengruppen stammen und ein breites Spektrum an Geburtsjahrgängen umfassen (vgl. Strauss & Howe, 1991, S. 62). Generell haben die etwas älteren Eltern einer Generation einen größeren Einfluss auf den Erziehungsstil als die jüngeren. So haben die Babyboomer beispielsweise einen größeren kulturellen und institutionellen Einfluss auf die Generation Y als die unmittelbaren Vorgänger der Millennials – die Generation X (vgl. Strauss & Howe, 1991, S. 63). Doch ähneln Kinder weniger ihren Eltern als vielmehr ihren Großeltern. Zumindest entsprechen sie in etwa dem gleichen Generationentyp (vgl. Howe & Strauss, 2007, S. 47).

Die wesentliche Unterscheidung zwischen Generationen mit ihren individuellen Biographien erfolgt anhand der peer personality. Diese peer personality ist eine

Beschreibung der stereotypischen Mitglieder einer Generation. Eine Generation hat kollektive Einstellungen zu Familienleben, Geschlechterrollen, Institutionen, Politik, Religion, Lebensstil und Zukunft. Darüber hinaus kann eine Generation verschiedene Eigenschaften haben und z. B. ruhig oder extrovertiert sein. Demnach kann die Beziehung zwischen zwei Generationen genau wie zwischen zwei Menschen harmonisch oder konfliktbehaftet sein. Die soziale Kategorie „Generation“ wird als homogener angesehen als viele andere demographische Kategorien wie Geschlecht, Nationalität, Wohnort oder Alter (vgl. Strauss & Howe, 1991, S. 63). Der Fokus der peer personality liegt häufig auf den Einstellungen und den Erfahrungen der Generationenelite. Es gibt immer Vordenker, die die Richtung vorgeben. Es sind jedoch meistens eher die weniger elitären Vertreter einer Generation, die dafür sorgen, dass eine peer personality auch wirklich gefestigt wird. Howe und Strauss sehen in einer peer personality „a generational persona recognized and determined by (1) common age location; (2) common beliefs and behavior; and (3) perceived membership in a common generation“ (Strauss & Howe, 1991, S. 64). Die age location kann mit Mannheims Generationenlagerung verglichen werden (vgl. Strauss & Howe, 1991, S. 64–65).

Viele Verhaltensweisen können Hinweise zu den Grenzen einer Generation geben. Jegliche Daten geben Aufschluss über die peer personality. Daten u. a. über Hochzeiten, Kriminalität, Geburten, Selbstmorde, Bildung, Drogen- und Alkoholkonsum und Wahlen sagen viel über die Merkmale einer Generation aus. Doch in jeder Kohorte gibt es zahlreiche Individuen, die nicht in das Schema passen. In der Regel sind sich diese Mitglieder einer Generation auch bewusst, dass sie sich von der Mehrheit unterscheiden (vgl. Strauss & Howe, 1991, S. 66).

Einen wesentlichen Einfluss auf die Bildung von Generation haben „social moments“, die ungefähr alle 40 bis 45 Jahre stattfinden. „A SOCIAL MOMENT is an era, typically lasting about a decade, when people perceive that historic events are radically altering their social environment“ (Strauss & Howe, 1991, S. 71). Der offensichtliche Wandel Ende der 1960er Jahre wird als passendes Beispiel angeführt. Jegliche Bereiche der Gesellschaft waren im Umbruch und haben sich dauerhaft verändert (vgl. Strauss & Howe, 1991, S. 71).

„There are two types of social moments: SECULAR CRISES, when society focuses on reordering the outer world of institutions and public behavior; and SPIRITUAL AWAKENINGS, when society focuses on changing the inner world of values and private behavior” (Strauss & Howe, 1991, S. 71).

Die grundlegende Annahme für die genannte Regelmäßigkeit des Eintretens dieser Veränderungen ist, dass jede Generation versucht ihr Verhalten aus einer Lebensphase in der nächsten beizubehalten. Junge Erwachsene, die z. B. besonders aktiv waren, versuchen sich dieses Merkmal auch in der mittleren Lebensphase zu erhalten und damit die Lebensphase neu zu definieren. Das funktioniert jedoch immer nur für die unmittelbar nächste Lebensphase jeder Generation. Junge Erwachsene könnten ihre Merkmale nicht bis ins Seniorenalter mitnehmen. Diese zunehmende Unstimmigkeit zwischen der peer personality und dem Alter führt dann zu einem neuen social moment, der die sozialen Rollen in ihre ursprünglichen Lebensphasen zurückführt. Ein zweiter social moment ist demnach eine Reaktion auf die verhärteten sozialen Rollen, die von jeder Generation während des letzten sozial moments geschaffen wurden. Dadurch ist der nächste social moment immer vom anderen Typ. Ein social moment ist außerdem dadurch gekennzeichnet, dass die zwei dominanten Generationen, die gerade leben, ins frühe Erwachsenenalter und ins Seniorenalter kommen (vgl. Strauss & Howe, 1991, S. 72). Von den beiden dominanten Generationen erlebt demnach eine im jungen Erwachsenenalter eine Krise und die andere ein Erwachen (s. Abb. 22 und 23 im Anhang).

Jede Generation bekommt daher einen individuellen Lebenslauf. Exemplarisch stellt sich dieser für die Generation Y (Civic) wie folgt dar: Die Generation wuchs sehr behütet nach einem spiritual awakening auf, erlebte dann in der formativen Phase eine Krise. Sie entwickelten sich zu einem heroischen und leistungsorientierten Kader von jungen Erwachsenen. Sie erhalten sich ihre Merkmale in der nächsten Lebensphase als leistungsstarke Erwachsene und betreten als beschäftigte Senioren die letzte Lebensphase, vor der ein neues spiritual awakening beginnt (vgl. Strauss & Howe, 1991, S. 74).

Die zwei dominanten Typen nehmen ihre Rolle aus der frühen Erwachsenenzeit mit in die nächste Lebensphase und verändern dadurch das öffentliche Leben. Idealisten verändern Rhetorik und Kultur, Civics vor allem Technologien und Institutionen. Die

zwei rezessiven Typen erleben social moments als Kinder. Dadurch, dass sie daher wenig Einfluss auf das öffentliche Leben haben, liegt ihr Schwerpunkt mehr auf dem privaten Leben. Sie konzentrieren sich verstärkt auf die Erziehung ihrer Kinder. Reactives sind dabei sehr beschützend und Adaptives erlauben größere Freiheiten (vgl. Strauss & Howe, 1991, S. 74).

Man kann sagen, dass in den Phasen, in denen social moments auftreten, die Umwelt für die Prägung einer Generation sorgt und im Anschluss daran, wenn die Ereignisse enden, die Generationen dafür sorgen, dass die Umwelt verändert wird. So wurden die 68er in den 1960er Jahren in ihren frühen Erwachsenenjahren geprägt, um dann in der dritten Lebensphase für eine Veränderung der Gesellschaft zu sorgen (vgl. Strauss & Howe, 1991, S. 76).

Social moments umfassen nach ein bis zwei Jahrzehnten häufig zusätzlich noch ein sehr prägendes Event am Ende. „When such peak events occur, a social moment can suddenly shape cohort-groups into well-defined generations according to their respective phases of life“ (Strauss & Howe, 1991, S. 86). Ein Beispiel ist hier Pearl Harbor. Generell hat jedoch das ganze Jahrzehnt einen großen Einfluss auf die jungen Erwachsenen (vgl. Strauss & Howe, 1991, S. 86).

Eine Krisen-Ära und eine Ära des Erwachens sind durch verschiedene Merkmale in der Gesellschaft gekennzeichnet. Eine Krise (während der formativen Phase der Generation Y) ist eine Ära der Aktion und weniger der Reflexion. Menschen werden pragmatischer, gemeinschaftsorientiert und risikoscheu im privaten und öffentlichen Leben. Die Trennung zwischen den Geschlechterrollen verstärkt sich und Kinder werden extrem stark behütet (vgl. Strauss & Howe, 1991, S. 90). In einer Ära des Erwachens (während der formativen Phase der 68er) hingegen findet man eine erhöhte Frustration mit öffentlichen Institutionen, zersplitterte Familien und Gemeinschaften, einen Anstieg des Alkohol- und Drogenkonsums und eine stärkere Tendenz Risiken im Leben einzugehen. Die Trennung zwischen den Geschlechtern und auch der übermäßige Schutz der Kinder gehen zurück (vgl. Strauss & Howe, 1991, S. 96).

Zusammenfassend lässt sich erkennen, dass die Überlegungen der beiden Autoren genau an den vorherigen Ausführungen ansetzen, diese jedoch deutlich erweitern.

Generationen durchlaufen auch bei Strauss und Howe eine formative Phase in der Zeit zwischen Jugend und Erwachsenenesein, in der sie durch gemeinsame Erfahrungen geprägt werden und eine „peer personality“ (Strauss & Howe, 1991, S. 32) entwickeln, welche an die Generationenidentität und das Generationenbewusstsein erinnert. Zudem ist die genaue Zeit, in die man hineingeboren wird, sehr ausschlaggebend. Howe und Strauss entwickelten daher die Generationendiagonale (vgl. Strauss & Howe, 1991, S. 34). Die Generationendiagonale ermöglicht es, die Verbindung von Ereignissen, dem Alter und dem Verhalten einer konkreten Generation im Zeitverlauf zu untersuchen (vgl. Strauss & Howe, 1991, S. 35). Vier Generationentypen treten dabei in immer wiederkehrenden Zyklen auf. Verantwortlich sind hierfür kritische Ereignisse. In Anlehnung an „defining moments“ sprechen Howe und Strauss von „social moments“ (Strauss & Howe, 1991, S. 35). Diese social moments, die alle 40 bis 45 Jahre auftreten, wechseln in ihrer Ausprägung zwischen „secular crises“ (Strauss & Howe, 1991, S. 35) und „spiritual awakening“ (Strauss & Howe, 1991, S. 35). Diese Ereignisse sorgen dafür, dass sich Generationen bilden und gleichzeitig können Generationen diese Ereignisse auslösen, was wiederum dazu beiträgt Geschichte zu schreiben, die wieder Generationen hervorbringt (vgl. Strauss & Howe, 1991, S. 35). Diese Überlegungen sind vergleichbar mit den Ausführungen zum sozialen Wandel aus den vorherigen Kapiteln. Howe und Strauss betonen jedoch noch einen weiteren Zweck der Generationentheorie: Die Analyse von Generationen ermöglicht es, zukünftige Trends zu erkennen. Um zu erfahren, wie sich 40-Jährige in 20 Jahren verhalten werden, muss man heute nicht das Verhalten von 40-Jährigen, sondern von 20-Jährigen genauer untersuchen. Gerade für die Wirtschaft ist die Analyse von Generationen von Bedeutung, da sie viele Handlungsempfehlungen für die strategische Planung und Markenpositionierung nahelegt (vgl. Howe & Strauss, 2007, S. 42).

2.1.4 Globale Generationen (Edmunds und Turner)

Eine Frage, die immer wieder in der Generationentheorie gestellt wird, ist die nach einer globalen Generation (vgl. Howe & Strauss, 2000, S. 288; Leask, Fyall & Barron, 2014, S. 463–464). Zunehmend wird der Generationenbegriff auch transnational verwendet (vgl. Jureit, 2011). Es stellt sich daher die Frage, ob z. B. die Generation Y in verschiedenen Ländern die gleichen Einflüsse erfahren hat und die gleichen Merkmale

zeigt und damit die Ergebnisse dieser Arbeit auch für andere Länder relevant sein könnten. Da der Tourismus zunehmend internationaler und globaler ausgerichtet ist, ist es wichtig zu betrachten, ob und wie sich die Generationen in verschiedenen Ländern und Kulturen unterscheiden (vgl. Pennington-Gray, Fridgen & Stynes, 2003, S. 359).

Es wurde bereits gezeigt, dass es neben nationalen auch globale Ereignisse geben kann, die einen prägenden Einfluss haben (vgl. Schewe & Meredith, 2004, S. 55). Zwei Probleme treten jedoch bei der Annahme von global existierenden Generationen auf. Zum einen sind viele sozio-ökonomische Entwicklungen in verschiedenen Ländern zeitversetzt. In Deutschland begann beispielsweise der Babyboom später als in den USA. Zum anderen können kulturelle und sozio-ökonomische Erfahrungen zur gleichen Zeit in verschiedenen Ländern sehr unterschiedlich sein (vgl. Kecskes, 2012, S. 6). Zum Beispiel ist die junge Generation in China aufgrund der Ein-Kind-Politik unter anderen Umständen aufgewachsen als altersgleiche junge Menschen in Deutschland. Auch die Jugendarbeitslosigkeit in Griechenland oder Portugal sorgt für andere Bedingungen als in Deutschland (vgl. Gardiner, Grace & King, 2015, S. 347; Klaffke, 2014a, S. 10).

Für die aktuell jüngeren und älteren Generationen haben globale Einflüsse noch eine unterschiedliche Bedeutung. Die älteren Generationen wurden fast ausschließlich von lokalen und nationalen Traditionen geprägt und könnten durchaus die Globalisierung als Infragestellung ihrer Wurzeln verstehen. Für die jüngeren Generationen ist die globale Perspektive bereits selbstverständlich und wird als Ergänzung nationaler Einflüsse gesehen (vgl. Lüscher & Liegle, 2003, S. 105).

Edmunds und Turner (2005) haben sich mit dem Gedanken an eine globale Generation genauer beschäftigt. Zunächst stellten sie fest, dass es für jede Generation sehr relevant ist, wo genau sie verortet ist und welche Möglichkeiten und Ressourcen ihr dadurch zur Verfügung stehen. Eine Alterskohorte wird erst als Generation gesellschaftlich interessant, wenn sie eine spezifische kulturelle und politische Identität ausbildet (vgl. Edmunds & Turner, 2005, S. 561).

Anfangs noch passive Kohorten wandeln sich zu aktiven politischen Generationen, wenn sie politische, wirtschaftliche oder Bildungsressourcen nutzen können, um für Erneuerungen in kulturellen, intellektuellen oder politischen Bereichen zu sorgen. Die

genannten Ressourcen, die vorgefundenen Möglichkeiten und eine strategische Führung sorgen in Kombination für die Ausbildung einer aktiven Generation. Aktive und passive Generationen gibt es immer im Wechsel, wie auch die dominanten und rezessiven Generationen von Strauss und Howe. Eine aktive Generation transformiert soziale und kulturelle Trends, während eine passive Generation im Anschluss diese Veränderungen einfach übernimmt. Aktive Generationen können in einem Bereich so strategisch handeln, dass die Möglichkeiten für gemeinsame Aktionen zukünftiger Kohorten stark beeinflusst werden. Als Beispiel werden die 68er und die Generation X angeführt, die in Amerika direkt nacheinander auftraten. Die 68er waren aktiv, da sie auf der einen Seite gute Protestgründe hatten, wie den Vietnamkrieg und die nukleare Bedrohung, und auf der anderen Seite alle Sicherheiten, wie Vollbeschäftigung und gute Karriereaussichten, die dafür sorgten, dass sie durch Proteste nicht ihre Zukunft gefährdeten. Die Generation X, die ihnen folgte, hatte hingegen weniger soziales Kapital und weniger Beschäftigungsmöglichkeiten, was dazu führte, dass die Generation eher passiv war (vgl. Edmunds & Turner, 2005, S. 562). Betrachtet man verschiedene Länder zur Zeit der 68er Bewegung, zeigt sich, dass die Generationen nicht überall gleich aktiv und gleich ausgerichtet waren. Ob eine Generation aktiv wird, liegt an zwei Voraussetzungen. Einmal braucht sie einen Impuls bzw. Anreiz und sie braucht die Mittel. In China z. B. waren zwar beide Bedingungen anfangs erfüllt, dennoch sorgte unter anderem der repressive Staat dafür, dass die Generation passiv wurde (vgl. Edmunds & Turner, 2005, S. 563).

Eine große Bedeutung kommt den Anführern einer Bewegung zu. Jede generationale Bewegung hat Anführer, die über die Agenda entscheiden und Ausgangspunkt der Analyse sein sollten. Betrachtet man eine ganze Generation, so ist demnach nur ein kleines Segment davon wirklich aktiv (vgl. Edmunds & Turner, 2005, S. 563).

Während Mannheims Überlegungen nur auf nationaler Ebene angesiedelt waren, da man sich zu der Zeit noch nicht vorstellen konnte, wie ein globaler Einfluss aussehen könnte, muss heutzutage die Generationenfrage die Globalisierung berücksichtigen. Es ist möglich, dass Ereignisse, die global wahrgenommen werden, auch die Entwicklung von globalen Generationen fördern. Die 68er waren die erste globale Generation (vgl. Edmunds & Turner, 2005, S. 564). Auch Howe und Strauss sehen den Beginn globaler

Generationen bei den 68ern, die zumindest schon in Amerika und Europa eine ähnliche Kultur teilten (vgl. Howe & Strauss, 2000, S. 288).

Auch vor den 68ern gab es schon internationale Generationen, die universelle Prinzipien vertreten haben, die über Printmedien verbreitet wurden, und transnationale Generationen, die durch das Radio auch über die Grenzen hinaus kommuniziert haben (vgl. Edmunds & Turner, 2005, S. 564). Dennoch blieb in diesen Fällen der nationale Fokus erhalten, während die 68er erstmals ein globales Bewusstsein hatten. Der Vietnamkrieg führte zu Protesten auf mehreren Kontinenten, sodass von einer globalen Natur der generationalen politischen Kultur gesprochen werden kann (vgl. Edmunds & Turner, 2005, S. 564–565). Abgesehen von den genannten Protesten gab es auch viele grenzüberschreitende Verbindungen. Anführer der Bewegung, wie Rudi Dutschke, reisten durch die Welt und viele Aktivisten verschiedener Bewegungen vereinigten sich über die Grenzen hinaus und formten Allianzen (vgl. Edmunds & Turner, 2005, S. 565).

Eine der wichtigsten Voraussetzungen für die Entstehung globaler Generationen sind die Entwicklungen in der Kommunikationstechnologie. Generationen haben ein kollektives Gedächtnis, welches durch Erfahrungen entsteht, die auch durch die Medien vermittelt werden. So gehören zu den 68ern auch jene, die die Ereignisse im Fernsehen betrachteten und dadurch miterlebten. Die Medien und die neuen Kommunikationstechnologien waren dafür verantwortlich, dass ein globales Generationenbewusstsein entstehen konnte. Als erste globale Generation hatten die 68er kollektiv Erfahrungen mit traumatischen politischen Ereignissen, Konsum, Musik und Kommunikationssystemen gemacht. Die boomende Wirtschaft, die verringerten Kosten für Transport und Kommunikation und das Internet sorgten für eine kulturelle Globalisierung (vgl. Edmunds & Turner, 2005, S. 566). Doch auch wenn von einer globalen Generation gesprochen werden kann, gibt es immer noch verschiedene nationale Ausprägungen der Generation aufgrund unterschiedlicher nationaler, regionaler und lokaler Faktoren (vgl. Edmunds & Turner, 2005, S. 567).

Die 68er waren jedoch nur der Anfang. Weitere Entwicklungen in der Kommunikationstechnologie und weitere global erlebte traumatische Ereignisse ermöglichen die Bildung neuer globaler Generationen. Bisher gab es jedoch noch keine vergleichbare Bewegung (vgl. Edmunds & Turner, 2005, S. 567–568). Das Internet und

das Smartphone wären heute ideal für globale Generationen, da sie völlig neue Möglichkeiten schaffen. Zudem hat sich Englisch als Weltsprache etabliert, was die Kommunikation zunehmend vereinfacht (vgl. Edmunds & Turner, 2005, S. 568). Grundsätzlich hat man heute Gründe für den Protest – z. B. die Ungerechtigkeiten auf der Welt – sowie die Mittel. Durch das Internet ist die heutige Generation wesentlich globaler als die 68er (vgl. Edmunds & Turner, 2005, S. 568–569). Doch bietet das Internet lediglich die technologische Voraussetzung. Erst durch erhöhten Aufruhr und revolutionäreres Gedankengut kämen die Möglichkeiten des Internets, für sozialen Wandel zu sorgen, zum Tragen (vgl. Edmunds & Turner, 2005, S. 569–570).

Edmunds und Turner unterscheiden zwischen „generational awareness and generational consciousness“ (Edmunds & Turner, 2005, S. 571). Im ersten Fall geht es lediglich darum, dass jeder die Geschehnisse eines Ereignisses, wie dem 11. September, bewusst wahrnimmt (awareness). Doch können sich die Auswirkungen auf das Bewusstsein dabei unterscheiden. So können Menschen durch den 11. September kosmopolitischer oder auch engstirniger werden. Die Generationseinheiten, wie Mannheim sie bezeichnet, können daher gegnerische Ausprägungen haben. Je nachdem, wo man lebt, welchem Geschlecht und welcher Religion man angehört und welche Außenpolitik das eigene Land vertritt, hat man eine andere Sichtweise. Dennoch gibt es ein kollektives Gedächtnis, da jeder den 11. September als Krise erlebt hat (vgl. Edmunds & Turner, 2005, S. 571).

Die Auswirkungen der Globalisierung führen auf der einen Seite zu größeren intergenerationalen Spannungen innerhalb eines Landes, aber gleichzeitig auch zu stärkeren intragenerationalen Ähnlichkeiten zwischen Ländern. Die Generation Y könnte sich zu einer neuen aktiven globalen Generation entwickeln, die sich von ihren passiven Vorgängern, der Generation X, abgrenzt (vgl. Edmunds & Turner, 2005, S. 572).

Zwei Faktoren sind bei der Entstehung globaler Generationen von vorrangiger Bedeutung. Der erste Faktor ist die globale Kommunikationstechnologie, die dazu führt, dass man Ereignisse zeitgleich wahrnehmen kann. Der zweite Faktor ist der Anstieg von Mobilität, Tourismus, Bildung und global ausgerichteten Arbeitsmärkten. Die Gesellschaft ist zunehmend vernetzter. Das Reisen ist immer wichtiger geworden, um

Kontakte und Freundschaften über große Distanzen zu erhalten. Die zwei Faktoren ermöglichen die Bildung eines globalen Generationenbewusstseins. Dieses zeigt sich beispielsweise in globalen Konsumentenmarken, Prominenten, einer globalen Angst vor Krankheiten und politischen Bewegungen, wie der Bewegung für mehr Nachhaltigkeit (vgl. Edmunds & Turner, 2005, S. 573).

Obwohl durch ein prägendes Ereignis, bessere Technologien und bessere Reise-möglichkeiten alle Voraussetzungen für eine globale, aktive Generation geschaffen wurden, kann man noch nicht sagen, dass die Generation Y eine solche Generation ist. Ein möglicher Grund könnte sein, dass die Generation nicht genug Ressourcen hat, wie es bei den 68ern der Fall war. Sie hatten damals einen starken Arbeitsmarkt und einen starken Wohlfahrtsstaat im Rücken, der ihnen die Möglichkeit gab, aktiv zu werden (vgl. Edmunds & Turner, 2005, S. 574). Ein anderer Grund könnte sein, dass der persönliche Fokus zunehmend auf das Private gelegt wird. Die junge Generation glaubt nicht mehr daran, dass der Staat große Probleme in der Welt lösen kann. Der Staat wird vielmehr als Teil des Problems gesehen. Auch Akademiker, potenzielle Anführer der Bewegung, stehen heutzutage unter einem enormen Druck möglichst viel zu publizieren, sodass sie viel isolierter und fokussierter arbeiten und weniger politisch aktiv werden als früher (vgl. Edmunds & Turner, 2005, S. 574–575).

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Edmunds und Turner ebenfalls genau an den bisherigen Theorien ansetzen, diese jedoch wieder deutlich erweitern und auf eine globale Ebene bringen. Betrachtet werden aktive Generationen bzw. generationale Bewegungen, wobei der Aspekt der verfügbaren Ressourcen im Vordergrund steht. Ob eine Generation aktiv wird, liegt an zwei Voraussetzungen. Einmal braucht sie einen Impuls bzw. Anreiz und sie braucht die Mittel (vgl. Edmunds & Turner, 2005, S. 563). Es kommt nicht nur darauf an, dass prägende Ereignisse eintreten. Um als Generation aktiv für Erneuerungen in kulturellen, intellektuellen oder politischen Bereichen zu sorgen, müssen die Rahmenbedingungen und Ressourcen – Einkommen, Bildung, politische Situation etc. – günstig sein (vgl. Edmunds & Turner, 2005, S. 562). Zudem bedarf es einer strategischen Führung, die der Bewegung eine Richtung gibt (vgl. Edmunds & Turner, 2005, S. 563). Damit eine Generation als global bezeichnet werden kann, benötigt sie fortgeschrittene Technologien. Die Medien, die neuen Kommunikationstechnologien und auch der Anstieg von Mobilität, Tourismus, Bildung

und global ausgerichteten Arbeitsmärkten ermöglichen die Bildung eines globalen Generationenbewusstseins (vgl. Edmunds & Turner, 2005, S. 573).

2.1.5 Studien zur Generationentheorie

Nachdem die wesentlichen Überlegungen zu Generationen präsentiert wurden, stellt sich die Frage nach der Validität. Verschiedene Autoren haben daher geprüft, ob es tatsächlich Generationen gibt, die aufgrund gemeinsamer Erfahrungen in der formativen Phase einheitliche Verhaltensweisen zeigen, die sich von denen anderer Generationen unterscheiden.

Eine Untersuchung von Oertel (2007) zeigt zunächst, ob sich Personen für typische Vertreter ihrer Generation halten. Dabei kam heraus, dass sich immerhin 43% mindestens für eher typische Vertreter ihrer Generation halten. 29% konnten dies nicht wirklich beurteilen und vergleichbar viele halten sich nicht für typische Mitglieder. Generell lässt sich sagen, dass im höheren Alter das Zugehörigkeitsgefühl zu seiner Generation geringer ist (vgl. Oertel, 2007, S. 191). Insgesamt konnte die Studie von Oertel, die sich mit Generationen in der Arbeitswelt beschäftigt, zeigen, dass es in Deutschland klare Vorstellungen von Generationszusammenhängen, die sich in ihren Kompetenzen unterscheiden, gibt. Die Wertvorstellungen differenzieren sich jedoch mit wenigen Ausnahmen kaum voneinander, sodass hier eher von lebensphasenbedingten Prioritäten gesprochen werden kann (vgl. Oertel, 2007, S. 232).

Eine vielzitierte Studie von Schuman und Scott zur Entstehung eines gemeinsamen Generationengedächtnisses („collective memories“) (1989) konnte bereits die Bedeutung von Ereignissen während der formativen Phase belegen. Probanden wurden gefragt, an welche großen nationalen oder internationalen Ereignisse oder an welche Wandel sie sich erinnern können, die ihnen besonders wichtig erscheinen. Diejenigen, die während des Zweiten Weltkriegs in ihrer formativen Phase waren, nannten besonders häufig diesen Krieg. Für den Vietnamkrieg gilt dasselbe (vgl. Schuman & Scott, 1989, S. 365). Der Einfluss des Alters auf die Nennung der Ereignisse ist deutlich größer als der von Geschlecht oder Bildung. Die Ereignisse in der späten Jugend und im frühen Erwachsenenalter prägten besonders (vgl. Schuman & Scott,

1989, S. 370–371). Als Begründung für die Nennung der Ereignisse wurde meistens eine persönliche Erfahrung genannt, beispielsweise der Verlust von Angehörigen im Krieg (vgl. Schuman & Scott, 1989, S. 378). Es wird deutlich, dass vor allem die subjektive Bedeutung maßgeblich dafür ist, dass ein Event für das zukünftige Verhalten eine Rolle spielt (vgl. Schuman & Scott, 1989, S. 379).

In einer späteren Studie untersuchten Schuman und Rieger (1992), ob der Irakkrieg von verschiedenen Generationen auch mit verschiedenen Kriegen assoziiert wird. Tatsächlich sahen ältere Amerikaner, die während oder nach dem Zweiten Weltkrieg aufgewachsen sind, Parallelen zwischen dem Irakkrieg und Hitler, während die etwas jüngeren Babyboomer, die während des Vietnamkriegs sozialisiert wurden, eine Analogie zum Vietnamkrieg sahen. Entgegen den Erwartungen konnten die Generationszugehörigkeiten jedoch kaum etwas darüber aussagen, ob man für oder gegen den Irakkrieg ist. Die Annahme, dass eine Analogie zu Hitler eher zu einer Befürwortung bei der älteren Generation führt, konnte nicht bestätigt werden (vgl. Schuman & Rieger, 1992, S. 324). Dies widerspricht der Existenz einer einstellungsprägenden Phase.

Eine weitere Studie, die die Validität der Generationentheorien testet, stammt von Noble und Schewe (2003). Auch hier sollten Probanden, nachdem ihre Wertvorstellungen abgefragt wurden, für sie persönlich wichtige externe Events nennen. Tatsächlich nannten auch hier alle Generationen Ereignisse aus ihrer formativen Phase als für sie bedeutsam (vgl. Noble & Schewe, 2003, S. 984). Der Theorie nach sollten nun diese Einflüsse für die Werteausbildung entscheidend sein. In diesem Fall zeigt sich jedoch nicht, dass die Ereignisse zu spezifischen Werten der Kohorten geführt haben. Es wird angemerkt, dass Werte vielleicht zu abstrakt sind, um zwischen Kohorten zu unterscheiden. Konkrete Verhaltensmessungen könnten daher mehr Aufschluss darüber geben, ob es Generationenunterschiede gibt. Historische Ereignisse könnten jedoch generell zu wenig Einfluss haben, um wirklich einen Kohorteneffekt zu erzeugen. Viele Ereignisse haben wenig Einfluss auf Individuen, die nicht direkt betroffen sind, wie dies bei Kriegen häufig der Fall ist. Daher ist es schwer lediglich externe Ereignisse zur Untermauerung der Generationentheorien heranzuziehen. Vielleicht ist die Sozialisation auf der Mikroebene einflussreicher als Einflüsse auf der Makroebene. Familie, Religion und Freunde haben einen großen Einfluss, der die Entstehung von Werten wahr-

scheinlich stärker prägt als externe Events (vgl. Noble & Schewe, 2003, S. 985). Aufgrund der weiten Verbreitung der Generationentheorie in Journals und Monographien bedarf es weiterer Forschung, um herauszufinden, ob Kohorten mit spezifischen Merkmalen existieren und in welcher Form sie sich unterscheiden (vgl. Noble & Schewe, 2003, S. 986).

Schindler und Holbrook analysierten zugleich in mehreren Studien, ob es eine prägende Phase gibt. So fanden sie beispielsweise heraus, dass es eine prägende Phase für den Musikgeschmack gibt. Man mag vor allem Songs, die im persönlichen Alter von 23 Jahren populär waren. Lieder, die davor oder danach bekannt wurden, erfuhren deutlich weniger Zustimmung (vgl. Holbrook & Schindler, 1989, S. 122). In einer zweiten Studie (1993) fanden die Autoren heraus, dass in der formativen Phase der Geschmack für das Erscheinungsbild geprägt wird. Man bevorzugt den Stil, der in seiner formativen Phase populär war, während man alles, was davor und danach aufkam, deutlich weniger mag (vgl. Schindler & Holbrook, 1993, S. 557). Männer bevorzugen das Erscheinungsbild von Frauen, das sie für gewöhnlich hatten, als man als Mann 24 Jahre alt war (vgl. Schindler & Holbrook, 1993, S. 560). In einer weiteren Studie von Holbrook und Schindler (1994) wurde festgestellt, dass der Geschmack für Filmstars schon im Alter von 14 Jahren geprägt wird (vgl. Holbrook & Schindler, 1994, S. 419). Die Ergebnisse belegen, dass es eine bestimmte Zeitspanne im Leben gibt, in der ein bestimmter Geschmack geprägt wird. So wird die formative Phase zumindest teilweise empirisch belegt.

Dass die Kohortenzugehörigkeit auch das Konsumverhalten beeinflusst, belegten Rentz et al. (1983). Die Autoren untersuchten den Cola-Cola Konsum in den USA und fanden heraus, dass vor allem die Kohortenzugehörigkeit und weniger das Alter den Konsum in diesem Bereich erklären können (vgl. Rentz, Reynolds & Stout, 1983, S. 18–19). Auch der Kaffeekonsum wurde im Hinblick auf die drei Effekte untersucht, um anhand der Effekte eine Prognose für die Zukunft zu erstellen, die tatsächlich die Entwicklung besser vorhergesagt hat als eine Prognose auf Basis von Querschnittsdaten, die nur den demographischen Wandel, aber keine Kohorten berücksichtigte (vgl. Rentz & Reynolds, 1991, S. 359).

Eine weitere Untersuchung stammt von Hung et al. (2007) und untersucht die Werte und das Kaufverhalten verschiedener Generationen und auch verschiedener Generationen in verschiedenen Ländern – den USA und China. Es konnte gezeigt werden, dass in China katalysierende Events zu Veränderungen sozialer Institutionen geführt haben, wodurch wiederum Kohorten entstanden sind, deren verschiedene Lebenserfahrungen in der formativen Phase ihre Werte und Verhaltensweisen geprägt haben, auch nachdem das Event vorbei war. Interessant ist auch der Ländervergleich. Hier zeigten sich deutliche Unterschiede. Die Generation in China, die als Äquivalent zu den Babyboomern in den USA angesehen werden kann, besitzt weniger Häuser und Autos als die jüngeren Generationen in China. Dies lässt sich darauf zurückführen, dass sie mit weniger materialistischen Werten groß geworden ist. In den USA hingegen haben die Babyboomer ihre Ausgaben für Häuser und Autos im Vergleich zur jüngeren Generation erhöht. Diese Ergebnisse zeigen, dass einige Länderunterschiede beim Konsumentenverhalten auf Kohortenunterschiede zurückzuführen sind (vgl. Hung, Gu & Yim, 2007, S. 850). Des Weiteren zeigt die Studie, dass man nicht immer von globalen Generationen sprechen kann.

Insgesamt zeigen die Studien, dass es Generationen mit spezifischen Verhaltensweisen gibt. Daher ist es begründet, im Folgenden die Bevölkerung nach Generationen zu segmentieren, um spezifische Verhaltensmerkmale hinsichtlich des Reisens zu untersuchen. Auch konnte gezeigt werden, dass es eine formative Phase gibt und sich Generationen bedeutende Ereignisse, die während dieser Phase eingetreten sind, zuordnen lassen. Dass diese Ereignisse jedoch allein für die Generationenunterschiede verantwortlich sind, konnte nicht bestätigt werden. Die Merkmale der Generation Y werden sich beispielsweise mit großer Wahrscheinlichkeit nicht nur auf den 11. September zurückführen lassen. Vielmehr erscheint es wahrscheinlich, dass es verschiedene Einflüsse gibt, die für die Prägung einer Generation verantwortlich sind. Daher werden bei der Präsentation der Generationen nicht nur die einschlägigen Events betrachtet, sondern alle bedeutenden Einflüsse in der formativen Phase herangezogen. Hierzu gehören unter anderem der familiäre Einfluss, die Bildung, die ökonomischen und technologischen Entwicklungen und die Kultur.

2.2 Demographischer Wandel

Für die Analyse von Generationen, ihrer Entstehung und ihrem Verhalten sind demographische Entwicklungen elementar (vgl. Lüscher & Liegle, 2003, S. 314). Zum einen stellt der demographische Wandel, im Sinne der alternden Bevölkerung, einen prägenden Einfluss für die jüngeren Generationen dar, weil Veränderungen der Altersstruktur viele Bereiche der Gesellschaft verändern. Partnerschaften, Familien, soziale Netzwerke, die Wirtschaft, der Arbeitsmarkt, die Bildung und auch die Kultur sind durch den Wandel direkt betroffen (vgl. Becker & Lauterbach, 1997, S. 225). Zudem bietet die demographische Entwicklung in Deutschland eine ideale Basis für die Analyse von Generationen. Wie viele Kinder pro Frau geboren werden, in welchem Alter man sein erstes Kind bekommt und welche Lebenserwartung man hat, ist nicht nur wesentlich für die Analyse der genannten vier Generationen, sondern auch wesentlich für das Reiseverhalten. Daher wird im Folgenden im Anschluss an die Vorstellung der demographischen Entwicklung in Deutschland und den Folgen des demographischen Wandels auch die Bedeutung für den Tourismus beleuchtet.

Bevor auf die Entwicklung eingegangen wird, soll hier kurz erwähnt werden, was unter dem demographischen Wandel genau zu verstehen ist. Der demographische Wandel ist eine „Bezeichnung für die Bevölkerungsentwicklung und ihre Veränderungen insbesondere im Hinblick auf die Altersstruktur, die Entwicklung der Geburtenzahl und der Sterbefälle, die Anteile von Inländern, Ausländern und Eingebürgerten sowie die Zuzüge und Fortzüge“ (Bundeszentrale für politische Bildung, o. J.). Der demographische Wandel wird demnach von drei wesentlichen Faktoren beeinflusst. Der erste Faktor ist die Geburtenrate. Um den Bevölkerungsstand zu erhalten, ist eine durchschnittliche Kinderzahl von 2,1 pro Frau im gebärfähigen Alter notwendig. Der zweite Faktor ist die Mortalität bzw. die Veränderung der Lebenserwartung und der dritte die Migration, d. h. die Nettozuwanderung eines Landes (vgl. Bruch et al., 2010, S. 26).

2.2.1 Bevölkerungsentwicklung in Deutschland

Durch eine gestiegene Lebenserwartung und eine gesunkene Geburtenrate, hat sich der Altersaufbau der Bevölkerung in den letzten Jahrzehnten deutlich verändert (vgl. Lüscher & Liegle, 2003, S. 66). Im Folgenden werden nun die demographischen Entwicklungen in Deutschland genauer betrachtet.

Der erste wichtige Faktor des demographischen Wandels ist die Lebenserwartung, welche in Deutschland stark angestiegen ist, sodass die Gesellschaft insgesamt immer älter wird (vgl. Bruch et al., 2010, S. 34). Ein Junge, der in den Jahren 1932/1934 geboren wurde, hatte eine Lebenserwartung von 59,86 Jahren, ein Mädchen von 62,81 Jahren. Schon 1960/1962 stieg die Lebenserwartung für Jungen aus der Babyboomer Generation auf 66,86 Jahre und für Mädchen auf 72,39 Jahre an. Die nachfolgende Generation – die Generation X – hatte schon eine erwartete Lebensdauer von 67,41 bzw. 73,83 Jahren (1970/1972). 1986/88 als ungefähr die Millennials geboren wurden, lag die Erwartung bei 71,7 bzw. 78,03 Jahren (vgl. Statistisches Bundesamt, 2017, S. 106). Aktuell (2014/2016) beträgt die Lebenserwartung für Jungen 78,31 Jahre und für Mädchen 83,2 Jahre (vgl. Statistisches Bundesamt, 2018e). Eine logische Schlussfolgerung ist in diesem Zusammenhang auch, dass es im hohen Alter wesentlich mehr Frauen als Männer gibt (vgl. Lüscher & Liegle, 2003, S. 92).

Für diese Entwicklung sind besonders der verbesserte Lebensstandard, der allgemeine Gesundheitszustand und die medizinische Versorgung verantwortlich (vgl. Lüscher & Liegle, 2003, S. 71; Oertel, 2007, S. 6). Die eigene Gesundheit und das eigene Wohlbefinden wurden immer wichtiger (vgl. Becker & Lauterbach, 1997, S. 221; Yeoman, Schanzel & Smith, 2013, S. 98). Mit dem weiteren medizinischen Fortschritt ist auch in Zukunft damit zu rechnen, dass die Lebenserwartung weiterhin ansteigen wird (vgl. Bruch et al., 2010, S. 35). Auch das gestiegene Bildungsniveau spielt indirekt eine Rolle. Es konnte gezeigt werden, dass Bildung zu einer höheren Lebenserwartung führt. Je höher das Bildungsniveau einer Person, desto länger lebt sie (vgl. Becker & Lauterbach, 1997, S. 220). Ein Punkt, der nur kurz erwähnt werden soll, ist der enorme Einfluss von Kriegen, Seuchen oder ähnlichen Ereignissen, die einen drastischen Einfluss auf die Demographie eines Landes haben (vgl. Becker & Lauterbach, 1997, S. 199; Spitzer, 1973, S. 1383). Da seit dem Zweiten Weltkrieg

kein derartiges Ereignis mehr aufgetreten ist, werden die entsprechenden Faktoren hier nicht näher betrachtet.

Neben der längeren Lebenserwartung sorgte auch der Rückgang der Geburtenzahl für ein höheres Durchschnittsalter der Bevölkerung (vgl. Glover & Prideaux, 2009, S. 28). Ab dem Zweiten Weltkrieg bis in die 1960er Jahre hinein waren deutlich steigende Geburtenraten zu erkennen (vgl. Oertel, 2007, S. 137–138; Pöttsch, 2012, S. 6). Die höchste zusammengefasste Geburtenziffer der Nachkriegszeit lag bei über 2,5 Kindern pro Frau (vgl. Pöttsch, 2012, S. 15). Die Babyboomer verraten schon durch ihren Namen ihre zahlenmäßige Größe (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 213). Das Absinken der Geburtenhäufigkeit setzte in der DDR schon 1965 und in der BRD dann ab 1967 ein. Die Zahl ging kontinuierlich zurück. Diese Entwicklung dauerte im früheren Bundesgebiet fast 20 Jahre an (vgl. Pöttsch, 2012, S. 15). Seit den 1970ern ist in allen Industrieländern ein enormes Absinken der Geburtenziffern zu verzeichnen (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 213; Pöttsch, 2012, S. 6). Häufig wird als Grund der „Pillenknicke“ angeführt, der am Ende der 1960er Jahre eintrat. Für die Entwicklung war jedoch nicht allein das orale Kontrazeptivum verantwortlich. Das öffentliche Klima hat die Entwicklung und Akzeptanz der Pille vorrangig in Gang gebracht (vgl. Lüscher & Liegle, 2003, S. 76). Neben der Verbreitung der Pille war auch die veränderte Einstellung zur Familie für das Absinken verantwortlich. Zwischen 1975 und 1985 lag die Zahl der Geborenen nur noch bei 56% des Niveaus von 1964 (vgl. Pöttsch, 2012, S. 6). Mitte der 1980er war ein vorläufiges Tief mit 1,28 Kindern pro Frau erreicht. Danach gab es einige Schwankungen der Geburtenziffer, die sich zwischen 1,35 und 1,45 Kindern bewegten (vgl. Pöttsch, 2012, S. 15). Die Geburtenziffer liegt seitdem dauerhaft unter der Sterbeziffer, sodass kein natürliches Bevölkerungswachstum mehr existiert (vgl. Abb. 2; Pfeil, 2017, S. 284; Statistisches Bundesamt, 2017, S. 10).

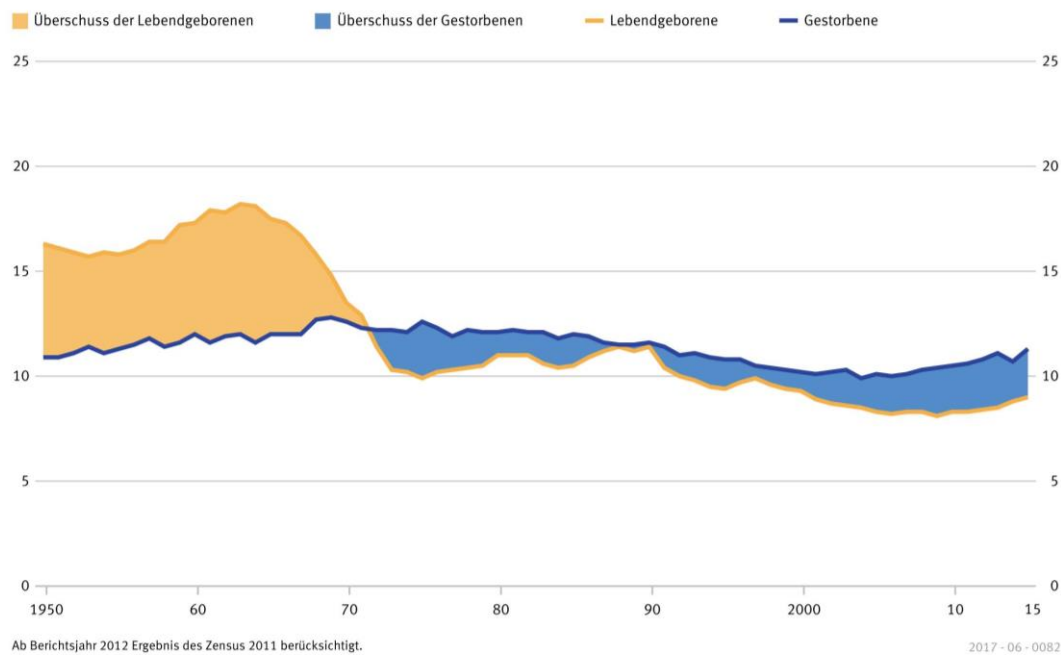


Abb. 2: Lebendgeborene und Gestorbene 1950 bis 2015, je 1000 Einwohner (Statistisches Bundesamt, 2017, S. 10).

Die Babyboomer brachten ihrerseits deutlich weniger Kinder zur Welt (vgl. Höpflinger & Stuckelberger, 1999, S. 30; Pötzsch, 2012, S. 28). Kinder brachten keine wirtschaftlichen Vorteile mehr. Es wurde hingegen immer schwerer Familie und Beruf zu vereinen. Hierfür war auch der Wandel der Geschlechterrollen bedeutend (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 213). In den 1990ern gab es wieder mehr Frauen im gebärfähigen Alter und damit auch etwas mehr Geburten. Es wurde sogar ein leichter Anstieg der Kinderzahl pro Frau verzeichnet. Ab 1998 waren die Geburtenzahlen im früheren Bundesgebiet dann wieder rückläufig, sodass nur in den Jahren 2007 und 2010 ein leichter Anstieg zu verzeichnen war (vgl. Pötzsch, 2012, S. 6). Auch dies ist vor allem auf einen Rückgang der Frauen im gebärfähigen Alter zurückzuführen, da die Babyboomer diese Altersspanne langsam verlassen haben (vgl. Pötzsch, 2012, S. 8). Die geringere Anzahl gebärfähiger Frauen bekommt nun jedoch wieder mehr Kinder. Seit 2011 steigt die Geburtenziffer aktuell wieder konstant an, sodass die zusammengefasste Ziffer 2016 bei 1,59 lag (vgl. Statistisches Bundesamt, 2018f).

Interessant für die vorliegende Arbeit ist auch das Alter der Mutter bei der Geburt des ersten Kindes, das sich massiv verändert hat. Während zwischen 1965 und 1970 das Alter der westdeutschen Frauen bei der ersten Geburt noch leicht von 25 auf 24 Jahre

gesunken ist, nahm es danach beständig zu. Schon 2010 lag das Alter beim ersten Kind mit 29,2 Jahren fast fünf Jahre über dem Niveau der 1960er Jahre (vgl. Pöttsch, 2012, S. 10). 2016 lag das Alter beim ersten Kind bei 29,6 Jahren (vgl. Statistisches Bundesamt, 2018a). Der Trend ist demnach weiterhin bestehen geblieben. Von 2011 bis 2016 ist ein leichter, aber konstanter Anstieg des Alters der Mutter bei der Geburt der Kinder zu verzeichnen, sodass dieses Alter nun bei 31 Jahren liegt (vgl. Statistisches Bundesamt, 2018c).

Ein wesentlicher Grund für den Rückgang der durchschnittlichen Kinderzahl ist der gestiegene Anteil kinderloser Frauen. Während die Kinderzahl pro Mutter recht konstant über fast drei Jahrzehnte bei ca. zwei Kindern liegt, ist der Anteil der Frauen ohne Kind kontinuierlich gestiegen. Besonders die geburtenstarken Jahrgänge aus den 1960er Jahren sind durch ihre hohe Kinderlosigkeit verantwortlich für das geringe Geburtenniveau (vgl. Pöttsch, 2012, S. 28). Gründe für Kinderlosigkeit können sehr vielfältig sein und sind auch im Zusammenhang mit der abnehmenden Wahrscheinlichkeit zu heiraten zu sehen (vgl. Lüscher & Liegle, 2003, S. 78). Verheiratete Frauen kennzeichnet eine höhere Wahrscheinlichkeit Kinder zu bekommen. Jedoch hat die Ehe massiv an Bedeutung verloren. Nur 28% der Frauen zwischen 25 und 29 Jahren waren im Jahr 2008 verheiratet. 25 Jahre früher lag der Wert bei 68%. Auch in der Altersgruppe 30 bis 34 waren 2008 gerade einmal 51% der Frauen verheiratet. 68% lebten zu diesem Zeitpunkt jedoch mit einem Partner zusammen (vgl. Pöttsch, 2012, S. 31). Ein weiterer Grund für die geringen Geburtenzahlen ist das gestiegene Bildungsniveau. Neben vielen weiteren Faktoren, die Einfluss darauf nehmen, ob man Kinder bekommt, kann man sagen, dass mit steigendem Bildungsniveau die Zahl der geborenen Kinder abnimmt. Mütter mit mehr als zwei Kindern sind vor allem bei Frauen mit niedrigem Bildungsstand zu finden (vgl. Pöttsch, 2012, S. 32).

Der dritte Faktor, der Einfluss darauf nimmt, wie sich die Demographie in Deutschland verändert, ist die Migration. Hierbei ist nicht nur der Zuzug aus dem Ausland von Bedeutung, sondern vor allem auch der Fortzug. Im früheren Bundesgebiet konnten 1954 gerade einmal 111.490 Zuzüge und 136.212 Fortzüge verzeichnet werden. Die Bevölkerung ist dadurch um knapp 25.000 Personen geschrumpft, was in Anbetracht der Gesamtbevölkerungszahl praktisch keine relevante Veränderung der Einwohnerzahl

darstellt. In den folgenden Jahren stieg die jährliche Zuwanderung kontinuierlich und rapide an, sodass 1965 schon 791.737 Zuzüge verzeichnet wurden. Die Fortzüge, die gegenübergestellt werden müssen, haben sich etwas weniger stark entwickelt, verzeichneten aber ebenfalls einen deutlichen Anstieg. Hier liegt die Gesamtzahl bei 489.503. Hieraus ergibt sich ein Bevölkerungswachstum von rund 300.000 Menschen. In den folgenden Jahren, bis in die 1990er Jahre, schwankte die Zahl der jährlichen Auswanderer zwischen ca. 400.000 und 650.000. Die Zuzüge lagen noch über einen längeren Zeitraum auf einem meist deutlich höheren Niveau, wobei 1970 sogar die Millionenmarke geknackt wurde (vgl. Statistisches Bundesamt, 2018d, S. 5). Die Einwanderungen in den 1950er und 1960er Jahren sind vor allem auf die Migration der Gastarbeiter und ihrer Familien zurückzuführen. Anschließend fiel dann der Einwanderungsstopp 1973 in etwa mit dem Pillenknick zusammen (vgl. Oertel, 2007, S. 137–138). Nach 1973 sank die Zahl der Zuzüge wieder und blieb bis zum Ende der 1980er Jahre auf einem ähnlichen Niveau wie die Abwanderungen, sodass der Saldo gering blieb. Durch den Mauerfall gab es dann erhebliche Zuwanderungen zum früheren Bundesgebiet, sodass 1989 und 1990 jeweils über eine Million Menschen nach Westdeutschland zogen. Abzüglich der Auswanderer ergab das immerhin noch ein Saldo von 593.962 in 1989 und 681.872 in 1990. Ab 1991 wird Deutschland statistisch als Einheit erfasst und verzeichnet zunächst weiterhin deutlich höhere Zu- als Abwanderungen. Dieser Überschuss ging dann zurück, bis sich Zu- und Abwanderungen auf ein fast konstant kleines Einwanderungsplus einpendelten. Dieses kleine Plus wurde ab 2011 zunehmend größer bis sprunghaft im Jahr 2015 die Zahl der Zuwanderer aufgrund der Flüchtlinge erstmals über zwei Millionen lag und auch 2016 noch knapp darunter, sodass beim Saldo 2015 erstmals die Millionenmarke geknackt wurde (vgl. Statistisches Bundesamt, 2018d, S. 5).

Insgesamt kann die relativ starke Zuwanderung zumindest teilweise dem Bevölkerungsrückgang durch die geringe Geburtenziffer entgegenwirken. Auch wenn die Geburtenziffer derzeit wieder ansteigt, sind statistisch 1,59 Kinder (vgl. Statistisches Bundesamt, 2018f) noch weit von dem natürlichen Erhalt der Population bei 2,1 Kindern entfernt.

2.2.2 Folgen des demographischen Wandels

Sowohl der Bevölkerungsrückgang als auch die Altersverschiebung treiben den demographischen Wandel gleichermaßen an (vgl. Bruch et al., 2010, S. 37) und sorgen für verschiedene Herausforderungen. 69% der Bevölkerung im Alter zwischen 20 und 34 Jahren sehen im demographischen Wandel ein ernsthaftes Problem (vgl. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, 2014, S. 2). Bereits in der Shell Jugendstudie 2006 sahen 44% der 12- bis 25-jährigen den demographischen Wandel als großes Problem und 26% als ein sehr großes Problem an (vgl. Schneekloth, 2006a, S. 152). Auch wenn die Auswirkungen dieses weltweiten Megatrends schon lange absehbar und einkalkulierbar gewesen sind, gibt es dennoch viele Bereiche, die bisher unzureichend auf die Herausforderungen vorbereitet sind (vgl. Ewinger, Ternès, Koerbel & Towers, 2016, S. 21).

So können Renten und Pensionen beispielsweise nicht mehr von den Erwerbstätigen finanziert werden. Das Renteneintrittsalter müsste deutlich erhöht werden, um diese Lücke zu schließen (vgl. Albert, Hurrelmann, Langness & Quenzel, 2006, S. 444; Braun & Pfeiffer, 2012, S. 73; Bruch et al., 2010, S. 40; Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, 2014, S. 4; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 211; Yeoman, Hsu, Smith & Watson, 2011, S. 8). Der große Anteil der Senioren im Verhältnis zur Gesamtbevölkerung steigt aus zwei Gründen. Zum einen sind die neuen Rentner in den nächsten Jahren die geburtenstarken Jahrgänge, zum anderen leben diese starken Jahrgänge deutlich länger und haben eine lange restliche Lebenszeit, die finanziert werden muss (vgl. Braun & Pfeiffer, 2012, S. 25). Für die jüngere Generation stellt sich unweigerlich die Frage nach der eigenen Altersvorsorge (vgl. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, 2014, S. 4; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 215; Picot & Willert, 2006, S. 301; Schneekloth, 2006a, S. 156).

Auch die Kranken- und Pflegekassen werden mit höheren Ausgaben konfrontiert und bekommen gleichzeitig zunehmend weniger finanzielle Mittel. Dadurch müssen die Beiträge zwangsläufig steigen oder die Kostenabdeckungen sinken (vgl. Bruch et al., 2010, S. 40; Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, 2014, S. 4). An dieser Stelle ist jedoch anzumerken, dass ein Anstieg der Lebenserwartung mit

einem Anstieg an gesunden und behinderungsfreien Lebensjahren einhergeht (vgl. Braun & Pfeiffer, 2012, S. 27–28; Lüscher & Liegle, 2003, S. 73).

Für Familien bedeutet der demographische Wandel ebenfalls einen Wandel. Es wird mehr berufstätige Mütter geben, um ausreichend vorzusorgen, und mehr jüngere Menschen sind für die Pflege der älteren Angehörigen verantwortlich (vgl. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, 2014, S. 4). Außerdem gibt es häufiger mehrere Generationen, die zeitgleich in einer Familie leben (vgl. Höpflinger & Stuckelberger, 1999, S. 52). So gibt es nicht nur drei, sondern teilweise vier oder sogar fünf Generationen innerhalb einer Familie (vgl. Lüscher & Liegle, 2003, S. 92; Yeoman et al., 2011, S. 11). Dadurch dass man aber weniger Kinder bekommt, gibt es weniger Geschwister, Cousins, Tanten und Onkel im Vergleich zu früher. Die Struktur der Familie ist demnach eher vertikal als horizontal ausgerichtet. Diese Veränderungen haben Auswirkungen auf das Familienleben, aber auch auf die Beziehung zwischen Generationen auf der gesellschaftlichen Ebene (vgl. Yeoman et al., 2011, S. 11). Da der Wandel der Familie ebenfalls für das Reiseverhalten relevant ist, wird dieser bei der Vorstellung der vier Generationen noch einmal differenzierter betrachtet.

Ein weiterer Effekt des demographischen Wandels betrifft das Verhältnis von Enkeln zu Großeltern. Noch nie haben so viele Kinder die Erfahrung gemacht mit Großeltern aufzuwachsen. Sehr viele Großeltern kommen heute auf sehr wenige Enkelkinder (vgl. Lüscher & Liegle, 2003, S. 93). Diese Situation wiederum führt zu einem gestiegenen Wohlstand der Kinder, da sich die zahlreichen Großeltern mit einer zunehmend höheren Lebenserwartung und guten Renten besser um die wenigen Enkel kümmern können. Die demographische Entwicklung hat dafür gesorgt, dass der Wohlstand der Kinder noch stärker angestiegen ist als der allgemeine Wohlstand (vgl. Haumann, 2010, S. 17). Abgesehen von der finanziellen Sicht können die Großeltern auch die Eltern entlasten (vgl. Schneekloth, 2006a, S. 155). Die Kinderbetreuung durch die Großeltern hat an Bedeutung gewonnen (vgl. Höpflinger, 1999, S. 46).

Ein anderes Problem des Wandels des Altersaufbaus der Gesellschaft bezieht sich auf die Machtstruktur. Das zahlenmäßige Gewicht einzelner Altersgruppen hat sich stark verändert (vgl. Lüscher, 2010, S. 38). Die junge Generation steht im Verhältnis schlecht

da (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 201). In der Regierung dominieren die Interessen der älteren Generationen. Die junge Generation ist kaum vertreten (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 236). Aber auch die mittlere Generation, die in der Elternrolle oft auch die Interessen der jüngeren vertritt, verliert an Gewicht (vgl. Lüscher & Liegle, 2003, S. 259). Das begründet die Angst, dass mehr Geld für ältere als für jüngere Bürger ausgegeben wird (vgl. Schneekloth, 2006a, S. 155). Die Politik ist auf Wählerstimmen ausgerichtet. Wenn die Jüngeren nur einen kleinen Teil der Wählerschaft ausmachen, orientiert sich das Wahlprogramm automatisch an den älteren Generationen (vgl. Albert et al., 2006, S. 443) und die Interessen der Jüngeren spielen in der Politik eine zunehmend untergeordnete Rolle (vgl. Albert et al., 2006, S. 444). 65% der 20- bis 34-Jährigen sehen es zur Bewältigung des demographischen Wandels als besonders wichtig an, dass die Politik bei Entscheidungen darauf achtet, dass keine Generation benachteiligt wird (vgl. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, 2014, S. 27), wobei 55% derzeit die Interessen der Jüngeren nicht ausreichend berücksichtigt sehen (vgl. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, 2014, S. 26).

Vor allem Unternehmen sind mit neuen Herausforderungen konfrontiert. Eine davon steht unter der Überschrift „War for Talents“ (Bruch et al., 2010, S. 46). Es gibt immer weniger gut qualifizierten Nachwuchs, sodass die Generation Y dem demographischen Wandel aktuell gute Jobchancen zu verdanken hat (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 67). Der steigende Wettbewerb unter den Unternehmen um die Generation Y ist auch der Grund dafür, dass die Anforderungen dieser Generation an die Arbeitswelt besonders gut erforscht wurden (vgl. Pfeil, 2017, S. 284).

2.2.3 Bedeutung für den Tourismus

Die alternde Bevölkerung ist auch für die Zukunft des Reisens von großer Bedeutung (vgl. Yeoman et al., 2013, S. 92) und entwickelt sich zu einer der größten Herausforderungen für den Tourismus (vgl. Nedelea, 2008, S. 63). Der demographische Wandel beeinflusst direkt die touristische Nachfrage, da sich sowohl das Volumen als auch die Struktur der Nachfrage ändern (vgl. Grimm, Lohmann, Heinsohn, Richter & Metzler, 2009, S. 5; Lohmann & Danielsson, 2004, S. 5). Die Größe der Bevölkerung

entscheidet über die absolute Zahl der Reisenden. Die Migration beeinflusst vor allem die Destinationswahl und die Altersstruktur verändert die Zahl der Reisen und das sonstige Reiseverhalten. Die Haushaltsgröße und –struktur wirken sich ebenfalls auf die Nachfrage, vor allem bei der Unterkunftswahl, aus (vgl. Grimm et al., 2009, S. 6). Höchstwahrscheinlich haben zukünftige Rentner nach 2050 weniger frei verfügbares Einkommen, was ebenfalls ein wesentlicher Punkt für die Zukunft des Tourismus ist (vgl. Yeoman et al., 2011, S. 14).

Durch die steigende Anzahl an Senioren stellt sich die Frage, wie das Reiseverhalten dieser Gruppe später aussehen wird (vgl. Lohmann et al., 2007, S. 39). Senioren, die für viel freie Zeit und gute finanzielle Mittel bekannt sind (vgl. Nedelea, 2008, S. 64), werden für einen viel größeren Anteil der Ausgaben im Tourismus verantwortlich sein als die jüngeren Generationen (vgl. Patterson & Pegg, 2009, S. 255). Demnach wird sich durch den steigenden Anteil älterer Reisenden auch das allgemeine Reiseverhalten verändern (vgl. Glover & Prideaux, 2009, S. 27). Dadurch bringt der demographische Wandel viele Herausforderungen, aber auch Chancen für den Tourismus mit sich (vgl. Yeoman et al., 2011, S. 19). Die zunehmende Zahl alter und pensionierter Menschen, Einpersonenhaushalte und kinderloser Paare sorgt z. B. dafür, dass die Reisenachfrage ansteigen wird. Dies lässt sich unter anderem mit der größeren Verfügbarkeit von Freizeit der Segmente begründen (vgl. Alegre & Pou, 2004, S. 142).

Der demographische Wandel sorgt jedoch in erster Linie nicht für einen Anstieg im Volumen, sondern für Veränderungen in der Gestaltung der Reisen. Die Reisezeit und die Destinationswahl werden sich sehr wahrscheinlich verändern (vgl. Nedelea, 2008, S. 64). Geringere Kinderzahlen führen zu einer etwas geringeren Anzahl an Familienreisen. Das ist unter anderem ein Grund dafür, dass der Anteil der Auslandsreisen leicht ansteigen wird, wobei auch Flugreisen und Autoreisen gegenüber Bus und Bahn zunehmen werden (vgl. Grimm et al., 2009, S. 10; Singer & Prideaux, 2006, S. 342). Dadurch, dass vor allem Ältere das Reiseverhalten dominieren, erfolgt eine reduzierte Fokussierung auf die Sommerferien und eine erhöhte Nachfrage nach Kultur, Natur und Gesundheitsreisen (vgl. Grimm et al., 2009, S. 10; Nedelea, 2008, S. 65). Der klassische Strandurlaub könnte verlieren (vgl. Grimm et al., 2009, S. 10). Auch Kurzreisen außerhalb der Schulferien sollten durch den demographischen Wandel zunehmen (vgl. Grimm et al., 2009, S. 12; Singer & Prideaux, 2006, S. 342). Als Folge der veränderten

Nachfrage werden sich zudem das touristische Produkt, der Service, Destinationen und Strategien im Tourismus verändern (vgl. Glover & Prideaux, 2009, S. 27–28).

Durch die zunehmende Anzahl an vitalen Großeltern, die auf wenige Enkelkinder kommen, wird auch der Trend verstärkt, dass immer mehr Großeltern mit ihren Enkeln verreisen (vgl. Haumann, 2010, S. 39; Höpflinger, 1999, S. 46; Yeoman et al., 2011, S. 11). Diese Reisen werden dadurch möglich, dass Großeltern über eine verbesserte Gesundheit verfügen (vgl. Höpflinger, 1999, S. 46). Dieses neue Segment erfordert Anpassungen bei der Produktgestaltung (vgl. Lohmann & Danielsson, 2004, S. 14).

Auch der Anteil an Singles in der Gesellschaft nimmt zu, was ebenfalls Einfluss auf das Reiseverhalten hat. Singles haben besondere Interessen beim Reisen. Sie bevorzugen Aktivitäten, die man mit Kindern eher nicht machen würde, wie z. B. Abenteuerreisen und Extremsport. Trekking, Surfen, Reiten, Yoga, SPAs und ausgefallene Städtetrips könnten Angebote sein, die durch Singles Nachfrager gewinnen. Häufig wollen Singles im Urlaub auch bestimmte Fähigkeiten weiterentwickeln, z. B. durch einen Koch- oder Schreibkurs und Sport (vgl. Yeoman et al., 2011, S. 10).

Familienreisen mit nur einem Kind werden zunehmen, wobei dieses Segment ebenfalls spezielle Reiseverhaltensmerkmale zeigt. So machen Familien mit nur einem Kind mehr Flugreisen, organisieren ihre Reisen häufig mit einem Reiseveranstalter und versuchen Destinationen und Hotels zu wählen, in denen auch andere Kinder anzutreffen sind (vgl. Lohmann & Danielsson, 2004, S. 14).

An dieser Stelle ist bereits zu sehen, wie groß allein die Auswirkungen sein werden, die nur darauf zurückzuführen sind, dass es anteilig zunehmend mehr Senioren und weniger junge Menschen und Familien geben wird. Die zukünftigen Veränderungen der Bevölkerungsstruktur lassen sich gut prognostizieren. Bisher wurde noch nicht thematisiert, dass zukünftige Senioren durch eine andere Generationszugehörigkeit, mit anderen Einstellungen, Verhaltensweisen und Konsumgewohnheiten noch weitere Veränderungen im Reiseverhalten bewirken könnten (vgl. Nedelea, 2008, S. 65). Daher muss bei der Prognose des Reiseverhaltens immer der demographische Wandel im Zusammenhang mit Generationen betrachtet werden, was im letzten Teil der Arbeit auch gemacht wird.

2.3 Lebensphasen

Während der Generationenansatz Merkmale und das Verhalten betrachtet, die ein Mensch sein Leben lang beibehält, untersucht der Lebensphasenansatz die Verhaltensweisen, die generationsübergreifend für eine Lebensphase spezifisch sind und sich demnach im Laufe des Lebens immer wieder verändern. Die beiden Konzepte ergänzen sich daher sehr gut (vgl. Braungart & Braungart, 1986, S. 219–220; Oertel, 2007, S. 61) und können gleichzeitig zur Erklärung von Eigenschaften herangezogen werden (vgl. Oertel, 2007, S. 207–208). Die Ausführungen zur formativen Phase gaben schon einen Hinweis darauf, dass die Lebensphasenbetrachtung für die Generationentheorie eine wichtige Rolle spielt (vgl. Rogler, 2002, S. 1016). Howe und Strauss betonten die sehr unterschiedliche Bedeutung eines Erlebnisses in Abhängigkeit der Lebensphase (vgl. Strauss & Howe, 1991, S. 34) und machten mit ihrer Theorie den engen Zusammenhang zwischen Generationen und Lebensphasen deutlich. Die grundsätzliche Struktur eines Lebenslaufs bleibt immer gleich. Die genaue Ausgestaltung der einzelnen Phasen variiert jedoch von Generation zu Generation (vgl. Strauss & Howe, 1991, S. 47). Einige dieser Neugestaltungen bewirken große Veränderungen. Wenn die Generation Y häufiger als Single und als Paar ohne Kinder lebt, verändert dies die Ausgestaltung der Lebensphasen und gleichzeitig das darin stattfindende Reiseverhalten (vgl. Glover, 2010, S. 156).

Im Folgenden werden zunächst Einblicke in die Lebensphasentheorie gegeben, wobei hier weniger detailliert auf einzelne Aspekte eingegangen wird als im Fall der Generationentheorie, da Lebensphasen eher als wertvolle Ergänzung angesehen werden und nicht im Fokus der Analyse stehen. Anschließend wird der Zusammenhang von Lebensphasen und dem Alter betrachtet, bevor ausführlicher auf den Wandel der einzelnen Lebensphasen eingegangen wird. Die Neugestaltung einzelner Lebensphasen ist bereits direkt auf die Generationen zurückzuführen und spielt im weiteren Verlauf der Arbeit eine bedeutende Rolle.

2.3.1 Lebensphasentheorie

„Die Lebenslaufanalyse bzw. Lebensverlaufs- oder Lebenszyklusforschung beschäftigt sich mit der Altersschichtung von Generationen nach Lebensphasen“ (Oertel, 2007, S. 57). Der Lebenslauf besteht aus einer kontinuierlichen Abfolge von Phasen, die jeder Mensch im Laufe seines Lebens durchläuft. Der Lebenslauf kann auch als eine Reihung wechselnder Rollenkonstellationen betrachtet werden. In der Gesellschaft existieren weit verbreitete Vorstellungen davon, wie man sich in bestimmten Lebensphasen verhalten und entwickeln sollte und welche biographischen Ereignisse eintreten sollten (vgl. Höpflinger & Stuckelberger, 1999, S. 21; Oertel, 2007, S. 57).

Ein wichtiges Merkmal von Lebensphasen sind die zugeordneten Rollen. Jeder Altersgruppe sind bestimmte Rollen zugewiesen, die mit Erwartungen, Rechten, Pflichten, Sanktionen und auch Status verknüpft sind (vgl. Oertel, 2007, S. 57–58). Man kann sagen, dass bis zur Lebensmitte eine zunehmende und anschließend eine abnehmende Kumulation sozialer Verantwortungsrollen zu verzeichnen ist. Man kann dabei zwischen beruflichen, partnerschaftlichen und familiären Verantwortungsrollen unterscheiden (vgl. Bürklin, Klein & Ruß, 1994, S. 596). Der Übergang von einer Phase in die nächste ist meistens durch ein bestimmtes Ereignis gekennzeichnet. Hier lassen sich die Geburt des ersten Kindes oder der Berufseintritt als klassische Beispiele anführen. Ebenfalls treten mit neuen Phasen und Rollen häufig auch räumlich-materielle und zeitliche Veränderungen auf. Das Wohnumfeld ändert sich oder der Tagesablauf bekommt eine andere Struktur (vgl. Oertel, 2007, S. 57–58). In jeder Lebensphase hat man ein besonderes Interesse bzw. eine besondere Sorge, z. B. wenn man sich dafür entscheidet mit jemandem zusammen zu wohnen, ein Haus zu kaufen oder man seine Eltern pflegen muss (vgl. Kotler & Keller, 2012, S. 217).

Welche Erwartungen an eine Lebensphase geknüpft sind, sind weitestgehend bekannt, doch gibt es auch hier langsam fortschreitende Veränderungen. Die verlängerte Lebenszeit und Ruhestandsphase, die rückläufige Bedeutung der Ehe, der Anstieg berufstätiger Frauen und die verlängerte Zeit in der Ausbildung sind nur einige Treiber, die für eine Veränderung der Erwartungen an eine Lebensphase sorgen (vgl. Oertel, 2007, S. 109–110). Die so genannte Normalbiographie hat an Spielraum dazugewonnen, sodass man seinen Lebenslauf immer individueller gestalten kann (vgl.

Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 29; Oertel, 2007, S. 57). Mit dieser gewonnenen Freiheit gehen auch viele Herausforderungen einher (vgl. Oertel, 2007, S. 57). Der eigene Lebenslauf hängt von persönlichen Ressourcen wie z. B. der Intelligenz, dem Aussehen, der Stärke, der Gesundheit und auch dem Umfeld ab. Die möglichen Alternativen werden u. a. durch das Geschlecht, die Herkunft und persönliche Kontakte determiniert (vgl. Oertel, 2007, S. 59–60).

Des Weiteren lässt sich sagen, dass sich Lebensphasen verflüssigen. Die Phasen sind nicht mehr klar voneinander abgegrenzt, sondern greifen ineinander (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 30; Rump & Eilers, 2013, S. 82). Leben, Lernen, Arbeit und Familie sind mittlerweile Bestandteil fast jeder Lebensphase (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 228). Wann genau die Jugend endet und wann genau man als Senior bezeichnet werden kann, ist schwer zu sagen (vgl. Elder, 1975, S. 173). Im Extremfall verhalten sich ältere Menschen sogar wie Jugendliche (vgl. Höpflinger & Stuckelberger, 1999, S. 61), sodass, ähnlich wie schon bei den Generationen, jede präzise Grenze etwas willkürlich erscheint.

2.3.2 Lebensphasen und Alter

Der Lebenslauf eines Menschen ist eng mit dem Alter verknüpft. Lebenszyklische Übergänge und Ereignisse erfolgen häufig in einem bestimmten Alter. So ist die Schulzeit, aber auch die Geburt eines Kindes, unweigerlich sehr eng mit dem Alter verbunden. Das Erreichen der Volljährigkeit und der Renteneintritt sind sogar ganz konkret an ein spezifisches Alter gebunden (vgl. Höpflinger & Stuckelberger, 1999, S. 21). Für alle großen Ereignisse und Übergänge im Leben, wie z. B. Kinder zu bekommen oder zu heiraten, gibt es ein „angemessenes“ Alter. Die Gesellschaft hat implizite und explizite Kriterien dafür, wann dieses Alter erreicht ist. Individuen sind sich bewusst und werden gut darüber informiert, ob sie früh, pünktlich oder spät entsprechende Übergänge erreichen. Es gibt ein informelles Belohnungs- und Sanktionssystem, wenn man deutlich von dem vorgesehenen Alter abweicht (vgl. Elder, 1975, S. 174–175; Riley et al., 1988, S. 276). Häufig setzen Individuen sich auch selbst Altersgrenzen, an denen ein bestimmtes Ziel, wie das erste Kind oder der Studienabschluss, erreicht sein soll.

Bei der Betrachtung von Alters-, Perioden- und Kohorteneffekten ist der Einfluss der Lebensphase im Alterseffekt integriert, auch wenn nicht ein Alter eindeutig einer Lebensphase zugeordnet werden kann. Dieses Problem ist gut vergleichbar mit dem Problem, Geburtenjahrgänge eindeutig Generationen zuzuordnen. Eine klare Zuordnung gibt es nicht. In Anbetracht von Altersklassen und Lebensphasen ist offensichtlich, dass zwei Menschen im selben Alter in ganz unterschiedlichen Lebensphasen sein können. So kann man mit 25 Jahren wie ein typischer Jugendlicher oder auch im Eigenheim mit Kindern leben. Das wiederum führt zu ganz unterschiedlichen Bedürfnissen und Motivationsstrukturen (vgl. Bruch et al., 2010, S. 93). Dennoch lassen sich Altersspannen angeben, die in der Regel einer Lebensphase zugeordnet werden können.

Eine wesentliche Grundlage der Lebenslaufforschung ist die Unterscheidung zwischen biologischem, sozialem und psychologischem Alter. Bei der Betrachtung von Lebensläufen werden vor allem die zwei letzten erforscht (vgl. Oertel, 2007, S. 58). Andere Autoren bezeichnen das biologische Alter als chronologisches Alter. Das biologische Alter bezieht sich dann hingegen auf die physische und psychische Leistungsfähigkeit, die sich durch die Veränderungen des Organismus im Laufe des Lebens wandelt. Die dritte Kategorie, das individuelle, psychologische Alter, bezeichnet das gefühlte Alter und schließt hier auch den sozialen Kontext ein. Der vierte Ansatz definiert das Alter anhand der Lebensphase (vgl. Bruch et al., 2010, S. 55). Das Konzept des differentiellen Alterns bezieht sich auf die Unterschiede zwischen sozialen, psychischen und körperlichen Alterungsprozessen. Innerhalb derselben Person können Alterungsprozesse je nach Funktionsbereich unterschiedlich schnell verlaufen. Abgesehen davon, dass die physische und die psychische Alterung nicht unmittelbar zusammenhängen, können auch einzelne Organe unterschiedlich schnell altern (vgl. Höpflinger & Stuckelberger, 1999, S. 22). Das biologische bzw. das chronologische Alter dient als Indikator für das psychologische und soziale Alter (vgl. Oertel, 2007, S. 61). In der Regel wird das chronologische Alter zur Segmentierung in Studien herangezogen, da es sehr einfach zu messen ist. Dieses unterscheidet sich jedoch häufig erheblich vom psychologischen Alter. Das Verhalten eines Menschen hängt viel eher mit dem gefühlten Alter zusammen als mit dem chronologischen (vgl. Patterson & Pegg, 2009, S. 264).

Lebensphasen könnten eine größere Erklärungskraft des Verhaltens und der Einstellungen eines Menschen haben als das chronologische Alter. Insbesondere dadurch, dass unterschiedliche soziodemographische Gruppen durch ganz unterschiedlich lange Phasen im Lebenslauf gekennzeichnet sind (z. B. Akademiker vs. Nicht-Akademiker), bietet das chronologische Alter immer weniger Erklärungskraft (vgl. Bürklin et al., 1994, S. 596).

2.3.3 Wandel der einzelnen Phasen im Lebenslauf

Wie viele Phasen das Leben hat und wie genau diese zu bezeichnen sind, ist diskussionswürdig. Verschiedene Autoren legen ganz unterschiedliche Einteilungen von Lebensläufen und Familienlebenszyklen zu Grunde (vgl. Cosenza & Davis, 1981, S. 19; Lawson, 1991, S. 13; Oppermann, 1995a, S. 29; Oppermann, 1995b, S. 537; Wells & Gubar, 1966, S. 361; Zimmerman, 1982, S. 58). Gerade die parallel laufenden Kategorien (z. B. Paare mit Kindern, Singles oder Alleinerziehende), wie sie durch die Pluralisierung der Lebensformen zunehmend entstanden sind, erschweren die Anwendung (vgl. Oppermann, 1995b, S. 538). Teilweise werden daher für jede Lebensform eigene Lebensphasen zur Analyse herangezogen (vgl. Zimmerman, 1982, S. 59–60). Die zahlreichen Möglichkeiten der Einteilung sollen hier nicht genauer thematisiert werden. Die folgenden Ausführungen dienen lediglich dazu, eine Vorstellung von wichtigen Situationen und Veränderungen in einzelnen Lebensphasen zu erhalten, die für die spätere Empirie von Bedeutung sein werden. Die Einteilung erfolgt lediglich grob in die Phasen Kindheit, Jugend und Postadoleszenz, mittlere Lebensphase und das Alter. Da auf die Kindheit und ihren Wandel im Kapitel Familie und Erziehung noch genauer eingegangen wird, wird diese Phase hier nur sehr übergreifend betrachtet.

2.3.3.1 Kindheit

In den letzten Jahrzehnten hat die Kindheit massiv an Bedeutung gewonnen. Durch die Erziehung werden einem Werte und Einstellungen schon früh vermittelt (vgl. Pendergast, 2010, S. 3), dennoch war die Kindheit früher keine Lebensphase, der

besondere Beachtung gewidmet wurde. Kinder wurden im Laufe der Jahre zunehmend als eigenständige Personen wahrgenommen, die Rechte, Wünsche, Bedürfnisse und ein Recht auf freie Entfaltung haben und denen auch ein eigener Bereich in der Politik zuzukommen hat (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 238; Lüscher & Liegle, 2003, S. 77). Die Lebensphase Kindheit wurde instrumentalisiert, d. h. es wurden verschiedene Organisationen gebildet und staatliche Regelungen geschaffen. Ganz konkret kann hier die Schulpflicht oder das Verbot von Kinderarbeit angeführt werden (vgl. Lüscher & Liegle, 2003, S. 66). Die Schutzbedürftigkeit des Kindes wurde anerkannt (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 238). Vor allem die Psychoanalyse hat den Fokus auf die Kindheit gelenkt. Diese zeigte umfassend, dass schon die Pflege eines kleinen Kindes diesem wichtige Lernerfahrungen vermittelt, die auf die spätere Entwicklung und Entfaltung der individuellen Persönlichkeit einen erheblichen Einfluss haben. Die Lebensphase Kindheit erfuhr eine große Aufwertung, was in direktem Zusammenhang mit dem Geburtenrückgang zu sehen ist (vgl. Lüscher & Liegle, 2003, S. 77).

2.3.3.2 Jugend und Postadoleszenz

Insbesondere die Lebensphase der Jugend hat sich in den letzten Jahrzehnten stark verändert und vor allem ausgedehnt. Etwa 1950 umfasste die Jugend lediglich eine kurze Phase zwischen dem Eintritt in die Geschlechtsreife und der Gründung einer eigenen Familie bzw. dem Eintritt ins Berufsleben. Sie umfasste höchstens fünf Jahre (vgl. Hurrelmann, Albert, Quenzel & Langness, 2006, S. 33). Während in den 1950er und 1960er Jahren die Jugend lediglich eine Übergangsphase darstellte, die sich schon stark an Arbeit und Familie ausrichtete und vorrangig dazu diente sich auf das Erwachsenenleben vorzubereiten (vgl. Grunert & Krüger, 2011, S. 224–225), hat sich die Jugend danach zunehmend zu einer eigenständigen Lebensphase entwickelt. Einerseits beginnt die Jugend mittlerweile sehr früh, teilweise schon im Alter von ca. zwölf Jahren, andererseits ist das Ende deutlich später und völlig offen. Die traditionellen Muster des Erwachsenwerdens verschwimmen zunehmend. Im Schnitt dauert die Jugend 15 Jahre, für einige jedoch wesentlich länger (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 29; Leggewie, 1995, S. 55; Tulgan, 2009, S. 8). Häufig wird auch von einer weiteren Lebensphase zwischen der eigentlichen Jugend und dem

Erwachsenen gesprochen, die Postadoleszenz genannt wird. Diese Verlängerung der Jugend wird als Phase des Ausprobierens, der Selbstfindung und der Ausprägung individueller Eigenschaften verstanden (vgl. Rump & Eilers, 2013, S. 83). Die sukzessive Abschaffung der Wehrpflicht begünstigte diesen neuen Freiraum. Nachdem die Babyboomer noch 18 Monate lang nach der Schulzeit zur Bundeswehr mussten, wenn sie nicht verweigerten und Zivildienst leisteten, war die Anzahl der erforderlichen Monate rückläufig (vgl. Fintz, 2014, S. 14; Zinnecker, 1982, S. 84), bis die jüngeren Mitglieder der Generation Y gar keinen Wehrdienst mehr leisten mussten.

Die Ablösung von den Eltern erfolgt immer später und vor allem eher fließend. Viele ziehen nur unter der Woche weg und verbringen die Wochenenden noch bei ihren Eltern (vgl. Lüscher & Liegle, 2003, S. 80). Dennoch beginnt die eigene Haushaltsführung früher. Die Postadoleszenz kann auch als Jugend mit eigener Haushaltsführung definiert werden. Es entstanden mit der Zeit immer mehr Haushalte, die aus Singles und Paaren ohne Kinder bestanden. Diese lebten teilweise alleine, teilweise auch in Wohngemeinschaften, welche eine hohe Erlebnisorientierung kennzeichnet und vor allem der Verlängerung der Jugend dient (vgl. Kecskes, 2012, S. 19). Der Trend zur höheren Bildung und damit einhergehend die verlängerte Ausbildung bis zum Alter von ca. 30 Jahren fördern die Verlängerung der Jugend (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 29; Leggewie, 1995, S. 55; Moscardo & Benckendorff, 2010, S. 22; Oertel, 2014, S. 38; Rump & Eilers, 2013, S. 83).

Der Berufseintritt kann innerhalb einer breiten Altersspanne erfolgen. Während einige Jugendliche bereits mit 15 Jahren eine Lehre beginnen, ist für Akademiker 35 Jahre kein ungewöhnliches Alter für den ersten Schritt ins Berufsleben (vgl. Oertel, 2007, S. 193). Dadurch werden Meilensteine wie die Eheschließung und die Familiengründung automatisch nach hinten verschoben (vgl. Jayson, 2012; Oertel, 2014, S. 38). Das hat weitere Auswirkungen. So wird man vermutlich weniger Kinder bekommen, wenn man später mit der Familienplanung beginnt und ist eine ältere Mutter bzw. ein älterer Vater. Dies wiederum hat Auswirkungen auf die Erziehung (vgl. Riley et al., 1988, S. 278).

Die Jugendlichen 1990 erreichten im Vergleich zur Jugend 1950 drei bis vier Jahre später ihren Schulabschluss und drei Jahre später den Abschluss einer Berufsausbildung. Gleichzeitig zogen sie ein Jahr früher aus dem Elternhaus aus und heirateten

fünf Jahre später (vgl. Grunert & Krüger, 2011, S. 229). Man kann von einem Strukturwandel (vgl. Lauterbach, 2007, S. 163) oder von einer Entstrukturierung und Individualisierung der Jugendphase sprechen. Die Wahlmöglichkeiten haben durch die Pluralisierung der Lebensentwürfe deutlich zugenommen, was viele Vorteile aber auch Probleme mit sich bringt (vgl. Grunert & Krüger, 2011, S. 231–232; Lauterbach, 2007, S. 163).

Die Pluralisierung und Individualisierung äußern sich z. B. darin, dass heute vermehrt Partnerschaften eingegangen werden, ohne dass eine Ehe geschlossen wird. Dabei ist zu vermuten, dass es sich hierbei nicht um eine, sondern häufiger um mehrere Partnerschaften nacheinander handelt. Wie lange diese dauern und wie viele in dieser Lebensphase eingegangen werden, wird statistisch nicht erfasst (vgl. Lauterbach, 2007, S. 162).

Die verlängerte Ausbildung und Verschiebung der Familiengründung sollte auch für einen Anstieg frei verfügbarer Zeit in der Jugend und Postadoleszenz sorgen. Die Generation X und die Generation Y berichteten von einer großen Zufriedenheit mit ihrer Freizeit in den frühen 20ern, die dann in etwa mit dem Berufseinstieg abnimmt (vgl. Pfeil, 2017, S. 187). Freizeit ist eine wesentliche Voraussetzung, um zu reisen, sodass diese Entwicklung für die Tourismuskonsumnachfrage förderlich sein sollte.

2.3.3.3 Mittlere Lebensphase

Die mittlere Lebensphase ist klassischerweise sehr durch das Familienleben geprägt. Man geht für gewöhnlich eine feste Partnerschaft ein, heiratet und gründet eine Familie. Danach begleitet man die Kinder bis zum Auszug aus dem Elternhaus (vgl. Lüscher & Liegle, 2003, S. 80). Mit der Gründung einer Familie ist häufig auch die Festlegung auf einen Wohnort und der Kauf eines Eigenheims verbunden. In dieser Lebensphase steigt rapide die Übernahme von Verantwortung. Viele finanzielle Belastungen sorgen dafür, dass man im Job verstärkt auf das Einkommen achten muss (vgl. Rump & Eilers, 2013, S. 74–75). Die Lebensphase mit jungen Kindern ist von einem starken Einbruch liquider Mittel und gleichzeitig von hohen privaten Schulden gekennzeichnet. Es muss viel investiert werden, während das Einkommen häufig zurückgeht (vgl. Wells & Gubar, 1966, S. 356). Hier spricht man auch von der „Rush Hour“ des Lebens (vgl.

Rump & Eilers, 2013, S. 74–75). Zu heiraten und Kinder zu bekommen, ist jedoch keine Selbstverständlichkeit mehr. Hochzeiten und Kinder nehmen in ihrer Häufigkeit ab oder werden zumindest zeitlich nach hinten verschoben (vgl. Hill & Kopp, 1997, S. 27; Oertel, 2007, S. 229; Pötzsch, 2012, S. 31). Das bedeutet nicht, dass man nicht alternativ auch unverheiratet in einer Partnerschaft leben kann. Vielmehr spricht der Rückgang der Eheschließungen für eine Pluralisierung der Bindungsformen (vgl. Hill & Kopp, 1997, S. 28).

Die Belastungen und Anforderungen an eine Generation nehmen in der Lebensphase deutlich zu. Die Arbeit sorgt in der mittleren Lebensphase tendenziell für eine Verstärkung der Belastung, da Karrieren hier ihren Höhepunkt erreichen und einen entsprechenden Einsatz fordern (vgl. Rump & Eilers, 2013, S. 239). Genau dieser Zeitpunkt fällt mit der Familienphase zusammen, sodass eine Doppelbelastung von Beruf und Familie entsteht (vgl. Rump & Eilers, 2013, S. 239). Auf der einen Seite ist die Phase von meistens guter Gesundheit gekennzeichnet. Auf der anderen Seite steht man vielen Verpflichtungen gegenüber, die in unterschiedlichen Lebensbereichen auftreten. Im Kontext von Generationen wird schon seit den 1970ern von einer „Sandwich-Generation“ gesprochen (vgl. Höpflinger, 1999, S. 35; Lüscher & Liegle, 2003, S. 79; Mummert, 2004; Rump & Eilers, 2013, S. 75). Hiermit sind Personen gemeint, die sich gleichzeitig um ihren Nachwuchs und auch ihre pflegebedürftigen Eltern kümmern müssen (vgl. Höpflinger, 1999, S. 35; Lüscher & Liegle, 2003, S. 80; Oertel, 2007, S. 229; Rump & Eilers, 2013, S. 75). In der mittleren Lebensphase müssen im hohen Maße Leistungen für andere erbracht werden. Hiermit geht häufig eine seelische Belastung einher (vgl. Rump & Eilers, 2013, S. 75), insbesondere durch die Betreuung der Eltern. In jedem Fall bewirkt die Pflege eine zeitliche und räumliche Einschränkung in der mittleren Lebensphase (vgl. Oertel, 2007, S. 184). Es muss jedoch angemerkt werden, dass der Anteil von Personen, der aktiv Kinder und Eltern versorgen muss und gleichzeitig berufstätig ist, gering ist (vgl. Rump & Eilers, 2013, S. 75). Betrachtet man den Anteil an Frauen, die sowohl ein Kind im Haushalt als auch einen pflegebedürftigen Elternteil haben, zeigt sich, dass diese Situation nur auf 7% der 40- bis 44-Jährigen zutrifft. Für die Altersklasse 45 bis 49 Jahre liegt der Anteil etwas über 6% (vgl. Höpflinger, 1999, S. 38–39). Dass der Anteil so gering ausfällt, liegt daran, dass Großeltern häufig lange behinderungsfrei leben. Die Pflegebedürftigkeit setzt häufig erst ein, wenn die Kinder das Elternhaus schon verlassen haben. Die Ergebnisse

beziehen sich auf die Schweiz, können aber auch für andere europäische Länder herangezogen werden (vgl. Höpflinger, 1999, S. 39). Auch wenn die Situation der „Sandwich-Generation“ nur auf einen kleinen Teil der Generation im mittleren Alter zutrifft, wird die Bezeichnung häufiger verwendet.

Im mittleren Alter kommt das Gefühl auf, dass man die Kontrolle über sein eigenes Leben hat und stark in die Umwelt integriert ist, sei es in die Nachbarschaft oder ins eigene Land. Man kann mit einer komplexen gesellschaftlichen Umwelt umgehen und spielt eine größere und aktivere Rolle in eben dieser (vgl. Cleaver & Muller, 2002, S. 184). Man fühlt sich reifer mit einem klareren Blick auf die Welt, was einem eine gewisse Beruhigung verschafft (vgl. Cleaver & Muller, 2002, S. 184–185). Damit geht auch einher, dass man ein geschärftes Selbstbild hat. Man weiß besser, was einen glücklich oder traurig macht. Ein weiteres Merkmal in diesem Zusammenhang ist die Evaluation des bisherigen Lebens. Individuen beginnen das bisher Erreichte zu bewerten und schauen, welche Ziele noch offen sind (vgl. Cleaver & Muller, 2002, S. 185). Das Streben nach Selbsterfüllung rückt in den Fokus. Man will dem Leben einen Sinn geben (vgl. Cleaver & Muller, 2002, S. 186). Im Fall von Familien steigt die Zufriedenheit mit dem Lebensstandard und dem gesparten Geld wieder an, wenn die Kinder älter werden, bis die Zufriedenheit nach dem Auszug der Kinder ihren Höhepunkt erreicht (vgl. Wells & Gubar, 1966, S. 356).

Durch die längere Lebenszeit ist es selbstverständlich geworden, dass man auch in späteren Lebensphasen sowohl privat als auch im Beruf noch einen Neuanfang wagen kann. Hier wird teilweise von einer weiteren Lebensphase gesprochen, die der Neuorientierung im etwas fortgeschrittenen Alter Rechnung trägt. Der „zweite Aufbruch“ kennzeichnet eine Lebensphase, in der Fitness- und Gesundheitspotenziale aktiv genutzt werden und auch Scheidungen und neue Partner den Beginn einer neuen Lebensphase markieren (vgl. Rump & Eilers, 2013, S. 83).

2.3.3.4 Alter

Das Bild vom Alter hat sich grundlegend verändert. Der Prozess des Alterns ist vor allem durch Stereotypisierung und Diversität gekennzeichnet. Menschen altern unterschiedlich schnell und werden teilweise mit zunehmendem Alter nicht ähnlicher, sondern heterogener (vgl. Cornman & Kingson, 1996, S. 21). Lange Zeit wurde mit dem Alter noch die Erfahrung von Defiziten verbunden (vgl. Bruch et al., 2010, S. 58) (vgl. Lüscher & Liegle, 2003, S. 72). Geminderte Leistungsfähigkeit, Gebrechlichkeit, Rückzug und Abhängigkeit waren gängige Assoziationen. Mittlerweile gewinnt die Vorstellung an Bedeutung, dass das Alter auch viele Chancen und durchaus auch noch Möglichkeiten zur Persönlichkeitsentfaltung bietet (vgl. Lüscher & Liegle, 2003, S. 72). Ein fortgeschrittenes chronologisches Alter oder der Eintritt in die Pensionierung sagen noch nicht direkt etwas darüber aus, ob man erste Defizite aufweist. Man kann teilweise noch sehr produktiv arbeiten und leistungsfähig sein (vgl. Bruch et al., 2010, S. 58), auch wenn die körperliche Leistungsfähigkeit mit dem Alter verknüpft und mit zunehmendem Alter rückläufig ist (vgl. Oertel, 2007, S. 116; Rump & Eilers, 2013, S. 221). Es erfolgte ein Wandel der Sichtweise, von einer defizitären zu einer eigenständigen und vor allem eigenwertigen Lebensphase (vgl. Lüscher, 2010, S. 39). Die Langlebigkeit heutiger Senioren hat dazu geführt, dass sich die Ruhestandsphase wesentlich verlängert hat (vgl. Oertel, 2007, S. 140).

Die Leistungsfähigkeit bei zunehmendem Alter muss differenzierter betrachtet werden, da sie sich nicht nur auf physische Merkmale bezieht. So gibt es Bereiche mit schlechterer, unveränderter und sogar verbesserter Leistungsfähigkeit. Schlechter werden vor allem körperliche Leistungen, wie die Muskelkraft und das Seh- und Hörvermögen, aber auch das Kurzzeitgedächtnis, das Reaktionsvermögen, die Lernfähigkeit und das Adaptionvermögen nehmen ab. Im Wesentlichen unverändert bleiben beispielsweise das Langzeitgedächtnis, die Aufmerksamkeit, die Kommunikationsfähigkeit, die Intelligenz und die Entscheidungsfähigkeit. Demgegenüber stehen viele Merkmale, die sogar von Verbesserungen der Leistungsfähigkeit gekennzeichnet sind. Hierzu zählen z. B. das Qualitätsbewusstsein, die Sorgfalt, die Erfahrung, das Urteilsvermögen, die Zuverlässigkeit, die Ausgeglichenheit, das Verantwortungsbewusstsein und das Allgemeinwissen (vgl. Rump & Eilers, 2013, S. 243).

Die Überlegung, ab wann man als alt betrachtet wird, ist immer eine Frage der Perspektive. Während ein Mann für gewöhnlich mit 30 Jahren als jung angesehen wird, wird ein Fußballer schon mit 30 Jahren als alt eingestuft (vgl. Bruch et al., 2010, S. 54). Die Jugend ist der Auffassung, man ist alt, sobald man in Rente geht (39%) oder altersgebrechlich ist (27%). Auch die Großelternschaft (17%), graue Haare und Falten (14%) sind ein Indiz für das Alter (vgl. Schneekloth, 2006a, S. 148).

Auch das Alter hat, wie schon die Kindheit, einen Bedeutungszuwachs erfahren und wurde instrumentalisiert. Die Einführung von Ruhestandsregelungen und einer kollektiven Alterssicherung sind wesentliche Bestandteile dieser Instrumentalisierung (vgl. Lüscher & Liegle, 2003, S. 66).

Zudem hat das Alter in den letzten Jahrzehnten eine starke Verjüngung erfahren (vgl. Höpflinger & Stuckelberger, 1999, S. 61). Sowohl vom persönlichen Empfinden als auch von der tatsächlichen körperlichen Konstitution her sind Senioren jünger geworden (vgl. Ewinger et al., 2016, S. 21). Das Alter wird positiv als Zeit mit vielen neuen Möglichkeiten wahrgenommen (vgl. Ewinger et al., 2016, S. 22). Heutige Senioren haben „alt sein“ neu definiert, indem sie noch immer gesund und produktiv sind (vgl. Dychtwald, 2003, S. 8). Viele gehen mittlerweile Tätigkeiten nach, die früher der Jugend vorbehalten waren. So ist es heute selbstverständlich auch im hohen Alter zu reisen, sportlich aktiv zu sein, sich weiterzubilden, sich jugendlich zu kleiden oder sich neu zu verlieben. Es ist weniger das Alter als Lebensphase akzeptiert als vielmehr das jugendliche Verhalten mitgenommen worden (vgl. Höpflinger & Stuckelberger, 1999, S. 61). Durch die gestiegene Gesundheitsorientierung der Senioren ist es ihnen zum einen möglich, auch im hohen Alter noch vergleichsweise gesund und aktiv zu sein und zum anderen interessieren sie sich dadurch mehr für Aktivitäten in den Bereichen Fitness (vgl. Patterson & Pegg, 2009, S. 266–267) und Reisen (vgl. Nedelea, 2008, S. 64). Durch die gewonnene Freizeit nach der Pensionierung ergeben sich viele Möglichkeiten. Im Alter steigt die Zufriedenheit in Bezug auf die Freizeit an, nachdem die beruflichen Verpflichtungen nachgelassen haben (vgl. Pfeil, 2017, S. 187). Sowohl durch die Freizeit als auch durch den Rückgang gesundheitlicher Probleme steigt die Wahrscheinlichkeit zu reisen (vgl. Shoemaker, 2000, S. 14; Zimmer, Brayley & Searle, 1995, S. 6).

Die gewonnene Gesundheit und Freizeit wird vielfach auch für eine berufliche Tätigkeit oder freiwilliges Engagement genutzt. Senioren sind in verschiedenen Bereichen aktiv. Der Anteil, der auch nach dem Alter von 65 Jahren noch erwerbstätig ist, ist stark angestiegen. Die Möglichkeiten des Alters werden auch hier positiv wahrgenommen. Von einem Ausruhen am Lebensabend kann vielfach nicht die Rede sein (vgl. Ewinger et al., 2016, S. 11).

Ein letztes wichtiges Merkmal der Lebensphase ist die veränderte Demographie und Sozioökonomie. Da Frauen länger leben als Männer und auch weitere Faktoren, wie die Bildung und das Einkommen, einen Einfluss auf die Lebensdauer haben, ändern sich mit zunehmendem Alter die Zusammensetzung bzw. die demographischen und sozioökonomischen Merkmale der Altersklassen. Diese Veränderungen müssen bei Analysen, die den Alterseffekt betrachten, ebenfalls berücksichtigt werden (Höpflinger & Stuckelberger, 1999, S. 21–22). Da beispielsweise die Bildung und das Einkommen einen Einfluss darauf haben, ob man verreist, spielt der höhere Anteil gebildeter und wohlhabender Menschen in den hohen Altersklassen der Senioren auch eine Rolle für die Reiseintensität (vgl. Zimmer et al., 1995, S. 6).

Die charakteristischen Merkmale einer Lebensphase, wie die abnehmende körperliche Leistungsfähigkeit im Alter, tragen zur Erklärung von Alterseffekten bei der Kohortenanalyse bei. Die eingetretenen Veränderungen in den einzelnen Phasen, wie die Verjüngung der Senioren, sind bedeutend für die Erklärung der Kohorten- bzw. Generationeneffekte. Für die weitere Analyse ist jedoch eine genauere Betrachtung der Generationen nötig.

3. Präsentation der Generationen

Im Folgenden werden nach den Erläuterungen zur Einteilung die vier Generationen umfassend vorgestellt. Zunächst werden die Einflüsse in der formativen Phase wie die Erziehung, die Bildung, die Wirtschaft und die Gesellschaft vorgestellt, welche für die Prägung der Generationen verantwortlich waren. Im zweiten Teil wird eine Charakterisierung der Generationen vorgenommen, bei der Eigenschaften, Einstellungen und Verhaltensweisen betrachtet werden. Diese Merkmale können als Resultat der vorherigen Einflüsse angesehen werden. Um Redundanzen zu vermeiden, wird beispielsweise der Anstieg des Bildungsniveaus, vor allem im Kapitel „Bildung“ und die Abwendung von autoritären Strukturen im Kapitel „Familie & Erziehung“ thematisiert, aber nicht im Kapitel „Wirtschaft und Gesellschaft“.

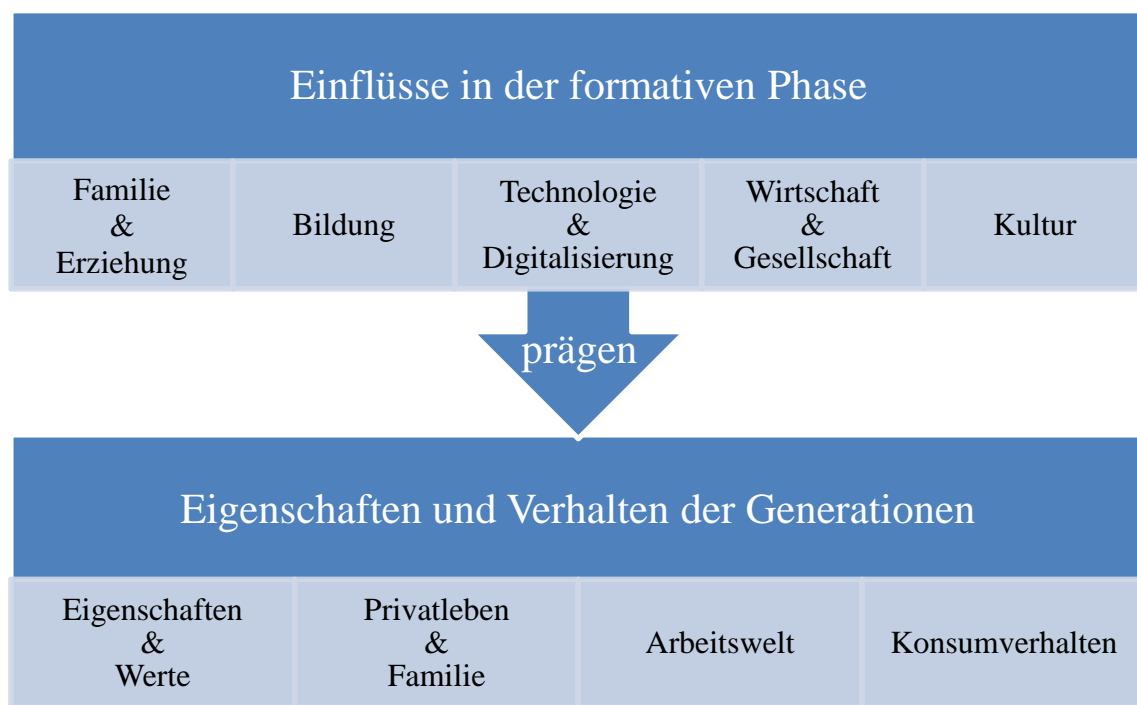


Abb. 3: Kapitelübersicht (eigene Darstellung).

3.1 Einteilung

Ein Problem der Generationenanalyse, das in vorherigen Kapiteln bereits mehrfach angesprochen wurde, ist das Problem der Einteilung. In Deutschland gibt es keinen Konsens darüber, welche Jahre die genauen Grenzen der Generationen bilden. Daher wird im Folgenden ein Überblick über die derzeitige Situation gegeben und die hier vorgenommene Einteilung erläutert.

Möchte man zunächst die Generationen der letzten 50 Jahre identifizieren, stellt man fest, dass der Generationenbegriff teilweise inflationär verwendet worden ist (vgl. Lange & Lettke, 2007, S. 25). Man findet die Generation Praktikum, die Digital Natives, die Generation C64, die Millennials, die Generation Facebook, die Generation Ecstasy und natürlich die Generation X, Y und Z (vgl. Maack, 2012). Ebenfalls werden die „Generation Golf“ (Illies, 2000) und immer wieder die 68er genannt.

Bei genauerer Betrachtung fällt jedoch auf, dass viele Namen für dieselbe Generation verwendet werden und fast immer nur von vier neuen Generationen zwischen dem Zweiten Weltkrieg und dem Millennium gesprochen wird. In dieser Arbeit werden sie als 68er, Babyboomer, Generation X und Generation Y bzw. Millennials bezeichnet. Auf die zahlreichen alternativen Namen der Generationen wird in den jeweiligen Unterkapiteln zum Teil noch genauer eingegangen.

Ein weiteres Problem bezieht sich auf die Zuordnung der Geburtsjahre zu den einzelnen Generationen, welche zwischen den verschiedenen Autoren stark variiert. Bis heute hat sich zwar in Deutschland noch keine einheitliche Einteilung herausgebildet (vgl. Bruch et al., 2010, S. 94), dennoch gibt es immer einige Jahrgänge, bei denen die Zuordnung unstrittig ist. So ist beispielsweise eine Person, die 1960 geboren wurde, eindeutig ein Babyboomer, jemand, der 1970 zur Welt kam, ein Mitglied der Generation X und eine Person, die 1985 geboren wurde, ein Millennial. Es fällt zudem auf, dass die einzelnen Intervalle etablierter werden, je länger die Geburtsjahre zurückliegen (vgl. Taylor & Gao, 2014). So gibt es mittlerweile einen Konsens in der englischsprachigen Literatur darüber, dass die Babyboomer den Jahrgängen 1946 bis 1964 zugeordnet werden können. Hierin sind sich zahlreiche Autoren einig (vgl. Bakewell & Mitchell, 2003, S. 99; Chen & Shoemaker, 2014, S. 58; Crampton & Hodge, 2009, S. 1;

Dychtwald, 2003, S. 6; Gardiner et al., 2012, S. 310; Gardiner et al., 2015, S. 338; Gardiner, Grace & King, 2014, S. 706; Huang & Petrick, 2010, S. 28; Kotler & Keller, 2012, S. 220; Lehto, Jang, Achana & O'Leary, 2008, S. 238; Li, Li & Hudson, 2013, S. 148; McCrindle & Hooper, 2007, S. 6; Patterson & Pegg, 2009, S. 255; Reisenwitz & Iyer, 2009, S. 92; Schewe et al., 2000, S. 51; Schewe & Noble, 2000, S. 135; Strauss & Howe, 1991, S. 85). Diese Zeitspanne ist die einzige, die sich bisher international etabliert hat.

Die Unterschiede zwischen einzelnen Ländern stellen ein weiteres Problem dar. Verschiedene Länder haben verschiedene prägende Ereignisse (vgl. Schewe & Noble, 2000, S. 139–140). Man kann nicht die Geburtsjahre einer Generation in einem Land auf ein anderes Land übertragen (vgl. Oertel, 2007, S. 98–99), auch wenn aufgrund der Globalisierung die Ähnlichkeiten zwischen Gleichaltrigen in verschiedenen Ländern immer größer werden (vgl. Oertel, 2007, S. 99). Der Babyboom setzte beispielsweise in Deutschland viel später ein als in den USA. Ein Grund hierfür ist, dass der Wirtschaftsboom dort direkt nach dem Krieg begann, während Westdeutschland erst Anfang der 1950er Jahre das Wirtschaftswunder erlebte (vgl. Bruch et al., 2010, S. 94–95). Das Land musste zunächst wiederaufgebaut werden. Aufgrund des Kriegs beginnen in Europa die meisten Generationen etwas später als in Amerika (Howe & Strauss, 2000, S. 292–293). Konkret begann der Babyboom, dem die Generation ihren Namen zu verdanken hat, in Deutschland ca. zehn Jahre später als in den USA (vgl. Klaffke, 2014a, S. 10–11) und endete nach dem Höhepunkt des Booms im Jahr 1964, mit dem sogenannten Pillenknick in 1965 (vgl. Bruch et al., 2010, S. 102). So lassen sich in Deutschland die Geburtsjahrgänge 1955 bis 1965 dieser Generation zuordnen (vgl. Bruch et al., 2010, S. 45; Klaffke, 2014a, S. 10–11; Klaffke & Parment, 2011, S. 5; Oertel, 2007, S. 166).

Während die 68er in Amerika den Babyboomern zugeordnet werden, können diese in Deutschland als eigenständige Generation betrachtet werden. In Deutschland gestaltet sich hier die Zuordnung zu konkreten Geburtsjahren deutlich schwerer als bei den anderen Generationen, da hier verschiedene Einteilungen vorgenommen wurden. Mehrere Autoren sprechen nicht von den 68ern, sondern bezeichnen die Generation, die im Jahrzehnt vor den Babyboomern geboren wurde, als Wirtschaftswundergeneration (1946–1955) (vgl. Bruch et al., 2010, S. 97; Fintz, 2014, S. 9) oder Konsumkinder

(1945–1955) (vgl. Oertel, 2007, S. 166) und wiederum die 1935–1945 Geborenen als Nachkriegsgeneration (vgl. Bruch et al., 2010, S. 97) oder Kriegskinder (vgl. Oertel, 2007, S. 166). Häufig wird eher der Einfluss des Kriegs in den Vordergrund gestellt, so auch bei Preuss-Lausitz et al., die Kriegskinder den Geburtsjahrgängen 1939 bis 1945 zuordnen (vgl. Preuss-Lausitz et al., 1995, S. 13). Hurrelmann und Albrecht sprechen hingegen schon von der 68er-Generation, die zwischen 1940 und 1955, also unmittelbar vor den Babyboomern, geboren wurde (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 17). Busche sieht die äußeren Grenzen in den Jahren 1942 und 1949, da ältere Menschen noch vorrangig vom Krieg geprägt wurden und wiederum jüngere die 1950er Jahre mit dem Wirtschaftswunder und den spezifischen Bedingungen für das Familienleben, die gesellschaftliche Umgebung, die Erziehung, die Unterhaltung und Freundschaften nicht mehr bewusst erlebt haben (vgl. Busche, 2007, S. 31–32). Ganz wesentlich ist auch das individuelle Alter zur Zeit der Studentenbewegung. So musste man sich im Jahr 1968 in etwa im Studierendentalter befinden, um von den Ereignissen geprägt worden zu sein. Werden als Studierendentalter 19 bis 29 Jahre als möglichst breite Spanne angesetzt, sind die Geburtenjahrgänge 1939 (vgl. Preuss-Lausitz et al., 1995, S. 13) bis 1949 (vgl. Busche, 2007, S. 31–32; Szydlík, 1997, S. 193) der 68er-Generation zuzuordnen.

Die Generation X wird im englischsprachigen Raum überwiegend den Jahrgängen 1965 bis 1976 zugeordnet (vgl. Bakewell & Mitchell, 2003, S. 99; Gardiner et al., 2012, S. 310; Gardiner et al., 2014, S. 706; Gardiner et al., 2015, S. 338; Hobart & Sendek, 2014, S. 12; Huang & Petrick, 2010, S. 28; Reisenwitz & Iyer, 2009, S. 92). Die meisten Autoren weichen nur ein bis zwei Jahre von den genannten Grenzen ab (vgl. Kotler & Keller, 2012, S. 220; McDonald, 2015, S. 92; Schewe et al., 2000, S. 52; Schewe & Noble, 2000, S. 135; Singer & Prideaux, 2006, S. 337). In Deutschland bekommt die Generation nahezu dieselben Jahrgänge zugeteilt (vgl. Fintz, 2014, S. 9; Illies, 2000, S. 18–20; Klein, 2003, S. 99; Oertel, 2007, S. 166), wobei das Ende eher bei 1980 gesehen wird (vgl. Bruch et al., 2010, S. 95; Klaffke, 2014a, S. 12).

Über die Grenzen der Generation Y wird noch am meisten diskutiert (vgl. Leask et al., 2014, S. 463). Während der Beginn mit dem Jahr 1977 in der englischsprachigen Literatur noch recht konsensfähig ist (vgl. Bakewell & Mitchell, 2003, S. 99; Gardiner et al., 2012, S. 310; Gardiner et al., 2014, S. 706; Gardiner et al., 2015, S. 338; Glover, 2010, S. 155; Hobart & Sendek, 2014, S. 12; Huang & Petrick, 2010, S. 28; Reisenwitz

& Iyer, 2009, S. 92; Singer & Prideaux, 2006, S. 337; Valentine & Powers, 2013, S. 597), variiert das Ende sehr zwischen 1988 (vgl. Reisenwitz & Iyer, 2009, S. 92) und 2002 (vgl. Howe & Strauss, 2000, S. 41; Pendergast, 2010, S. 2). Häufig liegt es dazwischen, im Jahr 1994 (vgl. Bakewell & Mitchell, 2003, S. 99; Gardiner et al., 2012, S. 310; Gardiner et al., 2014, S. 706; Gardiner et al., 2015, S. 338; Huang & Petrick, 2010, S. 28; Kotler & Keller, 2012, S. 220; McCrindle & Hooper, 2007, S. 6). Für Deutschland lässt sich die Spanne wieder etwas nach hinten verschieben, sodass 1981 als Beginn (vgl. Bruch et al., 2010, S. 95; Klaffke, 2014a, S. 12) und 1995 als Ende passend erscheinen (vgl. Bund, 2014, S. 35; Klaffke, 2014a, S. 12). Damit ergeben sich für diese Arbeit folgende Intervalle:

68er	1939 – 1949
Babyboomer	1955 – 1965
Generation X	1966 – 1980
Generation Y	1981 – 1995

Ein interessanter Vorschlag von Pennington-Gray et al. ist, Kohorten nach Entwicklungen im Tourismus einzuteilen. So könnte es z. B. eine Airline-Generation, eine Auto-Generation (vgl. Pennington-Gray et al., 2003, S. 359) oder eine Airbnb-Generation geben. Dieser Idee wird jedoch nicht weiter nachgegangen.

3.2 Einflüsse in der formativen Phase

Die Generationentheorie geht davon aus, dass Rahmenbedingungen und Ereignisse in der formativen Phase, im Alter um die 20 Jahre, einen besonderen Einfluss darauf haben, wie man sich später verhält und welche Einstellung man zu bestimmten Themen hat. Es prägen z. B. Ereignisse zu der Zeit, in der man finanziell unabhängig wird, die Einstellung zur Arbeit, zu Geld und zum Sparverhalten. Soziologische Ereignisse zu der Zeit, in der man sexuell aktiv wird, prägen die Einstellung zu Toleranz, zu Geschlechterrollen und zum Sexualverhalten. Viele dieser Werte bleiben ein Leben lang erhalten (vgl. Foley, 1999). Gardiner et al. identifizierten sogar schon formative Einflüsse auf das Reiseentscheidungsverhalten. So beeinflussen auf der Mikroebene die Freunde, die Familie und die Religion und auf der Makroebene die sozioökonomischen

Bedingungen, die Bildungschancen, die Arbeitschancen, die Wirtschaft und die gesellschaftlichen Werte die spätere Einstellung zum Reisen (vgl. Gardiner et al., 2012, S. 314–315). Im Folgenden werden daher die entsprechenden Einflüsse für jede Generation genauer betrachtet, um diese anschließend für die Interpretation der Ergebnisse heranziehen zu können.

3.2.1 Familie & Erziehung

Die wichtigste Sozialisationsinstanz ist die Familie (vgl. Ryder, 1965, S. 852). Viele Einstellungen werden durch die Familie geprägt (vgl. Langness, Leven & Hurrelmann, 2006, S. 50). Auch Howe und Strauss stellten heraus, dass die Erziehung eine große Rolle bei der Prägung einer Generationen spielt (vgl. Strauss & Howe, 1991, S. 101) und dass jeder ihrer vier Generationentypen eine bestimmte Form der Erziehung genossen hat. So waren die Eltern beim einen z. B. eher streng und beim anderen eher entspannt (vgl. Strauss & Howe, 1991, S. 100). Schon Freud und Erikson zeigten im Rahmen der Psychoanalyse, welche Bedeutung die Prägung in der frühen Kindheit für die spätere Entwicklung hat.

Im Folgenden wird ein Einblick in die teilweise sehr unterschiedlichen Erziehungsstile gegeben, mit denen die Generationen aufgewachsen sind. Viele Trends in der Erziehung verzeichnen eine kontinuierliche Zu- oder Abnahme. So wurde beispielsweise der Einsatz von Gewalt sukzessive weniger, während zunehmend mehr über Regelverstöße gesprochen wurde (vgl. Haumann, 2010, S. 98). Auf diese Fälle wird vor allem bei den 68ern und der Generation Y, die die älteste und jüngste Generation darstellen, eingegangen, sodass diese Kapitel etwas umfangreicher ausfallen.

68er

Die Kindheit der 68er war zunächst durch einen regen Wandel unmittelbar nach dem Krieg und in den 1950er Jahren geprägt. Viele Erinnerungen an den Krieg haben die 68er zwar nicht mehr (vgl. Schütze & Geulen, 1995, S. 32), aber der Wiederaufbau war allgegenwärtig (vgl. Oertel, 2007, S. 157). Die Städte waren teils zerstört und die verbliebenen Häuser besetzt. Die Wohnverhältnisse waren entsprechend eng (vgl. Busche, 2007, S. 58; Schütze & Geulen, 1995, S. 35). Es gab kaum separate

Kinderzimmer, Zeit für die Betreuung der Kinder und wenig Spielzeug (vgl. Preuss-Lausitz et al., 1995, S. 21; Zeiher, 1995, S. 177). Spielzeug wurde größtenteils selbst gebaut (vgl. Rolff, 1995, S. 153; Schütze & Geulen, 1995, S. 35). Da es kaum Räume für Kinder gab und die Wohnungen überfüllt waren, konnte man drinnen selten spielen und keine Freunde mitbringen. Man spielte daher vorwiegend draußen (vgl. Zeiher, 1995, S. 177). Anfangs genossen die Kinder große Autonomie und Selbstständigkeit, da sie unbeaufsichtigt draußen, zum Teil in den Trümmern, spielen konnten, wobei häufig altersheterogene „Banden“ gebildet wurden. Man entzog sich gezielt der elterlichen Kontrolle. Schon früh mussten Kinder aber auch bei den Aufbauarbeiten und der Beschaffung des Lebensunterhalts helfen. Hierunter zählten teilweise halblegitime Aktivitäten, wie Kohlen und Kartoffeln sammeln und der Schwarzmarkthandel, in den die Kinder involviert wurden. Spielen und Arbeiten ließen sich nicht klar voneinander trennen (vgl. Fischer-Kowalski, 1995, S. 61; Kulke, 1995, S. 73; Oertel, 2007, S. 152; Preuss-Lausitz et al., 1995, S. 21; Schütze & Geulen, 1995, S. 33–34). Im Zusammenhang mit den Freiräumen, die den Kindern die Möglichkeit boten, die soziale und materielle Welt nach eigenen Phantasien zu strukturieren und Widerstand gegen Kontrollabsichten zu üben, wird auch von einem „Kontroll-Loch“ gesprochen (vgl. Seidl, 1995, S. 127). Die starke Einbeziehung der Kinder in die Daseinsvorsorge führte neben einem Druckgefühl auch zu dem Gefühl von sozialer Eigenwertigkeit und ermöglichte das Ausbilden einer starken Identität (vgl. Kulke, 1995, S. 73).

Der Fokus der Gesellschaft war noch nicht auf die Kontrolle und Erziehung der Kinder gerichtet (vgl. Oertel, 2007, S. 152), da die Erwachsenen keine Zeit dazu hatten (vgl. Fischer-Kowalski, 1995, S. 61; Preuss-Lausitz et al., 1995, S. 21). Aufgrund des geringen Einkommens musste in Bezug auf Kleidung und Essen viel zu Hause geleistet werden (vgl. Busche, 2007, S. 59). Besondere Maßnahmen für Kinder wurden nur ergriffen, wo es absolut erforderlich war. Es lässt sich sagen, dass „sich die bundesrepublikanische Gesellschaft in den fünfziger Jahren weder materiell noch pädagogisch besonders mit Kindern und Jugendlichen befaßte“ (Preuss-Lausitz et al., 1995, S. 22). Damit, dass Kinder in der Lage waren, sich der sozialen Kontrolle zu entziehen und schon früh autonom handelten, kann ein Teil der rebellischen Energie dieser Generation erklärt werden (vgl. Kulke, 1995, S. 73).

Die ersten Lebensjahre verbrachte man meistens nur mit der Mutter und seinen Geschwistern (vgl. Schütze & Geulen, 1995, S. 30). Da viele Männer gefallen oder in Kriegsgefangenschaft waren, übernahmen die Frauen, auch Trümmerfrauen genannt, die Verantwortung für die Versorgung der Familie (vgl. Oertel, 2007, S. 157). Sie hatten ein großes Arbeitspensum zu bewältigen (vgl. Schütze & Geulen, 1995, S. 31). Häufig entwickelte sich zwischen den Kindern und den Müttern eine partnerschaftliche Beziehung, wobei die Kinder die Väter ersetzen sollten (vgl. Rosenthal, 1997, S. 69). Sie hatten die Aufgabe den Müttern seelischen Beistand zu leisten und Zuversicht in der Not zu geben (vgl. Bude, 1995, S. 33). Damit waren sie nicht selten überfordert (vgl. Rosenthal, 1997, S. 69).

Mit der Rückkehr der Väter veränderten sich die Rollen und es entstand die patriarchalische Kleinfamilie mit einer traditionellen Rollenverteilung (vgl. Preuss-Lausitz et al., 1995, S. 21). Für die Kinder war der Vater anfangs ein Fremder, der plötzlich in das Leben eintrat (vgl. Schütze & Geulen, 1995, S. 31) und die Freiheit, die man hatte, reduzierte (vgl. Fischer-Kowalski, 1995, S. 62). Das Familienleben wurde durch autoritäre Erziehung und Sonntagsspaziergänge geprägt. Auch physische Gewalt, wie die Prügelstrafe, war noch ein Mittel der Erziehung (vgl. Busche, 2007, S. 60–61; Oertel, 2007, S. 152; Schütze & Geulen, 1995, S. 35). Die Versorgungslage und die Wohnbedingungen verbesserten sich zunehmend. Nachdem die Väter wieder zuhause waren, konnten die Mütter die klassische Hausfrauenrolle übernehmen und sich vor allem verstärkt um die Erziehung der Kinder kümmern und diese kontrollieren (vgl. Oertel, 2007, S. 152). Obwohl die Kinder nun älter waren, wurden Regeln und Normen, die für lange Zeit nur theoretisch etabliert waren, plötzlich auch praktisch streng gehandelt (vgl. Schütze & Geulen, 1995, S. 38). Autorität und Strenge galten damals als Voraussetzung für die Vermittlung von Werten und Verhaltensweisen und waren kein Selbstzweck (vgl. Haumann, 2010, S. 90–91).

Die Väter hatten oft Probleme damit, sich wieder in die alten Strukturen der Familie einzufügen und die neugewonnene Selbständigkeit der Frauen anzuerkennen (vgl. Schütze & Geulen, 1995, S. 32). Die etablierte enge Beziehung von Müttern und Kindern wurde gestört, sodass dies nicht selten zu Krisen in der Familie und Ehe führte (vgl. Rosenthal, 1997, S. 69). Die Mutter signalisierte den Kindern, dass der Mann nicht mehr derselbe war wie der, den sie geheiratet hatte (vgl. Bude, 1995, S. 33). Proble-

matisch war an dieser Stelle auch die in Frage gestellte Autorität des Vaters. Selbst wenn die Frau diese nicht untergraben wollte, gab es durch die weggefallene Versorgerrolle des Vaters objektiv keine Basis für einen Autoritätsanspruch in der Familie (vgl. Schütze & Geulen, 1995, S. 32). Den Kindern kam oft die Rolle zu, die Erfahrungsdifferenzen der Eltern zu bestätigen und gleichzeitig diese auch aufzuheben (vgl. Bude, 1995, S. 34).

Empathie gegenüber den Kindern und Hilfe bei den Hausarbeiten waren selten. Die schulische Leistung wurde lediglich mit einem Blick auf die Noten gewürdigt (vgl. Schütze & Geulen, 1995, S. 36). Ein sehr sparsamer Umgang mit Gefühlen und Emotionen war prägend (vgl. Kulke, 1995, S. 73). Das distanzierte Verhalten der Eltern kann einmal mit dem Fehlen einer materiellen Absicherung erklärt werden, die im Vordergrund stand, aber auch damit, dass man sich durch den starken Umbruch der Verhaltensnormen und Wertvorstellungen nach dem Ende des Nationalsozialismus einer Erklärung gegenüber den Kindern entziehen wollte. Es war leichter mit Verboten und Geboten zu arbeiten als mit Erklärungen (vgl. Schütze & Geulen, 1995, S. 36). Auch die sexuelle Aufklärung war ein Tabu-Thema, welches lediglich in der Schule, möglichst biologisch, angesprochen wurde (vgl. Schütze & Geulen, 1995, S. 37).

Ein wesentliches Merkmal der 68er ist, dass die Generation im Vergleich zu anderen Kohorten weniger gut mit ihren Eltern auskam. Dies gilt in erster Linie für die Söhne und ihre Väter (vgl. Szydlík, 1997, S. 193). Der Konflikt zwischen den Söhnen und Vätern beruhte vor allem auf dem Schweigen der Väter zu den Geschehnissen während des Nationalsozialismus. Auch nachdem durch den Schulunterricht das Thema für die Kinder interessant wurde, weigerten sich viele Eltern zu Hause die Fragen der Kinder zu beantworten. Das führte wiederum zu einer größeren Distanz und Spannungen innerhalb der Familie (vgl. Busche, 2007, S. 78; Klimke & Scharloth, 2007, S. 311; Kulke, 1995, S. 73). Man sah die Eltern als Mitschuldige, die sich durch direkte Handlungen oder indirekt durch ihr Wegschauen und Unterlassung schuldig gemacht hatten (vgl. Klimke & Scharloth, 2007, S. 311; Lange & Lettke, 2007, S. 17). Durch das Schweigen zur Vergangenheit zweifelten die 68er an der Glaubwürdigkeit und die Autorität der älteren Generation wurde untergraben, was als Motiv der Studentenbewegung und Rebellion angesehen werden kann (vgl. Kimmel, 1998, S. 164; Kulke, 1995, S. 73; Lange & Lettke, 2007, S. 17; Negt, 1998, S. 289).

Pädagogisch betrachtet gab es in der Erziehung und Struktur der Familie einige Probleme, die langfristig ebenfalls als Erklärung des rebellischen Verhaltens der 68er herangezogen werden können. So sollten Kinder abhängig von ihren Eltern sein und nicht das Abhängigkeitsgefühl der Eltern von ihnen spüren, wie es vielfach der Fall war. Außerdem sollten sie die Eltern als Vorbilder begreifen und das Gefühl haben, dass die Eltern stets das Richtige tun. Auch das war etwas, was sich in vielen Fällen nie einstellte (vgl. Fischer-Kowalski, 1995, S. 61).

Einen starken Einfluss auf die Erziehung hatte auch die Kirche. Beten und das Auswendiglernen von Glaubensbekenntnissen gehörten zur Erziehung dazu. Auch die vermittelten Normen waren religiös geprägt (vgl. Haumann, 2010, S. 42). Die Eltern, die ihr Gewissen nach den Jahren des Nationalsozialismus reinwaschen wollten, gingen in die Kirche, um sich Schuldenfreiheit bescheinigen zu lassen. Als Gegenleistung wollte die Kirche Einfluss auf die Erziehung der Kinder nehmen. So mussten die Kinder jeden Sonntag in die Messe, gezwungenermaßen schlossen sich die Eltern an (vgl. Busche, 2007, S. 59–60).

Insgesamt ist die Kindheit der 68er von vielen Widersprüchen geprägt worden. Zum einen gab es den Bruch zwischen der extremen moralischen und materiellen Enge innerhalb der Familie und der unkontrollierten Freiheit außerhalb der Familie. Zweitens gab es den Zusammenbruch gesellschaftlicher Werte, aber gleichzeitig den Versuch an der deutschen Alltagsnorm festzuhalten. In den 1950ern dominierte die autoritäre Restauration in verschiedenen Bereichen und stand im Widerspruch zu den persönlich geschaffenen Freiräumen. Seinen Ausdruck findet der Widerspruch in der Kindheit konkret in den Lehrern und Eltern, die von Demokratie, Toleranz und Humanität sprachen, aber noch kurze Zeit vorher das NS-Regime mitgetragen hatten (vgl. Preuss-Lausitz et al., 1995, S. 24). Ebenfalls exemplarisch für das ambivalente Verhalten der Eltern ist, dass die Kinder von den Müttern ernst genommen, gebraucht und fast als Erwachsene anerkannt wurden, während sie in der Familie wieder wie ein Kleinkind behandelt wurden, das gehorsam sein musste und ein anständiges Benehmen zu zeigen hatte (vgl. Fischer-Kowalski, 1995, S. 61).

Reisen mit der Familie waren in der Kindheit der 68er untypisch. In jungen Jahren besuchte man höchstens in den Ferien Verwandte auf dem Land (vgl. Schütze

& Geulen, 1995, S. 35). Etwas später waren die 68er jedoch die erste junge deutsche Generation, die in großer Zahl ins Ausland reiste (vgl. Busche, 2007, S. 82).

Insgesamt kann die strenge Erziehung der Generation als generationsbildend eingestuft werden. Sie ist wie ein gemeinsam erlebtes Ereignis, das die Angehörigen der Generation miteinander verbindet und von nachfolgenden Generationen abgrenzt (vgl. Haumann, 2010, S. 86–87).

Babyboomer

Die Babyboomer wuchsen im Vergleich zu den 68ern in einer relativ geordneten Welt, mit relativ stabilen Familienverhältnissen und mit einer guten materiellen Versorgung auf. Die Eltern kümmerten sich zunehmend um ihre Kinder (vgl. Schütze & Geulen, 1995, S. 42). Die Familien entsprachen größtenteils der traditionellen bürgerlichen Kleinfamilie, wobei der Vater tagsüber zur Arbeit ging und das Familienoberhaupt darstellte. Die Mutter kümmerte sich um die Kinder und den Haushalt und fungierte als Moderator bei Konflikten (vgl. Kecskes, 2012, S. 7; Schütze & Geulen, 1995, S. 44). Familienrituale, wie das gemeinsame Essen und die Planung der Wochenenden, spielten eine große Rolle. Dies könnte darauf zurückzuführen sein, dass die Kindheit der Eltern durch die Wirrungen des Kriegs und Unbeständigkeit geprägt war, sodass ihnen ein traditionelles Familienleben fehlte.³ Den Babyboomern fehlte jedoch das Verständnis für diese Rituale (vgl. Schütze & Geulen, 1995, S. 45).

Patriarchalische Familienstrukturen existierten zwar weiterhin, im Vergleich zu den 68ern konnte jedoch eine Liberalisierung in der Erziehung festgestellt werden (vgl. Schütze & Geulen, 1995, S. 42), die zumindest einen Teil der Familien betraf (vgl. Schütze & Geulen, 1995, S. 45). In einigen Familien dominierte noch immer der autoritäre Erziehungsstil. Auch physische Gewalt kam teilweise noch vor, was jedoch von den Babyboomern nun weniger als Erziehungsmaßnahme sondern vielmehr als menschliche Schwäche der Eltern wahrgenommen wurde (vgl. Schütze & Geulen, 1995,

³ Die Eltern der Babyboomer sind etwas älter als die 68er und waren vor allem geprägt vom Krieg und seinen Entbehrungen, wodurch die Jugend häufig als verwöhnt angesehen wird. Die Sicht auf die NS-Zeit ist durchaus kritisch und anklagend, da der Aufstieg des NS-Regimes nicht bewusst miterlebt wurde (vgl. Schütze & Geulen, 1995, S. 43).

S. 46). Die Babyboomer erlebten, wie unnachsichtige Strenge und Prügel langsam aus dem Repertoire der Erziehungsmittel verschwanden. Dafür erlebten die Jüngeren von ihnen verstärkt mündliche Ermahnungen und vernunftbetonte Zurechtweisungen (vgl. Zinnecker, 1982, S. 91). Der Einsatz von Gewalt als Erziehungsmittel ist grundsätzlich illegal geworden. Hierbei sind mit Gewalt nicht nur Misshandlungen und Prügel gemeint, sondern auch Gewalt im Sinne von unhinterfragter Autorität, dem Einsatz von Furcht und der gezielten Verunsicherung der Kinder (vgl. Rabe-Kleberg, 1995, S. 168–169). Kinder wurden zu Rechtssubjekten mit Grundrechten, deren Unversehrtheit staatlich geschützt werden sollte. Kinder standen im Zentrum sozial- und bildungspolitischer Reformen (vgl. Rabe-Kleberg, 1995, S. 169). In den 1960ern wurde der autoritäre Erziehungsstil in Frage gestellt, sodass erstmals kindliche Bedürfnisse, Emanzipation und Kritikfähigkeit als wichtige Teile der Erziehung angesehen wurden (vgl. Preuss-Lausitz et al., 1995, S. 22). Die Liberalisierung in verschiedenen Bereichen des gesellschaftlichen Lebens betraf anfangs vor allem Kinder und Jugendliche (vgl. Preuss-Lausitz et al., 1995, S. 23).

Auch wenn es kaum noch physische Gewalt gab, existierte strukturelle Gewalt. Die Gewaltausübung war nicht mehr persönlich, sondern manifestierte sich über vorgegebene Verfahren und Handlungsabläufe. Wer sich gegen Umgangsnormen und Verhaltensstandards richtete, musste mit Konsequenzen rechnen. Es wurde kein blinder Gehorsam gefordert, wohl aber der Gebrauch von Vernunft. Man musste lernen es anderen Recht zu machen (vgl. Büchner, 1995, S. 202).

Dies ist auch bei einem Blick auf die Schule festzustellen. So wurde jeglicher Druck, den die Babyboomer im Zusammenhang mit der Schule und den Hausaufgaben empfunden hatten, durch die Eltern verursacht, die als disziplinierende Instanz den verlängerten Arm der Schule darstellten (vgl. Schütze & Geulen, 1995, S. 50). Die Kinder sollten es in der Zukunft besser haben als sie selbst und einen Beruf ergreifen, der ihnen Wohlstand ermöglicht (vgl. Fintz, 2014, S. 12). Auf die Schulzeit und Bildung wird später noch detaillierter eingegangen. Während nun die Eltern mehr auf die Bildung ihrer Kinder fokussiert waren, kam weiterhin die Aufklärung über Sexualität zu kurz. Dieses Thema blieb zu Hause tabu (vgl. Schütze & Geulen, 1995, S. 50).

Die räumlichen Freiheiten waren ebenfalls begrenzt, da zunehmend mehr Häuser und Straßen gebaut und Grünanlagen angelegt wurden (vgl. Schütze & Geulen, 1995, S. 47; Zeiher, 1995, S. 180). Das Spielen verlagerte sich vom Freien ins Haus (vgl. Schütze & Geulen, 1995, S. 42) und zunehmend in spezifische Einrichtungen und Räume für Kinder, wie Kindergärten, Horte, Spielplätze und Sportanlagen (vgl. Oertel, 2007, S. 153; Zeiher, 1995, S. 180–181). Kinderzimmer wurden zur Regel, auch wenn nicht jedes Kind ein eigenes Zimmer hatte, so gab es nun immerhin einen abgetrennten Raum für Kinder (vgl. Zeiher, 1995, S. 181). Das Spielen auf der Straße gab es jedoch auch weiterhin (vgl. Schütze & Geulen, 1995, S. 48).

In den Räumen wurden Spielzeuge und Medien immer wichtiger. Comics, Mädchenbücher, Stofftiere, Lego-Bausteine und der Fernseher waren wesentliche Bestandteile der Kindheit. Gerade das Fernsehen gewann in dieser Generation an Bedeutung, wobei es als Statussymbol galt, über das Fernsehprogramm Bescheid zu wissen (vgl. Schütze & Geulen, 1995, S. 47–48). Durch das konsumfreudige Klima der 1960er Jahre wurden immer mehr Produkte spezifisch für Kinder entwickelt. Es gab nun eine Vielzahl an Spielzeugen, eigene Textilmoden, spezielle Möbelstücke und Essensangebote, die für Kinder und Jugendliche gemacht waren. Es entstanden eigene Kulturen. Musikstile, Fernsehserien und Comicliteratur entwickelten sich speziell für diese Altersklasse. Jugend wurde zum Leitbild der Gesellschaft (vgl. Preuss-Lausitz et al., 1995, S. 22; Schütze & Geulen, 1995, S. 42). Kritisch zu betrachten ist jedoch mit diesem neuen Konsum der Verlust an Eigentätigkeit. Zwar waren Kinder immer noch aktiv im Umgang mit dem Spielzeug, die schöpferische Tätigkeit und der Lerneffekt, der durch die Konzeption und Herstellung eigener Spielzeuge bei den 68ern entstand, fielen jedoch weg (Rolf, 1995, S. 155–156).

Die Ablösung vom Elternhaus erfolgte früher. Während 79% der 68er im Alter von 15 bis 24 Jahren noch bei den Eltern wohnten, waren es bei den Babyboomern im gleichen Alter nur noch 71% (vgl. Zinnecker, 1982, S. 105). Viele zogen unmittelbar nach dem Erreichen der Volljährigkeit aus. Dadurch dass Beziehungen zum anderen Geschlecht und die ersten Partnerschaften von den Eltern immer sehr kritisch gesehen wurden und beispielsweise Übernachtungen von Freunden zu Hause komplett verboten wurden, war die Reaktion der Kinder, möglichst früh alleine zu verreisen, wegzubleiben und schließlich früh ausziehen, begründet (vgl. Schütze & Geulen, 1995, S. 51). Gerade Reisen

wurden schon früh ohne die Eltern unternommen. So berichteten 71% der 15- bis 24-jährigen Babyboomer schon allein verreist zu sein und weitere 24% konnten sagen, wann sie dies zum ersten Mal tun werden. Allein zu verreisen war eine Selbstverständlichkeit geworden (vgl. Fuchs, 1982, S. 140). Über die Hälfte war bereits schon bis zum Alter von nur 17 Jahren alleine gereist oder plante diesen Schritt für dieses Alter (vgl. Fuchs, 1982, S. 142).

Generation X

Die Generation X ist die erste Generation, die sehr behütet aufwuchs. Illies stellt die sorgenfreie Kindheit der Generation in seinem Buch „Generation Golf“ besonders anschaulich und ausführlich dar (vgl. Illies, 2000, S. 9). In den 1980er Jahren wurde das Spielen auf der Straße zunehmend durch Spiele im Haus ersetzt. Das Spielen wurde konsumorientierter, indem das Fernsehen, die ersten PCs und Spielzeug weiter an Bedeutung gewannen. Der Zeitplan der Kinder wurde zunehmend voller, sodass Schule, Sportstunden, Musikunterricht und Verabredungen den Tag füllten. Die Kinder wurden von den Eltern und Großeltern stark gefördert und sowohl emotional als auch finanziell unterstützt (vgl. Oertel, 2007, S. 154). Man war in aller Regel ein Wunschkind, da orale Kontrazeptiva ungewollte Schwangerschaften verhindern konnten (vgl. Oertel, 2007, S. 154; Rabe-Kleberg, 1995, S. 171). Gleichberechtigung war erstmals eine Selbstverständlichkeit für Mädchen geworden (vgl. Oertel, 2007, S. 154).

Das traditionelle Familienbild wurde seltener. Viele Mütter waren berufstätig und viele Eltern geschieden (vgl. Herbig, Koehler & Day, 1993, S. 5; Mangelsdorf, 2014, S. 17–18; Oertel, 2007, S. 154), was dazu führte, dass Kinder weniger beaufsichtigt wurden. Der Begriff „Schlüsselkinder“ (latch-key kids) entstand und setzte sich durch (vgl. Herbig et al., 1993, S. 5; Howe & Strauss, 2000, S. 33; Kotler & Keller, 2012, S. 221; Mangelsdorf, 2014, S. 17–18; Schewe et al., 2000, S. 52). Da Mütter durch ihre höhere Bildung häufig ökonomisch unabhängig von ihren Männern waren oder zumindest theoretisch sein konnten, wurden Ehen nur dann aufrechterhalten, wenn die Gefühle stimmten. Die materielle Absicherung spielte für eine Ehe eine zunehmend geringere Rolle (vgl. Rabe-Kleberg, 1995, S. 171). Doch auch wenn Frauen häufiger berufstätig waren, waren viele Jobs, die Frauen ausübten, schlecht bezahlt und boten keine Aufstiegschancen. Weiterhin waren die Frauen für den Großteil der Hausarbeit zuständig (vgl. Rabe-Kleberg, 1995, S. 174–175).

Damit einher geht die Entwicklung zu einer partnerschaftlichen Familie, wobei sowohl Frauen als auch Kindern die Entwicklung von Autonomie gelingen sollte (vgl. Rabe-Kleberg, 1995, S. 172). Die Erziehung änderte sich dahingehend, dass es immer wichtiger wurde, dem Kind alles genau zu erklären (vgl. Rabe-Kleberg, 1995, S. 173). Auch Regelverstöße wurden diskutiert. Das Verhalten von Eltern und Kindern war vor allem durch Besprechungen, das Rationale, einen emotional-kontrollierten Umgang miteinander, die gegenseitige Garantie von Sicherheit und die Abwesenheit von Gewalt und Zwang geprägt (vgl. Rabe-Kleberg, 1995, S. 174). Befehle wurden durch Verhandlungen ersetzt (vgl. Büchner, 1995, S. 201). Nur 34% der Generation X sagen, dass sie streng erzogen wurden (vgl. Haumann, 2010, S. 89) und nur noch 41% mussten richtig im Haushalt mithelfen (vgl. Haumann, 2010, S. 19).

Ab der Generation X sind Eltern praktisch zu Freunden und Helfern in allen Lebenslagen geworden (vgl. Illies, 2005, S. 212). Rebellisches Verhalten während der Pubertät war in dieser Generation kaum zu finden (vgl. Illies, 2000, S. 43–45; Illies, 2005, S. 20). Das lässt sich damit erklären, dass es keinen Grund für Widerstand gab. Wenn die Eltern für alles Verständnis zeigen, wird nicht rebelliert (vgl. Illies, 2005, S. 208–209). Schon 64% der Generation sagen, sie hatten eine glückliche Kindheit (vgl. Haumann, 2010, S. 46).

In Bezug auf das Erwachsenwerden ist schon in der Generation X eine ausgedehnte Postadoleszenz zu erkennen. Zahlreiche junge Erwachsene, die schon lange volljährig gewesen waren, hatten den Berufseintritt und damit auch die finanzielle Unabhängigkeit hinausgezögert⁴ (vgl. Vaskovics, Buba & Früchtel, 1992, S. 405–406).

⁴ Hier sind einige Geburtenjahrgänge der Babyboomer inkludiert.

Generation Y

*Unsre Eltern kiffen mehr als wir, wie soll man rebellieren?
Egal wo wir hinkommen, unsre Eltern warn schon eher hier.*

Wir sind geboren im falschen Jahrzehnt.

Und wir sitzen am Feuer, hören zu was die Alten erzählen.

(Kraftklub – Zu Jung)

Die Familie der Generation Y ist in vielerlei Hinsicht anders als die ihrer Vorgänger, wobei zur vorherigen Generation noch einige Parallelen zu finden sind. Insgesamt wächst der Großteil der Generation in der klassischen Kleinfamilie auf. Die Mutter und der Vater sind verheiratet und die Kinder sind leiblich (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 93). Dennoch wurden die Familienkonstellationen vielfältiger (vgl. Langness et al., 2006, S. 49). So waren unter den Familien über 17% alleinerziehende Eltern, 5% nichteheliche Lebensgemeinschaften, 6% Patchwork-Familien und knapp 1% andere Lebensformen, darunter auch homosexuelle Paare mit Kindern (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 93). Durch viele Trennungen und erneute Hochzeiten kam teilweise erst später ein Stiefvater oder eine Stiefmutter, teilweise inklusive neuer Geschwister, hinzu. Dies stellte die Kinder vor die Herausforderung sich an neue Familienkonstellationen gewöhnen zu müssen (vgl. Haumann, 2010, S. 37). Geschwister wurden seltener. Viele wuchsen als Einzelkind auf oder hatten nur eine Schwester oder einen Bruder (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 96).

Obwohl deutlich mehr Mütter berufstätig waren, nahm die Zeit, die man in die Kinderbetreuung investierte, deutlich zu (vgl. Haumann, 2010, S. 23). Gleiches gilt für die Väter, welche sich ebenfalls intensiv um die Kinder gekümmert haben (vgl. Haumann, 2010, S. 22–23, 27). Der Zeitgewinn der Eltern, der den Kindern zu Gute kam, lässt sich mit der verbesserten Ausstattung an Haushaltsgeräten erklären, die wiederum mit den generell verbesserten Lebensbedingungen und dem Wohlstand zusammenhing (vgl. Haumann, 2010, S. 24; Hurrelmann et al., 2006, S. 32). Auch die Großeltern spielten in dieser Generation eine nennenswerte Rolle bei der Erziehung. 65% der Millennials stimmen der Aussage zu, von den Großeltern geprägt worden zu sein (vgl. Haumann, 2010, S. 39).

Der Erziehungsstil der Eltern, die häufig zu den Babyboomern gerechnet werden können (vgl. Mangelsdorf, 2014, S. 19), war in erster Linie von Verhandlungen und Zuneigung geprägt und ist als wesentlich liberaler, toleranter und wenig autoritär zu bezeichnen (vgl. Braun & Pfeiffer, 2012, S. 98; Haumann, 2010, S. 27–28; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 98; Oertel, 2007, S. 155). Eltern waren vor allem verständnis- und liebevoll im Umgang mit ihren Kindern (vgl. Haumann, 2010, S. 27, 110). Selbstbewusstsein wurde ein erklärtes Erziehungsziel (vgl. Haumann, 2010, S. 105–106; Oertel, 2007, S. 155). Die Wünsche und Bedürfnisse der Kinder standen im Vordergrund. Die Aufgabe der Eltern bestand darin, die Entfaltung der Persönlichkeit und der Fähigkeiten so gut es geht zu fördern (vgl. Haumann, 2010, S. 27–28, 103; Rump & Eilers, 2013, S. 68). Selbstverantwortliches Handeln, Rücksichtnahme und Entscheidungsfähigkeit sollten gestärkt werden. Der Erziehungsstil kann als demokratisch mit partizipativen und autoritativen Elementen eingestuft werden. Zuwendung, Wärme und Anerkennung auf der einen Seite stehen dabei Kontrollen und Sanktionen bei Regelverstößen auf der anderen Seite gegenüber (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 98). Nur 23% der Generation Y sagen, dass sie streng erzogen wurden (vgl. Haumann, 2010, S. 89). Autoritäre Erziehungsstile wurden von einem stärker gleichberechtigten und partnerschaftlichen Austausch abgelöst (vgl. Haumann, 2010, S. 156–157; Langness et al., 2006, S. 61; Rump & Eilers, 2013, S. 68). Auf Fehlverhalten wurde nun mit Gesprächen und Erklärungen anstatt mit Ohrfeigen reagiert, sodass von einer persuasiven Erziehung gesprochen werden kann (vgl. Haumann, 2010, S. 96–98). Jungen und Mädchen sind nochmals gleichberechtigter aufgewachsen (vgl. Bund, 2014, S. 93, 186). Durch den Anstieg an frei verfügbarer Zeit der Eltern wurde mehr Zeit für die Familie eingeräumt, sodass Alltagsrituale, wie gemeinsames Essen, fast anderthalb Stunden am Tag umfassten (vgl. Haumann, 2010, S. 22). Eltern und Kinder schätzten sich gegenseitig und profitierten voneinander. Man kann fast von einer Symbiose sprechen, in der die Eltern mit ihren Kindern lebten. Man gab den Kindern viele Freiheiten (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 98–99) und respektierte ihre Privatsphäre (vgl. Haumann, 2010, S. 104). Selbst im Haushalt mussten Kinder kaum richtig mithelfen, wie es früher noch die Regel war. Nur noch 26% bekamen zu Hause Aufgaben übertragen (vgl. Haumann, 2010, S. 19; Oertel, 2007, S. 155).

Die Freiheiten endeten bei der schulischen Leistung (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 98–99). Die Eltern legten Wert auf Bildung und investierten in eine gute

Ausbildung ihrer Kinder (vgl. Fintz, 2014, S. 17; Oertel, 2007, S. 155). Die Erwartungen an die Leistung und den Erfolg waren groß (vgl. Fintz, 2014, S. 17). Die Eltern vermittelten, dass gute Noten für eine erfolgreiche Zukunft sorgen, was bei den Millennials zu einem entsprechenden Engagement in der Schule führte. Noten waren wichtiger als das Interesse am Fach (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 53) und auf möglichst hohe Abschlüsse kam es an (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 54). Eltern haben noch nie so viel Wert auf den schulischen Erfolg ihrer Kinder gelegt wie bei der Generation Y (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 56).

Die Eltern haben nicht nur große Erwartungen an ihre Kinder herangetragen, sondern auch das Gefühl, dass sie etwas ganz Besonderes sind (vgl. Bund, 2014, S. 13; Howe & Strauss, 2000, S. 13; Mangelsdorf, 2014, S. 28). Man vermittelte ihnen, dass sie die größten Talente besäßen und die Besten ihrer Generation seien. Als Wunschkinder wurden die meisten von ihnen sehr geliebt, bekamen sehr viel Aufmerksamkeit, Anerkennung und Wertschätzung. Häufig widmete sich die Mutter in den ersten Lebensjahren komplett der Erziehung des Kindes, welches fast vergöttert wurde (vgl. Bund, 2014, S. 13, 189; Fintz, 2014, S. 16–17; Haumann, 2010, S. 113; Howe & Strauss, 2000, S. 31, 76; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 194; Mangelsdorf, 2014, S. 20; Rump & Eilers, 2013, S. 174). 39% der Generation Y sagen, dass ihre Eltern ihr Leben stark nach ihnen ausgerichtet haben (vgl. Haumann, 2010, S. 30). Das Kind stand im Zentrum der Familie (vgl. Tapscott, 2009, S. 31), wurde schon nach seiner Meinung gefragt, bevor es in der Lage war zu sprechen (vgl. Mangelsdorf, 2014, S. 20–21; Twenge, 2006, S. 75) und wurde stets respektiert (vgl. Haumann, 2010, S. 27–28; Tulgan, 2009, S. 60). Mitgliedern der Generation Y wurde immer wieder gesagt, dass sie alles werden können, wenn sie es nur wollen (vgl. Bund, 2014, S. 13; Ide, 2015; Twenge, 2006, S. 78). Man sollte immer seinen Träumen folgen (vgl. Twenge, 2006, S. 80). Diese Erziehung führte zu einem guten Selbstwertgefühl und Selbstbewusstsein, aber auch zu häufiger Selbstüberschätzung, sodass Gründe für Misserfolge nicht bei sich selbst gesucht werden (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 195; Tulgan, 2009, S. 7–8). Man lernte Toleranz, aber gleichzeitig auch, dass jeder ein Gewinner ist (vgl. Crampton & Hodge, 2009, S. 4; Tulgan, 2009, S. 7–8). Millennials wurden gefeiert (vgl. Howe & Strauss, 2000, S. 40). Es gab ein Lob für jegliche erbrachte Leistung (vgl. Bund, 2014, S. 13; Fintz, 2014, S. 16–17; Haumann, 2010, S. 100; Mangelsdorf, 2014, S. 20–21), während die Kinder bei Fehlverhalten in Schutz genommen wurden (vgl.

Mangelsdorf, 2014, S. 20–21). Die Monographie „Not everyone gets a trophy“ (Tulgan, 2009) beschreibt diesen Erziehungsstil sehr gut.

Im Zusammenhang mit dem stark ausgeprägten Interesse der Eltern am Erfolg und den Tätigkeiten ihrer Kinder wird häufig auch von „Helikopter-Eltern“ gesprochen (vgl. Bund, 2014, S. 13; Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung e.V., 2013; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 56; Mangelsdorf, 2014, S. 20–21; Povel, 2013; Purgal, 2015, S. 22; Tapscott, 2009, S. 31; Tulgan, 2009, S. 58; Tyler, 2007, S. 43). Eltern kreisten wie Helikopter über ihren Kindern und wollten sie am liebsten ununterbrochen beobachten (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 56). Die Generation wurde immer und überall übermäßig behütet (vgl. Bund, 2014, S. 189; Howe & Strauss, 2000, S. 9, 32, 95, 176; Kurz, 2013b; Pendergast, 2010, S. 5–6; Tulgan, 2009, S. 7–8). Eltern führten, leiteten, förderten, betreuten und beschützten ihre Kinder so gut es eben ging (vgl. Braun & Pfeiffer, 2012, S. 98; Haumann, 2010, S. 113; Mangelsdorf, 2014, S. 20; Tulgan, 2009, S. 8). Die elterliche Kontrolle hatte stark zugenommen, was durch die Verbreitung des Handys noch gefördert wurde (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 56). Diese Kontrolle und Behütung wirkte sich bis in die Schule, in die Universität (vgl. Fintz, 2014, S. 17–18; Keeling, 2003, S. 34; Tyler, 2007, S. 43) und in die Arbeitswelt aus (vgl. NAS Recruitment, 2006, S. 11; Tulgan, 2009, S. 58; Tyler, 2007, S. 44).

Auch die Generation Y wuchs mit einem vollen Zeitplan auf (vgl. Howe & Strauss, 2000, S. 169, 173; VanMeter et al., 2013, S. 95), der den vielen Hobbys der Generation Rechnung trug. Instrumentalunterricht und die Mitgliedschaft in einem Sportverein waren selbstverständlich für Millennials (vgl. Bund, Heuser & Kunze, 2013; Haumann, 2010, S. 113–114). Auch Sprachurlaube und Kurse jeglicher Art wurden den Kindern ermöglicht, um dem Nachwuchs keine Entwicklungschancen zu verbauen (vgl. Haumann, 2010, S. 113–114). Bildungsorientierte Freizeitaktivitäten hatten deutlich zugenommen, sodass man weniger Zeit damit verbrachte einfach mit der besten Freundin oder dem besten Freund am Nachmittag unterwegs zu sein (vgl. Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung e.V., 2013). Der Wunsch der Eltern nach Förderung und die Interessen der Kinder ergänzten sich optimal (vgl. Haumann, 2010, S. 114). Durch die verbesserte wirtschaftliche Situation der meisten Familien konnte den Kindern in der Freizeit mehr geboten werden als vorherigen Generationen (vgl. Haumann, 2010, S. 15–16).

Mehr geboten wurde Kindern auch im Hinblick auf Konsumgüter. Spielzeug und Markenkleidung für Kinder nahmen zu und auch Computer, Handys, Fernseher und Spielekonsolen konnte die Mehrheit der jüngeren Generation Y ihr Eigen nennen (vgl. Haumann, 2010, S. 17). Da die meisten Kinder finanziell verhältnismäßig gut dastanden, was u. a. auf den demographischen Wandel zurückzuführen ist, wie bereits gezeigt wurde, konnten Kinder schon verhältnismäßig viel Geld ausgeben, um eigene Konsumwünsche zu realisieren. Kinder wurden zu Konsumenten und einer wichtigen Zielgruppe im Marketing (vgl. Haumann, 2010, S. 18; Howe & Strauss, 2000, S. 13). Der Einfluss der Medien gewann gegenüber den Eltern und der Schule an Bedeutung (vgl. Oertel, 2007, S. 155).

Auch die Institutionalisierung und Pädagogisierung der Kindheit schritt noch weiter voran als im Fall der Generation X. So wurde ein Kindergartenbesuch erst ab den 1980er Jahren für den Großteil aller Kinder selbstverständlich (vgl. Haumann, 2010, S. 35). Auch die Anzahl der Spielplätze nahm zu. Diese förderten gezielt die Koordinationsfähigkeit und Geschicklichkeit der Kinder durch passende Spielgeräte. Eltern waren sich ihrer pädagogischen Aufgabe bewusst und belehrten ihre Kinder auch in Bereichen wie Sexualkunde (vgl. Haumann, 2010, S. 36).

Millennials lebten so harmonisch mit ihren Eltern zusammen wie keine Generation vor ihnen (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 209) und übererfüllten die Erwartungen ihrer Eltern (vgl. Bund et al., 2013). Aufgrund des Erziehungsstils verstanden sich Eltern und ihre Kinder besonders gut (vgl. Howe & Strauss, 2000, S. 185; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 98; Krause, 2015, S. 97; Langness et al., 2006, S. 57; Tapscott, 2009, S. 31). 38% der Generation sagten sogar, dass sie bestens mit den Eltern auskommen (vgl. Langness et al., 2006, S. 59). Eltern waren in vielen Fällen wie Freunde (vgl. Haumann, 2010, S. 156–157; Tulgan, 2009, S. 58; Tyler, 2007, S. 44) und Verbündete, die in der Zukunft helfen können. Millennials zeigten sich zufrieden mit ihrem Verhältnis zu den Eltern und auch den Großeltern und sahen keinen Grund zur Rebellion (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 30). Man empfand den Erziehungsstil der Eltern als nachahmenswert (vgl. Picot & Willert, 2006, S. 301). 56% der Generation würden später die eigenen Kinder in etwa so erziehen, wie sie selbst von ihren Eltern erzogen wurden (vgl. Langness et al., 2006, S. 58). Von einem Generationenkonflikt kann nicht gesprochen werden (vgl. Langness et al., 2006, S. 59). Die Generation

schätzt ihre Eltern und die lange Unterstützung, die ihr von ihnen zukommt (Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 42, 100, 179).

Viele Millennials blieben auch als Erwachsene noch lange zu Hause wohnen und halten seit dem Auszug bis heute einen engen Kontakt zu den Eltern (vgl. Duffy, Shrimpton & Clemence, 2017, S. 10; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 100, 191; Langness et al., 2006, S. 64). Selbst eine feste Partnerschaft und ein fester Job implizierten keinen Auszug aus dem Elternhaus (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 100). Die Eltern drängten ihre Kinder nicht frühzeitig ausziehen und die Kinder hatten gleichzeitig keine Ambitionen frühzeitig unabhängig zu werden (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 103), da man schon alle Freiheiten genießen konnte (vgl. Tapscott, 2009, S. 220). Gerade der hohe Lebensstandard des Elternhauses und die Bequemlichkeit wurden geschätzt (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 194; Krause, 2015, S. 97). Auch die verlängerte Ausbildungszeit führte dazu, dass junge Erwachsene lange zu Hause wohnen blieben (vgl. Haumann, 2010, S. 21; Langness et al., 2006, S. 64). Die Eltern boten Sicherheit, Stabilität und (finanzielle) Unterstützung, wann immer sie gebraucht wurde (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 191). Sie waren und sind auch heute noch Berater bei den wichtigen Fragen im Leben und sind die sozialen Vorbilder der Generation (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 191–192; Hurrelmann et al., 2006, S. 36; Mangelsdorf, 2014, S. 20–21; Tapscott, 2009, S. 31). Seit dem Auszug versteht man sich noch besser mit den Eltern als vorher schon. Fast die Hälfte spricht von einem sehr guten Verhältnis zu den Eltern (vgl. Langness et al., 2006, S. 60). Teilweise zog man nach dem Auszug auch wieder zurück nach Hause (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 100; Tapscott, 2009, S. 31). Dieses Phänomen ist mit dem Begriff „boomerang“-Kinder gemeint (vgl. Cone Inc., 2006, S. 5; PewResearchCenter, 2010, S. 3).

Es gab eine große Schnittmenge der Interessen und Einstellungen von Millennials und ihren Eltern, die das gute Verhältnis gefördert hat und eine Abgrenzung zu den Eltern erschwerte (vgl. Picot & Willert, 2006, S. 301). So waren Verhaltensweisen und Interessen nicht mehr so verschieden wie früher. Die Eltern waren jung geblieben und trugen teilweise die gleiche Kleidung, gingen in die gleichen Restaurants, schauten die gleichen Filme und Fernsehsendungen (vgl. Braun & Pfeiffer, 2012, S. 96; Howe & Strauss, 2000, S. 185; Kotler & Keller, 2012, S. 221; Krause, 2015, S. 97), hörten die gleiche Musik (vgl. Howe & Strauss, 2000, S. 185–186; Tapscott, 2009, S. 28) und

gingen zu den gleichen Konzerten wie ihre Kinder, teilweise sogar mit ihnen zusammen (vgl. Krause, 2015, S. 97). Eltern und Kinder fuhren noch lange zusammen in den Urlaub (vgl. Tapscott, 2009, S. 31). Hinzukommt, dass Millennials sich in der digitalen Welt häufig besser auskannten als ihre Eltern, was die Rolle von Lehrendem und Belehrttem umkehrte. Eltern hatten ein Interesse daran, etwas von ihren Kindern zu lernen (vgl. Lüscher & Liegle, 2003, S. 100, 176; Tapscott, 2009, S. 28).

Vergleicht man die verschiedenen Erziehungsstile stellt sich die Frage, ob dadurch, dass die Eltern liebevoller und die Wohnverhältnisse besser wurden, die Kindheit auch glücklicher geworden ist. Tatsächlich bestätigen 67% der jüngeren Generation eine glückliche Kindheit gehabt zu haben (vgl. Haumann, 2010, S. 46).

Zusammenfassend ist eine deutliche Abwendung von autoritären Erziehungsstilen hin zu mehr demokratischen Strukturen zu erkennen. Das Kind wurde zunehmend mehr behütet und das Verhältnis zwischen Eltern und Kindern wurde zunehmend harmonischer. Tabelle 1 gibt einen Überblick über die wichtigsten Merkmale der Erziehung und der familiären Situation in der Kindheit der vier Generationen. Die Erziehung spielt in dieser Arbeit zur Erklärung der Eigenschaften und Verhaltensweisen der Generationen eine große Rolle. Die bisherigen Erkenntnisse zu den Besonderheiten der Generationen, die in den folgenden Kapiteln vorgestellt werden, lassen sich vielfach auf die Erziehung zurückführen. Diese könnte demnach auch dazu beitragen, das Reiseverhalten zu erklären.

Tab. 1: Familiäre Situation und Erziehung der vier Generationen (eigene Darstellung).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
Unmittelbar nach dem Krieg: - keine Zeit für Kinder - keine eigenen Räume für Kinder - Spielen auf der Straße - Autonomie	- bürgerliche Kleinfamilie mit traditioneller Rollenverteilung - gute materielle Versorgung - Eltern kümmern sich verstärkt um die Kinder	- sehr behütet - zunehmend spielen im Haus statt draußen - Spielen wird durch Fernsehen, PCs und Spielzeug konsumorientierter	- klassische Kleinfamilie - vielfältigere Familienkonstellationen - weniger Geschwister - mehr Zeit für Kinder - Väter kümmern sich intensiv um Kinder - verbesserter Lebensstandard - großer Einfluss der Großeltern - viele Verhandlungen - liberaler und toleranter

<p>der Kinder</p> <ul style="list-style-type: none"> - „Kontroll-Loch“ - Kinder helfen beim Lebensunterhalt - Abwesenheit der Väter <p>Nach der Rückkehr der Väter:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Patriarchalische Kleinfamilie mit traditionellen Rollen - wenige Freiheiten - autoritäre Erziehung - physische Gewalt - Familien- und Eheprobleme durch neue Rollenverteilung - Mangel an Empathie, Dialog und Emotionen - Vater-Sohn-Konflikt - Schweigen der Eltern zur NS-Zeit - Distanz und Spannungen innerhalb der Familie - starker Einfluss der Kirche - Familienreisen sind untypisch - teilweise 	<ul style="list-style-type: none"> - Familienrituale sind von großer Bedeutung - Patriarchalische Familienstrukturen werden zum Teil liberaler - Gewalt wird weniger - Kinder werden Rechtssubjekte - Kinder im Zentrum sozial- und bildungspolitischer Reformen - kindliche Bedürfnisse werden berücksichtigt - strukturelle Gewalt - Eltern erzeugen schulischen Druck - weniger räumliche Freiheiten - neue Räume und Einrichtungen für Kinder - Spielzeug und Medien werden wichtig - spezielle Produkte für Kinder entstehen - frühe Ablösung vom Elternhaus - früh Reisen ohne Eltern 	<ul style="list-style-type: none"> - viele Termine: Sportstunden, Musikunterricht und Verabredungen - Unterstützung von Eltern und Großeltern - Wunsch-kinder - stärkere Gleichberechtigung - Mütter sind häufiger berufstätig - viele Scheidungen - „Schlüssel-kinder“ - partnerschaftliche Familien - Befehle werden durch Verhandlungen ersetzt - Regelverstöße werden diskutiert - Eltern als Freunde und Helfer - wenig Mitarbeit im Haushalt - verlängerte Postadoleszenz 	<p>Erziehungsstil</p> <ul style="list-style-type: none"> - Eltern sind verständnis- und liebevoll - Selbstbewusstsein als Erziehungsziel - Wünsche und Bedürfnisse der Kinder im Fokus - Eltern fördern Persönlichkeitsentfaltung und besondere Fähigkeiten - demokratischer Erziehungsstil mit partizipativen und autoritativen Elementen - partnerschaftlicher Austausch - persuasive Erziehung - mehr Gleichberechtigung - Symbiose zwischen Eltern und Kindern - viele Freiheiten und Privatsphäre - weniger Arbeit im Haushalt - hohe Erwartungen an schulische Leistung der Kinder - hohes Engagement der Kinder für gute Noten - Kinder lernen, etwas Besonderes zu sein - viel Aufmerksamkeit, Anerkennung, Lob und Wertschätzung - Kind im Zentrum der Familie - „Helikopter-Eltern“ - voller Zeitplan - mehr bildungsorientierte Freizeitaktivitäten - Kinder als Konsumenten - weiter zunehmende Institutionalisierung und Pädagogisierung der Kindheit - Eltern als Freunde - man bleibt lange zu Hause wohnen - ähnliche Interessen und Verhaltensweisen von Kindern und Eltern - gemeinsame Urlaube auch im höheren Alter - Eltern lernen von Kindern
--	---	--	---

Reisen zu Verwandten auf dem Land			Umgang mit digitalen Medien - glückliche Kindheit
-----------------------------------	--	--	--

3.2.2 Bildung

„The school is a cohort creator“ (vgl. Ryder, 1965, S. 854). Dadurch, dass die Bildung in der formativen Phase ein wesentlicher Bestandteil des Lebens ist, sorgt auch diese für die Ausprägung spezifischer Merkmale und Werte der Generationen. So kann beispielsweise die abnehmende Bedeutung traditioneller Werte bei jüngeren Kohorten zum Teil mit dem gestiegenen Bildungsniveau erklärt werden (vgl. Bürklin et al., 1994, S. 602). Außerdem beeinflussen die Bildungsmöglichkeiten in der formativen Phase die Einstellung zum Reisen (vgl. Gardiner et al., 2012, S. 315).

68er

Für die 68er bedeutete Schule in aller Regel Volksschule bzw. Hauptschule. 71% der 15– bis 24–Jährigen strebten 1964 den Abschluss der Volksschule an oder hatten ihn bereits erreicht. Das Abitur oder ein Studium strebten nur 13% an (vgl. Zinnecker, 1982, S. 113). Abitur machte in den 1950er Jahren nur ein kleiner Teil jeder Kohorte, wobei Arbeiterkinder kaum unter den Abiturienten zu finden waren (vgl. Grunert & Krüger, 2011, S. 223).

Die 68er sahen sich in der Schule mit einer ähnlichen Situation konfrontiert wie zu Hause bei den Eltern. Die Prügelstrafe fand weiterhin Anwendung (vgl. Busche, 2007, S. 60–61). Im Gegensatz zum Elternhaus wurde in der Schule jedoch intensiv die jüngste Vergangenheit thematisiert (vgl. Busche, 2007, S. 77–78). Viele Inhalte und Autoren wurden im Geschichts- und Deutschunterricht dennoch unzureichend gewürdigt, sodass die 68er das Gefühl entwickelten, durch ausgewählte Inhalte in der Schule manipuliert worden zu sein. Dieses prägende Gefühl war wiederum verbunden mit der Zuversicht, eigene intellektuelle Anstrengungen vornehmen zu können, um diesem Defizit zu begegnen (vgl. Busche, 2007, S. 80).

Auch die Universität als Bildungseinrichtung war stark autoritär. Ältere Professoren waren meist schon in den Jahren des Nationalsozialismus aktiv gewesen und hatten, genau wie die Väter, etwas zu verschweigen. Anschauungen und Lehrinhalte wurden vielfach beibehalten (vgl. Busche, 2007, S. 47; Kimmel, 1998, S. 184). Jüngere Professoren und Mitarbeiter hatten eng mit den älteren zusammengearbeitet und von ihnen gelernt und wurden daher ebenfalls kritisch betrachtet (vgl. Busche, 2007, S. 47). Die 68er hatten weniger ein Problem mit den Lehrinhalten als vielmehr mit der Institution der Universität, die sie verändern wollten (vgl. Busche, 2007, S. 47–48). Die 68er reagierten mit psychischer Gewalt in Seminaren und Vorlesungen, die auf die Würde der Dozenten abzielte (vgl. Busche, 2007, S. 99).

Die Studentenbewegung der 1960er Jahre fand ihren Ursprung an den Universitäten, wo als organisierte Einheit z. B. der Sozialistische Deutsche Studentenbund (SDS) als Träger der Protestbewegung national organisiert und auch staatlich finanziert war (vgl. Kimmel, 1998, S. 167). Die Politik sollte der Bildung mehr Aufmerksamkeit widmen, was derzeit unzureichend geschah. Das Land sollte die Bildungsreserven in der Bevölkerung nutzen (vgl. Busche, 2007, S. 9). Man wollte eine Hochschulreform, die sich gegen die autoritären und hierarchischen Tendenzen der Universitäten bzw. der Professoren richtete, aber gleichzeitig auch für die bestehende Unabhängigkeit der Hochschule eintrat (vgl. Kimmel, 1998, S. 184, 227). Das Ziel war eine Demokratisierung der Universität durch Drittelparität, d. h. die Besetzung der Gremien mit je einem Drittel Professoren, Mitarbeitern und Studenten (vgl. Busche, 2007, S. 51–52). Auf weitere Merkmale der Studentenbewegung wird im Rahmen der Charakterisierung der Generation in Kapitel 3.3.1 eingegangen.

Die Studienverhältnisse der 68er waren insgesamt komfortabler als in allen Generationen vor ihnen (vgl. Busche, 2007, S. 53). Dank der Expansion des Wohlfahrtsstaates waren besonders die Jobaussichten für Studienabsolventen sehr gut. Die Zahl der im öffentlichen Dienst Beschäftigten stieg stark an (vgl. Bude, 1995, S. 28). Man musste sich demnach während des Studiums nicht übermäßig mit den eigenen Karrierechancen auseinandersetzen, da die Karriere fast abgesichert war (vgl. Bude, 1995, S. 43).

Babyboomer

Die Schulzeit der Babyboomer war geprägt von Bildungsreformen (vgl. Busche, 2007, S. 109–110; Grunert & Krüger, 2011, S. 226; Schütze & Geulen, 1995, S. 42) und einer Bildungsexpansion bzw. einem Trend zur Höherqualifikation (vgl. Oertel, 2014, S. 32–33; Pfeil, 2017, S. 118). Die Pflichtschulzeit wurde verlängert und qualifizierte Schulabschlüsse weiteten sich aus, sodass insgesamt die Lebenszeit, die man in der Schule verbrachte, länger wurde (vgl. Grunert & Krüger, 2011, S. 226). So wurde im Jahr 1969 das neunte Schuljahr für alle zur Pflicht und 1975 die Schulzeit schrittweise auf zehn Schuljahre verlängert (vgl. Zinnecker, 1982, S. 84). Die Grundschulreform führte unter anderem dazu, dass der Lehrstoff verwissenschaftlicht wurde und auch schon in der Grundschule Fachlehrer eingesetzt wurden (vgl. Zinnecker, 1982, S. 92–93). Realschulen, Gymnasien und Hochschulen wurden ebenfalls ausgebaut (vgl. Zinnecker, 1982, S. 111–112). Eine Demokratisierung des Bildungszugangs sollte erreicht (vgl. Pfeil, 2017, S. 118) und die Zahl der Abiturienten und Studenten erhöht werden. In der gymnasialen Oberstufe wurden daher auch Wahlfächer neben den Pflichtfächern im Abitur zugelassen (vgl. Busche, 2007, S. 109–110). Für Studenten wurde im Jahr 1971 das Bundesausbildungsförderungsgesetz (BAFöG) eingeführt, welches breiteren Teilen der Bevölkerung den Zugang zur Bildung erleichterte (vgl. Busche, 2007, S. 109).

Durch die Bildungsexpansion weitete sich auch die Anzahl der Bildungsinstitutionen, aus denen man wählen konnte, deutlich aus (vgl. Pfeil, 2017, S. 119). Zahlreiche Fachhochschulen entstanden neben den etablierten Universitäten (vgl. Zinnecker, 1982, S. 111–112). Es gab immer mehr Privatschulen und –universitäten mit zunehmend spezielleren Lehrangeboten (vgl. Fintz, 2014, S. 17). Einerseits wurde Bildung zwar wichtiger, andererseits entstand durch die Bildungsexpansion eine Entwertung der Bildungsabschlüsse. Je mehr Personen einen bestimmten Abschluss erreichten, desto weniger diente dieser als besondere Qualifikation, um sich vom Wettbewerb abzuheben (vgl. Fintz, 2014, S. 17; Pfeil, 2017, S. 120). Formal betrachtet war die Bildungsexpansion jedoch ein Erfolg. Nur noch 45% der Babyboomer strebten den Hauptschulabschluss an oder hatten ihn erreicht (68er: 71%), während 25% das Abitur erreichen wollten oder erreicht hatten (68er: 13%) (vgl. Zinnecker, 1982, S. 113).

Es wurde zwar einerseits intensiver gelernt, andererseits war dieses Lernen von Auflockerungstendenzen begleitet, sodass zunehmend von einem freien und lustigen Unterricht berichtet wurde (vgl. Zinnecker, 1982, S. 92–93). Babyboomer haben positive Erinnerungen an die Grundschulzeit, die von Erfahrungen mit Schulfreunden und Schulstreichen geprägt war (vgl. Schütze & Geulen, 1995, S. 50). Die Züchtigung von Schülern wurde verboten, sodass der autoritäre Erziehungsstil, wie schon in der Erziehung zu Hause, zunehmend von einem partizipativen Stil abgelöst wurde. Lehrer wurden zu Beratern und Moderatoren von Lernprozessen (vgl. Pfeil, 2017, S. 122).

Bei den Babyboomern war es nach dem Schulabschluss aufgrund des Rats der Eltern zunächst üblich eine Lehre zu beginnen, um direkt etwas vermeintlich Sicheres zu lernen. Nach der Lehre folgte dann für viele das Studium (vgl. Fintz, 2014, S. 12).

Generation X

Die Generation X erlebte weniger starke Veränderungen im Bildungsbereich. Die großen Reformen waren ein Thema der Babyboomer. Auffällig ist lediglich im Vergleich zu vorherigen Kohorten die zunehmende Internationalisierung im Bereich der Bildung. Fremdsprachen wurden wichtiger, Austauschprogramme nahmen zu und auch im Studium waren Auslandspraktika und Studienaufenthalte im Ausland möglich (vgl. Oertel, 2014, S. 45–48).

Generation Y

Die Generation Y setzte mehr auf Bildung als alle Generationen vor ihr (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 205). Um die eigenen Zukunftsaussichten zu verbessern, wollte man in erster Linie einen guten Abschluss erzielen, was die steigende Zahl an Abiturienten und Studienabsolventen belegt (vgl. Albert et al., 2006, S. 446; Huber & Rauch, 2013, S. 11; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 34, 53; Hurrelmann et al., 2006, S. 33; Rump & Eilers, 2013, S. 206). Besonders förderlich für die Bildungsexpansion war die Leistungsbereitschaft der Frauen, welche die Männer beim Abitur schon überholt haben (vgl. Albert et al., 2006, S. 447; Langness et al., 2006, S. 67–68). Fast drei Viertel der Generation waren optimistisch ihre Berufswünsche verwirklichen zu können (vgl. Albert, Hurrelmann & Quenzel, 2015). Schon 43% besuchten das Gymnasium, 25% die Realschule und 19% die Hauptschule (vgl. Langness et al., 2006, S. 67). Dabei wollten sogar knapp über die Hälfte das Abitur

machen (vgl. Langness et al., 2006, S. 68). Fast jeder Vierte versuchte anhand von Nachhilfe seine Leistungen in der Schule zu verbessern (vgl. Langness et al., 2006, S. 70). Bei der Leistung kam es in erster Linie auf die Noten und weniger auf die Inhalte an, wobei selbst Anpassung und opportunistisches Verhalten eingesetzt wurden (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 53). Mit Mitte 20 ein abgeschlossenes Studium, Auslandserfahrung und Praktika bei renommierten Unternehmen vorweisen zu können, wurde fast zur Regel (vgl. Povel, 2013). Gleichzeitig ist das lebenslange Lernen für die meisten der Generation selbstverständlich geworden (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 11). 52% denken, dass sie später im Leben noch einen weiteren Abschluss machen werden (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 22). Wie schon erläutert, haben die Eltern wesentlich zu dieser Haltung beigetragen.

Wenig Zuspruch erfuhren Reformen, die die Schulzeit und Studienzeit verkürzen sollten. G8 war eine Maßnahme, von der die Generation Y direkt betroffen war. Zu einer Zeit, in der viele das Abitur anstrebten, wurde die Schulzeit um ein Jahr verkürzt, was den Druck erhöhte, die geforderte Leistung in weniger Zeit zu erbringen (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 54). Auch der Bologna-Prozess, der Studiengänge europaweit angeglichen hat, und die damit einhergehende Einführung von Bachelorstudiengängen führten zu einer Verkürzung des Erststudiums (oder zumindest der Regelstudienzeit), wobei der Leistungsdruck entsprechend stieg (vgl. Braun & Pfeiffer, 2012, S. 14–15; Grunert & Krüger, 2011, S. 232). Das Studium wurde stark verschult. Während früher die Entwicklung eigener Perspektiven und wissenschaftliche Arbeiten zu selbstgewählten Themen im Vordergrund standen, war die Generation Y bei vollen Stundenplänen mit dem Sammeln von Credit Points und guten Noten in möglichst kurzer Zeit beschäftigt (vgl. Riederle, 2013, S. 137; Werle, 2013). Obwohl sich die Noten der Absolventen verbessert hatten, ist häufig eine Verschlechterung des Fachwissens seit der Bologna-Reform beklagt worden (vgl. Werle, 2013). Die verkürzte Regelstudienzeit hat zu einer Entwertung des Bachelors gegenüber dem Diplom geführt. Die Erhöhung des Bildungsniveaus existierte vor allem auf dem Papier (vgl. Krause, 2015, S. 100–101). Die Generation selbst reagierte auf die kurze Schul- und Regelstudienzeit mit Praktika, Auslandsaufenthalten, zusätzlichen Masterstudien und später dann Sabbaticals, um die Jahre der Festanstellung zu verkürzen (vgl. Braun & Pfeiffer, 2012, S. 15).

Das Studium hatte die klassische duale Berufsausbildung vielfach abgelöst (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 65). Viele Lehrstellen blieben unbesetzt (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 60), während der Anteil der Abiturienten, der ein Studium begonnen hat, stark angestiegen war (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 67). Studieren passt genau zur Mentalität der Generation Y. Man will Wahlfreiheiten und will sich noch nicht festlegen, weder geographisch auf einen Wohnort und Arbeitgeber noch fachlich auf einen konkreten Beruf (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 66; Hurrelmann et al., 2006, S. 34).

Die möglichen Studiengänge und -fächer hatten sich zu einem unüberschaubaren Angebot entwickelt. Man konnte praktisch alles studieren (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 48). Für viele Studiengänge waren dabei Auslandsaufenthalte schon Bestandteil des Curriculums (vgl. Rump & Eilers, 2013, S. 18). Austauschprogramme und Auslandsaufenthalte waren, wie schon herausgestellt, selbstverständlich für die Jugendlichen und jungen Erwachsenen (vgl. Bund et al., 2013; Rump & Eilers, 2013, S. 18).

Auch die Digitalisierung hat zu einer Veränderung des Lernens geführt (vgl. Selwyn, 2009, S. 367). So wurde das Internet zu einer Informationsquelle, die die klassische Bibliothek in ihrer ursprünglichen Funktion zu großen Teilen ersetzt hat. Es wurden immer mehr Informationsquellen genutzt und miteinander verknüpft (vgl. Rump & Eilers, 2013, S. 168; Selwyn, 2009, S. 367). Die Generation hat gelernt mit der Informationsflut, der sie gegenübersteht, umzugehen (vgl. Rump & Eilers, 2013, S. 174–175). Man surfte während der Vorlesung im Internet und nahm die Aussagen der Dozenten nicht unreflektiert hin (vgl. Rump & Eilers, 2013, S. 169). Etwas auswendig zu lernen, verlor an Bedeutung für die Generation, da fast alles spontan online nachzulesen war (vgl. Tapscott, 2009, S. 77). Die neuen Medien förderten auch Team- und Projektarbeiten, da man immer und überall miteinander kommunizieren und arbeiten konnte (vgl. Rump & Eilers, 2013, S. 171, 175). Auch das Fernstudium eröffnete ganz neue Möglichkeiten, z. B. neben dem Beruf online zu studieren (vgl. NAS Recruitment, 2006, S. 5).

Zusammenfassend ist, ähnlich wie schon bei der Erziehung, eine deutliche Abwendung von autoritären Strukturen zu erkennen. Mit der Generation der Babyboomer begannen

bereits die zahlreichen Bildungsreformen, die es schafften, dass die Anzahl der Abiturienten und der Studenten im Zeitverlauf deutlich anstieg. Die verkürzte Schul- und Studienzzeit schafften gleichzeitig die Möglichkeiten durch Praktika und Auslandsaufenthalte den Horizont nach eigenen Vorstellungen zu erweitern. Für diese Arbeit ist die Bildung besonders daher interessant, da bereits nachgewiesen werden konnte, dass die Bildung und das Einkommen die Wahrscheinlichkeit zu reisen beeinflussen. Damit, dass mit einer höheren Bildung die Reiseintensität zunimmt (vgl. Alegre & Pou, 2004, S. 138; Bernini & Cracolici, 2015, S. 199; Zimmer et al., 1995, S. 6), ließe sich erklären, warum die Generation Y mehr reist.

Tab. 2: Bildung der vier Generationen (eigene Darstellung).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
<ul style="list-style-type: none"> - überwiegend Volks- und Hauptschulabschlüsse - Prügelstrafe - NS-Zeit wird – eingeschränkt – thematisiert - Universität ist stark autoritär - ältere Professoren aus der NS-Zeit - Lehrinhalte noch aus NS-Zeit - Studentenbewegung zur Demokratisierung der Universität - Jobaussichten für Studienabsolventen sind sehr gut 	<ul style="list-style-type: none"> - Bildungsreformen - Bildungsexpansion - längere Schulpflichtzeit - Demokratisierung des Bildungszugangs - BAFöG - neue Fachhochschulen und private Institutionen - autoritärer Stil wird vom partizipativen Stil abgelöst - Lehrer als Berater und Moderator - nach der Schule zunächst Lehre 	<ul style="list-style-type: none"> - zunehmende Internationalisierung - Fremdsprachen sind wichtig - Austauschprogramme - Auslandspraktika - Studienaufenthalte im Ausland 	<ul style="list-style-type: none"> - fortschreitende Bildungsexpansion – besonders durch das Engagement der Frauen - Nachhilfe nimmt zu - Noten sind wichtiger als Inhalte - lebenslanges Lernen ist selbstverständlich - G8 und Bologna-Prozess - Praktika - Auslandsaufenthalte - Studium ersetzt duale Berufsausbildung - Studienangebot wird unüberschaubar - Digitalisierung verändert Lernprozesse - Internet ersetzt Bibliothek - mehr Informationsquellen werden genutzt - neue Medien fördern Team- und Projektarbeit - Fernstudium

3.2.3 Technologie und Digitalisierung

Die technologische Entwicklung spielte für alle Generationen eine wichtige Rolle in ihrer formativen Phase, wobei besonders die Generation Y von den neuesten Technologien bzw. der Digitalisierung geprägt wurde. Daher fallen die Ausführungen zu dieser Generation deutlich länger aus. Da viele Informationen über die Generation Y im direkten Vergleich zu den älteren Generationen gesehen werden müssen, werden jedoch auch in diesem Teil des Kapitels noch viele, teilweise nur indirekte, Informationen zu den vorherigen Generationen präsentiert.

68er

In die 1960er Jahre fällt die Entwicklung der Massenmedien, sodass die 68er es in ihrer Kindheit noch nicht gewohnt waren regelmäßig fernzusehen. Zwar gab es das Fernsehprogramm des Nordwestdeutschen Rundfunks schon seit 1952, die Zuschauer- menge war jedoch anfangs sehr gering. Erst in den 1960er Jahren erlebte das Fernsehen eine starke Verbreitung (vgl. Rolff, 1995, S. 156) und entwickelte sich zum kulturellen Leitmedium. Sowohl für Informationen als auch zur Unterhaltung etablierte es sich im Alltag (vgl. Fahlenbrach, 2007, S. 19). Dabei sorgte es dafür, dass Öffentliches und Privates zunehmend näher zusammenrückten. Dies geschah durch die größer wahr- genommene Nähe zu öffentlichen Personen, welche durch Nahaufnahmen entstand (vgl. Fahlenbrach, 2007, S. 20). Die Einführung des Farbfernsehers erfolgte im Jahr 1967 (vgl. Fahlenbrach, 2007, S. 17). Im Bereich der Musik dominierte die Schallplatte (vgl. Zimmermann, 1995, S. 120).

In den 1960ern wurden die Massenmedien auch von der Studentenbewegung für ihre Ziele genutzt (vgl. Fahlenbrach, 2007, S. 11; Klimke & Scharloth, 2007, S. 314). Bilder, Fotos und Transparente sollten die Aufmerksamkeit der Medien erreichen (vgl. Fahlenbrach, 2007, S. 15). Förderlich war an dieser Stelle, dass genau zum Zeitpunkt der Studentenbewegung das Fernsehen populär wurde und auch die Printmedien ihre Berichterstattung zunehmend auf visuelle und emotionale Beiträge ausrichteten. Als Medienereignis konnten Protestaktionen eine viel größere Aufmerksamkeit erlangen (vgl. Fahlenbrach, 2007, S. 11) und Einfluss auf die öffentliche Meinung nehmen (vgl. Fahlenbrach, 2007, S. 16).

Babyboomer

Die Babyboomer erlebten die starke Verbreitung des Fernsehers bereits in der Kindheit. Das Gerät war in fast allen Haushalten verfügbar (vgl. Schütze & Geulen, 1995, S. 48). Von einem Prestigeobjekt entwickelte sich der Fernseher zu einem Gebrauchsgegenstand, der nicht selten im Zentrum des Haushalts stand. Ein Fernsehnachmittag mit der Familie wurde als besonderes Familienerlebnis wahrgenommen, zu dem teilweise auch die Nachbarn vorbeikamen (vgl. Rolff, 1995, S. 157). Dementsprechend spielte das Medium für die Generation eine große Rolle. Auch das Radio, Plattenspieler und Kassetten waren mittlerweile weit verbreitet (vgl. Rolff, 1995, S. 159). 1963 kam die Kompaktkassette auf den Markt (vgl. Zinnecker, 1982, S. 85).

Generation X

Die Medienrevolution war das Thema der Generation X. PCs, Videorekorder, Walkmans und später auch CDs waren weit verbreitet (vgl. Illies, 2000, S. 103; Oertel, 2014, S. 45–48). Die visuelle Unterhaltung hatte deutlich zugenommen (vgl. Foley, 1999). Die Generation X ist zwar noch nicht mit dem Internet, aber durchaus schon mit dem Desktop-Computer aufgewachsen (vgl. Mangelsdorf, 2014, S. 18–19), welcher den Fernseher als Leitmedium abgelöst hat (vgl. Böpple & Knüfer, 1998, S. 192–193). Man konnte Hausarbeiten am Computer anfertigen und erlebte im Alltag die schnelle Entwicklung der Informationstechnologien (vgl. Fintz, 2014, S. 14–15). Auch die Selbstbestimmung und Kontrolle bei der Mediennutzung nahm zu. So konnte zwischen hunderten von Fernsehkanälen gewählt werden und Filme konnten aufgezeichnet werden, damit man sie zu einem beliebigen Zeitpunkt schauen konnte (vgl. Ritchie, 1995, S. 8).

Generation Y

Die Generation Y ist mit dem Internet aufgewachsen. Computer, Tablets und Smartphones waren schon in jungen Jahren verfügbar (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 24–26; Prensky, 2001, S. 2). Dass Millennials mit der Digitalisierung aufgewachsen sind, kann als definierendes Merkmal der Generation betrachtet werden, sodass sie u. a. auch als „Net Generation“ bezeichnet wird (vgl. Tapscott, 2009, S. 2, 17). Im Verlauf der formativen Phase der Generation ist die Internetnutzung jedes Jahr kontinuierlich angestiegen. Nutzten 1997 nur ca. 6,5% der Bevölkerung zumindest gelegentlich das Internet, stieg dieser Anteil auf 83,8% im Jahr 2016 an. Rund zwei

Drittel verwendeten nun sogar täglich das Internet (vgl. ARD/ZDF-Medienkommission, 2016, S. 2).

Die Generation hat, anders als ihre Vorgänger, einen intuitiven und sicheren Umgang mit den digitalen Medien erworben (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 148). Prensky entwickelte die Begriffe „Digital Natives“ und „Digital Immigrants“, um auf den grundlegenden Unterschied zu den älteren Generationen aufmerksam zu machen. Digital Immigrants sind noch nicht damit aufgewachsen permanent jegliche Medien nebenbei zu nutzen, wie es heute oft der Fall ist (vgl. Prensky, 2001, S. 4). In der deutschen Literatur beschäftigt sich Günther ebenfalls mit genau diesem Unterschied und betont die verschiedenen Herangehensweisen an Technik. Digital Immigrants lesen z. B. noch Bedienungsanleitungen, während Digital Natives durch Trial and Error neue Systeme erforschen (vgl. Günther, 2007, S. 42). Palfrey und Gasser führten noch eine Zwischenkategorie ein und sprechen vom „Digital Settler“, der schon beim Start der neuen Technologien dabei war und diese mitgestaltet hat. Digital Settler sind zwar nicht in der digitalen Welt aufgewachsen, sind aber dennoch sehr onlineaffin und schätzen gleichzeitig noch die traditionellen Formen der Interaktion (vgl. Palfrey & Gasser, 2008, S. 3–4). Man könnte am ehesten die Generation X als Digital Settler und die Babyboomer sowie die 68er als Digital Immigrants bezeichnen. Zwar haben sich alle drei Generationen durchaus mit den neuen Technologien vertraut gemacht und nutzen diese nun ebenfalls regelmäßig, dennoch tun sie dies nicht in dem Ausmaß der jungen Generation (vgl. Deloitte, 2015, S. 7; PewResearchCenter, 2010, S. 25; YouGov, 2017, S. 7). So verbringen beispielsweise Millennials ca. vier Stunden am Tag online, während es bei der Generation X nur ca. 2,5 und bei den Babyboomern nur ca. 1,5 Stunden sind. Ältere Nutzer sind sogar nur eine halbe Stunde im Netz unterwegs (vgl. ARD/ZDF-Medienkommission, 2016, S. 3). 64% der Generation Y sind täglich mobil online, während dies in der Gesamtbevölkerung gerade einmal auf 28% zutrifft (vgl. ARD/ZDF-Medienkommission, 2016, S. 4). Interessant ist jedoch der Unterschied zwischen den Generationen im Hinblick auf den Zweck der Nutzung. Während alle Generationen das Internet fast gleichermaßen viel zur Kommunikation nutzen (Y: 41%; X: 42%; BB: 38% der Online-Zeit), verwenden Millennials deutlich mehr Medien (Y: 29%; X: 23%; BB: 21% der Online-Zeit), aber suchen verhältnismäßig selten nach Informationen, wenn sie online sind (Y: 14%; X: 19%; BB: 22% der Online-Zeit) (vgl.

ARD/ZDF-Medienkommission, 2016, S. 5). Auch sind ältere Generationen vorsichtiger bei der Preisgabe ihrer persönlichen Daten im Internet (vgl. Deloitte, 2015, S. 7).

Das Internet wird von den Jüngeren in allen Lebensbereichen genutzt. Für die Information, Bildung, Arbeit, Unterhaltung oder Kommunikation spielt es eine herausragende Rolle. Gerade die Kommunikation ist für die Pflege von Freundschaften wichtig (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 147, 150–151). Das Internet und besonders die sozialen Medien sind ein integraler Bestandteil der Freizeit bzw. des Lebens der Generation geworden (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 150; Prensky, 2001, S. 2). Ein wesentliches Merkmal der Millennials ist ihre ständige Vernetztheit mit Freunden. Man ist ständig in Kontakt (vgl. Palfrey & Gasser, 2008, S. 5; Tapscott, 2009, S. 89) und betrachtet die digitalen Technologien vor allem als Mediator für Verbindungen untereinander (vgl. Palfrey & Gasser, 2008, S. 4–5). Man telefoniert weniger als früher. Stattdessen schreibt man online Nachrichten (vgl. Tapscott, 2009, S. 42). Die „virtuelle Welt“, von der ältere Generationen sprechen, ist für Millennials die Realität (vgl. Riederle, 2013, S. 12). Sie trennen nicht zwischen online und offline (vgl. Palfrey & Gasser, 2008, S. 4–5). Gerade in den sozialen Medien findet ein großer Teil der Persönlichkeits- und Identitätsentwicklung statt (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 148, 154).

Millennials sind sich durchaus bewusst, dass sie abhängig von internetfähigen Geräten sind. Man kann sich ein Leben ohne Smartphone nicht mehr vorstellen (vgl. SinnerSchrader & rheingold Institut, 2015, S. 10). 90% der Generation sagten, dass ein Blick auf das Smartphone zur Morgenroutine gehöre (vgl. Cisco, 2012). 54% schauen morgens zuerst auf ihr Smartphone (vgl. Cisco, 2014).

Dank der neuen Technologien stand der Generation schon in jungen Jahren eine viel breitere Wissensbasis zur Verfügung als ihren Vorgängern (vgl. Oertel, 2007, S. 116). Während man früher archivierte Informationen kaufen musste, findet man nun zu jedem Zeitpunkt und an jedem Ort binnen Sekunden Informationen zu jeglichen Themen und Antworten auf nahezu jede Frage kostenlos online auf dem Smartphone (vgl. Parment, 2009, S. 50; Tapscott, 2009, S. 3; Tulgan, 2009, S. 9). Teilweise wird auch von „information overload“ als einem ernstem Problem gesprochen, wobei dies von Palfrey und Gasser als weniger schwerwiegend eingestuft wird, da man bereits Fähigkeiten

entwickelt hat, um gut mit der Informationsflut umzugehen (vgl. Palfrey & Gasser, 2008, S. 207–208). Der ständige Informationszugang wird dadurch begünstigt, dass sich das Smartphone zum wichtigsten Medium für den Internetzugang entwickelt hat und 2016 erstmals den Laptop überholte. 57% der Bevölkerung nutzen das Internet unterwegs und können so jederzeit auf alle Informationen des World Wide Webs zugreifen (vgl. ARD/ZDF-Medienkommission, 2016, S. 4).

Während anfangs das Internet für die Informationsbeschaffung eher passiv genutzt wurde, entstand mit den sozialen Netzwerken, dem Web 2.0, eine aktive Nutzung, mit dem Wunsch der Kreation eigener Inhalte und der Vernetzung (vgl. Deloitte, 2015, S. 6; Klaffke, 2014b, S. 60; Tapscott, 2009, S. 53). „Internet – das sind wir alle“ (Riederle, 2013, S. 24) proklamiert Philipp Riederle und betont, dass heute jeder etwas publizieren, kommunizieren und Menschen auf der ganzen Welt erreichen kann (vgl. Riederle, 2013, S. 24). In der formativen Phase der Millennials wurde das soziale Netzwerk Facebook populär (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 24–26) und hat der sozialen Vernetzung eine ganz neue Bedeutung gegeben. Der ständige aktive Austausch von Erfahrungen und Meinungen ist eine wesentliche Funktion der online Netzwerke (vgl. Klaffke & Parment, 2011, S. 14–15). Auch Twitter, Instagram und WhatsApp gehören zum Alltag dieser Generation (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 147). Während in der Generation Y 73% das Internet vor allem für soziale Netzwerke nutzen, sind es im Rest der Bevölkerung nur 56% (vgl. YouGov, 2017, S. 7). 34% der Bevölkerung nutzen regelmäßig Facebook und 9% regelmäßig Instagram, die beiden bedeutendsten sozialen Netzwerke. Unter den Millennials nutzen hingegen 27% mindestens wöchentlich Instagram (vgl. ARD/ZDF-Medienkommission, 2016, S. 7). Persönliche Netzwerke haben sich stark ausgedehnt. Die Kommunikation geht weit über Ländergrenzen und Kulturkreise hinaus (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 160). Online pflegt man jedoch auch seine lokalen Netzwerke. Die Möglichkeiten der Inszenierung sind dabei groß. Man kann sich so präsentieren, wie man gerne gesehen werden möchte (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 153). 81% glauben, dass sich die Online- und Offline-Persönlichkeiten von Menschen unterscheiden (vgl. Cisco, 2012). Da man selbst entscheidet, was online sichtbar ist, kann man ein ideales Selbstbild zeichnen. Durch Bilder, Kommentare, Videos und Likes wird die umfassende Selbstdarstellung ermöglicht. Man kann darüber hinaus Bestätigung und Feedback von der Community erhalten (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 154). „Likes“ sind die neue

Währung und die Anzahl der Freunde oder Follower haben einen hohen Stellenwert erlangt (vgl. Fintz, 2014, S. 23).

Exkurs: Snapchat

Snapchat gehört ebenfalls zu den sozialen Medien und ist besonders interessant, da Snapchat nur in der Generation nach der Generation Y, also in der Generation Z, populär geworden ist. So liegt die Snapchat-Nutzung in Deutschland bei 5%, bei den Millennials bei 9% und bei älteren Menschen fast bei 0%. In der Generation Z hingegen nutzen 49% diesen Anbieter regelmäßig (vgl. ARD/ZDF-Medienkommission, 2016, S. 7), sodass man Snapchat eindeutig als wichtige Technologie der nächsten Generation bezeichnen kann, die für die Digital Natives praktisch keine Bedeutung hat.

Das Fernsehen verliert währenddessen an Bedeutung, da man auch online Videos und Filme immer und überall schauen kann, ohne sich nach einem starren Programm mit festen Uhrzeiten richten zu müssen (vgl. Bund, 2014, S. 24; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 150; Riederle, 2013, S. 10–12; Tapscott, 2009, S. 44). Millennials schauen nur halb so viel fern wie die Gesamtbevölkerung (124 zu 245 Minuten/Tag), dafür verbringen sie zumindest einen Teil dieser eingesparten Zeit mit Videos im Internet. Hier ist die Nutzung deutlich höher als in der Gesamtbevölkerung (23 zu 7 Min/Tag) (vgl. ARD/ZDF-Medienkommission, 2016, S. 6). Video on demand, von Anbietern wie Netflix, entspricht den Anforderungen der neuen Generation, sodass der Wandel vom linearen Fernsehen zu Video on demand vor allem von Millennials getragen wird (vgl. Duffy et al., 2017, S. 94). In den Fällen, in denen Millennials fernschauen, kommt hinzu, dass viele nebenbei anderen Tätigkeiten nachgehen und das Fernsehprogramm eher im Hintergrund laufen lassen, anstatt aufmerksam zuzuschauen (vgl. Tapscott, 2009, S. 20). Die Generation hat ein völlig anderes Medienkonsumverhalten als die Babyboomer im gleichen Alter. Während früher geschaut wurde, was im Fernsehen lief, gelesen wurde, was in der Zeitung stand und gehört wurde, was im Radio lief, ist man heute im Internet interaktiv unterwegs und hat selbst die Kontrolle darüber, was man genau konsumieren will. Man erstellt sich z. B. seine eigene Musikplaylist aus einer umfangreichen Auswahl an Liedern (Tapscott, 2009, S. 21, 41–42).

Den neuen Technologien ist es zu verdanken, dass in der Gesellschaft eine hohe Transparenz und viele Wahlmöglichkeiten zur Norm wurden (vgl. Klaffke, 2014a, S.

13; Klaffke & Parment, 2011, S. 10–11; Parment, 2009, S. 39). Die verfügbaren Produkte haben eine unüberschaubare Menge angenommen. Dies betrifft jegliche Bereiche, von neuen Technologien bis hin zu touristischen Produkten (vgl. Ewinger et al., 2016, S. 13–14; Tapscott, 2009, S. 76–77). Zum einen ist die Anzahl verfügbarer Produkte gestiegen und zum anderen zusätzlich die Wahrnehmung dieser Alternativen. Immer mehr Fernsehkanäle und Internetseiten (vgl. Parment, 2009, S. 39–40) haben dazu geführt, dass die verfügbare Informationsmenge drastisch angestiegen ist (vgl. Klaffke & Parment, 2011, S. 10–11; Parment, 2009, S. 41). Preise und Leistungen von Produkten lassen sich nun einfach recherchieren und vergleichen, sodass die Informationskosten der Nachfrager gering sind (vgl. Klaffke & Parment, 2011, S. 10–11; Parment, 2009, S. 45–46). Diese Transparenz fördert den Wettbewerb zwischen Unternehmen und sorgt für eine abnehmende Loyalität der Kunden (vgl. Klaffke & Parment, 2011, S. 10–11). Die Macht der Konsumenten ist enorm gestiegen. Eine mangelhafte Leistung, die auf Facebook öffentlich geschildert wird, erhält eine immense Aufmerksamkeit und daher auch eine schnelle Reaktion des verantwortlichen Unternehmens (vgl. Mangelsdorf, 2014, S. 29–30). Wichtig sind auch Bewertungsportale, die den Kunden erlauben ihre Erfahrungen online zu teilen. Dies gibt den Verbrauchern ebenfalls viel Macht gegenüber den Unternehmen (vgl. Klaffke & Parment, 2011, S. 10–11).

Auch Videospiele haben zunehmend an Bedeutung gewonnen. Autorennen, Fußballspiele und Kämpfe finden häufig nur in der digitalen Welt statt (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 163). Online-Spiele sind darüber hinaus ein guter Indikator dafür, dass die Generation globaler ist. Spieler aus der ganzen Welt spielen online zusammen bzw. vielmehr gegeneinander (vgl. Palfrey & Gasser, 2008, S. 29).

Die Generation Y ist dank der Digitalisierung die erste wirklich globale Generation (vgl. Howe & Strauss, 2000, S. 16; Mangelsdorf, 2014, S. 30; Tapscott, 2009, S. 23). Das Internet hat die bewusste Wahrnehmung globaler Ereignisse und Nachrichten verstärkt (vgl. Cone Inc., 2006, S. 3) und durch die zusätzlich starke Vernetzung werden sich Generationen aus verschiedenen Ländern immer ähnlicher (vgl. Bund, 2014, S. 38, 180; Tapscott, 2009, S. 27).

Zusammenfassend ist zu erkennen, dass neue Technologien und die Digitalisierung vor allem auf die Generation Y einen wirklich prägenden Einfluss hatten. Die 68er nutzen die Medien mehr für sich als dass sie selbst davon beeinflusst wurden. Für die Babyboomer spielte der Fernseher eine große Rolle, dieser veränderte jedoch noch nicht grundlegend alle Lebensbereiche. Für diese Arbeit ist besonders die Digitalisierung bedeutsam. Millennials haben durch ihre ausgeprägte Nutzung der digitalen Medien einen anderen Zugang zu Reiseinformationen und –buchungsmöglichkeiten. Dies kann nicht nur den Prozess der Reiseentscheidung und –buchung verändern, sondern auch das Reiseverhalten selbst – wie z. B. die Wahl der Unterkunft.

Tab. 3: Technologische Entwicklungen während der formativen Phasen der Generationen (eigene Darstellung).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
<ul style="list-style-type: none"> - Verbreitung des Fernsehers - Einführung des Farbfernsehers - Schallplatten - Studentenbewegung nutzt gezielt Massenmedien - Proteste erhalten als Medienereignisse große Aufmerksamkeit 	<ul style="list-style-type: none"> - Fernseher entwickelt sich vom Prestigeobjekt zum Gebrauchsgegenstand - Fernseher hat hohen Stellenwert - Radio - Schallplatten - Kassetten 	<ul style="list-style-type: none"> - Medienrevolution - PCs lösen Fernseher als Leitmedium ab - schnelle Entwicklung der Informationstechnologien - Videorekorder - Walkman - CDs 	<ul style="list-style-type: none"> - Digitalisierung als definierendes Merkmal der Generation - Digital Natives - Anstieg der Internetnutzung - Internet als integraler Bestandteil des Lebens/der Freizeit - ständige Vernetztheit mit Freunden - Abhängigkeit von internetfähigen Geräten - breite Wissensbasis jederzeit mobil verfügbar - Verbreitung sozialer Medien - soziale Medien ermöglichen Kreation und Publikation eigener Inhalte - Selbstinszenierung - Video on demand ersetzt lineares Fernsehen - neue Technologien sorgen für hohe Transparenz und Wahlmöglichkeiten - Digitalisierung macht Millennials zu einer globalen Generation

3.2.4 Wirtschaft und Gesellschaft

Bei der Generationenanalyse ist es unerlässlich sich auch die politischen und ökonomischen Rahmenbedingungen anzusehen, die die Sichtweise einer Kohorte geprägt haben (vgl. Foley, 1999). Im Fall dieser Arbeit werden die wirtschaftlichen und auch gesellschaftlichen Geschehnisse und Rahmenbedingungen betrachtet, die ab der formativen Phase der 68er, also ab der Mitte der 1950er Jahre, in Deutschland prägend waren. Gerade in diesem Kapitel kann nur ein sehr grober Überblick über die Entwicklungen in der Bundesrepublik gegeben werden, um nicht den Rahmen der Arbeit zu sprengen. Die DDR wird nur aus der westlichen Perspektive in die Ausführungen aufgenommen. Insgesamt wird sich auf die Ereignisse und Themen konzentriert, die besonders für die Generationenprägung relevant gewesen sein sollen.

68er

Kriege haben eine besonders große, vielleicht sogar die größte Bedeutung für die Prägung einer Generation. Die 68er und die folgenden drei Generationen haben jedoch keine Kriegserfahrungen mehr gemacht (vgl. Gardiner et al., 2012, S. 319; Scott & Zac, 1993, S. 322). Zwar wurden die ältesten 68er noch zur Zeit des Kriegs geboren, eine bewusste Wahrnehmung erfolgte jedoch aufgrund des sehr jungen Alters noch nicht. Einen Einfluss hatte der Krieg nur indirekt über die besonderen Rahmenbedingungen in der frühen Kindheit, auf die bereits eingegangen wurde (vgl. hierzu Kapitel 3.2.1). Die bewusste Wahrnehmung des Kriegs durch die Vorgängergeneration der 68er hat vielmehr dafür gesorgt, dass zwischen diesen beiden Generationen eine klare Abgrenzung möglich ist (vgl. Busche, 2007, S. 197).

Das wesentliche „Ereignis“, das die Gesellschaft während der prägenden Phase der 68er bestimmt hat, war das „Wirtschaftswunder“ der 1950er Jahre, das auf die Wiederaufbaubemühungen der Politik und den Nachkriegsboom der Weltwirtschaft zurückzuführen ist (vgl. Bude, 1995, S. 76; Kimmel, 1998, S. 157; Oertel, 2014, S. 31). Die Jahre 1949 bis 1966 waren durch ein kontinuierliches Wirtschaftswachstum gekennzeichnet (vgl. Bude, 1995, S. 76). Der Wohlstand in der Bevölkerung nahm wenige Jahre nach dem Krieg kontinuierlich zu, was sich durch Vollbeschäftigung, Lohnsteigerungen und den Aufbau einer Vielzahl sozialstaatlicher Funktionen manifestierte (vgl. Grunert & Krüger, 2011, S. 222; Klaffke & Parment, 2011, S. 8; Oertel, 2014, S. 31). Beispiels-

weise sollte die Rente nicht mehr nur das Überleben sichern, sondern die Erhaltung des Lebensstandards ermöglichen (vgl. Bude, 1995, S. 80). Hier spielte für die 68er vor allem die Umbrucherfahrung eine wichtige Rolle (vgl. Busche, 2007, S. 31–32). Die 68er erlebten in Bezug auf die Konsumwelt den harten Bruch zwischen den Entbehrungen nach dem Krieg und dem Wirtschaftswunder Deutschlands (vgl. Zimmermann, 1995, S. 119). Bis ca. 1960 wurden Güter produziert, um den Mangelbedarf zu decken. Danach folgte ein Wohlstandsdenken und eine Überflussproduktion, die zu Konsumdruck und einem hohen Konsumniveau führten (vgl. Büchner, 1995, S. 199; Rolff, 1995, S. 165). Die Produktion und der Konsum zur Zeit des Wirtschaftswunders bestanden vorrangig aus Investitions- bzw. Prestigegütern wie Häuser, Autos, Waschmaschinen und Möbel (vgl. Kimmel, 1998, S. 157; Parment, 2009, S. 21–22). Auch Reisen galt als Investition, da man dabei andere Kulturen, Menschen und Lebensweisen kennenlernt (vgl. Parment, 2009, S. 21–22). Nachdem in den 1960ern dann die meisten Güter beschafft worden waren, stand, anstatt zu sparen, der weitere Konsum im Vordergrund. Um der Bevölkerung dafür ausreichend Zeit und Geld zur Verfügung zu stellen, wurden Arbeitszeitverkürzungen, eine steigende Erwerbstätigkeit von Frauen und Lohnerhöhungen bis in die 1970er Jahre hinein realisiert (vgl. Preuss-Lausitz et al., 1995, S. 17). Es herrschte eine hohe Arbeitsmotivation verbunden mit einem ausgeprägten individuellen Leistungsdenken (vgl. Kimmel, 1998, S. 157). Konjunkturell war 1966/1967 schon wieder ein Abschwung zu erkennen. Die Staatsausgaben konnten durch die Einnahmen nicht mehr gedeckt werden (vgl. Bude, 1995, S. 76).

Deutschland wurde, unter der langen Kanzlerschaft von Konrad Adenauer, demokratisch und im Rahmen der Ost- bzw. Westintegration wurde das Land auf wirtschaftlicher und politischer Ebene internationaler (vgl. Oertel, 2014, S. 31; Preuss-Lausitz et al., 1995, S. 18). Im Gegensatz zu dieser Öffnung stand der Bau der Mauer 1961, der nun auch physisch das Land teilte und u. a. den Strom qualifizierter Menschen aus dem Osten in den Westen verhindern sollte (vgl. Busche, 2007, S. 72; Oertel, 2014, S. 31). Der Westen war gekennzeichnet durch eine anti-kommunistische Haltung, die u. a. durch den Mauerbau und der damit einhergehenden Abgrenzung vom kommunistischen Osten und den ungarischen Volksaufstand 1956 geprägt wurde (vgl. Preuss-Lausitz et al., 1995, S. 16). Politisch war 1966 interessant, da durch die große Koalition aus CDU und SPD eine handlungsfähige Opposition praktisch nicht mehr

existierte (vgl. Hölscher, 1999, S. 51; Kimmel, 1998, S. 184). In der Opposition befand sich nur noch die FDP und somit keine Partei links von der Mitte (vgl. Busche, 2007, S. 19–20). Die derzeitige politische Situation führte auf der einen Seite zur Entstehung der Außerparlamentarischen Opposition (APO) (vgl. Bude, 1995, S. 77) und ermöglichte auf der anderen Seite den Beschluss der Notstandsgesetzgebung 1968 (vgl. Hölscher, 1999, S. 55). Ein weiterer wichtiger politischer, aber auch kultureller und gesellschaftlicher Wendepunkt war der Machtwechsel 1969, wobei erstmals in der neuen Bundesrepublik eine sozialliberale Koalition an die Macht kam (vgl. Bude, 1995, S. 77).

Ein wichtiges Ereignis war auch der Tod des Studenten Benno Ohnesorg, der 1967 während einer Demonstration von der Polizei erschossen wurde (vgl. Busche, 2007, S. 15–16; Hölscher, 1999, S. 56). Auch der Anschlag auf Rudi Dutschke 1968 (vgl. Hölscher, 1999, S. 56) und die Ermordung des amerikanischen Präsidenten John F. Kennedy 1963 (vgl. Busche, 2007, S. 30) zählen zu den prägenden Ereignissen dieser Generation.

In der Arbeitswelt gab es nun zunehmend mehr Beschäftigte im Dienstleistungssektor, wobei auch die Beliebtheit von Städten gegenüber dem Leben auf dem Land deutlich zunahm. Neue Mittelschichten wurden gestärkt, die sich auf den sozialen Aufstieg, technischen Fortschritt und Wachstum fokussierten. Anständigkeit und Schweigen waren gleichzeitig weiterhin definitiv für das damalige gesellschaftliche Leben. Es wurde Konformismus gefordert und jede Abweichung davon geahndet (vgl. Preuss-Lausitz et al., 1995, S. 17).

Ebenfalls ein Kennzeichen der Gesellschaft der 1950er Jahre war der Pro-Amerikanismus. Neben der allgemeinen Westorientierung war die amerikanische Kultur ein begehrtes Import-Produkt junger Erwachsener, um der konformistischen Enge Deutschlands zu entfliehen. Die Einstellung zu Amerika veränderte sich dann jedoch durch ein weiteres prägendes Ereignis der 68er – den Vietnamkrieg (vgl. Busche, 2007, S. 95; Kimmel, 1998, S. 184; Klimke, 2007, S. 128; Preuss-Lausitz et al., 1995, S. 16–17). Mit ebenfalls nennenswertem Einfluss ist auch der 1946 beginnende Kalte Krieg und die ständige nukleare Bedrohung, die von ihm ausging, zu nennen. Diese Situation

betraff auch noch die zwei folgenden Generationen (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 19–20; Preuss-Lausitz et al., 1995, S. 16).

Der Auschwitz-Prozess, der 1963 begann, lenkte die Aufmerksamkeit wieder verstärkt auf die Verbrechen der NS-Zeit und die Tatsache, dass in der Justiz und an den Universitäten nur wenige personelle Veränderungen mit dem Machtwechsel stattgefunden hatten (vgl. Busche, 2007, S. 94–95).

Ein weiteres konkretes Ereignis, das die ganze Welt wahrnahm und besonders den 68ern in Erinnerung geblieben ist, war die erfolgreiche Mondlandung der Amerikaner im Jahr 1969 (vgl. Busche, 2007, S. 26; Scott & Zac, 1993, S. 323; Strauss & Howe, 1991, S. 69).

Babyboomer

Die Babyboomer erlebten das Ende des Wirtschaftswunders und die ersten staatlichen Haushaltsprobleme (vgl. Oertel, 2014, S. 32–33). Eine wirtschaftliche Stagnation begann (vgl. Klaffke, 2014a, S. 12). Scheidungen nahmen zu und die 68er-Bewegung erfuhr große mediale Aufmerksamkeit (vgl. hierzu Kapitel 3.2.3 und 3.3.1). Mit den 68ern begannen u. a. die Debatte um mehr Gleichberechtigung, eine Abwendung vom schweigenden Konformismus sowie der Terror der RAF bis zum Deutschen Herbst 1977 (vgl. Klaffke, 2014a, S. 12; Oertel, 2014, S. 32–33; Preuss-Lausitz et al., 1995, S. 18, 20). Langsam war eine Lockerung der Moralvorstellungen und eine Pluralisierung der Lebensformen zu verzeichnen (vgl. Oertel, 2014, S. 32–33).

Im Zusammenhang mit der Ölkrise 1973, die das Ende günstiger Energie kennzeichnete (vgl. Bude, 1995, S. 78; Klaffke, 2014a, S. 12; Oertel, 2014, S. 32–33; Preuss-Lausitz et al., 1995, S. 19; Schütze & Geulen, 1995, S. 42), wurden sowohl erste Einbrüche in der Konjunktur und auf dem Arbeitsmarkt als auch inflationäre Tendenzen sichtbar, da zumindest der binnenwirtschaftliche Markt eine Sättigung erreicht hatte (vgl. Bude, 1995, S. 78; Oertel, 2014, S. 32–33; Preuss-Lausitz et al., 1995, S. 19). Der erste Smogalarm kam Ende der 1970er Jahre und beide deutsche Staaten traten 1973 der UNO bei (vgl. Oertel, 2014, S. 32–33). Eine angespannte weltpolitische Lage und Umweltprobleme dominierten die Wahrnehmung der Gesellschaft. Hinsichtlich der Umweltprobleme standen vor allem das Ozonloch, das Arten- und Waldsterben sowie

die Atomkraft im Vordergrund (vgl. Oertel, 2014, S. 32–33; Schütze & Geulen, 1995, S. 42).

Als die Babyboomer anfangen sich dem Arbeitsmarkt zuzuwenden, waren die Möglichkeiten schon deutlich eingeschränkter als bei ihren Vorgängern. Mitte der 1970er Jahre wurden verstärkt Jugend- und Dauerarbeitslosigkeit zum Thema (vgl. Oertel, 2014, S. 32–33; Preuss-Lausitz et al., 1995, S. 19, 24; Schütze & Geulen, 1995, S. 42). Jobs waren für die große Kohorte knapp, da zum einen langsamer neue Stellen geschaffen wurden als noch zur Zeit des Wiederaufbaus und zum anderen die 68er einen großen Teil der Stellen gerade erst besetzt hatten (vgl. Bude, 1995, S. 29). Auf die wirtschaftliche Rezession wurde mit einem Abbau von Sozialleistungen und einer Senkung des Reallohns reagiert (vgl. Preuss-Lausitz et al., 1995, S. 19). Die Bevölkerung wandte sich wieder dem privaten Bereich und dem eigenen Wohl zu (vgl. Bude, 1995, S. 68). Auch wenn nach der Wirtschaftskrise 1974/75 ein erneuter Aufschwung folgte, blieb die Arbeitslosigkeit zunächst als Problem bestehen. Gerade durch neue Technologien waren Arbeitsplätze weiterhin bedroht (vgl. Zimmermann, 1995, S. 122).

Generation X

Der Mauerfall und damit das Ende der DDR waren eindeutig das prägendste Ereignis der Generation X (vgl. Gardiner et al., 2012, S. 314; Klaffke, 2014a, S. 12–13; Klein, 2003, S. 105; Leggewie, 1995, S. 65; Oertel, 2007, S. 196). Nach einem kurzen wirtschaftlichen Aufschwung nach der Wende folgte eine Konjunkturkrise. Die neuen Bundesländer konnten sich nicht so schnell dem Westen anpassen, wie es erhofft worden war. Soziale Probleme manifestierten sich in Rechtsradikalismus, wachsender Arbeitslosigkeit und der Asylantendebatte (vgl. Klaffke, 2014a, S. 12–13; Oertel, 2014, S. 45–48). Dennoch war die Politik von einer sehr beständigen schwarz-gelben Koalition geprägt. Helmut Kohl regierte während der gesamten formativen Phase der Generation (vgl. Pfeil, 2017, S. 67–68).

Ein großes Thema der Generation X war die Umweltproblematik. Tschernobyl, als besonders prägendes Ereignis und Symbol der Entsicherung der Welt (vgl. Klaffke, 2014a, S. 12–13; Leggewie, 1995, S. 182, 184; Oertel, 2007, S. 196), trat neben dem bereits genannten Wald- und Artensterben und dem Ozonloch ins Bewusstsein dieser Generation. Die Umweltproblematik gewann auch dadurch an Aufmerksamkeit, dass

nun im Alltag mehr von Umweltschutzbemühungen zu spüren war. Autos bekamen Katalysatoren, Toiletten bekamen Wasserspartasten und Plastikmüll einen gelben Sack (vgl. Oertel, 2014, S. 45–48). Ein prägendes Ereignis, bei dem auch die massive Umweltzerstörung eine Rolle spielte, war der zweite Golfkrieg⁵ 1990/1991, der zum Tod tausender Zivilisten führte (vgl. Leggewie, 1995, S. 233–234).

Der verstärkten Thematisierung und Verbreitung von AIDS wird ebenfalls ein prägender Einfluss zugeschrieben (vgl. Foley, 1999; Oertel, 2014, S. 45–48).

Zuletzt war auch das Platzen der Dotcom-Blase am Anfang des neuen Jahrtausends von großer Bedeutung (vgl. Klaffke, 2014a, S. 12–13; Oertel, 2014, S. 45–48). Theoretisch kann dieses Ereignis auch den Millennials zugeordnet werden. Da jedoch Anlagevermögen und Aktien in der frühen prägenden Phase bzw. vor dem Erwerbsbeginn noch keine große Rolle spielen, traf das Ereignis vor allem die Generation X (vgl. Fintz, 2014, S. 14; Oertel, 2014, S. 45–48).

Generation Y

Zweifellos war der Terroranschlag vom 11. September 2001 ein prägendes Ereignis der Millennials (vgl. Cone Inc., 2006, S. 2; Fintz, 2014, S. 16; Gardiner et al., 2012, S. 314; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 8, 177). So wird die Generation u. a. auch als „Generation 9/11“ bezeichnet (vgl. Bund, 2014, S. 41). Edmunds und Turner sehen in diesem Anschlag sogar ein Ereignis, das zur Konstitution einer globalen Generation beitragen kann (vgl. Edmunds & Turner, 2005, S. 570–571). Der Beginn der formativen Phase der Millennials war von Terrorismus, politischen Umbrüchen, Kriegen (vor allem gegen den Terrorismus) und Natur- und Umweltkatastrophen (u. a. Fukushima) in der ganzen Welt gekennzeichnet. Entgegen dieser Entwicklungen zeigten sich wirtschaftliche, soziale und politische Stabilität innerhalb des eigenen Landes (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 8, 177; Oertel, 2014, S. 45–48), verkörpert in erster Linie durch Angela Merkel als Bundeskanzlerin (vgl. Pfeil, 2017, S. 69). Zwar konnte die Konjunktorentwicklung in Deutschland positiv bewertet werden, Themen wie Hartz IV, Afghanistankonflikt, Eurorettungsschirm und Energiewende sind jedoch dank der

⁵ Der Name „Generation Golf“ bezieht sich jedoch auf das gleichnamige Auto und nicht den Krieg.

Medien nicht an der Bevölkerung vorbeigegangen (vgl. Oertel, 2014, S. 45–48). Die Erderwärmung und weitere ökologische Probleme sind bereits sichtbar gewesen (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 204). Unsicherheit ist in Anbetracht der Lage zu einem verbreiteten Gefühl geworden (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 8; Klaffke, 2014a, S. 13; Oertel, 2014, S. 45–48). Diese hatte auch dazu geführt, dass Sicherheit zu einem großen Thema wurde. Nicht nur im Flugverkehr wurden nach dem 11. September die Sicherheitsvorkehrungen massiv verschärft (vgl. Wilks & Pendergast, 2010, S. 109) auch im privaten Leben wurde mehr Wert auf Sicherheit gelegt (z. B. wurden Sicherheitsgurte im Auto und die ständige Aufsicht von Kindern obligatorisch) (vgl. Wilks & Pendergast, 2010, S. 111).

Auch die Finanz- und Wirtschaftskrise 2007 bis 2009 prägte die Generation und verstärkte das Gefühl der Unsicherheit (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 8). Durch die anschließende Bankenrettung waren die Staatsschulden in eine unvorstellbare Höhe gestiegen (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 204). Zinsen für die Anlage von Geld und eine sichere Rente (vgl. hierzu Kapitel 2.2.2) schienen für diese Generation Phänomene der Vergangenheit zu sein (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 8; Oertel, 2014, S. 45–48). Die größte Sorge der Generation war die schlechte Wirtschaftslage/steigende Armut (72%), dicht gefolgt von der Angst den Arbeitsplatz zu verlieren oder keinen zu finden (69%) (vgl. Gensicke, 2006b, S. 171). Trotz aller Krisen und einem geringen wirtschaftlichen Wachstum, waren Familien nie wohlhabender als zur formativen Phase der Millennials (vgl. Braun & Pfeiffer, 2012, S. 74; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 194).

Jedoch sind die Mieten gestiegen und haben sozialversicherte Vollzeitjobs für Berufseinsteiger abgenommen (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 8). Die Generation hat hohe Arbeitslosenquoten erlebt, die dazu führten, dass Minijobs, Leiharbeit, Teilzeitjobs und befristete Arbeitsverhältnisse eine weite Verbreitung erfuhren (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 49, 63; Kecskes, 2012, S. 8). Während damit die Aussichten auf eine kontinuierliche Erwerbsbiographie gering waren, sind die Flexibilitätsanforderungen des Arbeitsmarktes gestiegen (vgl. Kecskes, 2012, S. 8). Dennoch gab es auch einen Fachkräftemangel, der gut ausgebildeten Mitgliedern der Generation eine komfortable Situation am Arbeitsmarkt verschaffte (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 14).

Prägend war auch die Individualisierung, manifestiert in einer Vielzahl neuer Lebensentwürfe (vgl. Oertel, 2014, S. 45–48). Die Rolle des Staates hat abgenommen und der Individualismus wurde zur wesentlichen Rahmenbedingung für die Generation Y. Die Persönlichkeit des Einzelnen und seine individuelle Tatkraft standen nun im Vordergrund (vgl. Parment, 2009, S. 42). Die Wahlmöglichkeiten bei Berufen und Lebensformen erweiterten sich sehr schnell (vgl. Kecskes, 2012, S. 18–19) und Traditionen verloren an Bedeutung (vgl. Oertel, 2014, S. 45–48). Schon seit dem Beginn der 1980er Jahre wurden tradierte Formen der Erwerbs- und Lebenslaufbiographien aufgebrochen, sodass auch schon die Generation X von dem Umbruch vom Kollektivismus zum Individualismus betroffen war (vgl. Bund, 2014, S. 103; Kecskes, 2012, S. 18).

Die Wahlmöglichkeiten stiegen vor allem auch aufgrund der Globalisierung, die die Generation geprägt hat. Die Wirtschaft war bereits weltweit eng verflochten, wodurch die Welt kleiner erschien. Grenzen ließen sich leichter überwinden (vgl. Ewinger et al., 2016, S. 15–16). Die Auslandserfahrung der Generation ist groß. Man spricht selbstverständlich Englisch (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 177). Fast alle Lebensbereiche wie Schule, Studium, Arbeit und Freizeit wurden internationaler. Vor allem dem Fortschritt in der Technologie sind diese Entwicklungen zu verdanken (vgl. hierzu Kapitel 3.2.3). Die „Weltperspektive“ war für Millennials schon selbstverständlich und ergänzte oder konterkarierte die Kultur des eigenen Landes während der Identitätsbildung (vgl. Lüscher & Liegle, 2003, S. 105).

Es gab bereits ein Überangebot an Konsumgütern (vgl. Parment, 2009, S. 45–46). In Folge der Ausweitung des internationalen Handels und des Auftretens internationaler Niedrigpreis-Anbieter stieg die Anzahl an Preis-, Leistungs- und Qualitätsalternativen enorm (vgl. Klaffke & Parment, 2011, S. 10–11). Immaterielle Faktoren, wie Werte, Kultur und Marke, wurden für Unternehmen und den Erfolg ihrer Produkte immer wichtiger (vgl. Parment, 2009, S. 51). Die gesellschaftliche Akzeptanz, Geld auch für emotionale Produkte auszugeben, war gestiegen (vgl. Parment, 2009, S. 56).

Das namensgebende Ereignis der Millennials, das Millennium, das in die formative Phase der Generation fällt, kann tatsächlich nicht als ein Ereignis mit Prägekraft

eingestuft werden. Diese markante Veränderung des Datums wird von kaum jemandem als prägend angesehen (vgl. Oertel, 2007, S. 195).

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der Wohlstand der Gesellschaft mit den Generationen zunehmend angestiegen ist, jedoch nicht alle Generationen gleichermaßen diesen Anstieg wahrgenommen haben. Die 68er haben den stärksten Umbruch nach dem Krieg erfahren, während Millennials vergleichsweise wohlhabend aufgewachsen sind, jedoch keinen vergleichbaren Wohlstandsanstieg mehr erlebten. Ähnliches gilt für die Politik und Gesellschaft hinsichtlich des Wandels von rechts nach links. Die Abwendung von autoritären Strukturen wurde vor allem von den 68ern und Babyboomern erlebt bzw. selbst herbeigeführt. Die Generation X und die Generation Y wuchsen in eine liberalere und individualisiertere Gesellschaft hinein und erlebten diesbezüglich keinen großen Umbruch in ihrer formativen Phase. Vielmehr spielten zunehmend Krisen, die besonders durch Umweltprobleme verursacht wurden, eine Rolle. Für diese Arbeit sind die genannten Entwicklungen gleich doppelt relevant. Zum einen können sie zur Erklärung der Eigenschaften und des Reiseverhaltens der Generationen beitragen. Gleichzeitig können die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklungen unmittelbar den Wandel des Reiseverhaltens erklären. In Kapitel 4.4 wird gezielt auf die Faktoren eingegangen, die im Zeitverlauf Einfluss auf das Reiseverhalten hatten und sich bei der anschließenden Analyse im Periodeneffekt widerspiegeln.

Tab. 4: Wirtschaft und Gesellschaft während der formativen Phasen der Generationen (eigene Darstellung).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
<ul style="list-style-type: none"> - Umbruch von der Nachkriegszeit zum Wirtschaftswunder - Deutschland wird internationaler - Bau der Mauer (1961) - große Koalition (1966) - Entstehung der APO - Notstandsgesetzgebung (1968) - Tod von Benno 	<ul style="list-style-type: none"> - wirtschaftliche Stagnation - 68er-Bewegung - Terror der RAF - Lockerung der Moralvorstellungen - Pluralisierung der Lebensformen - Ölkrise (1973) - Einbrüche in der Konjunktur/ 	<ul style="list-style-type: none"> - Mauerfall - Konjunkturkrise - soziale Probleme - Helmut Kohl - Umweltproblematik (Tschernobyl) - zweiter Golfkrieg (1990/1991) 	<ul style="list-style-type: none"> - Terrorismus (9/11) - Natur- und Umweltkatastrophen - wirtschaftliche, soziale und politische Stabilität - Angela Merkel - ökologische Probleme - Unsicherheit - Finanz- und Wirtschaftskrise (2007 – 2009)

Ohnesorg (1967) - Anschlag auf Rudi Dutschke (1968) - Ermordung John F. Kennedys (1963) - mehr Beschäftigte im Dienstleistungssektor - Pro-Amerikanismus - Vietnamkrieg - Kalter Krieg - Auschwitz-Prozess - Mondlandung (1969)	auf dem Arbeitsmarkt - Smogalarm - angespannte weltpolitische Lage - Umweltprobleme - Jugend- und Dauerarbeitslosigkeit - Wirtschaftskrise (1974/75)	- AIDS - Platzen der Dotcom-Blase	- Zunahme unsicherer Arbeitsverhältnisse - hohe Flexibilitätsanforderungen des Arbeitsmarktes - Fachkräftemangel - Individualisierung - Anstieg der Wahlmöglichkeiten - Globalisierung - Überangebot an Konsumgütern
---	---	--------------------------------------	--

3.2.5 Kultur

Die Kultur ist ebenfalls von Bedeutung für die Prägung einer Generation. In diesem Fall ist der Einfluss jedoch nicht nur einseitig. Wie bereits in den Grundlagen zur Generationentheorie betont wurde, kann sich die junge Generation nicht nur Kultur aneignen, sondern auch selbst Kultur hervorbringen (vgl. Lüscher & Liegle, 2003, S. 97). Während die Generationen z. B. von Krisen oder Katastrophen eher einseitig geprägt wurden, ist die Kultur gleichzeitig auch als Ausdruck der Generationenunterschiede zu sehen.

68er

Die Kultur der 1950er Jahre war durch die ausgeprägte Amerikanisierung gekennzeichnet. Jeans, Petticoats, Lederjacken, Musikboxen, Coca Cola und besonders der Rock 'n' Roll kamen direkt aus Amerika nach Deutschland. Freiheit und Unabhängigkeit symbolisierten diese Massenkulturwaren für die damalige Jugend und wurden Bestandteil ihres Lebensstils (vgl. Zimmermann, 1995, S. 109). Auch der Pop zählte zu den Importprodukten. „Pop bedeutet die Bejahung des Gegebenen, die Lust am Vulgären und Trivialen und die Übernahme kommerzieller Einstellungen“ (Bude, 1995, S. 52). In die Kinos kamen neben den deutschen Heimatfilmen, die eine heile Welt mit schönen Landschaften und braven Kindern präsentierten, Westernfilme aus den USA mit John Wayne (vgl. Busche, 2007, S. 64–65; Fintz, 2014, S. 9–10). Auch Filme mit James Dean und Marlon Brando erreichten Kultstatus (vgl. Bude, 1995, S.

55–56). In der Kunst brachen Pop-Art (Andy Warhol, Roy Lichtenstein etc.) und sogenannte Happenings mit allem, was man vorher unter Kunst verstand (vgl. Bude, 1995, S. 36; Zimmermann, 1995, S. 119).

Neben den zahlreichen amerikanischen Künstlern begann die erfolgreichste Rockband der Geschichte ihre Karriere – die Beatles. Ihren ersten Nummer 1-Hit hatten sie im Jahr 1969 (vgl. Busche, 2007, S. 84–85; Zimmermann, 1995, S. 114). Insbesondere dem Rock kam eine befreiende Wirkung zu, die sich durch eine deutliche Abgrenzung zum etablierten Tanzverhalten und Kleidungsstil manifestierte (vgl. Zimmermann, 1995, S. 109–110). Hier vereinten sich Lebensfreude und Protest (vgl. Bude, 1995, S. 56). U. a. Elvis Presley und die Beatles sorgten für kreischende Jugendmassen in kollektiver Ekstase, die man vorher nicht gekannt hatte (vgl. Durrer, 2007, S. 161; Fintz, 2014, S. 9–10). Durch die Körpersprache einiger Interpreten und die Provokation, beispielsweise durch die langen Haare der Männer und die Sexualisierung des öffentlichen Lebens, die mit der Musik einherging, war der Rock ´n´ Roll ein Träger des Wandels der Lebensformen (vgl. Durrer, 2007, S. 162; Zimmermann, 1995, S. 110). Beispielsweise sorgte der Rock dafür, dass Schichtunterschiede abgebaut wurden, da auch junge Erwachsene der Mittel- und Oberschicht die Musik hörten, die anfangs, in den 1950er Jahren, noch der Arbeiterjugend vorbehalten war. Der Rock zeigt dadurch stellvertretend den enormen Kulturtransfer in den 1960er Jahren von unten nach oben. Auch der klare Unterschied zwischen den Geschlechtern wurde durch den Rock schon zu einem nennenswerten Teil abgebaut (vgl. Durrer, 2007, S. 171; Zimmermann, 1995, S. 113, 117), selbst wenn vorrangig männliche Künstler den Rock dominierten und Männlichkeit weiterhin als kulturelles Leitbild erhalten blieb (vgl. Zimmermann, 1995, S. 110).

Auch die Hippies zeigten eine neue kulturelle Richtung. Mit „flower power“ und vor allem ohne Gewalt wollten sie einen Gegenentwurf zur Wohlstandsgesellschaft leben. Jedoch wurde die Idee schnell kommerzialisiert, sodass die Hippie-Kultur zum zeitgemäßen Leitbild wurde, das dazu beitrug, Konsumgüter, wie Kleidung und Schallplatten, besser zu verkaufen (vgl. Zimmermann, 1995, S. 118).

Literarisch ging man seinen eigenen Weg, wobei der kulturelle Einfluss der Kirche abnahm. Während die Kirche weiterhin mitbestimmen wollte, welche Literatur gelesen

und welche Filme geschaut werden und wie das Sexualverhalten der Bevölkerung aussieht, wurden diese Vorgaben von den 68ern kaum noch akzeptiert (vgl. Busche, 2007, S. 80–82). Stattdessen widmeten sie sich ihrer selbstgewählten Lektüre, die der Suhrkamp-Kultur zugeordnet werden konnte. So wurden Philosophen wie Ernst Bloch und Herbert Marcuse populär (vgl. Busche, 2007, S. 83). Ganz vorne auf den Bücherlisten standen die Werke von Karl Marx, Walter Benjamin und Adorno (vgl. Busche, 2007, S. 83–84), auch Brecht war sehr beliebt (vgl. Busche, 2007, S. 84–85).

Babyboomer

Der deutsche Schlager brach dann in den 1970er Jahren weit weniger als der Rock 'n' Roll mit den althergebrachten Lebensformen (vgl. Zimmermann, 1995, S. 110). Er beinhaltete jedoch teilweise sogar Rockelemente, was damit zusammenhing, dass die Rockmusik mit der Zeit immer „glatter“ und kommerzieller wurde (vgl. Zimmermann, 1995, S. 121).

Daraufhin entstand wiederum der Punk, der sich gegen die Entwicklung der Rockmusik hin zum Mainstream richtete. Punk gab es vor allem live bei Konzerten mit aktivem Involvement der Zuschauer, wobei inhaltlich statt Lebenslust nun Zweifel und Zorn im Vordergrund standen. Die Texte schockierten genauso wie die Kleidung und Sprache der Zuhörer (vgl. Zimmermann, 1995, S. 123). In den 1970er und 1980er Jahren wurde diese Kultur zwar nicht von vielen gelebt, sie drückte dennoch ein Gefühl aus, das viele junge Erwachsene zur damaligen Zeit empfanden. Perspektivlosigkeit und Sinnkrisen in allen Schichten fanden im Punkrock ihren Ausdruck (vgl. Zimmermann, 1995, S. 124–125). Das Gleiche, was die Rockmusik erlebte, widerfuhr in den 1980ern auch dem Punk. Einige Elemente entwickelten sich zur Neuen Deutschen Welle mit Liedern wie „Deutschland, Deutschland, alles ist vorbei“ oder „Apokalypse“ und wurden so ebenfalls kommerzialisiert (vgl. Zimmermann, 1995, S. 125).

Generation X

Die bedeutende musikalische Richtung der Generation X war der Techno. Techno gab es vornehmlich in Clubs, in denen bürgerliche Moralvorstellungen keinen Platz hatten und in denen jeder völlig bedingungslos akzeptiert wurde. Man wollte spielerisch die eigenen Bedürfnisse ausleben (vgl. Böpple & Knüfer, 1998, S. 57). Statt miteinander zu tanzen und zu kommunizieren, tanzte man für sich alleine, gleichförmig und stets zum

DJ gerichtet (vgl. Leggewie, 1995, S. 149). Man war mit sich und der Welt im Reinen (vgl. Leggewie, 1995, S. 150). Die Love Parade stellte, als „Demonstration“, dieses Lebensgefühl der Generation öffentlich zur Schau. Statt auf politische Statements konzentrierte man sich auf den Spaß und den eigenen Körper (vgl. Böpple & Knüfer, 1998, S. 57; Illies, 2000, S. 165–166). Teilnehmer der Love Parade und anderer Straßenparaden, sog. „Raves“, waren auffällig gekleidet. Man trug Neonfarben, meist Sportsachen oder knappe Dessous und auch ausgefallene Kostüme, die z. B. von der Raumfahrt inspiriert waren (vgl. Leggewie, 1995, S. 11). Problematisch an der Technoszene war und ist ihr liberaler Umgang mit LSD und Ecstasy. Chemische Drogen gehörten in der Szene selbstverständlich dazu und sorgten neben der lauten Musik für den gewünschten Rauschzustand (vgl. Böpple & Knüfer, 1998, S. 69; Leggewie, 1995, S. 11, 149). Im Jahr 1993 war die beschlagnahmte Menge der genannten Substanzen enorm gestiegen (vgl. Böpple & Knüfer, 1998, S. 83). Die Techno-Party war eine Auszeit aus einem als langweilig empfundenen Leben ohne jegliche Extreme. So wurde zumindest das Wochenende nicht selten – dank Ecstasy das gesamte Wochenende – zu einem Ereignis, das den Körper und den Geist belebte (vgl. Böpple & Knüfer, 1998, S. 97–98). Dabei konzentrierte man sich nur auf sich selbst. Mit der Öffentlichkeit hat Techno, im Gegensatz zu Punk, nichts zu tun. Die Gesellschaft hatte von Punk eine konkrete Vorstellung. Techno war für die Öffentlichkeit und die Eltern der Generation deutlich weniger greifbar (vgl. Böpple & Knüfer, 1998, S. 82, 112–113). Techno und insbesondere die Love Parade, die zeigte, wie soziales Leben alternativ aussehen könnte, wurden von der Politik und der Gesellschaft nicht verstanden (vgl. Böpple & Knüfer, 1998, S. 167; Leggewie, 1995, S. 147).

Auch Grunge entwickelte sich Anfang der 1990er als Genre, mit seinem bekanntesten Vertreter Kurt Cobain, dem Frontsänger der Band Nirvana, und zeigte das teilweise depressive Lebensgefühl der Generation (vgl. Böpple & Knüfer, 1998, S. 51). Die Musik und das Auftreten der Musiker können als Antithese zur vorherigen Musik im Fernsehen betrachtet werden (vgl. Jablonski, 2002, S. 6). Spätestens seitdem sich Kurt Cobain im Jahr 1993 das Leben nahm, gilt er als Kultfigur der Generation X (vgl. Leggewie, 1995, S. 174), wobei allgemein die Idolbildung in der Generation im Vergleich zu ihren Vorgängern abgenommen hat (vgl. Leggewie, 1995, S. 175).

Generation Y

Die Generation Y und auch die jüngeren Mitglieder der Generation X wuchsen mit Popmusik auf. Prägend waren hierbei Boy- und Girlgroups, wie die Spice Girls, Take That und die Backstreet Boys (vgl. Fintz, 2014, S. 14). Die Musik war wenig rebellisch, brach nicht mit Konventionen und war eher harmonisch mit populären Liedern wie „As long as you love me“. Die Eltern hatten kein Problem mit der Musik ihrer Kinder und gingen teilweise sogar mit ihnen auf Konzerte. Die Stars bekamen wieder eine Idolfunktion (vgl. Howe & Strauss, 2000, S. 242). Da jede Musikergruppe aus möglichst unterschiedlichen Typen von Frauen respektive Männern bestand, konnte sich gefragt werden, mit wem man sich am ehesten identifizieren kann (vgl. Parment, 2009, S. 54–55). Oft waren die Gruppen und einzelne Künstler, die in den 1990er und 2000er Jahren berühmt wurden, das Produkt einer Casting-Show wie z. B. „Deutschland sucht den Superstar“ (vgl. Fintz, 2014, S. 14; Riederle, 2013, S. 113).

Literarisch wuchs die Generation mit Harry Potter auf (vgl. Howe & Strauss, 2000, S. 248). Fast jeder dieser Generation hat die Bücher-Reihe gelesen und die Filme gesehen.

Insgesamt spiegeln die kulturellen Unterschiede bereits deutlich die gesellschaftliche Entwicklung und gleichzeitig die Unterschiede zwischen den Generationen wider. In der Nachkriegszeit war zunächst der Rock ein Teil der Protestkultur der 68er-Bewegung (vgl. Durrer, 2007, S. 166). Zudem konnte der Rock dazu beitragen, dass sich die Generation, wie es Edmunds und Turner beschrieben haben (vgl. hierzu Kapitel 2.1.4), erstmals in verschiedenen Ländern vergleichbar entwickelte, da länderübergreifend ganz ähnliche Erfahrungen gemacht wurden (vgl. Durrer, 2007, S. 170). Die Babyboomer übten ebenfalls noch den Protest. Der Punk war die Antwort der „No-Future-Generation“ auf ihre Umwelt (vgl. Zimmermann, 1995, S. 124). Im Fall der Generation X wird dann hingegen von der „Post-Pop-Generation“ gesprochen, deren Musik keine Inhalte mehr transportiert, sondern nur noch eine leichte Unterhaltung sein muss, ohne echte Stars und Ikonen, intensive Gefühle und Formen des Protests. Man verhält sich konform, wobei sich weder der Idealismus noch der Hedonismus der Vorgänger in der neuen Kultur widerspiegeln (vgl. Leggewie, 1995, S. 143–144, 148, 150). Wenig rebellisch war danach auch die Musik der Millennials. Die Betrachtung der Kultur gibt somit bereits viele Hinweise darauf, wie sich Generationen in ihrem Verhalten voneinander unterscheiden.

Tab. 5: Kultur während der formativen Phasen der Generationen (eigene Darstellung).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
<ul style="list-style-type: none"> - Amerikanisierung - Pop - Heimatfilme - Westernfilme - Pop-Art und Happenings - Rock Musik (u. a. die Beatles und Elvis Presley) - Hippie-Kultur - Suhrkamp-Kultur 	<ul style="list-style-type: none"> - Schlager - Punk - Neue Deutsche Welle 	<ul style="list-style-type: none"> - Techno - "Raves" (u. a. die Love Parade) - Grunge - Kurt Cobain 	<ul style="list-style-type: none"> - Popmusik - Boy- und Girlgroups - Casting-Shows - Harry Potter

Betrachtet man alle Einflüsse in der formativen Phase werden in jedem Bereich deutliche Unterschiede sichtbar. Während die 68er zwar in der Familie, in der Ausbildung und in der Politik stark autoritäre und repressive Strukturen vorfanden, mussten sie sich jedoch wenig Sorgen um ihre berufliche Zukunft machen. Die Generation Y hingegen hatte ein sehr harmonisches Verhältnis zu den Eltern, sie musste sich jedoch im Bereich der Bildung und der Arbeitswelt neuen Herausforderungen und Krisen stellen. Daraus ergibt sich nun die Frage, wie sich diese zahlreichen Einflüsse auf die Merkmale und Verhaltensweisen der Generationen ausgewirkt haben.

3.3 Charakterisierung der Generationen

Nachdem bereits zahlreiche Einflüsse in der formativen Phase der vier Generationen dargestellt wurden und in diesem Kontext auch schon auf einige wichtige Merkmale der Generationen hingewiesen wurde, liegt im folgenden Abschnitt der Fokus auf den weiteren daraus resultierenden Eigenschaften der Generationen. Hier werden neben allgemeinen Eigenschaften und Wertvorstellungen die Generationen auch als Arbeitnehmer, Privatperson und Konsument betrachtet.

Die Basis der folgenden Ausführungen ist immer die deutsche Fachliteratur zu den Generationen, die durch die Ergebnisse aus anderen Ländern ergänzt wird.

Es muss auch hier noch einmal darauf hingewiesen werden, dass viele Autoren Generationen nicht im Zeitverlauf, sondern nur in einem bestimmten Alter betrachten, sodass einige Eigenschaften vermutlich eher auf das Alter zurückzuführen sind.

Beispielsweise ist die viel zitierte Toleranz der Generation Y ein Merkmal, das generell junge Menschen von älteren unterscheidet (vgl. PewResearchCenter, 2010, S. 6–7). Um die hier vorgestellten Ergebnisse nicht deutlich zu reduzieren, werden alle Merkmale berücksichtigt, die explizit den genannten Generationen zugeordnet werden.

3.3.1 Eigenschaften und Werte der Generationen

Im Folgenden werden die Generationen mit ihren spezifischen Eigenschaften und Werten präsentiert. Generationen werden besonders durch gemeinsame Wertvorstellungen definiert. Mittels der Werte wird deutlich, was eine Gesellschaft bzw. eine Generation als wünschenswert ansieht. Werte beeinflussen die Auswahl von Handlungsalternativen und unterscheiden sich von Einstellungen dadurch, dass sie stabiler sind (vgl. Klaffke & Parment, 2011, S. 6). Durch die gemeinsam erlebten Ereignisse in der formativen Phase sollten Generationen gemeinsame Wertvorstellungen und Haltungen entwickeln (vgl. Schewe & Noble, 2000, S. 131), die wiederum nachweislich auch einen Einfluss auf die Reisemotive (vgl. Li & Cai, 2012, S. 482), die Reiseentscheidung und das Reiseverhalten haben (vgl. Muller, 1991, S. 68; Pitts & Woodside, 1986, S. 23).

3.3.1.1 68er

Die 68er können zunächst den Idealisten von Howe und Strauss zugeordnet werden. Den beiden Autoren zufolge sorgt eine im öffentlichen Leben dominante Idealisten-Generation für einen Umbruch der Werte und der Kultur. Nach dem Krieg und während der formativen Phase der 68er waren vor allem Fleiß, Disziplin, Sicherheit, Ordnung und eine stabile Wirtschaft und Demokratie von vorrangiger Bedeutung in der Bevölkerung, was auf die damaligen Umstände zurückzuführen ist (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 136). Die 68er stellten diese etablierten Werte in Frage (vgl. Fahlenbrach, 2007, S. 11) und entwickelten eine postmaterialistische Haltung (vgl. Fahlenbrach, 2007, S. 12; Hölscher, 1999, S. 109; Klein, 2003, S. 111), die sich sehr von der Einstellung der Eltern unterschied. Selbsterfahrung und Kreativität wurden wichtig (vgl. Fahlenbrach, 2007, S. 12).

Das Bild der 68er wird besonders stark durch die Minderheit geprägt, die für die Studentenbewegung verantwortlich war. Zur eigentlichen Bewegung und damit zur mobilisierbaren Masse in Deutschland konnte man ca. 10.000 Personen zählen (vgl. Bude, 1995, S. 42; Fintz, 2014, S. 10). Auch wenn es in Anbetracht dieser Zahl fragwürdig erscheint, dass die Ziele und Ideale der 68er-Bewegung bzw. der neuen Linken bzw. der Außerparlamentarischen Opposition (APO) (vgl. Busche, 2007, S. 18) für die ganze Generation gelten, kann man argumentieren, dass ein großer Teil der Generation die Bewegung befürwortet hat und auch den Umbruch erfahren hat, selbst wenn er nicht auf die Straße ging (vgl. Bude, 1995, S. 43; Fintz, 2014, S. 10).

In Bezug auf die Namensgebung lässt sich sagen, dass in den Jahren nach 1968 noch nicht von einer 68er-Generation, sondern nur von einer Bewegung gesprochen wurde. Erst ca. zu Beginn der 1980er Jahre wurde aus der zeitlichen Distanz heraus zunehmend von den 68ern als einer Generation gesprochen (vgl. Bude, 1995, S. 40).

Ebenfalls interessant ist an dieser Stelle der Zusammenhang mit den Halbstarken in den 1950er Jahren. Tatsächlich gehörten die beiden Bewegungen zu derselben Generation (vgl. Fischer-Kowalski, 1995, S. 60). Der Unterschied bestand lediglich darin, dass die 68er, als Studenten, erst viel später im Lebenslauf den Protest übten, während die Arbeiterjugend schon im Alter von zwölf bis 18 Jahren und damit in den Jahren 1956 bis 1958 über die materiellen und symbolischen Mittel verfügte, um gegen die Zustände zu rebellieren (vgl. Bude, 1995, S. 49; Fischer-Kowalski, 1995, S. 55). Gekennzeichnet durch Jeans, Lederjacken, Motorräder, subversive Musik – namentlich Rock ´n´ Roll – und Umgangsformen brachen sie mit den Konventionen der Eltern und richteten sich gegen zentrale gesellschaftliche Institutionen. Auch die Anzahl der Gewalttaten war in der Generationseinheit beträchtlich (vgl. Busche, 2007, S. 20–21; Fischer-Kowalski, 1995, S. 56; Zimmermann, 1995, S. 111). In Anlehnung an Mannheim kann man die 68er und die Halbstarken als zwei verschiedene Generationseinheiten innerhalb desselben Generationszusammenhangs sehen. Da jedoch die 68er als Avantgarde viel stärker und langfristiger das Bild der Generation geprägt haben als die Halbstarken, wird im Folgenden der Fokus nur noch auf dieser Generationseinheit liegen.

Die 68er interessierten sich für Politik. Die unter der großen Koalition verabschiedeten Notstandsgesetze veranlassten die Generation u. a. sich intensiv mit dem Widerspruch

zwischen der bestehenden demokratischen Ordnung und den demokratisch-rechtsstaatlichen Ansprüchen und Normen der Gesellschaft auseinanderzusetzen. Ihre Gesellschaftskritik stützte sich vor allem auf die Diskrepanz zwischen dem vorhandenen ökonomischen Reichtum und der bestehenden sozialen Wirklichkeit (vgl. Kulke, 1995, S. 74). Die 68er lassen sich zwar eindeutig als politisch beschreiben, ihr Politikbegriff wurde jedoch sehr weit gefasst. „Das Private ist politisch“ ist eine bekannte Aussage im Zusammenhang mit den 68ern, die zeigt, dass sogar Konsumententscheidungen, die Kindererziehung und der Umgang mit dem eigenen Körper zur Angelegenheit der Politik erklärt wurden (vgl. Bude, 1995, S. 74; Hölscher, 1999, S. 61; Klimke & Scharloth, 2007, S. 311; Leggewie, 1995, S. 90; Lüscher & Liegle, 2003, S. 31; Schneekloth, 2006b, S. 103). So wurde beispielsweise auch die Sexualität ein Thema der Politik (vgl. Eitler, 2007, S. 235; Hölscher, 1999, S. 64). Eine Liberalisierung sollte hier erreicht werden, was vor allem durch das Aufkommen der ersten Kontrazeptiva relevant wurde. Beziehungsformen standen dabei im Fokus. Sowohl die Formen des Zusammenlebens, Partnerschaften, als auch die eigene Sexualität sollten nicht mehr gezwungenermaßen an die Ehe und die klassische Kleinfamilie gebunden sein. Man distanzierte sich von alten Zwängen und Traditionen und wollte mehr Selbstbestimmung (vgl. Hölscher, 1999, S. 64). Hinsichtlich der Einstellung zu Sexualität und alternativen Lebensformen konnte sogar ein Generationeneffekt nachgewiesen werden. Die Generation zeigt eine signifikant liberalere Einstellung zu diesen Themen (vgl. Hölscher, 1999, S. 97–103). Häufig wird im Zusammenhang mit den 68ern auch von der „sexuellen Revolution“ gesprochen, die daran erinnert, dass im Zuge der 1960er Jahre eine Pluralisierung, aber auch Kommerzialisierung und Virtualisierung von Sexualität stattfand (vgl. Eitler, 2007, S. 236; Zimmermann, 1995, S. 119).

Von Gleichberechtigung zwischen den Geschlechtern konnte zur Zeit der 68er noch nicht gesprochen werden (vgl. Busche, 2007, S. 155), was dazu führte, dass sich die Frauen für mehr Gleichberechtigung engagierten. Im öffentlichen Leben und im Privaten wollten sie mehr Mitspracherecht und Selbstbestimmung (vgl. Hölscher, 1999, S. 65). Die 68er befürworteten nachweislich die Ziele der Emanzipationsbewegung (vgl. Hölscher, 1999, S. 103–105).

Eines der wichtigsten Merkmale der 68er war ihre starke moralische Überzeugung (vgl. Busche, 2007, S. 176; Fischer-Kowalski, 1995, S. 66; Oertel, 2007, S. 167). Die

Generation gilt als idealistisch. Man wollte die Welt verändern und zu einer besseren machen (vgl. Klimke & Scharloth, 2007, S. 312). Dabei ging es nicht um die Veränderung der Verhältnisse, sondern des Menschen an sich (vgl. Klimke & Scharloth, 2007, S. 313). Inhaltlich waren die Ziele klar umrissen. Kriegseinsätze, wie in Vietnam, wurden kategorisch abgelehnt (vgl. Busche, 2007, S. 176; Hölscher, 1999, S. 61). Man lenkte die Aufmerksamkeit auf die Unterdrückung der Dritten Welt (vgl. Hölscher, 1999, S. 61) und setzte sich für Menschenrechte ein (vgl. Pfeil, 2017, S. 66). Doch nicht nur die Machtausnutzung der westlichen Welt wurde kritisiert, gleichermaßen wurden hierarchische Ordnungen und Autoritäten in verschiedenen Lebensbereichen in Frage gestellt (vgl. Fischer-Kowalski, 1995, S. 66). Die antiautoritäre Bewegung richtete sich gegen die noch immer obrigkeitsstaatlich-autoritären Traditionen im eigenen Land (vgl. Kimmel, 1998, S. 163), die Generation der Eltern, ihre Erziehungsmethoden und ihr Schweigen zur Vergangenheit (vgl. hierzu Kapitel 3.2.1) sowie die Situation an der Hochschule (vgl. hierzu Kapitel 3.2.2). Im Rahmen der Erziehung reagierte man entsprechend mit antiautoritärer Erziehung der eigenen Kinder (vgl. Hölscher, 1999, S. 65) und im Hinblick auf die Hochschule mit der Forderung nach Demokratie (vgl. Pfeil, 2017, S. 66). Man wollte mehr Mitspracherecht, neue Lehrinhalte und Lehrmethoden an den Universitäten etablieren (vgl. Hölscher, 1999, S. 63).

Weniger moralischer Natur war der Fokus auf die eigenen Bedürfnisse, die nicht länger unterdrückt werden sollten. Neue Verhaltensnormen wie Gefühle zu zeigen und seine Sexualität auszuleben und die insgesamt hedonistische Lebenseinstellung brachen ebenfalls mit etablierten Normen (vgl. Fahlenbrach, 2007, S. 12; Hölscher, 1999, S. 66). Die 68er liebten durchaus auch das angenehme Leben (vgl. Busche, 2007, S. 105). In Amerika fand diese neue Richtung ihren Ausdruck in dem dreitägigen Pop-Festival Woodstock (vgl. Busche, 2007, S. 15–16; Strauss & Howe, 1991, S. 69). In diesem Zusammenhang kann auch die zunehmende Verwendung von Drogen wie Haschisch und Marihuana genannt werden. Die Entwicklung der eigenen Persönlichkeit und der Wunsch nach Selbstentfaltung standen nun im Fokus (vgl. Hölscher, 1999, S. 66).

Ein weiteres Merkmal der Generation war, dass sie sich für ihre genannten Ziele „aktiv“ einsetzte, was sich unter anderem anhand der Vielzahl von Protestbewegungen zeigte (vgl. Kimmel, 1998, S. 193). Zur Erreichung der Ziele wurden zahlreiche Mittel eingesetzt. Neben dem Engagement im AStA und in Hochschul-Gremien wie dem

Senat wurden Demonstrationen und Aktionen wie Teach-Ins⁶ und Sit-Ins⁷ zu beliebten Formen des Protests (vgl. Hölscher, 1999, S. 63). Obwohl die 68er nicht ihren Vätern nacheifern wollten, sind Gemeinsamkeiten zu erkennen, die unweigerlich durch die Sozialisation in der Familie entstanden sind. Exemplarisch kann hier der Einsatz von verschiedenen Protestformen und sogar Gewalt genannt werden, die zumindest im Rahmen der Bewegung zum Einsatz kamen (vgl. Busche, 2007, S. 99, 113–114; Hölscher, 1999, S. 94–96).

Die 68er waren motiviert zu lernen, da Lernen mit Entlarven assoziiert wurde (vgl. Busche, 2007, S. 80). Man bildete sich selbst anhand eigener Lektüren (vgl. Busche, 2007, S. 10). Demnach waren die 68er häufig eloquent und sehr gut gebildet (vgl. Busche, 2007, S. 142), was zu der Zeit noch nicht mittels Schulnoten und Abschlüssen bemessen wurde. Auf der Suche nach Antworten, wie man seine Ziele erreichen kann, wurde die Lektüre u. a. von Adorno, Habermas und Lukacs fast obligatorisch für die Generation (vgl. Busche, 2007, S. 12–13; Klimke & Scharloth, 2007, S. 313). Die 68er galten als skeptisch und misstrauisch (vgl. Busche, 2007, S. 108; Oertel, 2007, S. 167), was vor allem die Lehrer und Professoren betraf.

Wie im Kapitel zu den globalen Generationen schon angemerkt wurde, waren die 68er bereits ein globales (vgl. Klimke, 2007, S. 119) oder zumindest internationales Phänomen (vgl. Busche, 2007, S. 19) bzw. eine globale Generation (vgl. Edmunds & Turner, 2005, S. 572). Auch die Halbstarken gab es bereits in verschiedenen Ländern (vgl. Busche, 2007, S. 20–21).

3.3.1.2 Babyboomer

Ein wesentliches Merkmal der Babyboomer leitet sich von ihrem Namen ab. Dank des Babybooms der 1950er und 1960er Jahre ist die Generation besonders groß. Mit einer

⁶ Teach-In: Zusammenkunft, häufig an Hochschulen, bei der im Rahmen einer politischen Diskussion Missstände o. Ä. aufgedeckt werden sollen (vgl. Dudenredaktion, o. J.b).

⁷ Sit-In: „Aktion von Demonstrierenden, bei der sich die Beteiligten demonstrativ irgendwo, besonders in oder vor einem Gebäude, hinsetzen, um auf Missstände aufmerksam zu machen, gegen etwas zu protestieren o. Ä.“ (Dudenredaktion, o. J.c).

großen Personenzahl in einem Geburtenjahrgang gehen einige Konsequenzen einher, wie z. B. ein starker Wettbewerb, der den Mitgliedern der Generation beigebracht hat, sich gegen andere in allen Lebensbereichen durchzusetzen und somit eine starke Wettbewerbsnatur auszubilden (vgl. Dychtwald, 2003, S. 7–8; Land & Yang, 2013, S. 243; Pfeil, 2017, S. 66). Ebenfalls gehören eine gute Anpassungsfähigkeit und Frustrationstoleranz zu den Folgen der großen Geburtenjahrgänge (vgl. Fintz, 2014, S. 12). Die Kohortenanalyse von Land und Yang zeigt, dass die Generation weniger glücklich ist (vgl. Land & Yang, 2013, S. 238), was auch mit der Größe der Kohorten in Verbindung gebracht wird (vgl. Land & Yang, 2013, S. 240). Dazu passt, dass 25% der Jugendlichen und jungen Erwachsenen in der Shell-Jugendstudie schon an Selbstmord gedacht hatten (vgl. Fuchs, 1982, S. 248) und 58% die Zukunft der Gesellschaft eher düster sahen (vgl. Fischer & Fuchs, 1982, S. 382–383). Diese pessimistische Zukunftssicht kann auf zahlreiche negative Entwicklungen zurückgeführt werden, die von den Babyboomern mit der Zukunft in Verbindung gebracht wurden. So dachten 80% der Generation, dass Rohstoffe bestimmt oder wahrscheinlich knapper und Wirtschaftskrisen und Hungersnöte ausbrechen werden. 75% gingen davon aus, dass Technik und Chemie die Umwelt zerstören werden. 50% rechneten mit dem Untergang der Welt in einem Atomkrieg. Auf die Gesellschaft bezogen war die Sicht vergleichbar negativ. 78% dachten, dass es nicht mehr Gleichheit unter den Menschen geben wird und 66% gingen nicht davon aus, dass die Menschen wieder sozialer werden (vgl. Fischer & Fuchs, 1982, S. 384).

Proteste gab es noch immer, sie hatten jedoch ihren Fokus verändert. So protestierte man vor allem gegen die Atomkraft, für den Umweltschutz und für Frieden, wobei zwar antikapitalistische Tendenzen, aber weniger ideologische „Führer“ eine Rolle spielten (vgl. Klaffke, 2014a, S. 12; Preuss-Lausitz et al., 1995, S. 20). 50 – 80% der Generation hatten eine positive Einstellung zu Gruppen wie Umweltschützern, Gruppen mit alternativen Lebensweisen, Kernkraftgegnern und Hausbesetzern (vgl. Fischer, Fuchs & Zinnecker, 1982, S. 16). Babyboomer gelten zudem als idealistisch (vgl. Pfeil, 2017, S. 66; Sander, 2016, S. 79) vor allem in Hinblick auf die Umwelt. Sie sorgten für den Aufstieg der Grünen in der Politik (vgl. Leggewie, 1995, S. 97). 20% der Befragten der Shell-Jugendstudie hätten diese damals gewählt (vgl. Fischer, 1982, S. 674).

Das Leistungsprinzip findet in dieser Generation eher weniger Anklang (vgl. Schütze & Geulen, 1995, S. 41). Babyboomer betonen dennoch die Vernunft, was mit dem Kollektivismus Ende der 1960er und Anfang der 1970er Jahre zusammenhängt (vgl. Klaffke & Parment, 2011, S. 8; Parment, 2009, S. 23). Anstatt Institutionen zu revolutionieren, schaffte man sich eigene Räume, wie Jugendzentren, Kneipen und Wohngemeinschaften (vgl. Schütze & Geulen, 1995, S. 42).

Mit zunehmendem Alter zeigte sich ein weiteres Merkmal, das Babyboomer von ihren Vorgängern unterscheidet. Sie sind sehr junggeblieben (vgl. hierzu Kapitel 2.3.3.4) und fühlen sich zudem deutlich jünger als sie sind (vgl. Dychtwald, 2003, S. 8; Glover & Prideaux, 2009, S. 35; Kotler & Keller, 2012, S. 221).

3.3.1.3 Generation X

Der Name und die erste Charakterisierung der Generation X gehen zurück auf Douglas Couplands Roman „Generation X“ (Coupland, 1995), welcher im Jahr 1991 auf Englisch erschien und die bekannte Zuordnung von Kohorten zur Generation X, Y und Z begründete (vgl. McCrindle & Hooper, 2007, S. 6–7). „Generation X“ ist ein Episodenroman, dessen Protagonisten den Geist ihrer Generation widerspiegeln. Im Folgenden soll ein kurzer Überblick darüber gegeben werden, was Coupland zufolge die wesentlichen Merkmale der Generation sind, die dann zur Grundlage der weiteren Forschung wurden. Viele Attribute haben sich, zumindest in Amerika, langfristig für die Generation gefestigt.

Douglas Couplands „Generation X“

Zunächst soll ein Blick auf die Genese der Generation X geworfen werden. Der Name bedeutet so viel wie neue Generation (vgl. Coupland, 1995, S. 83). Couplands Generation zeichnet sich dadurch aus, dass sie vorherrschende Werte und Verhaltensmuster ablehnt. Sie differenziert sich ganz klar von den vorherigen Generationen und ist in erster Linie pessimistisch (Coupland, 1995, S. 41).

Die Umwelt hat die Persönlichkeit von Couplands Generation geprägt. Das erste Motiv, welches immer wieder aufgegriffen wird (vgl. Coupland, 1995, S. 98–103, 109–110,

120, 123, 228, 246), ist die Angst vor einem nuklearen Anschlag. Die Atombombenabwürfe auf Hiroshima und Nagasaki waren zwar bereits im Jahr 1945, also lange vor den Geburtsjahrgängen der Generation X, die Problematik wurde jedoch später viel präsenter (vgl. Schuman & Scott, 1989, S. 367–368). Besonders während des Kalten Krieges herrschte die Angst, es könne zu weiteren Anschlägen kommen. Neben der direkten Angst fokussiert Coupland auch den Umgang der Gesellschaft mit dieser Thematik. Die ältere Generation scheint sich für das Problem nicht zu interessieren und unterschätzt scheinbar die Gefahr (vgl. Coupland, 1995, S. 123).

Neben der Umweltzerstörung durch Atomanschläge ist auch die sonstige Umweltverschmutzung und –zerstörung durch die Gesellschaft ein Problem, das Couplands Generation X beschäftigt (vgl. Coupland, 1995, S. 55, 90–92, 121, 134, 163, 226, 244). Auch hierfür hatten ihre Vorgänger scheinbar kein Verständnis. Sie zerstörten die Umwelt (Coupland, 1995, S. 123), wobei die Auswirkungen erst die nachfolgenden Generationen treffen.

Ein weiterer Aspekt, der immer wieder aufgegriffen wird, ist die Kritik an der Konsum- und Wohlstandsgesellschaft (vgl. Coupland, 1995, S. 23, 39, 43–44, 92, 172, 201, 224–225). Die Protagonisten sind Aussteiger. Sie haben ihr altes Leben hinter sich gelassen und damit auch den Kapitalismus und die Konsumorientierung, welche sie kritisieren. Sie leben asketisch und wollen nicht in der „Masse des Mittelstandes“ (Coupland, 1995, S. 22) sein, wo alles darauf hinausläuft „Objekte zu sammeln“ (Coupland, 1995, S. 23) oder Häuser zu kaufen, die die Persönlichkeit zerstören (vgl. Coupland, 1995, S. 201–202). Die Generation X will keine Marketing-Zielgruppe sein (vgl. Coupland, 1995, S. 30, 45, 97–98). Ironischerweise bewirkte genau dieser Roman, dass eine neue Marketing-Zielgruppe entstand: die Generation X.

Auch die hohe Scheidungsrate (vgl. Coupland, 1995, S. 121, 132) hatte einen prägenden Einfluss auf die Generation. Die Familie wird überwiegend negativ dargestellt (vgl. Coupland, 1995, S. 55–56, 135). Sie ist eher eine Belastung als eine Stütze. Es sollte jedoch immer der Schein einer glücklichen Familie gewahrt werden (vgl. Coupland, 1995, S. 186–187). Die familiäre Dynamik wird als psychischer Schlagabtausch (vgl. Coupland, 1995, S. 188) beschrieben. Auch die jüngeren Geschwister werden als verwöhnt, hochnäsig, überheblich und eitel dargestellt (vgl. Coupland, 1995, S. 150–

152). Während die Generation X minimalistisch leben will, sind die Jüngeren wieder dem Konsum und Prestige von Statussymbolen verfallen (vgl. Coupland, 1995, S. 153–154). Die Suche nach Geborgenheit und familiärer Gemeinschaft spiegelt sich in der Ersatzfamilie wider, die die Protagonisten selbst geschaffen haben (vgl. Jablonski, 2002, S. 63–64). Es müssen nicht mehr die leiblichen Verwandten sein, die zur Lebensgemeinschaft gehören und Geborgenheit geben.

Diese Einflüsse führten u. a. dazu, dass die Generation X sehr pessimistisch ist (vgl. Coupland, 1995, S. 30, 41, 90–91). Sie ist enttäuscht, da ihre Erwartungen an das Leben und die Zukunft nicht erfüllt wurden (vgl. Coupland, 1995, S. 16–17, 57–58). Hinzu kommt ihr Neid auf die Eltern (vgl. Coupland, 1995, S. 20) und deren gesamte Generation. Couplands „Boomer Envy“ (Coupland, 1995, S. 36) bezeichnet den „Neid auf Wohlstand und langfristige materielle Sicherheit, die älteren Mitgliedern der Baby-Boomer-Generation durch die Gunst einer glücklichen Geburt zugeflossen sind“ (Coupland, 1995, S. 36). Sie hatten in jungen Jahren schon wesentlich mehr erreicht, z. B. ein Eigenheim (vgl. Coupland, 1995, S. 37), hatten keine Zukunftsängste und lebten scheinbar sorgenfrei (vgl. Coupland, 1995, S. 123). Die Art, wie die Generation X ihre Umwelt und Mitmenschen beschreibt, ist häufig zynisch (vgl. Coupland, 1995, S. 28, 40–41).

Des Weiteren stellt sich die Generation die Frage nach dem Sinn des Lebens und die Frage, was man erreichen möchte (vgl. Coupland, 1995, S. 39, 222–223). Es gibt für die Protagonisten nicht viel, wofür es sich zu leben lohnt. Man ist mit 30 Jahren schon tot, auch wenn man erst mit 70 Jahren begraben wird (vgl. Coupland, 1995, S. 47, 49). Der Tod als Motiv ist sehr präsent. Es zeigen sich immer wieder (selbst-)zerstörerische Gedanken (vgl. Coupland, 1995, S. 40, 94, 110, 201–202). Bei der Sinnsuche stoßen einige Generationsvertreter auf Religionen oder Sekten (vgl. Coupland, 1995, S. 174–182, 194–195). Die New Age Bewegung kann hier als Beispiel angeführt werden. Eine andere Form des Ausbruchs vom Mittelstand ist die Hinwendung zur Drogenszene oder das Tragen ausschließlich schwarzer Kleidung (vgl. Coupland, 1995, S. 189). Viele negative Entwicklungen werden der Annahme zugeschrieben, dass Menschen nicht mit Freizeit umgehen können (vgl. Coupland, 1995, S. 40, 200). Doch auch die Arbeit wird sehr negativ dargestellt (vgl. Coupland, 1995, S. 33–34, 61–69).

Insgesamt präsentiert Coupland eine Generation, die enttäuscht von ihrer Umwelt und der Gesellschaft ist, die wiederum durch Entfremdung gekennzeichnet ist. Die Jahre des starken wirtschaftlichen Wachstums sind vorbei und die Umwelt ist bereits massiv zerstört worden. Hinzukommen die Angst vor einem Atomkrieg, der die ganze Welt zerstören könnte, und der Verlust des familiären Zusammenhalts. Geprägt durch diese Umstände ist Couplands Generation X eine pessimistische und zynische Generation, die sich so weit wie möglich von der Wohlstandsgesellschaft distanziert.

Weitere Merkmale der Generation

Attribute von Coupland, die sich in der internationalen Literatur für die Generation gefestigt haben, sind einmal der Zynismus (vgl. Foley, 1999; Francese, 1993, S. 24; Pendergast, 2010, S. 5; Ritchie, 1995, S. 8) und die pessimistische und depressive Haltung (vgl. Herbig et al., 1993, S. 6; Pendergast, 2010, S. 5). Es lässt sich jedoch sagen, dass die Generation X im Vergleich zu ihren Vorgängern und vor allem zu ihren Nachfolgern, der Generation Y, etwas weniger Aufmerksamkeit in den Medien erfahren hat. Daher ist das Bild der Generation etwas weniger scharf (vgl. Taylor & Gao, 2014). Da sich die Ausführungen zur Generation X in Amerika und in Deutschland zusätzlich noch stärker unterscheiden als bei den anderen Generationen, liegt im Folgenden der Fokus verstärkt auf der deutschen, deutlich weniger negativen Darstellung. Hier wird die Generation häufig als Generation Golf (vgl. Fintz, 2014, S. 13; Klaffke, 2014a, S. 12–13; Löhr, 2013) bezeichnet, nach dem gleichnamigen Buch des Autoren Florian Illies (2000).

Aufgrund zahlreicher Unsicherheiten in der Umwelt während der formativen Phase wird die Generation auch die verunsicherte Generation genannt. Diese Verunsicherung zeigt sich einmal in egoistischen Verhaltensformen und auch im Hedonismus (vgl. Kecskes, 2012, S. 9). Insbesondere die Selbstbezogenheit wird häufig als Merkmal angeführt (vgl. Herbig et al., 1993, S. 5; Illies, 2000, S. 146; Illies, 2005, S. 212–213; Leggewie, 1995, S. 20; Pfeil, 2017, S. 68). Der Hedonismus (vgl. Bund, 2014, S. 104) kann mit dem verstärkten Fokus der Generation auf das Äußere, Statussymbole durch Marken und den Materialismus in Verbindung gebracht werden (vgl. Fintz, 2014, S. 13–15; Herbig et al., 1993, S. 5). Um ihre Ziele, vor allem finanziellen Wohlstand, zu erreichen, sind Mitglieder der Generation sehr zielstrebig und ambitioniert (vgl. Bruch et al., 2010, S. 108; Fintz, 2014, S. 15; Herbig et al., 1993, S. 5; Oertel, 2007, S. 168).

Teilweise wird die Generation sogar als konservativ im Vergleich zu ihren Vorgängern beschrieben (vgl. Foley, 1999).

Hinsichtlich der Frage nach den materiellen oder postmateriellen Werten der Generation gehen die Ergebnisse jedoch auseinander. Einige Autoren betonen, dass bei der Generation X zunehmend postmaterielle Werte im Vordergrund stehen (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 136; Krebs, 1992, S. 40). Der Lebensstandard ist gesichert, sodass man sich auf die eigene Selbstverwirklichung, den Genuss, die Lebensqualität, die Kreativität und den Umweltschutz konzentrieren kann (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 136). Klein (vgl. Klein, 2003, S. 111) und Knutsen (vgl. Knutsen, 2006, S. 140–141) sehen hingegen im Fall der Generation X eine beginnende Abwendung von postmaterialistischen Werten. Auch andere Autoren gehen eher von einer materialistischen Generation aus (vgl. Fintz, 2014, S. 13; Herbig et al., 1993, S. 5; Rindfleisch, 1994, S. 474).

Vielfach wird die Generation auch als skeptisch bezeichnet (vgl. Foley, 1999; Francese, 1993, S. 24; Mangelsdorf, 2014, S. 19; Sander, 2016, S. 79; Taylor & Gao, 2014). Sie macht sich, im Gegensatz zu ihren Vorgängern, keine Illusionen mehr über die Gesellschaft und Zukunft (vgl. Böpple & Knüfer, 1998, S. 50; Leggewie, 1995, S. 20; Sander, 2016, S. 79). Die Generation gilt als pragmatisch (vgl. Bruch et al., 2010, S. 108; Francese, 1993, S. 24; Herbig et al., 1993, S. 5; Pfeil, 2017, S. 68) und rational (vgl. Bruch et al., 2010, S. 108; Oertel, 2007, S. 168; Pfeil, 2017, S. 68).

Auch das politische Interesse ist gering (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 23; Illies, 2000, S. 121–122; Illies, 2005, S. 100; Leggewie, 1995, S. 256). Nur 56% der Generation im Westen und 62% im Osten Deutschlands stimmen zu, dass sie sich für Politik interessieren⁸ (vgl. Kühnel, 1992, S. 60). Gerade Parteien finden weniger jungen Nachwuchs. Aber auch die Teilnahme an sozialen Bewegungen sowie die Mitgliedschaft in Verbänden und Vereinen, die sich nicht nur der Freizeitgestaltung widmen, stoßen auf wenig Interesse (vgl. Illies, 2000, S. 190; Leggewie, 1995, S. 256). Die Vereinstätigkeit hat insgesamt rapide abgenommen, sodass 1991 nur noch 38% der 21-

⁸ Im Rahmen der Shell-Jugendstudie 1992 wurden auch noch einige Babyboomer-Jahrgänge befragt, die in diesem Fall eingeschlossen sind.

bis 24-Jährigen in einem Verein waren (vgl. Oswald, 1992, S. 324). Der Mauerfall und damit das Wegbrechen des Sozialismus und seiner Ideologien könnte zu einer Entpolitisierung und Entideologisierung der Generation geführt haben (vgl. Klein, 2003, S. 105). Noch treffender wäre es zu sagen, dass sich die Generation statt mit Parteien mehr mit weniger offensichtlich politischen Themen beschäftigt, wie Themen der populären Kultur (vgl. Leggewie, 1995, S. 257). Es erfolgt ein Rückzug ins Private (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 23). Auch Howe und Strauss betonen bei dem Generationentyp der Generation X (Reactive), dass sich dieser mehr auf das private Leben konzentriert (vgl. Strauss & Howe, 1991, S. 74).

Gerade weil viele Mitglieder dieser Generation schon mit berufstätigen Eltern aufgewachsen sind (Schlüsselkinder), gelten sie als besonders unabhängig (vgl. Foley, 1999; Mangelsdorf, 2014, S. 19) und selbstständig (vgl. Bruch et al., 2010, S. 108; Oertel, 2007, S. 168). Zu den wichtigsten Werten gehört die Freiheit des Handelns und Denkens. Über 66% der Generation bezeichnen diesen Wert als äußerst wichtig (vgl. Krebs, 1992, S. 40). Dennoch bleibt sie länger zu Hause wohnen, da das Verhältnis zu den Eltern besser geworden ist (vgl. Foley, 1999).

Die Generation X ist wenig religiös, auch wenn man in aller Regel eine Konfession hat. Gerade der Gottesdienst hat stark an Bedeutung verloren (vgl. Eiben, 1992, S. 97; Illies, 2000, S. 195; Leggewie, 1995, S. 210). Bürklin et al. konnten nachweisen, dass mit jeder neuen Generation die Religion an Bedeutung verloren hat⁹ (vgl. Bürklin et al., 1994, S. 603). Auch Halman und Pettersson, die die Kriegs-, Baby-Boomer- und Xer-Generation betrachtet haben, kamen zu diesem Ergebnis (vgl. Halman & Pettersson, 2006, S. 48). Die Generation X geht zwar im Vergleich zu den Babyboomern im gleichen Alter noch etwas seltener in die Kirche, der Anteil der Generation, der betet, und der Anteil, der an ein Leben nach dem Tod glaubt, hat jedoch von den Babyboomern zur Generation X zugenommen (vgl. Eiben, 1992, S. 102).

Enge Freundschaften sind für die Generation (nach Weltfrieden) am allerwichtigsten (vgl. Krebs, 1992, S. 40). 82% treffen sich regelmäßig oder zumindest öfter mit einer

⁹ Die Einteilung der Generationen entspricht nicht genau der hier vorgenommenen.

Clique. Bei den 68ern waren es nur 51%, die sich zu einer Art Clique zugehörig fühlten (vgl. Oswald, 1992, S. 323). Gleichzeitig legt die Generation auch Wert auf stabile Familienverhältnisse (vgl. Pfeil, 2017, S. 68).

Zudem wird ein Interesse an Nachhaltigkeit sichtbar. Doch wie schon im Fall des Post-materialismus sind auch hier die Ergebnisse nicht eindeutig. In Einheit mit der Natur zu leben, gehört zwar zu den wichtigsten Werten der Generation (vgl. Krebs, 1992, S. 40), Dekker und van den Broek kommen jedoch zu dem Ergebnis, dass die Generation weniger Freiwilligenarbeit leistet als ihre Vorgänger (vgl. Dekker & van den Broek, 2006, S. 189). Illies spricht in seinem Roman „Generation Golf“ von einem geschwundenen ökologischen Bewusstsein (vgl. Illies, 2000, S. 169). Hier bedarf es weiterer Forschung.

3.3.1.4 Generation Y

Der Name „Generation Y“ entstammt der Fachzeitschrift Advertising Age aus dem Jahr 1993. Hier wurden der noch sehr jungen Generation spezielle Attribute zugesprochen. Die Basis boten jedoch schon die Generationenforscher Howe und Strauss (1991), die sich bereits in ihrer Publikation 1991 sehr detailliert zu Millennials äußerten und ihnen damit den Namen und eine Persönlichkeit gaben (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 14). Die Generation war zu diesem Zeitpunkt noch besonders jung, sodass im Jahr 2000 eine weitere umfangreiche Publikation der beiden Autoren folgte, die sich allein auf Millennials und ihre Merkmale konzentriert: „Millennials rising“. An verschiedenen Punkten wurde und wird auch auf diese Darstellung Bezug genommen.

Die erste Eigenschaft der Generation lässt sich schon von ihrem Namen ableiten. Das „Y“, auch als logischer Nachfolger von X (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 14; Klaffke, 2014a, S. 13), weist, englisch ausgesprochen („why“), schon auf ein Wesensmerkmal der Generation hin. Sie ist immer auf der Suche nach dem Sinn, fragt nach dem „warum“ (vgl. Bund, 2014, S. 189; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 8; Klaffke, 2014a, S. 13; Mangelsdorf, 2014, S. 22–23) und hinterfragt dabei kritisch und selbstbewusst etablierte Normen in der Arbeitswelt, Familie, Politik und Freizeit (vgl. Bund, 2014, S.

190; Hobart & Sendek, 2014, S. 17; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 14; Parment, 2009, S. 18, 83; Purgal, 2015, S. 85–86).

Die Generation Y ist die gebildetste Generation aller Zeiten (vgl. Cone Inc., 2006, S. 3; Crampton & Hodge, 2009, S. 3; Duffy et al., 2017, S. 10; Gardiner et al., 2015, S. 341; Pendergast, 2010, S. 5; PewResearchCenter, 2010, S. 10–11; Purgal, 2015, S. 85; Spiro, 2006, S. 17; YouGov, 2017, S. 5). Das hat sie ihrer hohen Leistungsbereitschaft (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 14; Sander, 2016, S. 79) und Lernfreude zu verdanken (vgl. Gensicke, 2006b, S. 184; Oertel, 2007, S. 168; Rump & Eilers, 2013, S. 174–175), mit der sie auf die Unsicherheit am Arbeitsmarkt reagiert (vgl. Picot & Willert, 2006, S. 300). Man möchte sich durch den Beruf und die Karriere die Zukunft absichern (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 33). Eine gute Bildung, neugierig zu bleiben und sich weiter zu qualifizieren, sind der Generation Y wichtig und prägen ihr Selbstverständnis (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 19). Man beherrscht Fremdsprachen (vgl. Bund, 2014, S. 180; Kowalczyk-Anioł, 2012, S. 20) und hat hohe Ansprüche an sich selbst (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 177).

Man achtet dabei jedoch auch sehr auf seinen Körper. Ein Ziel ist u. a., sich nicht zu verausgaben (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 178, 187–188). Mit Stress kann man gut umgehen (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 180, 185). Um körperlich und psychisch leistungsfähig zu bleiben, legt die Generation bereits in jungen Jahren mehr Wert auf Gesundheit (vgl. Gensicke, 2006b, S. 178; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 183). Sie treibt Sport als Ausgleich zum Alltag¹⁰ (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 188; Löhr, 2013). 62% der Generation sind Nichtraucher (vgl. Langness et al., 2006, S. 90) und nur 39% nehmen wöchentlich Alkohol zu sich (vgl. Langness et al., 2006, S. 91). Mit Drogen jeglicher Art geht man vorsichtiger um, sodass der Konsum deutlich zurückgegangen ist. Auch Gewalt ist extrem selten geworden (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 183; Riederle, 2013, S. 194; Schneekloth, 2006b, S. 141).

Aufgrund der ungewissen Zukunft und der vielen Möglichkeiten hält sich die Generation gerne möglichst lange Optionen offen und bleibt flexibel. Wenn man nicht

¹⁰ Ungefähr die Hälfte der Befragten der Shell-Jugendstudie 2006 macht an einem bis drei Tag(en) pro Woche Sport (vgl. Langness et al., 2006, S. 95).

weit in die Zukunft plant, kann man auch nicht enttäuscht werden (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 31–32). Aufgrund dieser Haltung wird die Generation auch als flexible Generation bezeichnet (vgl. Kecskes, 2012, S. 8). Ihre wichtigste Frage ist immer, wie man das Beste für sich selbst herausholen kann. Dabei entscheidet sie meist nach ihrem Bauchgefühl bzw. ihrer Intuition und opportunen Gesichtspunkten. Improvisation gehört zur Lebensführung dazu (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 32). Der Generation fällt es schwer, angesichts der vielen Möglichkeiten, zu wissen, was sie will und Entscheidungen zu fällen, aus Angst eine falsche Entscheidung zu treffen (vgl. Fintz, 2014, S. 18–19; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 34–35). Daher wird sie auch „Generation Maybe“ genannt (vgl. Fintz, 2014, S. 3; Jeges, 2012). Besonders der Lebenslauf ist hiervon betroffen (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 35), indem die Generation die Postadoleszenz immer weiter ausdehnt (vgl. hierzu Kapitel 2.3.3.2). Doch schätzen die meisten ihre Freiheiten und Wahlmöglichkeiten sehr, selbst wenn damit Unsicherheiten verbunden sind (vgl. Parment, 2009, S. 18; Tapscott, 2009, S. 6–7) und sind durchaus zufrieden. Sie empfinden die Flexibilität als Chance, ein interessantes Leben zu führen. Sie sind zuversichtlich, dass sich alles irgendwie fügen wird (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 41, 208). Hier zeigen sich besonders ihr Optimismus (vgl. Braun & Pfeiffer, 2012, S. 71; Cone Inc., 2006, S. 3; Donnison, 2007, S. 6; Gensicke, 2006b, S. 171; Howe & Strauss, 2000, S. 7; Kowalczyk-Anioł, 2012, S. 20; Kurz, 2015; Moscardo & Benckendorff, 2010, S. 20; Oertel, 2007, S. 168; Stein, 2013) und ihre Zuversicht (vgl. Braun & Pfeiffer, 2012, S. 70; Howe & Strauss, 2000, S. 7, 44; Kotler & Keller, 2012, S. 219; Moscardo & Benckendorff, 2010, S. 20; NAS Recruitment, 2006, S. 12; Pendergast, 2010, S. 5; PewResearchCenter, 2010, S. 1; Tulgan, 2009, S. 7–8). Die große Mehrheit beschreibt sich selbst als glücklich (vgl. Howe & Strauss, 2000, S. 7, 178; Kurz, 2013b; Kurz, 2015).

Hurrelmann und Albrecht bezeichnen die Generation als heimliche Revolutionäre, da sie keinen lauten Protest beginnen, aber alleine durch ihr Verhalten in vielen Lebensbereichen für Veränderungen und einen strukturellen Wandel sorgen (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 7, 118; Tapscott, 2009, S. 279). Mehrfach wird die Generation jedoch als konservativ, traditionell und immer regelkonform handelnd beschrieben (vgl. Donnison, 2007, S. 7; Howe & Strauss, 2000, S. 8; Pendergast, 2010, S. 5; Riederle, 2013, S. 112; YouGov, 2017, S. 6). Sie gilt als angepasst, wobei politisches Interesse,

mit 39% Zustimmung (vgl. Schneekloth, 2006b, S. 105), und Engagement die Ausnahmen sind (vgl. Fintz, 2014, S. 16; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 119–120, 132; Moscardo & Benckendorff, 2010, S. 20). Besonders im Vergleich zu älteren Altersgruppen halten es weniger von ihnen für wichtig, über Politik und Kultur informiert zu sein (vgl. Novotny, Blickle, Stahnke & Venohr, 2016). Die Generation ist zufrieden mit der Demokratie in Deutschland. Millennials sind nicht ideologisch und haben eine realistische und pragmatische Sicht auf die Welt und die eigene Zukunft (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 42; Langness et al., 2006, S. 101; Schneekloth, 2006b, S. 111, 129–130). Pragmatismus gilt als wesentliches Attribut (vgl. Albert et al., 2006, S. 443; Gensicke, 2006b, S. 171; Neuborne & Kerwin, 1999, S. 86). Aufgrund ihrer Offenheit und Toleranz (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 15; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 93–94; Moscardo & Benckendorff, 2010, S. 20; NAS Recruitment, 2006, S. 3; Oertel, 2007, S. 168; PewResearchCenter, 2010, S. 5–6, 55; Purgal, 2015, S. 86–87; Schneekloth, 2006b, S. 132; Tapscott, 2009, S. 10, 32–33) hat die Generation eine liberale Einstellung zu Homosexualität. Doch anstatt in der Politik für die Rechte der Homosexuellen zu kämpfen, lebt sie einfach in jeder gewünschten Konstellation (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 87). Sozial-karitatives ist ihnen wichtiger als politisches Engagement (vgl. Gensicke, 2006b, S. 179). 33% engagieren sich oft und 42% gelegentlich für soziale und gesellschaftliche Zwecke (vgl. Schneekloth, 2006b, S. 122). Die Generation handelt hingegen politisch, wenn sie dadurch ihre persönliche Lebenssituation verbessern kann (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 126). Ein Wir-Gefühl entsteht dabei nicht. Der Fokus liegt immer auf der eigenen Selbstentfaltung (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 127), wofür politische Parteien nicht geeignet erscheinen. Mit ihnen kann man sich weniger identifizieren (vgl. Bund, 2014, S. 50; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 133; Schneekloth, 2006b, S. 116). Man engagiert sich, wenn damit Spaß, eine persönliche Befriedigung und Erfüllung verbunden sind (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 127; Schneekloth, 2006b, S. 130). Altruistische Tendenzen findet man in der Generation somit selten (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 139). Das System zu verändern, erfordert für sie zu viel Zeit und Energie (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 128).

Als ein Resultat der Erziehung zu etwas „ganz Besonderem“ lässt sich der Generation häufig eine Tendenz zum Narzissmus attestieren. Man hat eine hohe Meinung von sich selbst und traut sich sehr viel zu (vgl. Duffy et al., 2017, S. 27; Hurrelmann & Albrecht,

2014, S. 43; Pendergast, 2010, S. 6; Stein, 2013; Tyler, 2007, S. 45), sodass von einem hohen Selbstbewusstsein gesprochen werden kann (vgl. Bund, 2014, S. 104, 189; Donnison, 2007, S. 6; Purgal, 2015, S. 85–86), was teilweise bis zu einem realitätsfernen überhöhten Selbstbild reicht (Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 194–195). Ebenfalls ein Ergebnis der Erziehung ist der Wunsch nach Aufmerksamkeit und Fürsorge. Der Generation wird eine geringe Frustrationstoleranz attestiert (vgl. Rump & Eilers, 2013, S. 207–208). Die enge Beziehung zu den Eltern wurde bereits ausführlich dargestellt (vgl. hierzu Kapitel 3.2.1).

Das am häufigsten genannte Merkmal der „Digital Natives“ (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 15; Prensky, 2001, S. 3; Rump & Eilers, 2013, S. 205), das sie von anderen Generationen abgrenzt, ist ihre Technologieaffinität und damit einhergehend ihr Verständnis von Technik und der Umgang damit (vgl. Crampton & Hodge, 2009, S. 3; Duffy et al., 2017, S. 27; Howe & Strauss, 2000, S. 10; Huber & Rauch, 2013, S. 15; Langness et al., 2006, S. 82; Moscardo & Benckendorff, 2010, S. 20; NAS Recruitment, 2006, S. 12; Oertel, 2007, S. 116, 168; Pendergast, 2010, S. 13; PewResearchCenter, 2010, S. 5; Purgal, 2015, S. 86–87; Reisenwitz & Iyer, 2009, S. 96; Spiro, 2006, S. 17; Tapscott, 2009, S. 9). Millennials sind in der digitalen Welt zu Hause (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 14; Tapscott, 2009, S. 9) und gelten als sehr kommunikativ (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 30; Oertel, 2007, S. 168). Online wird das soziale Leben organisiert. Man sorgt zudem für eine vorteilhafte Präsentation seiner selbst (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 42). Die Selbstdarstellung ist für diese Generation von großer Bedeutung (vgl. NAS Recruitment, 2006, S. 4; PewResearchCenter, 2010, S. 1). Außerdem zeigen Millennials in den sozialen Medien ihre gesellschaftspolitische Meinung. Durch das Teilen bestimmter Inhalte, Likes und bestimmte Hash-Tags lässt sich die eigene Position seinem sozialen Umfeld präsentieren (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 142–143). Weitere Informationen zur Technologieaffinität der Generation Y sind dem Kapitel 3.2.3 zu entnehmen.

Eine weitere, häufig genannte Eigenschaft ist die Multitasking-Fähigkeit, die meistens mit den digitalen Medien in Verbindung gebracht wird (vgl. Forrester, 2006, S. 5; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 152; Oertel, 2007, S. 168; Pendergast, 2010, S. 6; Prensky, 2001, S. 3; Rump & Eilers, 2013, S. 173–174; Tapscott, 2009, S. 9, 42, 291; Tulgan, 2009, S. 105; Tyler, 2007, S. 42; Wallis, 2006). Millennials nutzen mehrere

Medien simultan. Man schaut fern, liest parallel einen Artikel auf dem Tablet und unterhält sich persönlich oder online mit Freunden. Dabei fühlt man sich nicht überfordert, sondern behält den Überblick (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 152; Wallis, 2006). Da man gewohnt ist, immer besonders viele Informationen und auch Antworten im Chat sofort zu bekommen (vgl. Mangelsdorf, 2014, S. 28–29; Prensky, 2001, S. 3; Tapscott, 2009, S. 93; Tulgan, 2009, S. 9), gelten auch Ungeduld (vgl. Bund, 2014, S. 24; Crampton & Hodge, 2009, S. 3; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 150; Kotler & Keller, 2012, S. 219; Mangelsdorf, 2014, S. 27–28; NAS Recruitment, 2006, S. 4; Pendergast, 2010, S. 6; Tapscott, 2009, S. 93–94; Tulgan, 2009, S. 7; Tyler, 2007, S. 45) und die schnelle Langeweile als Eigenschaften dieser Generation (vgl. Crampton & Hodge, 2009, S. 3).

Die Generation gilt als anspruchsvoll (vgl. Fintz, 2014, S. 21–22; Huber & Rauch, 2013, S. 14; Kotler & Keller, 2012, S. 219; Mangelsdorf, 2014, S. 27–28; YouGov, 2017, S. 6). Sie ist mit einem hohen Lebensstandard, vielen Reisen, einer großen Anzahl von Freunden und viel Spaß aufgewachsen, sodass man nun entsprechende Ansprüche an das eigene Leben stellt (vgl. Parment, 2009, S. 39). Das Leben muss einem viel bieten. Ein guter Job mit familienfreundlichen Konditionen, ein hoher Lebensstandard und die Durchsetzung der eigenen Bedürfnisse sind ihnen wichtig und werden erwartet (vgl. Gensicke, 2006b, S. 179; Huber & Rauch, 2013, S. 14). Später über viel Geld zu verfügen, wird vorausgesetzt und nicht explizit angestrebt (vgl. Braun & Pfeiffer, 2012, S. 80; Huber & Rauch, 2013, S. 23). Regelmäßige (Fern-)Reisen und die allerneueste Technik gelten für sie als selbstverständlich (vgl. Fintz, 2014, S. 21–22; Weiguny, 2010; YouGov, 2017, S. 6).

Ein diesbezüglich interessanter und humorvoller Beitrag zur Generation Y mit dem Titel „Warum die Generation Y so unglücklich ist“ (Urban, 2014) aus einem amerikanischen Blog, der international bekannt, viel in den sozialen Medien geteilt und oft zitiert wird (vgl. Bund, 2014, S. 182; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 12), widmet sich den Erwartungen der Generation. Es wird hier erläutert, dass jedes einzelne Mitglied der Generation Y gelernt hat, etwas ganz Besonderes zu sein und dadurch realitätsferne Erwartungen an das Leben entwickelt hat. Wenn nun die Lebenserfahrungen unterhalb der utopischen Erwartungen bleiben, ist man unglücklich (vgl. Urban, 2014). Während die letzte Annahme, im Einklang mit Zufriedenheitsmodellen

im Marketing, durchaus nachvollziehbar ist, ergibt sich die Frage, ob die Generation wirklich aufgrund der Erziehung realitätsferne Erwartungen an das Leben hat.

Die Generation legt zweifellos besonders viel Wert darauf, glücklich zu sein (vgl. Bund, 2014, S. 189; Kurz, 2013a; Kurz, 2014a; Kurz, 2015) und immer das zu tun, was einen glücklich macht und womit man sich gut fühlt (vgl. Twenge, 2006, S. 96). Millennials sind hedonistisch veranlagt (vgl. Gensicke, 2006b, S. 179) und zeigen eine ausgesprochene Lebensfreude (vgl. Gensicke, 2006b, S. 184). 87% der Generation bewerten Spaß zu haben und das Leben zu genießen als besonders wichtig und erstrebenswert (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 18).

Individualität und Individualismus sind für diese Generation ebenfalls bedeutsam (vgl. Gensicke, 2006b, S. 178–179; Huber & Rauch, 2013, S. 14–15; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 91, 240; Moscardo & Benckendorff, 2010, S. 20; Purgal, 2015, S. 103; Rump & Eilers, 2013, S. 207–208). Die Zugehörigkeit zu Religionsgemeinschaften, Parteien und ideologischen Lagern hat im Vergleich zu den älteren Generationen stark abgenommen. Auch im Job gibt es keinen blinden Gehorsam. Gesetze und gesellschaftlich etablierte Regeln werden selbst interpretiert und ausgelegt (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 14–15). Man strebt nach Eigenständigkeit, Selbstverwirklichung, Autonomie und Unabhängigkeit (vgl. Gensicke, 2006b, S. 176; Huber & Rauch, 2013, S. 18; Pfeil, 2017, S. 181; Purgal, 2015, S. 103). 89% der Generation legen viel Wert darauf, unabhängig zu sein und ihr Leben selbst zu bestimmen (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 18). Daher ist Freizeit besonders wichtig. Hier können Millennials ihre Zeit selbst gestalten sowie ihre Persönlichkeit entwickeln und ausdrücken (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 149).

Ein Leben in der Gemeinschaft ist für diese Generation jedoch ebenso wichtig (vgl. Mangelsdorf, 2014, S. 25). Ein Netzwerk aus guten Freunden gehört zu den wichtigsten Werten im Leben dieser Generation (vgl. Gensicke, 2006b, S. 176). Der Fokus auf die individuelle Persönlichkeitsentwicklung impliziert somit keinen Egoismus (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 30). Millennials sind auf der Suche nach einem Wir-Gefühl und einem Stabilitätsanker in der individualisierten Gesellschaft (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 157; Krause, 2015, S. 98–99) und suchen Anschluss an selbst gewählte Gruppen (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 15, 18; Krause, 2015, S. 98–99).

Freundeskreise und soziale Netzwerke kompensieren zum Teil die rückläufigen Zugehörigkeiten zu Institutionen (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 15). Auch im Zeitalter der Digitalisierung hat man in der Regel einen engen Freundeskreis, der oft nur aus vier oder fünf Personen besteht. Zudem gibt es eine Gruppe aus weiteren „richtigen Freunden“. Diese umfasst ca. zehn bis 20, teilweise auch mehr Personen (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 157). 71% sagen, dass sie zu einer Clique gehören (vgl. Langness et al., 2006, S. 83). Die vielen Kontakte, mit denen man z. B. auf Facebook verbunden ist, werden bewusst nur als Bekannte wahrgenommen (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 157). Dennoch hat die Generation dadurch weltweit mehr Kontakte als ihre Vorgänger (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 158). Riederle attestiert der Generation sogar intensivere und längere Freundschaften (vgl. Riederle, 2013, S. 29).

Neben den Freunden sind auch die Familie und die gemeinsame Zeit mit ihr wichtig (vgl. Gensicke, 2006b, S. 176; Hobart & Sendek, 2014, S. 40–41; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 86; Kurz, 2015). 72% der Generation sind der Ansicht, dass man eine Familie braucht, um glücklich zu sein (vgl. Langness et al., 2006, S. 50). Die Familie sorgt für ein Gefühl von Halt und Sicherheit (vgl. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, 2014, S. 9; Picot & Willert, 2006, S. 300).

Auch der Umweltschutz spielt für diese Generation eine bedeutsame Rolle (vgl. Kurz, 2013a). Ihr sind die Belastungen der Umwelt sehr bewusst (vgl. Braun & Pfeiffer, 2012, S. 73). 61% sehen in der Umweltverschmutzung ein großes Problem (vgl. Gensicke, 2006b, S. 171). Gerade die Bekämpfung des Klimawandels und die Förderung erneuerbarer Energien spielen daher für Millennials eine große Rolle (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 136, 239). Die Anti-Atomkraft-Bewegung wird von ihnen ebenfalls unterstützt, u. a. aufgrund der Nuklearkatastrophe in Fukushima (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 142). 52% sparen bewusst Energie und jeder Fünfte kauft statt importierter eher regionale Lebensmittel (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 240). Unternehmen, die auf Nachhaltigkeit achten, sind bei der Generation deutlich beliebter (vgl. Cone Inc., 2006, S. 9). Die soziale Nachhaltigkeit spielt für Millennials ebenfalls eine große Rolle. Armut, Krankheiten und Bildungschancen sind für sie bedeutende Themen (vgl. Cone Inc., 2006, S. 7). Andere Mitmenschen zu unterstützen, ist für diese Generation ein sehr wichtiges Lebensziel (vgl. Pfeil, 2017, S. 182). Von

den zehn Werten nach Schwartz¹¹ wird dem Wert Benevolenz die größte Bedeutung beigemessen (vgl. Pfeil, 2017, S. 256). Das Engagement für wohltätige Zwecke über Freiwilligenarbeit oder Spenden ist ebenso beträchtlich (vgl. Cone Inc., 2006, S. 6; Cui, Trent, Sullivan & Matiru, 2003, S. 318; Deloitte, 2017, S. 14; Hobart & Sendek, 2014, S. 54).

Die Religion und der Glaube haben, wie schon in der vorherigen Generation X, an Bedeutung verloren (vgl. Gensicke, 2006b, S. 179; Loroz, 2006, S. 308; PewResearch-Center, 2010, S. 85). Zwar sind immerhin 75% konfessionsgebunden (vgl. Gensicke, 2006a, S. 204), dennoch glauben nur 30% an einen persönlichen Gott, wobei noch weitere 19% an eine überirdische Macht glauben (vgl. Gensicke, 2006a, S. 208). Trotz dieser geringen Religiosität finden es 69% gut, dass es die Kirche gibt. Die Institution der Kirche wird also weniger in Frage gestellt als die Existenz von Gott (vgl. Gensicke, 2006a, S. 216).

Interessant ist, dass die Generation Werte in einer Art „Wertcocktail“ (Albert et al., 2006, S. 445) mischt und auch solche kombiniert, die sich auf den ersten Blick widersprechen (vgl. Tulgan, 2009, S. 113). Die Generation legt z. B. viel Wert auf Fleiß und Ehrgeiz, will aber gleichzeitig das Leben genießen. Sicherheit ist von großer Bedeutung, aber auch Selbstentfaltung. Für die Generation schließen sich scheinbare Gegensätze nicht aus, sondern ergänzen sich (vgl. Gensicke, 2006b, S. 176; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 38). Eine Kombination von Leistungs- und Genusswerten ist typisch für die Generation und widerspricht den Vorstellungen vorheriger Kohorten (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 38). Die Generation kombiniert die materiellen Werte der Großeltern-Generation mit den postmateriellen der Eltern (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 135). Auch wenn 64% die Welt ein wenig besser machen wollen, möchten 58% sich auch viel leisten können. Materialismus gehört zum Leben dazu (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 18). Eine hohe Lebensqualität ist ihnen sehr wichtig (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 137), wobei diese sowohl materiellen Wohlstand als auch viel Zeit für Freunde und die Familie, Bildung und gute Arbeitsbedingungen sowie eine ökologisch intakte Umwelt umfasst (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 240).

¹¹ Die Werte nach Schwartz umfassen Tradition, Konformität, Macht, Sicherheit, Stimulation, Hedonismus, Leistung, Selbstbestimmung, Universalismus und Benevolenz (vgl. Pfeil, 2017, S. 256).

Zusammenfassend lassen sich deutliche Unterschiede aber auch Gemeinsamkeiten der Generationen erkennen, die gut zu den Einflüssen in der formativen Phase passen. Für fast alle Generationen spielen die persönliche Selbstentfaltung, der Hedonismus und die ökologische und soziale Nachhaltigkeit eine bedeutende Rolle. Eine klare Veränderung ist hingegen im Hinblick auf das politische Interesse und den Idealismus zu erkennen. Die beiden jüngeren Generationen sind pragmatischer und stärker auf sich selbst fokussiert. Man muss jedoch ergänzen, dass die Generation Y einen eng gefassten Politikbegriff verwendet (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 121). Nachhaltiger Konsum und soziales Engagement fallen für sie nicht unter Politik (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 122). Interessant ist, dass die Babyboomer und die Generation X grundsätzlich als pessimistische Generationen gesehen werden, während Millennials der Literatur nach glücklicher sind. Bei der Interpretation der Ergebnisse wird später zu sehen sein, ob die zahlreichen aufgeführten Merkmale zum Reiseverhalten der Generationen passen. Ein direkter Einfluss der Eigenschaften auf das Verhalten wird im Rahmen dieser Arbeit nicht untersucht.

Tab. 6: Eigenschaften und Werte der Generationen (eigene Darstellung).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
<ul style="list-style-type: none"> - stellen etablierte Werte in Frage - postmaterialistische Haltung - Selbsterfahrung und Kreativität sind wichtig - 68er-Bewegung/ neue Linke/APO als Meinungsmacher - 68er und Halbstarke als zwei Generationseinheiten - politisch interessiert - „Das Private ist politisch“ - fordern Liberalisierung der Sexualität - Frauen fordern 	<ul style="list-style-type: none"> - großer Geburtsjahrgang - starke Wettbewerbsnatur - gute Anpassungsfähigkeit und Frustrations-toleranz - weniger glücklich - pessimistische Zukunft-sicht - Proteste gegen Atomkraft, für 	<ul style="list-style-type: none"> - zynisch - pessimistisch und depressiv - verunsichert - egoistisch - hedonistisch - selbst-bezogen - Fokus auf das Äußere und Status-symbole durch Marken - zielstrebig und ambitioniert - konservativ - Fokus auf Selbstver-wirklichung, Genuss, 	<ul style="list-style-type: none"> - fragt nach dem „warum“ - sehr gebildet - hohe Leistungsbereitschaft und Lernfreude - hohe Ansprüche an sich selbst - legt Wert auf Gesundheit - hält sich Optionen offen, bleibt flexibel - optimistisch und zuversichtlich - glücklich - sorgt durch ihr Verhalten für strukturellen Wandel - konservativ, traditionell und regelkonform handelnd - angepasst - geringes politisches Interesse und Engagement - nicht ideologisch - realistisch und pragmatisch

<p>Gleichberechtigung</p> <ul style="list-style-type: none"> - starke moralische Überzeugung - idealistisch - gegen Krieg, Unterdrückung der Dritten Welt und autoritäre Strukturen - antiautoritäre Erziehung - Fokus auf die eigenen Bedürfnisse - Gefühle zeigen und Sexualität auszuleben sind wichtig - hedonistische Lebenseinstellung - Woodstock - Haschisch und Marihuana - Wunsch nach Selbstentfaltung und Persönlichkeitsentwicklung - „aktives“ Engagement - verschiedene Protestformen - motiviert sich selbst weiterzubilden - eloquent und sehr gebildet - skeptisch und misstrauisch 	<p>Umweltschutz und für Frieden</p> <ul style="list-style-type: none"> - idealistisch - weniger leistungsorientiert - betonen die Vernunft - jung geblieben 	<p>Lebensqualität, Kreativität und Umweltschutz</p> <ul style="list-style-type: none"> - skeptisch - entideologisiert - pragmatisch - rational - geringes politisches Interesse - Rückzug ins Private - unabhängig - selbstständig - wenig religiös - Freunde sind wichtig 	<ul style="list-style-type: none"> - offen und tolerant - soziales und gesellschaftliches Engagement - Fokus auf Selbstentfaltung - Tendenz zum Narzissmus - hohes Selbstbewusstsein - Wunsch nach Aufmerksamkeit und Fürsorge - geringe Frustrationstoleranz - technologieaffin - kommunikativ - Selbstdarstellung ist wichtig - multitaskingfähig - ungeduldig - anspruchsvoll - strebt nach Glück - hedonistisch - Individualität ist wichtig - Streben nach Eigenständigkeit, Selbstverwirklichung, Autonomie und Unabhängigkeit - Freunde sind wichtig → Suche nach Wir-Gefühl - viele Kontakte weltweit - Familie ist wichtig - Nachhaltigkeit ist wichtig - wenig religiös - Streben nach Sicherheit - Kombination von Leistungs- und Genusswerten/ Materialismus und Postmaterialismus
--	---	--	--

3.3.2 Privatleben und Familie

Nachdem die übergreifenden Eigenschaften und Werte der Generationen präsentiert wurden, liegt im Folgenden der Fokus auf der Gestaltung des privaten Lebens bzw. des Familienlebens. Viele Aspekte, die hierbei relevant sind, wurden bereits in den Kapiteln

„Lebensphasen“ und „Demographischer Wandel“ aufgegriffen. Besonders auf die Zahl der Geburten wurde bereits detailliert eingegangen. Da die jüngeren zwei Generationen ihre Familienplanung noch nicht abgeschlossen haben, ist es nicht möglich, konkrete Geburtenzahlen der einzelnen Generationen zu vergleichen. Auch die verlängerte Postadoleszenz wurde bereits beschrieben, da diese Veränderung in der Literatur nicht nur den Millennials zugeschrieben wird, sondern sukzessive eingetreten ist. Im Folgenden liegt daher der Schwerpunkt auf den Merkmalen des Privatlebens, die konkret einer Generation zugeordnet werden können. Sie ergänzen die vorherigen Ausführungen zum demographischen Wandel und zu den Lebensphasenveränderungen im Zeitverlauf.

68er

Das Privatleben der 68er wird schnell mit einer sehr kleinen Minderheit der Generation assoziiert. So hat die „Kommune I“ eine große mediale Aufmerksamkeit und Bekanntheit damit erlangt, dass sie neue Formen des intimen Zusammenlebens erproben wollte und abseits der klassischen Kleinfamilie bürgerliche Kultur- und Moralvorstellungen in Frage stellte (vgl. Busche, 2007, S. 97–98; Kimmel, 1998, S. 220–221; Klimke & Scharloth, 2007, S. 316).

Abgesehen von diesem Spezialfall war Heiraten noch beliebt und selbstverständlich zur Zeit der 68er. Das klassische Ehe- und Familienmodell behielt seine Gültigkeit (vgl. Hill & Kopp, 1997, S. 35). Dank des Wirtschaftswunders ging es den 68ern privat wirtschaftlich gut. Arbeitslosigkeit war eine große Ausnahme (vgl. Busche, 2007, S. 112, 174; Hill & Kopp, 1997, S. 35). Um seine Rente musste man sich keine Sorgen machen, sodass man Kinder bekommen konnte, ohne finanzielle Probleme zu fürchten. Die Frau konnte zu Hause bleiben, während der Mann zur Arbeit ging (vgl. Kecskes, 2012, S. 7). Der ökonomische Lebensstandard machte frühe Eheschließungen und eine verhältnismäßig hohe Kinderzahl möglich (vgl. Hill & Kopp, 1997, S. 35). Für ein emotional erfülltes Familienleben gehörten Kinder selbstverständlich dazu (vgl. Kecskes, 2012, S. 8). Die Ideale der 68er-Bewegung spielten für das private Leben der breiten Masse der Bevölkerung noch keine Rolle, sondern wurden erst später für die Babyboomer relevant. So war für Frauen der 68er eine Berufsausbildung noch keine Selbstverständlichkeit. Selbst wenn sie eine Ausbildung machten, folgte mit der Geburt des ersten Kindes in aller Regel die Aufgabe der Berufstätigkeit (vgl. Grunert & Krüger,

2011, S. 224). Die 68er haben dennoch zu ihren eigenen Kinder, wie schon zu ihren Eltern, keine besonders enge Beziehung (vgl. Lüscher & Liegle, 2003, S. 135).

Babyboomer

Die Geschlechterrollen sind bei den Babyboomern noch überwiegend klassisch, sodass der Mann als Ernährer berufstätig ist und die Familie versorgt (vgl. Pfeil, 2017, S. 66). Nur 7% der Befragten in der Shell-Jugendstudie wollten keine Kinder, wobei immerhin 13% angaben, nicht heiraten zu wollen (vgl. Fischer et al., 1982, S. 19). Die Popularität der Hochzeit hat in dieser Generation abgenommen. Die Heiratsneigung ist geringer, das Heiratsalter angestiegen und auch die Geburtenrate ist schon verhältnismäßig niedrig. Zum einen sind diese Entwicklungen darauf zurückzuführen, dass Frauen zunehmend auf Bildung und in Folge dessen auch auf Karriere setzen. Zum anderen ist Kohabitation auch unverheiratet problemlos möglich geworden (vgl. Hill & Kopp, 1997, S. 35–36). Das wichtigste Lebensziel der Generation ist dennoch eine glückliche Ehe oder Partnerschaft (vgl. Pfeil, 2017, S. 180).

Dadurch, dass Millennials lange zu Hause wohnen bleiben, ergibt sich für Babyboomer, die in den meisten Fällen die Eltern dieser Generation sind, im Umkehrschluss eine verlängerte Zeit, in der man als Familie zusammenlebt.

Generation X

Genau wie bei den Babyboomern ist das wichtigste Lebensziel der Generation X eine glückliche Ehe oder Partnerschaft (vgl. Pfeil, 2017, S. 180). Gerade weil viele mit geschiedenen Eltern aufgewachsen sind, suchen sie nun verstärkt nach Stabilität im Leben. Die Frauen sind mittlerweile gut in der Arbeitswelt angekommen. Dennoch legen sie sehr viel Wert auf Familie und Lebensqualität, welche sie nicht für die Karriere opfern würden (vgl. Foley, 1999). Die Familiengründung ist bereits etwas später erfolgt, da man sich zunächst selbst verwirklichen wollte (vgl. Klaffke, 2014a, S. 12–13).

Die Gleichberechtigung bei der Kindererziehung ist bei der Generation X schon weit vorangeschritten. Mehr als 80% der Generation sind der Meinung, dass ein Mann ein Kind genauso gut erziehen kann wie eine Frau und fast 50% der Väter würden gerne mehr Zeit mit ihren Kindern verbringen (vgl. Viacom Global Insights, 2016). Im

Vergleich zu ihren Vorgänger-Generationen hat die Generation X jedoch sowohl zum Heiraten (vgl. Scott & Braun, 2006, S. 79) als auch zu Kindern eine negativere Einstellung (vgl. Scott & Braun, 2006, S. 80).

Entscheiden sich Mitglieder der Generation X jedoch für Nachwuchs, hat man ein besonders enges Verhältnis zu seinen Kindern (97% Zustimmung), welches sogar noch enger ist als das Verhältnis der Generation Y-Eltern zu ihren Kindern (93%). Die Kinder bestätigen diese Ergebnisse (vgl. Viacom Global Insights, 2015), welche auch zu der Theorie von Howe und Strauss passen. Die Autoren haben herausgestellt, dass der Generationentyp der Generation X (Reactive) sich mehr auf das Privatleben und auf die Erziehung der Kinder konzentriert und dabei sehr beschützend ist (vgl. Kapitel 2.1.3).

Generation Y

Die Generation bekommt höchstwahrscheinlich weniger Kinder als die Generationen vor ihr (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 87). In der Shell-Jugendstudie sind nur 44% der Meinung gewesen, dass man Kinder benötige, um glücklich zu sein (vgl. Langness et al., 2006, S. 50), wobei von denen, die noch keine Kinder hatten, sich immerhin 62% eigene Kinder gewünscht haben (vgl. Langness et al., 2006, S. 51) und 32% in diesem Punkt noch unsicher gewesen sind (vgl. Langness et al., 2006, S. 52). Eine Familie zu gründen, ist nur eine Option von vielen und in jedem Fall eine große Entscheidung für das ganze Leben. Auf viele andere Optionen müsste man dadurch verzichten. Millennials tun sich genau mit dieser Festlegung schwer (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 88, 105; Weiguny, 2010). Man möchte zwar eine Familie und Kinder, aber nicht um jeden Preis (vgl. Braun & Pfeiffer, 2012, S. 93; Picot & Willert, 2006, S. 300). Kinder sollen das eigene Leben bereichern und möglichst wenige Einschränkungen mit sich bringen (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 113). Diese Generation möchte vor allem zunächst einen erfüllenden Beruf (vgl. Braun & Pfeiffer, 2012, S. 84; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 102). Man hat es nicht eilig damit, „erwachsen“ zu werden (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 102). Gerade durch die Unplanbarkeit der Erwerbsbiographie (vgl. Albert et al., 2006, S. 446) und viele Fernbeziehungen wird die Familiengründung erschwert (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 90). Die Generation hat dank einer guten Ausbildung oft einen guten Job mit vielen Freiräumen (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 87). Hinsichtlich der

Lebensziele spielen Kinder daher eine geringere Rolle als es bei den Babyboomern und der Generation X im gleichen Alter der Fall war (vgl. Pfeil, 2017, S. 182). Wenn man sich denn dafür entscheidet, bekommt man später Kinder als die Vorgänger, wobei vermutlich ca. ein Viertel kinderlos bleiben wird (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 105). In Bezug auf die Frage nach der Kinderzahl dominiert der Wunsch nach zwei Kindern (69%). 15% wünschen sich nur eins, wobei auch 17% mindestens drei Kinder wollen (vgl. Langness et al., 2006, S. 54).

Eltern in der Generation Y haben im Vergleich zu Eltern in der Generation X ein freundschaftlicheres Verhältnis zu ihren Kindern (Y: 45%; X: 38%), gleichzeitig sind sie aber auch kontrollierender. Man fördert weniger die Unabhängigkeit des Kindes (Y: 87%; X: 95%) und die eigene Entscheidungsfindung (Y: 70%; X: 84%). Die Sorgen um die Sicherheit des Kindes (Y: 77%; X: 66%) und die Sorgen darüber, keine guten Eltern zu sein (Y: 72%; X: 57%), sind bei den Millennials ausgeprägter (vgl. Viacom Global Insights, 2015).

In Hinblick auf die Rollenverteilung von Frauen und Männern lässt sich sagen, dass die traditionellen Rollen zunehmend verschwinden. Mehr als 80% der Frauen wollen ihre Karriere mit Kindern verbinden und die Männer möchten sie dabei unterstützen (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 37, 87), was sich insgesamt positiv auf das Haushaltseinkommen auswirken sollte (vgl. Braun & Pfeiffer, 2012, S. 38). Gleichberechtigung ist für Millennials selbstverständlich (vgl. Bund, 2014, S. 93, 186; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 143; Rump & Eilers, 2013, S. 191). Auch die Väter sind zunehmend für die Betreuung der Kinder zuständig (vgl. Parment, 2009, S. 71). Dennoch halten es deutlich mehr Frauen als Männer für wahrscheinlich, in Teilzeit zu arbeiten, um sich anderen Aufgaben im Leben zu widmen (73%) (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 23–24). Verschwunden ist die Rollenteilung, in der sich Männer als Ernährer der Familie sehen, trotz veränderter Leitbilder noch nicht (vgl. Braun & Pfeiffer, 2012, S. 87; Huber & Rauch, 2013, S. 23–24; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 108). Mit der Geburt des ersten Kindes setzt häufig eine Retraditionalisierung der Beziehung ein, wobei Männer und Frauen für eine gewisse Zeit in alte Rollenmuster verfallen. Trotz gleichwertiger Ausbildung bleibt die Frau zu Hause bei dem Kind (vgl. Bund, 2014, S. 88–89). Dass sich immerhin auch 47% der Männer vorstellen können, in Teilzeit zu arbeiten, zeigt jedoch die deutliche Trendwende (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 25).

40% sind für eine ausgeglichene Arbeitsteilung in Hinblick auf Familie und Beruf (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 108). Von 2008 bis 2010 ist dadurch der Anteil der Väter, die Elterngeld beziehen, von ca. 20% auf über 25% gestiegen. Die Erwerbstätigkeit der Mütter konnte dadurch wiederum deutlich ansteigen (vgl. Braun & Pfeiffer, 2012, S. 34–35).

Wichtiger als Kinder ist eine stabile und glückliche Partnerschaft (vgl. Braun & Pfeiffer, 2012, S. 85; Gensicke, 2006b, S. 178; Pfeil, 2017, S. 182). Treue nimmt für 78% der Generation einen hohen Stellenwert ein (vgl. Gensicke, 2006b, S. 172). Bevor man eine Beziehung eingeht, prüft man jedoch ganz genau, ob der Partner wirklich passt (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 89). Millennials fällt die Bindung an eine Person, ein Unternehmen oder eine Stadt schwer, da immer noch etwas Besseres kommen könnte (vgl. Weiguny, 2010). Viele legen sich erst mit Mitte 30 auf einen Beruf und Partner fest. Es ist nicht mehr erstrebenswert, möglichst früh den Partner fürs Leben zu finden. Man möchte zwischen 20 und 30 Jahren erst seine eigene Persönlichkeit entwickeln, reisen und Erfahrungen sammeln, damit man weiß, was man im Leben will und welcher Partner gut zu einem passt (vgl. Ewinger et al., 2016, S. 10–11; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 104; Twenge, 2006, S. 90–91, 97). Michael Nast nennt in seinem Buch „Generation Beziehungsunfähig“ u. a. die sozialen Medien und Dating-Apps als Grund für dieses Verhalten, da diese die wahrgenommene Menge an potenziellen Lebenspartnern immens vergrößert haben (vgl. Nast, 2016, S. 53–54).

Führt man eine Beziehung, begegnet man sich meistens auf Augenhöhe. Man geht auf den anderen ein und beachtet seine Bedürfnisse. Die Generation weiß, dass auch der Partner sich selbst verwirklichen will und man möchte, dass auch der andere seine (Karriere-)Ziele erreichen kann (vgl. Braun & Pfeiffer, 2012, S. 86; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 91). Beziehungen werden dadurch intensiver (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 91).

Während zwar Treue für diese Generation wichtig ist, hat Heiraten nur für 41% der Generation einen hohen Stellenwert (vgl. Gensicke, 2006b, S. 174). Wenn eine Beziehung nicht gut läuft, wird sie beendet. Single zu sein, ist zu einer Selbstverständlichkeit geworden (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 89). Trennungen oder Scheidungen gehören zur Normalität. Das wiederum führt zu alleinerziehenden Eltern

und Patchwork-Familien. Zunehmend werden auch mehr homosexuelle Paare Familien gründen (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 93, 236). Die Generation Y ist schon mit vielfältigen Familienkonstellationen aufgewachsen und wird zukünftig für weitere Veränderungen der Lebensformen in Hinblick auf die Geschlechterrollen, die Vereinbarung von Familie und Beruf und die Kindererziehung sorgen (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 235).

Diese Generation hat dennoch auch sehr traditionelle Vorstellungen vom Leben, die man fast als „spießig“ bezeichnen könnte (vgl. Riederle, 2013, S. 200). Man möchte irgendwann ein Haus mit Garten, Familie und Hund haben. Aufgrund der vielen Möglichkeiten und Unbeständigkeiten hat die Generation ein Bedürfnis nach etwas Vertrautem sowie Sehnsucht nach Stabilität und Sicherheit (vgl. Braun & Pfeiffer, 2012, S. 83, 94; Friedrichs, 2015; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 124; Kurz, 2014a; Pendergast, 2010, S. 8; Riederle, 2013, S. 200–201). 74% möchten später ein eigenes Haus oder eine eigene Wohnung besitzen (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 23). Der Bausparvertrag gewinnt wieder an Bedeutung (vgl. Friedrichs, 2015). Auf Basis dieser Lebensvorstellungen wird auch von der „Generation Biedermeier“ gesprochen (vgl. Dostert, 2010). Dieser Name wird jedoch auch kritisch gesehen, da die Wünsche der Generation ein Ergebnis ihrer Umwelt sind. Die ständig geforderte Inszenierung und Selbstvermarktung stehen dem eigentlichen Bedürfnis nach Selbstverwirklichung gegenüber. Auf die Notwendigkeit, sich im öffentlichen Leben flexibel verhalten und anpassen zu müssen, wird im Privaten mit dem Wunsch nach Authentizität reagiert (vgl. Kecskes, 2012, S. 23). Doch gerade die geforderte Flexibilität ist, zusammen mit dem Wunsch, sich alle Optionen offen zu halten, der Grund dafür, dass viele noch kein Haus gebaut oder eine Wohnung gekauft haben (vgl. Bund, 2014, S. 182).

Insgesamt hat sich das Privatleben der Generationen in zwei Punkten besonders geändert. Zum einen hat sich die traditionelle Rollenverteilung zunehmend aufgelöst. Zum anderen haben sich die Prioritäten im Privatleben verschoben. Wichtiger als die Familiengründung ist nun ein erfüllender Beruf und eine glückliche Partnerschaft auf Augenhöhe. Dadurch wird die Familienplanung zumindest lange aufgeschoben und teilweise auch aufgehoben. Für das Reiseverhalten spielt die Gestaltung des Privatlebens eine große Rolle. Es ist bekannt, dass das Reiseverhalten von den einzelnen Lebensphasen bzw. den Familienphasen abhängt (vgl. hierzu Kapitel 4.2).

Gestalten nun einzelne Generationen die Lebensphasen neu, sollte dies zu einem entsprechend veränderten Reiseverhalten führen.

Tab. 7: Privatleben der Generationen (eigene Darstellung).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
<ul style="list-style-type: none"> - Kommune I - klassisches Ehe- und Familienmodell - keine finanziellen Probleme - Frau bleibt mit Kindern zu Hause - frühe Eheschließungen - verhältnismäßig viele Kinder - keine enge Beziehung zu den Kindern 	<ul style="list-style-type: none"> - überwiegend klassische Geschlechterrollen - Heiratsneigung geringer - Heiratsalter höher - Geburtenrate verhältnismäßig niedrig - Frauen setzen auf Bildung und Karriere - Kinder leben lange zu Hause 	<ul style="list-style-type: none"> - Suche nach Stabilität - Frauen gehen arbeiten - Familie und Lebensqualität sind wichtiger als Karriere - spätere Familiengründung - zunehmende Gleichberechtigung bei der Kindererziehung - negativere Einstellung zu Hochzeit und Kindern - enges Verhältnis zu Kindern 	<ul style="list-style-type: none"> - keine Familiengründung um jeden Preis - weniger Kinder - erfüllender Job wichtig - spätere Familiengründung - freundschaftliches Verhältnis zu Kindern, aber kontrollierender - traditionelle Rollenverteilung verschwindet - Frauen wollen Kinder und Karriere - Männer übernehmen auch Betreuung der Kinder - kurz nach der Geburt alte Rollenmuster - glückliche Partnerschaft ist wichtiger als Kinder - Festlegung auf einen Partner fällt schwer → man will erst seine Persönlichkeit entwickeln, reisen und Erfahrungen sammeln - Beziehungen auf Augenhöhe - Treue ist wichtig - Heiraten ist weniger wichtig - Beziehungen werden schnell beendet - vielfältigere Familienkonstellationen - Sehnsucht nach Stabilität und Sicherheit - Wunsch nach einem Eigenheim

3.3.3 Arbeitswelt

Die wissenschaftlichen Publikationen zu den Generationen in der Arbeitswelt, mit Fokus auf die Personalführung, sind zahlreicher als die Generationenstudien in anderen Fachgebieten. Gerade der Generation Y sind viele Untersuchungen gewidmet worden.

Sehr vorteilhaft ist an dieser Stelle auch, dass bereits die deutsche Literatur einen guten Einblick in die Generationen ermöglicht, während in anderen Fachbereichen, wie im Fall des Tourismus, hauptsächlich Ergebnisse aus anderen Ländern zur Verfügung stehen.

68er

Die 68er gelten als besonders zuverlässig (vgl. Oertel, 2007, S. 216). Sie arbeiten lieber selbstständig als in einem Team (vgl. Oertel, 2007, S. 214), wobei ihnen Fleiß, Einsatz, Kreativität und Höflichkeit darüber hinaus besonders wichtig sind (vgl. Oertel, 2007, S. 230). Auch auf soziale Gerechtigkeit legen sie viel Wert (vgl. Oertel, 2007, S. 206).

Diese Generation, wie auch die Babyboomer nach ihnen, sieht Arbeit noch als Pflicht (vgl. Parment, 2009, S. 23). Die Karriere dient gleichzeitig aber auch zur Identifikation. Man will die Karriereleiter möglichst hoch hinaufsteigen (vgl. Hobart & Sendek, 2014, S. 27). Lange Präsenzzeiten im Büro sind ein Zeichen für harte Arbeit, weshalb ein Mitglied dieser Generation am ehesten als „Workaholic“ bezeichnet werden kann (vgl. Hobart & Sendek, 2014, S. 28).

Babyboomer

Der Generation wird eine starke Arbeitsorientierung attestiert (vgl. Pfeil, 2017, S. 66). Man vertrat die Ansicht, dass sich mit viel Arbeit und dem daraus resultierenden Geld alle Wünsche erfüllen lassen (vgl. Fintz, 2014, S. 13).

Da Babyboomer in großen Kohorten aufgewachsen sind, kennzeichnet sie auch in der Arbeitswelt Durchsetzungsfähigkeit und eine gute Teamfähigkeit. Sie sind konkurrenz- und konfliktprobt (vgl. Bruch et al., 2010, S. 111). Ihnen wird gleichzeitig eine hohe Sozialkompetenz zugeschrieben (vgl. Oertel, 2007, S. 226). Teamgeist, Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft sind Babyboomern besonders wichtig (vgl. Oertel, 2007, S. 216).

Verlässlichkeit und Pflichtbewusstsein schätzen sie sehr (vgl. Oertel, 2007, S. 216). Für Babyboomer und 68er lässt sich sagen, dass sie leben, um zu arbeiten, wobei sie Autoritäten und Hierarchien respektieren (vgl. Gursoy, Maier & Chi, 2008, S. 451; Hobart & Sendek, 2014, S. 29). Sie sind dem Arbeitgeber gegenüber sehr loyal und erwarten dafür nach dem Senioritätsprinzip befördert zu werden. Jobsicherheit ist ihnen

wichtig (vgl. Gursoy et al., 2008, S. 451–452) und eine Beförderung ist für sie eine Anerkennung ihrer Leistung (vgl. Hobart & Sendek, 2014, S. 30). Für neue Aufgaben brauchen sie jedoch genaue Anleitungen (vgl. Gursoy et al., 2008, S. 452).

Babyboomer legen zwar im Vergleich zu anderen Generationen sehr viel Wert auf eine hohe Lebensqualität, dennoch spielt für sie ein ausgewogenes Verhältnis von Arbeit und Privatleben eine geringere Rolle. Im Generationenvergleich ist Babyboomern das Einkommen am wichtigsten. Auch soziale Gerechtigkeit ist für sie von Bedeutung. Aus- und Weiterbildungen sind hingegen nur für eine kleine Minderheit bedeutsam (vgl. Oertel, 2007, S. 206).

Generation X

Die Generation X kennzeichnet ihre ausgeprägte Karriereorientierung und ihr Individualismus. Die Mitglieder der Generation sind ihrem Arbeitgeber gegenüber nur kurzfristig loyal (vgl. Bruch et al., 2010, S. 111). Doch trotz geringerer Loyalität, im Vergleich zu ihren Vorgängern, haben sie eine gute Arbeitsmoral. Verglichen mit den Babyboomern sind sie eher der Meinung, dass man auch dann hart arbeiten sollte, wenn der Vorgesetzte nicht anwesend ist (vgl. Smola & Sutton, 2002, S. 378). Sie sind zudem sehr selbständig und arbeiten besser für sich alleine (vgl. Gursoy et al., 2008, S. 452). Gleichzeitig haben sie weniger Achtung vor Autoritäten (vgl. Foley, 1999) und wenden sich gerne mit ihren Anliegen direkt an das höhere Management (vgl. Gursoy et al., 2008, S. 452).

Mit der Generation X entstand auch der Begriff „Work-Life-Balance“. Die Generation X möchte das gute Leben, mit vielen Reisen und anderen Hobbys, schon früh – und nicht erst in der Pension – genießen (vgl. Hobart & Sendek, 2014, S. 29). Ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Arbeit und Privatleben bzw. Freizeit ist der Generation sehr wichtig. Das Einkommen hat für sie eine weniger hohe Priorität (vgl. Oertel, 2007, S. 206; Pfeil, 2017, S. 68). Fast 85% finden die Work-Life-Balance wichtiger als den Erfolg (vgl. Viacom Global Insights, 2016). Mitglieder dieser Generation arbeiten, um zu leben. Daher legen sie sehr viel Wert auf ihr Privatleben und arbeiten nur so viel wie nötig. Sie versuchen dabei, Arbeit und Privates klar voneinander zu trennen (vgl. Gursoy et al., 2008, S. 452).

Zudem erwarten sie sofortige Anerkennung, wenn sie etwas gut gemacht haben, die nicht erst im Rahmen der nächsten Beförderungsrunde erfolgt (vgl. Gursoy et al., 2008, S. 452). Freiheiten, z. B. in Bezug auf die Gestaltung ihrer Arbeitszeiten, sind für sie eine Art der Anerkennung (vgl. Hobart & Sendek, 2014, S. 30–31). Außerdem ist ihnen Arbeitsplatzsicherheit besonders wichtig. Kaum von Bedeutung sind für diese Generation hingegen die Persönlichkeitsentwicklung auf der Arbeit sowie die Möglichkeiten der Aus- und Weiterbildung (vgl. Oertel, 2007, S. 206).

Hinsichtlich der Arbeitstugenden schätzt die Generation X Pünktlichkeit, Kreativität, Fleiß, Freundlichkeit, Teamfähigkeit, Gewissenhaftigkeit, Verlässlichkeit, Ehrgeiz, Fairness, Belastbarkeit und Humor (vgl. Oertel, 2007, S. 214, 216). Wie auch den Babyboomern wird ihnen eine hohe soziale Kompetenz zugeschrieben (vgl. Oertel, 2007, S. 226).

Generation Y

Durch die Zunahme atypischer Beschäftigungsverhältnisse, wie die gestiegene Anzahl an Praktika, wird die Generation auch „Generation Praktikum“ genannt (vgl. Klaffke, 2014a, S. 13; Stolz, 2005). 26% geben an, vor dem Berufseinstieg viele Praktika gemacht zu haben. Immerhin 61% ist der Berufseinstieg relativ gut gelungen (vgl. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, 2014, S. 21).

Die Generation rechnet nicht mit nur einem Job für das ganze Leben und ist ihrem Arbeitgeber gegenüber weniger loyal. Millennials zeigen eine hohe Wechselbereitschaft (vgl. Parment, 2009, S. 27, 31, 73–74; Purgal, 2015, S. 88; Tapscott, 2009, S. 75–76). Im Gegensatz zu allen vorherigen Generationen ist ihnen die Arbeitsplatzsicherheit nicht sehr wichtig (vgl. Oertel, 2007, S. 206). 44% gehen davon aus, später beruflich noch einmal neu anzufangen. Umbrüche sind notwendig und normal geworden (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 26). Obwohl die Generation engagiert und leistungsbereit ist, wird ihr Unbeständigkeit und ein geringes Durchhaltevermögen attestiert (vgl. Parment, 2009, S. 27; Purgal, 2015, S. 89–90). Da ein Jobwechsel häufig mit einer Einkommenssteigerung verbunden ist und mehrere Arbeitgeber im Lebenslauf von der Personalabteilung nicht mehr negativ gesehen werden, wechselt die Generation schneller als ihre Vorgänger den Job (vgl. Parment, 2009, S. 103).

Daher legt die Generation den Fokus lieber auf ihre Selbstverwirklichung, persönliche Entwicklung, Erfüllung und gute Arbeitsbedingungen im derzeitigen Job (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 46, 227; Parment, 2009, S. 62, 68; Purgal, 2015, S. 89–90). „Arbeit ist für die Generation Y immer auch Selbstentfaltung“ (Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 70) und wird zunehmend weniger als Pflicht betrachtet (vgl. Parment, 2009, S. 68). Die eigenen Ideen verwirklichen und mitgestalten zu können, ist wichtiger als die Karriere (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 18). Unabhängigkeit und Gestaltungsfreiheit sind daher von Bedeutung (vgl. Braun & Pfeiffer, 2012, S. 80). Ein großer Teil der Generation möchte sich später selbständig machen (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 24), um genau das zu erreichen. Bedingungen von Unternehmen, die nicht zu ihren Wünschen und Vorstellungen passen, werden zunehmend weniger akzeptiert (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 22). Man arbeitet nicht primär aufgrund des Geldes, sondern vielmehr wegen des Interesses am Job. Das Gehalt sollte jedoch ihren Vorstellungen entsprechen. Es beeinflusst dennoch nicht wesentlich die Zufriedenheit mit der Arbeit (vgl. Braun & Pfeiffer, 2012, S. 80; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 70). Ein überdurchschnittliches Gehalt ist nur für 55% der Generation reizvoll (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 30). Das Gehalt muss in erster Linie fair und leistungsgerecht sein (vgl. Krause, 2015, S. 88–89). Man erwartet in Bezug auf die Arbeit Abwechslung, wenig Routine sowie neue herausfordernde und spannende Aufgaben, in denen man seine Fähigkeiten einbringen kann. Dafür akzeptiert man im Zweifel auch eine geringere Bezahlung und eine zeitliche Befristung (vgl. Braun & Pfeiffer, 2012, S. 80–81; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 70; Krause, 2015, S. 95; Purgal, 2015, S. 89). Für die Generation Y sind vor allem immaterielle Werte in der Arbeitswelt bedeutsam. Millennials sind intrinsisch motiviert (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 30).

Des Weiteren sind soziale Kontakte und das kollegiale Arbeitsumfeld von großer Bedeutung für diese Generation (vgl. Krause, 2015, S. 65; Oertel, 2007, S. 206; Parment, 2009, S. 63). Eine gute Arbeitsatmosphäre und eine funktionierende Teamarbeit sind ihnen auf der Arbeit am wichtigsten (90% Zustimmung) (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 30). Sie sind Teamplayer (vgl. Cone Inc., 2006, S. 5; Howe & Strauss, 2000, S. 8; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 205; Pendergast, 2010, S. 6). Die hohe Teamorientierung (vgl. Donnison, 2007, S. 7; Rump & Eilers, 2013, S. 175) zeigt sich auch durch den Wunsch nach gemeinsamen Aktivitäten mit den Kollegen

(vgl. Krause, 2015, S. 92). Das Betriebs- und Arbeitsklima haben für sie einen hohen Stellenwert (vgl. Krause, 2015, S. 94; Oertel, 2007, S. 215).

Auf selbständiges Arbeiten und flache Hierarchien legen 72% der Generation Wert (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 33). Ältere Kollegen müssen sich Autorität erst erwerben (vgl. Parment, 2009, S. 29). Hierarchien und Autoritäten werden weniger gut akzeptiert, da man nicht davon ausgeht, dass Vorgesetzte über ein größeres Wissen und mehr Kompetenzen verfügen als man selbst (vgl. Purgal, 2015, S. 91–92). Millennials kommunizieren schneller über verschiedene Hierarchieebenen hinweg (vgl. Purgal, 2015, S. 91–92) und sagen offen und direkt dem Vorgesetzten, welche Anforderungen sie haben und was ihnen ggf. nicht gefällt (vgl. Parment, 2009, S. 76). 59% dieser Generation fordern eine Kommunikation auf Augenhöhe (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 30–31). Vom Vorgesetzten erwartet man regelmäßiges Feedback und Anerkennung, sodass dieser zu einer Art Coach wird (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 77; Krause, 2015, S. 65, 91; Parment, 2009, S. 20, 110–111; Purgal, 2015, S. 93). Gleichzeitig gilt die Generation als wenig kritikfähig (vgl. Purgal, 2015, S. 92). Millennials erwarten Förderung und gleichzeitig Autonomie und Mitbestimmungsmöglichkeiten (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 77; Krause, 2015, S. 65, 90). Sie möchten stets nach ihrer Meinung gefragt werden (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 14).

Die Grenzen zwischen der Arbeit und der Freizeit sind für die Generation Y fließend (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 22; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 72; Parment, 2009, S. 98–99; Purgal, 2015, S. 90–91). Sie möchte ihre Arbeitszeiten und -orte flexibel selbst bestimmen (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 79; Krause, 2015, S. 89–90; Purgal, 2015, S. 25; Tapscott, 2009, S. 75–76) und arbeitet am liebsten projektbezogen (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 227), da man dabei stärker selbst entscheiden kann, wie vorgegebene Ziele erreicht werden (vgl. Krause, 2015, S. 95). Die Work-Life-Balance impliziert eine Trennung von Arbeit und Freizeit, was nicht zu Millennials passt (vgl. Purgal, 2015, S. 28–29), da für sie der Job ein integraler Bestandteil eines erfüllten Lebens ist. „Arbeitszeit wird zu Lebenszeit“ (Huber & Rauch, 2013, S. 22). Da die Arbeit Spaß machen und erfüllend sein soll, bedarf es keiner klaren Trennung mehr. Die Generation kümmert sich selbstverständlich während der Arbeitszeit um private Angelegenheiten, wie z. B. Reisebuchungen, und verbringt Zeit mit den sozialen Medien. Im Gegenzug ist sie dafür auch bereit am Wochenende zu arbeiten (vgl. Huber

& Rauch, 2013, S. 22; Parment, 2009, S. 96–99; Purgal, 2015, S. 90–91; Tapscott, 2009, S. 92). Gerade einmal 8% der Generation bevorzugen ganz deutliche Grenzen zwischen Arbeit und Freizeit. 53% mögen zwar deutliche Grenzen, stehen aber im Bedarfsfall auch in der Freizeit dem Arbeitgeber zur Verfügung, weitere 34% zumindest in einem gewissen Umfang. Wann, wie und wo gearbeitet wird, verliert an Bedeutung (vgl. Parment, 2009, S. 96–97).

Weiterbildungsmöglichkeiten und die persönliche Weiterentwicklung im Job sind für die junge Generation ebenfalls wichtig (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 83; Krause, 2015, S. 65). Sie möchte ihre gute Ausbildung später im Beruf weiter ausbauen (vgl. Braun & Pfeiffer, 2012, S. 81) und Leben, Lernen und Arbeiten kombinieren (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 84). 75% legen Wert darauf, sich immer weiter qualifizieren und bilden zu können (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 30). Dazu gehören auch externe Weiterbildungsangebote (vgl. Krause, 2015, S. 93).

Eines der am häufigsten genannten Merkmale der Generation ist ihr Wunsch nach Vereinbarkeit von Familie und Beruf (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 25; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 206; Krause, 2015, S. 93). Für 81% ist diese Vereinbarkeit wichtig (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 31). Die Partnerschaft, die eigene Familie und Freunde sowie die Entfaltung der eigenen Persönlichkeit sind wichtiger als die berufliche Karriere und finanzieller Erfolg (vgl. Albert et al., 2006, S. 445; Huber & Rauch, 2013, S. 18; PewResearchCenter, 2010, S. 2). Daher ist es für sie auch bedeutsam, dass man ggf. zu Hause arbeiten kann, flexible Arbeitszeiten hat und sich persönliche Auszeiten nehmen kann (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 31; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 73).

Persönliche Auszeiten werden auch in Form von Sabbaticals gewünscht. Für die Selbstverwirklichung einige Monate frei zunehmen, zeigt die Abwendung von linearen Karriere-Mustern (vgl. Parment, 2009, S. 79). 45% der Generation gehen davon aus, einmal vorübergehend aus dem Berufsalltag auszusteigen, um etwas völlig anderes zu machen. Sabbaticals werden schon in jungen Jahren genutzt, um beispielsweise eine lange Reise zu unternehmen (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 22, 25). Nach der Auszeit erwartet man, in der Regel im vorherigen Job weiterarbeiten zu können (vgl. Purgal, 2015, S. 91). Daher gibt es beispielsweise bei der Unternehmensberatung McKinsey zusätzlich zum bezahlten Urlaub die Möglichkeit, drei Monate unbezahlten Urlaub zu

nehmen, was fast jeder fünfte Consultant im Jahr nach der Einführung auch genutzt hat (vgl. Löhr, 2013). Die Generation Y möchte private Träume auch neben dem Beruf realisieren (vgl. Krause, 2015, S. 89–90). Dies lässt sich auch als Prävention verstehen – man will ein Burnout unbedingt vermeiden (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 84). 33% der Generation gehen davon aus, einmal ein Burnout zu erleben (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 24–25).

Trotz des Wunsches nach Auszeiten und Abwechslung sucht man auch im Job Stabilität und möchte am liebsten eine klassische Festanstellung mit einem sicheren Einkommen (vgl. Deloitte, 2017, S. 19; Huber & Rauch, 2013, S. 31; Krause, 2015, S. 94–95). Auch wenn man sich nicht langfristig an ein Unternehmen binden möchte, sollte man zumindest die Möglichkeit haben, dort zu bleiben (vgl. Krause, 2015, S. 94–95). 81% wünschen sich einen sicheren Arbeitsplatz, der Planung ermöglicht (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 31). Trotz des Wunsches nach Selbstverwirklichung sucht man keine unbegrenzte Freiheit in einem hochkreativen Umfeld mit einer unkalkulierbaren Zukunft. Nur 4% wollen am liebsten bei einem Start-Up arbeiten (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 26). Öffentliche Arbeitgeber sind hingegen am beliebtesten (17%), was einmal mit der Sicherheit, aber auch mit der besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf erklärt werden kann (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 32).

Die Sinnsuche der Generation zeigt sich besonders in Bezug auf die Arbeit (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 227; Löhr, 2013; Riederle, 2013, S. 160). 87% wollen einen sinnvollen und erfüllenden Job (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 33). Man möchte am liebsten Spuren hinterlassen mit dem, was man tut (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 70) und gesellschaftsrelevante Probleme lösen (vgl. Braun & Pfeiffer, 2012, S. 82). Die Generation Y möchte wissen, dass sie mit ihrer Tätigkeit etwas Positives bewirkt. Dass der Arbeitgeber soziale und ökologische Verantwortung übernimmt, ist ihr wichtig. Wenn Unternehmen sich für soziale Projekte engagieren und ggf. Millennials mit in diese Projekte einbinden, steigt die Attraktivität des Arbeitgebers und die Loyalität der Generation ihm gegenüber (vgl. Bund, 2014, S. 157; Cone Inc., 2006, S. 9; Deloitte, 2017, S. 13; Hobart & Sendek, 2014, S. 54; Parment, 2009, S. 82).

Hinsichtlich der Arbeitstugenden kommt es der jüngsten Generation vor allem auf Einsatz und Motivation, Fleiß, Kreativität, Teamfähigkeit und Freundlichkeit an.

Zuverlässigkeit ist ihr im Vergleich zu den anderen Generationen weniger wichtig, Pünktlichkeit wiederum schon (vgl. Oertel, 2007, S. 215).

Insgesamt haben sich die Anforderungen an den Arbeitgeber mit den Generationen deutlich verändert. Millennials möchten Spaß auf der Arbeit haben, flexible Arbeitszeiten, nette Kollegen und keine Hierarchien mehr (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 71), während früher die Karrieremöglichkeiten und das Gehalt im Vordergrund standen. Die 68er und Babyboomer sahen Arbeit als Pflicht und gleichzeitig als Chance sich durch ein gutes Einkommen private Wünsche zu erfüllen. Die Generation X hingegen forderte eine Work-Life-Balance und legte ihren Fokus auf das Privatleben. Millennials wiederum streben weniger nach Freizeit, da sie eine erfüllende Arbeit suchen, bei der sie sich selbst verwirklichen können, sodass die Grenzen zwischen privaten und beruflichen Tätigkeiten verschwimmen dürfen. Die Einstellung zur Arbeit und Freizeit ist auch für das Reiseverhalten relevant. So ließe die angestrebte Freizeit der Generation X z. B. mehr Zeit für Reisen. Die älteren Generationen hingegen sollten eher Geld als Zeit und ein Bedürfnis nach Erholung haben. Im späteren Teil der Arbeit wird zu sehen sein, inwiefern sich das Reiseverhalten mit der Arbeitseinstellung der Generationen erklären lassen könnte.

Tab. 8: Die Generationen in der Arbeitswelt (eigene Darstellung).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
<ul style="list-style-type: none"> - zuverlässig - arbeiten lieber selbstständig als im Team - Fleiß, Einsatz, Kreativität und Höflichkeit sind wichtig - soziale Gerechtigkeit ist wichtig 	<ul style="list-style-type: none"> - Arbeit als Pflicht - karriereorientiert - Karriere zur Identifikation - lange Arbeitszeiten als Zeichen harter Arbeit - starke Arbeitsorientierung - Arbeit → Geld → Wunsch-erfüllung - durchsetzungsfähig - teamfähig 	<ul style="list-style-type: none"> - karriereorientiert - kurzfristig loyal - gute Arbeitsmoral - sehr selbständig - arbeitet besser allein - weniger Achtung vor Autoritäten - Work-Life-Balance ist sehr wichtig - Einkommen hat keine 	<ul style="list-style-type: none"> - Zunahme atypischer Beschäftigungsverhältnisse - Generation Praktikum - weniger loyal - Arbeitsplatzsicherheit weniger wichtig - engagiert und leistungsbereit - geringes Durchhaltevermögen - Fokus auf Selbstverwirklichung, Erfüllung und gute Arbeitsbedingungen - Arbeit zur Selbstentfaltung - Unabhängigkeit und Gestaltungsfreiheit vor Karriere - Interesse am Job wichtiger als Geld

<ul style="list-style-type: none"> - Arbeit als Pflicht - karriereorientiert - Karriere zur Identifikation - lange Arbeitszeiten als Zeichen harter Arbeit - leben, um zu arbeiten - Hierarchien werden akzeptiert - loyal - erwarten Beförderung nach dem Senioritätsprinzip - Jobsicherheit ist wichtig - Beförderung als Anerkennung - brauchen genaue Anleitung bei neuen Aufgaben 	<ul style="list-style-type: none"> - konkurrenz- und konflikterprobt - hohe Sozialkompetenz - Teamgeist, Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft sind wichtig - schätzen Verlässlichkeit und Pflichtbewusstsein - leben, um zu arbeiten - Hierarchien werden akzeptiert - loyal - erwarten Beförderung nach dem Senioritätsprinzip - Jobsicherheit ist wichtig - Beförderung als Anerkennung - brauchen genaue Anleitung bei neuen Aufgaben - legen Wert auf eine hohe Lebensqualität - ausgewogenes Verhältnis von Arbeit und Privatleben weniger wichtig - Einkommen ist wichtig - soziale Gerechtigkeit bedeutend - Aus- und Weiterbildungen für wenige wichtig 	<ul style="list-style-type: none"> hohe Priorität - arbeitet, um zu leben - legt viel Wert auf das Privatleben - arbeitet nur so viel wie nötig - klare Trennung von Arbeit und Privatleben - erwartet sofortige Anerkennung - Freiheiten sind Art der Anerkennung - Arbeitsplatzsicherheit ist wichtig - Persönlichkeitsentwicklung ist weniger wichtig - Aus- und Weiterbildungen sind weniger wichtig - schätzt Pünktlichkeit, Kreativität, Fleiß, Freundlichkeit, Teamfähigkeit, Gewissenhaftigkeit, Verlässlichkeit, Ehrgeiz, Fairness, Belastbarkeit und Humor - hohe soziale Kompetenz 	<ul style="list-style-type: none"> - Gehalt muss leistungsgerecht sein - Abwechslung und neue herausfordernde Aufgaben sind wichtig - immaterielle Werte sind wichtig - intrinsisch motiviert - kollegiales Arbeitsumfeld und Arbeitsatmosphäre sind wichtig - Teamplayer - Wunsch nach selbständigem Arbeiten und flachen Hierarchien - Feedback und Anerkennung sind wichtig - Vorgesetzter als Coach - wenig kritikfähig - will Mitbestimmungsmöglichkeiten - Grenzen zwischen Arbeit und Freizeit schwimmen - flexible Arbeitszeiten und -orte werden gewünscht - Arbeit muss Spaß machen - Weiterbildungsmöglichkeiten sind wichtig - will Familie und Beruf vereinen - Homeoffice, flexible Arbeitszeiten und Sabbaticals werden gewünscht - Suche nach Stabilität durch Festanstellung und sicheres Einkommen - öffentliche Arbeitgeber sind beliebt - man möchte einen sinnvollen Job/etwas Positives bewirken - Arbeitgeber sollen soziale und ökologische Verantwortung übernehmen - schätzt Einsatz und Motivation, Fleiß, Kreativität, Teamfähigkeit, Freundlichkeit und Pünktlichkeit - Zuverlässigkeit vergleichsweise weniger wichtig
---	---	---	---

3.3.4 Konsumverhalten

Das Konsumverhalten der Generationen spielt für diese Arbeit eine große Rolle. Der Theorie nach wird durch die Umwelt in den prägenden Jahren nicht nur die Einstellung, sondern vor allem auch das daraus resultierende (Konsum-)verhalten determiniert. Erst dadurch werden Generationen für das Tourismusmarketing relevant (vgl. Noble & Schewe, 2003, S. 979), wo jede Generation als eine Konsumentengruppe mit spezifischen Einstellungen angesehen werden kann (vgl. Gardiner et al., 2012, S. 320).

Es werden im Folgenden sowohl allgemeine Merkmale des Konsumverhaltens als auch konkrete Konsumbereiche betrachtet. Vor allem die Sharing Economy und das Automobil werden fokussiert, da hier die direkte Relevanz für das Reiseverhalten zu erkennen ist. Studien zu Konsumgütern, wie Softdrinks oder Kleidung, die für diese Arbeit keine nennenswerte Rolle spielen, werden nicht betrachtet. Wie schon im Kapitel „Technologie und Digitalisierung“ fallen die Ausführungen zu der Generation Y umfangreicher aus als zu den anderen drei Generationen, da viele Merkmale des Konsumverhaltens der Millennials direkt in Abgrenzung zu den vorherigen Generationen präsentiert werden.

68er

Bei den 68ern spielen Emotionen und Ästhetik beim Einkauf – wie auch bei den Babyboomern – eine untergeordnete Rolle, während funktionale und rationale Aspekte dominieren. Die Generation wird sehr von Vernunft geleitet¹² (vgl. Parment, 2009, S. 23, 58). Loyalität einer Marke und einem Unternehmen gegenüber ist die Regel. Man wechselt nur aus einem guten Grund (vgl. Parment, 2009, S. 36).

Im Zusammenhang mit sowohl funktionalen als auch emotionalen Werten ist die ausgeprägte Autoaffinität dieser Generation zu sehen. Das eigene Auto ist von großer Bedeutung für die Generation, da es ein Symbol des persönlichen Erfolgs darstellt. Der Kauf des ersten Autos war gleichzeitig auch ein Akt der Emanzipation. Obwohl die

¹² Die 68er und die Babyboomer wurden in der Studie von Parment als eine Generation angesehen.

ökologischen Folgen schon früh weitreichend bekannt waren, führte dies nicht zu einer abnehmenden Nachfrage (vgl. Schumann, 2014).

Babyboomer

Auch für die Babyboomer spielt das Auto eine große Rolle. Im direkten Vergleich zu den vorherigen und den nachfolgenden Kohorten zeigen die Geburtsjahrgänge der Babyboomer eine signifikant höhere Wahrscheinlichkeit, ein eigenes Auto zu besitzen¹³ (vgl. Levinson et al., 2015, S. 90). In der Shell-Jugendstudie 1982 fuhren sogar 62% der Erwachsenen ein eigenes Auto (vgl. Fuchs, 1982, S. 170). 85% aller Befragten hatten den Erwerb und die Nutzung eines eigenen Wagens im Alter von 18 bis 24 Jahren erreicht oder geplant (vgl. Fuchs, 1982, S. 170–171). Sich unmittelbar nach dem Eintritt in die Volljährigkeit ein eigenes Auto zu kaufen und zu fahren, gehörte für die große Mehrheit der Generation selbstverständlich dazu (vgl. Fuchs, 1982, S. 172).

Zudem kaufen Babyboomer gerne Produkte und Dienstleistungen, die den Körper und den Geist verjüngen (vgl. Kotler & Keller, 2012, S. 221; Mummert, 2004). Sie konsumieren daher auch teilweise die gleichen Dinge wie ihre Kinder (vgl. Kotler & Keller, 2012, S. 221).

Generation X

Die Generation X zeigt eine größere Marken- und Produktloyalität als die Generation Y (vgl. Reisenwitz & Iyer, 2009, S. 96), jedoch eine geringere Markentreue als ihre Vorgänger. Sie achtet sehr auf Qualität (vgl. Foley, 1999; Herbig et al., 1993, S. 7) und mag es bequem. Produkte müssen demnach leicht verfügbar und zu verwenden sein (vgl. Herbig et al., 1993, S. 7). Zudem legt die Generation ein besonderes Augenmerk auf die Nachhaltigkeit bzw. den Beitrag eines Unternehmens zu mehr Nachhaltigkeit (vgl. Herbig et al., 1993, S. 8). Das könnte u. a. ein Grund dafür sein, dass die Generation in ihren 20ern im Vergleich zu ihren Vorgängern seltener Auto gefahren ist (vgl. McDonald, 2015, S. 93).

¹³ Auch wenn man die Variablen für das Einkommen und die Haushaltsmerkmale kontrolliert.

Die Einstellung zu Kommunikationsmaßnahmen des Marketings ist in der Generation X signifikant positiver als bei den Babyboomern (vgl. Roberts & Manolis, 2000, S. 489–490), welche Marketingmaßnahmen eher skeptisch gegenüberstehen (vgl. Roberts & Manolis, 2000, S. 491).

Generation Y

Millennials sind gut informierte Konsumenten (vgl. Donnison, 2007, S. 6; Rump & Eilers, 2013, S. 127; Tapscott, 2009, S. 77). Die Generation Y ist mit einem Überangebot an Marken, Modellen und Internetseiten aufgewachsen. Dadurch hat die Generation gelernt, dass es nicht mehr möglich ist, alle Optionen einzeln genau zu evaluieren und damit die Kaufentscheidung zu optimieren, wie es frühere Generationen getan haben (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 31; Parment, 2009, S. 40). Dennoch sind Millennials Dank des Internets besser informiert, autonomer hinsichtlich ihrer Kaufentscheidung und nicht selten sogar Berater der älteren Generationen beim Kauf technologischer Produkte (vgl. Rump & Eilers, 2013, S. 127). Die Generation nutzt verschiedene Informationsquellen (vgl. Duffy et al., 2017, S. 13) und recherchiert vor allem online, bis sie genau weiß, welches Produkt sie kaufen möchte. Es werden Produktinformationen und Preise verglichen sowie Blogs und Bewertungen gelesen. Man fragt zudem seine Freunde – auch auf Facebook – nach Empfehlungen. Gerade Freunde und andere Konsumenten spielen beim Kauf eine große Rolle, da ihre Meinung glaubwürdiger erscheint als die Werbebotschaft von Unternehmen (vgl. Taken Smith, 2012, S. 89). Auch wenn viele Angehörige der Generation noch im stationären Einzelhandel einkaufen, wissen sie durch die vorherige (Online-)Recherche, dass die Kaufentscheidung richtig war (vgl. Tapscott, 2009, S. 77, 81, 189, 192).

Die Generation Y ist auch bereit Bewertungen zu schreiben, insbesondere wenn für sie dadurch ein Vorteil entsteht. Millennials promoten gerne ihre Lieblingsmarken und teilen z. B. in den sozialen Medien ihre Meinung (vgl. Taken Smith, 2012, S. 87, 89).

Flexibilität gewinnt gegenüber Loyalität (vgl. Parment, 2009, S. 46) und Emotionen gewinnen gegenüber vernunftgeleiteten und rationalen Argumenten zunehmend an Bedeutung (vgl. Parment, 2009, S. 23, 57). Das Motto „Da weiß man, was man hat“ verliert seine Relevanz (vgl. Parment, 2009, S. 46). Millennials haben gute Fähigkeiten und vor allem den Willen, nach alternativen Produkten zu suchen und ggf. den Anbieter

zu wechseln (vgl. Leask et al., 2014, S. 468). Typisch für Millennials ist ein unbefangener, neugieriger und testender Umgang mit neuen Konsum- und Medienangeboten (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 173).

Das Individualitätsstreben dieser Generation spielt auch beim Konsum eine große Rolle. Millennials lieben es, Produkte eigenständig zu individualisieren (vgl. Tapscott, 2009, S. 189) und wollen Produkte, die die eigene Persönlichkeit widerspiegeln. Teilweise möchte man durch den Konsum seine Individualität ausdrücken und zum Teil will man durch den Konsum auch die Zugehörigkeit zu einer Gruppe stärken (vgl. Noble, Haytko & Phillips, 2009, S. 626). Es werden sowohl Selbstverwirklichung als auch soziale Anerkennung durch den Kauf bestimmter Produkte angestrebt (vgl. Langness et al., 2006, S. 77). Besonders aufgrund vieler Wahlmöglichkeiten, hoher Transparenz und ständiger Kommunikation wird der Konsum als ein Medium zur Profilierung der eigenen Person genutzt (vgl. Klaffke & Parment, 2011, S. 10–11; Parment, 2009, S. 39).

Die Generation akzeptiert und erwartet gleichzeitig die Nutzung ihrer personenbezogenen Daten, um relevanten Content und individualisierte Produkte sowie Dienstleistungen zu erhalten (vgl. Deloitte, 2015, S. 10; Tapscott, 2009, S. 190). Sie weiß, dass ihre privaten Daten wie eine Währung sind (vgl. SinnerSchrader & rheingold Institut, 2015, S. 10). Die jüngere Generation ist viel eher bereit als ihre Vorgänger, ihre Daten mit Unternehmen zu teilen, wenn sie sich davon einen Nutzen, z. B. in Form von Rabatten, erhöhter Sicherheit oder die Produktion eines schwer ersetzbaren Produktes verspricht. Millennials sehen den Vorteil, dass Unternehmen mit ihren Daten eher in der Lage sind, Produkte an ihre Wünsche anzupassen und neue Innovationen zu entwickeln. Die Älteren sehen hingegen keine direkten Vorteile hinsichtlich der Verwendung ihrer Daten (vgl. Deloitte, 2015, S. 10).

Millennials mögen und vertrauen bekannten Marken (vgl. Noble et al., 2009, S. 626). Für 79% der Generation ist das Tragen von Markenkleidung beliebt (vgl. Gensicke, 2006b, S. 172). 25% stimmen der Aussage zu, dass man bei bekannten Marken sicher sein kann, eine gute Qualität zu bekommen. Dieser Anteil war in den Jahren 2006 bis 2011 enorm gestiegen – von 15% auf 25%. Für die Generation X und die Babyboomer war im gleichen Zeitraum zwar auch eine Zunahme der Zustimmung zu verzeichnen, jedoch im ersten Fall nur von 16% auf 20% und im zweiten Fall von 16% auf 18%. Die

sogenannte Wiederaufbaugeneration liegt mit 27% Zustimmung zwar noch vor den Millennials, zwischen den Jahren 2006 und 2011 hatte diese Zustimmung jedoch von ehemals 29% leicht abgenommen (vgl. Kecskes, 2012, S. 14).

Insgesamt ist ein Trend zum Konsum gesunder und regionaler Produkte, zu einer höheren Qualitätsorientierung und einer geringeren Preissensibilität zu erkennen, der alle Generationen betrifft, aber am stärksten im Fall der Generation Y festzustellen ist (vgl. Kecskes, 2012, S. 14). Für diese Generation spielt Qualität eine wichtige Rolle, da sie gerne langfristig investiert (vgl. Noble et al., 2009, S. 626), selbst wenn die Qualität mit höheren Preisen verbunden ist (vgl. Bakewell & Mitchell, 2003, S. 103). 71% sagen, dass sie für hochwertige Produkte gerne mehr Geld ausgeben und ebenfalls 71% geben an, dass sie manchmal Artikel kaufen, die sie eigentlich nicht brauchen (vgl. YouGov, 2017, S. 5).

Die Generation akzeptiert den Kapitalismus, aber versucht zum Teil durch den Konsum von Bio- und Fair-Trade-Produkten einen Beitrag zur Nachhaltigkeit zu leisten (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 128). Auch das Nachhaltigkeits-Engagement von Unternehmen ist der Mehrheit beim Einkauf wichtig und sorgt dafür, dass sie diesen Unternehmen mehr Aufmerksamkeit schenkt und dessen Produkte und Dienstleistungen eher weiterempfiehlt (vgl. Cone Inc., 2006, S. 9). Millennials legen bei der Markenwahl Wert auf den positiven Beitrag des Unternehmens zur Gesellschaft (CSR). Doch der Anteil der Generation, der dieser Aussage zustimmt (61%), liegt etwas unter dem Bevölkerungsschnitt (63%) (vgl. Duffy et al., 2017, S. 110). Kommunikationsmaßnahmen, die darauf hinweisen, dass ein Teil des Gewinns gespendet wird, sorgen in der Generation Y nachweislich für eine positivere Einstellung zu der Marke als Maßnahmen ohne den Hinweis auf eine Spende (vgl. Hyllegard, Yan, Ogle & Attmann, 2011, S. 113).

Insgesamt hat sich in der jüngsten Generation die Einstellung zur Anschaffung von Eigentum stark verändert. Die Generation legt weniger Wert auf Eigentum als ihre Vorgänger. Allein der Nutzen von bestimmten Dingen, wie des Autos oder der Bohrmaschine, ist für sie entscheidend. Die Sharing Economy bietet die gewünschten Angebote (vgl. Bund, 2014, S. 159; Christ, 2015; Fintz, 2014, S. 23; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 170; Riederle, 2013, S. 51, 52; Schumann, 2014). Millennials

haben einen positiveren Eindruck von der Sharing Economy als andere Generationen bzw. die Gesamtbevölkerung (vgl. David Binder Research, 2016, S. 2). Auch verschiedene Medien sind von der veränderten Einstellung betroffen. Die Generation Y legt weniger Wert darauf, Spielfilme oder Lieder zu besitzen (vgl. Duffy et al., 2017, S. 100), solange sie in den Genuss kommt, ihre Lieblingsfilme, z. B. über Netflix, zu schauen und ihre favorisierten Interpreten, z. B. über Spotify, zu hören. Ausgewählte Besitztümer sind für diese Generation dennoch von Bedeutung. Kapitel 3.3.2 wies bereits auf den Wunsch hin, später ein Eigenheim zu besitzen. Auch der Besitz von Technik, insbesondere eines Smartphones und die damit verbundene Nutzerkompetenz, spielen eine Rolle (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 171). Man möchte immer die neueste und beste Technologie, was auch in Hinblick auf die Anerkennung der Freunde von Bedeutung ist (vgl. Tapscott, 2009, S. 192).

Der Besitz eines Autos hat besonders stark an Bedeutung verloren (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 170; Levinson et al., 2015, S. 92; Riederle, 2013, S. 48; Schumann, 2014). Auch das Autofahren selbst wird zunehmend unbeliebter. Die Generation macht seltener einen Führerschein (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 170–171, 240; Levinson et al., 2015, S. 82; McDonald, 2015, S. 90; Riederle, 2013, S. 50, 98–99), auch im Vergleich zur Generation X (vgl. McDonald, 2015, S. 92). Sie zeigt stattdessen andere Merkmale in ihrer Mobilität als vorherige Generationen (vgl. McDonald, 2015, S. 91). Millennials nutzen verschiedene Transportmittel, die vor allem ihren Zweck erfüllen müssen. Flexibilität ist dabei wichtig (vgl. Gastel, 2014; Schumann, 2014). Die rückläufige Autonutzung kann unter anderem auch damit erklärt werden, dass Millennials länger in der Ausbildung sind, daher erst später Geld verdienen und zudem weniger Kinder haben (vgl. Gastel, 2014; McDonald, 2015, S. 91; Schumann, 2014). Die Größe des Haushalts hat einen starken Einfluss auf den Besitz eines Autos (vgl. Levinson et al., 2015, S. 90). Außerdem bevorzugen es viele in großen Städten zu leben, in denen weniger Autos benötigt und genutzt werden. Das Auto hat insgesamt einen großen Teil seiner emotionalen Bedeutung und Funktion als Symbol für Status und Freiheit eingebüßt (vgl. Bund, 2014, S. 160; Christ, 2015; Frankfurter Allgemeine Zeitung, 2014; Gastel, 2014; McDonald, 2015, S. 91; Riederle, 2013, S. 48–49, 51). Aber auch die gestiegenen Kosten sowie die zahlreichen Alternativen zum Auto sind für die geringe Nachfrage von Bedeutung (vgl. Gastel, 2014; McDonald, 2015, S. 91–92; Riederle, 2013, S. 51).

Während der Besitz eines Autos an Bedeutung verloren hat, haben Erlebnisse an Wichtigkeit gewonnen (vgl. Bund, 2014, S. 150; Eventbrite, 2014, S. 4; Stein, 2013). Die Generation ist bereit, viel Geld für Konzerte, soziale Events und kulturelle Erfahrungen auszugeben, wenn sie sich davon ein besonderes Erlebnis verspricht, das ihr Leben bereichert und sie glücklich macht (vgl. Eventbrite, 2014, S. 1). 78% der Generation sagen, dass sie Geld eher für Erfahrungen als für Sachgüter ausgeben würden (vgl. Eventbrite, 2014, S. 2), da Erlebnisse glücklicher machen als Besitz (vgl. Bund, 2014, S. 150, 154). Damit bewegt sich die Generation weg vom Materialismus (vgl. Eventbrite, 2014, S. 2; Tapscott, 2009, S. 302). Statussymbole gibt es jedoch immer noch, nur hat sich ihre Gestalt verändert. Während früher ein teurer Dienstwagen begehrt war, sind heute viel Freizeit, viele Reisen und gesellschaftliche Events das Statussymbol dieser Generation (vgl. Bund, 2014, S. 97, 102; Krause, 2015, S. 99; Löhr, 2013). Nur noch 34% legen in ihren Jobs Wert auf den Besitz eines Firmenwagens und Smartphones (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 30). Eine ebenfalls wichtige Rolle für diesen Wertewandel spielen die sozialen Medien, durch die man permanent die zahlreichen Erlebnisse anderer Freunde online betrachten kann. Man strebt nach den gleichen Erfahrungen und hat dabei Angst, etwas zu verpassen, was auch als FOMO („Fear of missing out“) bezeichnet wird (vgl. Bund, 2014, S. 21; Eventbrite, 2014, S. 2; Lee, 2013; Parment, 2009, S. 42–43; Stein, 2013).

Zu den begehrten Erlebnissen der Millennials zählen vor allem Reisen. Viel von der Welt zu sehen bzw. viele Reisen zu machen, hat für die Generation Y im Vergleich zu den beiden vorherigen Generation im gleichen Alter eine besonders große Bedeutung (vgl. Pfeil, 2017, S. 181–182). Millennials sind schon jetzt sehr reiseerfahren (vgl. Bund, 2014, S. 180; Crampton & Hodge, 2009, S. 3) und möchten weiterhin viel reisen (vgl. Braun & Pfeiffer, 2012, S. 94; Huber & Rauch, 2013, S. 19). 58% finden es persönlich wichtig und erstrebenswert, viel in fremde Länder zu reisen (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 19). 52% möchten einmal eine Weltreise machen (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 23). Millennials sind sehr an der Welt und anderen Ländern interessiert. Nationale und kulturelle Grenzen haben für sie kaum eine Bedeutung, auch wenn es um Freundschaften, Einstellungen, die Arbeit und den Konsum geht. Sie haben eine globale Sicht und Denkweise (vgl. Kurz, 2015; Mangelsdorf, 2014, S. 27–28; Parment, 2009, S. 70) und ein Bedürfnis zu reisen. Sie denken, man werde durch Reisen

zu einem besseren Menschen (vgl. Kurz, 2014b). Auf die einzelnen Merkmale des Reiseverhaltens der Generation wird später ausführlicher eingegangen.

Abschließend ist die Betrachtung des Anteils der Generation interessant, der schon im jungen Alter spart. 81% legen regelmäßig Geld zur Seite. Man spart für Reisen, Autos, Elektronik und sogar für die Altersvorsorge (15%) (vgl. Deutsche Bank AG, 2016). In einer anderen Umfrage stimmen der Frage, ob regelmäßig Geld für die private Altersvorsorge angelegt wird, sogar 37% zu (vgl. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, 2014, S. 23). Die Generation Y ist sich des demographischen Wandels und seiner Konsequenzen bewusst und daher auch bereit, schon früh über die finanzielle Absicherung im Alter nachzudenken und entsprechend vorzusorgen (vgl. Braun & Pfeiffer, 2012, S. 83, 89–90, 94; Bund, 2014, S. 45; Hobart & Sendek, 2014, S. 81; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 217; Picot & Willert, 2006, S. 301; Schneekloth, 2006a, S. 156). 65% der Generation sagen, dass man unbedingt privat für das Alter vorsorgen müsse, da die gesetzliche Rente nicht ausreichen werde. Nur 22% ist es wichtiger, jetzt ein schönes Leben zu führen als viel Geld für das Alter zu sparen (vgl. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, 2014, S. 22).

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass sich die Motivationen für einen Kauf zwischen den Generationen deutlich unterscheiden. Während bei den beiden älteren Generationen noch funktionale und rationale Aspekte eine entscheidende Rolle spielen, achtet die Generation Y mehr auf emotionale Attribute. Zudem sind sie einem Unternehmen oder einer Marke gegenüber weniger loyal als ihre Vorgänger. Das einzelne Produkt steht im Vordergrund, welches zur Persönlichkeit passen muss. Um ein passendes Produkt zu erhalten, ist die junge Generation eher bereit als ihre Vorgänger, Unternehmen ihre personenbezogenen Daten nutzen zu lassen. Auch Aspekte der Nachhaltigkeit werden bei den beiden jüngeren Generationen stärker bei der Kaufentscheidung betrachtet. Millennials sind besonders gut informierte Konsumenten, die Bewertungen lesen und selbst schreiben, sodass die Qualität der Angebote überzeugen muss. Während diese ersten Ergebnisse bereits unmittelbar für das Marketing von Reiseanbietern relevant sind, erlauben weitere Ergebnisse ganz konkrete Annahmen über die Gestaltung der Reisen. Die Abwendung vom Autofahren gibt Grund zur Annahme, dass weniger Autoreisen unternommen werden. Die Beliebtheit von Sharing Angeboten kann wiederum u. a. die Wahl der Unterkunft beeinflussen. Die Generation Y legt insgesamt

mehr Wert auf Erlebnisse und besonders Reisen als auf Eigentum, wobei Reisen gleichzeitig als neues Statussymbol der Generation fungieren. Aufbauend auf diesen Erkenntnissen ist die Untersuchung der einzelnen Merkmale des Reiseverhaltens besonders interessant.

Tab. 9: Konsumverhalten der Generationen (eigene Darstellung).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
<ul style="list-style-type: none"> - funktionale und rationale Aspekte sind beim Kauf entscheidend - vernunftgeleitet - Unternehmen gegenüber loyal - Besitz eines Autos ist wichtig - Auto als Symbol des persönlichen Erfolges - Kauf des ersten Autos als Akt der Emanzipation 	<ul style="list-style-type: none"> - funktionale und rationale Aspekte beim Kauf entscheidend - Vernunftgeleitet - Unternehmen gegenüber loyal - Besitz eines Autos ist wichtig - Autokauf nach dem 18. Geburtstag ist selbstverständlich - mögen Produkte und Dienstleistungen, die Körper und Geist verjüngen - konsumieren die gleichen Dinge wie ihre Kinder 	<ul style="list-style-type: none"> - loyaler als Millennials aber weniger loyal als die älteren Generationen - achtet auf Qualität - Produkte müssen leicht verfügbar und verwendbar sein - Nachhaltigkeit ist wichtig - Einstellung zu Marketingmaßnahmen ist positiver als bei den Babyboomern 	<ul style="list-style-type: none"> - gut informiert und autonom - mit Überangebot aufgewachsen - nutzt verschiedene Informationsquellen - recherchiert online: Preis- und Leistungsvergleiche, Blogs und Bewertungen - fragt Freunde nach Empfehlungen - schreibt Bewertungen und bewirbt Lieblingsmarken - flexibel statt loyal - emotionsgeleitet - mag individualisierbare Produkte - Konsum als Ausdruck der Individualität - Konsum zur Stärkung der Gruppenzugehörigkeit - erwartet Nutzung ihrer personenbezogenen Daten, um passendere Angebote zu erhalten - mag und vertraut Marken - Qualität ist wichtig - weniger preissensibel - gesunde und regionale Produkte sind beliebt - Nachhaltigkeit ist wichtig - Eigentum verliert teilweise an Bedeutung - Sharing Economy und Streaming-Dienste sind beliebt - Besitz und Nutzungskompetenz von Technik wichtig - Auto verliert an Bedeutung - nutzt flexibel verschiedene Transportmittel - Erlebnisse und Erfahrungen sind wichtiger als Besitz - Freizeit, Reisen und Events als neue Statussymbole

			<ul style="list-style-type: none">- FOMO- Reisen haben hohen Stellenwert- globale Sicht und Denkweise- Großteil der Generation spart und sorgt für das Alter vor
--	--	--	---

4. Reiseverhalten

Das Reiseverhalten eines Menschen ist ein komplexer Untersuchungsgegenstand, der von zahlreichen Faktoren beeinflusst wird. Beispielsweise spielen die demographischen Merkmale einer Person und gleichzeitig auch das Marketing von Destinationen eine Rolle bei der Reiseentscheidung (vgl. Woodside & Dubelaar, 2002, S. 120). Auch beeinflussen sich die verschiedenen Merkmale des Reiseverhaltens gegenseitig. So hängt die Wahl der Destination sehr eng mit der Wahl der Unterkunft, des Verkehrsmittels und der Dauer einer Reise zusammen. Die Deutschen wählen im Urlaub in Spanien eher ein Hotel als Unterkunft als beim Urlaub in Deutschland (vgl. ADAC Verlag, 2017, S. 27). Fernreisen dauern im Vergleich zu Europareisen sowie Flugreisen im Vergleich zu Autoreisen länger (vgl. ADAC Verlag, 2017, S. 24).

Die verschiedenen Einflüsse auf den Wandel des Reiseverhaltens lassen sich den drei anfangs beschriebenen Effekten zuordnen. Der demographische Wandel, der Generationenwechsel und die externen Entwicklungen verändern zusammen das Reiseverhalten der Deutschen. Um den Effekt des demographischen Wandels zu verstehen, muss zunächst der Alterseffekt betrachtet werden. Im Folgenden wird daher der Forschungsstand zum Einfluss der Lebensphase bzw. des Alters auf das Reiseverhalten präsentiert. Anschließend wird der Stand der Forschung zum Reiseverhalten verschiedener Generationen dargestellt. Das Auftreten immer neuer Generationen als Nachfrager am Reisemarkt beeinflusst ebenfalls den Wandel. Abschließend wird der Periodeneffekt betrachtet. Hier werden die Faktoren dargestellt, die auf der Makroebene für Veränderungen gesorgt haben. So spielen u. a. die Fortschritte in der Mobilität und die Verbreitung des Internets eine entscheidende Rolle für die Tourismusedwicklung.

Um jedoch eine grundsätzliche Vorstellung davon zu bekommen, wie das Reiseverhalten der Deutschen aussieht, wird zunächst ein Einblick in die aktuelle Tourismusnachfrage gegeben. Es ist relevant zu wissen, welche Verkehrsträger oder Unterkunftsformen welchen Marktanteil haben, um nachfolgende Ergebnisse besser einordnen zu können. So bedeutet beispielsweise eine größere Busreiseaffinität einer Generation, dass

diese im Verhältnis zu anderen Generationen häufiger Bus fährt, aber nicht, dass der Bus für diese Generation das beliebteste Verkehrsmittel darstellt.

4.1 Das aktuelle Reiseverhalten der Deutschen

Ca. drei Viertel der Deutschen unternehmen wenigstens eine Urlaubsreise von mindestens fünf Tagen Dauer im Jahr. 2017 lag der Anteil stabil bei 77%. Pro Person wurden dabei im Durchschnitt 1,29 Reisen unternommen. Die durchschnittlichen Gesamtausgaben der Reise lagen bei 1.054€ pro Person, was wiederum insgesamt einen Umsatz von 73,4 Milliarden Euro generierte (vgl. FUR, 2018, S. 2). Die Reisedauer lag insgesamt stabil bei 12,6 Tagen (vgl. FUR, 2018, S. 4).

Bei den Reisezielen der Deutschen dominieren zunehmend Auslands- und Fernreiseziele. So waren im Jahr 2017 72% der Urlaubsreisen Auslandsreisen und 8% davon sogar Fernreisen außerhalb Europas und dem Mittelmeerraum. Beide Zahlen sind neue Rekordwerte. Doch obwohl der Auslandsreiseanteil zugenommen hat, ist Deutschland, mit einem Marktanteil von 28% das beliebteste Reiseland der Deutschen geblieben. Es folgten Spanien (13,1%), Italien (8,3%), die Türkei (5,7%) und Österreich (5%). Bei den Fernreisedestinationen dominierten Südostasien (23%), Nordamerika (20%), die Karibik (15%) und das südliche Afrika (14%), wobei vor allem Südostasien und das südliche Afrika im Trend liegen und in den letzten Jahren deutlich Marktanteile dazugewonnen haben (vgl. FUR, 2018, S. 3).

Bei den Verkehrsmitteln dominierte der PKW. 46% der Deutschen fuhren mit dem PKW in den Urlaub. Durch die Zunahme von Auslandsreisen hat auch das Flugzeug deutlich Marktanteile dazugewonnen. 40% wählten 2017 dieses Verkehrsmittel. Der Bus und die Bahn sind weniger bedeutend. Lediglich 7% reisten mit dem Bus und nur 5% mit der Bahn in den Urlaub. In Bezug auf die Unterkunft dominierte das Hotel bzw. der Gasthof (48%). Bei Inlandsreisen waren hingegen das Ferienhaus oder die Ferienwohnung beliebter als das Hotel (36% zu 28%). Insgesamt erreichte diese Unterkunftsform einen Marktanteil von 25%. Nur 6% der Urlaubsreisen waren Campingreisen (vgl. FUR, 2018, S. 4).

Trotz der Popularität von Flug- und Hotelbuchungen im Internet, wird ein Großteil der Reisen noch immer von einem Reiseveranstalter organisiert. 44% der Reisen 2017 waren Pauschal- oder Bausteinreisen. 41% wurden in einem persönlichen Gespräch gebucht, wobei es zehn Jahre zuvor noch 56% waren. Durch die starke Zunahme der Online-Buchungen, von 17% auf 38% in den letzten zehn Jahren, wurden Einzelleistungsbuchungen immer häufiger. Bei 36% der Reisen wurde die Unterkunft einzeln und in 13% der Fälle nichts vorab gebucht (vgl. FUR, 2018, S. 4).

4.2 Reiseverhalten im Lebensverlauf

Das Reiseverhalten im Zusammenhang mit dem Alter bzw. mit der Entwicklung im Lebensverlauf wurde bereits vielfach untersucht. Da verschiedene Lebensphasen, insbesondere mit Kindern, einen erheblichen Einfluss darauf haben, welche Anforderungen man an die touristische Leistung stellt (vgl. Kirstges, 2010, S. 345), muss bei der Analyse verschiedener Generationen somit immer der Einfluss der Lebensphase bzw. der Alterseffekt berücksichtigt werden. Zudem wird der Alterseffekt benötigt, um die Folgen des demographischen Wandels für das Reiseverhalten abschätzen zu können. Im Folgenden werden die bisherigen Erkenntnisse zum Alterseffekt genauer betrachtet. Falls sich Studien mit Lebensphasen- und Kohorteneffekten beschäftigen, wird hier zunächst nur auf die Lebensphaseneffekte eingegangen, wobei später ausführlich die Ergebnisse zum Reiseverhalten von Kohorten präsentiert werden.

4.2.1 Reiseintensität und Reiseausgaben nach Lebensphasen

Ein Beitrag zu diesem Thema stammt von Lohmann und Danielsson (2001). Die Autoren teilen das Leben in Bezug auf die Reiseintensität in drei Phasen ein. Vom frühen Erwachsenenalter bis zum Alter von ca. 45 bis 50 Jahren oder bis zum Erreichen einer Urlaubsreiseintensität von 80% steigt diese zunächst an (vgl. Lohmann & Danielsson, 2001, S. 361; Lohmann et al., 2007, S. 42). Ab einer Reiseintensität von 80% ist mit keinem weiteren Anstieg zu rechnen, da hier ein „Decken-Effekt“ (vgl.

Lohmann et al., 2007, S. 43) auftritt. Die verbliebenen 20% werden aus unterschiedlichen Gründen nicht zu Reisenden werden (vgl. Lohmann et al., 2007, S. 43). Nach der Wachstumsphase kommt dann grob zwischen dem Alter von 50 und 75 Jahren nach einer Übergangsphase mit einem leichteren Anstieg die Phase der Stabilisierung und im Anschluss ab dem Alter von 75 bis 85 Jahren die Phase des Rückgangs der Reiseintensität (vgl. Lohmann & Danielsson, 2001, S. 361; Lohmann et al., 2007, S. 42).

Alegre und Pou (2004) zeigen ebenfalls eine bogenförmige Entwicklung der Reiseintensität im Verlauf des Lebens. Bei ihnen ist jedoch der Höhepunkt bereits zwischen dem Alter von 35 und 44 Jahren angesiedelt. Danach nimmt die Wahrscheinlichkeit zu reisen wieder ab (vgl. Alegre & Pou, 2004, S. 136). Der Unterschied zu den vorherigen Autoren könnte auf den Länderunterschied zurückgeführt werden, da es sich hier um spanische und nicht deutsche Haushalte handelt (vgl. Alegre & Pou, 2004, S. 126).

Auch Bernini und Cracolici (2015) untersuchten das Reiseverhalten im Zusammenhang mit dem Alter und mit Kohorten in Italien. Bei der Betrachtung der Alterseffekte bei Inlandsreisen zeigt sich, dass mit zunehmendem Alter die Wahrscheinlichkeit zu verreisen, abnimmt (vgl. Bernini & Cracolici, 2015, S. 200–201), aber gleichzeitig mit zunehmendem Alter die Ausgaben ansteigen. Gleiches gilt für Auslandsreisen. Mit zunehmendem Alter reist man auch weniger ins Ausland, dennoch wird mehr in die Reisen investiert. Dass ältere Menschen insgesamt weniger reisen, aber falls sie reisen mehr ausgeben, kann auf die ökonomische und gesundheitliche Situation älterer Menschen zurückgeführt werden (vgl. Bernini & Cracolici, 2015, S. 201). Alegre und Pou sind zu dem Ergebnis gekommen, dass die Pensionierung einen signifikanten und leicht positiven Effekt auf die Wahrscheinlichkeit zu reisen hat, was mit der gewonnenen Zeit erklärt wird (vgl. Alegre & Pou, 2004, S. 137). Dennoch nimmt auch bei ihrem Modell die Wahrscheinlichkeit zu verreisen in der letzten Altersgruppe ab (vgl. Alegre & Pou, 2004, S. 136).

Mehrere Studien kommen zu dem Ergebnis, dass vor und nach der Familienphase mit kleinen Kindern die Reiseaktivitäten besonders hoch sind. Collins & Tisdell (2002) erkennen zwei Höhepunkte der Reiseaktivitäten im Lebenslauf von Australiern. So reisen vor allem 25- bis 34-Jährige und 45- bis 54-Jährige ins Ausland (vgl. Collins &

Tisdell, 2002, S. 810). Gerade junge Singles und Paare sind abenteuerlustig und investieren ihr Geld gerne in Luxusgüter wie z. B. Reisen. Nachdem die Kinder geboren werden, sorgen die stark zunehmenden Ausgaben für ein Eigenheim und die Familie für einen Rückgang der Reishäufigkeit. Bei Alleinerziehenden kann dieser finanzielle Einschnitt noch deutlicher zu spüren sein (vgl. Collins & Tisdell, 2002, S. 812). Der zweite Höhepunkt der Reiseaktivitäten liegt aufgrund der guten finanziellen Situation und der Unabhängigkeit der Kinder zwischen dem Alter von 45 und 54 Jahren. Da die finanzielle Situation in dieser Lebensphase häufig noch besser ist als in frühen Lebensphasen, fallen auch die Reiseaktivitäten hier stärker aus. Mit zunehmendem Alter nimmt die Zahl der Reisen dann wieder ab, da auch die Gesundheit und das Ersparte abnehmen (vgl. Collins & Tisdell, 2002, S. 812). Vergleichbare Ergebnisse kommen aus Japan. Frauen reisen dort vor der Hochzeit in ihren 20ern ins Ausland, bevor an die Familienplanung gedacht wird. Erst nach ihren späten 40ern steigt die Wahrscheinlichkeit zu reisen dann wieder an, sodass insgesamt deutlich eine Familienpause zu erkennen ist (vgl. Sakai, Brown & Mak, 2000, S. 213).

Die Ausgaben für Reisen spiegeln genau diese Veränderungen der Reiseintensität im Lebenslauf wider. In einer Studie von Lawson (1991) aus Neuseeland wurde ebenfalls das Reiseverhalten in verschiedenen Lebensphasen untersucht, wobei mit acht verschiedenen Phasen gearbeitet wurde und auch nur der Lebenslauf von Familien betrachtet wurde. Die Ergebnisse zeigen, dass die Ausgaben für die Unterkunft, Reisen innerhalb des Landes (Neuseeland), die Verpflegung, Shopping, die Unterhaltung und die Gesamtausgaben der Reise signifikant mit der Phase im Lebenslauf zusammenhängen (vgl. Lawson, 1991, S. 15). Die Annahme, dass die Ausgaben bei jungen Singles und jungen Paaren hoch sind, dann mit Kindern rapide fallen, nach dem Auszug der Kinder wieder kontinuierlich ansteigen und ihren Höhepunkt erreichen, bevor ab der Pensionierung die Ausgaben wieder etwas zurückgehen, konnte in mehreren Fällen bestätigt werden. Die Ausgaben für Übernachtungen sind z. B. besonders hoch bei jungen Paaren und bei Paaren, nachdem die Kinder das Haus verlassen haben (vgl. Lawson, 1991, S. 14). Die Gesamtausgaben sind (entgegen der genannten Annahme) in den letzten zwei Lebensphasen besonders hoch (vgl. Lawson, 1991, S. 15). Auch Wells und Gubar (1966) untersuchten den Zusammenhang von Lebensphasen und den Reiseausgaben und kamen zu vergleichbaren Ergebnissen. In jungen Jahren, zwischen dem Alter von 25 und 34 Jahren, und später wieder, zwischen

dem Alter von 45 und 54 Jahren, sind die Ausgaben für Reisen am höchsten. Auch hier investieren vor allem junge Paare ohne Kinder und ältere Paare vor der Pensionierung in ihren Urlaub (vgl. Wells & Gubar, 1966, S. 358–359). Auch der ADAC Reisen-Monitor zeigte, dass die geplanten Gesamtausgaben mit dem Alter variieren und einen bogenförmigen Verlauf, mit dem Höhepunkt der geplanten Ausgaben zwischen dem Alter von 50 und 59 Jahren, zeigen (vgl. ADAC Verlag, 2017, S. 35). Insgesamt lässt sich festhalten, dass Kinder besonders wichtig für die touristische Nachfrage sind, da sich das verfügbare Einkommen mit Kindern automatisch mindert und das wiederum die Reiseoptionen reduziert (vgl. Singer & Prideaux, 2006, S. 341).

Exkurs: Einkommenselastizität der Reisenachfrage

Bernini und Cracolici (2015) untersuchten auch die Einkommenselastizität der Nachfrage nach Reisen. Grundsätzlich ist der Zusammenhang positiv, da mit zunehmendem Einkommen auch die Nachfrage ansteigt (vgl. Bernini & Cracolici, 2015, S. 202). Die durchschnittliche Elastizität nimmt jedoch mit zunehmendem Einkommen kontinuierlich ab (vgl. Alegre & Pou, 2004, S. 139–140; Bernini & Cracolici, 2015, S. 202–203). Für Familien mit einem geringen Einkommen sind Reisen Luxusgüter, wobei mit einem höheren Einkommen Reisen ein notwendiges Gut werden. Inlandsreisen werden zu einem notwendigen Gut, sobald das Einkommen über dem ersten Quantil liegt. Auslandsreisen werden notwendig, wenn das Einkommen über dem Median liegt. Ob man im Inland bleibt oder ins Ausland reist, zeigt bei Familien mit einem höheren Einkommen einen Elastizitätswert nahe 0, d. h. die Destinationsentscheidung hängt dann kaum noch mit dem Einkommen zusammen (vgl. Bernini & Cracolici, 2015, S. 202–203).

Bei der Betrachtung von einzelnen Lebensphasen fanden Bernini & Cracolici heraus, dass jüngere und ältere Personen eine größere Einkommenselastizität der Nachfrage zeigen, sie also ihre Nachfrage nach Reisen stärker den Einkommensveränderungen anpassen als Personen in der mittleren Lebensphase bzw. während der Familienphase. Hat man Kinder zu versorgen, richten sich die Ausgaben stark nach den Bedürfnissen der Kinder. In den späteren Lebensphasen führen Veränderungen innerhalb der Familie zu einer Veränderung der Ausgabenstruktur und dabei zu einer stärkeren Nachfrage nach Reisen. Auch wenn durch die Pensionierung das Einkommen abnimmt, führt eine Veränderung der Interessen im Alter zu einer stärkeren Einkommenselastizität der

Nachfrage nach Freizeitaktivitäten bzw. touristischen Produkten (vgl. Bernini & Cracolici, 2015, S. 203).

4.2.2 Merkmale des Reiseverhaltens nach Lebensphasen

Abgesehen von der Reiseintensität und den Ausgaben gibt es viele weitere Merkmale des Reiseverhaltens, die mit dem Alter variieren. Vorrangig sind auch hier kleine Kinder von Bedeutung, welche die Destinations- und Reiseartwahl beeinflussen (vgl. Singer & Prideaux, 2006, S. 341). Mehrere Autoren haben den Lebenslauf in verschiedene Phasen eingeteilt und eine Beschreibung des typischen Reiseverhaltens während jeder einzelnen Phase vorgenommen. Die Ausführungen ergänzen sich sehr gut und werden im Folgenden nacheinander vorgestellt. Da die Phasen von jedem Autor etwas anders eingeteilt werden, ist die Gliederung der Ergebnisdarstellung nach Lebensphasen nicht möglich. Abschließend werden die Besuche von Freunden und Verwandten sowie Wohnwagen- und Wohnmobilreisen detaillierter betrachtet, da diese Reisen sehr genau im Zusammenhang mit Lebensphasen erforscht wurden.

Einzelne Merkmale des Reiseverhaltens zeigen einen signifikanten Zusammenhang mit der Lebensphase. Oppermann erkannte bei einer Studie in Deutschland einen deutlichen Zusammenhang zwischen den Merkmalen Transportmittel, Unterkunftsform, Reise-gruppengröße, Reisedauer, Aktivitäten bzw. Reisezeit und der Lebensphase (vgl. Oppermann, 1995a, S. 33). In der ersten Lebensphase, von 15 bis 25 Jahren, macht man teilweise noch Urlaub zusammen mit seinen Eltern und ist an die Schulferien gebunden (vgl. Oppermann, 1995a, S. 32–33). Sonnenbaden und Skifahren sind hier eher als Sightseeing von Interesse. Verreist man ohne die Eltern werden Hostels und Camping bei der Unterkunftswahl bevorzugt. Der Zug gewinnt bei den Transportmitteln Marktanteile dazu, da es für die Altersklasse günstige Angebote gibt. Die Reisen dauern zudem überdurchschnittlich lange (vgl. Oppermann, 1995a, S. 33). Für etwas ältere Singles und Paare, von 26 bis 40 Jahren, gewinnt Sightseeing gegenüber dem Strand an Attraktivität. Das Flugzeug wird als Transportmittel wichtiger, was vermutlich auf die Destinationswahl und ein höheres Einkommen zurückzuführen ist. Camping bleibt weiterhin beliebt, aber die Reisen werden kürzer. Im Alter von 41 bis 63 Jahren werden Sehenswürdigkeiten wichtiger für die Reise, während der Strand an Bedeutung verliert.

Hotels werden zur bevorzugten Unterkunftsform. Da man in diesem Alter am häufigsten Übersee-Destinationen bereist, fällt die Transportmittelwahl verstärkt auf das Flugzeug. Falls man Kinder unter sechs Jahren hat, übernachtet man in dieser Lebensphase meistens in einem Ferienhaus oder einer Ferienwohnung (vgl. Oppermann, 1995a, S. 36). Das bestätigt auch die 10. Deutsche Ferienhaus–Urlaubsanalyse (vgl. HomeAway Deutschland, 2015, S. 22). Lawson wies schon darauf hin, dass in den Lebensphasen mit Kindern Hotels weniger beliebt sind (vgl. Lawson, 1991, S. 16). Mit etwas älteren Kindern wird dann zusätzlich auch Camping wieder attraktiv (vgl. Oppermann, 1995a, S. 36). Dies hat vor allem finanzielle Gründe, genau wie auch die Transportmittelwahl. Das Auto wird durch eine gestiegene Reiseteilnehmerzahl vergleichsweise günstig und beliebt. Wenn die Eltern das Alter von 40 Jahren überschreiten, wird Camping unattraktiver, wobei Ferienhäuser und –wohnungen für Familien wichtig bleiben. Sobald die Kinder dann nicht mehr an den Reisen teilnehmen, steigt Wandern in der Beliebtheit stark an. Nach der Pensionierung reist man mehr innerhalb Zentraleuropas und wählt eher den Bus. Sightseeing wird zur favorisierten Tätigkeit (vgl. Oppermann, 1995a, S. 37) und Hotels sind die beliebteste Unterkunftsform, während alle anderen Formen unterdurchschnittlich stark nachgefragt werden (vgl. Oppermann, 1995a, S. 38). Vergleichbar steigt auch bei Lawson nach dem Auszug der Kinder die Beliebtheit von Hotels wieder an (vgl. Lawson, 1991, S. 16).

Oppermann betrachtete sogar die unterschiedlichen Effekte von Kohorten und Lebensphasen auf die Destinationswahl. Tatsächlich zeigen verschiedene Kohorten eine ähnliche Entwicklung der Destinationswahl im Verlauf des Lebens, auch wenn es kleinere Unterschiede gibt, auf die später eingegangen wird. Singles und Paare ohne Kinder zwischen dem Alter von 15 und 40 Jahren reisen am meisten in Länder außerhalb Zentraleuropas. Mit kleinen Kindern ändert sich das dann direkt, sodass die meisten Reisen in Zentraleuropa durchgeführt werden. Wenn die Kinder etwas älter werden, verändert sich der Trend wieder. Werden jedoch die Eltern älter und überschreiten die Altersgrenze von 40 Jahren, liegen die Ziele wieder näher an der Heimat (vgl. Oppermann, 1995a, S. 39, 41). In einer anderen Studie kam Oppermann in etwa zu den gleichen Ergebnissen. Zwischen dem Alter von 19 und 33 Jahren reist man am häufigsten zu Übersee-Destinationen außerhalb Europas, während zwischen dem Alter von 34 und 48 Jahren ein Rückgang der Nachfrage nach Überseereisen zu erkennen ist (vgl. Oppermann, 1995b, S. 545). Bernini und Cracolici können ergänzen,

dass die Größe der Familie zwar keinen Einfluss darauf hat, ob man überhaupt verreist (vgl. Bernini & Cracolici, 2015, S. 199), dass jedoch eine gestiegene Anzahl an Familienmitgliedern dazu führt, dass mehr Inlandsreisen unternommen werden (vgl. Bernini & Cracolici, 2015, S. 198–199). Deutschland wird von Inländern für Familienurlaube als besonders geeignet empfunden (vgl. ADAC Verlag, 2017, S. 58). Das Sicherheitsrisiko spielt mit Kindern eine größere Rolle, sodass sichere Destinationen wie z. B. Deutschland bevorzugt werden (vgl. Singer & Prideaux, 2006, S. 342).

Sehr interessant sind auch Ergebnisse in Bezug auf die Buchungsstellen. Mit zunehmendem Alter bucht man deutlich häufiger direkt beim Unterkunftsanbieter, hingegen deutlich seltener im Reisebüro und im Internet. 27% der 18- bis 29-Jährigen bevorzugen das Reisebüro, während es in der Altersklasse 60+ nur noch 18% sind (vgl. ADAC Verlag, 2017, S. 31). Lawson fand ergänzend heraus, dass Reiseveranstalter an Bedeutung gewinnen, sobald die Kinder groß sind (vgl. Lawson, 1991, S. 16).

Lawson nahm, ähnlich wie Oppermann, eine Beschreibung des Reiseverhaltens in jeder Lebensphase von Familien anhand von Reisen in Neuseeland vor. So bleiben junge Singles lange im Land und reisen sehr günstig und aktiv (vgl. Lawson, 1991, S. 15). Junge Paare hingegen reisen kürzer und versuchen dennoch in kurzer Zeit sehr viel zu sehen (vgl. Lawson, 1991, S. 15–16). Junge Paare mit kleinen Kindern sind die homogenste Gruppe. Lawson nennt das Reiseverhalten „relax with granny“ (Lawson, 1991, S. 16–17). Mit zunehmendem Alter der Kinder werden die Aktivitäten wieder etwas umfangreicher. Im Rahmen der Segmentierung bekommt diese Gruppe den Namen „keep granny busy segment“ (Lawson, 1991, S. 17). Familien mit älteren Kindern sind am schwersten zu beschreiben, da das Segment wieder heterogener ist. Die Aktivitäten nehmen insgesamt zu. Nach dem Auszug der Kinder ähneln ältere Paare in ihrem Reiseverhalten wieder jungen Paaren. Die finanzielle Situation ist gut, was sich in der Anzahl der Ausflüge, der Nutzung von Taxen, Mietwagen und Hotels widerspiegelt. Man will vorrangig eine komfortable Reise. Nach der Pensionierung verlängert sich die Reisedauer, da mehr Zeit zur Verfügung steht. Man besucht viele verschiedene Orte und interessiert sich für die Kultur des Landes. Am Ende des Lebens reist man dann zwar besonders lange, jedoch besucht man dabei weniger Orte, da viel Zeit für Freunde und Verwandte, hier vor allem für die Enkelkinder, eingeplant wird (vgl. Lawson, 1991, S.

17). Dass die Reisedauer mit zunehmendem Alter zunimmt, fand auch der ADAC heraus (vgl. ADAC Verlag, 2017, S. 23).

Im Rahmen einer weiteren Studie, von Bojanic (1992), wurden die Kunden eines Reisebüros in Amerika befragt, die in den letzten drei Jahren nach Europa gereist waren (vgl. Bojanic, 1992, S. 66). Dabei ergaben sich folgende Ergebnisse für die einzelnen Lebensphasen. Junge Singles wollen einen schönen Strand, ein gutes Nachtleben genießen und aktiv sein. Sie suchen zudem Abenteuer und eventuell Gleichaltrige im Urlaub (vgl. Bojanic, 1992, S. 67, 74). Wenn Reisende gerade verheiratet sind, spielen die Unterkunft und Restaurants eine größere Rolle. Strandresorts, die viele Aktivitäten anbieten, sind weiterhin beliebt. Mit der Familiengründung nehmen Aktivitäten und das Nachtleben an Bedeutung ab, während die Shopping-Möglichkeiten und spezielle Angebote für Kinder eine große Rolle spielen. Ältere Kinder werden bei der Urlaubsplanung weniger berücksichtigt, unabhängig davon, ob sie noch mitreisen oder nicht. Auch wenn sie mitreisen, kann man fast alles mit ihnen machen. Nach dem Auszug der Kinder, wenn in der Regel eine Zunahme des verfügbaren Geldes und der Zeit erfolgt, spielen die Unterkunft, Restaurants und Shopping eine große Rolle, wobei viel Wert auf die Qualität gelegt wird (vgl. Bojanic, 1992, S. 74). Verwitwete Reisende fühlen sich sicherer in einer Gruppe und mit einem Reiseleiter (vgl. Bojanic, 1992, S. 75).

Auch Reisende mit anderen Lebensformen sind für touristische Leistungsanbieter interessant. Alleinerziehende berücksichtigen z. B. weniger ihre Kinder bei der Reiseplanung. Dies könnte daran liegen, dass die Kinder bei dem anderen Elternteil bleiben, oder auch daran, dass die Kinder tendenziell älter sind, wenn man sich getrennt hat. Paare im mittleren Alter ohne Kinder sind eine besonders interessante Zielgruppe. Sie interessieren sich für die Geschichte einer Destination und wollen die lokalen Bräuche kennenlernen. Gute Restaurants und Unterkünfte sind weiterhin wichtig (vgl. Bojanic, 1992, S. 75). Insgesamt lässt sich sagen, dass das Nachtleben und die Aktivität vor allem in jungen Jahren eine Rolle spielen. Ein Strand ist von Bedeutung, bis Reisende das späte Erwachsenenalter erreichen. Danach liegt der Fokus auf der Unterkunft, Restaurants und Shopping. Kinder werden nur berücksichtigt, wenn sie noch klein sind (vgl. Bojanic, 1992, S. 76).

Die Frage, ob man Freunde und Verwandte besucht, hängt mit der Lebensphase zusammen und wurde mehrfach untersucht. So werden nach Lawsons Studie die Unterkünfte von Freunden und Verwandten vor allem von jungen Singles, Familien mit sehr kleinen Kindern und in der letzten Lebensphase genutzt (vgl. Lawson, 1991, S. 16). Mittels einer anderen Untersuchung mit Fokus auf australische Reisende gelangte man zu den gleichen Ergebnissen. Die Reisenden unter 15 Jahren und die Reisenden über 64 Jahren besuchen am meisten Verwandte und Bekannte, während auch bei den 35- bis 44-Jährigen ein höherer Anteil zu verzeichnen ist. Ein Grund, warum Familien Verwandte und Bekannte besuchen, könnte die Versorgerrolle sein, die dort übernommen werden kann. Die mögliche Aufsicht und Betreuung können auch für die sehr jungen und älteren Reisenden Gründe für die Wahl dieser Unterkunftsform sein. Für die Jüngeren und Älteren spielt der finanzielle Aspekt wahrscheinlich ebenfalls eine wichtige Rolle. Auch für Familien und Alleinerziehende kann dies ein entscheidender Punkt sein (vgl. Collins & Tisdell, 2002, S. 813). Zwischen dem Alter von 15 und 34 Jahren wollen junge Reisende vermutlich eher unabhängig sein und bereisen gerne exotische Länder mit anderen Kulturen, wo eher keine Freunde und Verwandte besucht werden (vgl. Collins & Tisdell, 2002, S. 813–814).

Des Weiteren wurde die Beliebtheit von Wohnmobil- bzw. Wohnwagenreisen im Zusammenhang mit den Lebensphasen untersucht. Wohnmobile sind Lawsons Ergebnissen zufolge in den ersten zwei Lebensphasen beliebt und in den letzten drei Lebensphasen weniger (vgl. Lawson, 1991, S. 16). Prideaux und McClymont, die das Reiseverhalten in Australien untersuchten, fanden hingegen heraus, dass Wohnmobilreisen erst im höheren Alter, nach dem Auszug der Kinder oder nach der Pensionierung, beliebt werden. Der Großteil der Wohnmobilreisenden in Australien gehört zu diesem Segment. 87,9% sind zwischen 45 und 74 Jahren alt (vgl. Glover & Prideaux, 2009, S. 31; Prideaux & McClymont, 2006, S. 48–49). Dieser Unterschied zwischen Australien- und Neuseeland-Reisenden kann auf den zeitlichen Unterschied zwischen den Erhebungen (Neuseeland: 1986 vs. Australien: 2003) zurückgeführt werden. In Australien gab es einen Wandel in der Nachfragestruktur, von Familien mit Kindern hin zu Senioren, die länger und ohne Kinder verreisen (vgl. Glover & Prideaux, 2009, S. 32; Prideaux & McClymont, 2006, S. 54–55). Dieser Wandel kann mit der Generationszugehörigkeit erklärt werden. Sehr wahrscheinlich haben die Familien von früher ihr Reiseverhalten beibehalten und reisen nun als Senioren zu zweit (vgl. Glover

& Prideaux, 2009, S. 32). Im Kapitel zum Reiseverhalten der Babyboomer (Kapitel 4.3.3.2.2.1) wird noch genauer auf diesen Zusammenhang eingegangen.

4.2.2.1 Reiseverhalten Jugendlicher und junger Erwachsener

Im Rahmen einer großen transnationalen Studie der International Student Travel Confederation und der Association of Leisure and Tourism Education zum Reiseverhalten von Studierenden und Jugendlichen wurde u. a. die persönliche Sicht auf das eigene Reiseverhalten untersucht. So sehen sich über die Hälfte der jungen Menschen als Reisende, ca. ein Drittel als Backpacker und nur ca. ein Fünftel als Touristen. Hinsichtlich der Reismotive dominieren das Erkunden anderer Kulturen (83%), die Aufregung (74%) und die Wissenserweiterung (69%) (vgl. Richards & Wilson, 2003, S. 2). Die wichtigsten Informationsquellen während der Planung sind das Internet (71%) sowie die Freunde und Familie (70%). Die bisher gemachte Reiseerfahrung ist bereits groß (vgl. Richards & Wilson, 2003, S. 3). Auch die einzelnen Merkmale des Reiseverhaltens wurden untersucht. 82% wählen das Flugzeug als Transportmittel und 30% den Zug. Sowohl hinsichtlich der Transportmittelwahl als auch in Bezug auf die Unterkunftswahl zeigt sich, dass Jugendliche und junge Erwachsene befragt wurden. So übernachteten 41% bei Verwandten und Freunden und 32% in Hostels. Auch die durchschnittliche Reisedauer von 63 Tagen zeigt, dass hier in der Regel noch kein Arbeitsverhältnis vorliegt. Die Aktivitäten vor Ort umfassen den Besuch historischer Sehenswürdigkeiten (77%), Spaziergehen und Trekking (76%), den Besuch von Cafés und Restaurants (72%) sowie Shopping (72%). Die meistgenutzte Informationsquelle während der Reise sind Reiseführer (46%), wobei das Internet für den Kontakt nach Hause genutzt wird (68%) (vgl. Richards & Wilson, 2003, S. 4). Als Ergebnis der Reisen kann in erster Linie das Bedürfnis nach mehr Reisen angesehen werden, wobei auch das Verständnis und die Wertschätzung anderer Kulturen ansteigt (vgl. Richards & Wilson, 2003, S. 5).

4.2.2.2 Reiseverhalten von Senioren

Da sich mehrere Autoren gezielt auf das Reiseverhalten von Senioren konzentrierten, welches zur Erklärung der Auswirkungen des demographischen Wandels im Tourismus dient, werden diese Ergebnisse separat vorgestellt. Einige Erkenntnisse zum Reiseverhalten von Senioren wurden bereits im Kapitel zu den Auswirkungen des demographischen Wandels auf den Tourismus (Kapitel 2.2.3) angerissen.

Eine Studie, die sich auf das Reiseverhalten verschiedener Generationen konzentriert, konnte auch Aktivitäten und Motive identifizieren, die unabhängig von der Generationszugehörigkeit bei Senioren beliebt sind. So sind die drei beliebtesten Reismotive die Erholung (81%), der Besuch von Freunden und Verwandten (74,1%) sowie die gemeinsame Zeit mit der Familie abseits von zu Hause (68,5%) (vgl. Lehto et al., 2008, S. 242). Restaurantbesuche, leichte Natur- und Kultur-Aktivitäten und das klassische Sightseeing werden als die beliebtesten Tätigkeiten älterer Reisenden identifiziert (vgl. Lehto et al., 2008, S. 248). Die Autoren weisen auch darauf hin, dass neben dem fortgeschrittenen Alter weitere Merkmale berücksichtigt werden müssen, die mit der Lebensphase einhergehen. So spielen die Pensionierung, Krankheiten bzw. der physische Gesundheitszustand und die Großelternschaft eine Rolle dabei, wie man verreist (vgl. Chen & Shoemaker, 2014, S. 69; Lehto et al., 2008, S. 250; Oppermann, 1995b, S. 547; Zimmer et al., 1995, S. 6).

Die Reismotive von Senioren sind auch im Zeitverlauf recht konstant geblieben, zumindest wurden von Shoemaker in Pennsylvania über einen Zeitraum von zehn Jahren nur wenige Veränderungen gefunden. Das wichtigste Motiv der Senioren ist es, neue Orte zu besuchen (vgl. Shoemaker, 1989, S. 15; Shoemaker, 2000, S. 14), aber auch dem Alltag zu entfliehen, ist bedeutsam (vgl. Shoemaker, 1989, S. 15; Shoemaker, 2000, S. 15). Die Bedeutungen einzelner Auswahlkriterien einer Destination waren im Zeitverlauf ebenfalls fast unverändert. Die wichtigsten Kriterien für Senioren sind die Schönheit der Landschaft und der Preis der Unterkunft (vgl. Shoemaker, 2000, S. 14–16). Insgesamt hatte sich die Einstellung zum Reisen kaum verändert. Während der Reise mögen es Senioren, lokale Attraktionen und historische Sehenswürdigkeiten zu besuchen (vgl. Shoemaker, 2000, S. 16), was das kulturelle Interesse von Senioren unterstreicht, das schon mittels mehrerer anderer Studien identifiziert wurde.

Des Weiteren nahm Shoemaker eine Segmentierung der Senioren in drei Cluster vor. Das erste Cluster bezeichnet er als „Escape and Learn Group“ (45,8% der Stichprobe). Die wichtigsten Motive sind in diesem Fall der Besuch neuer Orte, die Erholung, die Flucht vor dem Alltag und das Erleben von etwas Neuem. Das Segment ist fast zur Hälfte pensioniert oder arbeitslos, der Median des Alters beträgt 65 Jahre und das Einkommen ist überdurchschnittlich hoch (vgl. Shoemaker, 2000, S. 19–20). Im zweiten Cluster, „The Retirees“ (19,3% der Stichprobe), sind 57,2% pensioniert oder arbeitslos und der Median des Alters beträgt 66 Jahre. Das Einkommen ist eher unterdurchschnittlich. Reisende sind in erster Linie auf der Flucht vor dem Alltag und reisen lieber in bekannte als in neue Destinationen (vgl. Shoemaker, 2000, S. 20–21). Das Segment der „Active Storytellers“ (34,8% der Stichprobe) hat ein Median-Alter von 62 Jahren und 50% dieser Senioren sind pensioniert, wobei 9,7% erst innerhalb des letzten Jahres in Pension gegangen sind. Die vorrangigen Motive sind die Flucht vor dem Alltag, das Erleben von etwas Neuem, die gemeinsame Zeit mit der Familie und das Treffen von Menschen. Im Vergleich zu den anderen Segmenten glauben die Active Storytellers häufiger, dass die Vorfreude genauso aufregend ist wie der Urlaub selbst. Sie erzählen lieber ihren Freunden vom Urlaub und verfolgen mehr Aktivitäten während der Reise als die anderen (vgl. Shoemaker, 2000, S. 20–22).

Auch die Senioren der Studie, die zehn Jahre früher durchgeführt wurde, wurden damals in drei Cluster eingeteilt, die sehr viele Parallelen zu den hier aufgeführten zeigen (vgl. Shoemaker, 1989, S. 19). Aufgrund der zahlreichen Redundanzen wird daher auf eine Darstellung dieser früheren Cluster verzichtet. Zehn Jahre nach der präsentierten Segmentierung wurden wieder die gleichen Daten erhoben und Segmente gebildet, wobei nun vorrangig das Ziel darin bestand, Alters- und Kohorteneffekte zu ermitteln. Daher wird später auf diese Erhebung eingegangen. Die Segmentierung führte auch in dieser Studie erneut zu ähnlichen Resultaten wie die hier vorgestellte. Beim Vergleich aller drei Erhebungen zeigen sich nur wenige Unterschiede. So gibt es z. B. nur bei der ersten Untersuchung ein Cluster, das auf die Zeit mit der Familie im Urlaub fokussiert ist. Dieses wurde in den beiden darauffolgenden Erhebungen durch ein Cluster, das vorrangig Vergnügen im Urlaub sucht, ersetzt (vgl. Chen & Shoemaker, 2014, S. 73). Auch andere Autoren erkannten die Heterogenität des Seniorenreisemarktes und nahmen eine Segmentierung vor, wobei immer im Wesentlichen drei Hauptsegmente

identifiziert wurden (vgl. Horneman, Carter, Wei & Ruys, 2002, S. 32). Der Markt erscheint demnach auch im Zeitverlauf stabil.

Im Rahmen einer Untersuchung kanadischer Senioren von Pennington-Gray und Kerstetter (2001) wurden zu zwei Zeitpunkten Daten erhoben. Es zeigt sich, dass das Interesse am Nachtleben und an Unterhaltung in der Altersgruppe ab 65 Jahren über einen Zeitraum von zwölf Jahren signifikant angestiegen ist. Das spricht wiederum für eine Veränderung des Reiseverhaltens von Senioren (vgl. Pennington-Gray & Kerstetter, 2001, S. 141–142) oder ist darauf zurückzuführen, dass das Alter, ab dem man als Senior eingestuft werden kann, steigt (vgl. Chen & Shoemaker, 2014, S. 74).

Anderson und Langmeyer (1982) haben das Reiseverhalten von unter und von über 50-Jährigen verglichen. Auch wenn man im Alter von 50 Jahren heute selten zu den Senioren gerechnet wird, sollten die Ergebnisse einige weitere Hinweise über das Reiseverhalten der höheren Altersklassen geben. Die Autoren gelangten zu dem Ergebnis, dass man im Alter von über 50 Jahren vor allem wegen der Erholung und des Besuchs von Verwandten verreist. Es spielen jedoch auch historische Sehenswürdigkeiten im Alter eine wichtige Rolle. Reisebüros werden von der älteren Gruppe häufiger genutzt als von den unter 50-Jährigen (29% zu 19%). Von den Verkehrsmitteln werden das Auto (66%) und das Flugzeug (27,2%) bevorzugt. Die Nutzung des Flugzeugs ist deutlich höher als im Fall der jüngeren Altersgruppe (14%). Gleiches gilt auch für die Busnutzung (2,4% zu 0,2%) (vgl. Anderson & Langmeyer, 1982, S. 22). Dass im Alter mehr geflogen wird, kann damit erklärt werden, dass zum einen weniger Kinder mitreisen und zum anderen mehr für Reisen ausgegeben wird. Die Älteren verfügen über viel Zeit und Geld und sind zudem noch relativ gesund (vgl. Anderson & Langmeyer, 1982, S. 23).

Im Rahmen einer Untersuchung zum Reiseverhalten deutscher Senioren von Romsa und Blenman (1989) wurden ebenfalls zahlreiche Reiseverhaltensmerkmale betrachtet. Hinsichtlich der Motiven ist im Vergleich zu den jüngeren Altersgruppen der Besuch von Freunden und Verwandten und die Gesundheit bedeutsam (vgl. Romsa & Blenman, 1989, S. 182). Außerdem bleiben Senioren eher im Inland (vgl. Romsa & Blenman, 1989, S. 182–183), wobei gerne bekannte Destinationen besucht werden, da gewohnte Umgebungen zu weniger Stressempfinden führen (vgl. Romsa & Blenman, 1989, S.

183). Interessant ist in diesem Zusammenhang der Einfluss von terroristischen Anschlägen auf die Destinationswahl, der vom ADAC untersucht wurde. Ältere Reisende ziehen viel häufiger die Konsequenz, dass sie nicht mehr in gefährdete Länder reisen als jüngere Altersgruppen. Demnach zeigen sich Ältere vorsichtiger bei der Länderwahl (vgl. ADAC Verlag, 2017, S. 9). Stressvermeidung ist ebenfalls ein Motiv bei der Verkehrsmittelwahl. Hier kommen für die Senioren vor allem der Zug und der Bus in Frage, während die Nutzung des Autos und des Flugzeugs im Vergleich zu den jüngeren Altersgruppen gering ist. Im Urlaub mit dem Auto weite Distanzen zurückzulegen, ist generell anstrengend und wird zusätzlich durch die kompliziertere Navigation in einer unbekanntem Umgebung erschwert (vgl. Romsa & Blenman, 1989, S. 183–184). Hinsichtlich der Unterkunftswahl sind erneut die Freunde und Verwandten beliebt, was auf den Preis und das Sicherheitsstreben der Älteren zurückgeführt wird. Auch die längere Reisedauer von Senioren wird hier erkennbar. Im Alter hat man durch die Pensionierung eine größere zeitliche Flexibilität und Freiheit, die lange Reisen ermöglichen (vgl. Romsa & Blenman, 1989, S. 184). In Bezug auf die Aktivitäten zeigt sich, dass physische Betätigungen wie Sport etwas abnehmen. Wandern ist davon jedoch kaum betroffen. Sonnenbaden ist auch weniger beliebt bei Senioren (vgl. Romsa & Blenman, 1989, S. 184–186).

Die GfK liefert aktuelle Ergebnisse zum Seniorenmarkt in Deutschland. Es zeigt sich, dass ältere Menschen ein großes Bedürfnis nach Erholung und ein Interesse am Kennenlernen neuer Kulturen haben. Ein klassisches 4-Sterne-Hotel ist zusammen mit der Unterkunft bei Verwandten und Freunden besonders beliebt. 12% bevorzugen hingegen eine Kreuzfahrt, die besonders das Bedürfnis nach Komfort und neuen Kulturen befriedigt (vgl. GfK, 2017a).

Insgesamt geben die präsentierten Ergebnisse einen guten und vor allem konsistenten Einblick in das Reiseverhalten verschiedener Lebensphasen. Die Ergebnisse der Studien können sich sehr gut gegenseitig ergänzen und bestätigen. Sie zeigen, dass es einen starken Einfluss des Alters auf das Reiseverhalten gibt. Vor allem die Familiengründung sorgt für eine Veränderung des Reiseverhaltens, da mit Kindern der Wunsch nach Spannung, Abenteuern und neuen Erfahrungen zunächst abnimmt bis die Kinder älter sind (vgl. GfK, 2017a). Auch in Zukunft werden vermutlich viele Ergebnisse ihre Gültigkeit behalten. Einige Veränderungen werden aufgrund weiterer

Faktoren dennoch eintreten (vgl. Collins & Tisdell, 2002, S. 815–816). Hier spielen die Generationen und externen Entwicklungen eine wesentliche Rolle, die im Folgenden betrachtet werden.

4.3 Generationen und Reiseverhalten

In diesem Kapitel wird sich bereits der Forschungsfrage dieser Arbeit und dem bisherigen Forschungsstand zu diesem Thema gewidmet. Generationen könnten bereits dadurch für einen Wandel des Reiseverhaltens sorgen, indem sie Lebensphasen unterschiedlich ausgestalten, wie schon Stauss und Howe betonten (vgl. Strauss & Howe, 1991, S. 47). Beispielsweise gestalten die jüngeren Generationen Lebensphasen dadurch neu, indem sie weniger Kinder bekommen (vgl. Kapitel 3.3.2). Dies könnte für eine Veränderung des Reiseverhaltens sorgen. Doch auch darüber hinaus können verschiedene Merkmale der Generationen weitere Veränderungen mit sich bringen.

Im Folgenden wird als Erstes auf die Publikationen eingegangen, die sich mit dem Einfluss der prägenden Jahre auf das Reiseverhalten von Generationen beschäftigt haben. Zum Beispiel spielt die Reiseerfahrung, mit der eine Generation aufgewachsen ist, eine wichtige Rolle. Anschließend werden Studien betrachtet, bei denen statt Generationen nur Geburtsjahrgänge – bzw. Gruppen von jeweils fünf Jahrgängen – analysiert wurden. Hierbei lässt sich bereits erkennen, ob es generell Kohorteneffekte bei einem Reiseverhaltensmerkmal gibt, auch wenn noch keine Aussagen zu den einzelnen Generationen getroffen werden können. Es werden zunächst die internationalen und danach die nationalen Forschungsergebnisse präsentiert. Anschließend wird genauer auf den Ansatz der Reisebiographie eingegangen. Reisebiographien zeichnen sich dadurch aus, dass nicht in mehreren Jahren Daten erhoben werden, sondern retrospektiv eine Person nach ihrem Reiseverhalten in verschiedenen Jahren befragt wird. Danach werden alle bisherigen Erkenntnisse zum Reiseverhalten der vier genannten Generationen präsentiert. Auch wenn im Rahmen vieler Studien keine Langzeitbetrachtung vorgenommen wurde, werden die Ergebnisse immer mit aufgenommen, wenn explizit die vier Generationen untersucht wurden. Die Studien, in denen mehrere Generationen verglichen wurden, werden als Erstes

vorgestellt. Untersuchungen, die sich nur auf die Babyboomer oder nur die Generation Y konzentrierten, werden im Anschluss separat betrachtet. Da fast alle Studien aus dem Ausland kommen, werden abschließend die Ergebnisse zu den deutschen Generationen gesammelt präsentiert.

4.3.1 Bedeutung der formativen Phase für das Reiseverhalten von Kohorten

Gardiner, King und Grace (2012) erstellten das erste Modell zum Reiseentscheidungsverhalten von Generationen und untersuchten dabei unter anderem den Einfluss der Ereignisse in der formativen Phase auf das Reiseverhalten verschiedener Kohorten in Australien. Auch wenn sich die Befragten einig sind, dass bestimmte Ereignisse, wie zum Beispiel der 11. September, für sie bedeutend waren, hatten diese kaum einen direkten Einfluss auf die Einstellung zum Reisen (vgl. Gardiner et al., 2012, S. 314). Die Ereignisse beeinflussten nur kurzfristig das Reiseverhalten. Die untersuchten Generationen haben jedoch auch alle keine gesellschaftsverändernden Ereignisse, wie Kriege, erlebt (vgl. Gardiner et al., 2012, S. 319). Es zeigt sich jedoch, dass die Kohorten unterschiedliche Erfahrungen mit Reisen, der Gesellschaft und Lebensstilen in ihrer formativen Phase gemacht haben. Diese Erinnerungen beeinflussen die aktuellen Werte und Einstellungen der Generationen zum Reisen. Die gemachte Reiseerfahrung beeinflusst zum Beispiel, wie häufig man in andere Kontinente reist (vgl. Gardiner et al., 2012, S. 314). Die genannten Erinnerungen sind wichtig, da sie im Gegensatz zu Ereignissen, die man nur aus den Medien kennt, einen persönlichen Einfluss auf das Individuum haben. Wichtig sind die persönlichen Erfahrungen mit den Freunden und der Familie sowie die Veränderung der Wirtschaft, der Bildungs- und der Arbeitschancen. Individuen haben jedoch teilweise die Einflüsse auf der Makroebene auf die Mikroebene übertragen, sodass diese eine persönliche Bedeutung bekommen haben. Die Autoren identifizierten insgesamt acht verschiedene formative Einflüsse auf die heutige Reiseentscheidung. So prägen auf der Mikroebene die Freunde, die Familie und die Religion und auf der Makroebene die sozioökonomischen Bedingungen, die Bildungschancen, die Arbeitschancen, die Wirtschaft und die gesellschaftlichen Werte die Einstellung zum Reisen (vgl. Gardiner et al., 2012, S. 314–315). Informationen aus den Medien oder von anderen Menschen determinieren zudem den wahrgenommenen Wert einer Reiseerfahrung. Der wahrgenommene Wert wiederum beeinflusst ebenfalls

die genannte Einstellung (vgl. Gardiner et al., 2012, S. 315). Gardiner et al. konnten nachweisen, dass gesellschaftliche und persönliche Einflüsse die wesentlichen Faktoren sind, die die Einstellung einer Generation prägen. Sie sind für die Reiseentscheidung wichtiger als Ereignisse auf der Makroebene, die keine persönliche Relevanz haben (vgl. Gardiner et al., 2012, S. 319).

Glover und Prideaux (2006) stellten fest, dass das aktuelle Reiseverhalten vor allem mit dem Reiseverhalten in der Vergangenheit zusammenhängt. Konnte man schon viele positive Erfahrungen als Tourist sammeln, ist man auch in Zukunft weiterhin bestrebt zu reisen. Merkmale des Reiseverhaltens der Kindheit wirken sich somit darauf aus, wie man später verreist (vgl. Singer & Prideaux, 2006, S. 340). Dadurch dass Generationen auch in ihrer Jugend und den ersten Jahren der Volljährigkeit mit unterschiedlichen Reiseoptionen aufgewachsen sind, haben sie generationsspezifische Einstellungen und Erwartungen in Bezug auf Reisen entwickelt (vgl. Singer & Prideaux, 2006, S. 341). Sönmez & Graefe (1998) zeigen auf, dass die Tatsache, ob man eine Region bereist hat oder nicht, einen Einfluss darauf hat, ob man die Destination in Zukunft bereisen möchte (vgl. Sönmez & Graefe, 1998, S. 173). Hat man eine bestimmte Region besucht, steigt dadurch die Wahrscheinlichkeit diese wieder zu bereisen. Zudem sinkt die Wahrscheinlichkeit bestimmte Destinationen, besonders gefährlichere Ziele, zu meiden (vgl. Sönmez & Graefe, 1998, S. 173–174). Heute verfügen die jüngeren Generationen bereits über viel Reiseerfahrung. Dadurch, dass sie mit vielen Destinationen bereits seit der formativen Phase vertraut sind, steigt die Wahrscheinlichkeit wieder, u. a. dorthin zu reisen.

Auch Werte können die Reisemotive und Verhaltensabsichten beeinflussen. Werte spiegeln kulturelle Einflüsse wider und wirken sich auf das Konsumentenverhalten aus. Li und Cai erkannten, dass die Werte und die Reisemotive einen direkten Einfluss auf die Verhaltensabsicht haben und die Werte wiederum die Motive beeinflussen (vgl. Li & Cai, 2012, S. 482). Da sich die vier Generationen, wie bereits gezeigt wurde, in Hinblick auf ihre Werte unterscheiden (vgl. Kapitel 3.3.1), können diese Unterschiede zu verschiedenen Reisemotiven und Reiseabsichten führen und demnach zu Unterschieden im Reiseverhalten der Generationen.

4.3.2 Kohorteneffekte beim Reiseverhalten

Es konnte gezeigt werden, dass es viele nachvollziehbare Gründe – wie z. B. die unterschiedlichen Werte – dafür gibt, dass sich Generationen in ihrem Reiseverhalten unterscheiden (vgl. Kapitel 4.3.1). Die Autoren der folgenden Studien versuchten daher Kohortenunterschiede hinsichtlich verschiedener Merkmale des Reiseverhaltens genau zu ermitteln.

4.3.2.1 Kohorteneffekte in anderen Ländern

Bernini & Cracolici stellen, neben den bereits vorgestellten Alterseffekten, auf die in Kapitel 4.2.1 eingegangen wurde, auch Kohorteneffekte in Italien heraus. Für die Studie wurde ein Zeitraum von mehreren Jahren (1997 – 2007) zur Analyse herangezogen. Bezüglich der Geburtsjahrgänge wurden immer fünf Jahrgänge zu einer Kohorte zusammengefasst. Bei der Auswertung zeigte sich, dass die älteren Kohorten mit größerer Wahrscheinlichkeit eine Reise unternehmen (vgl. Bernini & Cracolici, 2015, S. 200–201). Sie geben jedoch weniger für den Urlaub aus. In Bezug auf Auslandsreisen sind die Effekte etwas anders. Es zeigt sich ein u-förmiger Verlauf, wobei die jüngsten und die ältesten Kohorten mehr ins Ausland reisen. Die mittleren Kohorten zeigen entgegen dem u-förmigen Trend auch eine etwas höhere Wahrscheinlichkeit ins Ausland zu reisen (vgl. Bernini & Cracolici, 2015, S. 201).

Alegre und Pou betrachteten die Effekte von verschiedenen Kohortenzugehörigkeiten in Spanien zwischen den Jahren 1985 und 1996 (vgl. Alegre & Pou, 2004, S. 126) und kamen zu anderen Ergebnissen als Bernini und Cracolici in Italien. Je später die Kohorten in diesem Fall geboren wurden bzw. je jünger die Kohorten sind, desto größer ist ihre Wahrscheinlichkeit zu reisen (vgl. Alegre & Pou, 2004, S. 137). In diesem Fall kann so der Generationeneffekt den negativen Einfluss auf die touristische Nachfrage kompensieren, der durch den demographischen Wandel zusammen mit der geringeren Reiseintensität im höheren Alter entstehen würde (vgl. Alegre & Pou, 2004, S. 138).

Sakai et al. untersuchten die Alters- und Kohorteneffekte bei Frauen und Männern in Japan mit Daten aus den Jahren 1968 bis 1995 (vgl. Sakai et al., 2000, S. 212) und

kamen zu vergleichbaren Erkenntnissen wie Alegre und Pou. Auch hier konnten signifikante Kohorteneffekte bezüglich der Auslandsreiseintensität bzw. der Wahrscheinlichkeit ins Ausland zu reisen nachgewiesen werden (vgl. Sakai et al., 2000, S. 217). Dass jede Kohorte, jeweils fünf Geburtenjahrgänge umfassend, eine höhere Reiseintensität zeigt als die Kohorte vor ihr im gleichen Alter, kann damit begründet werden, dass sich die Einstellungen zur Arbeit und zur Freizeit verändert haben. Jüngere Kohorten legen einen zunehmend größeren Wert auf Freizeit (vgl. Sakai et al., 2000, S. 213–216). Auch wenn die Effekte des Alters, des Einkommens, des Wechselkurses und der Erwerbsquote kontrolliert werden, zeigen die jüngeren Kohorten noch eine höhere Wahrscheinlichkeit ins Ausland zu reisen als die älteren (vgl. Sakai et al., 2000, S. 217).

Chen und Shoemaker (2014) betrachteten Senioren und deren Reiseverhalten über einen Zeitraum von zehn Jahren in Amerika. Zunächst hatte Shoemaker lediglich untersucht, ob sich Senioren nach zehn Jahren noch in etwa gleich verhalten (vgl. Kapitel 4.2.2.2). In einer neueren Studie wurde dann auch der Unterschied zwischen Kohorten und Altersklassen betrachtet. Die Autoren stellten heraus, dass eine Kohorte von Senioren auch nach zehn Jahren noch das gleiche Reiseverhalten in Bezug auf die Motive, die Einstellungen, die Destinationswahlkriterien und die Aktivitäten zeigt. Zumindest sind keine signifikanten Veränderungen festzustellen (vgl. Chen & Shoemaker, 2014, S. 67). Wiederum gibt es auch keine Unterschiede hinsichtlich dieser Merkmale zwischen verschiedenen Generationen in der gleichen Lebensphase (vgl. Chen & Shoemaker, 2014, S. 69). Die Ursache kann sein, dass sich Senioren ab einem bestimmten Alter immer mehr angleichen, sodass verschiedene Generationen zu einer recht homogenen Gruppe werden (vgl. Chen & Shoemaker, 2014, S. 70). Dies könnte jedoch mit der verschlechterten Gesundheit und Mobilität im hohen Alter begründet werden (vgl. Chen & Shoemaker, 2014, S. 73–74).

4.3.2.2 Kohorteneffekte in Deutschland

Besonders interessant für diese Untersuchung sind Studien zum Reiseverhalten verschiedener Kohorten in Deutschland, wie z. B. von Lohmann und Danielsson. Die Autoren stellen heraus, dass sich das Reiseverhalten von Senioren im Zeitverlauf verändert hat, da neue Generationen in das Seniorenalter eingetreten sind. Das Reise-

verhalten einer Generation stabilisiert sich in der Mitte des Lebens und bleibt dann, zunächst für ca. 20 Jahre, sehr konstant (vgl. Lohmann & Danielsson, 2001, S. 361). Das Verhältnis von Inlands- zu Auslandsreisen hat sich z. B. innerhalb der Stabilisierungsphase einer Kohorte kaum verändert (vgl. Lohmann et al., 2007, S. 46). So steigt der Anteil der Inlandsreisen erst am Ende des Lebenszyklus an (vgl. Lohmann & Danielsson, 2001, S. 362). Die Entscheidung, ob die Reise individuell oder über einen Veranstalter organisiert wird, festigt sich ebenfalls mit ca. 50 Jahren in einer Generation, wobei bis zu diesem Alter noch Veränderungen festzustellen sind (vgl. Lohmann & Danielsson, 2001, S. 362–363). Auch einige Jahre später konnte die Kontinuitätshypothese wieder bestätigt werden, die besagt, dass man sein Reiseverhalten ab einem bestimmten Zeitpunkt im weiteren Verlauf des Lebens beibehält (vgl. Lohmann et al., 2007, S. 43; Zahl, Lohmann & Meinken, 2007, S. 100). In frühen Lebensphasen, z. B. mit Kindern, ist das Reiseverhalten noch stärker abhängig von der jeweiligen Lebensphase als von der Kohortenzugehörigkeit (vgl. Grimm et al., 2009, S. 8).

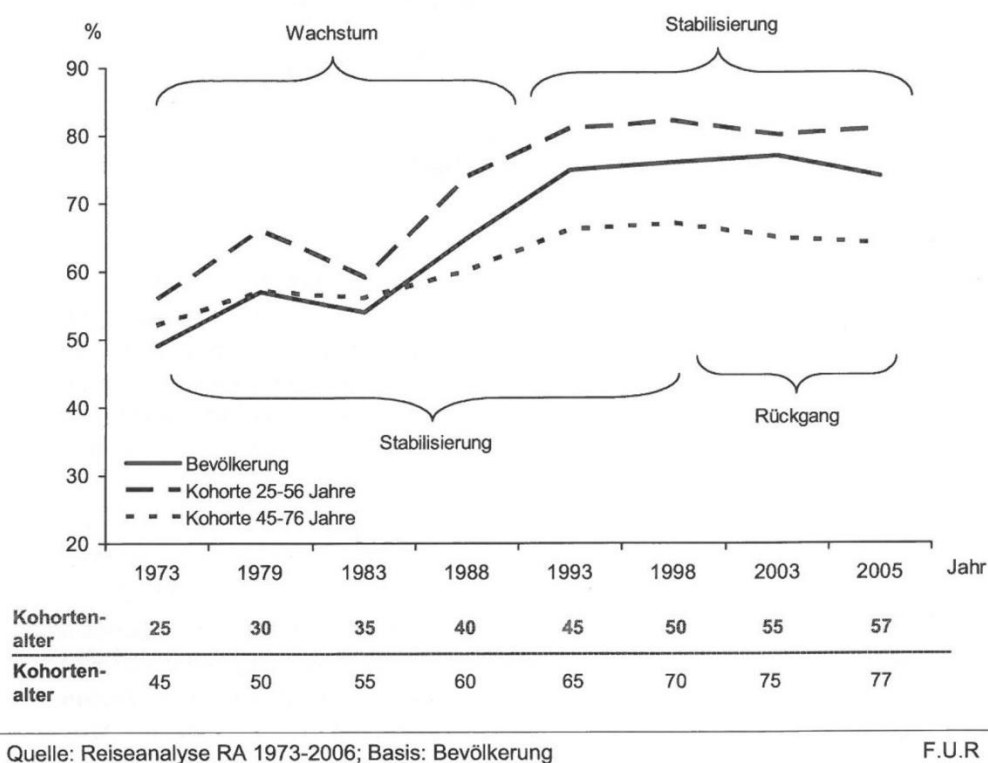


Abb. 4: Urlaubsreiseintensität: Kohortenverläufe im Vergleich (vgl. Lohmann et al., 2007, S. 42).

Als weiteren Beleg für kohortenspezifisches Verhalten wurde das Reiseverhalten von Senioren verglichen, die entweder in der DDR oder in der BRD aufgewachsen sind und jetzt unter größtenteils gleichen Rahmenbedingungen leben. Es zeigt sich, dass die zwei Gruppen signifikante Unterschiede in ihrer Reiseintensität und ihrer Zielgebietswahl aufweisen, was auf die unterschiedlichen Erfahrungen in der Kindheit, der Jugend und den ersten Jahren als Erwachsener zurückgeführt wird. Jüngere Kohorten, die die DDR nicht mehr miterlebt haben, zeigen hingegen weniger deutliche Unterschiede in ihrem Reiseverhalten (vgl. Lohmann et al., 2007, S. 49).

Oppermann fand ebenfalls Unterschiede zwischen den Kohorten in Deutschland (1995b). Er betrachtete die Reishäufigkeit und die Destinationswahl von vier verschiedenen Kohorten, die jedoch nicht den genannten Generationen entsprechen. Die jüngste Kohorte zeigt im Alter von 29 bis 33 Jahren eindeutig eine wesentlich größere Reishäufigkeit als die älteren Kohorten im gleichen Alter (vgl. Oppermann, 1995b, S. 546). Die junge Kohorte (1960 bis 1974 geboren) ist mit deutlich mehr Reisen aufgewachsen und zieht daher auch später im Seniorenalter andere Destinationen in Erwägung (vgl. Oppermann, 1995a, S. 42; Oppermann, 1995b, S. 546), denn auch bei der Destinationswahl sind Unterschiede zwischen den Kohorten zu sehen. Die jüngste Kohorte ist weniger an Reisen innerhalb Zentraleuropas interessiert, während jedoch insgesamt Europa bei ihr beliebter ist als bei den älteren. Auch Reisen außerhalb Europas sind für die beiden jungen Kohorten deutlich begehrt (vgl. Oppermann, 1995b, S. 547).

Oppermann betrachtete auch die Transportmittelwahl bzw. die Wahl des Flugzeugs von verschiedenen Kohorten, wobei hier lediglich drei Kohorten in jeweils den gleichen Lebensphasen verglichen wurden (vgl. Oppermann, 1995a, S. 42). Man erkennt signifikante Unterschiede zwischen den Kohorten. Problematisch ist diesbezüglich jedoch, dass Periodeneffekte nicht berücksichtigt wurden. Aufgrund der Entwicklung in der Luftfahrt spielen diese Effekte eine besonders große Rolle für die Wahl des Transportmittels. Sie könnten alle Kohortenunterschiede erklären (vgl. Oppermann, 1995a, S. 40).

4.3.2.3 Reisebiographien

Ein weiterer Ansatz, der sich dem Reiseverhalten verschiedener Generationen widmet, ist die Reisebiographie. Reisebiographien werden auf Basis von Längsschnittdaten erstellt und ermöglichen Erkenntnisse, die deutlich über Querschnittsanalysen hinausgehen. So ließe sich beispielsweise nicht nur sagen, wie viel Prozent der deutschen Reisenden in einzelnen Jahren nach Spanien gereist sind, sondern auch wie groß der Stammgästeanteil ist und welche Länder vorher schon besucht wurden. Die Idee ist, dass man aus dem Reiseverhalten der vergangenen Jahre auf das zukünftige Reiseverhalten schließen kann (vgl. Becker, 1998, S. 195). Interessant ist z. B. auch die Frage, ob Reisende, die jedes Jahr in ein anderes Land fliegen, ab einem bestimmten Alter zu Deutschlandurlaubern werden (vgl. Becker, 1998, S. 196).

Im Jahr 1993 wurde eine Erhebung dieser Art in Deutschland durchgeführt, die interessante erste Ergebnisse lieferte (vgl. Becker, 1998). So lassen sich 24% der Westdeutschen als Ständig-Reisende, also Personen, die in den letzten acht Jahren jedes Jahr verreist sind, und 30% als Intervall-Reisende, die mindestens innerhalb von drei Jahren eine Reise gemacht und in mindestens zwei Jahren keine Reise unternommen haben, klassifizieren. Ständig-Reisende haben vor allem die Motivation, ihren Urlaub intensiv zu genießen, etwas zu erleben und ungezwungen zu sein (vgl. Becker, 1998, S. 197), während Intervall-Reisende den Komfort und die Sicherheit bevorzugen, was zu einer verstärkten Buchung von Pauschalreisen führt, selbst wenn die Reiseziele weniger weit entfernt sind (vgl. Becker, 1998, S. 197–198).

Besonders interessant für diese Arbeit ist das Reiseverhalten verschiedener Kohorten. So wurde von vier Kohorten, die 1911, 1923, 1951 und 1961 geboren wurden, die jeweilige Entwicklung der Reiseintensität betrachtet. Für die älteste Kohorte, die im Jahr 1911 geboren wurde, zeigt sich ein Anstieg der Reiseintensität erst in der Mitte der 1950er Jahren, als die zugehörigen Personen bereits in ihren 40ern waren. Ein starker Anstieg ist danach zwischen den Jahren 1956 und 1960 zu erkennen. Für die 1923er-Kohorte lässt sich schon in den Jahren 1948 bis 1952 eine ausgeprägte Reiseintensität erkennen, als die Angehörigen erst Ende 20 waren. Der weitere Anstieg bis 1968 fiel dann etwas flacher aus und im Alter von 65 Jahren brach die Reiseintensität dann deutlich ein. Die beiden jüngeren Kohorten zeigten schon in jungen Jahren eine

wesentlich höhere Reiseintensität als die älteren, wobei die jüngste deutlich am meisten reiste (vgl. Becker, 1998, S. 199).

Zeigt man über viele Jahre das gleiche Reiseverhalten, wird man dieses in der Regel auch in den darauffolgenden Jahren beibehalten. Der wesentliche Vorteil der Reisebiographie ist daher, dass auf Basis von Längsschnittdaten Prognosen für das Reiseverhalten in der Zukunft sehr viel verlässlicher werden. Für das Marketing im Tourismus bietet dies wiederum klare Vorteile (vgl. Becker, 1998, S. 203).

Im englischsprachigen Raum wird äquivalent von einer „travel career“ (Richards & Wilson, 2003, S. 15) gesprochen. Die bereits erwähnte Studie zum Reiseverhalten von Jugendlichen und Studierenden hat ergeben, dass man mit zunehmender Reiseerfahrung in immer exotischere Länder reist. Wer z. B. nach Indien reist, hat vorher bereits eine größere Anzahl an Ländern besucht als ein Tourist, der nach Nordeuropa reist. Mit zunehmendem Alter hat man mehr Reiseerfahrung gesammelt, was wiederum die Lust auf weitere Reisen fördert (vgl. Richards & Wilson, 2003, S. 15). Eine größere Reiseerfahrung führt auch dazu, dass man mehr Geld pro Tag ausgibt, was zu den exotischeren Zielen passt. Es könnte aber auch damit zusammenhängen, dass man mit zunehmender Erfahrung meistens älter ist und mehr verdient (vgl. Richards & Wilson, 2003, S. 18). Auf den Einfluss der Reiseerfahrung auf das zukünftige Reiseverhalten wurde bereits in Kapitel 4.3.1 eingegangen.

4.3.3 Reiseverhalten der vier Generationen

Das Reiseverhalten der vier Generationen wurde bereits mehrfach untersucht. Die bisherigen Ergebnisse werden im Folgenden vorgestellt. Auf das Problem, dass es sich hier fast nur um Querschnittsstudien handelt, wurde schon an verschiedenen Stellen hingewiesen. Zu beachten ist auch, dass die Einteilung der Geburtsjahrgänge immer etwas variiert und entsprechend auch immer leicht von der hier vorgenommenen Einteilung abweicht. Dennoch dienen die Studien als Grundlage für die Hypothesengenerierung. Die eigenen Ergebnisse werden später mit den bisherigen Erkenntnissen verglichen, um zu prüfen, ob die nun präsentierten Generationsmerkmale wirklich als

solche zu bezeichnen sind oder ob vielmehr das Reiseverhalten auf das jeweilige Alter zurückzuführen ist.

Im Folgenden werden zuerst die Reiseorganisation und Information vor der Reise betrachtet. Auch wenn die Information eher ein Thema der Reiseentscheidungsforschung ist und hier nicht analysiert wird, werden kurz die wichtigsten Generationenunterschiede präsentiert, da die Information im Zusammenhang mit der Organisation steht, welche später analysiert wird. Anschließend werden die Studien zum Reiseverhalten der Generationen vorgestellt. Hier werden zunächst die vergleichenden internationalen Studien präsentiert, wobei die Inhalte thematisch gegliedert werden, sodass zuerst die Motive bei der Reiseentscheidung, dann die Destinationswahl und im Anschluss die Aktivitäten vor Ort vorgestellt werden. Danach folgen die Ergebnisse, die sich auf die Babyboomer und die Generation Y konzentrieren. Am Ende wird die Forschung zu den deutschen Generationen präsentiert.

4.3.3.1 Reiseinformation und Organisation

Li et al. (2013) untersuchten wesentliche Merkmale des Reiseverhaltens von ebenfalls vier Generationen (Silent Generation, Babyboomer, Generation X und Generation Y) in Amerika. Der erste Untersuchungsgegenstand ist das Informationsverhalten vor der Reise, wobei hier signifikante Unterschiede gefunden wurden. Die Generation X und die Generation Y finden professionelle Beratung weniger wichtig als die zwei älteren Generationen. Für die Generation Y ist dies die unwichtigste Informationsquelle. Interessanterweise finden die Generation X und die Babyboomer Online-Quellen wichtiger als die Millennials (vgl. Li et al., 2013, S. 158). Beldona (2005) stellte wiederum fest, dass die älteren Babyboomer-Jahrgänge und die jüngsten Geburtenjahrgänge der Generation X einen etwas stärkeren Anstieg hinsichtlich der Online-Suche nach Reiseinformationen zwischen den Jahren 1995 und 2000 verzeichneten, wobei die Zunahme der Online-Suche vor allem auf Periodeneffekte zurückzuführen ist (vgl. Beldona, 2005, S. 139–140). Loda und Coleman (2010) konnten ergänzend nachweisen, dass traditionelle Zeitschriften immer noch bedeutend für die Reiseentscheidung der Generation Y sind (vgl. Loda & Coleman, 2010, S. 124).

Gardiner et al. zeigten ergänzend, dass für die Generation X hinsichtlich der Reiseentscheidung vor allem die Medien und persönlichen Referenzen eine Rolle spielen. Die Generation zeigt eine große Affinität dafür, Informationen für die Reiseentscheidung zu sammeln (vgl. Gardiner et al., 2014, S. 713–714). Auch die Generation Y wird im Vergleich zu den Babyboomern mehr durch Informationen vor der Reise beeinflusst (vgl. Gardiner et al., 2014, S. 714).

Auch Huang und Petrick (2010) untersuchten in Texas die Informationsbeschaffung vor der Reise. Die Generation X und die Generation Y gewichten eine Servicehotline, Pauschalreiseangebote inklusive Transport und Unterkunft und Rabatte und Coupons höher als die Babyboomer. Für Millennials sind außerdem die Informationen von Freunden und Verwandten, das Fernsehen und das Radio bedeutender als für Babyboomer, welche wiederum Zeitungen mehr schätzen als die Generation X (vgl. Huang & Petrick, 2010, S. 32).

Online-Buchungen werden in Zukunft weiter ansteigen, da die Generation X und die Generation Y eher online buchen und auch Babyboomer onlineaffiner sind als ältere Senioren (vgl. Singer & Prideaux, 2006, S. 342). Dass Reisebüros Marktanteile an das Internet verloren haben, lässt sich jedoch vor allem auf Periodeneffekte zurückführen. Die Generation Y ist zwar etwas onlineaffiner und geht seltener in ein Reisebüro (vgl. Benckendorff & Moscardo, 2010, S. 42), jedoch konnte die häufig betonte stark ausgeprägte Internetaffinität im Vergleich zu anderen Generationen nicht bestätigt werden (vgl. Benckendorff & Moscardo, 2010, S. 45). Die Generation Y nutzt online in erster Linie soziale Netzwerke, um reisebezogene Informationen zu bekommen und ihre Erfahrungen zu teilen. Das reduziert das wahrgenommene Risiko vor dem Kauf der Reise (vgl. Nusair, Bilgihan, Okumus & Cobanoglu, 2013, S. 19).

Im Rahmen einer weiteren Studie zum Reiseverhalten der Generation Y wurde herausgestellt, dass die Generation häufig individuell online und ohne einen Reiseveranstalter bucht, weil sie bereits viel Erfahrung mit Reisen und mit der Internetnutzung sowie ein begrenztes Budget zum Reisen hat. Die Generation hat genügend Zeit die eigene Reise zu planen. Sobald die verfügbare Zeit jedoch aufgrund von Arbeit und Kindern knapper wird und die Verantwortlichkeiten zunehmen, kann es gut sein, dass auch die Generation Y verstärkt Reiseveranstalter in Anspruch nimmt.

Millennials legen außerdem viel Wert auf Online-Bewertungen und empfehlen auch selbst weiter, was wiederum neue Reisende inspiriert (vgl. Petrak, 2011).

4.3.3.2 Merkmale des Reiseverhaltens

4.3.3.2.1 Vergleich verschiedener Generationen

4.3.3.2.1.1 Motive bei der Reiseentscheidung

Nachdem Gardiner, Grace und King ein Modell für die Reiseentscheidung von Generationen entwickelt hatten (vgl. Gardiner et al., 2012, S. 318), untersuchten sie später auch die einzelnen Generationen (Babyboomer, Generation X und Generation Y). Dabei fanden sie heraus, dass Babyboomer in Australien hinsichtlich ihrer Reiseentscheidung vor allem von hedonistischen Motiven geleitet werden, die bei den jüngeren zwei Generationen weniger stark ausgeprägt sind. Die Generation X zeigt jedoch noch einmal einen stärkeren Zusammenhang zwischen dem hedonistischen Wert einer Reise und ihrer Einstellung als die Generation Y (vgl. Gardiner et al., 2014, S. 713). Insgesamt haben Babyboomer ein größeres Verlangen nach emotional befriedigenden und neuen hedonistischen Erfahrungen als die zwei jüngeren Generationen und suchen daher nach Reiseerfahrungen, die ihr Leben bereichern (vgl. Gardiner et al., 2014, S. 714). Funktionale Aspekte, wie das Preis-Leistungs-Verhältnis, sind keine vorrangigen Treiber der Reiseentscheidung von Babyboomern, auch wenn sie durchaus Berücksichtigung finden. Babyboomer legen sehr viel Wert auf qualitativ hochwertige Erfahrungen im Urlaub, die mindestens dem gewohnten Lebensstil gerecht werden müssen. Dafür sind sie auch bereit, mehr Geld auszugeben als andere Generationen (vgl. Gardiner et al., 2014, S. 714–715). Millennials betrachten hingegen am meisten den funktionalen Wert einer Reise. Dieser Wert spielt auch für die Generation X noch eine wichtige Rolle (vgl. Gardiner et al., 2014, S. 713, 715). Für die beiden jüngeren Kohorten ist es zudem besonders wichtig, durch ihre Reisen soziale Anerkennung zu erhalten und sich von anderen abzuheben. Für die Generation Y ist dieser Aspekt vor allem bedeutsam (vgl. Gardiner et al., 2014, S. 714). Da jedoch in dieser Studie nur eine Querschnittsanalyse erfolgte, ist es möglich, dass sich die junge

Generation später, wenn sie ein höheres Einkommen verzeichnet, ähnlich verhält wie die heutigen Babyboomer und z. B. weniger auf den Preis achtet (vgl. Gardiner et al., 2014, S. 716).

Gardiner et al. gehen zudem davon aus, dass Babyboomer im hohen Alter ein anderes Reiseverhalten zeigen werden als die heutigen Senioren. Viele Babyboomer werden auch jenseits des Alters von 65 Jahren aus finanziellen Gründen noch arbeiten. Daher wäre es möglich, dass Babyboomer sich später so verhalten wie Paare zwischen dem Auszug der Kinder und dem Ruhestand, wenn sie über viel Zeit, Geld und noch einen guten Gesundheitszustand verfügen (vgl. Gardiner et al., 2014, S. 715).

4.3.3.2.1.2 Destinationswahl

In Rahmen einer späteren Studie von Gardiner et al. zu den gleichen drei Generationen in Australien wurde die Destinationswahl genauer betrachtet. Babyboomer und die Generation X haben eine positivere Wahrnehmung von Inlandsreisen in Hinblick auf den emotionalen Wert und den Neuheitswert im Vergleich zur Generation Y. Die Generation X und die Generation Y sehen hingegen bei Inlandsreisen ein besseres Preis-Leistungs-Verhältnis im Vergleich zu den Babyboomern. Insgesamt haben Babyboomer und die Generation X eine signifikant positivere Einstellung zu Inlandsreisen und eine größere Absicht eine Inlandsreise zu unternehmen als Millennials. In Bezug auf Auslandsreisen zeigen sich in der Wertwahrnehmung keine Unterschiede zwischen den Generationen. Dennoch hat die Generation Y in diesem Fall eine größere Reiseabsicht im Vergleich zu den Babyboomern (vgl. Gardiner et al., 2015, S. 343). Alle Generationen denken, dass Inlandsreisen eine bessere Qualität bieten (vgl. Gardiner et al., 2015, S. 345).

Bei der Destinationswahl fanden auch Li et al. (2013) signifikante Unterschiede zwischen den Generationen in Amerika. Babyboomer und die Generation X bereisen häufiger traditionelle Destinationen wie die Karibik, Westeuropa, Kanada und Mexiko. Die Generation Y bevorzugt hingegen eher Asien (vgl. Li et al., 2013, S. 159). Die Kriterien der Destinationswahl variieren ebenfalls. So finden die Silent Generation und die Babyboomer die Unterkunft, die Servicequalität, die Freundlichkeit der Menschen,

die einfache Anreise, die Sicherheit, das Preis-Leistungs-Verhältnis, ein Fremdenverkehrsamt und die Sauberkeit wichtiger als die Generation X und die Generation Y. Auch das kulinarische Angebot und die Transportmöglichkeiten vor Ort sind den älteren Generationen wichtiger (vgl. Li et al., 2013, S. 160–161). Für Babyboomer ist außerdem die Umweltqualität bedeutend, auf die die Generation Y den geringsten Wert legt (vgl. Li et al., 2013, S. 161).

Hinsichtlich der gewünschten Merkmale einer Destination gibt es auch bei Huang und Petrick deutliche Unterschiede zwischen den Generationen. Babyboomer bewerten Strände und Themenparks als weniger wichtige Attribute einer Destination im Vergleich zu den jüngeren Generationen. Die Generation Y legt den meisten Wert auf große Städte in einer Destination. Auch das Wetter ist ihnen wichtiger als den Babyboomern, welche wiederum gut ausgebaute Fernverkehrsstraßen mehr schätzen als die Generation X (vgl. Huang & Petrick, 2010, S. 33). Babyboomern sind historische Sehenswürdigkeiten, Museen und schöne Landschaften wichtig, während Millennials mehr Wert auf Einkaufsmöglichkeiten legen (vgl. Huang & Petrick, 2010, S. 34).

Singer & Prideaux befragten Generationen in Fokusgruppen nach ihrem Reiseverhalten der Zukunft. Babyboomer planen viele Auslandsreisen zu machen, vor allem in Länder, in denen sie noch nicht waren (vgl. Singer & Prideaux, 2006, S. 341). Auch die Generation X hat ein ausgeprägtes Interesse an Auslandsreisen, da sie schon viel Erfahrung damit hat. Für Millennials sind Auslandsreisen noch wichtiger als für die beiden anderen, wobei mehr die Erfahrung vor Ort als die Destination selbst im Vordergrund steht (vgl. Singer & Prideaux, 2006, S. 343).

In einer weiteren Studie wurde das Reiseverhalten der Generationen aus acht verschiedenen Ländern, u. a. auch Deutschland, untersucht, wobei ein inhaltlicher Schwerpunkt auf der Reiseerfahrung lag. Ein Babyboomer war durchschnittlich schon 19 Jahre alt, als er seine erste Auslandsreise gemacht hat. 20% der Generation waren bis zum Alter von 30 Jahren noch nicht im Ausland gewesen. Internationale Reisen waren demnach noch keine Selbstverständlichkeit. Millennials hingegen reisten im Alter von neun Jahren zum ersten Mal ins Ausland und waren im Alter von zwölf Jahren im Durchschnitt schon viermal dort gewesen (vgl. eDreams, 2017, S. 3). Auch die Anzahl der Länder, die man im Alter von 18 Jahren bereits gesehen hat, hat sich entsprechend

erhöht. So hatten Babyboomer nur drei verschiedene Länder bereist, während Millennials schon doppelt so viele gesehen hatten (vgl. eDreams, 2017, S. 6).

4.3.3.2.1.3 Aktivitäten

Auch die Aktivitäten der Generationen im Urlaub wurden untersucht. Babyboomer sind vor allem an kulturellen Sehenswürdigkeiten und Aktivitäten, lokalen Festivals, historischen Orten und Rundreisen durch die Landschaft interessiert. Diese Interessen passen auch zum Alter der Generation (vgl. Li et al., 2013, S. 161–162). Die Generation X und die Generation Y interessieren sich hingegen mehr für Ausflüge in die Umwelt und für Einkaufsmöglichkeiten. Außerdem brauchen sie mehr Unterhaltungsangebote. Babyboomer und die Generation X ähneln sich in ihrem Interesse an Nationalpark-Besuchen und Tierbeobachtungen (vgl. Li et al., 2013, S. 161).

Ähnliche Aktivitäten wurden auch von Huang und Petrick betrachtet. So gehen Babyboomer im Vergleich zur Generation X und Generation Y seltener in Freizeitparks, jedoch häufiger in Museen. Millennials sind öfter in Nachtclubs unterwegs als Babyboomer, während diese vergleichsweise häufig an Sightseeing und hierbei vor allem an historischen Orten interessiert sind (vgl. Huang & Petrick, 2010, S. 33).

Pennington-Gray et al. untersuchten zu zwei verschiedenen, zwölf Jahre auseinander liegenden Zeitpunkten die Generation X, die Babyboomer und die zwei älteren Generationen in Kanada. Es werden keine Aktivitäten, sondern Präferenzen betrachtet. So wird analysiert, worauf die Generationen im Urlaub am meisten Wert legen, was ebenfalls Hinweise auf die Destinationswahl liefert. Es zeigt sich, dass die zwei jüngeren Generationen, die Generation X und die Babyboomer, mehr Wert auf Nationalpark-Besuche im Urlaub legen als die älteren (vgl. Pennington-Gray et al., 2003, S. 352). Eine hochwertige Unterkunft wurde im Zeitverlauf für alle vier Generationen wichtiger, wobei sie für die Generation X am meisten an Bedeutung gewann. Es scheint einen Periodeneffekt zu geben, der die jüngere Generation am meisten beeinflusst. Insgesamt nimmt die Bedeutung einer hochwertigen Unterkunft mit jeder zunehmend älteren Generation ab (vgl. Pennington-Gray et al., 2003, S. 354). Zudem waren Einkaufsmöglichkeiten zum ersten Erhebungszeitpunkt für die

Generation X ebenfalls am wichtigsten. Zwölf Jahre später bewerteten jedoch alle anderen Kohorten Shopping in etwa genauso wie die Generation X, die ihr Interesse beibehalten hat (vgl. Pennington-Gray et al., 2003, S. 355). Daneben wiederum sind Museen und Kunstgalerien den älteren Generationen wichtiger als den beiden jungen, wobei beim zweiten Erhebungszeitpunkt die Babyboomer sogar etwas mehr Interesse daran zeigten als alle anderen (vgl. Pennington-Gray et al., 2003, S. 357).

Eine Untersuchung von Pennington-Gray & Blair (2010) betrachtete nur die Natururlaube der Generationen in Nordamerika, wobei schon zwischen den drei Effekten differenziert wurde. Bei den Tätigkeiten, für die ein Generationeneffekt festzustellen ist, entsteht dieser häufig durch die verstärkte Teilnahme der Generation Y an diesen Aktivitäten, wie beispielsweise Camping und Wandern mit Übernachtung. Es zeigt sich, dass die Veränderungen der Nachfrage nach Camping auf alle drei Effekte zurückzuführen sind (vgl. Pennington-Gray & Blair, 2010, S. 82). Insgesamt sind die Veränderungen im Hinblick auf alle naturverbundenen Aktivitäten jedoch besonders mit dem Alter zu erklären. Junge Menschen nehmen eher daran teil als ältere (vgl. Pennington-Gray & Blair, 2010, S. 82–83).

4.3.3.2.2 Reiseverhalten einzelner Generationen

4.3.3.2.2.1 Babyboomer

Bei der Analyse des Reiseverhaltens von Babyboomern im Vergleich zur Silent Generation (1925–1945) in Kanada und Amerika wurden von Lehto et al. (2008) neben den Gemeinsamkeiten der Senioren, die bereits im Kapitel zum Reiseverhalten von Senioren (Kapitel 4.2.2.2.) vorgestellt wurden, auch signifikante Unterschiede zwischen den Generationen entdeckt. So legen Babyboomer im Urlaub mehr Wert auf die gemeinsame Zeit mit der Familie abseits von zu Hause, Intimität und Romantik sowie Abenteuer und Spannung, während die Silent Generation vergleichsweise historische Sehenswürdigkeiten bevorzugt und dabei bedeutende Plätze der Geschichte besucht (vgl. Lehto et al., 2008, S. 242, 248). Babyboomer sind gerne draußen in der Natur und insgesamt aktiver. Unter die beliebtesten Aktivitäten fallen Picknicks im Park, Sonnenbaden und Schwimmen am Strand, Reiten, Camping sowie der Besuch von

Fitnesscentern und Freizeitparks. Die Silent Generation bevorzugt hingegen das Leben bei Spaziergängen durch eher ruhige und gemütliche Städte mit Kunstgalerien, Theatern, Casinos und Einkaufsmöglichkeiten (vgl. Lehto et al., 2008, S. 243). Auch hier könnten die Unterschiede zwischen den Generationen vor allem auf den Altersunterschied zurückzuführen sein. Senioren im weit fortgeschrittenen Alter sind vermutlich aufgrund des Alters weniger aktiv. Dennoch reicht diese Annahme sehr wahrscheinlich nicht aus, um die deutlichen Unterschiede zu erklären (vgl. Lehto et al., 2008, S. 248). Die Babyboomer sollten für einen Wandel des Reiseverhaltens der Senioren sorgen (vgl. Lehto et al., 2008, S. 249).

Patterson und Pegg (2009) identifizierten Abenteuerismus als einen neuen Nischenmarkt für Babyboomer, die nicht nur passives Sightseeing anstreben (vgl. Patterson & Pegg, 2009, S. 261). Leichte und schwere Abenteueraktivitäten sollten so vermarktet werden, dass Babyboomer das Gefühl bekommen, sich dadurch jünger und gesünder fühlen zu können (vgl. Patterson & Pegg, 2009, S. 263–264). Babyboomer haben das Bedürfnis, sich wieder jung zu fühlen und einige der schönen Erfahrungen der Jugend wieder zu erleben (vgl. Patterson & Pegg, 2009, S. 268). Sie wollen gleichzeitig Erfahrungen sammeln, die ihren Horizont erweitern und möchten ihr Leben durch neues Wissen bereichern, anstatt nur unterhalten zu werden, um ihr Bedürfnis nach Selbstdarstellung, Kreativität und persönlicher Weiterentwicklung zu befriedigen. Der Fokus der Generation wird darauf liegen, mit Einwohnern in Kontakt zu treten und viel über die Region zu lernen (vgl. Patterson & Pegg, 2009, S. 268–269). Babyboomer sind abenteuerlustig und wollen neue Destinationen erkunden und neue, aufregende Freizeitaktivitäten ausprobieren (vgl. Patterson & Pegg, 2009, S. 269).

Cleaver et al. (2000) betrachteten ebenfalls das Reiseverhalten der Babyboomer in Australien. Dabei nahmen sie zunächst eine Segmentierung der Generation nach Lebensstilen vor. Im Anschluss wurde das Reiseverhalten der einzelnen Segmente untersucht (vgl. Cleaver, Green & Muller, 2000, S. 277). Im Folgenden wird nur ein kurzer Einblick in die Ergebnisse der Studie gegeben, da in dieser Arbeit nur das Gesamtbild der Babyboomer von Interesse ist. Besonders attraktiv für touristische Leistungsanbieter ist der Studie zufolge das Segment der „Socially Aware baby boomer“. Diese gebildeten, wohlhabenden und reiseerfahrenen Babyboomer sind am meisten an neuen Erfahrungen interessiert. Die „Visible Achievement group“ ist

ebenfalls finanziell gut aufgestellt und hat hohe Ansprüche, welche im Luxustourismus erfüllt werden können (vgl. Cleaver et al., 2000, S. 284), während die „Something Better baby boomer“ am wenigsten von allen Risikoaversionen sind und vor allem ihre Selbstverbesserung anstreben (vgl. Cleaver et al., 2000, S. 284–285). Das vierte Segment, das Familiensegment, wurde von den Autoren nicht weiter betrachtet, da die Reiseaktivität in diesem Fall am niedrigsten von allen war (vgl. Cleaver et al., 2000, S. 277). In einer späteren Publikation von Cleaver und Muller (2002) wurde das Segment der sozial verantwortlichen Babyboomer noch einmal genauer untersucht. Diese nach Abenteuern, Entdeckungen und erfüllenden Erfahrungen suchenden Babyboomer sollten für einen Aufschwung des Ökotourismus sorgen (vgl. Cleaver & Muller, 2002, S. 188).

Das Interesse an Wohnwagen- und Wohnmobilurlaube wurde bereits im Zusammenhang mit den Lebensphasen betrachtet, wobei der Generationenwechsel scheinbar noch relevanter für die Nachfrageveränderungen ist. Die Generation X, die Generation Y und auch die jüngeren Babyboomer sind in Australien deutlich seltener mit dem Wohnwagen unterwegs als die älteren Babyboomer und ihre Vorgänger (vgl. Glover & Prideaux, 2009, S. 31). Früher verbrachten viele Familien mit ihren Kindern ihren Urlaub auf Campingplätzen, während nun ältere Senioren, die nur noch zu zweit und generell länger verreisen, den Wohnwagenmarkt dominieren. Diese Entwicklung deutet stark darauf hin, dass die jungen Familien von früher ihr Reiseverhalten beibehalten haben und heute weiterhin, auch ohne Kinder, mit dem Wohnwagen verreisen (vgl. Glover & Prideaux, 2009, S. 32). Glover und Prideaux weisen jedoch darauf hin, dass, auch wenn die Babyboomer ihr Reiseverhalten beibehalten, mit der Zeit Anpassungen des touristischen Produkts an die Zielgruppe vorgenommen werden müssen, da neue Lebensphasen auch neue Bedürfnisse mit sich bringen. Die Autoren betonen, wie viele andere auch, dass es dabei wichtig ist zu berücksichtigen, dass Babyboomer nicht als „alt“ angesehen werden wollen und sich auch im hohen Alter noch jung fühlen. Auch Babyboomer sind zudem im Vergleich zu ihren Vorgängern schon sehr reiseerfahren und wissen, was sie an Leistung erwarten können (vgl. Glover & Prideaux, 2009, S. 35).

4.3.3.2.2 Generation Y

Auch Benckendorff und Moscardo (2010) berücksichtigten die verschiedenen Effekte und nutzten Langzeitdaten, um das Reiseverhalten der Generation Y am Great Barrier Reef in Australien genau untersuchen zu können (vgl. Benckendorff & Moscardo, 2010, S. 39). Wesentliche Unterschiede, die die Generation von anderen unterscheiden, sind ihre kürzere Reisedauer (vgl. Benckendorff & Moscardo, 2010, S. 41) und ihre Art der Aktivitäten. Die Generation Y ist weniger daran interessiert, professionell zu tauchen oder zu segeln. Sie bevorzugt stattdessen Schifffahrten mit großen Schiffen und konzentriert sich auf eher allgemeine Marineaktivitäten. Auch ist sie weniger an abenteuerlichen Aktivitäten und speziellen Ausflügen interessiert als frühere junge Generationen (vgl. Benckendorff & Moscardo, 2010, S. 42). Hinsichtlich der Reismotive unterscheidet sich die Generation Y von der Generation X dadurch, dass sie mehr Wert auf das Erleben von Spannung und etwas Neuem, aber auch auf Erholung und den Abstand vom Alltag legt (vgl. Benckendorff & Moscardo, 2010, S. 42–43). Interessant ist, dass die Generation zwar aktiv, aber weniger daran interessiert ist, das Great Barrier Reef richtig kennenzulernen. In Bezug auf die Reisebegleitung zeichnet sich die Generation Y gleichzeitig dadurch aus, dass sie häufiger mit der Familie reist. Insgesamt zeigte sich, dass alle drei Effekte wirksam sind. Veränderungen der Tourismuskonsumnachfrage am Great Barrier Reef entstehen durch die Entwicklung der Destination, durch die Alterung der Touristen sowie durch den Generationeneffekt (vgl. Benckendorff & Moscardo, 2010, S. 44). Reisenden der Generation Y sind eindeutige Merkmale, Motive und Erwartungen zuzuordnen, sodass die Segmentierung nach Generationen begründet ist (vgl. Benckendorff & Moscardo, 2010, S. 45).

Glover (2010) konzentrierte sich auf das zukünftige Reiseverhalten der Generation Y in Australien. Während viele zukünftige Merkmale wahrscheinlich dem Verhalten vorheriger Generationen entsprechen werden, wird es bei einigen Punkten deutliche Unterschiede geben. Ein Grund ist dafür die veränderte Einstellung zur Familie. Durch die rückläufige Anzahl von Kindern, späte Hochzeiten, viele Scheidungen und zahlreiche Single-Haushalte werden Beschreibungen des Reiseverhaltens im Familienlebenszyklus auf viele Mitglieder der Generation Y nicht zutreffen. Es werden zunehmend Singles, Alleinerziehende und Paare ohne Kinder verreisen (vgl. Glover, 2010, S. 156). Einpersonenhaushalte zeigen wiederum eine größere Wahrscheinlichkeit

zu reisen, wenn jegliche weitere Einflussfaktoren kontrolliert werden (vgl. Alegre & Pou, 2004, S. 137). Auch die Reiseerfahrung spielt eine Rolle. Die Generation Y ist mit vielen Reiseoptionen aufgewachsen und ist dementsprechend auch schon in jungen Jahren sehr häufig gereist. Das prägte ihre Einstellung zum Reisen und ihre Reiseabsichten in der Zukunft (vgl. Glover, 2010, S. 157). Besonders betroffen ist hiervon die Wahl der Destination. Die Einstellung der Generation zu Auslandsreisen ist sehr positiv und teilweise werden diese fast als obligatorisch angesehen. Es besteht an vielen Destinationen Interesse, in denen sich der Tourismus gerade erst entwickelt. Dieses Interesse ist bei der Generation Y größer als bei den anderen Generationen und wird voraussichtlich auch in Zukunft nicht abnehmen (vgl. Glover, 2010, S. 157–158). Eine weitere Besonderheit bei der Destinationswahl ist ihr Drang, immer neue Länder zu erkunden. Jede Reise soll eine neue und einzigartige Erfahrung werden. Dadurch ist es schwer, Millennials als Stammkunden zu gewinnen (vgl. Glover, 2010, S. 159). Eine USP wird für Destinationen daher zunehmend wichtiger. Da die Generation eine fremde Kultur kennenlernen möchte, die einzigartig und noch nicht komplett verwestlicht ist, müssen etablierte Destinationen immer neue Erlebnis-Angebote schaffen, sodass Millennials auch wiederkommen wollen (vgl. Glover, 2010, S. 159–160). Ein Trend, der dem Inlandstourismus zugutekommt, ist das Interesse an Wochenendreisen. Viele Millennials sind es gewohnt, regelmäßig über ein (langes) Wochenende wegzufahren. Auch wenn Low-Cost-Airlines selbst in diesem Fall Auslandsreisen attraktiv machen, werden häufig ebenfalls nahegelegene Destinationen in Betracht gezogen. Auch Familien werden weiterhin verstärkt Inlandsreisen in Erwägung ziehen. Dass junge Familien Autoreisen im Inland bevorzugen, liegt daran, dass es sich mit Kindern sowohl aus Kosten- als auch Bequemlichkeitsgründen anbietet. Dennoch werden, wie schon angedeutet, viele neue Kundensegmente neben der klassischen Familie entstehen, die eine lukrative Größe erreichen können. Adults-only-Hotels werden in Zukunft genauso wichtig sein wie kinderfreundliche Hotels (vgl. Glover, 2010, S. 158). Es ist jedoch schwer vorherzusagen, wie viele Familien es in Zukunft geben wird und wie diese aussehen werden (vgl. Glover, 2010, S. 158–159). Für viele Millennials ist die Familienplanung noch nicht abgeschlossen. Bleiben die Geburtenziffern jedoch niedrig, wird der Rückgang der Reiseaktivität in der mittleren Lebensphase weniger stark ausfallen (vgl. Collins & Tisdell, 2002, S. 812). Durch die geringere Anzahl von Kindern verkürzt sich auch die Dauer der Familienphase, sodass der Rückgang weniger Altersklassen betrifft (vgl. Collins & Tisdell, 2002, S. 815). Ein weiteres Ergebnis von

Glover bezieht sich auf die Bedeutung des Preis-Leistungs-Verhältnisses. Im Einklang mit Gardiner et al. (vgl. Gardiner et al., 2014, S. 713) fand Glover heraus, dass die Generation Y zwar erwartet, in Zukunft über ein größeres Reisebudget zu verfügen, aber die Qualität dem Reisepreis in jedem Fall entsprechen muss. Um sicherzugehen, auch wirklich den besten Preis zu bekommen, wird das Internet zur Angebotssuche genutzt. Da die Generation mit Billigfliegern und viel Reiseerfahrung aufgewachsen ist, weiß sie genau, welcher Preis für welche Leistung angemessen ist (vgl. Glover, 2010, S. 159). Der Preis ist bei der Wahl eines Reiseangebots das wichtigste Kriterium für diese Generation. Erst an zweiter Stelle steht die politische Stabilität eines Landes (vgl. Vukic, Kuzmanovic & Kostic Stankovic, 2015, S. 486).

Eine Studie von American Express Travel zeigt weitere aufschlussreiche Ergebnisse. 76% der Generation Y übernachten am liebsten in einem Hotel, was in etwa dem Anteil der Babyboomer entspricht. Fast 70% organisieren ihre Reise zudem lieber individuell, wobei sie eine Pauschalreise wählen würden, wenn diese günstiger wäre. Fast 60% gaben wiederum an, dass sie für die Expertise eines Reisebüro-Mitarbeiters auch mehr zahlen würden. Wie bereits bei der Darstellung des allgemeinen Konsumverhaltens erwähnt, erlauben Millennials eher als Babyboomer Reiseanbietern die Nutzung ihrer Daten, damit diese zukünftige Reiseerfahrungen für sie personalisieren können. Millennials reisen häufiger als andere Generationen und geben auch mehr Geld dabei aus. 58% von ihnen wollen in den nächsten fünf Jahren mehr für Reisen ausgeben (BB: 41%) (vgl. American Express, 2016).

Eine passende Übersicht über die wesentlichen Merkmale des Reiseverhaltens der Generation Y erstellte Pendergast (2010). Er ordnete dabei auch die Merkmale der Generation an sich den Reiseverhaltensmerkmalen zu. So reisen Millennials z. B. häufiger, besuchen eine größere Anzahl an Destinationen und geben einen größeren Anteil ihres Einkommens für Reisen aus. Dies lässt sich alles gut mit der Eigenschaft „Selbstsicherheit“ erklären. Außerdem sind sie erlebnishungrig, was sich dadurch äußert, dass sie viele verschiedene Erfahrungen machen möchten und die echte Kultur, das tägliche Leben und die Einwohner einer Destination kennenlernen wollen. Sie sind unerschrocken und lassen sich nicht durch Terroranschläge oder Katastrophen vom Reisen abbringen, sondern informieren sich vor Reiseantritt lieber gut über ihr Reiseziel (vgl. Pendergast, 2010, S. 11; Wilks & Pendergast, 2010, S. 112). Dieses Vertrauen

lässt sich damit in Verbindung bringen, dass sie sehr geschützt aufgewachsen sind. Generell berücksichtigen Millennials eine große Anzahl von Informationsquellen vor der Reise, wobei gerade Online-Quellen für die Buchung von Bedeutung sind. Sie holen zudem für sich persönlich viel aus ihren Reisen raus. Durch die große Anzahl von Reisen möchten sie immer öfter reisen, mehr lernen und ein besseres Verständnis für andere Kulturen entwickeln (vgl. Pendergast, 2010, S. 11). Dadurch, dass derzeit das Reisebudget vieler Millennials noch limitiert ist, sind Hostels und Couchsurfing-Angebote stark gefragt (vgl. Wilks & Pendergast, 2010, S. 115). Couchsurfing passt sehr gut zu den Merkmalen dieser Generation, die sowohl onlineaffin ist als auch das tägliche Leben und die Einwohner kennenlernen möchte (vgl. Wilks & Pendergast, 2010, S. 116). Dadurch, dass Millennials in einer Gesellschaft aufgewachsen sind, in der Reisen selbstverständlich ist, reisen sie mehr als andere Generationen vor ihnen (vgl. Wilks & Pendergast, 2010, S. 109).

Moscardo und Benckendorff weisen auf Basis zahlreicher Studien darauf hin, dass die Ergebnisse zum Reiseverhalten der Generation Y sehr verschieden und teils widersprüchlich sind. Beispielsweise zeigen viele Studien, dass die Generation häufiger reist als andere Generationen, wobei andere hingegen zeigen, dass sie seltener reist (vgl. Moscardo & Benckendorff, 2010, S. 23). Im Hinblick auf drei Aspekte lässt sich dennoch ein Konsens erkennen. Erstens wird mittels mehrerer Studien darauf hingewiesen, dass die digitale Mediennutzung für die Generation vor und während des Urlaubs eine große Rolle spielt (vgl. Moscardo & Benckendorff, 2010, S. 24). Die Generation Y produziert im Urlaub vor allem dann Content für die sozialen Netzwerke, wenn die Erfahrungen, die sie macht, zur eigenen Identität passen (vgl. Luna-Cortés, López-Bonilla & López-Bonilla, 2018, S. 9). Zweitens herrscht Konsens über die positive Einstellung zu Diversität, Flexibilität und sozialen Belangen. Die Generation Y engagiert sich gerne auf Reisen durch Freiwilligenarbeit, interessiert sich für die Auswirkungen der eigenen Reisen und möchte die Kultur kennenlernen (vgl. Moscardo & Benckendorff, 2010, S. 24). 16% der Millennials ziehen einen Urlaub mit Freiwilligenarbeit in Erwägung (vgl. eDreams, 2017, S. 10). Die Generation Y möchte soziale Verantwortung in der Gemeinschaft und in der Welt übernehmen. Auch wenn sie sich nicht durch physische Leistung einbringen kann, möchte sie möglichst nachhaltige Unterkünfte buchen, um das Gefühl zu haben, nachhaltig zu reisen (vgl. Lee, 2013). Als dritten Punkt lässt sich die familiäre und die soziale Orientierung

anführen. Soziale Interaktion spielt eine übergeordnete Rolle für die Generation Y (vgl. Moscardo & Benckendorff, 2010, S. 24).

Auch das Reiseverhalten der Generation Y in Polen wurde untersucht. Hier sind jedoch die Generationenunterschiede eindeutig auf die Altersunterschiede zurückzuführen. So reisen beispielsweise fast 70% der Millennials in Begleitung von Freunden (vgl. Kowalczyk-Anioł, 2012, S. 17). Daher wird hier nicht weiter auf die einzelnen Ergebnisse eingegangen. Auffallend ist jedoch bei den Motiven, dass überdurchschnittlich viele, ebenfalls fast 70%, großen Wert auf die Authentizität in der Destination legen (vgl. Kowalczyk-Anioł, 2012, S. 19).

Millennials begehren Authentizität mehr als andere Generationen (vgl. O'Neill, 2016) und möchten beim Reisen authentische regionale Erfahrungen machen (vgl. Tnooz, 2016). Besonders im Kulturtourismus legen sie viel Wert darauf. Am wichtigsten sind ihnen in diesem Fall die realitätsnahe Abbildung der Vergangenheit und der aktuellen Zeit sowie originalgetreue Objekte. Man möchte eine Zeitreise machen (vgl. Chhabra, 2010, S. 805–806). Für die Generation Y steht nicht nur die Betrachtung bekannter Sehenswürdigkeiten im Vordergrund, sondern sie möchte in die Kultur integriert werden und eine authentische lokale Erfahrung machen. Am liebsten sucht man Bars o. Ä. auf, die nur Einheimische kennen. Hostels sind perfekt dafür geeignet, sowohl andere Millennials zu treffen als auch mit Einheimischen in Kontakt zu treten. Auch Airbnb und Couchsurfing reagieren genau auf das Bedürfnis nach Authentizität (vgl. Lee, 2013). Durch Reiseformen wie Backpacking, Volunteer Tourismus und das Auslandsjahr verbringen Millennials mehr Zeit im Land und geben mehr Geld, bevorzugt für lokale Anbieter und Ketten, aus. Die Generation hat große Ansprüche an die Leistung, den Service, die Transparenz, die Nachhaltigkeit und die Authentizität der Erfahrungen. Sie bereist zudem gerne exotische Destinationen (vgl. Petrak, 2011).

Passend zur Authentizitätsanforderung ist der Trend, immer mehr „secondary cities“ zu besuchen. Dieser sogenannte „Brooklyn Effect“ (Maneval, 2016, S. 32) führt Millennials in Städte wie Charleston, Nashville und Austin, wo häufig auch die Musik, lokale Essenstrends und authentische Erfahrungen eine große Rolle spielen. Man sollte jedoch nicht den Authentizitätswunsch überbewerten. Das Wichtigste ist für die Generation, dass man ein Gefühl für den Ort bekommt (vgl. Maneval, 2016, S. 32).

Zudem sind Millennials aktiver als ihre Vorgänger. Vorhandene Optionen zum Kite Surfen, für lange Radtouren und Wanderungen spielen ebenfalls eine Rolle bei der Destinationswahl (vgl. Maneval, 2016, S. 32).

4.3.4 Reiseverhalten der deutschen Generationen

Besonders interessant sind Ergebnisse zum Reiseverhalten der deutschen Generation Y. 54% aller mehrtägigen Urlaubsreisen der Generation werden online gebucht, während der Anteil des Gesamtmarktes nur bei 39% liegt (vgl. GfK, 2017b). YouGov bestätigte dieses Ergebnis. Jeder Zweite bucht hier überwiegend und jeder Fünfte ausschließlich online (vgl. YouGov, 2017, S. 8). Zwar reisen Millennials insgesamt häufiger im Jahr als die älteren Generationen, die Reisen sind jedoch kürzer, günstiger und werden vor allem selbst organisiert. 69% der Ausgaben entstehen durch die Buchung von Einzelleistungen. Das erklärt auch den hohen Anteil der Online-Buchungen bei Leistungsträgern und auf Portalen wie Booking.com, Airbnb, Trivago, Fluege.de und Swoodoo. Pauschalreisen werden entsprechend seltener gebucht (31%) als von der Gesamtbevölkerung (38%) (vgl. GfK, 2017b). 47% nutzen zudem Tourismus-Websites wie TripAdvisor, um sich über das Reiseziel zu informieren (vgl. Allianz Global Assistance, 2016). Aufgrund der hohen Anforderungen an Individualität und moderne bzw. mobile Kommunikation, die von klassischen Reiseveranstaltern teilweise nicht erfüllt werden, bucht die Generation lieber auf Plattformen ihre Einzelleistungen (vgl. YouGov, 2017, S. 2). Das spiegelt sich auch in der Markenbekanntheit und dem Image von Plattformen und Reiseveranstaltern wider. Während der Bekanntheitsanteil von Airbnb, Kayak, Tripadvisor, Tropo und Swoodoo im Fall der Generation Y fast immer mindestens 10% über dem Bevölkerungsschnitt liegt, schneidet das Image der bekannten Reiseveranstalter deutlich schlechter ab. Hier liegt der Anteil der Millennials, der einen allgemein positiven Eindruck von TUI, ADAC Reisen, Meiers Weltreisen und Thomas Cook hat, immer mindestens 10% unter dem Bevölkerungsschnitt (vgl. YouGov, 2017, S. 10). Eine aktuelle Studie von Holidaycheck zeigt vergleichbare Ergebnisse. Millennials verbinden mit Pauschalreisen Fremdbestimmung und verstehen klassischen Urlaub als „ein passives Konsumieren einer etablierten Destination“ (Pusch, 2018). Man möchte lieber einer der Ersten sein, der eine Destination bereist (vgl. Pusch, 2018).

Auch während des Urlaubs ist die Generation online. Drei von vier Millennials nutzten das Internet bei der letzten Auslandsreise. Mehr als die Hälfte davon war auf den sozialen Netzwerken aktiv (vgl. YouGov, 2017, S. 11). Besonders Instagram wird immer wichtiger, womit einhergeht, dass Destinationen zunehmend instagramfähig sein müssen. Sie sollten eindrucksvolle Fotoaufnahmen ermöglichen (vgl. Pusch, 2018). Für die Internetnutzung werden entsprechend vorwiegend die eigenen Geräte verwendet (vgl. YouGov, 2017, S. 13). Die Gründe hierfür sind vor allem der Kontakt nach Hause (59%), die Nutzung sozialer Netzwerke (52%), generelles Surfen (47%), das Suchen von POIs (41%) und Informationen zu Orten, dem Land und der Kultur (41%) (vgl. YouGov, 2017, S. 14). 55% der Generation vertrauen im Notfall auf ihr Handy (vgl. Allianz Global Assistance, 2016).

Hinsichtlich der Reisearten, den Motiven und den Ausgaben zeigen Millennials ebenfalls spezifische Merkmale. Während ihr Interesse am Badeurlaub noch mit der Gesamtbevölkerung vergleichbar ist, macht die Generation Y häufiger Städtereisen (19% vom Umsatz) und mehr Rundreisen (15% vom Umsatz). Laut YouGov bevorzugt sogar einer von zwei Millennials Städtereisen. Generell sind kurze und spontane Urlaube beliebt (vgl. YouGov, 2017, S. 12). Besonders liegen jedoch Fernreisen, mit 26% der Ausgaben, über dem Bevölkerungsschnitt (17%) (vgl. GfK, 2017b). Die Generation plant zudem in zehn Jahren verstärkt Kultur- und Gourmetreisen zu machen (44%). Als Reisemotiv nennen 60% Erholung und Entspannung im Urlaub, wobei 53% neue Länder und Kulturen kennenlernen möchten. Viele legen außerdem großen Wert darauf, Routen abseits des Massentourismus zu bereisen (20%) (vgl. Allianz Global Assistance, 2016). Millennials zeigen ein größeres Interesse daran, neue Orte zu entdecken und Abenteuer zu erleben als die Generation X und die Babyboomer. Individualität und Authentizität sind ihnen besonders wichtig, was den Erfolg von Airbnb erklärt (vgl. GfK, 2017a). Die Unterkunft dient nur noch als Basis für Erkundungstouren. Man möchte die einheimische Bevölkerung kennenlernen, aber auch Zeit mit Gleichgesinnten verbringen. Auf der Suche nach authentischen, neuen Erfahrungen wünscht man sich keinen durchgeplanten Tagesablauf. Flexibilität wird neben der Individualität als Anforderung immer wieder betont (vgl. Pusch, 2018). Man möchte auch während kurzer Reisen möglichst viel erleben. Das Reiseverhalten der Generation spiegelt deutlich ihre Abenteuerlust und Risikobereitschaft wider (vgl. YouGov, 2017, S. 12). Aktuell geben Millennials bereits fast 7,2 Mrd. Euro für ihren

Urlaub im Jahr aus. Diese Summe wird in den kommenden Jahren ansteigen, wenn auch die letzten Studierenden und Auszubildenden in die Arbeitswelt eintreten (vgl. GfK, 2017b) und dann ggf. weniger kostenbewusst als jetzt verreisen (vgl. YouGov, 2017, S. 12). Insgesamt zeigt die Generation Y eine größere Reiselust als die Generationen vor ihr im gleichen Alter (vgl. YouGov, 2017, S. 15). 97% der deutschen Generation Y halten Reisen für selbstverständlich (vgl. Allianz Global Assistance, 2016).

Eine passende Ergänzung sind auch die Ergebnisse von Pfeil (2017). 61% der Generation Y geben an, dass es ein wichtiges Lebensziel für sie ist, die Welt zu erkunden bzw. viele Reisen zu machen. Zur gleichen Zeit stimmen dieser Aussage 46% der Generation X und 44% der Babyboomer zu. Betrachtet man jedoch die Generation X im ungefähr gleichen Alter wie die Generation Y heute, zeigt sich, dass hier mit 64% sogar noch eine etwas größere Zustimmung erzielt wurde. Diese hat im Verlauf des Lebens abgenommen. Vergleicht man die Babyboomer und die Generation X im etwas höheren und ungefähr gleichen Alter, zeigen sich hier sogar die gleichen Werte (46%), sodass das Lebensziel, viel zu reisen, vermutlich mit dem Alter zusammenhängt (vgl. Pfeil, 2017, S. 180). Ob die Zustimmung der Generation Y ebenfalls rückläufig sein wird, lässt sich jedoch noch nicht mit Sicherheit sagen.

Eine Befragung zum Luxustourismus hat ergeben, dass Reisebüros und Reiseveranstalter die Generation X (36 bis 55 Jahre) in dieser Sparte als wichtigstes Segment betrachten. 62% gaben an, dass vor allem diese Generation Luxusreisen bucht. Nur 37% sahen die Babyboomer als wichtigste Kundengruppe an (vgl. Global Communication Experts, 2018, S. 1).

Insgesamt zeigt sich, dass es schon zahlreiche Publikationen zum Reiseverhalten verschiedener Generationen gibt, wobei nur selten die Effekte vom Alter, der Periode und der Kohortenzugehörigkeit (vgl. Kapitel 5.2) separat berücksichtigt wurden. Dennoch konnte bereits ein relativ konsistentes Bild der Generationen erstellt werden. Der Schwerpunkt der Forschung lag bisher vor allem auf den Babyboomern, die teilweise auch die 68er umfassen, und der Generation Y. Da bisher deutlich weniger über die Generation X bekannt ist, wird es später besonders interessant sein, mehr über das Reiseverhalten dieser Generation zu erfahren. Hier muss eine große Forschungslücke geschlossen werden.

Tab. 10: Reiseverhalten der Generationen (eigene Darstellung).

Babyboomer	Generation X	Generation Y
<ul style="list-style-type: none"> - hedonistische Motive - suchen emotional befriedigende Erfahrungen → Reiseerfahrungen sollen Leben bereichern - qualitativ hochwertige Erfahrungen sind wichtig - hohe Ausgabenbereitschaft - machen mehr Inlandsreisen - bereisen mehr traditionelle Destinationen - legen Wert auf Unterkunft, Servicequalität, Freundlichkeit, einfache Anreise, Sicherheit, Preis-Leistungs-Verhältnis, ein Fremdenverkehrsamt und Sauberkeit - das kulinarische Angebot, die Transportmöglichkeiten vor Ort, die Umweltqualität und gute Fernverkehrsstraßen sind wichtig - sind an historischen Sehenswürdigkeiten und Orten, Museen, Kunstgalerien, kulturellen Aktivitäten, lokalen Festivals und Rundreisen durch die Landschaft interessiert - schöne Landschaften sind wichtig - Strände und Themenparks sind weniger wichtig - haben Interesse an Nationalpark-Besuchen und Tierbeobachtungen - legen im Urlaub Wert auf die gemeinsame Zeit mit der Familie, Intimität und Romantik sowie 	<ul style="list-style-type: none"> - funktionaler Wert bzw. Preis-Leistungs-Verhältnis einer Reise ist wichtig - soziale Anerkennung ist wichtig - macht mehr Inlandsreisen - bereist mehr traditionelle Destinationen - interessiert sich für Ausflüge in die Umwelt und für Einkaufsmöglichkeiten - braucht Unterhaltungsangebote - hat Interesse an Nationalpark-Besuchen und Tierbeobachtungen - hochwertige Unterkunft wird wichtiger - bucht gerne Luxusreisen 	<ul style="list-style-type: none"> - ist sehr reiseaffin - ist bereits in der Kindheit/Jugend viel ins Ausland gereist - reist häufig mit der Familie - funktionaler Wert ist wichtig - Preis ist sehr entscheidend - Reisen sind günstiger - reist häufiger und kürzer - soziale Anerkennung ist wichtig - ist erlebnishungrig - legt Wert auf große Städte, das Wetter und Einkaufsmöglichkeiten - Erfahrungen vor Ort sind wichtiger als die Destination selbst - interessiert sich für Ausflüge in die Umwelt - braucht Unterhaltungsangebote und Nachtclubs - ist gerne in der Natur aktiv (Camping, wandern etc.) - Kite Surfen, lange Radtouren und Wanderungen sind beliebt - ist weniger an abenteuerlichen Aktivitäten und Ausflügen interessiert - will Spannung/Neues erleben und Erholung/Abstand vom Alltag - macht mehr Städtereisen, Rundreisen und Fernreisen - plant zukünftig mehr Kultur- und Gourmetreisen - will Abenteuer erleben - macht mehr Auslandsreisen (besonders Asien) - mag Destinationen, in denen sich der Tourismus erst entwickelt - bereist viele verschiedene und exotische Destinationen - sucht Routen abseits des Massentourismus - besucht gerne „secondary cities“ - will Gefühl für den Ort bekommen - authentische regionale Erfahrungen sind wichtig - will fremde Kulturen, das tägliche Leben und die Einwohner kennenlernen

<p>Abenteuer und Spannung</p> <ul style="list-style-type: none"> - sind gerne draußen in der Natur aktiv - Picknicks im Park, Sonnenbaden und Schwimmen am Strand, Reiten, Camping sowie der Besuch von Fitnesscentern und Freizeitparks sind beliebt - haben Bedürfnis sich wieder jung zu fühlen → Abenteuerismus als passende Nische - wollen Erfahrungen und neues Wissen sammeln - wollen mit Einwohnern in Kontakt treten und viel über die Region lernen - sind abenteuerlustig: wollen neue Destinationen erkunden und aufregende Freizeitaktivitäten ausprobieren - das Segment der „Socially Aware baby boomer“ ist gebildet, wohlhabend und reiseerfahren und am meisten an neuen Abenteuern, Entdeckungen und erfüllenden Erfahrungen interessiert - machen mehr Wohnwagen- und Wohnmobilurlaube 		<ul style="list-style-type: none"> - spontane und kurze Urlaube sind beliebt → viele Wochenendreisen - organisiert Reise individuell online - hat hohe Anforderungen an Individualität, Flexibilität und moderne Kommunikation - Reiseveranstalter haben schlechtes Image - verbindet mit Pauschalreisen Fremdbestimmung - Reiseanbieter dürfen persönliche Daten nutzen - Hostels, Airbnb und Couchsurfing-Angebote sind gefragt - die veränderte Einstellung zur Familiengründung verändert die Nachfrage → z. B. Adults-only-Hotels gewinnen an Bedeutung - nutzt viel digitale Medien - Destinationen müssen instagramfähig sein - achtet auf Nachhaltigkeit - hat positive Einstellung zu Diversität und sozialen Belangen - macht gerne Freiwilligenarbeit - soziale Interaktion (mit Gleichgesinnten) ist wichtig - reist viel in Begleitung von Freunden - verbringt durch Backpacking, Volunteer Tourismus und das Auslandsjahr viel Zeit in der Destination - gibt mehr Geld (für lokale Anbieter) aus - hat hohe Ansprüche an Leistung, Service und Transparenz - lässt sich nicht von Terror abschrecken
--	--	---

4.4 Einflüsse auf das Reiseverhalten im Zeitverlauf

Neben dem Einfluss der Lebensphase und der Generation wirken auch die Rahmenbedingungen und die Ereignisse der einzelnen Jahre auf das Reiseverhalten der Deutschen. Diese haben z. B. bewirkt, dass die Reiseintensität von den 1960er bis 1990er Jahren stark zugenommen hat, wobei nicht nur der Bevölkerungsanteil gestiegen ist, der eine Urlaubsreise unternimmt, sondern auch die Anzahl der Reisen. So erhöhte sich auch die Reishäufigkeit, da zunehmend mehr Zweit- und Drittreisen in einem Jahr unternommen wurden (vgl. Oppermann, 1995b, S. 542). Die Faktoren, die auf der Makroebene für die Entwicklungen im Tourismus ab 1971 verantwortlich waren, werden im Folgenden betrachtet. Da an dieser Stelle zahlreiche Einflüsse in jedem einzelnen Jahr analysiert werden könnten, kann nur ein sehr grober Überblick über die wichtigsten Faktoren gegeben werden. Da die Umwelteinflüsse nicht im Fokus der Arbeit stehen und diese in erster Linie nur bei der Berechnung der Kohorteneffekte kontrolliert werden sollen, fällt dieses Kapitel etwas kürzer aus. Der Wertewandel, Einstellungen in der Bevölkerung und der demographische Wandel wurden bereits in den vorherigen Kapiteln ausführlich behandelt, sodass hier nun die äußeren Einflüsse betrachtet werden.

Als Erstes kann der Fortschritt im Bereich der Mobilität genannt werden (vgl. Prahl, 1988, S. 123). Mobilität ist einer der wichtigsten Einflussfaktoren auf die touristische Nachfrage. Im Verlauf des letzten Jahrhunderts hat sich diese in Hinblick auf die Geschwindigkeit, die Sicherheit, die Verlässlichkeit und den Komfort wesentlich verbessert, was für den Anstieg des Tourismusaufkommens gesorgt hat. Der Effekt wurde durch den absoluten und relativen Rückgang der Kosten für den Transport und den Anstieg der Nutzung privater Automobile verstärkt (vgl. Butler, 2009, S. 349). Das Straßen- und Autobahnnetz wurde massiv ausgebaut (vgl. Storbeck, 1988, S. 86). Auch das Bahn- und das Busnetz sowie die zivile Luftfahrt waren vom Ausbau betroffen (vgl. Prahl, 1988, S. 123). Der Einsatz von Großraum-Flugzeugen und eine höhere Auslastung durch Charterverträge machten das Reisen günstiger (vgl. Prahl, 1988, S. 130), sodass Charterflüge zu bekannten touristischen Zielen zunehmend erschwinglich wurden (vgl. Storbeck, 1988, S. 87–88). Low-Cost-Airlines haben den Markt später revolutioniert und die Destinationswahl auf der Kurz- und Mittelstrecke stark beeinflusst. Flüge, vor allem auch Langstreckenflüge, sind heute kein Luxusgut mehr

und verhältnismäßig günstig und leicht verfügbar (vgl. Butler, 2009, S. 347; eDreams, 2017, S. 7; Gardiner et al., 2015, S. 336–337; Oppermann, 1995b, S. 547; Pennington-Gray & Kerstetter, 2001, S. 142; YouGov, 2017, S. 5). Die Auswahl an Destinationen ist insgesamt durch die günstigeren und komfortableren Transportmöglichkeiten wesentlich angestiegen. Eine Reise in ein exotisches Land muss nicht mehr teurer sein als ein Urlaub innerhalb Europas von der gleichen Dauer (vgl. Oppermann, 1995b, S. 547).

Ein weiterer Faktor ist die ansteigende Bedeutung der Sharing Economy (vgl. Gastel, 2014). Zum einen wird durch die zunehmend besseren Car Sharing-Angebote der Besitz eines eigenen Autos weniger notwendig, was wiederum die Wahl des Transportmittels für den Urlaub beeinflusst. Zum anderen gibt es dadurch neue Angebotsformen, besonders im Bereich der Unterkunft durch Airbnb. Für die Tourismusentwicklung bis zum Jahr 2012 spielte Airbnb kaum eine Rolle. Für die Kohortenanalysen in den darauffolgenden Jahren ist dieser Einfluss jedoch in jedem Fall zu berücksichtigen, da gerade ab dem Jahr 2013 die Suchanfragen nach „Airbnb“ deutlich zugenommen haben (vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, 2018, S. 37).

Die massive Wohlstandssteigerung in der Gesellschaft (vgl. Ewinger et al., 2016, S. 6–7) spielte ebenfalls eine große Rolle für den Anstieg der Reiseintensität. Das frei verfügbare Einkommen, das einen starken Einfluss auf die Reiseentscheidung hat (vgl. Alegre & Pou, 2004, S. 137), ist über die Jahre gestiegen (vgl. Pennington-Gray & Kerstetter, 2001, S. 142; Storbeck, 1988, S. 78) und hat die zahlreichen privaten Reisen überhaupt erst möglich gemacht.

Hinzu kommt, dass Reisen günstiger geworden ist. Nicht nur die Billigflieger sind hierfür verantwortlich. Auch die Pauschalreiseangebote der klassischen Reiseveranstalter sind für breite Teile der Bevölkerung bezahlbar geworden. Durch horizontale und vertikale Integrationen der Veranstalter konnten große Kostenvorteile erzielt werden (vgl. Butler, 2009, S. 350). Ab 1970 waren insgesamt bei den Anbietern touristischer Leistungen starke Konzentrations- bzw. Zentralisationstendenzen festzustellen, womit auch eine Diversifizierung des Angebots einherging (vgl. Prah, 1988, S. 128). Der Reiseveranstaltermarkt expandierte deutlich (vgl. Prah, 1988, S. 132). Es traten immer neue Spezialreiseveranstalter auf den deutschen Markt, sodass es am Ende

der 1970er Jahre ca. 400 Reiseveranstalter gab (vgl. Kirstges, 2010, S. 71). Diese Zahl ist bis zum Jahr 2012 deutlich – auf ca. 1.790 Reiseveranstalter – angestiegen (vgl. Kirstges, Fritsche & Wagener, 2012, S. 12).

Die Globalisierung hat die Reiseaktivitäten gefördert (vgl. YouGov, 2017, S. 5), wobei gerade die Digitalisierung bzw. das Internet einen wesentlichen Teil zur Popularisierung des Reisens beigetragen haben. Man ist sich weltweiter Ereignisse und möglicher Reiseziele über die Jahre viel bewusster geworden und kann mittlerweile viel besser nach Informationen recherchieren, individuell Reisen zusammenstellen und auch schneller und einfacher buchen (vgl. Butler, 2009, S. 350; eDreams, 2017, S. 11; Gardiner et al., 2015, S. 337). Es gibt grundsätzlich eine viel größere Wahrnehmung von Reiseoptionen, gerade auch von Senioren. Dies lässt sich u. a. auf den Anstieg an Kommunikationsmaßnahmen der touristischen Leistungsanbieter zurückführen (vgl. Oppermann, 1995b, S. 547; Pennington-Gray & Kerstetter, 2001, S. 142). Viele verfügbare Informationen reduzieren wiederum das wahrgenommene Risiko vor dem Kauf einer Reise (vgl. Nusair et al., 2013, S. 19).

Der Anteil der frei verfügbaren Zeit neben der Arbeit ist stark angestiegen und ebenfalls von großer Bedeutung für die touristische Nachfrageentwicklung (vgl. Storbeck, 1988, S. 83). Insbesondere die gestiegene Anzahl von Urlaubstagen in Deutschland, die dem Arbeitnehmer zusteht, und die Einführung der Fünf-Tage-Woche haben für einen Freizeitanstieg gesorgt und somit dafür, dass zunehmend mehr Zeit zum Reisen zur Verfügung steht (vgl. Ewinger et al., 2016, S. 6–7). Auch die Kürzung der Wochenarbeitsstunden hat diesen Effekt herbeigeführt (vgl. Storbeck, 1988, S. 84).

Auch die Politik spielt eine große Rolle. Zum einen haben in Deutschland der Bund und die Länder an verschiedenen Stellen die Rahmenbedingungen geschaffen, die für die Entwicklung des Tourismus erforderlich waren (vgl. Storbeck, 1988, S. 98). Zum anderen haben immer mehr Länder den Tourismus als Mittel zur Förderung der lokalen Wirtschaft und des Arbeitsmarktes entdeckt. Dadurch haben sich zunehmend mehr Länder durch Subventionen und direkte Investitionen in die touristische Infrastruktur zu beliebten Destinationen entwickelt (vgl. Butler, 2009, S. 350). Abgesehen von dem Ausbau der touristischen Infrastruktur gab es auch bereits zahlreiche negative Entwicklungen in einzelnen Ländern, wie politische Unruhen sowie Natur- und

Umweltzerstörungen (auch durch den Tourismus selbst), die das Reiseverhalten der Deutschen beeinflusst haben. Die Entwicklungen in einzelnen Ländern spielen eine große Rolle für die Destinationswahl, lassen sich jedoch leider im Rahmen dieser Arbeit nicht näher untersuchen.

Auch das weltweite geopolitische Klima hat sich verbessert. Die Grenzen in Europa sind offen, Visas werden kaum noch benötigt oder sind zumindest leichter verfügbar geworden, der „Eiserne Vorhang“ ist gefallen und einen Weltkrieg gab es seit über 70 Jahren nicht mehr (vgl. Butler, 2009, S. 350; Storbeck, 1988, S. 89). Die Einführung des Euros vereinfachte zudem das Bezahlen im europäischen Ausland. Diese Entwicklungen haben Auslandsreisen begünstigt.

Ein negativer Einfluss auf die touristische Nachfrage ist jedoch durch den Terrorismus und das damit zusammenhängende Sicherheitsempfinden entstanden. Gerade in den letzten Jahren wurde durch die Medien die Wahrnehmung des Problems gestärkt. Terroristische Anschläge können temporär das Reiseverhalten, insbesondere die Wahl der Destination, verändern. Der bisher größte Anschlag, vom 11. September 2001, hatte weitreichende Folgen für die Tourismusindustrie, die weit über die USA hinausgingen (vgl. Araña & León, 2008, S. 311). Generell können sich Destinationen aber auch von schweren Terroranschlägen erholen, wenn sich die Vorfälle nicht wiederholen (vgl. Pizam & Fleischer, 2002, S. 339).

Leider bieten nur einige Faktoren einen Hinweis auf zukünftige Periodeneffekte. Gerade Trends im Tourismus sind schwer vorherzusehen. Es ist nicht möglich, die Einflüsse bzw. die Periodeneffekte in der Zukunft genau zu ermitteln. Annahmen darüber, welche (Wirtschafts-)Krisen und Umweltkatastrophen ggf. auftreten werden und welche weitere Entwicklung die Mobilitätsbranche kennzeichnen wird, sind sehr spekulativ. Demnach bleibt hinsichtlich der Prognose des Reiseverhaltens immer eine große unbekannte Determinante enthalten (vgl. Glover, 2010, S. 160–161).

5. Wandel des Reiseverhaltens

Im Folgenden wird der Einfluss der Generationszugehörigkeit, des Alters und der Jahre, mit ihren veränderten Rahmenbedingungen, auf das Reiseverhalten gemessen. Zunächst werden auf Basis der bisherigen Forschung Hypothesen dazu aufgestellt, was das Reiseverhalten einzelner Generationen auszeichnen könnte. Anschließend wird die Methode der Arbeit, die Kohortenanalyse, ausführlich präsentiert. Es wird dabei auch im Einzelnen auf die Datengrundlage, den Intrinsic Estimator, der in dieser Arbeit verwendet wurde, und das methodische Vorgehen eingegangen, bevor im Anschluss daran die Forschungsergebnisse vorgestellt und interpretiert werden. Abschließend werden die Ergebnisse noch einmal zusammengefasst, bewertet und die Limitationen der Forschung aufgezeigt.

5.1 Hypothesen

Auf Basis der bisherigen Forschung wurden folgende Hypothesen aufgestellt. Die Auswahl der Merkmale erfolgte auf Basis der Reiseanalyse. Nur für Merkmale, die in allen Erhebungsjahren in gleicher oder ähnlicher Weise erfasst wurden, kann der Generationeneffekt berechnet werden. Die einzelnen Annahmen zu den Merkmalen, wie z. B., dass Babyboomer mehr mit dem Auto in den Urlaub fahren, lassen sich direkt auf die angegebene Literatur zurückführen, die bereits im vorherigen Kapitel vorgestellt wurde.

H1: Die Generationszugehörigkeit hat einen Einfluss auf die **Reiseintensität**.

H1.1: Die Generation Y reist mehr (vgl. Allianz Global Assistance, 2016; American Express, 2016; Glover, 2010, S. 157; Wilks & Pendergast, 2010, S. 109; YouGov, 2017, S. 15).

H2: Die Generationszugehörigkeit hat einen Einfluss auf die **Verkehrsmittelwahl**.

H2.1: Die 68er fahren mehr mit dem Auto in den Urlaub (vgl. Schumann, 2014).

H2.2: Babyboomer fahren mehr mit dem Auto in den Urlaub (vgl. Fuchs, 1982, S. 172; Levinson et al., 2015, S. 90).

- H2.3: Die Generation X fährt weniger mit dem Auto in den Urlaub (vgl. McDonald, 2015, S. 93).
- H2.4: Die Generation Y fährt weniger mit dem Auto in den Urlaub (vgl. Gastel, 2014; Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 170; Levinson et al., 2015, S. 92; McDonald, 2015, S. 90; Schumann, 2014).
- H3: Die Generationszugehörigkeit hat einen Einfluss auf die **Unterkunftswahl**.
- H3.1: 68er übernachten eher im Wohnwagen/-mobil (vgl. Glover & Prideaux, 2009, S. 31).
- H3.2: Die Generation X übernachtet weniger im Wohnwagen/-mobil (vgl. Glover & Prideaux, 2009, S. 31).
- H3.3: Die Generation Y übernachtet mehr im Zelt (vgl. Pennington-Gray & Blair, 2010, S. 82).
- H3.4: Die Generation Y übernachtet weniger im Wohnwagen/-mobil (vgl. Glover & Prideaux, 2009, S. 31).
- H4: Die Generationszugehörigkeit hat einen Einfluss auf die **Reiseausgaben**.
- H4.1: Babyboomer geben mehr für Reisen aus (vgl. Gardiner et al., 2014, S. 714–715).
- H4.2: Die Generation Y gibt weniger für Reisen aus (vgl. GfK, 2017b).
- H5: Die Generationszugehörigkeit hat einen Einfluss auf die **Reisedauer**.
- H5.1: Die Generation Y reist kürzer (vgl. Benckendorff & Moscardo, 2010, S. 41; GfK, 2017b).
- H6: Die Generationszugehörigkeit hat einen Einfluss auf die **Destinationswahl**.
- H6.1: Babyboomer reisen mehr im Inland (vgl. Gardiner et al., 2015, S. 343).
- H6.2: Babyboomer reisen mehr in etablierte Destinationen (vgl. Li et al., 2013, S. 159).
- H6.3: Die Generation X reist mehr im Inland (vgl. Gardiner et al., 2015, S. 343).
- H6.4: Die Generation X reist mehr in etablierte Destinationen (vgl. Li et al., 2013, S. 159).
- H6.5: Die Generation Y reist mehr ins Ausland (vgl. eDreams, 2017, S. 6; Gardiner et al., 2015, S. 343; Glover, 2010, S. 157–158; Singer & Prideaux, 2006, S. 343).

- H6.6: Die Generation Y reist mehr in weniger touristisch entwickelte Destinationen (vgl. Allianz Global Assistance, 2016; Glover, 2010, S. 157–158; Li et al., 2013, S. 159; Maneval, 2016, S. 32; Petrak, 2011; Pusch, 2018).
- H6.7: Die Generation Y macht mehr Fernreisen (vgl. GfK, 2017b).
- H7: Die Generationszugehörigkeit hat einen Einfluss auf die **Reiseart**.
- H7.1: Babyboomer machen weniger Strandurlaub (vgl. Huang & Petrick, 2010, S. 33).
- H7.2: Babyboomer machen mehr Familienreisen (vgl. Lehto et al., 2008, S. 248).
- H7.3: Babyboomer machen mehr Naturreisen (vgl. Huang & Petrick, 2010, S. 34; Lehto et al., 2008, S. 243; Li et al., 2013, S. 161; Pennington-Gray et al., 2003, S. 352).
- H7.4: Babyboomer machen mehr Aktivreisen (vgl. Lehto et al., 2008, S. 243).
- H7.5: Babyboomer machen mehr Kulturreisen (vgl. Huang & Petrick, 2010, S. 33–34; Li et al., 2013, S. 161–162; Patterson & Pegg, 2009, S. 268–269; Pennington-Gray et al., 2003, S. 357).
- H7.6: Babyboomer machen mehr Abenteuerreisen (vgl. Cleaver & Muller, 2002, S. 188; Lehto et al., 2008, S. 248; Patterson & Pegg, 2009, S. 261).
- H7.7: Die Generation X macht mehr Naturreisen (vgl. Li et al., 2013, S. 161; Pennington-Gray et al., 2003, S. 352).
- H7.8: Die Generation Y macht mehr Erlebnisreisen (vgl. Benckendorff & Moscardo, 2010, S. 42).
- H7.9: Die Generation Y macht mehr Vergnügungsreisen (vgl. Huang & Petrick, 2010, S. 33).
- H7.10: Die Generation Y macht mehr Erholungsreisen (vgl. Allianz Global Assistance, 2016; Benckendorff & Moscardo, 2010, S. 42).
- H7.11: Die Generation Y macht mehr Familienreisen (vgl. Benckendorff & Moscardo, 2010, S. 44).
- H7.12: Die Generation Y macht mehr Aktivreisen (vgl. Maneval, 2016, S. 32).
- H7.13: Die Generation Y macht mehr Kulturreisen (vgl. Allianz Global Assistance, 2016; Glover, 2010, S. 159–160; Lee, 2013; Maneval, 2016, S. 32; Tnooz, 2016; YouGov, 2017, S. 12).
- H7.14: Die Generation Y macht mehr Rundreisen (vgl. YouGov, 2017, S. 12).
- H7.15: Die Generation Y macht mehr Abenteuerreisen (vgl. GfK, 2017a; YouGov, 2017, S. 12).

H8: Die Generationszugehörigkeit hat einen Einfluss auf die **Organisationsform**.

H8.1: Die Generation Y bucht weniger Pauschalreisen (vgl. American Express, 2016; GfK, 2017b; Petrak, 2011; Pusch, 2018; YouGov, 2017, S. 2).

H9: Die Generationszugehörigkeit hat einen Einfluss auf die **Reisebegleitung**.

H9.1: Die Generation Y reist mit einer geringeren Anzahl von Begleitern (vgl. Glover, 2010, S. 156).

5.2 Kohortenanalyse

Für die Analyse von Generationen wird die Kohortenanalyse bzw. die APC-Analyse (Age-Period-Cohort-Analysis) verwendet. Hierbei betrachtet man Veränderungen im Verlauf des Lebens verschiedener Geburtsjahrgänge bzw. Kohorten (vgl. Höpflinger & Stuckelberger, 1999, S. 19–20). Im Zentrum der Kohortenanalyse steht dabei die Identifikation und Quantifizierung von drei Effekten, dem Alters-, dem Perioden- und dem Kohorteneffekt, die alle die Ausprägung einer Variable beeinflussen können (vgl. Land & Yang, 2013, S. 61). Der Alterseffekt zeigt an, ob und wie sich z. B. das Reiseverhalten durch den Alterungsprozess verändert. Hier untersucht man die Frage, ob eine 60-jährige Person grundsätzlich anders reist als eine 20-jährige Person. Vor allem Lebensphaseneffekte, die z. B. durch die Familiengründung und die Pensionierung entstehen, sind im Alterseffekt integriert. Der zweite Effekt ist der Periodeneffekt. Er gibt an, inwiefern sich die Umwelt, Rahmenbedingungen, Ereignisse und Entwicklungen auf der Makroebene (konjunkturell, technologisch, politisch etc.) und der Zeitgeist einzelner Jahre z. B. auf das Reiseverhalten auswirken. Alle Altersklassen und Generationen sind hiervon betroffen (vgl. Bernini & Cracolici, 2015, S. 193; Land & Yang, 2013, S. 1; Palmore, 1978, S. 286). Man kann zwischen einmaligen Ereignissen, die nur kurzfristig das Verhalten beeinflussen (z. B. außergewöhnliche Regenperiode → größere Anzahl von Reisen während der Zeit), Ereignissen, die das Verhalten langfristiger verändern (z. B. 11. September, gesetzliche Änderungen etc.), und drittens langfristigen sozialen, wirtschaftlichen und kulturellen Trends, die das Verhalten direkt oder indirekt beeinflussen, unterscheiden (vgl. Höpflinger, 2014). Es ist unstrittig, dass sich gerade diese langfristigen Trends auf das

Reiseverhalten auswirken. So führten z. B. die Entwicklung im Flugverkehr und die damit einhergehenden geringeren Preise für Flüge dazu, dass heute häufiger geflogen wird und mehr Fernreiseziele gewählt werden als früher. Auch die Digitalisierung und die Verbreitung des Internets spiegeln sich in Periodeneffekten wider und sind für die Entwicklung des Reiseverhaltens bedeutend (vgl. Beldona, 2005, S. 136). Für weitere Ausführungen zu den veränderten Einflüssen im Zeitverlauf s. Kapitel 4.4. Der Kohorteneffekt gibt abschließend an, welchen Einfluss die bereits ausführlich dargestellte Generationszugehörigkeit auf das Reiseverhalten hat und steht im Fokus der folgenden Analyse. Gerade im Tourismus spielen viele verschiedene Entwicklungen eine Rolle, sodass die Kohortenanalyse aufgrund der Trennung und Betrachtung verschiedener Effekte sehr gut geeignet ist, Veränderungsprozesse verstehen zu können (vgl. Beldona, 2005, S. 141).

Die Kohortenanalyse ist jedoch von einem wesentlichen Problem gekennzeichnet, dem sogenannten **Identifikationsproblem**, mit dem sich in der Literatur seit Jahrzehnten beschäftigt wird (vgl. Glenn, 1976, S. 900; Höpflinger, 2014; Keyes, Utz, Robinson & Li, 2010, S. 1102; Land & Yang, 2013, S. 2; Luo, 2013, S. 1965; Palmore, 1978, S. 285; Rentz & Reynolds, 1981, S. 597–598; Strauss & Howe, 1991, S. 49–51; Yang, Schulhofer-Wohl, Fu & Land, 2008, S. 1702). Demnach ist es statistisch nicht möglich, die drei Effekte, die vom Alter, der Periode und der Kohorte ausgehen, ohne weitere Annahmen eindeutig zu trennen und zu berechnen. Zwar wirken die Effekte zum Teil unabhängig voneinander, dennoch stehen sie in einem linearen Zusammenhang zueinander (vgl. Palmore, 1978, S. 285–286). Das Problem lässt sich anschaulich mittels folgender Gleichung darstellen:

Kohorte = Periode – Alter

Betrachtet man eine Stichprobe lediglich zu einem Zeitpunkt im Rahmen einer Querschnittsstudie, ist eine Trennung der Effekte ausgeschlossen, da Alters- und Kohorteneffekte vermischt sind (vgl. Land & Yang, 2013, S. 2, 10; Rentz & Reynolds, 1981, S. 597). Dennoch sprechen viele Autoren von Generationsmerkmalen, wenn diese ausschließlich mit dem unterschiedlichen Alter der Probanden erklärt werden könnten. Doch selbst im Rahmen von Erhebungen zu verschiedenen Zeitpunkten bzw. Längsschnittstudien tritt das Problem auf, dass man nicht mit Sicherheit sagen kann, ob das

veränderte Verhalten einer Kohorte auf ihr gestiegenes Alter (Alterseffekt) oder die veränderten Rahmenbedingungen der Zeit (Periodeneffekt) zurückzuführen ist (vgl. Land & Yang, 2013, S. 2; Rentz & Reynolds, 1981, S. 597). Es kann sogar sein, dass keine Veränderung im Zeitverlauf gemessen wird, da sich Alters- und Periodeneffekte gegenseitig aufheben (vgl. Evan, 1959, S. 69). So könnte eine Kohorte eine konstante Nachfrage nach Flugreisen zeigen, da der theoretische Nachfrageanstieg durch die technologische Entwicklung und die gesunkenen Preise durch den theoretischen Nachfragerückgang aufgrund des fortgeschrittenen Alters und die eingeschränkte Mobilität wieder aufgehoben wird. Betrachtet man im dritten möglichen Ansatz lediglich eine Altersgruppe, wie z. B. die Jugend in zwei verschiedenen Jahrzehnten, werden wiederum Kohorten- und Periodeneffekte vermischt (vgl. Land & Yang, 2013, S. 10; Rentz & Reynolds, 1981, S. 597).

Somit lässt sich für die Berechnung der Effekte keine Regressionsanalyse verwenden (vgl. Land & Yang, 2013, S. 2), die voraussetzt, dass die einzelnen unabhängigen Variablen nicht miteinander korrelieren bzw. nicht sogar ein linearer Zusammenhang zwischen den Variablen besteht. Es gab bisher jedoch bereits verschiedene Ansätze, das Problem zu lösen. Zum besseren Verständnis der Kohortenanalyse wird ein kurzer Einblick in die wichtigsten Ansätze gegeben, mit denen bisher dem Identifikationsproblem begegnet wurde.

Es kann z. B. eine Berechnung von immerhin zwei Effekten erfolgen, wenn a priori angenommen wird, dass ein Effekt keine Wirkung zeigt (vgl. Palmore, 1978, S. 288). Im Fall des Reiseverhaltens kann jedoch mit großer Wahrscheinlichkeit kein Effekt ausgeschlossen werden. Dass sich das Reiseverhalten mit dem Alter verändert, ist bekannt und wurde vielfach untersucht (vgl. Kapitel 4.2). Auch äußere Rahmenbedingungen wie technologische Entwicklungen und Krisen (11. September, Wirtschaftskrise etc.) haben eindeutig zu Veränderungen geführt (vgl. Kapitel 4.4). Der dritte Effekt, der Kohorteneffekt, steht im Fokus der Untersuchung, da es bisher keine Studie gibt, die valide Kohorteneffekte ermittelt hat (vgl. Kapitel 4.3). Entsprechend kann auch dieser Effekt nicht bei der Analyse ausgeschlossen werden.

Alternativ kann man zur Lösung des Problems mit Proxy Variablen arbeiten (vgl. Land & Yang, 2013, S. 66). Dieses Vorgehen wählte z. B. Klein bei der Betrachtung des

Postmaterialisten-Anteils in verschiedenen Kohorten. So wurde die Inflationsrate als Proxy für den Periodeneffekt eingesetzt, um die Berechnung der anderen beiden Effekte zu ermöglichen (vgl. Klein, 2003, S. 110). Dieses Vorgehen würde hier jedoch zu kurz greifen, da Alters- oder Periodeneffekte beim Reiseverhalten nicht ausschließlich durch bereits verfügbare Daten abgebildet werden können. Auch wenn die Arbeitslosenquoten, die Inflationsrate und die konjunkturelle Entwicklung für einen Teil des Periodeneffekts verantwortlich sind, sind beim Reisen zahlreiche weitere Rahmenbedingungen, wie z. B. Trends und technologische Entwicklungen, zu berücksichtigen.

Ein weiterer Ansatz, der sehr häufig für Kohortenanalysen verwendet wird, ist das Constrained Generalized Linear Model (CGLIM). In diesem Fall wird das Identifikationsproblem dadurch umgangen, dass weitere Bedingungen aufgestellt werden. Mason und Smith setzten beispielsweise bei der Analyse von Lungentuberkulose-Fällen den Alterseffekt von 5- bis 9-Jährigen und 10- bis 14-Jährigen gleich, da beide Altersgruppen praktisch nicht von der Krankheit betroffen waren (vgl. Mason & Smith, 1985, S. 194). So könnte man im Fall dieser Arbeit die Kohorteneffekte der einzelnen Geburtsjahrgänge innerhalb einer Generation gleichsetzen, um die Berechnung durchführen zu können. Problematisch ist jedoch, dass diese Annahme aller Wahrscheinlichkeit nach nicht zutrifft. Auch wenn bisher Generationen häufig als homogene Gruppen dargestellt wurden, wird es mit Sicherheit Unterschiede zwischen den einzelnen Kohorten einer Generation geben. Problematisch ist am Constrained Generalized Linear Model, dass die Ergebnisse stark von der aufgestellten Bedingung abhängen, welche demnach sehr gut begründet sein muss (vgl. Land & Yang, 2013, S. 65).

Neben dem Problem des linearen Zusammenhangs ist das Problem der Korrelation der Effekte zu nennen. Man kann nicht davon ausgehen, dass eine Additivität der Effekte vorliegt, also diese unabhängig voneinander wirken. Gerade Periodeneffekte wirken häufig altersspezifisch in unterschiedlicher Intensität und Richtung. Ein politisches Ereignis kann z. B. auf Jugendliche einen größeren Einfluss haben als auf Personen in späteren Lebensphasen. Aufgrund der unterschiedlichen Lebenserfahrung reagiert man auf dasselbe Ereignis verschieden. Damit gibt es eindeutig eine Korrelation zwischen den Effekten (vgl. Braungart & Braungart, 1986, S. 220; Glenn, 1976, S. 901; Höpflinger, 2014; Land & Yang, 2013, S. 316). Schon Atchley (1989) wies in seiner

Kontinuitätstheorie in Bezug auf den Alterungsprozess darauf hin, dass hinsichtlich der dynamischen Sichtweise von Kontinuität (im Verhalten von Generationen) eine grundlegende Struktur über die Jahre bestehen bleibt, diese jedoch noch Veränderungen innerhalb des von der Grundstruktur gebotenen Kontextes zulässt (vgl. Atchley, 1989, S. 183). Eine Kohorte kann aufgrund ihrer Eigenschaften individuell auf den Alterungsprozess und die Periodeneinflüsse reagieren (vgl. Glenn, 1976, S. 902–903). Da Menschen in komplexen und sich verändernden gesellschaftlichen Umgebungen altern und nicht unter Laborbedingungen, kann es keinen reinen Alterungsprozess bzw. reinen Alterseffekt geben (vgl. Riley et al., 1988, S. 261). Insgesamt umfassen alle drei Faktoren inhaltlich komplexe, mehrdimensionale Aspekte der sozialen Realität, wobei komplexe interaktive Zusammenhänge zwischen den Faktoren entstehen können (vgl. Höpflinger, 2014).

APC-Modelle ermöglichen neben der Analyse von Generationen auch verlässlichere Zukunftsprognosen. Durch die Berücksichtigung der einzelnen Effekte, insbesondere von Kohorten, werden Vorhersagen präziser. Sogenannte zweidimensionale Prognosen, in denen nur Alters- und Periodeneffekte herangezogen werden, gehen davon aus, dass junge Menschen sich später genauso verhalten werden wie der aktuell ältere Teil der Bevölkerung sowie dass sich Periodeneffekte in konstanter Geschwindigkeit weiterentwickeln und auch für nachfolgende Kohorten relevant sein werden (vgl. Land & Yang, 2013, S. 170). Exemplarisch müsste man jedoch z. B. für die Prognose der Lebenserwartung auch berücksichtigen, dass jüngere Kohorten ggf. weniger rauchen, einen gesünderen Lebensstil führen oder eher an Übergewicht leiden als ältere Kohorten (vgl. Land & Yang, 2013, S. 170–171).

Auf jeden Fall benötigt man Längsschnittdaten über mindestens 30 Jahre, um die verschiedenen Effekte berücksichtigen zu können (vgl. Bruch et al., 2010, S. 93; Hill & Kopp, 1997, S. 24; Huang & Petrick, 2010, S. 36). Man benötigt Paneldaten. Da eine regelmäßige Befragung derselben Personen über einen Zeitraum von 30 Jahren nicht vorliegt und aufgrund zeitlicher, finanzieller und praktischer Restriktionen auch nicht im Rahmen dieser Arbeit vorgenommen werden konnte, kann eine jährlich durchgeführte repräsentative Befragung derselben Grundgesamtheit als adäquate Alternative angesehen werden (vgl. Land & Yang, 2013, S. 39–40; Lohmann & Danielsson, 2004, S. 6).

5.2.1 Datengrundlage

5.2.1.1 Die Reiseanalyse

Da die Erhebung repräsentativer Daten über mehrere Dekaden im Rahmen dieser Arbeit nicht möglich gewesen ist, wird auf die Rohdaten der Reiseanalyse zurückgegriffen. Die Reiseanalyse ist eine Querschnittsuntersuchung, die seit 50 Jahren jährlich durchgeführt wird und als die detaillierteste Untersuchung der deutschen Urlaubsreisenachfrage gilt. Seit 1970 werden weitgehend gleichbleibende Methoden, Fallzahlen und Fragen eingesetzt, sodass das Reiseverhalten der Deutschen nicht nur für einzelne Jahre beschrieben und analysiert werden kann, sondern auch Trends identifiziert werden können (vgl. Aderhold, 2011, S. 1; FUR, 2018, S. 2).

Die Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR), welche Träger der Reiseanalyse ist, ist eine nicht kommerzielle Interessensgemeinschaft der Nutzer von Tourismusforschung (FUR, 2018, S. 2). Sie hat das Projekt vom Studienkreis für Tourismus e.V. übernommen, welcher in den Jahren von 1970 bis 1993 für die Reiseanalyse verantwortlich war. Für die Konzeption, Durchführung und Auswertung der Reiseanalyse waren zudem jeweils zeitweise das Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH (N.I.T.), Dr. Peter Aderhold – Büro für Tourismusforschung+Planung, die Ipsos GmbH (ehemals GFM-GETAS GmbH), die GfK-Nürnberg e.V., die MARPLAN Forschungsgesellschaft für Markt und Verbrauch mbH und die BASISRESEARCH GmbH verantwortlich.

5.2.1.2 Methode der Reiseanalyse

Zu Beginn jeden Jahres werden im Rahmen der Reiseanalyse in persönlichen face-to-face Interviews anhand eines strukturierten Fragebogens ca. 7.500 Deutsche unter anderem zu ihrem Reiseverhalten der letzten drei Jahre befragt. Zur Auswahl der Befragten wird eine mehrstufige Random-Stichprobe erhoben, die repräsentativ für die deutschsprachige Wohnbevölkerung in Privathaushalten ab dem Alter von 14 Jahren ist. Im Zeitverlauf gab es dabei zwei wesentliche Veränderungen der Grundgesamtheit. Zum einen gab es eine Veränderung durch die Wende. Bis zur Wiedervereinigung

wurden nur die Einwohner der ehemaligen BRD befragt, ab 1990 kamen auch die der ehemaligen DDR hinzu. Zum anderen wurden in Deutschland lebende deutschsprachige Ausländer erst ab der Reiseanalyse 2011 berücksichtigt (vgl. Schmücker, Grimm & Wagner, 2015, S. 97).

Die Veränderung der Grundgesamtheit ist eine Limitation dieser Untersuchung. Die Überlegung, ausschließlich den Westen Deutschlands über den gesamten Zeitraum zu untersuchen, um eine einheitliche Grundgesamtheit zu haben, wurde aus vorrangig zwei Gründen verworfen. Zum einen ist der Westen Deutschlands nicht repräsentativ für die heute in Deutschland lebenden und in der Literatur definierten Generationen – insbesondere die Millennials – die im Rahmen dieser Arbeit betrachtet werden. Zum anderen ermöglicht der Intrinsic Estimator, dass Veränderungen, die in einem Jahr alle Altersklassen und alle Kohorten gleichermaßen betreffen, im Periodeneffekt abgebildet werden. Die grundsätzlich anderen Rahmenbedingungen und Reisetrends im Osten sollten demnach zum größten Teil im Periodeneffekt widergespiegelt werden. Es muss dennoch erwähnt werden, dass Teile der drei älteren Generationen in der DDR sozialisiert wurden, wodurch dauerhaft kohortenspezifische Verhaltensweisen entstanden sein sollten. Durch die Erweiterung der Grundgesamtheit wird dieses Verhalten nach der Wende, sofern es sich gleichmäßig vom Verhalten der westlichen Kohorten unterscheidet, nicht im Kohorten-, sondern im Periodeneffekt erfasst. Der Intrinsic Estimator erfasst Veränderungen, die ab einem konkreten Zeitpunkt kohortenübergreifend zu finden sind, als Periodeneffekt, auch wenn es sich in diesem Fall zum Teil um das dauerhafte kohortenspezifische Verhalten der ehemaligen DDR-Bürger handelt. Somit fallen im Rahmen der Schätzung der Kohorteneffekte die Unterschiede ggf. etwas zu schwach aus. Es werden jedoch nicht alle kohortenspezifischen Verhaltensweisen des Ostens komplett im Periodeneffekt erfasst, da sich nicht alle Ost-Kohorten in gleicher Weise und in gleicher Intensität vom Westen unterscheiden. Um eine möglichst valide Abbildung der gegenwärtigen Kohortenunterschiede in der Bevölkerung zu ermöglichen, müssen daher auch die Ost-Kohorten in die Schätzung einfließen. Dem Problem der veränderten Grundgesamtheit hätte dabei begegnet werden können, indem nur die Jahre nach der Wende betrachtet werden. Dies hätte jedoch die Langzeitbetrachtung und damit auch die Güte der Effekttrennung deutlich reduziert. Für weitere Erläuterungen zum Problem der Grundgesamtheit siehe Kapitel 5.7.

Für die Einbeziehung der deutschsprachigen Ausländer gilt Ähnliches. Ausländer kamen altersklassen- und kohortenübergreifend in die Stichprobe hinzu, sodass ihr spezifisches Reiseverhalten größtenteils im Periodeneffekt erfasst wird. Die Reiseanalyse konnte z. B. bereits zeigen, dass die befragten Ausländer andere Destinationen bevorzugen als Deutsche (vgl. Aderhold, 2011, S. 11). Unberücksichtigt bleibt im Rahmen der Reiseanalyse, wo die formative Phase verbracht wurde. Deutschsprachige Ausländer haben vermutlich in vielen Fällen zwar schon mehrere Jahre oder sogar ihr gesamtes Leben in Deutschland verbracht, unklar bleibt jedoch – wie auch im Hinblick auf die befragten Deutschen – welche Jahre der prägenden Phase im Ausland und somit unter anderen Einflüssen verbracht wurden und wie stark der Einfluss der jeweils anderen Kultur auf das Reiseverhalten ist.

5.2.1.3 Stichprobe

Im Fall dieser Arbeit liegen die Erhebungen für die Jahre 1971 bis 2012 vor, insgesamt 42 Datensätze. Durch die Zusammenführung der einzelnen Erhebungen kann von einer Quasi-Längsschnittstudie gesprochen werden, mit einem Stichprobenumfang von 280.704 Personen. Abbildung 5 zeigt die Verteilung der Befragten auf die untersuchten Jahre. Seitdem die Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. für die Reiseanalyse verantwortlich ist (1993), wurden jährlich konstant ca. 7.500 Personen befragt (vgl. Abb. 5). Der Studienkreis für Tourismus e.V. befragte vorher hingegen nur ca. 6.500 Personen pro Jahr. Dass die Befragtenzahl vor 1980 teilweise sogar nur bei ca. 4.500 Personen liegt, ist darauf zurückzuführen, dass in den Datensätzen der 1970er Jahre teilweise Duplikate enthalten waren, die entfernt und durch Gewichtungsfaktoren ersetzt wurden. Die Stichproben in diesen Jahren sind daher etwas weniger repräsentativ.

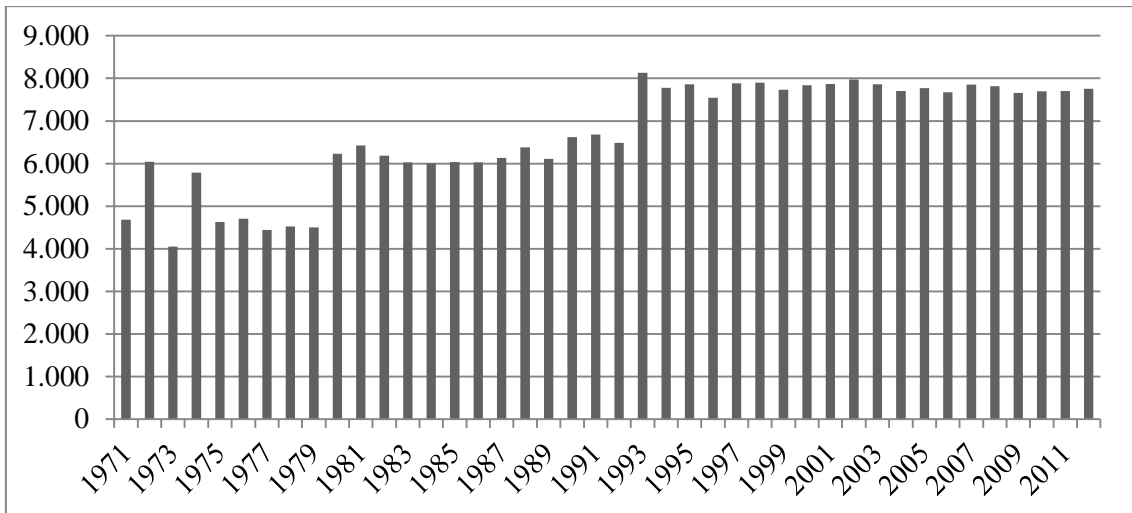


Abb. 5: Absolute Anzahl der Befragten nach Forschungszeitraum (eigene Darstellung).

Bezüglich der vier Generationen zeigt sich, dass deutlich mehr Befragte den beiden älteren Generationen zugeordnet werden können als den beiden jüngeren, insbesondere den Millennials. So lassen sich 52.134 Befragte den 68ern, 54.654 den Babyboomern, 42.334 der Generation X und 11.637 den Millennials zuordnen. Abbildung 6 zeigt die Verteilung der Generationen über die Erhebungsjahre. Während fast in jedem Jahr relativ konstant über 1.000 der 68er befragt wurden und auch die Babyboomer in jedem Jahr vertreten sind, wenn auch anfangs nur in sehr kleiner Zahl, wird die Generation X erst ab 1980 und die Generation Y sogar erst ab 1995 von der Reiseanalyse erfasst.

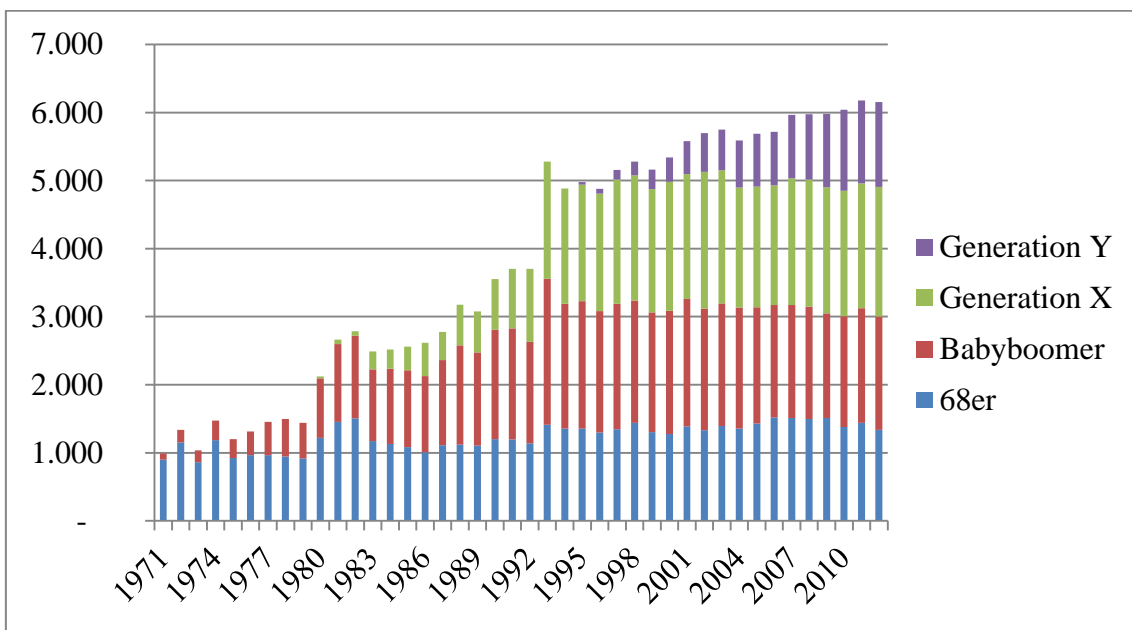


Abb. 6: Absolute Anzahl der befragten Generationenvertreter nach Forschungszeitraum (eigene Darstellung).

Die demographischen Merkmale der Stichprobe lassen bereits auf ein repräsentatives Bild der Gesamtbevölkerung schließen. Mit 54,3% sind etwas mehr als die Hälfte der Befragten weiblich, was auf die längere Lebenserwartung von Frauen zurückzuführen ist. Das durchschnittliche Alter liegt bei 46,4 Jahren, wobei alle Altersklassen von 14 bis 80 Jahren durch mindestens 1.000 Befragte repräsentiert werden (vgl. Abb. 7).

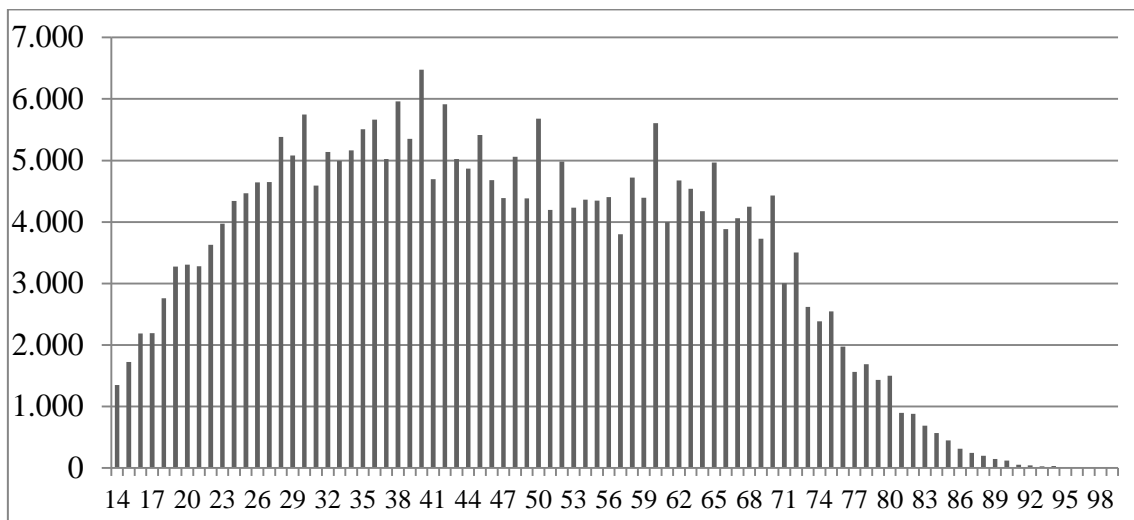


Abb. 7: Alter der Befragten – absolute Häufigkeiten (eigene Darstellung).

Ein Großteil der Befragten (36,1%) lebt in einem Zwei-Personen-Haushalt (vgl. Abb. 8). 24,4% leben alleine, 18% zu dritt, 15,3% zu viert und nur 6,2% in einem Haushalt mit fünf oder mehr Personen. Leider lassen sich zu vielen demographischen Merkmalen keine Angaben machen, da sich die Antwortmöglichkeiten – z. B. zum Einkommen und zum Familienstand – im Verlauf der Jahre immer wieder verändert haben. In Kapitel 5.2.3 wird näher auf dieses Problem eingegangen.

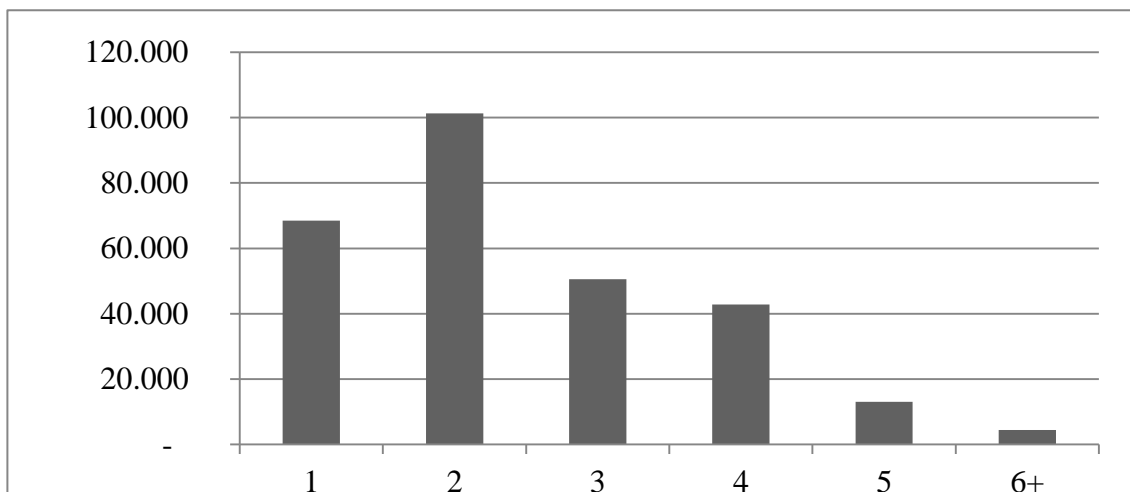


Abb. 8: Haushaltsgröße der Befragten – absolute Häufigkeiten (eigene Darstellung).

Da die Struktur der einzelnen Stichproben nicht genau den tatsächlichen strukturellen Verhältnissen in der Grundgesamtheit entspricht, wurden in den einzelnen Jahren der Reiseanalyse jeweils Gewichtungsfaktoren eingesetzt. Die Antworten einzelner Befragter wurden z. B. stärker gewichtet, wenn sie einer unterrepräsentierten Altersklasse angehörten. Dabei wurde zudem die Haushaltsstichprobe in eine Personenstichprobe transformiert und jeweils die Chancengleichheit der Haushalte durch die Chancengleichheit der Personen ersetzt (vgl. FUR, 2004). Welche Merkmale zur Gewichtung herangezogen wurden, variiert zwischen den einzelnen Erhebungsjahren. Neben dem Alter wurden u. a. das Bundesland, das Geschlecht, die Haushaltsgröße, das Haushalts-Netto-Einkommen und die Schulbildung zur Strukturanpassung herangezogen. Die Gewichtung erfolgte demnach immer spezifisch für ein Jahr.¹⁴ In dieser Arbeit ist jedoch keine strukturelle Anpassung erforderlich, da Alters-, Perioden- und Kohorteneffekte geschätzt und keine Hochrechnungen durchgeführt werden, d. h. nicht die absolute Zahl an Reisen oder der Anteil einer Generation, der eine bestimmte Reiseart ausübt, gefragt ist. Um eine valide Trennung und Schätzung der Effekte zu ermöglichen, bedarf es einer ausreichend großen Anzahl an Befragten aus allen Altersklassen, Jahren und Kohorten, ohne dass die Verteilung der Altersklassen in den jeweiligen Jahren genau der Verteilung in der Grundgesamtheit entsprechen muss. Exemplarisch wäre es auch im Fall der Effektschätzung für das Einkommen nicht notwendig, dass die Einkommensverteilung in der Stichprobe exakt repräsentativ für die Grundgesamtheit ist.

¹⁴ Führt man die erhobenen Daten aus mehreren Jahren in einen Datensatz zusammen, um übergreifende Effekte schätzen zu lassen, ist es problematisch, jahresspezifische Gewichtungsfaktoren miteinzubeziehen. Durch die Einbeziehung der Faktoren würden die Antworten der einzelnen Kohorten jedes Jahr anders gewichtet werden, je nachdem, ob die Befragten des Jahrgangs eher durch unter- oder überrepräsentierte Merkmale gekennzeichnet sind. Diese unterschiedlichen Gewichtungen der Antworten einer Kohorte im Zeitverlauf würden den Kohorteneffekt verzerren. Wenn beispielsweise in einem Jahr verstärkt wohlhabende Babyboomer befragt wurden und insgesamt einkommensstarke Haushalte in der Stichprobe unterrepräsentiert sind, würden die Antworten der Babyboomer stärker gewichtet. Eine stärkere Gewichtung der Antworten der wohlhabenden Babyboomer steht jedoch nicht in Relation zu den Gewichtungen dieser Generation in den anderen Jahren, die ebenfalls in die Schätzung der Kohorteneffekte einfließen. Wohlhabende Babyboomer könnten insgesamt jahresübergreifend sogar überrepräsentiert sein. Eine unterschiedliche Gewichtung der Antworten einer Generation müsste die Merkmale der Generationenvertreter jahresübergreifend berücksichtigen.

5.2.2 Intrinsic Estimator

Ein neuer Ansatz, der erst in den letzten Jahren entwickelt und in ersten Studien verwendet wurde, ist der Intrinsic Estimator. Dieser wird nun auch in der vorliegenden Arbeit genutzt, da er über gute statistische Eigenschaften verfügt (vgl. Land & Yang, 2013, S. 83). Da in der Statistik-Software SPSS aktuell noch nicht die Möglichkeit geboten wird, den Intrinsic Estimator zu berechnen, wird hier mit Stata gearbeitet. Stata verwendet für die Berechnung (Befehl: `apc_ie`) in etwa die gleiche Syntax wie bei GLM (Generalisierten Linearen Modellen) (vgl. Yang et al., 2008, S. 1732).

Der IE (Intrinsic Estimator) schätzt den Effekt für jedes Jahr, jede Altersklasse und jede Geburtskohorte auf eine abhängige Variable. Eine Voraussetzung für die Berechnung des IE ist, dass genau die Bedingung „Kohorte = Periode – Alter“ in den Daten erfüllt ist, sodass Kohorten nicht zu Generationen zusammengefasst werden könnten. Die grundsätzliche Idee des IE ist es, den Einfluss auf die Koeffizienten zu eliminieren, der durch die selbst gewählte Anzahl bzw. Einteilung der Altersgruppen und Perioden bei anderen Modellen entsteht (vgl. Land & Yang, 2013, S. 83). Zusätzliche Jahre haben daher einen geringeren Einfluss auf die Ergebnisse der Schätzung (vgl. Land & Yang, 2013, S. 89). Die Methode ist eine spezielle Form der Hauptkomponentenregression, wobei der Schätzer (IE) die Abweichung vom Nullvektor angibt und die Koeffizienten somit als reine Alters-, Perioden- und Kohorteneffekte interpretiert werden können (vgl. Land & Yang, 2013, S. 83), jeweils ohne den Einfluss der anderen beiden Effekte (vgl. Land & Yang, 2013, S. 91). Die Eigenschaften des Schätzers sind sehr positiv. Vor dem Hintergrund der APC-Gleichung mit einer festen Anzahl an Jahren werden unverfälschte Vektor-Koeffizienten geschätzt. Der IE zeigt zusätzlich eine geringere Varianz als CGLIM-Schätzer (vgl. Land & Yang, 2013, S. 86). Selbst bei einer kleinen Anzahl von Perioden (z. B. fünf Jahre) liefert er valide Ergebnisse (vgl. Yang et al., 2008, S. 1720). Für eine große Anzahl von Jahren unterscheiden sich die Schätzer jedoch ohnehin nicht mehr viel in ihrer Güte (vgl. Land & Yang, 2013, S. 87). Der IE ist zudem besonders gut geeignet, wenn alle drei Effekte gleichzeitig wirken (vgl. Land & Yang, 2013, S. 109), wovon im Fall des Reiseverhaltens ausgegangen wird. Wenn ein Effekt keine Wirkung zeigt, wird dies vom IE ebenfalls verlässlich erkannt (vgl. Yang et al., 2008, S. 1720).

Das anfangs genannte Problem, dass teilweise keine Veränderung im Zeitverlauf zu erkennen ist, weil sich zwei Effekte gegenseitig aufheben, wird hier gelöst. Mit Hilfe des IE kann identifiziert werden, ob es keine Einflüsse gibt oder ob beispielsweise der negative Periodeneffekt durch einen positiven Kohorteneffekt ausgeglichen wird (vgl. Keyes et al., 2014, S. 1221–1222). Im Fall dieser Arbeit wird es interessant sein zu sehen, ob die recht stabile Reiseintensität der letzten Jahre durch gegensätzliche Effekte entstanden ist.

Wichtig sind u. a. theoretische Begründungen für den Einsatz des Schätzers (vgl. Luo, 2013, S. 1947). Generell benötigt man für die Kohortenanalyse genaue theoretische Vorüberlegungen, um die Effekte interpretieren zu können (vgl. Höpflinger, 2014). Hier wurden daher im Vorfeld detailliert alle vier Generationen, die Lebensphasen und zumindest grob die Rahmenbedingungen im Zeitverlauf beleuchtet, um im Anschluss an die statistische Auswertung zu qualifizierten Urteilen zu gelangen.

Verschiedene Autoren sehen jedoch auch Probleme in Bezug auf die Anwendung des IE. Ein Problem des Schätzers ist, dass er sehr von der Gestaltung der Matrix abhängt (wenn auch weniger als ältere Methoden), also z. B. davon, welche Kohorten kodiert werden, wie viele es gibt und welche Jahre fehlen. Gerade die Anzahl der Jahre, in denen die Erhebung von Langzeitdaten durchgeführt wird, ist häufig sehr gering im Vergleich zu den erfassten Altersgruppen und Geburtsjahrgängen (vgl. Luo, 2013, S. 1956; Pelzer, Te Grotenhuis, Eisinga & Schmidt-Catran, 2015, S. 319). Dieses Problem ist für diese Arbeit jedoch kaum relevant, da 42 Jahre verhältnismäßig viele Perioden sind. Dadurch wird der Intrinsic Estimator relativ robust gegenüber fehlenden Jahren (vgl. Pelzer et al., 2015, S. 321–322), wenn auch nicht ganz fehlerfrei (vgl. Luo, 2013, S. 1959). Problematisch ist auch, dass der IE auf der Annahme basiert, dass die drei Effekte additiv sind, was sozialem Wandel bzw. dem Wandel des Reiseverhaltens kaum gerecht wird (vgl. Yang et al., 2008, S. 1733–1734). Der Intrinsic Estimator ermöglicht zwar keine perfekte Lösung des Identifikationsproblems (vgl. Yang et al., 2008, S. 1733), dennoch erlaubt er aktuell die beste Schätzung der drei Effekte für das Reiseverhalten der Deutschen.

5.2.3 Methodisches Vorgehen

Um möglichst schnell einen ersten Eindruck von den verschiedenen Effekten zu bekommen, wird vor der Berechnung des Intrinsic Estimators eine einfachere Annäherung an die Effekte durch den Vergleich von Mittelwerten gewählt. Es werden in diesem Fall nur die wichtigsten Verkehrsmittel, die wichtigsten Unterkünfte und die Reisedauer betrachtet, da hierbei fast keine Umkodierung der Merkmalsausprägungen in einzelnen Jahren erfolgen muss. An dieser Stelle wird noch mit der Statistik-Software SPSS gearbeitet. Zunächst erfolgt das Anlegen einer Variablen in 42 einzelnen Datensätzen, die jeder Person ihre Generation zuordnet. Bei ausgewählten Variablen, wie der Reisedauer, kann dann der Durchschnitt bzw. die durchschnittliche Reisedauer für jede Generation berechnet und ins Verhältnis zum Mittelwert der Bevölkerung im selben Jahr gesetzt werden. Anschließend kann die Abweichung einer Generation von der Gesamtbevölkerung mit der Abweichung einer anderen Generation verglichen werden, wobei auch die Gegenüberstellung im jeweils gleichen Alter möglich ist. So lässt sich erkennen, ob Babyboomer im Alter von 20 Jahren eher über- oder unterdurchschnittlich viel mit dem Auto in den Urlaub gefahren sind und ob sich die jüngeren Generationen im gleichen Alter ähnlich oder anders verhalten haben. Um die Ergebnisse nicht dadurch zu verzerren, dass die Generationen unterschiedlich viele Geburtsjahrgänge und damit auch Altersklassen in einem Jahr umfassen, werden jeder Generation einheitlich elf Kohorten zugeordnet. Da nur die beiden jüngeren Generationen aus 15 statt aus elf Geburtsjahrgängen bestehen, werden jeweils die ersten und letzten beiden Kohorten gestrichen. Lediglich für den Mittelwertvergleich wird daher die folgende Einteilung verwendet:

68er: 1939 – 1949

Babyboomer: 1955 – 1965

Generation X: 1968 – 1978

Generation Y: 1983 – 1993

Da der Vergleich der Mittelwerte ausschließlich als Annäherung an die Effekte betrachtet werden kann, erfolgt im Anschluss die Berechnung des Intrinsic Estimators. Da hierfür alle Daten in einem einzigen Datensatz erfasst sein müssen, ist es zunächst erforderlich die benötigten Variablen in den 42 einzelnen Datensätzen einheitlich zu

benennen, die Ausprägungen jeweils einheitlich zu kodieren und die Datensätze anschließend zu einem einzigen Datensatz zusammenzuführen.

Die größte Herausforderung ist dabei die einheitliche Kodierung aller Variablen. Kodiert werden in allen Datensätzen das Jahr der Reise, das Alter der befragten Person, die Haushaltsgröße, das Geschlecht sowie die Variablen zum Reiseverhalten, in diesem Fall die Reiseintensität, das Verkehrsmittel, die Unterkunftsart, die Gesamtausgaben, die Reisedauer, die Destination, die Anzahl der Reisebegleiter, die Organisationsform und die Reiseart jeweils der Haupturlaubsreise. Dass die wichtigste Variable in dieser Berechnung, die Kohorte bzw. die Generation, nicht angelegt wird, liegt daran, dass der Intrinsic Estimator mittels des Jahres und des Alters automatisch die Kohortenzugehörigkeit ermittelt. Es wird zudem nur die Haupturlaubsreise betrachtet, um jeder befragten Person pro Variable immer genau eine Ausprägung zuordnen zu können.

Während nun einige Variablen, z. B. das Geschlecht und die Reiseintensität, sehr einfach einheitlich zu kodieren sind, gibt es in Bezug auf andere Merkmale teilweise Probleme. So wurde beispielsweise hinsichtlich der Frage nach der Organisationsform mehrmals eine komplette Veränderung der Antwortoptionen vorgenommen. Um dennoch eine Berechnung mit den Daten aus allen Jahren durchführen zu können, ist die einzige Möglichkeit nur noch, zwischen „Pauschalreise gemacht“ und „keine Pauschalreise gemacht“, zu differenzieren.

Die Destinationswahl in 42 Datensätzen einheitlich zu kodieren, ist eine besondere Herausforderung, da es in diesem Fall im Rahmen der Reiseanalyse nicht nur sehr viele Antwortmöglichkeiten gab, sondern sich diese auch regelmäßig veränderten. Es wurden immer wieder neue Reiseziele aufgenommen, wobei diese häufig vorher bereits Bestandteil einer größeren Destination waren. So bestand Österreich anfangs nur aus einer und später aus drei Destinationen. Daher wird eine komplett neue Liste mit Codes erstellt, die aus deutscher Sicht die Welt in 36 Reiseziele einteilt. Darunter sind u. a. Frankreich, Skandinavien und Südostasien zu finden. Des Weiteren wird eine Variable angelegt, die die Destinationswahl lediglich in drei Ausprägungen gliedert: Inland, europäisches Ausland und außereuropäisches Ausland.

Doch auch bei der Kodierung der Reiseart gibt es Schwierigkeiten. Im Fall der zehn Erhebungen zum Reiseverhalten in den 1990er Jahren zeigt sich das Problem, dass es keine Variable gibt, die alle Reisearten zusammen erfasst. Durch die Abfrage jeder Art als einzelne Frage konnten mehrere Antworten gleichzeitig ausgewählt werden, sodass man nicht mehr einer Person eine Ausprägung zuordnen kann, wie es in den Jahren davor und danach möglich ist. Zwar gibt es auch hinsichtlich anderer Merkmale das Problem, dass eine Frage in mehrere Einzelabfragen geteilt wurde, doch wird z. B. im Fall der Unterkunft in aller Regel bei einer Reise auch nur eine Art gewählt, sodass hier die einzelnen Fragen problemlos zu einer Variable zusammengeführt werden können.

Für die Reiseausgaben muss die Währungsreform berücksichtigt werden. Daher werden alle Ausgaben vor der Reform von DM in Euro umgerechnet. Das ist zwar keine ideale, aber die einzige mögliche Lösung des Problems. Das Einkommen kann nicht einheitlich kodiert werden, da abgesehen von der Euro-Einführung das Problem zu verzeichnen ist, dass bei der Datenerhebung ausschließlich mit Kategorien gearbeitet wurde, die sich regelmäßig veränderten.

Auch die Antwortmöglichkeiten zu den Reisemotiven wurden mehrmals stark verändert, sodass eine einheitliche Kodierung nicht möglich ist. Problematisch wäre hier zudem gewesen, dass teilweise die Motive einer konkreten Reise und teilweise die Motive für das Reisen allgemein abgefragt wurden. Von der allgemeinen Frage ausgehend kann nicht direkt auf die Haupturlaubsreise geschlossen werden, die immer Gegenstand der Betrachtung ist. Butler weist jedoch darauf hin, dass sich die Motive für das Reisen im Zeitverlauf kaum verändert haben. Es hat sich vielmehr die Gestaltung der Urlaubsreise zur Befriedigung dieser Bedürfnisse verändert, welche hier eingehend betrachtet wird (vgl. Butler, 2009, S. 348).

Insgesamt gibt es bezüglich mehrerer Merkmale vereinzelt in unterschiedlichen Datensätzen Probleme bei dem Versuch, die Daten einheitlich zu kodieren, sodass im Fall einiger Merkmale wenige Jahre in der Auswertung fehlen. In Anbetracht des großen Stichprobenumfangs stellt dies jedoch kein Problem für den Intrinsic Estimator dar. Es ist insbesondere unproblematisch, da der Fokus der Arbeit auf den Kohorteneffekten liegt, die immer noch problemlos geschätzt werden können.

Im Anschluss an die Umkodierung und Zusammenführung aller Daten zu einem Datensatz, werden im Fall nominal skalierten Variablen für alle Antwortmöglichkeiten einzelne binär skalierte Variablen angelegt. So zeigt nun z. B. die Variable „Flug“ lediglich, ob die befragte Person mit dem Flugzeug verreist ist (1) oder nicht mit dem Flugzeug verreist ist und ein anderes Verkehrsmittel gewählt hat (0). Alle Fälle, in denen keine Antwort gegeben wurde (missing values), werden entfernt. Auf Basis der Variablen Alter, Jahr, Geschlecht, Haushaltsgröße und wechselnd einer abhängigen Variable, beispielsweise Flugwahl oder Reiseausgaben, werden für jede Kohorte, jede Altersklasse und jedes Jahr die entsprechenden Effekte geschätzt. Der Einfluss des Geschlechts und der Haushaltsgröße werden demnach in der Berechnung kontrolliert, wobei diese zusätzlichen unabhängigen Variablen grundsätzlich nicht kollinear mit dem Alter, den Jahren und den Kohorten sein dürfen. So müssen Befragte im Alter über 80 Jahren aus der Berechnung ausgenommen werden, da sonst das Geschlecht und das Alter aufgrund der längeren Lebenserwartung von Frauen zu stark kollinear sind und eine Schätzung nicht durchgeführt werden kann. Die Kontrolle der Haushaltsgröße ist wichtig, da sich die Generationen im jeweils gleichen Alter hierbei sehr unterscheiden. Da z. B. die 68er wesentlich früher Kinder bekommen haben als die Generation Y, sind viele Unterschiede im Reiseverhalten darauf zurückzuführen. Durch die Kontrolle der Haushaltsgröße spiegelt sich dieser Unterschied weniger stark in den Kohorteneffekten wider.

5.3 Darstellung der Ergebnisse

Zunächst werden die Ergebnisse des Vergleichs der Mittelwerte präsentiert. Im Anschluss daran erfolgt ausführlich die Darstellung der Schätzung des Intrinsic Estimators. Hier ist auch die Frage relevant, ob die Ergebnisse der beiden Ansätze übereinstimmen. Eine Interpretation der Ergebnisse und damit auch eine Betrachtung der Zusammenhänge von einzelnen Ergebnissen erfolgt erst im darauffolgenden Kapitel.

5.3.1 Vergleich von Mittelwerten

Im Folgenden werden die Verkehrsmittelwahl, die Unterkunftwahl und die Reisedauer präsentiert. Hier ist jeweils graphisch zu sehen, wie sich die Generationen im gleichen Alter im Verhältnis zur Gesamtbevölkerung verhalten haben. Das Ziel ist es zunächst zu untersuchen, ob es überhaupt Generationeneffekte gibt und wie diese aussehen.

5.3.1.1 Verkehrsmittel

In Bezug auf die Verkehrsmittel werden separat die Wahl des PKWs, des Flugzeugs, des Busses und der Bahn betrachtet.

PKW-Reisen

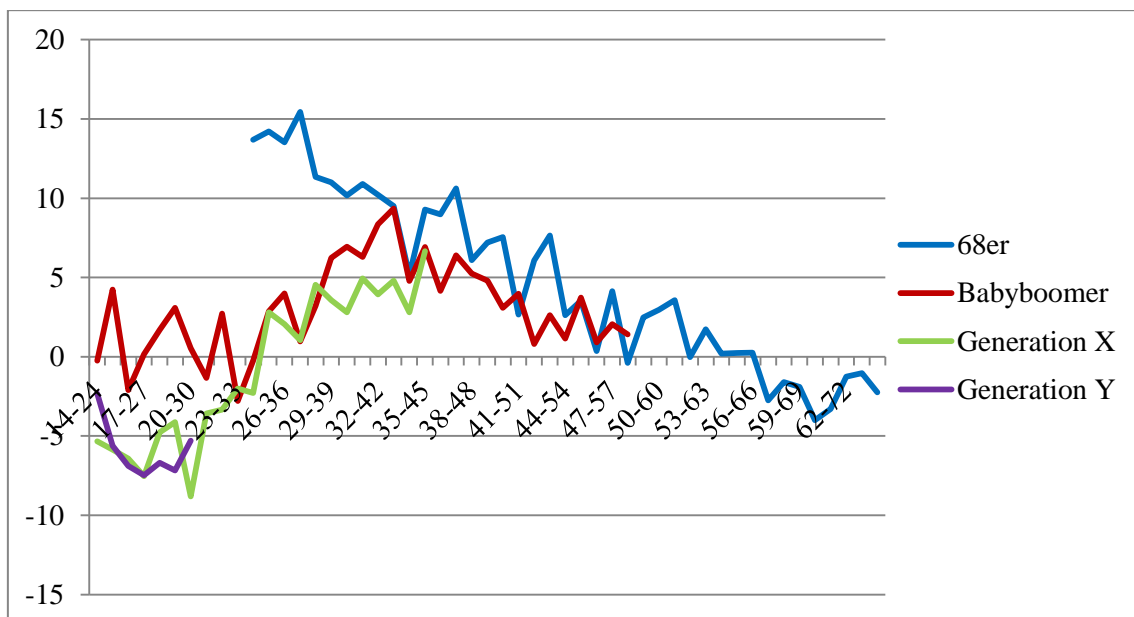


Abb. 9: PKW-Wahl der Generationen nach Alter und Abweichung von der Gesamtbevölkerung in % (eigene Darstellung).

Bei der PKW-Wahl zeigen sich bereits die ersten Generationenunterschiede. Die 68er sind in jungen Jahren deutlich überdurchschnittlich oft mit dem Auto in den Urlaub gefahren (s. Abb. 9). Auch die Babyboomer liegen fast in jedem Alter über dem Durchschnitt der Bevölkerung. Die Generation X und die Generation Y zeigen hingegen zu Beginn ihrer Reisebiographie ein geringeres Interesse an PKW-Reisen. Erst in der Familienphase nähert sich die Generation X den Babyboomern an. Es zeigt sich hier

insgesamt, dass die jüngeren zwei Generationen seltener mit dem Auto in den Urlaub fahren als die älteren zwei. Hier ist jedoch noch nicht berücksichtigt worden, dass die älteren schon früher eine Familie gründeten und ggf. deswegen häufiger mit dem Auto verreisten. Man sieht den Alterseffekt, der zeigt, dass man in der Familienphase öfter mit dem Auto verreist und im hohen Alter seltener.

Flugreisen

Hinsichtlich Flugreisen zeigen sich ebenfalls Unterschiede. Die zwei jüngeren Generationen fliegen im gleichen Alter wie die Babyboomer deutlich überdurchschnittlicher in den Urlaub (s. Abb. 10). Die Generation X liegt auch noch über den 68ern. Da Millennials und 68er nicht im gleichen Alter befragt wurden, ist hier kein direkter Vergleich möglich. Dennoch ist festzuhalten, dass es einen Alterseffekt gibt. In jungen Jahren fliegt man deutlich häufiger als der Rest der Bevölkerung und im hohen Alter seltener. Im Zeitverlauf haben Flugreisen in allen Generationen deutlich an Beliebtheit gewonnen (s. Abb. 24 im Anhang).

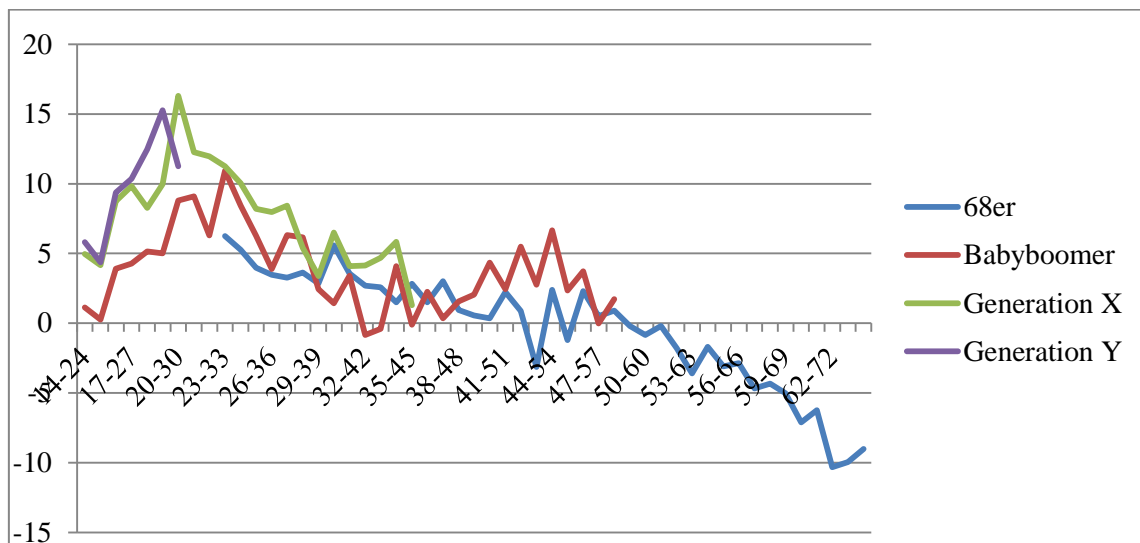


Abb. 10: Flugzeug-Wahl der Generationen nach Alter und Abweichung von der Gesamtbevölkerung in % (eigene Darstellung).

Busreisen

Busreisen hingegen zeigen vor allem einen starken Alterseffekt. Erst im höheren Alter werden Busreisen attraktiv. In der Mitte des Lebens sind sie wenig beliebt (s. Abb. 11). 68er unternehmen eher Busreisen als alle drei jüngeren Generationen. Zwischen diesen

gibt es wiederum kaum Unterschiede. Sie liegen bisher alle deutlich unter dem Durchschnitt der Bevölkerung.

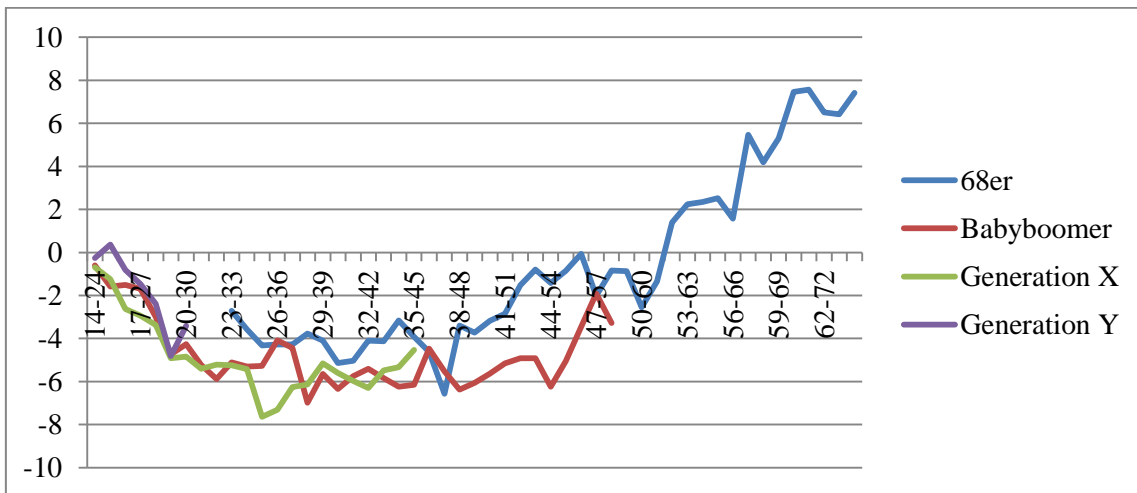


Abb. 11: Bus-Wahl der Generationen nach Alter und Abweichung von der Gesamtbevölkerung in % (eigene Darstellung).

Bahnreisen

Zugreisen werden ebenfalls mit zunehmendem Alter beliebter (s. Abb. 12). Der Generationenunterschied ist hier jedoch ebenfalls sehr deutlich. Zugreisen werden auch mit jeder jüngeren Generation etwas populärer. 68er fahren wesentlich seltener mit der Bahn als die jüngeren drei Generationen. Zum Teil liegen sie über 15% unter dem Bevölkerungsschnitt. Millennials liegen sogar schon leicht über dem Schnitt und machen damit tendenziell eher Zugreisen als die drei anderen.

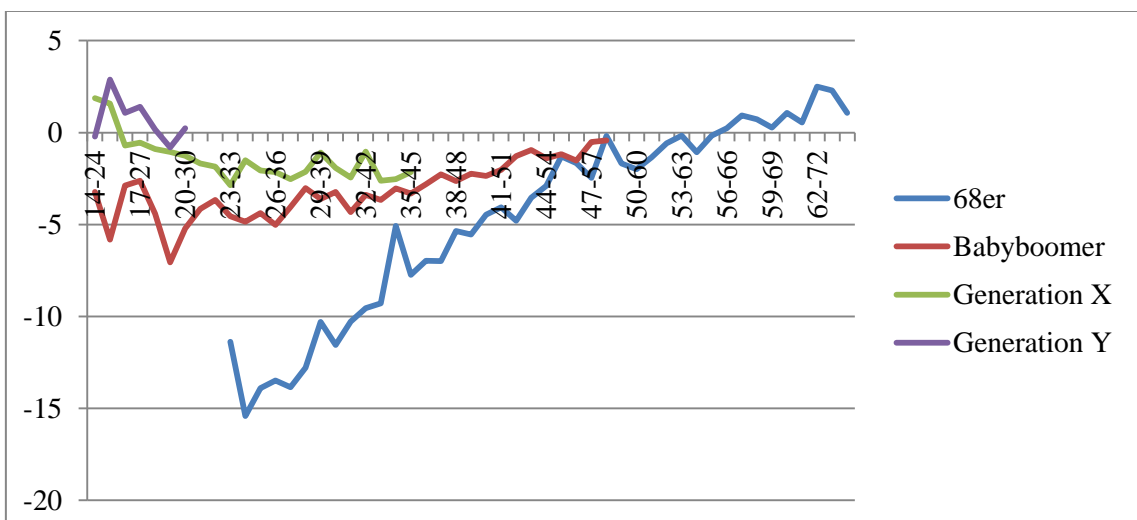


Abb. 12: Bahn-Wahl der Generationen nach Alter und Abweichung von der Gesamtbevölkerung in % (eigene Darstellung).

5.3.1.2 Unterkunft

Bezüglich der Unterkunft werden hier zunächst nur das Hotel, die Unterkunft bei Freunden und Verwandten, Wohnwagen- und Wohnmobilreisen sowie Ferienhäuser und –wohnungen untersucht.

Hotel

Hinsichtlich der Hotelübernachtungen sind die Effekte weniger eindeutig als bisher (s. Abb. 13). Es scheint keinen klaren Alterseffekt zu geben, da alle Altersklassen nur wenige Prozentpunkte von der Bevölkerung abweichen. Auch die Generationen unterscheiden sich hier kaum. Es lässt sich nur sagen, dass die 68er eher im Hotel übernachten. Im Laufe der Jahre hat die Beliebtheit des Hotels in allen Generationen zugenommen (s. Abb. 25 im Anhang).

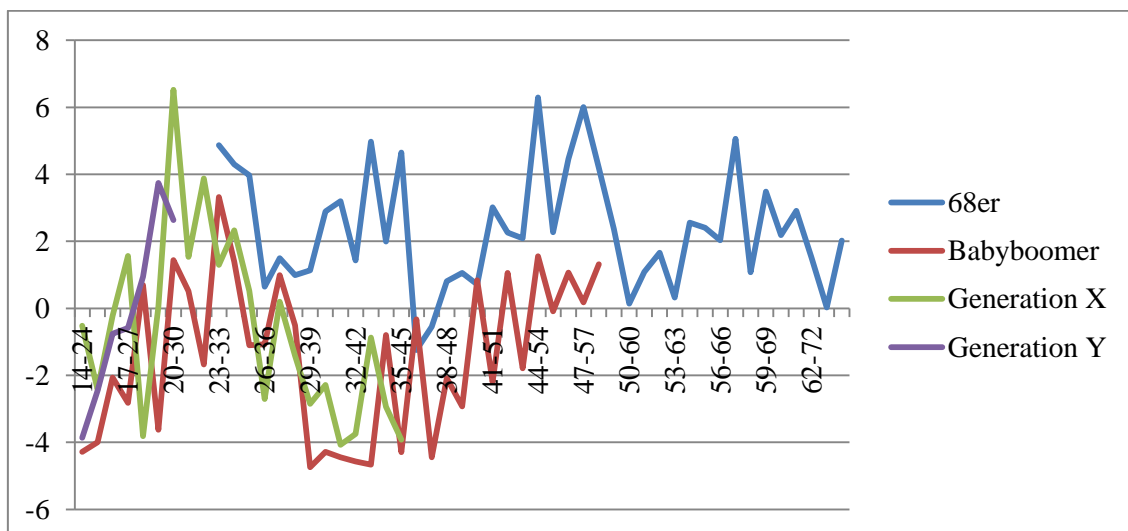


Abb. 13: Hotel-Wahl der Generationen nach Alter und Abweichung von der Gesamtbevölkerung in % (eigene Darstellung).

Freunde und Verwandte

In Bezug auf das Interesse am Besuch von Freunden und Verwandten gibt es starke Generationenunterschiede. Die beiden jüngeren Generationen fahren eindeutig überdurchschnittlich oft zu Freunden und Verwandten und die älteren deutlich unterdurchschnittlich (s. Abb. 14). Besonders die Generation Y sticht hier mit ihrer stärkeren Nachfrage hervor. Der Alterseffekt ist nicht eindeutig.

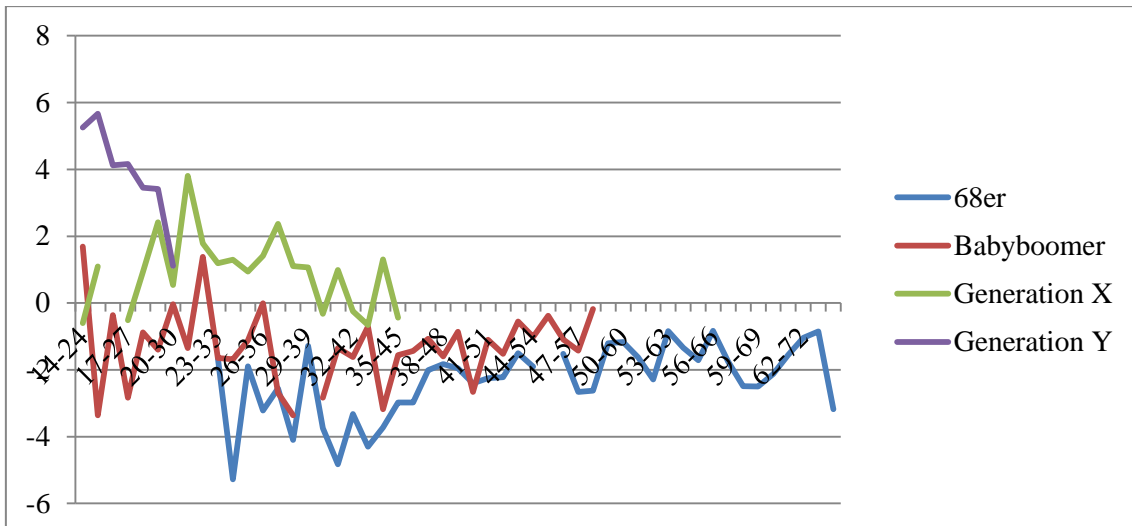


Abb. 14: Wahl der Generationen von Freunden und Verwandten als Unterkunft nach Alter und Abweichung von der Gesamtbevölkerung in % (eigene Darstellung).

Wohnwagen/ Wohnmobil

Im Fall von Wohnwagen- und Wohnmobilreisen verhalten sich die Generationen gegensätzlich zum vorherigen Fall (s. Abb. 15). Hier liegen die beiden älteren deutlich über dem Durchschnitt, während die jüngeren weniger in dieser Form verreisen. Der Alterseffekt ist erneut nicht eindeutig.

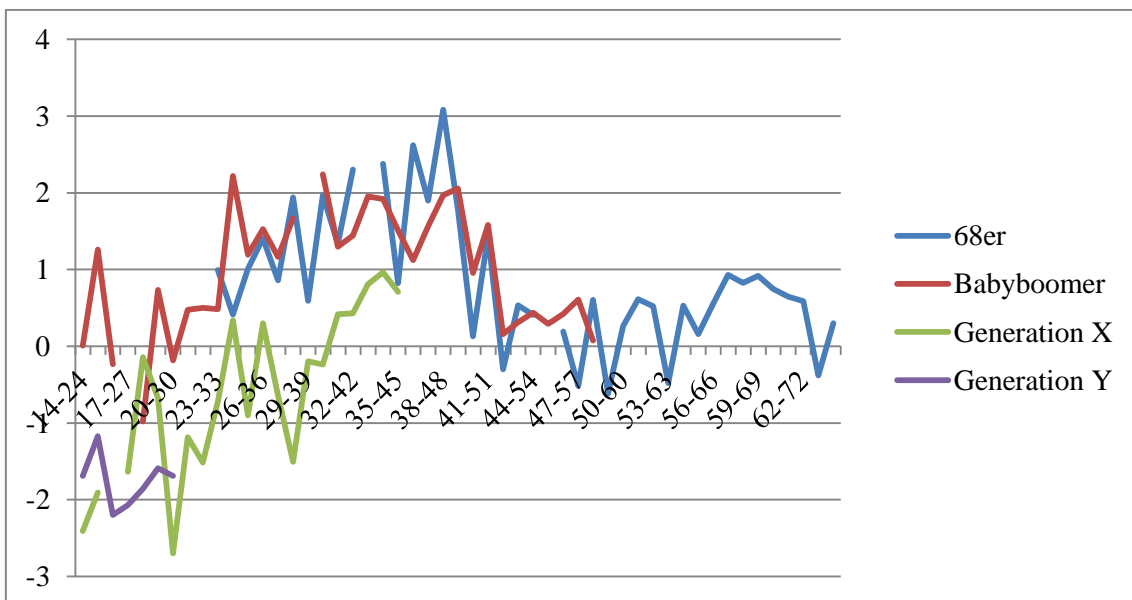


Abb. 15: Wohnwagen- und Wohnmobilwahl der Generationen nach Alter und Abweichung von der Gesamtbevölkerung in % (eigene Darstellung).

Ferienhaus/ -wohnung

Ob man in einem Ferienhaus oder einer Ferienwohnung übernachtet, liegt eindeutig am Alter (s. Abb. 16). Es zeigt sich ein klarer Lebensphaseneffekt, wobei man in der mittleren Lebensphase, in der häufig auch Kinder im Haushalt leben, verstärkt Ferienhäuser bucht. Das gilt für alle Generationen, welche sich untereinander kaum unterscheiden. Lediglich die Babyboomer bevorzugen diese Unterkunftsform etwas eher.

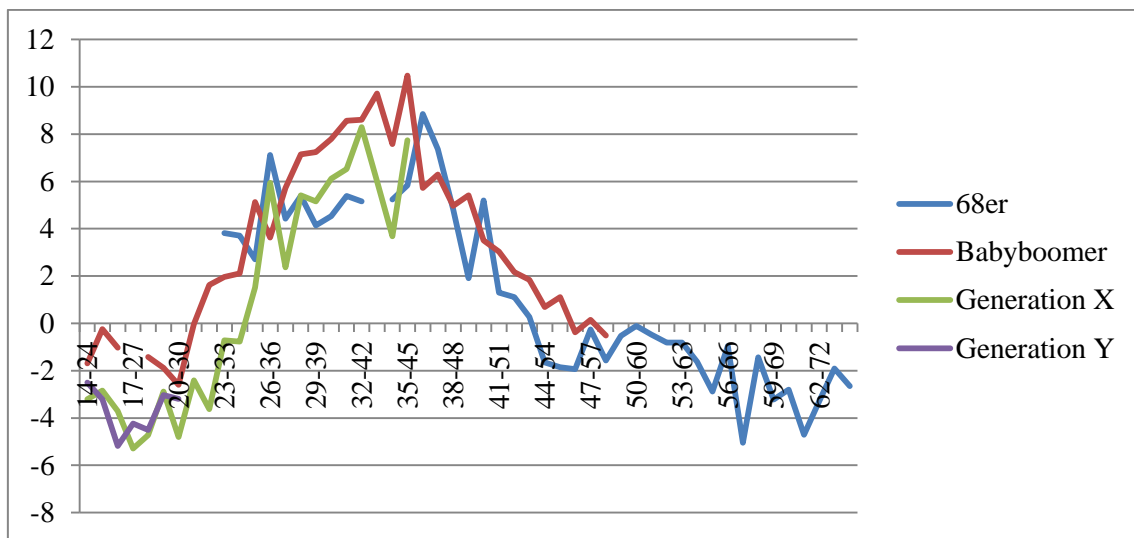


Abb. 16: Ferienhaus- und Ferienwohnungswahl der Generationen nach Alter und Abweichung von der Gesamtbevölkerung in % (eigene Darstellung).

5.3.1.3 Reisedauer

Im Zeitverlauf hat die Reisedauer generationsübergreifend stark abgenommen (s. Abb. 26 im Anhang). Betrachtet man die Generationen im gleichen Alter findet man kaum Unterschiede (s. Abb. 17). Es ist jedoch festzustellen, dass Millennials etwas kürzer verreisen als die anderen drei Generationen. Außerdem ist herauszustellen, dass man im höheren Alter im Durchschnitt ca. einen Tag länger verreist. In den vorherigen Lebensphasen hat auch das Alter praktisch keinen Einfluss.

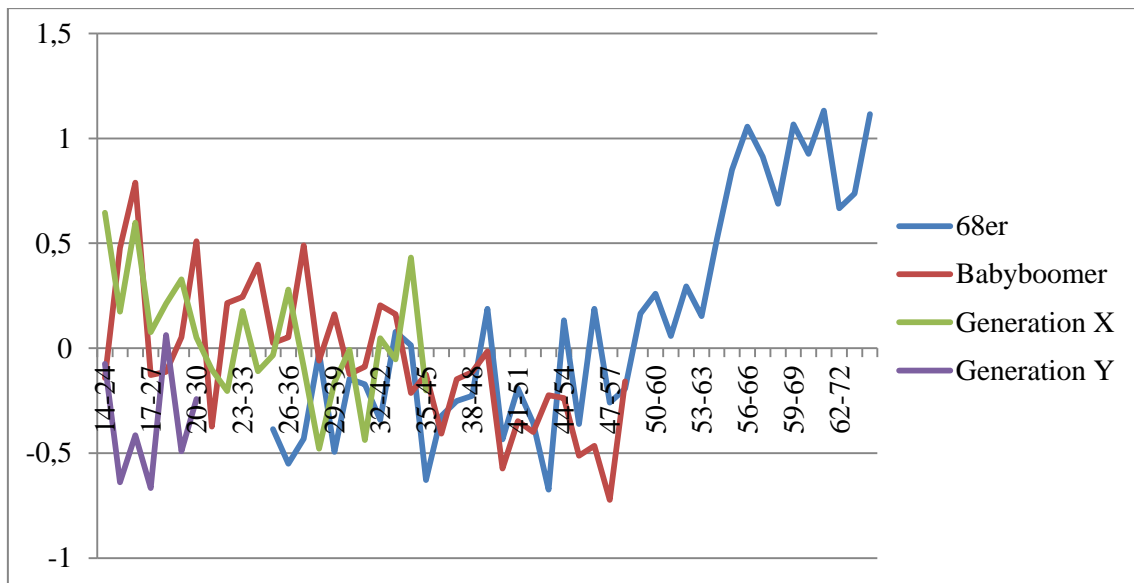


Abb. 17: Dauer der Reise der Generationen nach Alter und Abweichung von der Gesamtbevölkerung in Tagen (eigene Darstellung).

Die bisherigen Ergebnisse geben bereits einen ersten Einblick in das Reiseverhalten der verschiedenen Generationen. Im Folgenden ist es nun interessant zu untersuchen, ob der Intrinsic Estimator die gleichen Ergebnisse liefert wie der einfache Vergleich von Mittelwerten.

5.3.2 Ergebnisse des Intrinsic Estimators

Hinsichtlich der Darstellung der Ergebnisse des Intrinsic Estimators werden immer erst die Alters- und Periodeneffekte beschrieben, bevor auf die Generationeneffekte eingegangen wird. Ob die Zugehörigkeit zu einer konkreten Generation einen Einfluss auf ein Reiseverhaltensmerkmal hat, wird daran festgemacht, wie viele einzelne Kohorten einer Generation einen signifikanten Effekt bei 5% Fehlertoleranz auf die Ausprägung eines Merkmals aufweisen. Wenn alle Geburtsjahrgänge einer Generation, beispielsweise alle Kohorten von 1939 bis 1949 im Fall der 68er, einen signifikanten und positiven Effekt zeigen, lässt sich daraus ableiten, dass die Zugehörigkeit zu der entsprechenden Generation einen positiven Einfluss auf die Merkmalsausprägung hat.

Um einen Einblick in die statistische Auswertung zu bekommen, ist eine Schätzung der Effekte in stark gekürzter Form der Tabelle 11 zu entnehmen. Hier wurden die Alters-,

Perioden- und Kohorteneffekte für die Reiseintensität geschätzt, wobei das Geschlecht (V5050) und die Haushaltsgröße (V3030) kontrolliert wurden. Die erste Altersklasse (age_14) hat einen positiven und vergleichsweise starken Einfluss auf die Reiseintensität ($x = .1096371$; $SD = .0126022$). Der Einfluss ist hoch signifikant ($P > |z| = 0.000$). Demnach reist man im Alter von 14 Jahren überdurchschnittlich viel. Das Jahr 2008 (period_2008) hat auch einen deutlich positiven Einfluss auf die Reiseintensität ($x = .0725179$; $SD = .005161$), der auch hoch signifikant ist ($P > |z| = 0.000$). Die Rahmenbedingungen des Jahres 2008 haben demnach das Reisen im Vergleich zu den anderen erfassten Jahren begünstigt. Die Zugehörigkeit zum Geburtsjahrgang 1990 (cohort_1990) hat keinen signifikanten Einfluss auf die Reiseintensität ($x = .0166713$; $SD = .0221636$; $P > |z| = 0.452$).

Tab. 11: Effekteberechnung für die Reiseintensität (gekürzte Tabelle).

RI	OIM					[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.	z	P> z			
V5050	-.0108377	.00174	-6.23	0.000	-.014248	-.0074274	
V3030	-.0098504	.0008418	-11.70	0.000	-.0115003	-.0082004	
age_14	.1096371	.0126022	8.70	0.000	.0849372	.134337	
age_15	.0950278	.0111182	8.55	0.000	.0732364	.1168191	
age_16	.0585043	.0099865	5.86	0.000	.0389311	.0780774	
age_17	.0437648	.0099152	4.41	0.000	.0243312	.0631983	
age_18	.0496801	.0088882	5.59	0.000	.0322596	.0671006	
.	
period_2008	.0725179	.005161	14.05	0.000	.0624024	.0826334	
period_2009	.0648273	.0052148	12.43	0.000	.0546066	.0750481	
period_2010	.062465	.0052166	11.97	0.000	.0522406	.0726893	
period_2011	.0717069	.0052262	13.72	0.000	.0614638	.08195	
period_2012	.0742536	.0052444	14.16	0.000	.0639747	.0845324	
.	
cohort_1990	.0166713	.0221636	0.75	0.452	-.0267685	.0601112	
cohort_1991	.0604754	.0261315	2.31	0.021	.0092586	.1116923	
cohort_1992	-.0427032	.0314901	-1.36	0.175	-.1044226	.0190162	
cohort_1993	.041581	.0346724	1.20	0.230	-.0263757	.1095376	
cohort_1994	.0196949	.0446943	0.44	0.659	-.0679043	.1072941	
cohort_1995	.0905884	.0549339	1.65	0.099	-.0170801	.198257	
cohort_1996	-.0359445	.0800382	-0.45	0.653	-.1928165	.1209274	
_cons	.709318	.0040244	176.25	0.000	.7014303	.7172057	

Nach der jeweiligen Beschreibung der Kohorteneffekte zeigt immer eine Tabelle die Anzahl signifikanter Kohorteneffekte pro Generation. So ist auf einen Blick zu

erkennen, wie viele Geburtsjahrgänge einer Generation einen positiven und wie viele einen negativen Einfluss auf eine Merkmalsausprägung haben. Zu berücksichtigen ist, dass die zwei älteren Generationen elf und die zwei jüngeren 15 Geburtsjahrgänge umfassen. Entsprechend muss die Anzahl der signifikanten Kohorten immer in Relation zur Gesamtzahl der Jahrgänge einer Generation gesehen werden.

Hinsichtlich der Darstellung der Kohorteneffekte liegt der Fokus nur auf den vier Generationen, sodass die Effekte der Geburtsjahrgänge davor nicht beschrieben werden. Dies lässt sich auch damit begründen, dass viele Jahrgänge mittlerweile ausgestorben sind, da bereits für die Geburtskohorte 1891 Effekte geschätzt wurden. Es ist jedoch wichtig zu berücksichtigen, dass auch diese Kohorten in die Berechnung eingeflossen sind und die Effekte der jüngeren Generationen entsprechend auch im Verhältnis zu diesen älteren zu sehen sind. Reisen beispielsweise die Babyboomer signifikant mehr mit dem Auto, bedeutet das, dass sie im Vergleich zu den anderen Kohorten signifikant häufiger mit dem Auto verreisen. Da die letzten Geburtsjahrgänge der Generation Y wesentlich seltener befragt wurden als ältere Kohorten, sind viele Effekte nicht mehr signifikant. Am Ende des Kapitels werden alle Ergebnisse in einer Übersicht präsentiert.

Die Jahreseffekte der 1970er Jahre lassen sich nicht interpretieren, da in diesen Reiseanalysen damals Duplikate enthalten waren, die entfernt und durch Gewichtungsfaktoren ersetzt wurden. Die Gewichtungsfaktoren konnten hier nicht berücksichtigt werden, sodass die Stichproben in den genannten Jahren nicht ganz repräsentativ bzw. „schief“ sind. Dieses Problem ist jedoch nur für die Betrachtung der Jahre relevant. Die Schätzung der Alters- und der Kohorteneffekte ist nur wenig davon betroffen, wenn in einigen Datensätzen z. B. weniger Personen einer Altersklasse oder Bildungsschicht vertreten sind.

Wesentlich für das Verständnis der folgenden Ausführungen ist noch einmal der Hinweis, dass sich alle Aussagen stets auf das Verhältnis zu anderen Generationen, zu anderen Altersklassen und anderen Jahren beziehen. Es werden keine absoluten Zahlen dargestellt, da durch die unterschiedlichen Altersgruppen, die in den einzelnen Generationen befragt wurden, mittels der absoluten Werte erneut keine Aussagen über die eigentlichen Generationenunterschiede vorgenommen werden könnten.

5.3.2.1 Reiseintensität

Unter der Reiseintensität wird der Anteil der Bevölkerung verstanden, der in einem Jahr mindestens eine Urlaubsreise von mindestens fünf Tagen Dauer gemacht hat. Hinsichtlich der Reiseintensität wirken eindeutig bereits alle drei Effekte (s. Tab. 45 im Anhang). Im Fall des Alterseffekts zeigen viele Altersklassen einen hoch signifikanten Einfluss auf die Wahrscheinlichkeit zu reisen. Konkret haben die Altersklassen von 14 bis 53 (außer die Altersklasse 26) einen signifikant positiven Einfluss darauf, zu reisen. Der höchste Koeffizient ist dabei in den Altersklassen von 14 und 15 zu finden. Zwischen dem Alter von 54 und 66 Jahren gibt es weniger signifikante Effekte. Nur mit 55 und 61 Jahren reist man eher häufiger. Ab dem Alter von 67 Jahren reist man seltener. Hier zeigen sich durchgehend hoch signifikante Einflüsse auf die Reiseintensität, wobei mit zunehmendem Alter der negative Effekt stärker wird, wenn auch nicht kontinuierlich.

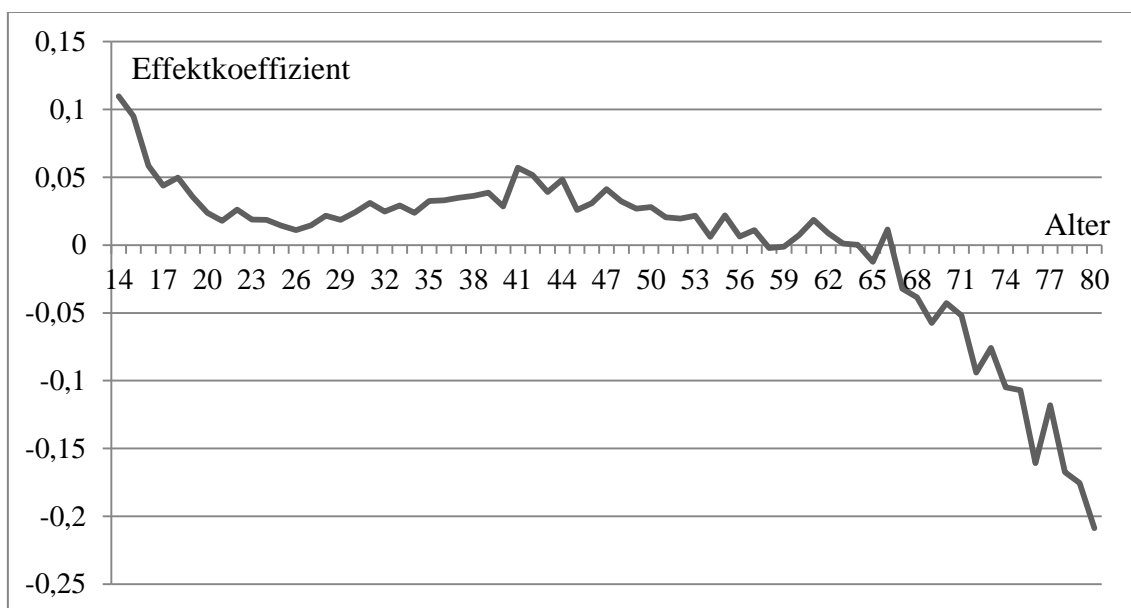


Abb. 18: Einfluss des Alters auf die Reiseintensität (eigene Darstellung).

Der Periodeneffekt ist ebenfalls in fast allen Jahren signifikant, wobei von 1992 bis 2012 jedes Jahr (außer 1996) einen hoch signifikant positiven Einfluss auf die Reiseintensität hat. Die Stärke der Effekte verändert sich kaum noch. Die Jahre 1980 bis 1988 haben hingegen alle einen hoch signifikant negativen und gleichzeitig abnehmend starken Einfluss auf die Reiseintensität.

Hinsichtlich der Analyse der Generationen lassen sich eindeutige Ergebnisse erkennen. So haben alle Geburtsjahrgänge der 68er (1939 – 1949) einen hoch signifikanten positiven Einfluss auf die Reisewahrscheinlichkeit. Für die Babyboomer gilt das gleiche. Alle Jahrgänge (1955 – 1965) haben einen signifikant positiven Einfluss. In Bezug auf die Generation X sieht es hingegen schon etwas weniger eindeutig aus. Von den 15 Jahrgängen, die der Generation zugerechnet werden (1966 – 1980), sind die letzten vier nicht mehr signifikant. Alle Jahrgänge davor haben auch noch einen positiven Einfluss auf die Reiseintensität. Das unerwartetste Ergebnis bezieht sich auf die Generation Y. Die Hypothese 1.1 besagt, dass diese Generation mehr reist als andere Generationen. Diese Hypothese kann nicht bestätigt werden, da fast kein Jahrgang einen signifikanten Einfluss hat. Nur 1985 ($x = -0,036$; $p = 0,018$) und 1991 ($x = 0,060$; $p = 0,021$) sind leicht signifikant, wobei im ersten Fall ein negativer Effekt und im zweiten Fall ein positiver zu erkennen ist. Die Generation Y reist nicht häufiger als vorherige Generationen. Insgesamt kann jedoch die Hypothese 1, dass die Generationszugehörigkeit einen Einfluss auf die Reiseintensität hat, bestätigt werden.

Tab. 12: Anzahl der Kohorten einer Generation mit einem signifikanten Einfluss auf die Reiseintensität (positiv oder negativ).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
11 +	11 +	11 +	1 -/ 1 +

5.3.2.2 Verkehrsmittel

Eine weitere Variable ist das Verkehrsmittel, das für die Haupturlaubsreise gewählt wird. Im Folgenden werden Reisen mit dem PKW, dem Flugzeug, dem Bus und der Bahn separat untersucht.

PKW-Reisen

Betrachtet man zunächst PKW-Reisen, einschließlich PKW-Reisen mit dem Wohnwagen und dem Autozug, erkennt man erneut eindeutige Alterseffekte (s. Tab. 46 im Anhang). Während im Alter von 15 bis 19 Jahren noch signifikant weniger mit dem Auto in den Urlaub gefahren wird, reist man im Alter von 22 bis 43 Jahren deutlich häufiger mit diesem Verkehrsmittel. Nahezu alle Effekte sind hoch signifikant ($p = 0,000$). In den 30ern ist die Effektstärke besonders ausgeprägt. In den 50ern ist das Bild

nicht ganz eindeutig. Es sind fast keine signifikanten Effekte zu finden. Nur mit 55 ($x = 0,022$; $p = 0,011$), 57 ($x = 0,023$; $p = 0,013$) und 60 Jahren ($x = 0,017$; $p = 0,029$) fährt man noch etwas öfter mit dem Auto in den Urlaub. Im Alter von 64 bis 79 Jahren ist der Alterseffekt durchgehend negativ und fast immer hoch signifikant.

Im Fall der Jahresbetrachtung zeigen sich wechselnde Entwicklungen. Während insgesamt die Rahmenbedingungen der Jahre bis 1991 positiv auf die Wahl des PKWs wirkten (1987 ist nicht signifikant), ist der Einfluss ab 1994 durchgehend signifikant negativ.

Die Theorie lieferte schon zahlreiche Hinweise, wie sich die Generationen bei der Wahl des PKWs verhalten könnten. Tatsächlich werden die Hypothesen in diesem Fall bestätigt. Alle Jahrgänge der 68er fahren hoch signifikant und deutlich häufiger mit dem Auto in den Urlaub. Die Hypothese 2.1 wird also angenommen. Für die Babyboomer gilt fast das Gleiche. Mit Ausnahme der Kohorten 1962, 1964 und 1965, die nicht signifikant sind, fahren alle Jahrgänge der Generation öfter mit dem Auto in den Urlaub. Die einzelnen Koeffizienten weisen jedoch auf weniger starke Effekte hin als noch bei den Vorgängern. H2.2 wird dennoch bestätigt: Babyboomer fahren mehr mit dem Auto in den Urlaub. In der Generation X sind neun von 15 Jahrgängen signifikant negativ. Demnach kann auch H2.3 angenommen werden: Die Generation X wählt seltener das Auto. In Bezug auf die Generation Y ist der gleiche Trend zu erkennen. Die jüngsten Kohorten der Generation, ab 1991, sind zwar nicht signifikant, dennoch fahren zehn Kohorten deutlich seltener Auto. Demnach wird die Hypothese 2.4 angenommen: Die Generation Y fährt seltener mit dem Auto in den Urlaub. Die Ergebnisse werden durch den Vergleich der Mittelwerte aus dem vorherigen Kapitel bestätigt.

Tab. 13: Anzahl der Kohorten einer Generation mit einem signifikanten Einfluss auf die PKW-Wahl (positiv oder negativ).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
11 +	8 +	9 -	10 -

Flugreisen

Hinsichtlich Flugreisen zeigen sich ebenfalls viele deutliche Effekte (s. Tab. 47 im Anhang). Während man im Alter von 14 bis 16 Jahren noch signifikant weniger Flug-

reisen unternimmt, ist der Effekt der Altersklassen von 19 bis 54 durchgehend positiv und hoch signifikant. In den 20ern ist der Einfluss besonders stark. Im Alter von 60 bis 80 Jahren ist der Effekt deutlich negativ und ebenfalls offensichtlich zunehmend stärker je älter man wird.

Der Periodeneffekt entspricht genau den Erwartungen. Jedes einzelne Jahr, außer 1992 und 1993, die den Referenzpunkt darstellen, hat eine hoch signifikante Wirkung. Alle Jahre vor 1992 haben einen negativen und alle Jahre danach einen positiven Einfluss auf die Wahl des Flugzeugs als Verkehrsmittel. Es ist eine deutliche Zunahme der Effektstärke zu erkennen mit jedoch einem klaren Rückgang im Jahr 2002 und ab dem Jahr 2008. An dieser Stelle zeigt sich die Güte der Schätzung des Intrinsic Estimators. Die Entwicklung des Flugverkehrs, der 11. September 2001 und die Finanz- und Wirtschaftskrise von 2007 bis 2009 werden sichtbar und damit auch von den Alters- und Kohorteneffekten getrennt. Auch wenn der Zusammenhang hier nicht gemessen wurde, scheint die Erklärung der Koeffizienten eindeutig. Auf die weiteren Gründe der Effekte wird an späterer Stelle ausführlich eingegangen.

Die Generationeneffekte sind nicht alle so deutlich. Nur zwei Jahrgänge der 68er sind signifikant, aber alle Effekte zeigen ein negatives Vorzeichen. Die Generation fliegt tendenziell eher seltener. Bei den Babyboomern sind vier Jahrgänge signifikant und positiv. Hier lässt sich lediglich in Ansätzen festhalten, dass die Generation eher zu Flugreisen tendiert. Anders hingegen sieht es bei der Generation X aus. Alle Effekte sind deutlich signifikant und stark positiv, sodass die Generation X wesentlich flugaffiner ist als ihre beiden Vorgänger. Das Gleiche gilt für die Generation Y. Abgesehen von den Jahrgängen 1994 und 1995 sind alle Kohorten signifikant und deutlich positiv. Die Generation Y wählt eher das Flugzeug als Verkehrsmittel. Auch hier werden die Ergebnisse durch den vorherigen Vergleich der Mittelwerte bestätigt.

Tab. 14: Anzahl der Kohorten einer Generation mit einem signifikanten Einfluss auf die Wahl des Flugzeugs (positiv oder negativ).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
2 -	4 +	15 +	13 +

Busreisen

Der Alterseffekt bei Busreisen ist komplementär zum Alterseffekt bei Flugreisen (s. Tab. 48 im Anhang). Im Alter von 14 bis 19 Jahren unternimmt man deutlich häufiger Busreisen, gerade 15- bis 17-Jährige nutzen das Verkehrsmittel in besonders starkem Maße. In den Altersklassen 22 bis 60 verliert die Busreise an Bedeutung, bevor wieder der Wendepunkt zu erkennen ist. Ab dem Alter von 62 Jahren werden Busreisen beliebt. Der Effekt ist hoch signifikant positiv, wobei die Effektstärke wieder deutlich mit dem Alter zunimmt.

Im Hinblick auf die Jahre zeigen sich viele nicht signifikante Effekte. Zumindest lässt sich sagen, dass von 1991 bis 2008 etwas eher Busreisen gemacht wurden (2000 und 2007 sind nicht signifikant).

Die Kohorten unterscheiden sich auch hier. Die 68er fahren eher mit dem Bus. Die Kohorten 1939 bis 1944 sind signifikant. Die Babyboomer nutzen das Verkehrsmittel mit sieben signifikanten Kohorten eher seltener. Mit größerer Sicherheit lässt sich wiederum sagen, dass die Generation X kein Bus fährt. Mit Ausnahme von zwei Kohorten zeigen alle anderen einen signifikant negativen Effekt. Die Generation Y schließt sich auch hier mit sieben signifikant negativen Jahrgängen an. Auch sie fährt eher seltener mit dem Bus in den Urlaub. Die Ergebnisse passen zum Vergleich der Mittelwerte.

Tab. 15: Anzahl der Kohorten einer Generation mit einem signifikanten Einfluss auf die Bus-Wahl (positiv oder negativ).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
6 +	7 -	13 -	7 -

Bahnreisen

Im Alter von 14 bis 16 Jahren fährt man weniger mit dem Zug in den Urlaub (s. Tab. 49 im Anhang). Auch die Altersklassen von 19 bis 48 nutzen durchgehend deutlich seltener die Bahn, wobei am Ende der Effekt weniger stark ist. Auch hier sind die Ergebnisse komplementär zu den Effekten bei PKW- und Flugreisen. Ab dem Alter von 53 Jahren nimmt die Zugaffinität zu. Hier ist der Wendepunkt schon etwas eher erreicht als bei den vorherigen Verkehrsmitteln.

In Bezug auf die Perioden sind fast alle Jahre signifikant. Bis zum Jahr 1985 ist der Effekt deutlich positiv und ab dem Jahr 1992 eindeutig negativ, wobei übergreifend die abnehmende Bedeutung des Zuges als Reiseverkehrsmittel sehr gut zu erkennen ist.

Die 68er fahren eindeutig weniger Zug. Hier gibt es keine Ausnahmen hinsichtlich der Geburtsjahrgänge. Jeder einzelne Kohorteneffekt ist hoch signifikant und stark. Gleiches gilt für die Babyboomer. Jede Kohorte zeigt einen negativen Effekt, wobei auch hier die Effektstärke bei den 68ern deutlich größer ist. Über die Generation X können keine Aussagen getroffen werden. Hier ist der Wendepunkt zu erkennen. Die ersten Jahrgänge fahren noch seltener Zug und die letzten häufiger, wobei nur wenige Effekte überhaupt signifikant sind. Bei der Generation Y ist eine Tendenz zu zahlreicheren Bahnfahrten zu erkennen. Immerhin sechs Kohorten zeigen einen signifikant positiven Effekt. Die Ergebnisse passen erneut zur graphischen Darstellung im vorherigen Kapitel.

Tab. 16: Anzahl der Kohorten einer Generation mit einem signifikanten Einfluss auf die Bahn-Wahl (positiv oder negativ).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
11 -	11 -	4 -/ 1 +	6 +

Hypothese 2 kann somit bestätigt werden: Die Generationszugehörigkeit hat einen Einfluss auf die Wahl des Verkehrsmittels.

5.3.2.3 Unterkunft

Hinsichtlich der Unterkunftswahl werden im Folgenden neben dem Hotel auch Ferienhäuser und –wohnungen, Pensionen, Privatzimmer, Zelte, Wohnwagen und Wohnmobile und die Unterkünfte von Freunden und Verwandten betrachtet.

Hotel

In Bezug auf die Wahl der Unterkunft ist vor allem das Hotel interessant. Tatsächlich zeigen sich hier bei den Altersklassen weniger eindeutige Effekte als bei den bisherigen Variablen (s. Tab. 50 im Anhang). Doch auch wenn nicht jede Kohorte einen hoch signifikanten Einfluss zeigt, gibt es auch hier einige Unterschiede zwischen den Altersgruppen. Im Alter von 14 ($x = -0,048$; $p = 0,002$) und 15 Jahren ($x = -0,037$; $p =$

0,007) wählt man seltener ein Hotel als Unterkunft. In den Altersklassen von 18 bis 52 sind viele Effekte nicht signifikant, aber falls es einen Einfluss gibt, ist dieser immer positiv. Gerade ab dem Alter von 40 Jahren bucht man eher ein Hotel, wobei dann ab dem Alter von 57 Jahren die Effekte negativ werden, auch wenn wieder nur einige Altersklassen signifikant sind.

Entgegen der teilweise nur schwach signifikanten Alterseffekte sind die Periodeneffekte erneut fast ohne Ausnahme konstant hoch signifikant. Bis 1991 haben die Jahre einen negativen Effekt und ab 1994 alle einen positiven, sodass man die Entwicklung des Hotels zur beliebtesten Unterkunftsform gut erkennen kann. Der stärkste positive Effekt geht vom Jahr 2005 aus ($x = 0,140$; $p = 0,000$).

Im Hinblick auf die Kohorten sind die deutlichsten Effekte erneut bei den 68er zu erkennen. Aufgrund des fortgeschrittenen Alters der Generation und die damit einhergehende große Anzahl von verfügbaren Daten zu den 68ern aus jeglichen Lebensphasen sind die Effekte stets besonders deutlich. Auffällig ist in diesem Fall die stärkere Nachfrage nach Hotels. Alle Jahrgänge sind hoch signifikant und zeigen einen recht starken positiven Effekt. Bei den Babyboomern gibt es nur eine signifikante Kohorte und damit kein Ergebnis. Das Gleiche gilt für die Generation X. Es lässt sich kein signifikanter Effekt verzeichnen. Auch für die Generation Y lässt sich kein Trend erkennen. Die Ergebnisse passen auch hier zum Vergleich der Mittelwerte.

Tab. 17: Anzahl der Kohorten einer Generation mit einem signifikanten Einfluss auf die Hotel-Wahl (positiv oder negativ).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
11 +	1 +	0	1 -/ 1 +

Ferienhaus/-wohnung

Hinsichtlich der Wahl von Ferienhäusern und Ferienwohnungen, gemietet oder als Eigentum, ist vor allem ein Lebensphaseneffekt erkennbar (s. Tab. 51 im Anhang). In den Altersklassen von 15 bis 25 bucht man seltener Ferienhäuser und im Alter von 29 bis einschließlich 43 Jahren eindeutig häufiger. Es sind keine weiteren nennenswerten Effekte zu verzeichnen. Lediglich ab dem Alter von 77 Jahren wird das Interesse an der Buchung eines Ferienhauses oder einer Ferienwohnung geringer.

Die Periodeneffekte sind stark. Bis 1983 ist der Einfluss der Jahre auf die Wahl des Ferienhauses negativ und ab 1995 hoch signifikant positiv.

Für die Generationen gibt es wenige nennenswerte Effekte. Über die 68er lässt sich keine Aussage treffen. Die Babyboomer haben fünf positiv wirkende Kohorten und sind demnach tendenziell an der Buchung von Ferienhäusern interessierter. Die Generation X kann wiederum mit nur zwei und die Generation Y mit nur einer signifikanten Kohorte(n) keinen Generationeneffekt vorweisen. Auch dies entspricht genau der Grafik.

Tab. 18: Anzahl der Kohorten einer Generation mit einem signifikanten Einfluss auf die Wahl eines Ferienhauses oder einer Ferienwohnung (positiv oder negativ).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
1 -/ 1 +	5 +	1 -/ 1 +	1 +

Pension

In einer Pension seinen Haupturlaub zu verbringen, wird erst im höheren Alter interessant (s. Tab. 52 im Anhang). Im Alter von 14 bis 37 Jahren übernachtet man signifikant weniger in einer Pension. Ab 49 Jahren zeigen dann die meisten Altersklassen einen leicht positiven Effekt.

Hinsichtlich der Periodeneffekte ist zu erkennen, dass Pensionen im Zeitverlauf an Bedeutung verloren haben. Der Einfluss der Jahre ist deutlich.

Sehr eindeutig sind auch die Effekte der drei älteren Generationen. Die 68er übernachteten seltener in Pensionen. Nur eine Kohorte ist nicht signifikant. Babyboomer übernachteten ebenfalls weniger in Pensionen, wobei sogar jede Kohorte einen hoch signifikanten Effekt zeigt. Auch wenn bei der Generation X der Fall weniger klar ist, lässt sich auch hier noch eine geringere Neigung für diese Übernachtungsform erkennen. Neun der 15 Kohorten zeigen einen Einfluss auf die Wahl der Pension. Keinen Effekt zeigt hingegen die Generation Y.

Tab. 19: Anzahl der Kohorten einer Generation mit einem signifikanten Einfluss auf die Wahl einer Pension (positiv oder negativ).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
10 -	11 -	9 -	0

Privatzimmer

In Bezug auf die Wahl des Privatzimmers lässt sich sagen, dass es praktisch keinen Alterseffekt gibt (s. Tab. 53 im Anhang). Nur wenige Altersklassen haben einen signifikanten Einfluss. In seinen 40ern und mit Anfang 50 zeigt man eine leichte Tendenz, häufiger in einem Privatzimmer zu übernachten und in seinen 70ern eher seltener.

Der Periodeneffekt hingegen ist wieder stark und überwiegend hoch signifikant. Er zeigt die abnehmende Beliebtheit des Privatzimmers im Zeitverlauf, wobei die einzelnen Effektstärken nach dem Jahr 2000 recht konstant auf einem Niveau liegen.

Die 68er übernachten tendenziell weniger in Privatunterkünften. Es gibt sechs signifikante Effekte, die leicht negativ wirken. Die Babyboomer mögen Privatzimmer eindeutig weniger. Jede Kohorte ist signifikant. Im Fall der Generation X zeigen nur die ersten fünf Geburtsjahrgänge einen Einfluss, der ebenfalls noch negativ ist. Hinsichtlich der jüngsten Generation gibt es keinen Effekt.

Tab. 20: Anzahl der Kohorten einer Generation mit einem signifikanten Einfluss auf die Wahl eines Privatzimmers (positiv oder negativ).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
6 -	11 -	5 -	0

Camping im Zelt

Entsprechend der Erwartungen hängt die Wahl des Zelts als Unterkunft mit dem Alter zusammen (s. Tab. 54 im Anhang). Im Alter von 14 bis 29 Jahren übernachtet man eher im Zelt. Der Effekt ist gerade zwischen 18 und 20 Jahren sehr stark ($x > 0,100$; $p = 0,000$). Ab dem Alter von 33 Jahren schläft man seltener im Zelt.

Der Periodeneffekt zeigt das bekannte Bild. Signifikante Effekte in nahezu jedem Jahr und eine abnehmende Beliebtheit der Übernachtung im Zelt sind deutlich zu erkennen. Alle Effekte sind jedoch eher schwach.

Die Kohorten zeigen starke Effekte. Die 68er übernachteten ohne Ausnahme signifikant häufiger im Zelt. Gleiches gilt für die Babyboomer, wobei dieses Mal der Effekt hier stärker ist als bei den Vorgängern. Bei der Generation X ist erneut der Wendepunkt zu erkennen. Neun Jahrgänge, vor allem die älteren, zeigen einen signifikant positiven Effekt. Interessant ist das Ergebnis zur Generation Y. Die Hypothese 3.3 geht von einem positiven Einfluss der Generation auf Campingreisen aus und kann hier nicht bestätigt werden. Alle geschätzten Effekte sind negativ und die deutliche Mehrheit davon ist signifikant. Die Generation Y schläft weniger im Zelt.

Tab. 21: Anzahl der Kohorten einer Generation mit einem signifikanten Einfluss auf die Wahl eines Zelts (positiv oder negativ).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
11 +	11 +	9 +	10 -

Wohnwagen/-mobil

Für Wohnwagen- bzw. Wohnmobilreisen gibt es keine Alterseffekte (s. Tab. 55 im Anhang). Die neun signifikanten Einflüsse, die in den Altersklassen zwischen 14 und 80 Jahren zu erkennen sind, wirken so gering, dass man sie vernachlässigen kann.

Die Periodeneffekte sind ebenfalls wenig deutlich. Zwar sind hier etwas mehr Fälle signifikant, die Effektstärke ist dennoch gering. Auch gibt es keinen klaren Trend. Ab 1982 sind alle signifikanten Einflüsse leicht positiv.

Da die Alters- und Periodeneffekte sehr schwach sind, stellt sich besonders die Frage nach den Generationeneffekten. Der bisherigen Forschung zufolge verreisen die 68er häufiger mit dem Wohnwagen als die zwei jüngsten Generationen. Tatsächlich lassen sich mit Ausnahme einer Kohorte bei den 68ern signifikant positive Effekte erkennen, die zumindest zum Teil auch etwas stärker sind als im vorherigen Fall. Die Hypothese 3.1 wird somit bestätigt: Die 68er verreisen häufiger mit dem Wohnwagen. Die Babyboomer schließen sich ihnen an. Alle Effekte sind positiv und fünf davon

signifikant. Für die Generation X wurde angenommen, dass diese weniger mit Wohnwagen verreist. Es zeigen sich überwiegend negative Effekte, aber nur zwei sind signifikant. Man kann der Hypothese 3.2 also nur mit Einschränkungen zustimmen. Gleiches gilt für Millennials. Die Effekte sind fast alle negativ, aber nur zwei signifikant, sodass auch H3.4 nur mit Einschränkungen angenommen werden kann. Dennoch ist es wichtig zu betonen, dass im Fall von Wohnwagen- und Wohnmobilreisen ausnahmsweise fast nur die Kohorteneffekte zur Erklärung von Nachfrageveränderungen beitragen. Die Ergebnisse passen erneut zur graphischen Darstellung.

Tab. 22: Anzahl der Kohorten einer Generation mit einem signifikanten Einfluss auf die Wahl eines Wohnwagens bzw. Wohnmobils (positiv oder negativ).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
10 +	5 +	2 -	2 -

Freunde und Verwandte

Die Alterseffekte in Bezug auf Besuche von Freunden und Verwandten zeigen den Trend zu einer höheren Nachfrage im höheren Alter (s. Tab. 56 im Anhang). Viele Altersgruppen lassen jedoch keinen Einfluss erkennen. In den Altersklassen von 18 bis 22 und von 34 bis 43 Jahren (39 ist nicht signifikant) fährt man weniger zur Verwandtschaft. Im hohen Alter hingegen von 71 bis 80 Jahren (73 ist nicht signifikant) zeigt sich deutlich der Trend zum Besuch der Familie.

Der Periodeneffekt zeigt keinen starken Umschwung. Es lässt sich jedoch sagen, dass man Anfang der 1980er Jahre noch etwas eher die Familie oder Freunde besucht hat und Mitte der 1980er schon eher weniger. Deutlich zu sehen, ist der Höhepunkt im Jahr 1990 nach dem Mauerfall ($x = 0,051$; $p = 0,000$). In den folgenden zwei Jahren ist der Effekt immer noch positiv, wobei dann für den Rest der Perioden nur noch negative Einflüsse zu erkennen sind. Bereits im Jahr 1993 fuhr man weniger zur Verwandtschaft ($x = -0,063$; $p = 0,000$).

Die Kohorten zeigen die stärksten Effekte. Die 68er fahren nicht zur Verwandtschaft. Jede einzelne Kohorte zeigt einen hoch signifikanten und starken Effekt. Die Babyboomer verhalten sich vergleichbar, mit nur etwas geringeren Effektstärken. Der

Wendepunkt fällt wieder in die Generation X. Vier Kohorten sind signifikant negativ und zwei signifikant positiv. Der Hinweis auf einen Wendepunkt deutet schon den Effekt der Generation Y an. Eindeutig fahren Millennials eher zu Verwandten und Freunden. Alle Einflüsse sind positiv und zehn davon signifikant. Der Mittelwertvergleich liefert die gleichen Ergebnisse, nur zeigte auch die Generation X in dem Fall ein stärkeres Interesse.

Tab. 23: Anzahl der Kohorten einer Generation mit einem signifikanten Einfluss auf die Übernachtungen bei Freunden und Verwandten (positiv oder negativ).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
11 -	11 -	4 -/ 2 +	10 +

Insgesamt kann die Hypothese 3 bestätigt werden. Die Generationszugehörigkeit hat einen Einfluss auf die Unterkunftswahl.

5.3.2.4 Reiseausgaben

Das Alter beeinflusst die Reiseausgaben (s. Tab. 57 im Anhang). Von 26 bis 52 Jahren gibt man mehr Geld für Reisen aus (30, 32–34, 36 und 38 sind nicht signifikant), wobei schon bei 29 Jahren der Höhepunkt zu erkennen ist ($x = 74,879$; $p = 0,000$). Der Großteil der Altersklassen in den 20ern und 30ern zeigt jedoch deutlich geringere Effektstärken. Insgesamt sind im Alter von Mitte 40 bis Anfang 50 die Ausgaben am höchsten. Ab dem Alter von 60 Jahren gibt man weniger für seinen Hauptjahresurlaub aus, wobei bei 80 Jahren der Tiefpunkt erreicht ist ($x = -105,938$; $p = 0,000$).

Die Jahre zeigen viele starke Effekte, wobei hier auch die Inflationsrate und die Währungsumstellung abgebildet werden. Es zeigt sich übergreifend eine deutliche Entwicklung. Ein zunächst starker negativer Effekt in den 1980er Jahren hält bis 1991 an (1989 ist nicht signifikant). Ab 1995 ist jedes Jahr hoch signifikant positiv, wobei ein ansteigender Trend, besonders ab dem Jahr 2000, zu erkennen ist, sodass in den letzten Jahren am meisten ausgegeben wurde. Der Einfluss der Finanz- und Wirtschaftskrise ist wieder gut zu erfassen.

Die Kohorten zeigen nur teilweise signifikante Effekte. Die 68er geben ganz offensichtlich mehr für ihren Hauptjahresurlaub aus. Jede Kohorte zeigt einen hoch signifikanten positiven Effekt. Besonders die Jahrgänge 1940 bis 1943 geben gerne mehr aus. Babyboomer lassen nur eine Tendenz zu höheren Ausgaben erkennen. Vier Kohorten sind signifikant und wirken dabei leicht positiv. Damit wird die Hypothese 4.1 teilweise bestätigt: Babyboomer geben mit Einschränkungen mehr Geld aus. Die Generation X gibt auch eher mehr aus, wobei dies nur auf die älteren Jahrgänge zutrifft. Über die Generation Y lässt sich nichts sagen, wodurch H4.2 teilweise bestätigt wird: Die Generation investiert zumindest weniger Geld in ihren Urlaub als die drei anderen Generationen. Insgesamt kann H4 angenommen werden: Die Generationszugehörigkeit hat einen Einfluss auf die Reiseausgaben.

Tab. 24: Anzahl der Kohorten einer Generation mit einem signifikanten Einfluss auf die Reiseausgaben (positiv oder negativ).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
11 +	4 +	1 -/ 4 +	0

5.3.2.5 Reisedauer

Nennenswerte Alterseffekte in Bezug auf die Dauer der Reise lassen sich nur in den höheren Altersklassen finden (s. Tab. 58 im Anhang). Im Alter von 63 bis 70 Jahren reist man länger (68 ist nicht signifikant).

Im Fall der Reisedauer haben die Jahre einen ganz besonders starken und signifikanten Einfluss. Man kann erkennen, wie die Dauer im Zeitverlauf immer kürzer wurde. Der Wandel lässt sich hier in erster Linie auf die Periodeneffekte zurückführen.

Die Kohorten zeigen keine eindeutigen Effekte. Die 68er umfassen eine positiv sowie zwei negativ wirkende und die Babyboomer nur zwei negativ wirkende Kohorten. Die Generation X hat, wie auch die 68er, eine positive sowie zwei negative Kohorten. Millennials lassen immerhin vier negative Einflüsse erkennen, die auch signifikant sind. Die älteren Mitglieder der Generation kennzeichnet eine geringere Reisedauer. H5.1 kann daher mit Einschränkungen bestätigt werden: Tendenziell reist die Generation Y kürzer, was auch die Grafik bereits zeigte. Insgesamt sind die Einflüsse der

Generationen aber so gering, dass die Hypothese 5 abgelehnt werden muss: Die Generationszugehörigkeit hat nahezu keinen Einfluss auf die Dauer der Reise.

Tab. 25: Anzahl der Kohorten einer Generation mit einem signifikanten Einfluss auf die Reisedauer (positiv oder negativ).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
2 -/ 1 +	2 -	2 -/ 1 +	4 -

5.3.2.6 Destination

Im Hinblick auf die Frage nach der gewählten Destination werden zunächst nur die Inlandsreisen betrachtet. Im Fall der Auslandsreisen wird erst übergreifend auf die Effekte bei europaweiten Reisen und danach bei Reisen außerhalb Europas eingegangen. Es werden nicht für alle einzelnen Destinationen alle drei Effekte präsentiert, sondern nur die stärksten Kohorteneinflüsse vorgestellt.

Inland

Betrachtet man das Reiseland Deutschland, fällt der außergewöhnlich starke Alterseffekt ins Auge (s. Tab. 59 im Anhang). Nahezu jede Altersklasse ist hoch signifikant, wobei man im Alter von 14 bis 50 Jahren seltener und ab 55 Jahren häufiger im Inland verreist. Man sieht einen eindeutigen Trend. Während besonders in den Altersklassen um die 20 noch wesentlich weniger Urlaub in Deutschland gemacht wird, kommt es danach zu einer Steigerung der Attraktivität der Bundesrepublik bis ins hohe Alter.

Die Jahre haben ebenfalls überwiegend einen signifikanten Einfluss. Am Anfang der 1980er Jahre fuhr man häufiger innerhalb Deutschlands in den Urlaub und am Ende der 1980er seltener. Im Jahr 1990 ist der positive Einfluss des Mauerfalls sehr gut zu erkennen ($x = 0,070$; $p = 0,000$). Ab 1995 reiste man weniger im Inland, wobei sich der Effekt mit den Jahren nicht mehr viel verändert, sondern nur leicht schwankt. 2004 ($x = -0,073$; $p = 0,000$) und 2005 ($x = -0,070$; $p = 0,000$) wirkten besonders negativ auf den Urlaub in Deutschland.

Die 68er reisen deutlich weniger innerhalb Deutschlands. Durchgehend starke und hoch signifikante Effekte in allen Kohorten zeigen ein deutliches Bild davon. Sogar die

Babyboomer verbringen ihren Urlaub seltener im eigenen Land. Alle Effekte sind hoch signifikant und relativ stark. H6.1 wird abgelehnt: Babyboomer reisen nicht häufiger, sondern sogar deutlich weniger innerhalb Deutschlands. Auch die Generation X ist seltener im Inland unterwegs. Selbst wenn nicht mehr alle Kohorten signifikant sind, ist der Einfluss eindeutig. H6.3 wird abgelehnt: Die Generation X reist nicht häufiger im Inland. Für Millennials lässt sich hingegen kein Effekt erkennen.

Tab. 26: Anzahl der Kohorten einer Generation mit einem signifikanten Einfluss auf die Wahl eines Urlaubs in Deutschland (positiv oder negativ).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
11 -	11 -	11 -	1 -

Europäisches Ausland

Für das europäische Ausland sind ebenfalls sehr starke und signifikante Alterseffekte zu erfassen (s. Tab. 60 im Anhang). Im Alter von 14 bis 42 Jahren (37 ist nicht signifikant) reist man häufiger ins europäische Ausland und ab 52 Jahren seltener, wobei wieder ein übergreifender Trend festzustellen ist. Von extrem beliebt zu extrem unbeliebt wandelt sich das Interesse an Auslandsreisen innerhalb Europas mit zunehmendem Alter.

Der Periodeneffekt ist nicht ganz eindeutig. In den 1980er Jahren reiste man öfter ins europäische Ausland. Anfang der 1990er, durch die Wende eingeleitet, wurden die Reisen weniger, um die Jahrtausendwende häufiger und in den Jahren 2008 bis 2012 eher wieder seltener. Viele Effekte sind nicht signifikant.

Die 68er fahren häufiger ins europäische Ausland. Alle Effekte sind stark und signifikant. Gleiches gilt für Babyboomer mit nur etwas schwächeren Effekten. Über die Generation X und die Generation Y lässt sich hier nichts aussagen.

Tab. 27: Anzahl der Kohorten einer Generation mit einem signifikanten Einfluss auf die Wahl einer Destination im europäischen Ausland (positiv oder negativ).

	68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
Ausland Europa	11 +	11 +	1 -/ 1 +	0
Spanien	6 +	1 +	1 +	8 +
Italien	7 +	3 +	1 -	1 -
Österreich	3 +	10 -	12 -	1 -
Griechenland	1 +	10 +	3 +	2 -/ 1 +
Frankreich	9 +	11 +	1 -/ 4 +	4 -
Niederlande	1 +	4 +	2 +	2 +
Portugal	2 +	7 +	6 +	0
Großbritannien	4 +	5 +	1 -/ 4 +	3 -/ 3 +
Irland	1 +	2 +	4 +	1 +
Skandinavien	9 +	9 +	1 -/ 1 +	1 -
Schweiz	0	3 -	1 -	0

Betrachtet man nun ausschließlich die signifikanten Kohorteneffekte für einzelne Destinationen innerhalb Europas, ergibt sich folgendes Bild (s. Tab. 62–72 im Anhang). Das beliebteste Reiseland der Deutschen außerhalb Deutschlands ist **Spanien** (vgl. FUR, 2018, S. 3). Von den vier Generationen ist vor allem die Generation Y an dieser Destination interessiert (acht signifikante Kohorten), wobei auch die 68er Interesse an Spanien zeigen (sechs Kohorten signifikant), welche jedoch wiederum am stärksten Reisen nach **Italien** bevorzugen (sieben Kohorten signifikant). **Frankreich** ist ebenfalls bei den 68ern (neun Kohorten signifikant) und auch den Babyboomern (alle signifikant) beliebt. Ältere Vertreter der Generation X reisen auch noch nach Frankreich, die Generation Y hingegen tendenziell weniger (vier Kohorten signifikant). **Skandinavien** wird von den 68ern (neun signifikant) und den Babyboomern (neun signifikant) bevorzugt. **Griechenland** wird ebenfalls gerne von Babyboomern (zehn signifikant) besucht, während **Österreich** hier ein weniger beliebtes Reiseziel ist (zehn signifikant). Auch die Generation X reist seltener nach Österreich (zwölf signifikant). Babyboomer (sieben signifikant) und die Generation X (sechs signifikant) fahren oder fliegen stattdessen lieber nach **Portugal**. Babyboomer reisen zudem tendenziell gerne nach **Großbritannien** (fünf signifikant) und in die **Niederlande** (vier signifikant), während die Generation X eher **Irland** besucht (vier signifikant).

Außereuropäisches Ausland

Hinsichtlich der Reisen außerhalb Europas, zeigt sich wieder ein deutlicher Alterseffekt (s. Tab. 61 im Anhang). Reist man im Alter von 14 bis 18 Jahren noch eher seltener ins außereuropäische Ausland, sind entsprechende Reisen in den Altersklassen von 23 bis 54 Jahren eindeutig von Interesse. Ab dem Alter von 65 Jahren werden die Reisen dann zunehmend weniger attraktiv.

Der Periodeneffekt entspricht den Erwartungen und ist hoch signifikant. Im Zeitverlauf wurden immer mehr außereuropäische Destinationen bereist.

Bei den 68ern ist zu erkennen, dass sie weniger ins entfernte Ausland reisen. Fünf Kohorten sind signifikant und zeigen einen leicht negativen Effekt. Drei Kohorten der Babyboomer deuten auf einen eher positiven Effekt hin. Auch hier ist damit die Aussage wenig präzise. Wiederum eindeutig ist das Interesse der Generation X an Reisen ins außereuropäische Ausland. Nur die Kohorte 1978 ist nicht signifikant. Millennials reisen auch eher mehr ins entfernte Ausland. Zumindest ist das Interesse bei den älteren Vertretern der Generation zu erkennen.

Auch in diesem Fall ergibt sich die Frage, wie die Kohorteneffekte für einzelne Destinationen aussehen (s. Tab. 73–85 im Anhang). Die 68er fliegen eindeutig weniger in die **Türkei** (zehn signifikant). Dafür zeigen die Generation X (neun signifikant) und die Generation Y (acht signifikant) ein klares Interesse an dieser Destination. Die Generation X fliegt außerdem gerne in die **Karibik** (acht signifikant). An **Südostasien** sind die Babyboomer (fünf signifikant) und die Generation X (sechs signifikant) am interessiertesten. Viele exotischere Destinationen haben aufgrund ihrer Entfernung zu Deutschland einen geringen Marktanteil, sodass nur wenige befragte Personen angegeben haben, eine Reise in ein entsprechendes Land gemacht zu haben. Daher sind die Effekte hier immer nur schwach und selten signifikant. Um dennoch die zahlreichen entfernten Ziele in der Welt zu berücksichtigen, werden nun auch die Effekte von Generationen mit wenigen signifikanten Kohorten aufgeführt. So zeigen z. B. die 68er am ehesten Interesse an China (drei signifikant) und die Generation X an den USA (drei signifikant), Nordafrika (drei signifikant) und Indien (vier signifikant; Indien einschließlich Pakistan, die Malediven, Sri Lanka und Nepal). Die Generation Y zeigt

hingegen eine Neigung für Australien (drei signifikant) sowie ebenfalls Nordafrika (drei signifikant).

Tab. 28: Anzahl der Kohorten einer Generation mit einem signifikanten Einfluss auf die Wahl einer Destination im außereuropäischen Ausland (positiv oder negativ).

	68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
Sonst. Ausland	5 -	3 +	14 +	6 +
Türkei	10 -	4 -	9 +	8 +
USA	2 -	2 -/ 1 +	3 +	1 +
Südostasien	0	5 +	6 +	1 +
Australien	0	1 -	2 +	3 +
Karibik	1 +	3 +	8 +	1 +
Nordafrika	0	2 +	3 +	3 +
Südliches Afrika	1 +	1 +	2 +	1 +
Indien	0	1 +	4 +	0
China	3 +	0	2 +	1 +
Mittelamerika	1 -	0	1 -/ 1 +	0
Südamerika	1 +	2 +	2 +	0
Kanada	0	1 +	1 +	0
Alaska	1 +	1 +	1 +	1 +

Zunächst kann zweifellos die Hypothese 6 bestätigt werden: Die Generationszugehörigkeit hat einen Einfluss auf die Destinationswahl. H6.2 kann auch angenommen werden: Babyboomer reisen häufiger in etablierte Destinationen, wie sie besonders in Europa zu finden sind, wobei durchaus auch Ziele wie Südostasien für sie von Interesse sind. Da die Generation X im Vergleich zu den anderen Generationen signifikant mehr ins außereuropäische Ausland reist, kann H6.4 nicht angenommen werden: Diese Generation reist nicht eher in etablierte Ziele. Hinsichtlich der Millennials ist das Bild unklarer als erwartet. Obwohl gerade die älteren Kohorten häufiger ins außereuropäische Ausland reisen und Spanien überaus beliebt ist, bleibt der Effekt bei Inlandsreisen und Europareisen allgemein jedoch aus. Der H6.5 kann somit nur mit Einschränkungen zugestimmt werden: Die Generation reist nur tendenziell mehr ins Ausland. Dass vor allem exotische und weniger touristisch entwickelte Länder von der Generation bereist werden, kann nicht eindeutig belegt werden, da die Türkei, Nordafrika und Australien kaum als wenig touristisch entwickelt zu bezeichnen sind. Der Generation X kann man hingegen ein deutliches Interesse an exotischen Ländern attestieren, sodass H6.6 nicht zugestimmt werden kann: Millennials reisen nicht

häufiger in weniger touristisch entwickelte Destinationen. Auch dass die Generation Y mehr Fernreisen macht (H6.7), geben die Daten nur eingeschränkt her. Da Millennials zumindest etwas öfter außerhalb Europas und nach Australien reisen, wird die Hypothese eingeschränkt angenommen.

5.3.2.7 Reiseart

Die Reisearten wurden recht differenziert kodiert. Das hat den Hintergrund, dass man im Fall von Reisearten zum Teil auch auf die Motive der Reise schließen kann. Daher geben die folgenden Ausführungen weitreichende Einsichten in das Reiseverhalten der Generationen.

Ein Problem ergibt sich jedoch hinsichtlich der Interpretation der Periodeneffekte. Es fehlen zunächst einmal grundsätzlich alle Daten für die Jahre 1990 bis 1999, da in den entsprechenden Erhebungen die Reisearten einzeln abgefragt wurden und dadurch Mehrfachantworten möglich waren (vgl. Kapitel 5.2.3). Hinzu kommt die Schwierigkeit, dass einige Arten im Zeitverlauf aus den Antwortmöglichkeiten gestrichen und andere hinzugefügt wurden. Nun konnte man zwar für jede Reiseart entsprechend nur die Jahre auswerten, in denen die Art abgefragt wurde, jedoch ergab sich daraus noch ein weiteres Problem. Die Optionen, die neben einer Reiseart zur Auswahl standen, beeinflussten deutlich die Zustimmung. So hat der Erholungsurlaub im Zeitverlauf an Zustimmung verloren, da sehr wahrscheinlich ein Teil der Erholungsurlauber zu Strandurlaubern geworden ist. Hier wäre jedoch auch keine Zusammenführung der Variablen sinnvoll gewesen, da Strandurlaub nicht mit Erholungsurlaub gleichzusetzen ist. In jedem Fall sind die Periodeneffekte wenig aussagekräftig und werden nicht vorgestellt, außer wenn die Reiseart nur in einem Zeitraum abgefragt wurde, in dem es keine Veränderung der Antwortoptionen gab. Etwas betroffen sind von diesem Problem auch die anderen Effekte.

Erlebnisreisen

Erlebnisreisen zeigen einen starken Alterseffekt (s. Tab. 86 im Anhang). Im Alter von 14 bis 26 Jahren unternimmt man signifikant mehr Erlebnisreisen, wobei der Effekt bis zum Alter von 21 Jahren besonders stark ist. In den Altersklassen von 29 bis 62 Jahren

ist der Effekt dann negativ und ebenfalls hoch signifikant. Interessanterweise werden im sehr hohen Alter ab 72 Jahren noch einmal etwas mehr Erlebnisreisen durchgeführt.

In Bezug auf die Kohorten lassen sich auch starke Effekte erkennen. Die 68er unternehmen häufiger Erlebnisreisen. Alle Kohorten sind hoch signifikant und zeigen einen deutlichen Effekt. Auch Babyboomer machen eher öfter Erlebnisreisen, auch wenn nicht alle Effekte das gleiche Vorzeichen haben (sieben positiv, zwei negativ). Die Generation X unternimmt hingegen eindeutig seltener Erlebnisreisen (13 signifikant). Die Effekte für Millennials konnten nicht geschätzt werden. H7.8 muss daher abgelehnt werden: Es lässt sich nicht sagen, dass die Generation Y mehr Reisen dieser Art macht.

Tab. 29: Anzahl der Kohorten einer Generation mit einem signifikanten Einfluss auf die Wahl einer Erlebnisreise (positiv oder negativ).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
11 +	2 -/ 7 +	13 -	–

Vergnügungs-, Spaß- und Party-Reisen

Vergnügungsreisen, die auch Spaß- und Partyreisen umfassen, unternimmt man vor allem in jungen Jahren (s. Tab. 87 im Anhang). Im Alter von 15 bis 31 Jahren ist der Effekt klar positiv und um die 20 besonders stark ausgeprägt. Ab dem Alter von 46 Jahren macht man dann weniger Reisen dieser Art, wobei einige Altersklassen nicht signifikant sind (51, 52, 55, 58 und 77).

Die 68er unternehmen mit fünf signifikanten Kohorten tendenziell seltener Vergnügungsreisen. Über die Babyboomer lässt sich hier keine Aussage treffen. Die Generation X unternimmt hingegen mehr Vergnügungsreisen als ihre Vorgänger und zeigt neun signifikante Kohorten. Für die Millennials konnten erneut für zahlreiche Kohorten keine Effekte geschätzt werden, sodass nur zwei positive Einflüsse zu erfassen sind. H7.9 kann demnach nur mit starken Einschränkungen angenommen werden: Millennials zeigen ein etwas größeres Interesse daran, Vergnügungsreisen zu unternehmen.

Tab. 30: Anzahl der Kohorten einer Generation mit einem signifikanten Einfluss auf die Wahl einer Vergnügungs-, Spaß- bzw. Party-Reise (positiv oder negativ).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
5 -	1 +	9 +	2 +

Strand- und Sonnenurlaube

Der Sonnen- und Strandurlaub zeigt einen starken Alterseffekt (s. Tab. 88 im Anhang). Bis zum Alter von 44 Jahren ist diese Reiseform sehr beliebt. Ab dem Alter von 51 Jahren und insbesondere im hohen Alter ab 70 Jahren ist das Interesse an Strandurlaube hingegen deutlich geringer (56 ist nicht signifikant).

Hinsichtlich der Kohorten zeigen sich zum Teil starke Effekte. Die 68er fahren eindeutig eher an den Strand und in die Sonne. Alle Effekte sind hier signifikant. Auch Babyboomer (acht signifikant) und die große Mehrheit der Generation X (acht positiv, eine negativ signifikant) mögen Strandurlaube. Die Hypothese 7.1 muss daher abgelehnt werden: Babyboomer machen nicht weniger Strandurlaube als andere Generationen, sondern sogar mehr. In Bezug auf die Millennials gibt es wieder nur wenige Kohorten, für die ein Effekt geschätzt werden konnte, sodass nur eine Kohorte einen signifikant positiven Effekt zeigt.

Tab. 31: Anzahl der Kohorten einer Generation mit einem signifikanten Einfluss auf die Wahl eines Strandurlaubs (positiv oder negativ).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
11 +	8 +	1 -/ 8 +	1 +

Erholungs- und Ausruhurlaube

Erholungs- und Ausruhurlaube sind bis zum Alter von 25 Jahren weniger begehrt (s. Tab. 89 im Anhang). Die Altersklassen von 30 bis 61 Jahren legen dagegen eindeutig ihren Fokus auf die Erholung, zumindest legt die gewählte Reiseart dieses Motiv nahe (58 nicht signifikant). Ab dem Alter von 65 Jahren ist dieser Effekt dann wieder deutlich negativ (66 nicht signifikant).

Im Fall der Kohorten kann man erneut einige Unterschiede erkennen. Für die 68er ist noch kein klarer Einfluss auszumachen (vier positiv, eine negativ wirkende Kohorte). Jede Kohorte der Babyboomer zeigt hingegen einen hoch signifikanten, negativen und

starken Effekt. Babyboomer machen demnach deutlich weniger Erholungsreisen. Die sieben signifikanten Kohorten der Generation X wirken auch negativ, sodass hier scheinbar ebenfalls weniger Wert auf Erholung im Urlaub gelegt wird. Über Millennials lässt sich diesbezüglich nichts sagen. Die Hypothese 7.10, dass Millennials mehr Erholungsurlaube unternehmen, kann nicht bestätigt werden.

Tab. 32: Anzahl der Kohorten einer Generation mit einem signifikanten Einfluss auf die Wahl eines Erholungs- bzw. Ausruhurlaubs (positiv oder negativ).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
1 -/ 4 +	11 -	7 -	0

Familienreisen

Den Erwartungen entsprechend macht man vor allem in einer bestimmten Lebensphase Familienurlaub (s. Tab. 90 im Anhang). Im Alter von 14 Jahren reist man häufiger mit der Familie und wahrscheinlich auch noch mit den eigenen Eltern, bevor der Effekt der Altersklassen von 15 bis 25 deutlich negativ ist. In der Altersgruppe von 29 bis 45 zeigt sich dann die Lebensphase mit Kindern und Familienurlaubs. Hoch signifikante und starke Effekte lassen sich besonders im Alter von 32 bis 42 Jahren finden. Ab der Altersklasse von 52 Jahren sind die Effekte zwar negativ, aber viele sind nicht signifikant.

Für die Schätzung der Effekte für diese Reiseart waren nur die Daten für die Jahre 2000 bis 2012 verfügbar, wobei in diesem Zeitraum keine Veränderung der Antwortoptionen in Bezug auf die Frage zu den Reisearten vorgenommen wurde. Somit ist die Aussage möglich, dass in den Jahren 2009 bis 2012 mehr Familienreisen unternommen wurden und am Anfang des Jahrtausends eher weniger.

Die Ergebnisse zu den Generationen sind sehr aufschlussreich. So machen die 68er tendenziell weniger Familienreisen (vier signifikante Kohorten). Auch Babyboomer haben mit acht signifikanten Kohorten deutlich weniger Interesse an dieser Reiseart. H7.2 muss somit abgelehnt werden: Es kann nicht die Aussage getroffen werden, dass Babyboomer mehr Familienreisen machen. Vier Kohorten der Generation X weisen auf ein Interesse an Familienurlaubs hin. Da über die Generation Y keine Aussage

möglich ist, kann auch H7.11 nicht bestätigt werden: Millennials unternehmen nicht mehr Familienreisen als ihre Vorgänger.

Tab. 33: Anzahl der Kohorten einer Generation mit einem signifikanten Einfluss auf die Wahl eines Familienurlaubs (positiv oder negativ).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
4 -	8 -	4 +	0

Natururlaube

Natururlaube unternimmt man eher im Seniorenalter (s. Tab. 91 im Anhang). Im Alter von 16 bis 44 Jahren ist der Effekt deutlich negativ (41 nicht signifikant). Später im Leben, in der Altersgruppe von 60 bis 80 Jahren, macht man häufiger Natururlaube (74 und 78 nicht signifikant). Besonders ausgeprägt ist das Interesse daran im Alter von 79 ($x = 0,077$; $p = 0,000$) und 80 Jahren ($x = 0,071$; $p = 0,000$).

Im Fall der Perioden können erneut nur die Jahre 2000 bis 2012 betrachtet werden, wobei sich hier kaum Effekte zeigen.

Über die Generationen lässt sich ebenfalls nicht viel aussagen. Die 68er haben eine leichte Tendenz dazu, mehr Naturreisen zu unternehmen und die Babyboomer eine leichte Tendenz dazu, weniger Reisen dieser Art zu machen (jeweils drei signifikant). Demnach wird die Hypothese 7.3 abgelehnt: Babyboomer haben kein stärkeres Interesse an Naturreisen. Sechs Kohorten der Generation X weisen auch hier auf eine eher geringere Neigung zu Natururlauben hin. H7.7 muss daher ebenfalls abgelehnt werden. Auch Millennials haben eher weniger Interesse an dieser Reiseart (sechs signifikant).

Tab. 34: Anzahl der Kohorten einer Generation mit einem signifikanten Einfluss auf die Wahl eines Natururlaubs (positiv oder negativ).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
3 +	3 -	6 -	6 -

Sport- und Aktivurlaube

Sport ist erwartungsgemäß ein Thema der jüngeren Altersgruppen (s. Tab. 92 im Anhang). Im Alter von 14 bis 17 Jahren unternimmt man mehr Sportreisen. Die Effekte

sind hier hoch signifikant. Bis zum Alter von 25 Jahren sind die Effekte, falls sie signifikant sind, auch positiv. Das trifft jedoch nur noch auf die Altersklassen 19, 21, 22, 24 und 25 zu. Danach gibt es kaum noch Alterseinflüsse.

In Bezug auf die Kohorten sieht man im Fall der 68er ein deutliches Interesse an Sportreisen. Jede Kohorte ist signifikant. Babyboomer sind auch eher aktiv im Urlaub. Immerhin findet man fünf signifikante Effekte. Daher kann H7.4 bestätigt werden, die besagt, dass Babyboomer mehr Aktivreisen unternehmen. Etwas unklarer hingegen ist das Ergebnis für die jüngeren Generationen. Hinsichtlich der Generation X zeigen vier der 15 Kohorten einen positiven Effekt und im Fall der Generation Y weisen von den bis zum Jahrgang 1988 geschätzten Effekten zwei auf einen signifikant negativen Einfluss hin, sodass H7.12 abgelehnt werden muss: Millennials sind nicht aktiver als andere Generationen.

Tab. 35: Anzahl der Kohorten einer Generation mit einem signifikanten Einfluss auf die Wahl eines Sport- bzw. Aktivurlaubs (positiv oder negativ).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
11 +	5 +	4 +	2 -

Gesundheitsurlaube

Bei Kur- und Gesundheitsurlaube gibt es wieder einen starken Alterseffekt (s. Tab. 93 im Anhang). Bis zum Alter von 52 Jahren ist diese Reiseart deutlich unbeliebter. In späteren Lebensphasen, ab der Altersklasse von 62 Jahren, werden häufiger Gesundheitsreisen unternommen, wobei eine Zunahme der Effektstärke bis ins höchste Alter zu erkennen ist.

Die 68er machen weniger Gesundheitsreisen (neun signifikante Effekte) und Babyboomer unternehmen zweifellos weniger Reisen dieser Art, da hier jede Kohorte hoch signifikant ist. Die ältesten acht Jahrgänge der Generation X machen auch weniger Reisen mit einem Fokus auf Gesundheit. Über Millennials lässt sich diesbezüglich keine Aussage treffen. Gesundheitsreisen sind lediglich bei den viel älteren Generationen beliebt.

Tab. 36: Anzahl der Kohorten einer Generation mit einem signifikanten Einfluss auf die Wahl eines Gesundheitsurlaubs (positiv oder negativ).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
9 -	11 -	8 -	0

Kulturreisen

Kulturreisen, die auch Bildungs-, Sightseeing- und Studienreisen umfassen, zeigen ebenfalls Alterseffekte (s. Tab. 94 im Anhang). Besonders die jüngeren Altersklassen bis 24 Jahre haben ein Interesse an Kultur. Im Alter von 31 bis 60 Jahren lässt dieses Interesse jedoch nach, sodass der Effekt durchgehend negativ ist. Vereinzelt lassen sich dann im höheren Alter wieder positive Effekte erkennen. Die Altersklassen 66, 67, 70, 73, 78 und 80 wirken positiv.

68er unternehmen eindeutig mehr Kulturreisen (alle signifikant). Die drei ältesten Kohorten der Babyboomer unternehmen ebenfalls mehr Reisen mit einem Fokus auf Kultur. Stark ist das Interesse der Generation an dieser Reiseart daher aber nicht. H7.5 wird somit nur mit Einschränkungen angenommen: Babyboomer machen tendenziell mehr Kulturreisen. Die Generation X unternimmt hingegen eher seltener Reisen dieser Art (sechs signifikant). Über die Generation Y lässt sich kaum etwas sagen, da nur bis zum Jahrgang 1988 Schätzungen verfügbar sind und bis dahin nur zwei Kohorten negativ signifikant sind. Die Daten können H7.13 daher nicht bestätigen: Die Generation Y unternimmt nicht mehr Kulturreisen als die Generationen vor ihr.

Tab. 37: Anzahl der Kohorten einer Generation mit einem signifikanten Einfluss auf die Wahl einer Kulturreise (positiv oder negativ).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
11 +	3 +	6 -	2 -

Rundreisen

Rundreisen scheinen keine Reiseart zu sein, die speziell nur für eine Altersgruppe interessant ist (s. Tab. 95 im Anhang). Man findet kaum Alterseffekte. Es lässt sich lediglich feststellen, dass man in seinen 30ern weniger und in seinen 70ern mehr Interesse an Rundreisen hat.

Für die Periodeneffekte können wieder nur die Jahre 2000 bis 2012 betrachtet werden, wobei sich hier kein klarer Trend erkennen lässt. Am Anfang des Jahrtausends wurden jedoch etwas weniger Rundreisen unternommen als in den letzten Jahren.

Die 68er machen eher mehr Rundreisen (sechs signifikant). Wiederum lassen sich zu den Babyboomern und der Generation X keine Aussagen treffen. Millennials scheinen eher weniger Rundreisen zu unternehmen. Es sind alle Vorzeichen der Kohorteneffekte negativ, wobei jedoch nur zwei Effekte signifikant sind. H7.14 muss ebenfalls abgelehnt werden: Ein ausgeprägteres Interesse an Rundreisen ist bei den Millennials nicht zu erkennen.

Tab. 38: Anzahl der Kohorten einer Generation mit einem signifikanten Einfluss auf die Wahl einer Rundreise (positiv oder negativ).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
6 +	0	0	2 -

Besuchsreisen

Verwandten- und Bekanntenbesuche wurden bereits im Kapitel zu den Unterkunftsformen (Kapitel 5.3.2.3) betrachtet. Hier zeigen sich nun noch einmal fast die gleichen Alterseffekte (s. Tab. 96 im Anhang). Bis zum Alter von 43 Jahren besucht man eher weniger die Verwandtschaft und Freunde (15, 17 und 33 sind nicht signifikant). Ab dem Alter von 59 Jahren sind die Effekte positiv (68 und 76 sind nicht signifikant).

Auch die Ergebnisse zu den Kohorten werden hier noch einmal größtenteils bestätigt. Offensichtlich fahren die 68er kaum zur Verwandtschaft (alle hoch signifikant) und auch im Fall der Babyboomer überwiegen die negativ wirkenden Effekte (acht negativ, eine positiv). Sieben Kohorten der Generation X beeinflussen dagegen die Wahrscheinlichkeit, Freunde und Verwandte zu besuchen, positiv. Über Millennials lässt sich hier diesbezüglich keine Aussage treffen.

Tab. 39: Anzahl der Kohorten einer Generation mit einem signifikanten Einfluss auf die Wahl einer Besuchsreise (positiv oder negativ).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
11 -	8 -/ 1 +	7 +	0

Abenteuerreisen

Zunächst ist der Hinweis wichtig, dass Abenteuerreisen nur in den 1980er Jahren eine Antwortoption bei der Frage zu den Reisearten waren. Dennoch konnten einige Effekte herausgestellt werden (s. Tab. 97 im Anhang). Die Ergebnisse der Schätzung der Alterseffekte zeigen, dass man vor allem im Alter von 20 Jahren ($x = 0,016$; $p = 0,017$) und von 23 bis 28 Jahren Abenteuerreisen unternimmt. Weitere signifikante Effekte sind nicht zu erkennen.

Auch für die Kohorten sind kaum Effekte zu verzeichnen. Jeweils zwei Kohorten der 68er, der Babyboomer und der Generation X sind signifikant positiv. H7.6 besagt, dass Babyboomer mehr Abenteuerreisen machen. Dies lässt sich nur mit starken Einschränkungen bestätigen. Millennials konnten in den 1980er Jahren noch nicht befragt werden, womit leider auch keine Aussage zu H7.15 möglich ist.

Tab. 40: Anzahl der Kohorten einer Generation mit einem signifikanten Einfluss auf die Wahl einer Abenteuerreise (positiv oder negativ).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
2 +	2 +	2 +	–

Auch wenn insgesamt festgehalten werden kann, dass viele Hypothesen zu den Reisearten abgelehnt werden müssen, wird dennoch H7 bestätigt. Die Generationszugehörigkeit hat einen Einfluss auf die Reiseart, nur selten genau den, der angenommen wurde. Dies lässt sich damit erklären, dass fast alle Hypothesen auf Studien basieren, die keine unterschiedlichen Effekte berücksichtigt haben.

5.3.2.8 Reiseorganisation

Bei der Auswertung zur Reiseorganisation konnte aufgrund der zahlreichen Änderungen in den Antwortmöglichkeiten bezüglich der Frage nach der Reiseorganisation nur noch zwischen „Pauschalreise“ und „keine Pauschalreise“ differenziert werden. Es werden nun die Effekte präsentiert, die eine positive oder negative Wirkung darauf haben, eine Pauschalreise zu unternehmen. Einige Jahre fehlen erneut. Gerade für den Zeitraum von 1985 bis 1992 sind keine Daten verfügbar.

Der Alterseffekt zeigt, dass vor allem in der ersten Lebenshälfte pauschal gebucht wird, auch wenn die Effekte nicht eindeutig sind (s. Tab. 98 im Anhang). Bis zum Alter von 51 Jahren zeigen sich immer wieder vereinzelt signifikante positive Effekte, die jedoch nicht besonders stark sind. Im Alter von 52 bis 63 Jahren wird weniger pauschal gebucht (54 ist nicht signifikant). Danach sind nur noch vereinzelt signifikante negative Effekte zu verzeichnen.

Hinsichtlich der Jahre ist zu erkennen, dass bis 1998 weniger Pauschalreisen gebucht wurden und ab 2004 signifikant mehr. Übergreifend ist erneut eine kontinuierliche Entwicklung festzustellen, sodass von den 1980ern bis Ende der 1990er Jahre der negative Effekt immer geringer wurde. Der Höhepunkt der positiven Wirkung liegt in den Jahren 2005 bis 2007.

Die 68er unternehmen etwas häufiger Pauschalreisen. Fünf Kohorten zeigen einen positiven Einfluss. Auch Babyboomer lassen mit drei signifikanten Effekten eine Tendenz zur Pauschalreise erkennen. Über die Generation X lässt sich keine Aussage treffen (zwei positive Kohorten, eine negative). Auch bei den Millennials sind fast keine Effekte zu erkennen (eine signifikant positive Kohorte). H8.1 wird somit nicht bestätigt: Man kann nicht sagen, dass Millennials weniger pauschal buchen. H8 wird jedoch bestätigt: Die Generationszugehörigkeit hat einen Einfluss auf die Organisationsform.

Tab. 41: Anzahl der Kohorten einer Generation mit einem signifikanten Einfluss auf die Wahl einer Pauschalreise (positiv oder negativ).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
5 +	3 +	1 -/ 2 +	1 +

5.3.2.9 Reisebegleitung

Die Reisebegleitung wird hier nur anhand der Anzahl der Mitreisenden betrachtet, wobei diese nicht genauer untersucht werden. Außerdem wurde in diesem Fall eine Schätzung ohne (s. Tab. 99 im Anhang) und eine mit Kontrolle der Haushaltsgröße (s. Tab. 100 im Anhang) durchgeführt. Da die Haushaltsgröße einen extrem großen Einfluss darauf hat, wie groß die Reisegruppe ist ($x = 0,510$; $p = 0,000$), sind die

Effekte, bei denen der Einfluss der Haushaltsgröße kontrolliert wurde, wenig aussagekräftig.

Im Fall der Berechnung ohne die Variable Haushaltsgröße zeigt sich ein starker Alterseffekt. Bis zum Alter von 20 Jahren reist man in einer größeren Gruppe, von 22 bis 25 Jahren eher in einer kleineren und ab 28 Jahren wieder in einer verhältnismäßig großen. Dieser hoch signifikante und positive Effekt geht bis zum Alter von 47 Jahren. Danach sind die Effekte negativ und ebenfalls hoch signifikant.

Die Jahre haben auch einen starken Einfluss. In den 1980er Jahren sind die Effekte eher negativ. Von 1994 bis 2005 förderten die Rahmenbedingungen das Reisen in einer großen Gruppe.

In Bezug auf die Generationen sind vor allem im Fall der 68er und der Babyboomer große Reisegruppen zu erkennen, wobei jeweils zehn Kohorten signifikant positiv sind. Bei der Generation X sind immerhin noch acht von 15 Effekten signifikant positiv. Auffällig ist, dass Millennials sogar elf Kohorten umfassen, die zeigen, dass sie wieder in einer größeren Reisegruppe unterwegs sind als ihre direkten Vorgänger.

Tab. 42: Anzahl der Kohorten einer Generation mit einem signifikanten Einfluss auf die Anzahl der Begleiter (positiv oder negativ).

68er	Babyboomer	Generation X	Generation Y
10 +	10 +	8 +	11 +

Kontrolliert man die Haushaltsgröße, ergeben sich entsprechend deutlich andere Effekte. In Bezug auf die 68er geben nur zwei Kohorten einen Hinweis darauf, dass die Reisegruppe größer sein könnte. Über Babyboomer lässt sich keine Aussage treffen. Im Fall der Generation X ist die Gruppe mit vier signifikanten Kohorten tendenziell größer und im Fall der Generation Y mit sechs Effekten auch. Man sieht also, dass bei den zwei älteren Generationen vor allem die Haushaltsgröße dafür verantwortlich ist, dass mit mehr Personen gereist wird. Für die Generation Y ist der Effekt immer verhältnismäßig stark. H9.1 wird daher abgelehnt: Millennials reisen nicht mit weniger Begleitern. H9 kann auch nur mit Einschränkungen bestätigt werden: Die Generationszugehörigkeit hat keinen großen Einfluss auf die Anzahl der

Reiseteilnehmer, da in erster Linie die Haushaltsgröße für die Gruppengröße verantwortlich ist.

5.3.2.10 Ergebnisse im Überblick

Im Folgenden wird ein Überblick darüber gegeben, welche Hypothesen bestätigt, nicht bestätigt oder nur mit Einschränkungen angenommen werden konnten.

- ✓ Hypothese angenommen
- (✓) Hypothese mit Einschränkungen angenommen
- Hypothese nicht angenommen

Anschließend ist in der Tabelle 44 noch einmal auf einen Blick zu sehen, wie viele signifikante Kohorten (positiv oder negativ) es je Generation und je Merkmalsausprägung gab.

Tab. 43: Ergebnisse der Hypothesentests (eigene Darstellung).

	Hypothese	Ergebnis
H1	Die Generationszugehörigkeit hat einen Einfluss auf die Reiseintensität .	✓
H1.1	Die Generation Y reist mehr.	–
H2	Die Generationszugehörigkeit hat einen Einfluss auf die Verkehrsmittelwahl .	✓
H2.1	Die 68er fahren mehr mit dem Auto in den Urlaub.	✓
H2.2	Babyboomer fahren mehr mit dem Auto in den Urlaub.	✓
H2.3	Die Generation X fährt weniger mit dem Auto in den Urlaub.	✓
H2.4	Die Generation Y fährt weniger mit dem Auto in den Urlaub.	✓
H3	Die Generationszugehörigkeit hat einen Einfluss auf die Unterkunftswahl .	✓
H3.1	68er übernachten eher im Wohnwagen/-mobil.	✓
H3.2	Die Generation X übernachtet weniger im Wohnwagen/-mobil.	(✓)
H3.3	Die Generation Y übernachtet mehr im Zelt.	–

H3.4	Die Generation Y übernachtet weniger im Wohnwagen/-mobil.	(✓)
H4	Die Generationszugehörigkeit hat einen Einfluss auf die Reiseausgaben .	✓
H4.1	Babyboomer geben mehr für Reisen aus.	(✓)
H4.2	Die Generation Y gibt weniger für Reisen aus.	(✓)
H5	Die Generationszugehörigkeit hat einen Einfluss auf die Reisedauer .	–
H5.1	Die Generation Y reist kürzer.	(✓)
H6	Die Generationszugehörigkeit hat einen Einfluss auf die Destinationswahl .	✓
H6.1	Babyboomer reisen mehr im Inland.	–
H6.2	Babyboomer reisen mehr in etablierte Destinationen.	✓
H6.3	Die Generation X reist mehr im Inland.	–
H6.4	Die Generation X reist mehr in etablierte Destinationen.	–
H6.5	Die Generation Y reist mehr ins Ausland.	(✓)
H6.6	Die Generation Y reist mehr in weniger touristisch entwickelte Destinationen.	–
H6.7	Die Generation Y macht mehr Fernreisen.	(✓)
H7	Die Generationszugehörigkeit hat einen Einfluss auf die Reiseart .	✓
H7.1	Babyboomer machen weniger Strandurlaub.	–
H7.2	Babyboomer machen mehr Familienreisen.	–
H7.3	Babyboomer machen mehr Naturreisen.	–
H7.4	Babyboomer machen mehr Aktivreisen.	✓
H7.5	Babyboomer machen mehr Kulturreisen.	(✓)
H7.6	Babyboomer machen mehr Abenteuerreisen.	(✓)
H7.7	Die Generation X macht mehr Naturreisen.	–
H7.8	Die Generation Y macht mehr Erlebnisreisen.	–
H7.9	Die Generation Y macht mehr Vergnügungsreisen.	(✓)
H7.10	Die Generation Y macht mehr Erholungsreisen.	–
H7.11	Die Generation Y macht mehr Familienreisen.	–
H7.12	Die Generation Y macht mehr Aktivreisen.	–
H7.13	Die Generation Y macht mehr Kulturreisen.	–
H7.14	Die Generation Y macht mehr Rundreisen.	–
H7.15	Die Generation Y macht mehr Abenteuerreisen.	–
H8	Die Generationszugehörigkeit hat einen Einfluss auf die Organisationsform .	✓

H8.1	Die Generation Y bucht weniger Pauschalreisen.	–
H9	Die Generationszugehörigkeit hat einen Einfluss auf die Reisebegleitung .	(✓)
H9.1	Die Generation Y reist mit einer geringeren Anzahl von Begleitern.	–

Der Tabelle 44 ist zu entnehmen, bei welchen Merkmalen die Zugehörigkeit zu einer Generation einen signifikanten Einfluss auf die Merkmalsausprägung hat. Generationenunterschiede sind vor allem bezüglich der Reiseintensität, der Verkehrsträgerwahl, der Unterkunftwahl, der Reiseausgaben, der Destinationswahl und der Reiseart zu erkennen. Die Reisedauer, die Organisationsform und die Anzahl der Begleiter unterscheiden sich nur geringfügig zwischen den Generationen. Mögliche Gründe für diese Ergebnisse werden im folgenden Kapitel genauer betrachtet.

Tab. 44: Ergebnisse im Überblick: Anzahl signifikanter Kohorten (positiv/negativ) je Generation und je Merkmal des Reiseverhaltens.

Generation		68er	BB	X	Y
Anzahl Geburtskohorten		11	11	15	15
Reiseintensität	Reiseintensität	11 +	11 +	11 +	1 -/ 1 +
Verkehrsträger	PKW	11 +	8 +	9 -	10 -
	Flugzeug	2 -	4 +	15 +	13 +
	Bus	6 +	7 -	13 -	7 -
	Bahn	11 -	11 -	4 -/ 1 +	6 +
Unterkunft	Hotel	11 +	1 +	0	1 -/ 1 +
	Ferienhaus	1 -/ 1 +	5 +	1 -/ 1 +	1 +
	Pension	10 -	11 -	9 -	0
	Privatzimmer	6 -	11 -	5 -	0
	Camping im Zelt	11 +	11 +	9 +	10 -
	Wohnwagen	10 +	5 +	2 -	2 -
	VFR	11 -	11 -	4 -/ 2 +	10 +
Ausgaben	Ausgaben	11 +	4 +	1 -/ 4 +	0
Dauer	Dauer	2 -/ 1 +	2 -	2 -/ 1 +	4 -
Destination	Deutschland	11 -	11 -	11 -	1 -
	Ausland Europa	11 +	11 +	1 -/ 1 +	0
	Sonst. Ausland	5 -	3 +	14 +	6 +
	Spanien	6 +	1 +	1 +	8 +
	Italien	7 +	3 +	1 -	1 -
	Türkei	10 -	4 -	9 +	8 +
	Österreich	3 +	10 -	12 -	1 -

	Griechenland	1 +	10 +	3 +	2 - / 1 +
	Frankreich	9 +	11 +	1 - / 4 +	4 -
	Niederlande	1 +	4 +	2 +	2 +
	Portugal	2 +	7 +	6 +	0
	USA	2 -	2 - / 1 +	3 +	1 +
	Südostasien	0	5 +	6 +	1 +
	Australien	0	1 -	2 +	3 +
	Karibik	1 +	3 +	8 +	1 +
	Großbritannien	4 +	5 +	1 - / 4 +	3 - / 3 +
	Irland	1 +	2 +	4 +	1 +
	Skandinavien	9 +	9 +	1 - / 1 +	1 -
	Schweiz	0	3 -	1 -	0
	Nordafrika	0	2 +	3 +	3 +
	Südliches Afrika	1 +	1 +	2 +	1 +
	Indien	0	1 +	4 +	0
	China	3 +	0	2 +	1 +
	Mittelamerika	1 -	0	1 - / 1 +	0
	Südamerika	1 +	2 +	2 +	0
	Kanada	0	1 +	1 +	0
	Alaska	1 +	1 +	1 +	1 +
Reiseart¹⁵	Erlebnis	11 +	2 - / 7 +	13 -	-
	Vergnügen	5 -	1 +	9 +	2 +
	Strand	11 +	8 +	1 - / 8 +	1 +
	Erholung	1 - / 4 +	11 -	7 -	0
	Familie	4 -	8 -	4 +	0
	Natur	3 +	3 -	6 -	6 -
	Sport	11 +	5 +	4 +	2 -
	Gesundheit	9 -	11 -	8 -	0
	Kultur	11 +	3 +	6 -	2 -
	Rundreisen	6 +	0	0	2 -
	Besuch	11 -	8 - / 1 +	7 +	0
	Abenteuer	2 +	2 +	2 +	-
Organisation	Pauschal	5 +	3 +	1 - / 2 +	1 +
Begleitung	Begleiterzahl	10 +	10 +	8 +	11 +

¹⁵ Es konnte teilweise nicht für alle relevanten Kohorten ein Effekt geschätzt werden.

5.4 Interpretation der Ergebnisse

Nachdem die Ergebnisse der statistischen Auswertung vorgestellt wurden, soll nun genauer betrachtet werden, ob diese zu den bisherigen Forschungsergebnissen und den weiteren theoretischen Grundlagen passen. Es wurde gezeigt, dass hinsichtlich vieler Merkmale des Reiseverhaltens deutliche Unterschiede zwischen den Generationen vorhanden sind. Daraus ergibt sich die Frage, ob diese Unterschiede auch anhand der Merkmale der Generationen und ihrer Erfahrungen in der formativen Phase erklärt werden können.

Zudem werden im Folgenden die bisherigen Forschungsergebnisse überprüft. Für die Alterseffekte werden die bisherigen Ergebnisse zum Reiseverhalten im Lebenslauf (vgl. Kapitel 4.2), für die Periodeneffekte die Einflüsse auf das Reiseverhalten im Zeitverlauf (vgl. Kapitel 4.4) und für die Kohorteneffekte die bisherige Forschung zu den Generationen und zu ihrem Reiseverhalten, die bereits für die Hypothesen-Generierung verwendet wurde (vgl. Kapitel 4.3.3), zum Vergleich und zur Interpretation herangezogen.

5.4.1 Reiseintensität

Betrachtet man zunächst die Reiseintensität, passen bereits die Alterseffekte sehr gut zu bisherigen Annahmen. Lohmann und Danielsson (2001) sprechen von einer erst zunehmenden, dann stabilen und danach abnehmenden Reiseintensität im Lebenslauf. Genau diese Entwicklung wurde auch hier gezeigt. Dass die hier genannten Altersklassen nicht genau mit der vorherigen Forschung übereinstimmen, kann damit erklärt werden, dass hier nur Reisende bis zum Alter von 80 Jahren betrachtet werden. Ein „Pensionierungs-Effekt“, wie Alegre und Pou (2004) ihn herausgestellt haben, der einen Anstieg der Reiseintensität bewirkt, ist hier nicht zu erkennen. Ab dem Alter von 67 Jahren sind alle Effekte signifikant negativ und deuten darauf hin, dass vorrangig der Alterungsprozess für die rückläufige Wahrscheinlichkeit zu reisen verantwortlich ist. Der „Familiengründungs-Effekt“, der in verschiedenen Studien, u. a. von Sakai et al. (2000), identifiziert wurde, wird hingegen in der Auswertung gut sichtbar. In den 20ern, wenn Familien früher in der Regel gegründet wurden, ist der positive Alterseffekt

gering und weniger stark signifikant. Wenn die Kinder älter und erwachsen werden, ist der positive Effekt wiederum deutlich stärker ausgeprägt, da die Verfügbarkeit von Geld und Zeit wieder zunimmt. In jedem Fall beeinflusst das Alter die Reiseintensität.

Die Periodeneffekte waren ebenfalls hoch signifikant und stark im Fall der Reiseintensität. Die Effekte zeigen, dass vor allem viele Rahmenbedingungen und Entwicklungen dafür gesorgt haben, dass zunehmend mehr gereist wurde. Ein Einfluss, der hier sehr wahrscheinlich abgebildet wird, ist z. B. die Zunahme der Freizeit in Form einer größeren Anzahl von Urlaubstagen und geringeren Wochenarbeitsstunden. Der Wohlstandsanstieg in der Bevölkerung ermöglichte ebenfalls in besonderem Maße, dass mehr Reisen unternommen werden konnten. Auch die Fortschritte in der Mobilität, die Low-Cost-Airlines den Markteintritt ermöglichten, haben das Reisen stark erleichtert und vor allem erschwinglich gemacht. Reisen wurde insgesamt bezahlbarer, da auch Reiseveranstalter durch den Einkauf großer Kontingente und durch vertikale Integrationen Kostenvorteile erzielen konnten. Ebenfalls zu berücksichtigen sind die Verbreitung des Internets, die Globalisierung und das zunehmend sicher gewordene weltpolitische Klima. Ausführlich wurde auf die zunehmend förderlichen Rahmenbedingungen in Kapitel 4.4 eingegangen. Die Aufzählung umfasst hier nur die wichtigsten Einflüsse, die die überaus deutlichen Periodeneffekte und damit die Zunahme der Reiseintensität erklären könnten.

Hinsichtlich der Generationen zeigte sich, dass besonders die 68er und die Babyboomer eine höhere Reiseintensität aufweisen. Aber auch die Generation X reist mehr, während bei Millennials kein Effekt zu erkennen ist. Zunächst weisen die Ergebnisse darauf hin, dass alle negativen Kohorteneffekte auf die Wahrscheinlichkeit zu reisen, bei den deutlich älteren Kohorten zu finden sind. D. h. die Generationen vor den 68ern, die noch mit einem oder mehreren Kriegen und traditionellen Werten aufgewachsen sind, reisen weniger. Wenn im Leben die Versorgung der Familie und die eigene Sicherheit im Vordergrund stehen, strebt man wahrscheinlich weniger nach einer erfüllenden Freizeitgestaltung in Form von Reisen, wie schon Maslow¹⁶ andeutete.

¹⁶ Vgl. die Maslowsche Bedürfnispyramide.

Mittels der bisherigen Studien zum Reiseverhalten der Generationen ist man zu dem Ergebnis gelangt, dass Millennials mehr reisen (vgl. Allianz Global Assistance, 2016; American Express, 2016; Glover, 2010, S. 157; Wilks & Pendergast, 2010, S. 109; YouGov, 2017, S. 15), was hier nicht bestätigt wurde. Eine Erklärung des Unterschieds ist zum einen, dass hier keine Zweit- und Drittreisen berücksichtigt wurden. Es kann sein, dass die Gesamtzahl der Reisen von Millennials größer ist als die ihrer Vorgänger, aber der Anteil der Generation, der Reisen unternimmt, dennoch geringer, da viele Millennials mehrere Reisen in einem Jahr unternehmen. Die wichtigste Ursache des Unterschieds ist jedoch, dass die Studien lediglich das aktuelle Reiseverhalten der Generation betrachten. Dass die Generation aktuell tatsächlich viel reist, lässt sich den vorliegenden Ergebnissen nach nicht auf die Generationszugehörigkeit zurückführen, sondern auf die anderen zwei Effekte. Die aktuellen Rahmenbedingungen bzw. der Periodeneffekt und das derzeitige Alter der Generation bewirken, dass mehr Reisen unternommen werden.

Dass die 68er und Babyboomer mehr reisen, passt zu ihren Erfahrungen und Eigenschaften. Abgesehen von der frühen Kindheit der 68er wuchsen die zwei älteren Generationen in einer sicheren Umgebung auf. Gerade den 68ern waren finanzielle Probleme fremd. Das gesellschaftliche Klima der formativen Jahre war überaus konsumfreundlich und Reisen galten als gute Investition, gerade wenn alle großen materiellen Anschaffungen bereits getätigt worden waren. Beide Generationen hatten kein besonders enges Verhältnis zu ihren Eltern, sodass sie schnell anfangen, Reisen auf eigene Faust zu unternehmen, um der Enge des Elternhauses und der Gesellschaft zu entfliehen. Kulturelle Importe aus den USA versprachen Freiheit und Unabhängigkeit außerhalb der Heimat. Auch die Eigenschaften der Generationen passen zu den Ergebnissen. Selbsterfahrung und -entfaltung und generell postmaterielle Werte, wie sie bei den 68ern zu finden sind, begünstigen Reisen. Der Fokus auf die eigenen Bedürfnisse und eine hedonistische Einstellung fördern dies ebenfalls. Ihre liberale Haltung macht sie offener für fremde Kulturen. Auch den Babyboomern werden antikapitalistische Einstellungen und postmaterialistische Werte zugeschrieben.

Die Generation X ist zwar mit einer etwas unsicheren Umwelt aufgewachsen, sie reagierte jedoch mit einem Hang zum Hedonismus und Egoismus. Finanzieller Wohlstand und eine hohe Lebensqualität sind ihnen überaus wichtig, sodass viele

Reisen gut zu den gesteckten Zielen passen. Auch wird ihnen aufgrund der Erziehung von berufstätigen und oft getrennten Eltern besonders unabhängiges und selbständiges Verhalten zugeschrieben, was wiederum Reisen begünstigt. Die Generation X machte zudem die Work-Life-Balance populär. Während die Generation Y versucht, Erfüllung und Selbstentfaltung im Beruf zu finden, kommt es der Generation X auf ihre Freizeitgestaltung an. Man möchte das Leben neben der Arbeit möglichst früh genießen, wofür sich Reisen anbieten.

Die Generation X und vor allem die Generation Y hatten nicht das Gefühl, vor irgendetwas fliehen zu müssen, weder vor den Eltern noch vor der Gesellschaft. Ereignisse außerhalb Deutschlands zur formativen Phase der Millennials waren gleichzeitig wenig förderlich. Der 11. September, Terror jeglicher Art sowie der Klimawandel bzw. die Umweltzerstörung waren prägende Ereignisse und Themen, die zu einer geringeren Reiseneigung geführt haben könnten. Dieser Zusammenhang wird jedoch von Pendergast und Wilks (2010) angezweifelt, da sich die Generation nach ihrer Auffassung lieber gut informiert als nicht zu verreisen. Gerade durch die behütete Erziehung sind Millennials sehr selbstsicher. Prekäre Arbeitsverhältnisse ohne Planungssicherheit könnten hingegen die Ursache einer geringeren Reiseintensität sein.

Dass die Generation Y weniger reist als die älteren Generationen ist jedoch insgesamt schwer zu begründen. Die Generation ist die gebildetste bisher, was Reisen wiederum fördert, und spricht viele Fremdsprachen. Sie ist mit Freunden in verschiedenen Ländern vernetzt und in der digitalen Welt zu Hause, die einfache Recherchen zu Reisen und Buchungen ermöglicht. Zudem gilt sie als sehr offen, tolerant und selbstbewusst. Außerdem ist sie an Selbstentfaltung interessiert, was ebenfalls alles für zahlreichere Reisen spricht. Erlebnisse sind Millennials wichtiger als der Besitz von Eigentum, wodurch sich Reisen zum neuen Statussymbol entwickelt haben und insgesamt an Bedeutung für die Generation gewinnen. Ihre große Reiseerfahrung im Vergleich zu den Vorgängern in jungen Jahren fördert weitere Reisen. Die Generation hat daher auch Auszeiten aus dem Job (Sabbaticals) für eine lange Reise zur Normalität erklärt. Gerade ihr Sparverhalten sollte der Generation dabei zugutekommen. Wie schon ihre Vorgänger sind Millennials hedonistisch veranlagt. Es lässt sich jedoch festhalten, dass einige Merkmale wie der Hedonismus und das Streben nach Unabhängigkeit, Spaß,

einer hohen Lebensqualität und Selbstverwirklichung nicht spezifisch für eine Generation, sondern zutreffend für alle vier Generationen sind.

Unterschiedliche Effekte auf die Reisenachfrage der Millennials hat hingegen die verlängerte Postadoleszenz. Wer lange studiert und den Berufseinstieg hinauszögert, hat weniger finanzielle Mittel, um zu reisen. Ein Studium bietet jedoch im Vergleich zur Berufstätigkeit mehr frei verfügbare Zeit. Da deutlich später an die Familienplanung gedacht wird, müsste dieser Generation mehr Zeit und Geld für Reisen zur Verfügung stehen als älteren Generationen im gleichen Alter. Dadurch, dass Millennials lange bei ihren Eltern wohnen, kann außerdem Geld für Reisen gespart werden. Die Generation möchte zunächst vor der Familiengründung viele Erfahrungen sammeln und reisen. Die vielen Einpersonenhaushalte müssten der Theorie nach auch mehr Urlaube planen. Der Effekt der veränderten Lebensphase ist nicht ganz eindeutig. Man hat nun wahrscheinlich mehr Zeit, aber ggf. weniger Geld für Reisen als früher.

Insgesamt lässt sich sagen, dass der starke Alterseffekt und der starke Periodeneffekt im Fall der Reiseintensität sehr gut zu erklären sind. Hinsichtlich der Generationen waren die Ergebnisse unerwartet. Die meisten Merkmale der Generation Y sprechen dafür, dass diese Generation grundsätzlich mehr reist als ihre Vorgänger. Dies ließ sich den Effekten jedoch nicht entnehmen. Auch wenn Millennials aktuell nur aufgrund ihres Alters und der verbesserten Rahmenbedingungen und nicht aufgrund ihrer Generationszugehörigkeit viele Reisen unternehmen, reisen sie dennoch anders, was im Folgenden näher betrachtet wird.

5.4.2 Verkehrsmittel

PKW-Reisen

Bei der Wahl des PKWs für die Haupturlaubsreise zeigte sich zunächst ein deutlicher Alterseffekt. In der Jugend, wenn man noch kein eigenes Auto besitzt, fährt man entsprechend auch weniger mit dem Auto in den Urlaub. In den Altersklassen von 22 bis 43 Jahren ist das Auto dann besonders beliebt, was mit der Familienphase begründet werden kann, wie Oppermann (1995a) gezeigt hat. Es ist praktisch und sehr beliebt, mit Kindern im Auto in den Urlaub zu fahren. Sowohl aus Kostengründen als auch aus

Gründen der Bequemlichkeit und der Flexibilität ergibt sich dieser Zusammenhang. Der Effekt ist stark, obwohl die Haushaltsgröße bereits als unabhängige Variable mit in die Schätzung eingegangen ist. Dass man im Alter ab 64 Jahren eher seltener das Auto wählt, kann mit dem Alterungsprozess begründet werden. Romsa & Blenman (1989) stellten ebenfalls eine rückläufige Autonutzung im Alter heraus, da weite Strecken, wie man sie für gewöhnlich im Urlaub zurücklegt, anstrengend zu fahren sind und auch in der Destination die Navigation schwerer ist als zu Hause. Stressvermeidung ist ein Motiv der Verkehrsmittelwahl im Alter.

Die Jahre zeigen ebenfalls starke Effekte, wobei früher das Auto häufiger und ab der Mitte der 1990er Jahre seltener als Verkehrsmittel gewählt wurde. Dies hängt sehr wahrscheinlich damit zusammen, dass Destinationen im Ausland und vor allem im weit entfernten Ausland durch die Entwicklung in der Luftfahrt an Interesse gewonnen haben, die gar nicht oder nur schwer mit dem Auto zu erreichen sind. Das Flugzeug hat daher das Auto zunehmend verdrängt. Aber auch die gestiegenen Kosten und die vielen Mobilitäts-Alternativen sind von Bedeutung für den Rückgang.

Die Effekte der Generationen entsprechen den Erwartungen. Die zwei älteren Generationen fahren deutlich mehr mit dem Auto in den Urlaub als die zwei jüngeren. Dafür wurden bereits Gründe genannt. Die 68er und Babyboomer empfinden das Auto noch als Statussymbol. Der Kauf eines Automobils diente der Emanzipation. Die Babyboomer hatten im Vergleich zu den nachfolgenden Kohorten im gleichen Alter deutlich häufiger ein eigenes Auto, da man sich unmittelbar nach dem Eintritt in die Volljährigkeit und dem Erwerb des Führerscheins ganz selbstverständlich ein Auto kaufte. Demnach verwundert es kaum, dass auch für die Urlaubsreise dieses Verkehrsmittel häufiger genutzt wurde als bei den jungen Generationen.

Die Generation X fährt schon weniger Auto als ihre Vorgänger, wobei insbesondere die Generation Y unabhängig vom Reisen eine klare Abwendung vom Automobil zeigt (vgl. Kapitel 3.3.4). Die Generation legt schon allgemein weniger Wert auf den Besitz von Eigentum und gerade Autos sind hiervon betroffen. Flexibilität ist der Generation wichtig, sodass sie viele alternative Transportmöglichkeiten in Betracht zieht und sogar seltener einen Führerschein macht. Dass die Generation Y weniger Auto fährt, hat weitere Gründe. Durch die lange Ausbildung verdienen Millennials erst später im Leben

Geld. Sie bekommen später und bisher auch weniger Kinder, die Autoreisen generell fördern. Auch leben Millennials eher in Städten, wo weniger Autos benötigt werden als in ländlichen Regionen. Das Automobil hat insgesamt einen großen Teil seiner emotionalen Bedeutung und Funktion als Symbol für Status und Freiheit eingebüßt, was als Erklärung für die geringere Autonutzung allgemein und auch für Reisen herangezogen werden kann.

Flugreisen

Im hohen Alter fliegt man signifikant weniger als von 19 bis 54 Jahren. Das Ergebnis passt erneut zu Romsa und Blenman (1989) sowie zu Oppermann (1995a), der auch auf den Zusammenhang mit der Wahl von Übersee-Destinationen im entsprechenden Alter hingewiesen hat. Oppermann (1995b) identifizierte in einer anderen Studie die häufigsten Reisen zu Übersee-Destinationen sogar im Alter von 19 bis 33 Jahren – tatsächlich beginnt der signifikant positive Effekt genau im Alter von 19 Jahren. Auch Richards und Wilson (2003) haben herausgestellt, dass gerade bei Jugendlichen und Studierenden die Flugzeugnutzung besonders hoch ist.

Dass der Periodeneffekt sehr gut die Entwicklung des Flugverkehrs zeigt, wurde in der Ergebnisdarstellung bereits aufgezeigt. Man erkennt den sehr starken Effekt, der sehr wahrscheinlich u. a. mit dem Ausbau des Flugnetzes, dem Aufkommen der Billigflieger und dem entsprechenden Preisrückgang bei Flügen zusammenhängt. Die Wohlstandssteigerung der Bevölkerung hat diese Entwicklung gefördert. Auch Pauschalreisen, die deutlich populärer geworden sind, enthalten häufig einen Flug. Man sieht zudem den Effekt, der vermutlich auf den Mauerfall zurückzuführen ist, da im Jahr 1990 mehr Inlandsreisen ohne Flug gemacht wurden, und auch den Effekt des 11. Septembers 2001, der 2001, aber besonders 2002 für einen geringeren positiven Effekt sorgte. Die Wirtschaftskrise spiegelt sich in den niedrigeren Effekten der Jahre ab 2008 wider.

Auch die Kohorteneffekte sind eindeutig. Bei Flugreisen zeigen die 68er eine etwas geringere, die Babyboomer eine etwas stärkere und die zwei jüngsten Generationen eine noch stärkere Nachfrage. Am größten ist das Interesse sogar in der Generation X. Dass 68er etwas weniger fliegen als die später geborenen Kohorten kann damit erklärt werden, dass sie noch mehr Kinder bekommen haben, die eher zu einer Autoreise bewegen, während die Generation Y im gleichen Alter noch häufig als Single Reisen

unternommen hat. Generell könnte die Autoaffinität der 68er für eine geringere Anzahl an Flugreisen gesorgt haben.

Hinsichtlich der Generation Y hängt die hohe Flugnachfrage mit ihrer Neigung zu Auslandsreisen zusammen. Unklar ist, ob die günstigen Flüge Auslandsreisen stärker gefördert haben oder eher das Interesse an entfernten Zielen die Flugnachfrage beflügelte. Millennials sind anspruchsvoll. Reisen müssen einem viel bieten, was evtl. eher mit Flugreisen in Verbindung gebracht wird. Ein weiterer Aspekt ist, dass die Generation Y weniger stark auf Terror und Katastrophen reagiert hat. Wie Wilks und Pendergast (2010) betont haben, ist die Generation Y eher unerschrocken und selbstsicher. Die Generation X und die Millennials sind mit der Globalisierung aufgewachsen, sodass ihnen die Welt kleiner erscheint als den älteren Generationen. Es erscheint daher weniger riskant und abenteuerlich, in ein weit entferntes Land zu reisen. Besonders das Internet hat diesen Eindruck verstärkt. Gerade bei Flügen sorgt das Internet auch für einen deutlich leichteren Zugang, den Millennials stärker nutzen. Ihre Onlineaffinität führt zu einer verstärkten Buchung von Flügen über Plattformen wie Fluege.de und Swoodo. Aber auch ihre geringere Neigung zur Autonutzung bewirkt, dass für die Reise häufig kein Auto zur Verfügung steht und das Flugzeug gewählt wird.

Busreisen

Zunächst muss darauf hingewiesen werden, dass der Marktanteil des Busses und auch des Zuges im Vergleich zum Auto und zum Flugzeug gering ist. Dennoch gibt es auch hier je nach Alter und Generation Unterschiede. Der Alterseffekt zeigt deutlich, dass man als Jugendlicher verstärkt Busreisen unternimmt, in der mittleren Lebensphase vorübergehend eher darauf verzichtet und im Alter ab 62 Jahren wieder signifikant mehr Busreisen macht. In der Jugend, bevor man über ein eigenes Auto oder ein eigenes Einkommen verfügt, wird vermutlich zwangsläufig eher der Bus gewählt. Viele Jugendreiseveranstalter inkludieren den Bus in ihre Angebote, um den Reisepreis möglichst gering zu halten und dadurch die anvisierte Zielgruppe zu erreichen. Das deutet darauf hin, dass in jungen Jahren der Preis ausschlaggebend für die genannte Wahl ist. Warum in der mittleren Lebensphase eher das Auto und das Flugzeug bevorzugt werden, wurde bereits gezeigt. Mit (kleinen) Kindern erscheint der Bus, der im Vergleich zum Auto unflexibler ist, eher weniger geeignet. Nach der Familienphase, wenn die finanzielle Lage des Haushalts und die Gesundheit der Reisenden in der Regel

gut sind, wird das Flugzeug gegenüber dem Bus bevorzugt. Dass Senioren hier, wie auch hinsichtlich der Zugnutzung, mehr Interesse zeigen, entspricht den bisherigen Forschungsergebnissen von Romsa und Blenman (1989), Oppermann (1995a) sowie Anderson und Langmeyer (1982). Man verfügt über ausreichend Zeit, wodurch weniger Wert auf die Geschwindigkeit des Verkehrsmittels gelegt werden muss und möchte vor allem komfortabel und bequem reisen. Hinzu kommt der Vorteil, besser alleine verreisen zu können, da man schnell mit anderen Reiset Teilnehmern in Kontakt kommt.

Hinsichtlich der Periodeneffekte zeigt sich, dass die Jahre keinen großen Beitrag zur Erklärung der Busreisenachfrage leisten. Ob eine Busreise unternommen wird, liegt vorrangig am Alter und an der Generation.

Im Fall der Generationen machen nur die 68er verstärkt Busreisen, während die nachfolgenden Kohorten eine deutlich geringe Neigung für dieses Verkehrsmittel zeigen. Eine mögliche Erklärung ist, dass Babyboomer im Alter vergleichsweise jung geblieben sind und ein Bedürfnis danach haben, sich jung zu fühlen. Patterson und Pegg (2009) sehen hier einen Zusammenhang zum Reiseverhalten. Dadurch, dass Babyboomer viel Wert darauf legen, nicht als Senior betrachtet zu werden, wie Glover und Prideaux (2009) betonen, liegt es nahe, dass sie sich auch beim Reiseverhalten an den jüngeren Altersklassen orientieren und von Busfahrten Abstand nehmen, die teilweise mit Seniorenreisen assoziiert werden. Auch Lehto et al. (2008) gehen davon aus, dass die Babyboomer für einen Wandel im Reiseverhalten von Senioren sorgen werden. Dass die zwei jüngeren Generationen weniger Bus fahren, kann mit ihrer größeren Affinität für Flugreisen erklärt werden.

Bahnreisen

Im Fall der Zugnutzung ist der Alterseffekt ganz ähnlich wie im Fall der Busnutzung. Man fährt erst ab dem Alter von 53 Jahren eher häufiger mit dem Zug in den Urlaub. Im Unterschied zum Bus fahren jedoch auch Jugendliche nicht oft mit der Bahn, obwohl Oppermann (1995a) sowie Richards und Wilson (2003) zu diesem Ergebnis gekommen sind. Die Erklärungen des Alterseffekts sind ähnlich wie im Fall der Busnutzung. Bis zur mittleren Lebensphase nutzt man überwiegend das Auto oder das Flugzeug. Im höheren Alter ist der Zug dann eine geeignete Alternative, wenn man nicht mehr selbst

lange Strecken mit dem Auto zurücklegen oder mit dem Flugzeug fliegen möchte und nähere Reiseziele beliebter werden.

Dass im Zeitverlauf die Nutzung des Zuges deutlich abgenommen hat, ist vor allem durch das verbesserte Flugangebot begründet. Damit geht einher, dass die Bahn ihre Ferienzüge eingestellt hat. Die Bahn hat ihre Ausrichtung auf Urlaubsreisende deutlich reduziert. Es gibt kaum noch Service an Bord, nur wenige Gepäckablagen und verhältnismäßig hohe Preise. Damit haben Züge ihre Bedeutung für die Haupturlaubsreise verloren.

In Bezug auf die Generationen ist zu erkennen, dass die zwei älteren Generationen deutlich weniger mit dem Zug verreisen. Die Generation X zeigt keinen Effekt, während die Generation Y häufiger mit der Bahn in den Urlaub fährt. Hier ist erneut ein Zusammenhang mit der Autonutzung zu erkennen. Destinationen, die mit dem Zug erreichbar sind, sind in aller Regel auch gut mit dem Auto zu erreichen und umgekehrt. Da die zwei älteren Generationen deutlich häufiger über ein eigenes Auto verfügen und mehr Auto fahren, wird die Wahl eher auf den PKW fallen, der mehr Flexibilität und vor allem Mobilität vor Ort bietet. Da die Generation Y in vielen Fällen, gerade außerhalb ländlicher Regionen, über kein eigenes Auto verfügt, wird eher der Zug für näher gelegene Destinationen gewählt. Eine weitere mögliche Erklärung ist, dass Millennials häufiger Verwandte und Bekannte besuchen, welche oft gut mit dem Zug erreicht werden können. Da Verwandte vergleichsweise selten in der Nähe großer Flughäfen wohnen und für die Mobilität vor Ort gesorgt ist, ist der Zug eine naheliegende Option. Eine gewisse Zugaffinität könnte auch durch die große Anzahl von Studenten entstanden sein, die in der Regel über ein Semesterticket verfügt. Abgesehen davon, dass man dadurch kaum ein eigenes Auto benötigt, das auch für Reisen genutzt werden könnte, kann man zum Teil mit dem Semesterticket selbst in den Urlaub fahren oder zieht die Bahn als Verkehrsmittel zumindest eher in Erwägung. Auch die Verfügbarkeit von WLAN in Fernreisezügen könnte das Verkehrsmittel gerade für Millennials attraktiv machen.

Insgesamt zeigen sich hinsichtlich der Verkehrsmittelwahl sehr starke Effekte. Die Entwicklung im Zeitverlauf lässt sich sehr gut erklären und auch der Alterseffekt entspricht der bisherigen Forschung, abgesehen davon, dass jüngere Reisende hier

seltener Zug fahren. Dass im Fall der Generationen die älteren häufiger mit dem eigenen Auto fahren, während die jüngeren eher fliegen, entspricht ebenfalls genau den bisherigen Forschungserkenntnissen.

5.4.3 Unterkunft

Hotel

Die Wahrscheinlichkeit, in einem Hotel zu übernachten, variiert kaum mit dem Alter. Im Alter von 40 Jahren bis zum Anfang der 50er, wenn die Kinder teilweise nicht mehr mit in den Urlaub fahren, aber das Einkommen eine gute finanzielle Situation schafft, ist die Hotelbuchung beliebter. In sehr jungen Jahren, im Alter von 14 und 15 Jahren, hat man ein geringeres Reisebudget, wodurch der negative Effekt dieser Altersklassen entstehen könnte. Übergreifend gilt jedoch, dass die Unterkunftsform fast altersunabhängig beliebt ist. Auch in der Familienphase gibt es praktisch keinen Effekt, obwohl z. B. Lawson (1991) zu dem Ergebnis gelangt ist, dass man mit Kindern seltener in ein Hotel reist. Da hier jedoch in der Berechnung der Einfluss der Haushaltsgröße kontrolliert wurde, ist der Familieneffekt in den Altersklassen abgemildert. Die Haushaltsgröße wiederum hat einen hoch signifikanten negativen Effekt auf die Wahrscheinlichkeit ein Hotel zu buchen. Daher kann Lawsons Ergebnis bestätigt werden. Zudem bevorzugen laut Oppermann (1995a) und Lawson (1991) ältere Reisende das Hotel. Es sind zwar die wenigen signifikanten Effekte im höheren Alter negativ, dennoch wird das Hotel auch im Alter noch die beliebteste Unterkunftsform sein. Der Effekt zeigt lediglich, dass andere Altersklassen tendenziell häufiger in Hotels übernachten, sodass die Ergebnisse sich nicht widersprechen.

Am stärksten ist der Effekt der Jahre. Das Hotel hat im Zeitverlauf deutlich an Beliebtheit gewonnen, wobei es den Pensionen und den Privatzimmern Marktanteile abgenommen hat. Nun ist es mit Abstand die beliebteste Unterkunftsform. Als Grund kann die starke Wohlstandssteigerung in der Gesellschaft angeführt werden. Das frei verfügbare Einkommen ist angestiegen, sodass teurere Unterkünfte gewählt werden konnten. Abgesehen davon wurden Pauschalreisen populär, die häufig die Übernachtungen im Hotel inkludieren. Dass auch diese Angebote für eine breitere Masse der Bevölkerung bezahlbar geworden sind, hat die Hotelexpansion gefördert.

Hinsichtlich der Generationen zeigen nur die 68er ein deutlich stärkeres Interesse an Hotels. Die anderen drei Generationen lassen keinen Effekt erkennen. Als möglicher Grund kann die gute finanzielle Situation der Generation angeführt werden. Die 68er sind mit dem Wirtschaftswunder aufgewachsen und mussten keine finanziellen Sorgen oder Arbeitslosigkeit nach ihrer Ausbildung fürchten. Dementsprechend konnte die vergleichsweise teure Unterkunftsform für die Haupturlaubsreise gewählt werden.

Ferienhaus/-wohnung

Die Ergebnisse zu Ferienhäusern bzw. Ferienwohnungen passen genau zur bisherigen Forschung zum Reiseverhalten im Lebensverlauf. Ferienhäuser nutzt man seltener im sehr jungen Alter zwischen 15 und 25 Jahren, da hier spezielle Reiseformen und der Kontakt zu Gleichaltrigen im Vordergrund stehen, die jeweils die Buchung anderer Unterkünfte begünstigen. Im Alter zwischen 29 und 43 Jahren hingegen ist die Nachfrage besonders ausgeprägt, was genau die Familienphase widerspiegelt. Obwohl der Haushaltsgrößeneinfluss in der Berechnung kontrolliert wurde, ist der Alterseffekt noch hoch signifikant. Die Haushaltsgröße hat ebenfalls einen hoch signifikanten und starken Einfluss auf die Wahrscheinlichkeit im Ferienhaus zu übernachten ($x = 0,056$; $p = 0,000$). Auch Oppermann (1995a) und die 10. Deutsche Ferienhaus-Urlaubsanalyse (2015) stellten heraus, dass vor allem Familien mit Kindern in Ferienhäusern und – wohnungen unterkommen. Dieser Zusammenhang ist nachvollziehbar, da Ferienhäuser für Familien viele Vorteile bieten. Mit einer größeren Anzahl von Reiset Teilnehmern ist die Unterkunftsform z. B. deutlich günstiger. Außerdem bietet sie Kindern mehr Freiraum. Man ist bei seiner Urlaubsgestaltung insgesamt sehr flexibel und unabhängig. Kinder sind neben dem Bedürfnis nach Unabhängigkeit und Freiheit der wichtigste Grund, um auf ein Ferienhaus umzusteigen (vgl. HomeAway Deutschland, 2015, S. 22).

Im Zeitverlauf haben Ferienhäuser, wie auch Hotels, deutlich Marktanteile gewonnen, sodass die Periodeneffekte seit 1995 konstant hoch signifikant und stark positiv sind. Der Grund ist vermutlich ein alters- und generationsunabhängiger Trend im Zeitverlauf, da die vielen genannten Rahmenbedingungen eher keine Ferienhausbuchungen fördern.

In Bezug auf die Generationen zeigen sich keine großen Unterschiede. Die Babyboomer verbringen noch am ehesten ihren Urlaub im Ferienhaus. Im Fall der 68er ist kein Effekt und im Fall der beiden jüngeren nur ein ganz leichter positiver Effekt zu erkennen. Ein

möglicher Grund, warum Babyboomer etwas häufiger Ferienhäuser buchen als ihre Vorgänger, ist ihre weniger gute finanzielle Lage und die damit verbundene Hotelbuchung der 68er. Gleichzeitig fährt man häufig mit dem Auto in ein Ferienhaus (vgl. HomeAway Deutschland, 2015, S. 42), was in der Generation beliebter ist als bei den zwei jungen Generationen. Auch die verlängerte Postadoleszenz, in der man noch keine Kinder bekommt, erklärt die im Vergleich zu den Babyboomern geringere Nachfrage der jungen Generationen.

Pension

Im Fall von Pensionen zeigt sich, dass man in der ersten Lebenshälfte deutlich seltener in einer Pension übernachtet. Das lässt sich damit erklären, dass man hier vor allem im Ferienhaus oder Hotel unterkommt. Im höheren Alter gewinnt die Pension als Alternative an Bedeutung. Der Hintergrund ist zum einen, dass zunächst keine Kinder mehr an den Reisen teilnehmen, mit denen man eher in ein Ferienhaus fährt, und zum anderen, dass die finanzielle Situation im Alter schlechter ist, die den Umstieg vom Hotel zur Pension erklären könnte.

Im Zeitverlauf haben Pensionsbuchungen stark abgenommen. Hier liegt der Grund nahe. Durch den Anstieg der Hotelbuchungen, aus bereits genannten Gründen, wurde die häufig einfachere Pension weniger nachgefragt.

Hinsichtlich der Generationen ist auffällig, dass keine der vier einen positiven Effekt zeigt. Pensionen sind eine Unterkunftsform der älteren Kohorten, die hier nicht mehr genauer analysiert werden. Insbesondere die 68er und Babyboomer buchen weniger Pensionen. Auch die Generation X zeigt ein deutlich geringeres Interesse daran, während Millennials diesbezüglich keinen Effekt erkennen lassen. Schon bei der Periodenbetrachtung spielte der Wohlstandsanstieg in der Bevölkerung eine große Rolle, wodurch Hotelbuchungen gegenüber Pensionsbuchungen zugenommen haben, aber auch für die Kohorten lässt sich der Wohlstand als Argument anführen. Ab den 68ern ging es allen Generationen finanziell verhältnismäßig gut im Vergleich zu älteren Kohorten, sodass man sich einen gehobeneren Lebensstandard und eine gehobenerere Unterkunft leisten konnte.

Privatzimmer

Im Fall von Privatzimmern gab es praktisch keinen Alters- oder Lebensphaseneffekt. Privatzimmer werden in allen Altersklassen ungefähr gleichermaßen wenig genutzt.

Dafür ist der Periodeneffekt wieder stark und vergleichbar mit dem Effekt bei Pensionen. Auch Privatzimmer wurden zu einem großen Teil durch Hotels verdrängt. Nach der Wende gab es erst noch einen positiven Effekt, der jedoch ab 1994 dauerhaft negativ wurde.

Hinsichtlich der Generationen zeigt sich ebenfalls fast das gleiche Bild wie im Fall der Pensionen. Auch hier sind alle positiven Effekte nur bei den älteren Kohorten zu finden, die vor den vier bekannten Generationen geboren wurden. Die Gründe werden vermutlich die gleichen sein.

Camping im Zelt

Dass das Camping im Zelt einen starken Alterseffekt zeigt, wurde bereits vorher angenommen. Bis zum Alter von 29 Jahren ist diese Unterkunftsform beliebter. Der Zusammenhang lässt sich einmal damit erklären, dass Camping im Zelt relativ günstig ist und man in jungen Jahren noch weniger Budget zur Verfügung hat. Hinzu kommt, dass die Ansprüche an den Komfort der Unterkunft in dem Alter noch verhältnismäßig gering sind. Gerade ältere Reisende stellen höhere Anforderungen an die Bequemlichkeit und den Komfort, die Campingreisen nicht erfüllen.

In Bezug auf die Perioden zeigt sich eine abnehmende Beliebtheit der Übernachtungen im Zelt, auch wenn der Effekt nicht stark ausgeprägt ist. Eine mögliche Erklärung ist auch hier die Ausweitung des Hotelangebots und die damit einhergehende Wohlstandsteigerung. Gerade Jugendliche verfügen heute in kleineren Kernfamilien und mit einer größeren Anzahl von Großeltern über mehr Geld als früher. Demnach werden auch bei Jugendreisen schon häufiger Hotels als Unterkunftsform gewählt.

Die Generationenunterschiede sind im Fall von Camping im Zelt sehr aufschlussreich. So zeigt sich bei allen Generationen, besonders bei den zwei älteren, ein deutlich stärkeres Interesse an Campingreisen, während die Generation Y signifikant weniger im Zelt übernachtet. Der Unterschied ist eindeutig. Die Ergebnisse von Pennington-Gray

und Blair (2010) konnten somit nicht bestätigt werden. Millennials campen nicht häufiger, sondern seltener. Der Unterschied der Forschungsergebnisse kann dadurch erklärt werden, dass im Fall der beiden Autoren grundsätzlich nur das Segment der Natururlauber untersucht wurde. Dass die gesamte Generation jedoch weniger zeltet, kann vermutlich damit begründet werden, dass die junge Generation sehr anspruchsvoll ist. Dies betrifft alle Lebensbereiche und somit auch den Urlaub. Dadurch, dass die Generation schon als Kind viel mit den Eltern verreist ist, hat sie bereits einen anderen Zugang zu gehobeneren Unterkunftsformen. Millennials haben auch ein geringeres Interesse an Natururlauben, wodurch man von einer etwas geringeren Naturorientierung ausgehen kann, die Übernachtungen im Zelt begünstigt.

Wohnwagen/-mobil

Im Fall der Wohnwagenurlaube gibt es keine Alterseffekte. Man macht in allen Lebensphasen vergleichbar viele Reisen mit dem Wohnwagen oder –mobil. Gerade hinsichtlich dieser Unterkunftsform kann die Reisegestaltung sehr variieren und dem Alter angepasst werden. Von Rundreisen bis hin zu mehrwöchigen Aufenthalten auf einem Campingplatz gibt es viele Optionen, die zum Teil auch, aufgrund vieler Freiheiten, der Flexibilität und geringerer Kosten, für Familien geeignet sind. Die Ergebnisse erklären auch die widersprüchlichen Erkenntnisse der bisherigen Forschung. Lawson (1991) fand heraus, dass Wohnmobilreisen eher in den ersten Lebensphasen unternommen werden, während Prideaux und McClymont (2006) feststellten, dass diese Reiseform eher nach dem Auszug der Kinder beliebt wird. Vermutlich sind die jeweils identifizierten Altersunterschiede lediglich auf die Unterschiede zwischen den Generationen zurückzuführen.

In Bezug auf die Jahre sind die Effekte nur marginal positiv oder negativ, sodass praktisch keine Nachfrageveränderungen auf die Jahre zurückgeführt werden können.

Im Fall der Wohnwagen- und Wohnmobilreisen tragen in erster Linie die Generationen zu einem Wandel bei. Die 68er und Babyboomer unternehmen eindeutig häufiger Reisen dieser Art und die zwei jüngeren seltener. Dies entspricht genau den bisherigen Forschungsergebnissen. Glover und Prideaux (2009) haben erkannt, dass ältere Generationen öfter mit dem Wohnwagen verreisen und sich der Trend mit den jungen Babyboomern ändert. Dies entspricht genau den Ergebnissen dieser Untersuchung. Die

68er machen mehr Wohnwagenreisen und im Fall der Babyboomer sind es vor allem die etwas älteren Kohorten, die signifikant positive Effekte zeigen. Glover und Prideaux gehen davon aus, dass die jungen Familien von früher ihr Reiseverhalten beibehalten haben und nun weiterhin, auch ohne Kinder, mit dem Wohnwagen verreisen. Diese Erklärung könnte auch hier passen. Des Weiteren kann die Flugreisen-Affinität der beiden jüngeren Generationen als Begründung herangezogen werden. Im Fall von Flugreisen können zwar ebenfalls Wohnwagen gemietet werden, die Wahrscheinlichkeit eine andere Unterkunftsform zu wählen, ist jedoch vermutlich größer. Auch spricht die geringere Neigung der zwei jüngeren Generationen zum Autofahren gegen einen Wohnwagen-Urlaub.

Für das Ergebnis, dass Millennials seltener mit dem Wohnwagen verreisen, lassen sich weitere Gründe finden. Die allgemein hohe Anspruchshaltung ist eine Erklärung. Aber auch die Anforderung, so gut wie möglich in eine fremde Kultur einzutauchen, spricht eher für lokale Unterkünfte. Die Motivation möglichst viele verschiedene Destinationen und fremde Kulturen kennenzulernen, passt nicht dazu, sich durch die Anschaffung eines Wohnmobils beim Reisen auf den Teil der Welt zu beschränken, der über das Festland zu erreichen ist. Auch wenn man weiterhin Flugreisen buchen kann, geht doch mit der Investition in einen Wohnwagen die Vorstellung einher, zukünftig in erster Linie Camping-Reisen zu unternehmen. Sich langfristig auf etwas festzulegen, wie in diesem Fall die Reiseform der nächsten Jahre, passt nicht zur Mentalität der Millennials. Man schätzt die vielen Freiheiten und Wahlmöglichkeiten, die es gerade beim Reisen gibt. Dies könnte ein Grund sein, der gegen die Anschaffung und damit einhergehend auch gegen die Nutzung eines Wohnmobils spricht.

Freunde und Verwandte

In Bezug auf die Alterseffekte zeigt sich, dass vor allem ältere Reisende ab 71 Jahren die Wohnungen und Häuser von Freunden und Verwandten als Unterkunft nutzen. In diesem Fall wird vermutlich besonders die Familie besucht. Zu diesem Ergebnis sind auch Lawson (1991), Lehto et al. (2008), Anderson und Langmeyer (1982), Romsa und Blenman (1989) und die GfK (2017a) gekommen. Collins und Tisdell (2002) haben ebenfalls herausgestellt, dass man eher im höheren Alter Freunde und Verwandte besucht. Eine etwas höhere Nachfrage ist jedoch auch bei den 35- bis 44-Jährigen zu erkennen gewesen. Bei der aktuellen Schätzung wirken hingegen genau die Alters-

klassen von 34 bis 43 Jahren negativ. Dass man im hohen Alter die Familie besucht, kann damit erklärt werden, dass die Familie in späteren Lebensphasen an Bedeutung gewinnt. Außerdem können Großeltern sowohl kleine Kinder betreuen als auch ggf. selbst betreut werden. Das Sicherheitsstreben von Senioren und der finanzielle Aspekt sind hier ebenfalls bedeutsam. Private Unterkünfte sind wesentlich günstiger als andere und bei einem geringeren Einkommen im Alter achtet man vermutlich mehr auf den Preis. Im Alter um die 20 Jahre besucht man eher seltener Freunde und Verwandte, da hier andere Reisearten von Interesse sind. Richards und Wilson (2003) haben jedoch herausgefunden, dass auch viele junge Reisende bei Verwandten und Freunden übernachten. Dieser Unterschied kann damit erklärt werden, dass vor allem Millennials befragt wurden, die diese Unterkunftsform bevorzugen.

In Bezug auf die Jahre zeigen sich unterschiedliche Entwicklungen. Auffällig ist der Höhepunkt nach dem Mauerfall. Direkt in den Jahren nach der Wende wurden verstärkt Verwandte und Freunde besucht. Ab 1993 bevorzugte man andere Unterkünfte, was damit begründet werden kann, dass Hotels und Ferienhäuser beliebter wurden. Das Internet erhöhte zudem die Wahrnehmung alternativer Unterkunftsformen und ermöglichte die einfachere Buchung. Durch die Entwicklungen im Flugverkehr wurden auch Auslandsreisen beliebter, bei denen seltener Verwandte und Freunde besucht werden können. Selbst im Inland gab es zunehmend weniger Besuchsoptionen, da Familien kleiner wurden. Insgesamt beeinflussten die Rahmenbedingungen der Jahre die Wahrscheinlichkeit Freunde und Verwandte zu besuchen.

Die Generationen zeigen hier auch deutliche Unterschiede. Während die beiden älteren Generationen eindeutig seltener Freunde und Verwandte besuchen, sind Millennials eher an dieser Unterkunftsform interessiert. Die Generation X zeigt keine deutlichen Effekte. Dass Millennials eher Verwandte besuchen, könnte damit erklärt werden, dass sie ein besseres und engeres Verhältnis zu ihrer Familie haben als die zwei älteren Generationen. Diese versuchten möglichst früh unabhängig von den Eltern zu leben und zu reisen. Auch zu den Großeltern haben Millennials ein gutes Verhältnis. Man kann davon ausgehen, dass auch zu anderen Verwandten, wie Tante und Onkel, eine bessere Beziehung besteht, da es weniger unterschiedliche Interessen und Verhaltensweisen zwischen den Generationen gibt als früher. Auch die Häufigkeit der Besuche von Freunden kann aus mehreren Gründen zugenommen haben. Dank der sozialen Medien

können Millennials mit einem sehr großen Bekanntenkreis einfach Kontakt halten. Viele haben durch verschiedene Auslandsaufenthalte auch Freunde im Ausland. Die Besuchsmöglichkeiten sind damit gestiegen. Auch die neue Gestaltung der Postadoleszenz fördert die genannte Entwicklung. Singles ziehen es eher vor Freunde zu besuchen als Familien mit Kindern. Diese Annahme unterstützt der hoch signifikante und leicht negative Einfluss der Haushaltsgröße auf die Wahrscheinlichkeit Freunde und Verwandte zu besuchen ($x = -0,003$; $p = 0,000$).

In Bezug auf die Unterkünfte passen wieder die Alters- und Periodeneffekte sehr gut zur bisherigen Forschung und den Entwicklungen im Zeitverlauf. Auch im Fall der Generationen entsprechen die Effekte den Erwartungen. Dass die zwei älteren eher campen, wurde bereits vorher festgestellt. Aber auch das verstärkte Interesse der Millennials am Besuch von Freunden und Verwandten passt sehr gut zu den bisherigen Erkenntnissen bezüglich der Generation. Über die Hotelwahl kann relativ wenig ausgesagt werden. Die 68er zeigen zwar ein stärkeres Interesse als die anderen Generationen, es dominiert jedoch der Periodeneffekt.

5.4.4 Reiseausgaben

Der Alterseffekt im Fall der Gesamtreiseausgaben ist deutlich zu erkennen und nachvollziehbar. Im Alter von 26 bis 52 Jahren gibt man mehr Geld für Reisen aus. Dies sind die Altersklassen, in denen man für gewöhnlich erwerbstätig ist. Gerade am Ende der Spanne, wenn nach dem Senioritätsprinzip das Einkommen am höchsten ist, sind auch die Ausgaben hoch. Zudem fällt die finanzielle Belastung durch die Kinder weg, sodass mehr für Reisen ausgegeben werden kann. In den 30ern sind die Alterseffekte nur teilweise signifikant, da hier viele zusätzliche Ausgaben in der Familienphase entstehen, während man ohnehin noch weniger verdient. Somit ist das Reisebudget gering. Dass man ab dem Alter von 60 Jahren weniger ausgibt, liegt vermutlich daran, dass im Ruhestand weniger Einkommen zur Verfügung steht. Wells und Gubar (1966) bestätigten den Zusammenhang. Bei ihnen sind die Reiseausgaben zwischen 25 und 34 und zwischen 45 und 54 Jahren besonders hoch. Vor allem investieren junge Paare ohne Kinder und ältere Paare vor der Pensionierung in ihren Urlaub. Bernini und Cracolici (2015) sind hingegen zu dem Ergebnis gelangt, dass man mit zunehmendem Alter mehr

ausgibt, falls man noch verreist. Auch Lawson (1991) hat herausgefunden, dass in den letzten zwei Lebensphasen die Gesamtausgaben am höchsten sind. In Bezug auf mehrere einzelne Kostenpunkte hingegen, wie z. B. den Ausgaben für die Unterkunft, entsprechen Lawsons Ergebnisse auch der Annahme, dass die Ausgaben vor und nach der Familienphase am größten sind.

Hinsichtlich der Jahre lassen sich erwartungsgemäß viele starke Effekte erkennen, die zeigen, dass die Ausgaben für die Haupturlaubsreise im Zeitverlauf deutlich angestiegen sind. Ein Teil des Anstiegs kann auf die Inflation und erneut auf den Wohlstandsanstieg zurückgeführt werden. Neben diesem spielte das verbesserte Preis-Leistungs-Verhältnis von Pauschalreiseangeboten eine Rolle. Höherwertige Reisen, wie z. B. Fernreisen, wurden dadurch attraktiver. Es konnte jedoch kein linearer Anstieg der Ausgaben verzeichnet werden. Nach der Wende wurde z. B. deutlich weniger für den Urlaub ausgegeben. Das kann damit erklärt werden, dass viele Verwandte und Bekannte im Inland besucht wurden, was generell verhältnismäßig günstig ist. Durch die Währungsreform sind die Ausgaben hingegen deutlich angestiegen. Von 2007 bis 2010 ist der positive Effekt der Jahre wieder schwächer geworden, was mit der Finanz- und Wirtschaftskrise erklärt werden kann. Die Periodeneffekte spiegeln hier sehr gut die verschiedenen Umwelteinflüsse wider.

Die Generationeneffekte sind teilweise ebenfalls deutlich. Die 68er geben am meisten und die Babyboomer und die Generation X eher mehr aus, während Millennials keinen klaren Effekt zeigen. Dass Babyboomer bereit sind, mehr Geld auszugeben als andere Generationen, wie Gardiner et al. (2014) herausgefunden haben, kann nur mit Einschränkungen bestätigt werden, was erneut auf das Wirtschaftswunder zurückgeführt werden kann. Die 68er sind mit beruflichen und finanziellen Sicherheiten in die Arbeitswelt eingetreten, sodass mehr Geld für Reisen übrig gewesen ist, als bei den drei folgenden Generationen, die schon mit konjunkturellen Schwächen und einer höheren Arbeitslosenquote konfrontiert waren. Insbesondere Millennials machten am Beginn ihrer beruflichen Laufbahn häufig ein schlecht bezahltes Praktikum, was zu geringeren Reiseausgaben geführt haben könnte. Da ihnen das Gehalt nicht so bedeutsam ist wie den älteren Generationen, nehmen sie auch Jobs an, die ihnen in erster Linie Freude bereiten. Zwar zeigt die Studie von American Express (2016), dass die Generation Y mehr Geld für Reisen ausgibt, doch spricht Perdergast (2010) nur davon, dass

Millennials einen größeren Anteil ihres Einkommens ausgeben. Das könnte hier in Anbetracht vieler niedriger Gehälter ebenfalls stimmen. Das Einkommen konnte nicht einheitlich kodiert werden, um die Annahme zu prüfen. Gleichzeitig haben Glover (2010) und Gardiner et al. (2014) erkannt, dass der Generation Y das Preis-Leistungs-Verhältnis besonders wichtig ist. Millennials sind bereits in jungen Jahren sparsam. Trotz der Flugreisen- und der Auslandsreisen-Affinität sind die Ausgaben nicht höher als bei anderen Generationen. Das spricht dafür, dass hier sehr auf den Preis geachtet wird. Gerade durch ihre Online-Affinität ist es der Generation möglich, regelmäßig nach guten Angeboten zu suchen. Die Beliebtheit der Unterkunft bei Freunden und Verwandten ist ein weiterer Grund für die geringen Ausgaben. Die GfK lieferte ebenfalls eine Erklärung. Millennials reisen häufiger, kürzer und günstiger (vgl. GfK, 2017b). Dadurch dass sich die Generation nicht nur auf einen einzigen langen Urlaub im Jahr konzentriert, sondern lieber öfter kürzer verreist, liegt es nahe, für die Haupturlaubsreise weniger Geld auszugeben.

Insgesamt sieht man in diesem Fall, wie alle drei Effekte deutlich die Reiseausgaben beeinflussen. Die Forschung zum Einfluss der Lebensphasen kann größtenteils bestätigt werden, die Periodeneffekte spiegeln gut die verschiedenen Ereignisse und Entwicklungen auf der Makroebene wider und die Generationeneffekte sind nachvollziehbar. Dass es bei den Millennials keinen Generationeneffekt gibt, passt sehr gut dazu, dass die Forschung in diesem Punkt bislang zu unterschiedlichen Ergebnissen gekommen ist.

5.4.5 Reisedauer

Bezüglich der Reisedauer sind lediglich wenige Alterseffekte zu verzeichnen. Nur ab dem Alter von 63 Jahren reist man zunächst länger. Das lässt sich sehr gut mit dem Anstieg der frei verfügbaren Zeit begründen, der durch den Eintritt in den Ruhestand entsteht. Auch Romsa und Blenman (1989) sowie Lawson (1991) sind zu diesem Ergebnis gelangt. Das Resultat von Oppermann (1995a), dass Reisen in jungen Jahren länger dauern und anschließend bei 26- bis 40-jährigen Singles und Paaren kürzer werden, kann hier nicht bestätigt werden.

Der Wandel der Reisedauer geht eindeutig von den Umständen der Jahre aus. Im Zeitverlauf nahm die Reisedauer ab. Das kann darauf zurückgeführt werden, dass man mehr Reisen in einem Jahr unternimmt und sich nicht nur auf die Haupturlaubsreise konzentriert. Diese Entwicklung ist u. a. auf die verbesserten Mobilitätsangebote zurückzuführen. Ist die An- und Abreise weniger zeitaufwändig, beschwerlich und teuer, lohnt sich auch ein kürzerer Urlaub. Gerade Billigflieger fördern den Trend zu kurzen Reisen ins Ausland. Dabei muss beachtet werden, dass Kurzreisen, unter fünf Tagen Dauer, hier nicht berücksichtigt werden.

Für die Kohorten zeigen sich in diesem Fall kaum Effekte. Lediglich die Generation Y reist tendenziell kürzer. Dass die Generation kürzer reist, passt zu den Ergebnissen von Benckendorff und Moscardo (2010) sowie der GfK (2017b). Mittels der größeren Anzahl von Reisen der Millennials in einem Jahr lassen sich bereits die geringeren Ausgaben im Vergleich zu den älteren Generationen und nun auch die geringere Dauer der Haupturlaubsreise erklären. Die Generation möchte möglichst viel von der Welt sehen und viele verschiedene Erfahrungen machen. Dazu passt, dass Millennials eher häufiger reisen als eine lange Reise zu unternehmen. Etwas widersprüchlich ist in diesem Zusammenhang ihr Streben nach authentischen Erfahrungen. Wenn man sich nur kurz in einem Land aufhält, ist es schwieriger, die Kultur richtig kennenzulernen, wie es von Millennials angestrebt wird. Insbesondere die zahlreichen Flugreisen zeigen in Verbindung mit der kürzeren Reisedauer, dass die Generation eine gewisse „been there, done that“-Mentalität aufweist.

Insgesamt wirkt vor allem der Periodeneffekt auf die Reisedauer. Im Zeitverlauf hat sich die Dauer verkürzt. Im Fall der Altersbetrachtung kann lediglich bei den Senioren ein positiver und im Fall der Generationen nur bei den Millennials ein negativer Einfluss festgestellt werden. In beiden Fällen wird die bisherige Forschung überwiegend bestätigt.

5.4.6 Destination

Inland

Das Alter der Reisenden hat einen starken Einfluss darauf, ob eine Inlandsreise unternommen wird. Im Verlauf des Lebens verreist man zunehmend im Inland. Besonders unbeliebt sind demnach Deutschlandreisen im Alter um die 20 Jahre und besonders beliebt in späten Lebensphasen, was durch die bisherigen Forschungsergebnisse bestätigt werden kann. Bernini und Cracolici (2015) haben erkannt, dass schon eine größere Anzahl von Familienmitgliedern dazu führt, dass mehr Inlandsreisen unternommen werden. Die Haushaltsgröße hat hier ebenfalls einen starken Einfluss auf die Wahrscheinlichkeit eine Inlandsreise zu machen ($x = 0,030$; $p = 0,000$). Dieser Trend lässt sich zudem in den Alterseffekten der mittleren Lebensphase erkennen. Ein Grund für den hohen Anteil der Inlandsreisen im Fall von Familienreisen könnte sein, dass man eher das Auto wählt. Dadurch werden nähere Ziele attraktiver. Des Weiteren spielt das Sicherheitsrisiko mit Kindern eine Rolle. Deutschland wird vermutlich als sicherer wahrgenommen als andere Länder. Dass Senioren deutlich öfter im Inland bleiben, ist bereits bekannt, wie z. B. Romsa und Blenman (1989) herausgestellt haben. Gewohntere Umgebungen und eine gewohnte Sprache verursachen weniger Stressempfinden, was für Senioren wichtig ist. Wie bei Familien spielt auch die Sicherheit für Senioren eine große Rolle. Im Fall von terroristischen Anschlägen ziehen ältere häufiger die Konsequenz, nicht mehr in gefährdete Länder zu reisen als jüngere Reisende (vgl. ADAC Verlag, 2017, S. 9). Auch die bevorzugte Nutzung des Busses und der Bahn macht Inlandsreisen im Alter attraktiv.

In Bezug auf die Jahre zeigen sich ebenfalls deutliche Effekte. Während man am Anfang der 1980er Jahre noch häufiger innerhalb Deutschlands in den Urlaub fuhr, war der Effekt am Ende des Jahrzehnts schon negativ. Nach der Wende gab es einen besonders starken Umbruch. Der Mauerfall führte dazu, dass ab dem Jahr 1990 zunächst wieder deutlich mehr Inlandsreisen unternommen wurden. Wie bereits erwähnt wurde, besuchte man vor allem Verwandte und Freunde in den Jahren nach der Wende. Ab 1995 verreiste man wieder weniger im eigenen Land. Günstige Flüge und Pauschalreisen machten eine Reise ins Ausland im Zeitverlauf attraktiver. Auch das Internet gewann langsam als Teil der Globalisierung an Bedeutung und hat wahrscheinlich zum Anstieg der Auslandsreisenachfrage beigetragen, da man sich besser über alle Länder

und Angebote informieren und einfacher buchen konnte. Das wahrgenommene Risiko bei der Buchung nahm dadurch ab.

Hinsichtlich der Kohorten sind wieder alle positiven Effekte lediglich bei den Generationen, die vor den 68ern geboren wurden, zu erkennen. Dennoch zeigen sich Unterschiede zwischen den vier Generationen. Alle Kohorten der 68er und der Babyboomer fahren signifikant weniger in Deutschland in den Urlaub. Im Fall der Generation X gilt dies auch fast für alle Jahrgänge. Nahezu kein Effekt ist lediglich in Bezug auf die Millennials zu erkennen. Diese Ergebnisse sind unerwartet. Gardiner et al. (2015) haben erkannt, dass Babyboomer und die Generation X eine positivere Einstellung zu Inlandsreisen sowie auch eine größere Absicht haben, eine Inlandsreise zu unternehmen als die Generation Y. Auch eDreams (2017), Singer und Prideaux (2006) sowie Glover (2010) sind zu dem Ergebnis gekommen, dass die Generation Y häufiger ins Ausland reist als ihre Vorgänger. Dass die Ergebnisse hier anders ausfallen, kann mit den Alters- und den Periodeneffekten erklärt werden. In den Fällen, in denen die Generationen nur zu einem Zeitpunkt befragt wurden, wie bei Gardiner et al., werden die jüngeren Generationen in erster Linie weniger im Inland verreisen, weil sie in einem Alter sind, in dem man weniger im eigenen Land verreist. Im Rahmen der Studie von eDreams wurden zwar die Generationen im gleichen Alter verglichen, es erfolgte jedoch keine Berücksichtigung des Periodeneffekts. Dass Millennials in jungen Jahren schon häufiger im Ausland waren als vorherige Generationen in ihrem Alter, liegt an den bereits genannten Entwicklungen im Zeitverlauf, wie z. B. dem Flugangebot, die Auslandsreisen gefördert haben. Erst im Rahmen dieser Untersuchung, in der die Perioden- und Alterseinflüsse kontrolliert werden, wird ersichtlich, dass die Generation Y nicht seltener im Inland verreist als ihre Vorgänger. Dass die Ergebnisse hier anders ausfallen, kann zum Teil vermutlich auch auf die Länderunterschiede zurückgeführt werden. Gardiner et al. betrachteten beispielsweise Australien, sodass die Inlandsreisen in der Studie nicht mit den Deutschlandreisen in dieser Arbeit zu vergleichen sind.

Nachdem der Unterschied zur bisherigen Forschung erklärt wurde, stellt sich die Frage, warum die älteren Generationen weniger in Deutschland verreisen. Im Fall der 68er und teilweise auch der Babyboomer kann das Fluchtmotiv eine Rolle spielen. Insbesondere die 68er sahen viele Missstände in Deutschland und in der eigenen Familie. Das

Ausland versprach, z. B. durch den Kulturimport aus Amerika, eine Möglichkeit der konformistischen Enge Deutschlands zu entfliehen. Hinsichtlich der Babyboomer könnte noch stärker ihre Neugestaltung der Lebensphasen eine Rolle spielen. Dadurch, dass sich Babyboomer gerne jung verhalten, könnten sie sich auch hier wieder am Reiseverhalten der Jüngeren orientieren und dadurch häufiger ins Ausland reisen.

Zu der Generation X waren bisher viele Forschungsergebnisse noch nicht eindeutig, sodass in der Charakterisierung einige Widersprüche zu finden sind. Für eine größere Affinität, ins Ausland zu reisen, spricht, dass die Generation besonders unabhängig und selbstständig ist. Dagegen lassen sich jedoch mindestens genauso viele Argumente finden. So gilt die Generation z. B. auch als verunsichert und skeptisch. Doch unabhängig von den möglichen erklärenden Merkmalen ist eine wesentliche Erkenntnis dieser Arbeit, dass die Generation deutlich mehr Interesse an Auslandsreisen hat als ihre Nachfolger, denen die Auslandsneigung wesentlich häufiger zugeschrieben wird.

Wieso Millennials nicht verstärkt ins Ausland reisen, ist wie schon im Fall der Reiseintensität, schwer zu erklären. Für Deutschland als Reiseland spricht, dass die Generation mit ihrer Umwelt und ihrer Familie zufrieden ist und Probleme, wie Terror, Kriege und politische Umbrüche, verstärkt im Ausland wahrgenommen werden. Auch ihr Interesse an den Besuchen von Freunden und Verwandten begünstigt Inlandsreisen. Doch schon aufgrund der verlängerten Postadoleszenz, in der noch keine Familie gegründet wird, sollte der Auslandsreiseanteil höher sein. Die Generation ist zudem sehr an anderen Ländern interessiert und bevorzugt Flugreisen. Aus den Ergebnissen kann man jedoch nicht schließen, dass die Generation mehr innerhalb Deutschlands fliegt. Dass viele Reisen mit dem Flugzeug angetreten werden, kann darauf zurückzuführen sein, dass die Generation viele Strecken fliegt, die andere mit dem Auto fahren. Viele Ziele in Europa sind sowohl für Flug- als auch Auto-, Bus- oder Bahnreisen geeignet.

Ausland

Zunächst werden wieder nur die Reisen in das europäische Ausland betrachtet. Hier zeigt sich der erwartete Alterseffekt. Im Verlauf des Lebens werden entsprechende Reisen immer unbeliebter. Das bestätigt die bereits dargestellten Effekte und Argumente unter Inlandsreisen, die im Alter attraktiver werden. Den Ergebnissen entsprechend, ist das europäische Ausland vor allem in jungen Jahren beliebt. In der

Familienphase ist der Effekt wieder schwächer und ab dem Alter von 52 Jahren durchgehend signifikant negativ. Für das außereuropäische Ausland können ähnliche Aspekte herausgestellt werden, jedoch mit dem Unterschied, dass man bis zum Alter von 18 Jahren noch weniger weite Reisen unternimmt. Dies ist wahrscheinlich u. a. auf das geringere Reisebudget zurückzuführen. Die negativen Alterseffekte beginnen hier nun später. Erst ab dem Alter von 65 Jahren macht man durchgehend weniger außereuropäische Reisen. Diese Ergebnisse stimmen teilweise mit Oppermanns (1995b) Erkenntnissen überein. Er stellte fest, dass man zwischen dem Alter von 19 und 33 Jahren am häufigsten Übersee-Destinationen außerhalb Europas bereist. Während dies mit den Effekten übereinstimmt, ist hier jedoch kein deutlicher Rückgang zwischen dem Alter von 34 und 48 Jahren zu erfassen. Die Alterseffekte in den 30ern unterscheiden sich nur ganz leicht von denen davor und danach. Der Familienphaseneffekt zeigt sich in dieser Untersuchung jedoch wieder im hoch signifikanten Einfluss der Haushaltsgröße ($x = -0,025$; $p = 0,000$).

In Bezug auf die Periodeneffekte ist zu erkennen, dass bereits frühzeitig Reisen in das europäische Ausland populär wurden. Schon in den 1980ern reiste man verstärkt in diese Destinationen. Pauschalreisen waren bereits weit verbreitet und das außereuropäische Ausland war gleichzeitig noch wenig populär. Der negative Effekt nach der Wende weist dann darauf hin, dass verstärkt im Inland gereist wurde. Im Anschluss daran sind die Einflüsse der Jahre weniger eindeutig. Um die Jahrtausendwende ist der Effekt zunächst noch positiv, wird dann jedoch wieder negativ, da außereuropäische Reisen an Interesse gewinnen. Generell werden außereuropäische Reisen erst später beliebt. Ab 1993 ist der positive Effekt durchgehend signifikant, sodass ersichtlich wird, wie europäische Destinationen im Zeitverlauf gegenüber außereuropäischen Ländern an Beliebtheit verloren haben. Ein Grund dafür ist auch hier sehr wahrscheinlich der Fortschritt in der Mobilität. Die Flugpreise sind auch für Langstreckenflüge bezahlbar geworden, während der Wohlstand weiter angestiegen ist. Auch hat das Internet wieder dazu beigetragen, dass die Informationen zu exotischen Destinationen leichter verfügbar wurden und sich dadurch das wahrgenommene Risiko bei der Buchung reduziert hat. Die Auswahl an Destinationen ist gleichzeitig angestiegen. Immer mehr Länder haben das Potenzial des Tourismus für sich erkannt und sich zu attraktiven Destinationen entwickelt, die bereist werden konnten. Auch die Verbesserung des weltpolitischen

Klimas hat wahrscheinlich dazu beigetragen, dass weiter entfernte Ziele bereist wurden. Visas waren zunehmend leichter verfügbar, wenn sie denn überhaupt benötigt wurden.

In Bezug auf die Generationen sind die Effekte wieder ganz deutlich. Die zwei älteren Generationen reisen sehr viel ins europäische Ausland, während die zwei jüngeren hier keine nennenswerten Effekte zeigen. Hinsichtlich des außereuropäischen Auslands zeigen die 68er weniger, die Babyboomer etwas mehr, aber die Generation X mit Abstand am meisten Interesse. Auch Millennials sind deutlich interessierter an entsprechenden Destinationen. Die Effekte der einzelnen Länder bestätigen noch einmal die genannten Ergebnisse für Reisen ins europäische und außereuropäische Ausland. Das Interesse einzelner Generationen an einzelnen Destinationen genauer zu analysieren, würde an dieser Stelle jedoch zu weit führen.

Die Generation X zeigt eindeutig das größte Interesse an exotischen Destinationen, während bisher meistens den Millennials, u. a. von Glover (2010), Li et al. (2013), Petrak (2011) und Allianz Global Assistance (2016), diese Neigung attestiert wurde. Im Vergleich zu den zwei älteren Generationen ist jedoch auch die Generation Y stärker an exotischen Destinationen außerhalb Europas interessiert. Entgegen der vorliegenden Ergebnisse kamen Li et al. (2013) zu der Erkenntnis, dass die Generation X eher etablierte Ziele bereist. Passend ist das Ergebnis von Li et al. jedoch für die Babyboomer in dieser Untersuchung. Die Autoren stellten auch für diese Generation eine verstärkte Nachfrage nach touristisch etablierten Zielen heraus, welche hier gut zu erkennen ist. Babyboomer reisen vor allem ins europäische Ausland, wie auch die 68er.

Die bisherige Forschung liefert auch passende Argumente für die Destinationswahl der Generationen. Huang und Petrick (2010) haben nach den gewünschten Merkmalen eines Reiseziels gefragt und erkannt, dass die Generation Y mehr Wert auf das Wetter legt als die Babyboomer. In allen von Millennials bevorzugten Destinationen, wie Spanien, die Türkei, Australien und Nordafrika, scheint dieses Kriterium erfüllt zu sein, während Babyboomer auch an Destinationen ohne Wettergarantie Interesse haben, wie beispielsweise Skandinavien und Großbritannien. Babyboomer finden wiederum Autobahnen in einer Destination wichtiger als die Generation X. Das passt zu der Annahme, dass hier zum Teil die Autoanreisemöglichkeit die Destinationswahl determiniert. Die älteren Generationen, die das Auto bevorzugen, bleiben entsprechend in Europa. Die

verstärkte Nutzung des Flugzeugs der Generation X und der Generation Y passt ebenfalls zu den Ergebnissen. Nur wenige Destinationen außerhalb Europas lassen sich gut mit dem Auto, dem Bus oder der Bahn erreichen. Dass Millennials mehr Wert auf ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis legen, wie Glover (2010) und Gardiner et al. (2014) herausstellten, kann ebenfalls bestätigt werden. Millennials reisen in die Türkei und nach Nordafrika, während Skandinavien als deutlich teureres Ziel nicht zu ihren Favoriten gehört. Passend zur früheren Forschung wird hier außerdem gezeigt, dass die Generationen, die mit vielen Reiseerfahrungen aufgewachsen sind, später exotischere und entferntere Länder bereisen. Ebenfalls im Einklang mit der bisherigen Forschung kann hier angenommen werden, dass die Generation Y viele verschiedene Destinationen bereist. Die Tatsache, dass nur hinsichtlich weniger Ziele Millennials signifikante Effekte zeigen, zeigt, dass sich die Generation nicht nur auf einige Länder fokussiert. Die häufig geringere Signifikanz der Effekte der Generation Y kann jedoch auch immer auf die vergleichsweise geringe Anzahl von befragten Personen zurückgeführt werden, die dieser Generation zugerechnet werden.

Auch die formativen Phasen sind für die entfernteren Reisen der jungen Generationen relevant. Ein Ereignis, das die Generation X motiviert haben könnte zu reisen, war der Mauerfall. Dieser vermittelte ein Gefühl von Freiheit – insbesondere Reisefreiheit. Auch die Globalisierung war in allen Lebensbereichen für die Generation X und die Generation Y ein prägender und reisefördernder Einfluss. Während die Generation X zwar nicht als Digital Native, sondern höchstens als Digital Settler bezeichnet werden kann, ist sie dennoch onlineaffiner als die älteren Generationen. Durch ihren Zugang zu Informationen und ihre Informationsnutzung empfinden die beiden jüngeren Generationen die Welt als kleiner und sicherer. Die Ergebnisse passen auch zu dem Anspruch, dass Destinationen zunehmend „instagramfähig“ sein müssen. In entfernteren Zielen wird wahrscheinlich eine größere Anzahl beeindruckender Kulissen erwartet. Zumindest hat bereits der Hinweis auf das Reiseziel in den sozialen Medien eine Art Statussymbolfunktion.

Es lassen sich anhand der Merkmale der Generationen ebenfalls zahlreiche Gründe für die Ergebnisse finden. Dass Babyboomer schon deutlich mehr ins außereuropäische Ausland reisen als die 68er kann damit begründet werden, dass sie sich in ihrem Reiseverhalten an den jüngeren Reisenden orientieren. Von den Merkmalen der Generation Y

sprechen ihre Offenheit, ihre Toleranz, ihre höhere Bildung und ihre Fremdsprachenkenntnisse für die Wahl exotischerer Destinationen. Auch dass die jüngeren Generationen erst später eine Familie gründen und mehr Frauen berufstätig sind, begünstigt entferntere Ziele, die sich besser ohne Kinder und mit einem höheren Einkommen bereisen lassen. Millennials sind stets auf der Suche nach einmaligen Erlebnissen. Sie möchten viel von der Welt sehen, sind erlebnishungrig und selbstsicher, wodurch eine größere Anzahl von außereuropäischen Reisen zu erwarten gewesen ist. Für die Generation X lässt sich im Umkehrschluss sagen, dass Couplands Charakterisierung lediglich in Ansätzen zutreffend ist. Couplands pessimistische und zynische Generation würde vermutlich keine Vorreiterrolle beim Reisen übernehmen. Auch viele Beschreibungen der deutschen Generation X waren eher negativ, wahrscheinlich aufgrund von Couplands Roman und seiner Strahlkraft. Es lässt sich hier nur schwer ein Indiz dafür finden, dass die Generation X verunsichert, skeptisch und pragmatisch ist. Lediglich ihre Unabhängigkeit und Selbstständigkeit passen zu den Ergebnissen.

Hinsichtlich der Destinationswahl entsprechen erneut die Alters- und Periodeneffekte genau den Erwartungen. Die bisherige Forschung kann somit bestätigt werden. Anders sieht es hingegen im Fall der Generationen aus. Es zeigt sich, dass die Generation X am meisten Interesse an exotischen Destinationen hat und demnach auch mehr als die Millennials, von denen bisher angenommen wurde, dass sie hier eine Vorreiterrolle übernehmen. Dass Millennials aktuell sehr viel ins Ausland reisen, liegt vor allem an ihrem Alter und den gegebenen Möglichkeiten.

5.4.7 Reiseart

Besonders interessant ist im Fall der Reiseart die Möglichkeit, zum Teil auch auf die Motive der Reise schließen zu können. Periodeneffekte werden dafür im Folgenden nicht betrachtet. Auf das Problem, dass immer mehrere Jahre nicht kodiert werden konnten, wurde bereits hingewiesen.

Erlebnisreisen

Der Alterseffekt im Fall von Erlebnisreisen ist zum Teil sehr aufschlussreich. Zunächst unternimmt man im Alter von 14 bis 26 mehr und anschließend von 29 bis 62 Jahren weniger Erlebnisreisen. Im sehr hohen Alter ab 72 Jahren macht man jedoch sogar wieder häufiger Reisen dieser Art. Dass man in jungen Jahren verstärkt nach Erlebnissen sucht, passt zu den Ergebnissen von Richards und Wilson (2003). 74% ihrer jungen Reisenden suchen Aufregung im Urlaub. In der nächsten Lebensphase, in der häufig Kinder ein Teil der Reisebegleitung sind, nimmt der Wunsch nach Spannung, Abenteuern und neuen Erfahrungen ab, was die Ergebnisse entsprechend untermauert. Die Tatsache, dass im sehr hohen Alter wieder mehr Erlebnisreisen unternommen werden, zeigt, dass man auch im Ruhestand noch nach erlebnisreicher Abwechslung sucht, auch wenn diese sehr wahrscheinlich anders aussieht als in jungen Jahren. So könnte man im Seniorenalter z. B. an eine Kreuzfahrt denken. Pennington-Gray und Kerstetter (2001) haben ergänzend festgestellt, dass das Interesse von Senioren an Nachtleben und Unterhaltung angestiegen ist. Reisende möchten offensichtlich auch im hohen Alter noch etwas erleben.

In Bezug auf die Generationen zeigt sich, dass die 68er deutlich mehr Erlebnisreisen machen. Auch die Babyboomer sind interessierter an dieser Reiseart, während die Generation X eindeutig weniger entsprechende Reisen unternimmt. Die Effekte für die Millennials können nicht geschätzt werden. Dass Babyboomer mehr Erlebnisreisen unternehmen, passt einmal zu ihrer Orientierung am Reiseverhalten der jüngeren Altersklassen und auch zu der bisherigen Forschung, wie z. B. von Lehto et al. (2008). Die Autoren haben herausgefunden, dass Babyboomer besonders nach Intimität, Romantik, Abenteuern und Spannung suchen, was sich alles mit besonderen Erlebnissen in Verbindung bringen lässt. Patterson und Pegg (2009) haben erkannt, dass Babyboomer Erfahrungen machen wollen, die ihren Horizont erweitern. Sie möchten sich wieder jung fühlen, sind abenteuerlustig und wollen neue spannende Freizeitaktivitäten ausprobieren. Cleaver et al. (2000) identifizierten bei ihrer Segmentierung die sozialverantwortlichen Babyboomer, welche nach Abenteuern, Entdeckungen und erfüllenden Erfahrungen suchen. Außerdem stellten Gardiner et al. (2014) fest, dass Babyboomer ein größeres Verlangen nach emotional befriedigenden und neuen hedonistischen Erfahrungen haben. Sie suchen Reiseerfahrungen, die ihr

Leben bereichern. Von Erlebnisreisen erwarten Babyboomer wahrscheinlich am ehesten, dass sie diese Ansprüche an den Urlaub erfüllen.

Dass die 68er mehr Erlebnisreisen unternehmen, könnte auf die Erfahrungen in ihrer jüngsten Kindheit zurückgeführt werden. Die Generation setzte sich mit ihrer Umgebung nach dem Krieg, z. B. in Form von Erkundungstouren aktiv auseinander. Die Babyboomer waren auch noch eher eigenständig unterwegs, während die Generation X erstmals sehr behütet mit einem stark geregelten Freizeitprogramm aufwuchs, das wenig Platz für eigenständige Entdeckungstouren ließ. Dieser Unterschied könnte dazu geführt haben, dass die älteren Generationen eine größere Neugier entwickelt haben und eher aus ihrer „Komfortzone“ herauskommen, um etwas zu erleben als die jüngeren. Man strebte generell mehr nach Selbsterfahrung und Kreativität, abseits der Sicherheit, Ordnung und Disziplin, die von den Eltern vorgegeben wurde. 68er waren aktiver und mobilisierbarer als die jüngeren Generationen. Auch den Babyboomern kann man diese Merkmale noch zuschreiben, die die Erlebnissuche erklären könnten.

Vergnügungs-, Spaß- und Party-Reisen

Die Alterseffekte in Bezug auf Party-Reisen stimmen mit den Ergebnissen der bisherigen Forschung überein. Vor allem im Alter von 15 bis 31 Jahren fällt die Haupturlaubsreise unter die Kategorie Vergnügungs-, Spaß- und Party-Reisen. Auch Bojanic (1992) stellte fest, dass der Fokus junger Singles auf einem guten Nachtleben liegt. Man möchte Abenteuer erleben und eventuell Gleichaltrige im Urlaub treffen. Gerade viele Jugendreiseveranstalter konzentrieren sich auf Party-Reisen, um ihre Zielgruppe zu erreichen.

Hinsichtlich der Kohortenbetrachtung sticht die Generation X deutlich hervor. Während die 68er weniger Vergnügungsreisen unternehmen, ist die Generation X sehr an dieser Reiseart interessiert. Illies Roman „Generation Golf“ (2000) porträtiert eine Generation, die genau zu dieser Reiseart passt. Doch auch andere Autoren betonen, dass die Generation angeblich selbstbezogen und nur auf den eigenen Genuss sowie das eigene Vergnügen konzentriert ist, während z. B. die Politik und soziale Bewegungen keine Anhänger aus dieser Generation finden. Man nimmt sich vor der Familiengründung noch ausreichend Zeit, um dem Bedürfnis nach Vergnügen nachkommen zu können.

Selbst in der Arbeitswelt zeigt sich diese Haltung. Die Generation zieht eine klare Grenze zwischen der Arbeit und ihrer Freizeit und achtet dabei auf ihre Work-Life-Balance. Man möchte bereits in jungen Jahren das Leben genießen. Die hedonistische Lebenseinstellung der Generation X scheint ihr Interesse an Vergnügungsreisen zu erklären.

Strand- und Sonnenurlaube

Im Fall von Strandurlauben zeigt sich, dass man in der ersten Lebenshälfte gerne Strandurlaube macht und diese Reiseart danach mit zunehmendem Alter unattraktiver wird. Dies Ergebnis ist wieder im Einklang mit der bisherigen Forschung. Oppermann (1995a) hat festgestellt, dass das Sonnenbaden vor allem in jungen Jahren beliebt ist und im Alter von 41 bis 63 Jahren an Bedeutung verliert. Auch Bojanic (1992) fand heraus, dass junge Singles an den Strand wollen und auch Reisende, die frisch verheiratet sind, Strandresorts bevorzugen. Es zeigte sich, dass der Strand solange wichtig ist, bis Reisende das späte Erwachsenenalter erreichen, genau wie es hier der Fall ist. Romsa und Blenman (1989) bestätigten, dass Senioren weniger am Sonnenbaden interessiert sind.

Von den Generationen sind die 68er und die Babyboomer am meisten an Strandurlauben interessiert. Doch auch die Generation X zeigt eindeutig mehr Interesse an dieser Reiseart. Bei der Generation Y wurden nur für wenige Jahrgänge Effekte geschätzt, die noch keine Aussage zulassen. YouGov (2017) kam ohnehin zu dem Ergebnis, dass sich die Generation Y beim Badeurlaub nicht vom Gesamtmarkt unterscheidet. Huang und Petrick (2010) stellten außerdem heraus, dass für Babyboomer Strände weniger bedeutend sind. Das kann mittels der vorliegenden Ergebnisse jedoch nicht bestätigt werden, wobei der Grund offensichtlich erscheint. Die Autoren nahmen keine getrennte Betrachtung von Alters- und Generationeneffekten vor, sodass bei ihnen vermutlich nur der Alterseffekt dafür sorgte, dass die Babyboomer Strände als weniger wichtig bewerteten. Insgesamt ist erneut auffällig, dass keine Generation einen negativen Effekt zeigt, da diese Effekte bei den deutlich älteren Kohorten zu erfassen sind. D. h. wiederum, dass es hinsichtlich der vier betrachteten Generationen keine deutlichen Unterschiede gibt und der Sonnen- und Strandurlaub übergreifend populär ist.

Erholungs- und Ausruhurlaube

Strandurlaube sind vielfach auch Erholungsurlaube. Die beiden Reisearten sind jedoch nicht gleichzusetzen, da z. B. auch abseits von Stränden Erholung möglich ist. Zudem sehen die Effekte unterschiedlich aus. In jungen Jahren macht man noch keinen Erholungsurlaub. Im Alter von 30 bis 61 Jahren ist das Interesse an Erholung jedoch hoch und ab dem Alter von 65 Jahren wieder gering. Zur Begründung lassen sich die Lebensphasen heranziehen. Während man berufstätig ist, benötigt man scheinbar mehr Erholung als in den Lebensphasen, die in der Regel etwas weniger Verantwortung und zeitlichen Stress mit sich bringen. Die bisherigen Forschungsergebnisse zu den Reismotiven von Senioren scheinen den Ergebnissen zu widersprechen. Lehto et al. (2008) haben erkannt, dass im Seniorenalter Erholung sogar das wichtigste Reisemotiv ist. Auch das größte Cluster bei der Senioren-Segmentierung von Shoemaker (2000) hatte Erholung als Motiv. Anderson und Langmeyer (1982), die Reisende im Alter unter und über 50 Jahren gegenübergestellt haben, sind zu dem Ergebnis gekommen, dass man im Alter über 50 Jahren eher Erholung sucht. Auch die GfK (2017a) hat bei deutschen Senioren ein größeres Bedürfnis nach Erholung identifiziert. Dass die Ergebnisse hier deutlich von der bisherigen Forschung abweichen, könnte damit erklärt werden, dass die Erholung nicht definitorisch für die Reiseart ist, die dem Urlaub am ehesten zugeordnet wird. Senioren können einen erholsamen Urlaub suchen, doch die Reise im Rahmen der Erhebung z. B. primär als Besuchsreise einordnen. Während der Erwerbstätigkeit steht die Erholung wahrscheinlich stärker im Fokus der Reise.

In Bezug auf die Kohorten zeigen die Effekte ein anderes Bild als im Fall des Strandurlaubs. Während die 68er noch ein leichtes Interesse am Erholungsurlaub zeigen, sind die Effekte für die Babyboomer und die Generation X deutlich negativ. Hier gehen nun die positiven Effekte vor allem von den älteren Kohorten, die vor den 68ern geboren wurden, aus. Diese legten scheinbar häufiger den Fokus im Urlaub auf die Erholung. Als Begründung kann die Veränderung der Erwerbsstruktur herangezogen werden. Früher war ein deutlich größerer Teil der Bevölkerung im primären und sekundären Wirtschaftssektor beschäftigt und musste daher vor allem körperlich arbeiten (vgl. Statistisches Bundesamt, 2018b). Man kann nun annehmen, dass ältere Kohorten dadurch eher Erholungsurlaube bevorzugen als die jüngeren Generationen, die viel häufiger im Dienstleistungssektor beschäftigt sind.

Familienreisen

Familienreisen macht man eher im Alter von 14 und dann wieder von 29 bis 45 Jahren. Hier kann davon ausgegangen werden, dass im ersten Fall noch verstärkt mit den eigenen Eltern verreist wird, während im zweiten Fall vor allem die eigenen Kinder an der Reise teilnehmen. Dieser Zusammenhang erscheint eindeutig.

Hinsichtlich der Generationen sind die Effekte sehr aufschlussreich. Die zwei älteren Generationen unternehmen weniger und die Generation X macht eher mehr Familienurlaube. Dies scheint zunächst nicht dazu zu passen, dass die zwei älteren Generationen noch stärker am traditionellen Familienbild festhalten. Lehto et al. (2008) fanden heraus, dass Babyboomer im Urlaub viel Zeit mit der Familie verbringen möchten. Andere Reisearten schließen jedoch keineswegs aus, dass man viel Zeit mit der Familie verbringen kann. Man könnte argumentieren, dass die älteren Generationen lediglich weniger Reisen unternehmen, die vorrangig als Familienreisen betrachtet werden. Reisen mit Kindern könnten z. B. auch als Rundreise oder Kulturreise eingestuft werden. Kinder rückten in der Familie im Zeitverlauf immer mehr in den Fokus, sodass man wahrscheinlich früher Reisen weniger nach ihnen ausrichtete als heute. Wie bereits erwähnt, wird der Generation X ein sehr enges Verhältnis zu ihren Kindern zugeschrieben, während die 68er ein weniger enges Verhältnis zu ihren eigenen Kindern pflegen. Das passt zu dem Ergebnis, dass die Generation X mehr Familienreisen unternimmt. Zudem haben die 68er und die Babyboomer sehr wahrscheinlich weniger Reisen mit den eigenen Eltern unternommen, als sie jung waren. Selbst im Erwachsenenalter macht die Generation X vermutlich noch häufiger Reisen mit den Eltern als ihre Vorgänger, da sie ein besseres Verhältnis zu ihren Eltern hat.

Natururlaube

Natururlaube unternimmt man eher im höheren Alter ab 60 Jahren. Besonders im Alter von 16 bis 44 Jahren ist das Interesse daran gering. Das Ergebnis passt zu Lehto et al. (2008), welche erkannten, dass leichte Natur-Aktivitäten zu den beliebtesten Tätigkeiten von Senioren gehören. Shoemaker (2000) fand ergänzend heraus, dass eine schöne Landschaft zu den wichtigsten Kriterien für die Destinationswahl gehört. In jüngeren Jahren legt man im Urlaub eher Wert auf andere Aspekte, wie das Vergnügen, die Sonne und den Strand.

Von den vier Generationen interessieren sich die 68er am meisten für Natururlaube. Babyboomer zeigen schon leicht weniger, aber die zwei jüngeren noch einmal deutlich weniger Interesse daran. Die bisherige Forschung attestierte am ehesten den Babyboomern ein Interesse an der Natur. So fanden Li et al. (2013) heraus, dass Babyboomer viel Wert auf die Umweltqualität legen, während dies für die Generation Y weniger zutrifft. Die Babyboomer und die Generation X sollen auch ein größeres Interesse an Nationalpark-Besuchen und Tierbeobachtungen haben. Genau zu diesem Ergebnis kamen auch Pennington-Gray et al. (2003). Auch hier interessierten sich die Babyboomer und die Generation X am meisten für Nationalparks im Urlaub. Huang und Petrick (2010) identifizierten bei den Babyboomern ebenfalls Interesse für schöne Landschaften. Dass die Aktivitäten von Babyboomern vor allem draußen in der Natur stattfinden, haben Lehto et al. (2008) herausgestellt. Ein Indiz dafür, dass Millennials weniger an der Natur interessiert sind, kann auch in der Forschung von Benckendorff und Moscardo (2010) festgestellt werden. Millennials am Great Barrier Reef in Australien sind weniger daran interessiert, das Riff richtig kennenzulernen als vielmehr daran, verschiedenen Aktivitäten dort nachzugehen.

Dass die 68er ein stärkeres Interesse an der Natur haben, könnte darauf zurückgeführt werden, dass sie am ehesten draußen aufgewachsen sind. Selbst im Fall der Babyboomer verlagerte sich das Spielen durch die Urbanisierung zunehmend ins Haus und in spezielle Einrichtungen und Räume für Kinder. Dadurch fehlte den drei jüngeren Generationen die Nähe zur Natur. Besonders die Medien lenkten die Aufmerksamkeit zunehmend weg von der natürlichen Umwelt. Während die jüngeren Generationen teilweise mit vielen unterschiedlichen Medien oder sogar dem Internet aufgewachsen sind und zunehmend weniger draußen waren, haben die 68er diese Veränderung bewusst miterlebt, wodurch sie die Nähe zur Natur eher vermissen und demnach auch suchen könnten.

Sport- und Aktivurlaube

Nur im jungen Alter unternimmt man Reisen, die sich in erster Linie den sportlichen und aktiven Urlaubsreisen zuordnen lassen. Auch Lawson (1991) und Bojanic (1992) erkannten, dass gerade junge Singles aktiv reisen. Richards und Wilson (2003) stellten heraus, dass 76% ihrer jungen Reisenden im Urlaub wandern und spazieren gehen. Dass Senioren seltener Sport-Reisen machen, kann mit dem Prozess der Alterung begründet

werden. In jungen Jahren hat man noch mehr Energie, um eine vorrangig aktive Reise, wie einen Surfurlaub, zu unternehmen. Dass physische Betätigungen, wie Sport, im Alter abnehmen, bestätigen auch Romsa und Blenman (1989). Wandern ist jedoch kaum von dem Rückgang betroffen, sodass Wandern scheinbar auch im höheren Alter noch beliebt ist.

In Bezug auf die Generationen sind die 68er am meisten an sportlichen Reisen interessiert. Aber auch die Babyboomer und die Generation X haben noch eher mehr Interesse an aktiven Reisen. Millennials sind tendenziell weniger sportlich im Urlaub. Dass Babyboomer eher aktiver sind, stellten auch Lehto et al. (2008) heraus. Die Tatsache wiederum, dass fast alle Kohorteneffekte der vier Generationen positiv sind, zeigt, dass die älteren und teilweise bereits verstorbenen Kohorten seltener Sportreisen gemacht haben. Die Ergebnisse lassen sich damit erklären, dass die Babyboomer und auch die 68er im Vergleich zu den vorherigen Generationen jung geblieben sind. Ein Grund dafür sind vermutlich die Kriegserfahrungen, die nur die älteren Generationen gemacht haben und die dazu geführt haben könnten, dass diese Kohorten physisch und psychisch schneller gealtert sind.

Dass die Generation Y auf Reisen weniger sportlich ist als andere Generationen ist schwer zu begründen. Die Generation achtet grundsätzlich sehr auf ihren Körper und treibt viel Sport, was jedoch scheinbar nicht bedeutet, dass auch im Urlaub der Sport an erster Stelle steht. Vielleicht führt gerade die regelmäßige sportliche Tätigkeit dazu, dass das Bedürfnis nach Bewegung schon weitestgehend befriedigt ist. Ein Aspekt, der ebenfalls dafürspricht, dass Millennials mehr Aktivreisen unternehmen, ist, dass es durch die lange Postadoleszenz noch viele Singles in der Generation gibt und laut Yeoman et al. (2011) Singles eher sportliche Reisen machen als z. B. Familien. Der Einfluss der Haushaltsgröße ist zwar hier auch hoch signifikant und negativ, doch ist die Stärke nur gering ($x = -0,004$; $p = 0,000$). Somit trägt die Haushaltsgröße nicht viel zur Erklärung der Nachfrage nach Aktivreisen bei.

Gesundheitsurlaube

Gesundheitsurlaub bzw. Kururlaub ist eindeutig eine Reiseart, die eher von Senioren nachgefragt wird. Gerade der abnehmende physische Gesundheitszustand führt sehr wahrscheinlich dazu, dass diese Reiseart im Alter zunehmend populär wird. Auch

Romsa und Blenman (1989) bestätigten das Ergebnis. Senioren haben bei ihnen häufiger Gesundheit als Reisemotiv angegeben.

Hinsichtlich der Generationen sind alle Effekte negativ. Alle positiven Einflüsse sind bei den deutlich älteren Kohorten zu finden. Hier kann wieder der veränderte Alterungsprozess als Begründung angeführt werden. Alle Generationen, die ohne Kriegserfahrung aufgewachsen sind, sind verhältnismäßig jung geblieben und machen entsprechend im Vergleich zu den früheren Generationen weniger Gesundheitsreisen. Hier könnte es jedoch gut sein, dass die jüngeren nur später anfangen, sich für diese Reiseart zu interessieren. Die Lebenserwartung ist deutlich gestiegen, sodass auch noch in einem höheren Alter die Nachfrage ansteigen könnte.

Kulturreisen

Kulturreisen bzw. Bildungs-, Sightseeing- und Studienreisen sind besonders im jungen Alter bis 24 Jahren beliebt. Im hohen Alter findet man jedoch ebenfalls vereinzelt signifikante positive Effekte. Dass man in jungen Jahren an Kultur interessiert ist, bestätigten auch Richards und Wilson (2003). 83% der jungen Reisenden möchten andere Kulturen erkunden und 69% wollen ihr Wissen erweitern. Auch bei den Aktivitäten steht der Besuch historischer Sehenswürdigkeiten (77%) im Vordergrund. Dass man im höheren Alter eher an Sightseeing interessiert ist, erkannte auch Oppermann (1995a). Laut der GfK (2017a) wollen Senioren besonders gerne neue Kulturen kennenlernen. Lawson (1991) hat ebenfalls vor allem bei Pensionären ein Interesse an der Kultur des Landes identifiziert. Leichte Kulturaktivitäten und klassisches Sightseeing gehören bei Lehto et al. (2008) zu den beliebtesten Tätigkeiten älterer Reisenden. Und auch Shoemaker (2000) fand heraus, dass Senioren gerne lokale Attraktionen und historische Sehenswürdigkeiten besuchen. Das Gleiche erkannten Anderson und Langmeyer (1982) bei den über 50-Jährigen. Die Forschungsergebnisse sind hier eindeutig. Laut Bojanic (1992) interessieren sich auch schon Paare im mittleren Alter für die Geschichte und die lokalen Bräuche einer Destination, wenn sie keine Kinder haben. Die Haushaltsgröße hat einen negativen, aber nur leichten Einfluss auf die Wahrscheinlichkeit, eine Kulturreise zu unternehmen ($x = -0,010$; $p = 0,000$). Dass sich Familien etwas weniger für Kultur interessieren, lässt sich vermutlich damit erklären, dass Kinder sehr wahrscheinlich weniger Interesse an Sightseeing haben und andere Aktivitäten bevorzugen.

Die 68er sind am meisten an Kulturreisen interessiert. Die Babyboomer zeigen ebenfalls eher mehr Interesse daran, während die jüngeren, und insbesondere die Generation X, weniger daran interessiert sind. Das Ergebnis für die Babyboomer bestätigen mehrere Autoren. Huang und Petrick (2010) erkannten ein größeres Interesse der Generation an historischen Sehenswürdigkeiten, Plätzen und Museen. Li et al. (2013) nannten hierzu neben kulturellen Sehenswürdigkeiten und Aktivitäten auch lokale Festivals und historische Orte. Museen und Kunstgalerien weckten bei Pennington-Gray et al. (2003) das Interesse der Generation. Patterson und Pegg (2009) beschreiben die Babyboomer als eine Generation, die ihr Leben durch neues Wissen bereichern und vor allem umfassendes Wissen über die Region erlangen möchte. Das kulturelle Interesse der Generation ist demnach eindeutig.

Die 68er, die in der bisherigen Forschung häufig zu den Babyboomern gerechnet werden, sind motiviert zu lernen, nach Antworten zu suchen und sind bestrebt, sich neues Wissen selbst anzueignen. Das passt sehr gut dazu, dass 68er auch auf Reisen dem Wunsch folgen, etwas Neues zu lernen. Vielleicht sorgte auch die mangelnde Identifikation mit der deutschen Kultur dafür, dass man sich für entsprechende Alternativen im Ausland interessierte. Gerade aus Amerika kamen viele Einflüsse nach Deutschland und könnten das Interesse geweckt haben, noch mehr über fremde Kulturen zu lernen.

Das geringe kulturelle Interesse der Generation X könnte auf ihre Selbstbezogenheit zurückgeführt werden. Man interessiert sich in erster Linie für sein eigenes Leben und demnach vermutlich weniger für die Kultur in anderen Ländern. Die Generation gilt als skeptisch, was auch in Bezug auf andere Kulturen gesehen werden könnte. Vor diesem Hintergrund verwundert es jedoch, dass die Generation häufiger in exotische Länder reist.

Dass die Generation Y hier mehr Interesse zeigt als ihre Vorgänger, kann nicht bestätigt werden, obwohl viele Autoren zu diesem Ergebnis gekommen sind. Glover (2010) erklärte, dass die Generation vor allem fremde Kulturen kennenlernen möchte, die einzigartig und noch nicht an die westlichen Länder angepasst sind. Neue Länder und Kulturen kennenzulernen, soll laut Allianz Global Assistance (2016) mit 53% zu den wichtigsten Motiven der Generation gehören. Pendergast (2010) betonte, dass

Millennials die echte Lebensart und die Einwohner einer Destination kennenlernen wollen. Dass sie mehr lernen und ein besseres Verständnis für andere Kulturkreise entwickeln möchten, wird darauf zurückgeführt, dass sie schon viele Reisen gemacht haben. Immer wieder ist von verschiedenen Autoren ihr Streben nach authentischen lokalen Erfahrungen betont worden. Die Generation möchte in die Kultur integriert werden (vgl. Kapitel 4.3.3.2.2.2). Daher ist es schwer, auf Basis von zwei negativen Effekten (bei nur bis 1988 geschätzten Kohorteneffekten) der Generation ihr genanntes Interesse abzuerkennen. Wahrscheinlich klassifiziert die Generation ihre Reisen nur anders. Besonders die hohe Bildung der Generation, ihr Wille zur Weiterbildung und ihr Wunsch nach persönlicher Weiterentwicklung sprechen dafür, dass sie auch auf Reisen an neuen Informationen und kulturellen Erfahrungen interessiert ist. Dadurch dass die Generation mit der Globalisierung aufgewachsen ist, ist ihre Wahrnehmung fremder Kulturen größer, was wiederum ihr Interesse daran geweckt haben könnte.

Rundreisen

Die Wahrscheinlichkeit, eine Rundreise zu machen, hängt kaum mit der Lebensphase zusammen. Dass man tendenziell in seinen 30ern weniger Rundreisen unternimmt, liegt vermutlich an der Familiengründung. Mit einer größeren Anzahl von Haushaltsmitgliedern macht man eher weniger Rundreisen ($x = -0,007$; $p = 0,000$). Mit kleinen Kindern sind lange Fahrten sehr wahrscheinlich weniger beliebt, da diese nicht den Bedürfnissen von Kindern nach Freiheit und Bewegung gerecht werden, was wiederum zu Stress führen kann. Dass man in seinen 70ern eher häufiger Rundreisen unternimmt, kann mit der gestiegenen Nutzung des Busses als Verkehrsmittel zusammenhängen. Viele Busreisen sind Rundreisen, sodass man viel sehen kann, ohne dabei laufen zu müssen.

In Bezug auf die Generationen zeigen sich nur bei den 68ern positive Effekte. Während sich bei den Babyboomern und der Generation X keine eindeutige Neigung erkennen lässt, ist bei den Millennials schon eine negative Ausrichtung festzustellen. YouGov (2017) ist zu dem Ergebnis gelangt, dass Millennials mehr Rundreisen machen, was hier nicht bestätigt werden kann. Da die 68er wesentlich autoaffiner sind als die Millennials, ist es nachvollziehbar, dass sie mehr Rundreisen unternehmen. Insbesondere auch das größere Interesse der Generation an Campingreisen lässt auf eine höhere Wahrscheinlichkeit, eine Rundreise zu machen, schließen.

Besuchsreisen

Die Ergebnisse zum Besuch von Freunden und Verwandten bestätigen die Erkenntnisse zur Unterkunfts Wahl. Auch hier haben die zwei älteren Generationen weniger Interesse an Besuchen. Während bei den Millennials wieder nur für einige Jahrgänge Effekte geschätzt werden konnten und dabei keine Ausrichtung zu erkennen ist, zeigt sich nun auch ein verstärktes Interesse der Generation X an Besuchen. Da bereits auf die Gründe für alle Effekte eingegangen worden ist, wird hier ausschließlich die Generation X betrachtet, die bei der Unterkunfts Wahl noch kein stärkeres Interesse an dieser Reiseart gezeigt hat.

Für die Generation X gilt schon, dass sie ein besseres Verhältnis zu ihren Eltern und wahrscheinlich auch anderen Verwandten hat. Ebenfalls gab es bereits eine verlängerte Postadoleszenz, die dazu geführt haben könnte, dass man ohne Kinder eher Freunde und Verwandte besuchte. Im Bereich der Bildung begann ab der Generation X die Internationalisierung. Austauschprogramme, Auslandspraktika und –studienaufenthalte nahmen zu. Dadurch konnte ein internationaler Freundeskreis aufgebaut werden, der viele Besuchsoptionen bietet. Des Weiteren war der Mauerfall, der vorübergehend zu einem deutlichen Anstieg an Besuchen führte, das prägendste Ereignis dieser Generation. Auch wenn dieser in erster Linie die Periodeneffekte erklärt, kann das Ereignis in der formativen Phase der Generation auch ihr Reiseverhalten geprägt haben. Ein weiterer Aspekt ist die besondere Wertschätzung von Freundschaften. Diese legt ebenfalls den häufigeren Besuch von Freunden im Urlaub nahe.

Abenteuerreisen

Abenteuerreisen macht man nur verstärkt in seinen 20ern, wobei es sonst keine signifikanten Alterseffekte gibt. Auch Bojanic (1992) stellte heraus, dass vor allem junge Singles nach Abenteuern suchen. Dass junge Singles und Paare abenteuerlustig sind und deswegen auch generell mehr reisen, betonten ebenfalls Collins und Tisdell (2002). Sobald Kinder hinzukommen, nimmt der Wunsch nach Abenteuern – laut GfK (2017a) – zunächst ab. Aufgrund der gestiegenen Verantwortung mit Kindern in der mittleren Lebensphase und durch den fortgeschrittenen Alterungsprozess in späteren Lebensphasen ist es nachvollziehbar, dass nur in jungen Jahren mehr Abenteuerreisen unternommen werden.

In Bezug auf die Generationen gibt es praktisch keine Unterschiede. Für die Generation Y konnten keine Effekte geschätzt werden. Die anderen Generationen zeigen alle jeweils zwei positive Effekte. Die bisherige Forschung hat jedoch bei den Babyboomern ein stärkeres Interesse an Abenteuerurlaube erkannt. Lehto et al. (2000) sind zu diesem Ergebnis gekommen. Patterson und Pegg (2009) identifizierten Abenteuerismus als neuen Nischenmarkt für Babyboomer. Die Autoren gehen davon aus, dass die Generation nicht nur passives Sightseeing betreiben möchte, sondern sich durch abenteuerliche Aktivitäten wieder jung fühlen will. Auch das Segment der sozialverantwortlichen Babyboomer von Cleaver und Muller (2002) ist an Abenteuern interessiert. Laut GfK (2017a) sind jedoch die Millennials interessierter an Abenteuern als die Babyboomer und die Generation X. Auch YouGov (2017) sieht im Reiseverhalten der Generation Y ihre Abenteuerlust und ihre Risikobereitschaft widergespiegelt. Auch wenn hier keine Aussage zu den Millennials möglich ist, können die Ergebnisse aus den beiden Studien gut auf das junge Alter der Generation zurückgeführt werden.

Während insgesamt im Fall der Reisearten erneut die Erwartungen an die Alterseffekte bestätigt werden konnten, gilt dies nur zum Teil auch für die Generationen. Besonders hinsichtlich der jüngeren Generationen sind viele Effekte anders als angenommen. Beispielsweise wurde bei Kultur-, Sport- und Rundreisen mit einem stärkeren und nicht schwächeren Interesse der Millennials gerechnet. Neben den bereits genannten möglichen Gründen für diese Abweichung muss noch einmal hervorgehoben werden, dass lediglich die vorrangige Reiseart der Haupturlaubsreise betrachtet wurde und keine Motive sowie weiteren Merkmale dieser Reise berücksichtigt wurden.

5.4.8 Reiseorganisation

Die Alterseffekte bei Pauschalreisen waren nicht eindeutig. Tendenziell bucht man bis zum Alter von 51 Jahren eher Pauschalreisen und von 52 bis 63 Jahren weniger. Danach wirken nur vereinzelt Effekte signifikant negativ. Lawson (1991) stellte heraus, dass Reiseveranstalter erst an Bedeutung gewinnen, wenn die Kinder älter sind. Das kann hier nicht bestätigt werden. Die Ergebnisse passen jedoch zu der ADAC-Studie (2017). Diese fand heraus, dass man mit zunehmendem Alter öfter direkt beim Unterkunfts-

anbieter bucht. Vermutlich bucht man im höheren Alter weniger pauschal, da man schon mehr Reiseerfahrung sammeln konnte.

Die Periodeneffekte zeigen die zunehmende Beliebtheit der Pauschalreise im Zeitverlauf, wobei die Jahre 2005 bis 2009 besonders stark wirkten. Dass mehr Pauschalreisen gebucht wurden, hängt mit dem Anstieg an Angeboten zusammen. Es gab immer mehr Reiseveranstalter, die attraktive Leistungen bündelten, was zu einer stärkeren Nachfrage führte. Der Anstieg kann auch auf das verbesserte Flugangebot zurückgeführt werden. Besonders die Nachfrage nach Flug- und Auslandsreisen, die im Zeitverlauf angestiegen ist, wird die Beliebtheit der Pauschalreise gefördert haben, da Inlandsreisen seltener pauschal gebucht werden ($r = -0,308$). Der Einfluss beruht jedoch immer auf Gegenseitigkeit.

Hinsichtlich der Generationen zeigen sich zwar keine starken Effekte, dennoch gibt es geringe Unterschiede. Die 68er buchen am meisten pauschal, gefolgt von den Baby-boomern. Die beiden jüngeren Generationen zeigen keine eindeutigen Effekte und buchen demnach zumindest seltener organisierte Reisen als die zwei älteren Generationen. Dass Millennials weniger Pauschalreisen buchen, zeigten auch die GfK (2017b), YouGov (2017), American Express (2016), Pusch (2018) und Petrak (2011). Bei den Jüngeren haben Pauschalreisen generell ein schlechtes Image. Sie werden mit Fremdbestimmung und passivem Konsum in Verbindung gebracht. Die bekannten Reiseveranstalter haben ebenfalls ein schlechteres Image bei den Millennials als beim Rest der Bevölkerung. Gleichzeitig sind die großen Online-Portale, die die Buchung von Einzelleistungen vereinfachen, in der Generation bekannter.

Viele Merkmale der Generation Y sprechen gegen die pauschale Buchung. Die Generation legt viel Wert auf Individualität, Flexibilität, Authentizität und moderne, mobile Kommunikation. Die klassischen Reiseveranstalter bieten hier teilweise nicht genug, um den Anforderungen gerecht zu werden. Daher bucht die internetaffine Generation lieber auf individuellen Plattformen wie Airbnb und Swoodoo ihre Einzelleistungen. Das Preis-Leistungs-Verhältnis ist der Generation X und der Generation Y besonders wichtig. Bei Einzelleistungen lassen sich die Preise einfacher vergleichen und beurteilen als bei Pauschalreisen mit ihrem individuellen Leistungs-bündel. Die Generation Y hat zudem bereits viel Reiseerfahrung, was dazu beitragen

kann, dass die Reisen eher selbst organisiert werden. Da Millennials, wie auch schon die Generation X, eine ausgedehnte Postadoleszenz mit viel freier Zeit genießen konnten, hatten sie auch mehr Zeit, um sich selbst mit ihren Reiseplänen zu beschäftigen und alles individuell zusammenzustellen.

Im Fall der Reiseorganisation konnten die bisherigen Erkenntnisse zum Alterseffekt zum Teil bestätigt werden. Der Periodeneffekt entspricht den Erwartungen und auch die Generationen zeigen in diesem Fall in etwa das erwartete Bild. Auf Basis der bisherigen Forschung konnte man jedoch von einem größeren Unterschied zwischen den Generationen ausgehen als dem, der herausgestellt wurde.

5.4.9 Reisebegleitung

Im Fall der Reisebegleitung zeigt sich der erwartete Alterseffekt. Bis zum Alter von 20 Jahren reist man in einer größeren, von 22 bis 25 Jahren in einer kleineren und von 28 bis 47 Jahren wieder in einer größeren Reisegruppe. Im ersten Fall kann vermutet werden, dass es sich bei der Begleitung um Freunde oder die Herkunftsfamilie handelt. Anschließend reist man wahrscheinlich eher nur mit dem Partner oder einem Freund bzw. einer Freundin, bevor ab dem Alter von 28 Jahren Reisen mit der eigenen Familie unternommen werden, wodurch eine größere Anzahl von Reiseteilnehmern entsteht. Dass später im Leben die Anzahl der Begleiter abnimmt, kann damit erklärt werden, dass man wieder ohne Kinder verreist.

In Bezug auf die Perioden ist zu erkennen, dass in den 1980er Jahren eher kleinere Reisegruppen unterwegs waren, während von 1994 bis 2005 größere Gruppen verreisten. Welche Rahmenbedingungen genau dafür verantwortlich waren, ist schwer zu sagen. Es war vermutlich erneut ein Trend der Zeit, dass um die Jahrtausendwende eher eine größere Anzahl von Personen zusammen in den Urlaub fuhr.

Im Fall der Generationen ist gut zu erfassen, dass die zwei älteren in größeren Gruppen verreisen, wobei der Effekt nur deutlich wird, wenn der Einfluss der Haushaltsgröße nicht kontrolliert wird. Man reiste demnach mit der eigenen Familie, die damals verhältnismäßig groß war. Im Fall der Generation X ist die Teilnehmerzahl schon etwas

geringer, wobei mit der Kontrolle der Haushaltsgröße der Effekt wiederum stärker ist als bei den Vorgängern. Im Fall der Millennials wird der gleiche Fall sogar noch deutlicher. Man reist wieder in einer größeren Gruppe, wobei der Effekt in dieser Generation mit der Kontrolle der Haushaltsgröße am stärksten ist. Scheinbar führt der höhere Anteil an Singles, Alleinerziehenden und Paaren ohne Kinder nicht dazu, dass man alleine bzw. nur mit Haushaltsangehörigen verreist. Der Effekt lässt sich mit dem großen Netzwerk aus Freunden erklären. Freunde als Reisebegleiter sind einfach zu finden. Der positive Effekt der jüngeren Generationen lässt sich auch auf ihr gutes Verhältnis zur Herkunftsfamilie zurückführen. Man plant auch noch nach dem Auszug von zu Hause gemeinsame Reisen mit den Eltern, wodurch eine größere Reisegruppe entsteht.

In Bezug auf die Reisebegleitung sind die Effekte insgesamt sehr aufschlussreich. Während der Alterseffekt noch den Erwartungen entspricht, ist bei den Perioden schwer zu sagen, wieso genau um die Jahrtausendwende größere Reisegruppen unterwegs waren. Im Fall der Generationen kann herausgestellt werden, dass Millennials nicht in einer kleineren Gruppe verreisen, wie angenommen wurde. Sie suchen sich hingegen andere Begleiter für ihre Reise.

5.5 Zusammenfassung der Ergebnisse

Insgesamt zeigten sich bei der großen Mehrheit aller betrachteten Merkmale des Reiseverhaltens deutliche Unterschiede zwischen den Generationen, den Altersklassen und auch den Jahren. Im Folgenden werden die wichtigsten Unterschiede noch einmal übergreifend dargestellt.

Lebensphaseneffekte

Bei den Alterseffekten gibt es in vielen Fällen einen klaren Trend. So nimmt die Reiseintensität mit zunehmendem Alter ab. Die PKW-Nutzung ist besonders in der Mitte des Lebens stark, wenn man noch Kinder im Haushalt hat. Im Alter reduziert sich dann die PKW-Nutzung. Flugreisen sind vor allem in den 20ern beliebt. Im höheren Alter nimmt die Wahrscheinlichkeit, eine Flugreise zu machen dann ebenfalls ab.

Busreisen unternimmt man vor allem in sehr jungen Jahren und im hohen Alter, wobei im hohen Alter auch die Wahrscheinlichkeit, mit der Bahn zu verreisen, zunimmt. Hotels sind im Alter von 40 Jahren bis Anfang 50 am beliebtesten und danach tendenziell weniger populär als davor. Im Alter von 14 und 15 Jahren werden Hotels seltener nachgefragt. Ferienhäuser sind eindeutig während der Familienphase beliebt. Pensionen sowie der Besuch von Freunden und Verwandten werden erst im höheren Alter bevorzugt. In sehr jungen Jahren ist hingegen Zelten beliebt. Ab dem Alter von 26 Jahren, aber vor allem ab Mitte 40 gibt man mehr Geld für Reisen aus. Im Alter investiert man weniger und verreist sogar etwas länger. In Bezug auf die Destinationen wird Deutschland mit zunehmendem Alter populärer, während das Ausland an Attraktivität verliert. Im Fall des außereuropäischen Auslands beginnt das Interesse jedoch erst im Alter von 23 Jahren. Bezüglich der Reisearten sind die Effekte im Fall der Erlebnisreisen interessant. Diese macht man im jungen und sehr hohen Alter. Auch Kulturreisen sind im jungen und hohen Alter beliebt. Party-, Abenteuer- und Sportreisen sind nur in den frühen Altersklassen stärker nachgefragt und auch der Strandurlaub wird mit zunehmendem Alter unattraktiver. Erholungsreisen bucht man im Alter von 30 bis 61 Jahren und Familienreisen in der Familienphase. In den 30ern unternimmt man außerdem weniger Rundreisen, welche in den 70ern stärker von Interesse sind. Im höheren Alter werden zudem Natur- und Gesundheitsurlaube beliebt. Die Pauschalreise ist tendenziell in der ersten Lebenshälfte populärer. Die Reisebegleiterzahl ist vor allem bis zum Alter von 20 Jahren und in der Familienphase hoch.

Periodeneffekte

Die Periodeneffekte zeigen die Entwicklung im Zeitverlauf, wie man sie von der Reiseanalyse und anderen Untersuchungen bereits kennt. Auch wenn die Effekte hier von den Kohorteneinflüssen bereinigt sind, ergibt sich das bekannte Bild. Die Rahmenbedingungen, Umwelteinflüsse und Trends haben bewirkt, dass im Zeitverlauf die Reiseintensität zugenommen hat. Der PKW und die Bahn haben als Verkehrsmittel an Bedeutung verloren, während das Flugzeug Marktanteile gewonnen hat. Busreisen waren von 1991 bis 2008 etwas beliebter. Hotels und Ferienhäuser haben im Zeitverlauf stark dazu gewonnen. Pensionen, Privatzimmer und Camping im Zelt haben dafür deutlich an Nachfrage verloren. Freunde und Verwandte wurden vor allem am Anfang der 1980er Jahre und nach dem Mauerfall besucht. Die Gesamtreiseausgaben pro Person sind im Zeitverlauf angestiegen, während die Reisedauer deutlich kürzer geworden ist.

Inlandsreisen haben an Nachfrage verloren, wobei auch in diesem Fall erneut der Mauerfall für einen vorübergehenden Anstieg der Reisen sorgte. Das außereuropäische Ausland hat deutlich dazugewonnen und die Pauschalreise ist immer beliebter geworden. Die Reisegruppengröße war in den 1980er Jahren eher kleiner und von 1994 bis 2005 größer.

Kohorteneffekte

Im Fall der Kohorten ist auffällig, dass sich häufig die zwei älteren und die zwei jüngeren Generationen jeweils sehr in ihrem Verhalten ähneln. Hinsichtlich einiger Merkmale sind jedoch auch deutliche Unterschiede zu erkennen. Es muss zudem betont werden, dass selten ein hoch signifikanter positiver oder negativer Effekt genau mit der ersten Geburtskohorte einer Generation beginnt und mit der letzten endet. In einigen Fällen gibt es eine kontinuierliche Entwicklung der Kohorteneffekte, wie sie oft bei den Altersklassen oder im Zeitverlauf zu finden ist. So lassen beispielsweise Inlandsreisen eine fast kontinuierlich zunehmende Beliebtheit mit zunehmendem Alter erkennen, während sie im Zeitverlauf unbeliebter geworden sind. Bei den Kohorten zeigt sich nun, dass Inlandsreisen ebenfalls zunehmend unbeliebter geworden sind, sodass alle signifikanten Kohorten bis 1926 einen positiven und alle danach einen negativen Effekt zeigen. Die Unterschiede zwischen den vier betrachteten Generationen sind in diesem Fall entsprechend gering. Hinsichtlich vieler anderer Merkmale zeigen sich hingegen klare Unterschiede zwischen den einzelnen Generationen, auf die im Folgenden noch einmal übergreifend eingegangen wird.

An dieser Stelle ist erneut der Hinweis wichtig, dass es sich hier nur um relative Aussagen handelt. Dass die Babyboomer gerne im Zelt übernachten, bedeutet nicht, dass sie Zelten dem Hotelaufenthalt vorziehen. Die Aussage weist lediglich darauf hin, dass Babyboomer im Vergleich zu anderen Generationen häufiger in einem Zelt übernachten, aber in Bezug auf ihr Interesse an Hotels keine Abweichung von den anderen festzustellen ist.

68er

Die 68er fahren häufiger mit dem PKW in den Urlaub und auch die Busnutzung ist beliebt. Die Bahn wird hingegen wesentlich weniger genutzt. In Bezug auf die Unterkunft sind die 68er am stärksten an Hotels, Camping im Zelt und Wohnwagen

bzw. Wohnmobilen interessiert. Die Unterkünfte von Freunden und Verwandten werden von ihnen besonders wenig nachgefragt. Hinsichtlich der Destinationswahl zeigt sich ein starker Fokus auf das europäische Ausland. Spanien, Italien, Frankreich und Skandinavien sind vergleichsweise beliebte Ziele dieser Generation. Die Türkei ist hingegen eher keine bevorzugte Option. In Bezug auf die Reiseart liegen die Präferenzen vor allem bei Erlebnisreisen, Strandurlaube, Sport-, Kultur- und Rundreisen. Für Vergnügungsreisen kann sich die Generation weniger begeistern als die anderen drei. Die 68er buchen zudem gerne pauschal und geben am meisten Geld von allen aus.

Babyboomer

Babyboomer verreisen ebenfalls gerne mit dem Auto. Der Bus und die Bahn sind hingegen beides keine bevorzugten Verkehrsmittel der Generation. Im Fall der Unterkünfte sind das Ferienhaus, das Zelt und auch der Wohnwagen bzw. das Wohnmobil beliebt. Freunde und Verwandte werden ebenfalls deutlich weniger besucht. In Bezug auf die Destinationswahl liegt der Fokus auch hier auf dem europäischen Ausland. Griechenland, Frankreich, Portugal und Skandinavien werden bevorzugt, wobei Österreich für diese Generation weniger interessant ist. Hinsichtlich der Reisearten dominiert der Strandurlaub. Erholungs- und Familienurlaube sind weniger beliebt.

Generation X

Die Generation X bevorzugt vor allem Flugreisen. Das Auto und der Bus sind deutlich unbeliebtere Verkehrsmittel. Als Unterkunft sind Zelte beliebt, Wohnwagen und –mobile hingegen eher nicht. Interessant ist besonders die Wahl der Länder. Die Generation X fokussiert sich mehr auf das außereuropäische Ausland. Die Türkei, Südostasien, die Karibik und Portugal sind verhältnismäßig beliebt. Auch hier ist Österreich eher keine Option. In Bezug auf die Reisearten zeigt sich das Interesse der Generation an Vergnügungsreisen, Strandurlaube und Verwandten- und Bekanntenbesuchen. Erlebnis-, Erholungs-, Natur- und Kulturreisen reizen die Generation weniger.

Generation Y

Millennials fliegen ebenfalls gerne in den Urlaub. Während das Auto und der Bus daher eher selten genutzt werden, spielt auch die Zugnutzung hier eine größere Rolle. Im Fall der Unterkunft verlieren das Camping im Zelt deutlich und auch Wohnwagen und -mobile gegenüber den Unterkünften von Freunden und Verwandten an Bedeutung. In Bezug auf die Dauer der Reise zeigt sich eine Tendenz zu eher kürzeren Reisen. Destinationen werden auch verstärkt außerhalb Europas besucht. Es dominieren insgesamt die Türkei und Spanien. Da hinsichtlich der Reisearten nicht viele Effekte für die Generation geschätzt werden konnten, lässt sich lediglich festhalten, dass Naturreisen weniger beliebt sind. Am ehesten sucht die Generation Vergnügen.

Zwischen den vier Generationen sind hinsichtlich der Übernachtung in Pensionen und Privatzimmern praktisch keine Unterschiede zu verzeichnen. Diese Unterkünfte sind bei keiner Generation beliebt. Auch bezüglich der Dauer sind nur minimale Unterschiede zu erkennen. In Hinblick auf die Länder zeigen sich für Deutschland und auch für die Schweiz nur negative Effekte. Generell gibt es bei weniger populären Zielen auch weniger signifikante Effekte. So lässt sich praktisch kaum etwas über das jeweilige Interesse der Generationen an Alaska, Kanada, Südamerika, Mittelamerika und das südliche Afrika aussagen, da es nie mehr als zwei signifikante Kohorteneffekte pro Generation gibt. Im Fall der Reisearten sind keine Unterschiede hinsichtlich Gesundheitsreisen zu erkennen, da sich keine der vier Generationen bisher hierfür interessiert hat. Auch in Bezug auf Abenteuerreisen sind keine Unterschiede erkennbar. Im Fall der Reisebegleitung findet man fast nur positive Effekte. Hier ist jedoch aufschlussreich, dass auch Millennials mit mehr Begleitern verreisen. Insgesamt ist gerade die Tatsache, dass sich die vier Generationen hinsichtlich einiger Merkmale nicht unterscheiden, eine wichtige Erkenntnis dieser Arbeit.

Die wesentlichen Unterschiede zwischen den Generationen sind die folgenden. Die 68er und Babyboomer nutzen den PKW, während die zwei jüngeren eher das Flugzeug als Verkehrsmittel wählen. In Bezug auf die Unterkunftswahl ist zu erkennen, dass Millennials nicht mehr im Zelt schlafen, aber stattdessen wesentlich häufiger bei Freunden und Verwandten. Nur die zwei älteren Generationen unternehmen verstärkt Wohnwagen- und Wohnmobilreisen. Die 68er geben am meisten Geld für den Urlaub aus und Millennials zeigen die kürzeste Reisedauer. Des Weiteren besucht die

Generation X die exotischsten Destinationen, während die 68er und Babyboomer im europäischen Ausland unterwegs sind. Die 68er legen Wert auf Erlebnisse, Strände, Sport und Kultur, Babyboomer legen weniger Wert auf Erholung, aber dafür auf Strand und die Generation X bevorzugt Vergnügungsreisen anstelle von Erlebnisreisen.

Die Forschungsfrage dieser Arbeit, ob die Generationszugehörigkeit einen Einfluss auf das Reiseverhalten hat, kann eindeutig bejaht werden. In sehr vielen Fällen konnten auch die Merkmale und Erfahrungen der Generationen zur Erklärung ihres Reiseverhaltens herangezogen werden. Die einzelnen Zusammenhänge wurden hier jedoch nicht empirisch untersucht. Doch auch wenn über die Hintergründe des Reiseverhaltens hier nur spekuliert werden konnte, sind zumindest die gerade genannten Ergebnisse eindeutig.

5.6 Bewertung der Ergebnisse

Nach der Zusammenfassung muss die Güte der Erkenntnisse betrachtet werden. Die größte Stärke der vorliegenden Ergebnisse ist dem Intrinsic Estimator zu verdanken. Dank des neuen Schätzers konnten erstmals reine Generationeneffekte ermittelt werden. Bisher ließen sich viele Erkenntnisse zum Reiseverhalten der Generationen mit dem aktuellen Alter oder den veränderten Rahmenbedingungen erklären. Durch die Trennung der Effekte sind erstmals Aussagen über die Generationen möglich, die auch langfristig ihre Gültigkeit behalten sollten.

Zudem ergibt sich die Frage, ob die Schätzungen auch als valide angesehen werden können. Es wurden in dieser Arbeit drei wesentliche Merkmale des Reiseverhaltens, die Verkehrsmittelwahl, die Unterkunftswahl und die Reisedauer, anhand zwei unterschiedlicher Methoden untersucht. Zum einen wurde der statistisch einfache Vergleich von Mittelwerten in einzelnen Jahren mit SPSS durchgeführt und zum anderen erfolgte die Schätzung der drei Effekte durch den Intrinsic Estimator mit Stata. Da beide Methoden zu beinahe identischen Resultaten geführt haben, sind die Ergebnisse zumindest für die vorliegenden Daten eindeutig. Der Mittelwertvergleich bestätigt die Ergebnisse der weiteren Berechnungen. Gleichzeitig bestätigt der Intrinsic

Estimator, dass es auch durch den Vergleich von Mittelwerten und damit wesentlich weniger komplexen Berechnungen möglich ist, zu guten Ergebnissen zu kommen.

Daraus ergibt sich die Frage, welchen Vorteil der Schätzer gegenüber der ersten Methode bietet. Zum einen sind die Ergebnisse durch die Schätzung der Effekte jeder einzelnen Geburtskohorte wesentlich genauer. Zum anderen sind die einzelnen Ergebnisse auch mit einem Signifikanztest verbunden. Der wichtigste Unterschied ist jedoch, dass der Schätzer auch mit deutlich weniger großen Stichproben bzw. weniger Erhebungszeitpunkten gute Ergebnisse liefert. Hätten nur die Daten aus fünf Jahren vorgelegen, wäre es nicht möglich gewesen, die Generationen im gleichen Alter gegenüberzustellen, außer es wären genau die Jahre ausgewählt worden, die eben dies ermöglichen. Eine vergleichbare graphische Darstellung wäre nicht möglich gewesen. Daher liegt es an der Güte der Stichprobe, dass schon die erste Berechnung die gleichen Ergebnisse lieferte wie der Intrinsic Estimator.

Der große Vorteil der Berechnungen in dieser Arbeit ist die Güte der Stichprobe. 280.704 persönliche Interviews aus einem Zeitraum von 42 Jahren bilden einen außergewöhnlichen Stichprobenumfang, der für valide Ergebnisse sorgen sollte. Tatsächlich zeigen sich hinsichtlich vieler Merkmale zahlreiche hoch signifikante Effekte. Gerade die Alterseffekte können als Maß für die Güte der Schätzungen angesehen werden, da es bereits umfassende Erkenntnisse zum Reiseverhalten in einzelnen Lebensphasen gibt, welche von den Alterseffekten fast immer genau widerspiegelt wurden. Auch die Periodeneffekte zeigten stets die bekannten einschlägigen Einflüsse vom Mauerfall, vom 11. September 2001 sowie der Finanz- und Wirtschaftskrise 2007 bis 2009, sodass davon ausgegangen werden kann, dass die Schätzung aller drei Effekte valide ist.

5.7 Limitationen der Untersuchung

Wie bei jeder Forschung gibt es auch hier einige Limitationen, die berücksichtigt werden müssen. Grundsätzlich lässt sich sagen, dass in dieser Arbeit nicht alle Faktoren betrachtet werden konnten, die das Reiseverhalten beeinflussen. Viele andere Variablen,

wie z. B. das Einkommen, könnten einen größeren Teil der Varianz erklären als die Generationszugehörigkeit. Es ist jedoch kaum möglich, alle Faktoren gleichzeitig zu berücksichtigen.

Davon abgesehen ist das größte Problem der Datenauswertung die nicht erfasste Korrelation zwischen den drei Effekten und vor allem zwischen Alter und Generation. Dadurch dass die Generation Y die Postadoleszenz weiter ausdehnt und deutlich später Kinder bekommt, kann ein Teil des Kohorteneffekts mit dieser Neugestaltung der Lebensphase erklärt werden, sodass unklar ist, ob der Effekt auch langfristig bestehen bleibt. Selbst für die Generation X war im Jahr 2012 die Familienplanung noch nicht abgeschlossen. So könnte es sein, dass in zehn Jahren auch Millennials häufiger mit dem Auto verreisen, wenn viele von ihnen eine Familie gegründet haben. Besonders in den Fällen, in denen die Haushaltsgröße einen starken Einfluss auf das Merkmal des Reiseverhaltens hat, spielt die verlängerte Postadoleszenz eine große Rolle für den Kohorteneffekt. Die Variable Haushaltsgröße konnte immer nur einen Teil des Einflusses von kleinen Kindern auf das Reiseverhalten erfassen.

Ebenfalls ein Problem ist die Veränderung der Grundgesamtheit der Stichprobe von Westdeutschland zur aktuellen Bundesrepublik Deutschland. Nach dem Mauerfall wurden auch die Kohorten, die bis dahin in der DDR gelebt haben, in die Analyse eingeschlossen. Die Veränderung der Grundgesamtheit ist grundsätzlich immer schwierig und genauer zu betrachten. In Kapitel 5.2.1.2 wurde bereits auf das Problem eingegangen. Eine mögliche Lösung des Problems wäre gewesen, durchgehend nur Westdeutschland zu untersuchen. Da jedoch die heute in Deutschland lebenden Generationen – insbesondere die Millennials – in der Literatur nicht als Ost- und Westgenerationen angesehen werden, würde eine Reduzierung auf den Westen Deutschlands nur eingeschränkte Aussagen zu den definierten Generationen erlauben. Eine alternative Lösung wäre es gewesen, ausschließlich die Jahre ab der Wende zu betrachten, um durchgehend Daten der gleichen Grundgesamtheit zu verwenden, womit jedoch die Langzeitbetrachtung deutlich eingeschränkt worden wäre. Dass in dieser Arbeit die Verarbeitung aller Daten der Reiseanalyse aus 42 Jahren erfolgen konnte, wurde durch den Intrinsic Estimator ermöglicht. Durch die eindeutige Trennung der drei Effekte werden Einflüsse, Trends und Rahmenbedingungen im Periodeneffekt abgebildet, wenn alle Altersklassen und Geburtskohorten im gleichen Maße davon

betroffen sind. Die neuen veränderten Rahmenbedingungen im Osten nach der Wende, die grundsätzlich andere touristische Infrastruktur im Osten und die Reisetrends des Ostens sollten größtenteils im Periodeneffekt abgebildet werden, da sie alle Kohorten- und Altersklassen ab der Wende betrafen. Zu berücksichtigen ist dabei, dass zum Teil auch das kohortenspezifische Verhalten, das durch die Sozialisation der älteren Kohorten in der DDR entstanden ist, nach der Wende im Periodeneffekt erfasst wird, sofern es sich gleichmäßig vom Verhalten der westlichen Kohorten unterscheidet. Zwar fallen dadurch im Rahmen der Schätzung der Kohorteneffekte die Unterschiede ggf. etwas geringer aus, die Einbeziehung der neuen Bundesländer sollte jedoch eine validere Abbildung der gegenwärtigen Generationenunterschiede in Deutschland ermöglichen als eine ausschließliche Betrachtung des Westens.

Um zu prüfen, welche Veränderungen dadurch entstehen, dass die BRD vor der Wende in die Berechnungen eingeflossen ist, obwohl hier nur ein Teil Deutschlands und ein Teil der zu untersuchenden Generationen erfasst wurde, wurden die Ergebnisse der Schätzungen von 1971 – 2012 und von 1991 – 2012 gegenübergestellt. Im Fall der Flugwahl ist exemplarisch zu sehen, dass in beiden Fällen der Alterseffekt die gleiche Entwicklung zeigt. Dass sich junge Erwachsene ohne Einbeziehung der alten Kohorten in die Schätzung noch etwas stärker von den höheren Altersklassen unterscheiden, lässt sich sehr wahrscheinlich auf das deutlich gestiegene Alter bei der Geburt des ersten Kindes und die geringere Neigung zu Flugreisen mit kleinen Kindern zurückführen.

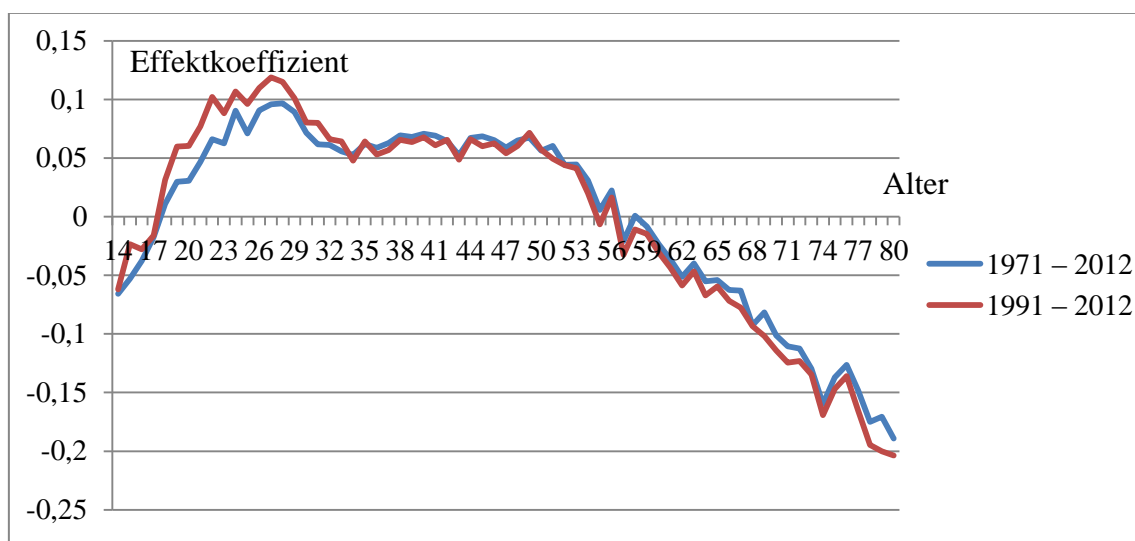


Abb. 19: Alterseffekte bei der Wahl des Flugzeugs als Verkehrsmittel. Vergleich der Schätzungen von 1971 – 2012 und von 1991 – 2012 (eigene Darstellung).

Der Verlauf der Periodeneffekte ist sogar ab 1991 identisch. Die Verschiebung entsteht lediglich durch die Verschiebung des Mittelwerts, von dem die Abweichung angegeben wird.

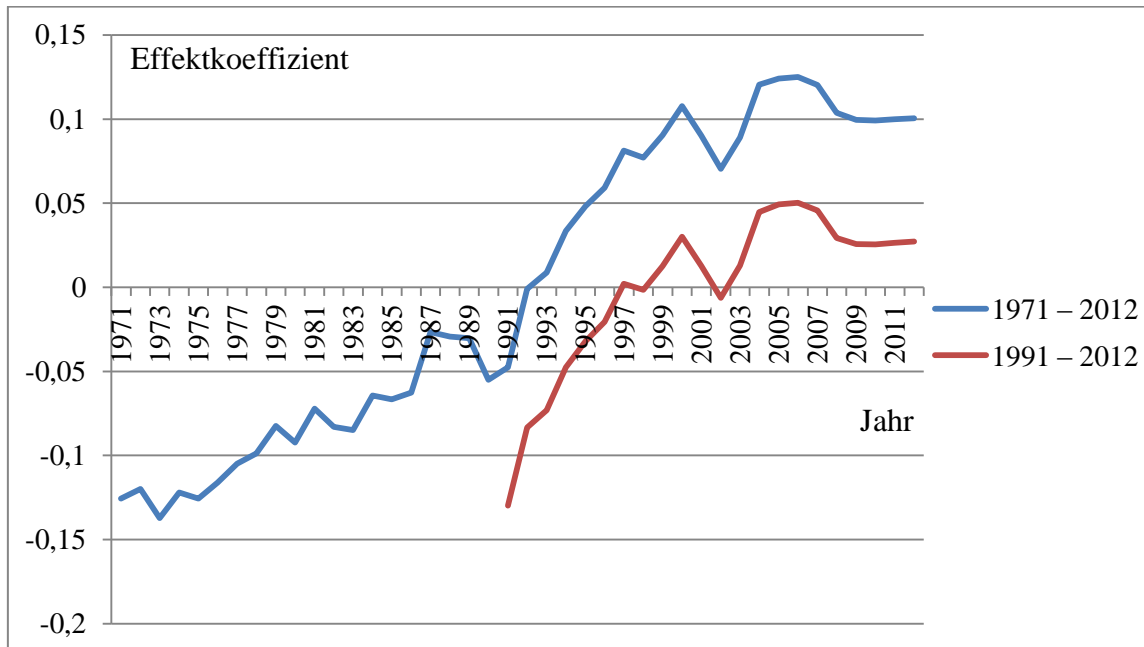


Abb. 20: Periodeneffekte bei der Wahl des Flugzeugs als Verkehrsmittel. Vergleich der Schätzungen von 1971 – 2012 und von 1991 – 2012 (eigene Darstellung).

Auch die Kohortenverläufe sind ebenfalls fast parallel. Die leichten Differenzen zwischen den Kurven entstehen auch hier durch die Veränderung des Mittelwerts. Im Fall der Flugwahl ist die Kurve etwas weniger steil, weil die negativ wirkenden älteren Kohorten aus der Schätzung rausfallen und somit der Mittelwert positiver ausfällt. Die jüngeren flugaffinen Kohorten der Millennials und Generation X weichen dadurch weniger deutlich vom Mittelwert / Nullvektor ab. Der Kurvenverlauf ist jedoch von der Struktur immer sehr ähnlich und in einigen Fällen – wie im Fall der Unterkunft bei Freunden und Verwandten (vgl. Tab. 102 und Abb. 27 im Anhang) – fast identisch. Dies zeigt, dass sich die Struktur der Kohorteneffekte kaum verändert, wenn die Daten aus ganz Deutschland durch die Daten aus dem Westen vor der Wende ergänzt werden.

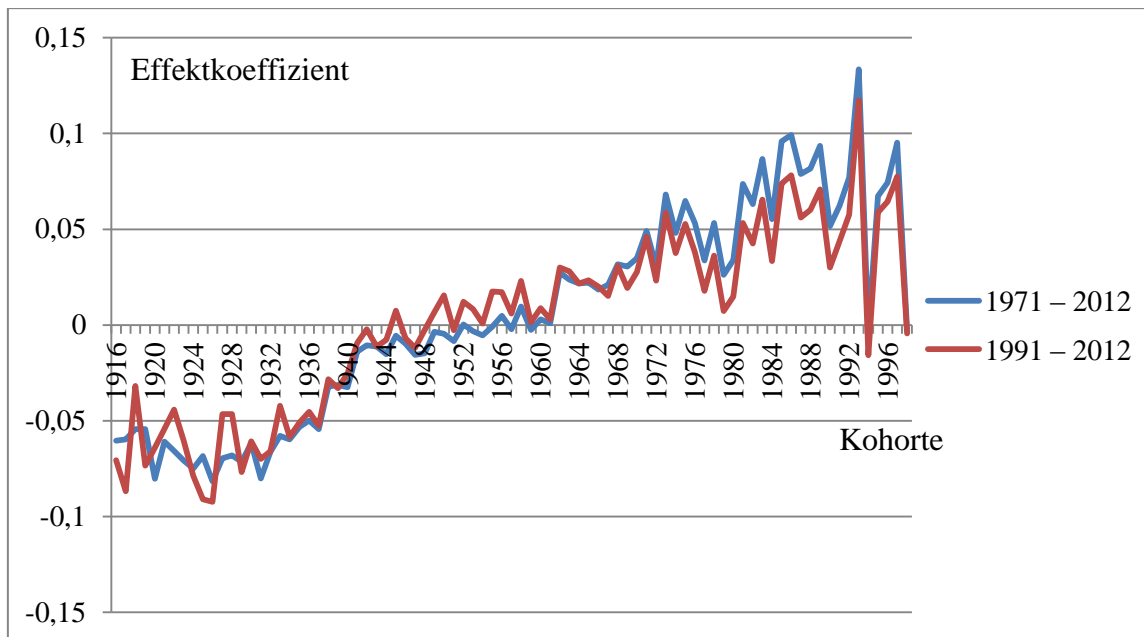


Abb. 21: Kohorteneffekte bei der Wahl des Flugzeugs als Verkehrsmittel. Vergleich der Schätzungen von 1971 – 2012 und von 1991 – 2012 (eigene Darstellung).

Die gleiche Erklärung lässt sich für die Einbeziehung der deutschsprachigen Ausländer ab 2010 heranziehen. Ab 2010 wurden nicht nur Deutsche, sondern auch in Deutschland lebende Ausländer untersucht, was die Grundgesamtheit ebenfalls veränderte. Dadurch, dass die Ausländer jedoch auch altersklassen- und kohortenübergreifend hinzukamen, wird das spezifische Reiseverhalten der Ausländer größtenteils im Periodeneffekt erfasst. Beispielsweise ist zu erkennen, dass der positive Effekt der Perioden auf die Wahl der Türkei als Reiseziel ab 2010 zugenommen hat (2009: $x = 0,029$; $p = 0,000$; 2010: $x = 0,036$; $p = 0,000$), nachdem erstmals in Deutschland lebende Türken befragt wurden (vgl. Tab. 75 im Anhang).

Eine weitere Limitation der Arbeit ist, dass keine Zweit- und Drittreisen betrachtet wurden. Die Generation Y verreist häufiger in einem Jahr als andere Generationen. Es könnte sein, dass die Generation in ihrem Haupturlaub lieber fliegt, aber bei der zweiten Reise das Auto wählt und nähere Destinationen bereist, sodass von ihnen insgesamt nicht weniger Reisen mit dem Auto unternommen werden als von den älteren Generationen. Hierzu ist leider keine Aussage möglich.

Schwierig ist auch, dass verhältnismäßig wenige Millennials befragt wurden. So wurden 52.134 68er, 54.654 Babyboomer, 42.334 Mitglieder der Generation X und „nur“ 11.637 Millennials interviewt. Dies hat vermutlich dazu geführt, dass die Effekte der

jüngsten Geburtskohorten oft nicht mehr signifikant sind. Idealerweise hätte jede Generation in jedem Alter befragt werden müssen, um die wahren Kohorteneffekte zu ermitteln. Die Schätzung wäre aber in dem Fall ohne praktische Relevanz, da alle Generationen demzufolge verstorben wären.

Problematisch für die Güte der Schätzung ist auch, dass teilweise mehrere Jahre in der Analyse fehlen. Dadurch, dass im Rahmen der Reiseanalyse im Zeitverlauf, insbesondere im Fall der Reisearten, häufiger eine Veränderung der Antwortmöglichkeiten vorgenommen wurde, ist die Langzeitbetrachtung fehleranfällig. Dass die Daten einiger Jahre nicht kodiert werden konnten, ist dabei weniger das Problem, als dass sich durch neue Antwortmöglichkeiten die Zustimmung zu etablierten Optionen veränderte. So geben z. B. weniger Reisende an, Erholungsurlaub zu machen, wenn der Strandurlaub als weitere Antwortmöglichkeit hinzukommt. Da das Problem aber in erster Linie den Periodeneffekt betrifft, wurde dieser in den entsprechenden Fällen nicht betrachtet.

Ein weiteres Problem bezieht sich auf die grundsätzliche Existenz von Generationen und ihrer genauen Grenzen. Die Kritik am Generationenansatz wurde unter 2.1.1.7 ausführlich thematisiert und soll hier nicht noch einmal im Detail aufgegriffen werden. Wichtig ist für diese Arbeit, dass durch die Zusammenführung von Kohorten zu Generationen immer ein Genauigkeitsverlust bei der Auswertung der Kohorteneffekte entstanden ist. Doch wäre eine detailliertere Analyse aller einzelnen Kohorten wenig zielführend gewesen. Kein touristischer Leistungsanbieter würde beispielsweise die Geburtenjahrgänge 1973, 1988 und 1995 als Zielgruppen definieren, nur weil z. B. das Interesse an einer Destination hier am größten ist. Dieses Vorgehen würde nicht den Anforderungen an eine gute Zielgruppendefinition gerecht werden. Es ist daher sinnvoll, Kohorten in Generationen einzuteilen, um praxisrelevante Ergebnisse zu generieren.

Eine weitere Limitation ist, dass in dieser Arbeit nie die Ursache der Generationeneffekte ermittelt wurde. Auch wenn für fast alle Effekte mögliche Begründungen auf Basis der Generationenbeschreibungen aufgeführt wurden, ist der Zusammenhang rein spekulativ. Dass z. B. die 68er häufiger in einem Hotel übernachten, könnte viele Ursachen haben, die im Rahmen dieser Arbeit noch gar nicht genannt wurden.

Problematisch ist auch, dass fast alle zitierten Publikationen aus anderen Ländern stammen. Die Generationen wurden in verschiedenen Ländern zum Teil durch verschiedene Einflüsse geprägt und haben unterschiedliche Merkmale ausgebildet. Um jedoch möglichst alle bisherigen Erkenntnisse zu den vier Generationen zu erfassen, wurden auch Studien aus anderen Ländern herangezogen, wobei vor allem im Fall des Reiseverhaltens eine separate Betrachtung nationaler und internationaler Studien vorgenommen wurde, da insbesondere die Erkenntnisse aus Deutschland relevant sind. Auch für die Beschreibung der Generationen wurde versucht, die deutsche Literatur als Basis zu nehmen. Empirische Studien aus Deutschland bezogen sich jedoch meistens lediglich auf die Generationen in der Arbeitswelt.

Abschließend ist zu erwähnen, dass durch die Trennung der drei Effekte und die separate Betrachtung von Lebensphasen, Umwelteinflüssen und Generationen ein sehr breites Forschungsfeld entstanden ist. Dadurch konnte in dieser Arbeit an vielen Stellen nicht so sehr in die Tiefe gegangen werden, wie es möglich gewesen wäre, wenn z. B. lediglich Lebensphasen betrachtet worden wären. In Abgrenzung zu vorherigen Publikationen ist jedoch gerade die Trennung der Effekte, die vorher in der Reiseverhaltensforschung nie konsequent vorgenommen wurde, sowie die differenziertere Betrachtung des Wandels des Reiseverhaltens der eigentliche Mehrwert der Arbeit.

6. Ausblick auf das zukünftige Reiseverhalten

Möchte man wissen, wie das Reiseverhalten in Zukunft aussehen wird, müssen alle drei Effekte betrachtet werden. Insbesondere die Analyse von Kohorten bzw. Generationen ist in besonderem Maße dafür geeignet, Aussagen über die Zukunft zu treffen. Im Folgenden wird auf Basis der bisherigen Ergebnisse versucht, weitere Entwicklungen des Reiseverhaltens vorherzusagen.

Die Periodeneffekte geben erste Hinweise darauf, wie sich das Reiseverhalten in den nächsten Jahren weiter verändern könnte. Man kann jedoch nicht direkt von den Effekten der vergangenen Jahre auf die folgenden schließen, da der Periodeneffekt jegliche Rahmenbedingungen und Umwelteinflüsse widerspiegelt, die bisher für die Zukunft noch unbekannt sind. Es lässt sich jedoch vermuten, dass die Entwicklungen im Bereich der Mobilität weiter voranschreiten und Reisen weiter vereinfachen werden. Die Sharing Economy wird zunehmend für Veränderungen, u. a. hinsichtlich der Unterkunftswahl, sorgen. Die Welt wird durch die fortschreitende Globalisierung und Digitalisierung wahrscheinlich noch weiter zusammenrücken, was das Reisen zunehmend vereinfachen wird. Immer mehr Länder werden den Tourismus als Wirtschaftszweig ausbauen und eine attraktive Infrastruktur schaffen, die Touristen anzieht. Auch die Auswirkungen des Klimawandels könnten in der Zukunft von größerer Bedeutung für die touristische Entwicklung sein. Ob sich das weltpolitische Klima und die Einreisebedingungen in naher Zukunft positiv entwickeln werden, ist aktuell schwer zu erkennen. Insgesamt sind die bereits genannten Entwicklungen eher spekulativ und zahlreiche weitere Einflüsse keineswegs abzuschätzen. So können Wirtschaftskrisen, Terroranschläge, steigende Kerosinpreise sowie neue Nachhaltigkeits-Richtlinien und deren Einflüsse nur schwer vorhergesehen werden. Zukünftige Periodeneffekte lassen sich somit nicht genau quantifizieren.

Wenn man jedoch davon ausgeht, dass sich die Trends der vergangenen Jahre weiter fortsetzen werden, lassen sich Annahmen über die Zukunft aufstellen. So würden z. B. die Umstände der nächsten Jahre die Reiseintensität weiterhin positiv beeinflussen. Die Reisedauer könnte weiter negativ und die Wahrscheinlichkeit, eine Flugreise und eine Reise ins außereuropäische Ausland zu unternehmen, positiv beeinflusst werden. Die

Bahn, Pensionen und Privatzimmer würden zukünftig negative Effekte verzeichnen und die Ausgaben weiterhin positive.

Alterseffekte helfen deutlich besser bei der Prognose, da der demographische Wandel bekannt und die ungefähre Größe der Altersklassen in den nächsten Jahren gut prognostizierbar ist. Geht man nun davon aus, dass es in der Zukunft mehr ältere Menschen geben wird, müsste allein diese Tatsache, ohne Berücksichtigung der anderen zwei Effekte, bewirken, dass die Reiseintensität abnimmt sowie mehr Busse und Bahnen an Stelle von Autos und Flugzeugen genutzt werden. Es wird häufiger in Pensionen sowie bei Freunden und Verwandten übernachtet, jedoch werden weniger Zeltübernachtungen vorgenommen. Gleichzeitig wird weniger Geld ausgegeben und länger gereist. Deutschland wird als Destination beliebter. Außerdem nehmen Vergnügungsreisen, Strand-, Erholungs- und Familienurlaube ab und Natur-, Gesundheits-, Kultur- und Rundreisen gewinnen an Beliebtheit. Die Reisegruppen werden zudem kleiner.

Der dritte Effekt, der Generationeneffekt, muss ebenfalls für die Prognose hinzugezogen werden. Aktuell dominieren teilweise noch die 68er, aber vor allem die Babyboomer, die Reisenachfrage, da die Generation X und die Generation Y sich zum Teil in der Familiengründungsphase befinden und über vergleichsweise wenig finanzielle Mittel verfügen. Werden jedoch die zwei jüngeren Generationen in die nächsten Lebensphasen eintreten und die zwei älteren Generationen ersetzen, wird dies dazu führen, dass weniger PKW-Reisen und mehr Flugreisen unternommen werden und etwas seltener mit dem Bus, jedoch mehr mit der Bahn gereist wird. Die Nutzung von Zelten, Wohnwagen und Wohnmobilen wird gegenüber den Unterkünften von Freunden und Verwandten an Beliebtheit verlieren. Europäische Destinationen geben gleichzeitig Marktanteile an außereuropäische Länder ab, sodass Italien und Skandinavien abnehmende Touristenzahlen verzeichnen und die Türkei und Australien Nachfrager gewinnen werden. Hinsichtlich der Reisearten verlieren Erlebnis-, Kultur-, Sport-, Natur- und Rundreisen an Bedeutung und gewinnt der Familienurlaub an Beliebtheit. Reisen werden zudem verstärkt individuell organisiert. Theoretisch müssten für die Prognose auch die Effekte der jüngeren Kohorten, z. B. der Generation Z, berücksichtigt werden. Dies ist hier jedoch nicht möglich.

Welche Entwicklungen insgesamt zu erwarten sind, ergibt sich aus der kombinierten Betrachtung der veränderten Rahmenbedingungen (P), des demographischen Wandels (A) und des Generationenwechsels (K). Einige Merkmalsausprägungen gewinnen oder verlieren mehrfach an Bedeutung und einige werden durch gegensätzliche Effekte wahrscheinlich kaum Veränderungen aufzeigen. Die Effekte der drei genannten Entwicklungen, die in Kapitel 5.3.2 ausführlich vorgestellt wurden, werden im Folgenden als Begründung der Aussagen jeweils in Klammern angegeben.

Insgesamt wird sich die Reiseintensität wahrscheinlich kaum verändern (P+, A-). Flugreisen werden eher zu- (P+, A-, K+) und Autoreisen deutlich abnehmen (A-, K-). Die Bahn könnte davon profitieren (P-, A+, K+), während die Nachfrage nach Busreisen kaum Veränderungen zeigen sollte (A+, K-). Pensionsbuchungen bleiben eher auf gleichem Niveau (P-, A+) und Privatzimmerbuchungen nehmen ab (P-). Zeltübernachtungen (A-) sowie Wohnwagen- und Wohnmobilreisen werden wahrscheinlich auch rückläufig sein (K-). Die Besuche von Freunden und Verwandten sollten stattdessen deutlich zunehmen (A+, K+). Nicht viele Veränderungen wird es bezüglich der Ausgaben geben (P+, A-). Hinsichtlich der Destinationswahl kann Deutschland Nachfrager gewinnen (A+), gleichzeitig wird das außereuropäische Ausland (P+, A-, K+) an Stelle des europäischen Auslands beliebt (A-, K-). Bei den Reisearten sollten Vergnügungs-, Strand-, Erholungs- (A-), Erlebnis- und Sportreisen (K-) an Bedeutung verlieren, Familien- (A-, K+), Kultur- (A+, K-), Rund- (A+, K-) und Naturreisen (A+, K-) eine konstante Nachfrage verzeichnen und Gesundheitsreisen (A+) an Bedeutung gewinnen. Pauschalreisen (K-) verlieren an Beliebtheit und Reisegruppen werden kleiner (A-).

Ein weiterer Aspekt, der für die Prognose relevant ist und der hier nicht berücksichtigt werden konnte, ist der starke Bevölkerungszuzug der letzten Jahre. Es ist davon auszugehen, dass Immigranten ein anderes Reiseverhalten zeigen werden als gebürtige Deutsche. Da in der Vergangenheit die Ein- und Auswanderungen deutlich geringer waren, war dieser Effekt in der hier untersuchten Periode noch nicht sehr ausschlaggebend für das allgemeine Reiseverhalten. In Zukunft wird sich dies vermutlich ändern.

Zudem berücksichtigt die Prognose auch nicht die Tatsache, dass die Effekte unterschiedlich stark wirken. Dabei ist ebenfalls wichtig, dass die Alterseffekte zwar in

vielen Fällen sehr deutlich waren, dennoch beim demographischen Wandel nur die andere Gewichtung der Altersklassen eine Rolle spielt. Es wird weiterhin auch junge Reisende geben. Im Fall der Generationen hingegen gibt es einen kompletten Wechsel, sodass alte Generationen aussterben und neue nachrücken. Dadurch kann dieser Einfluss als besonders bedeutend angesehen werden. Die Jahreseffekte sind am spekulativsten. Diesbezüglich gibt es keine verlässlichen Hinweise darauf, wie die zukünftigen externen Umwelteinflüsse wirken werden. Daher wurden lediglich die Periodeneffekte bei der Prognose berücksichtigt, deren Eintreten, auf Basis der vergangenen Jahre, als besonders wahrscheinlich angesehen werden kann.

Zusammenfassend ist selbst mit den genannten Einschränkungen davon auszugehen, dass es einige deutliche Veränderungen im Reiseverhalten geben wird. Das Flugzeug und in geringerem Umfang auch die Bahn werden dem Auto Marktanteile abnehmen. Campingangebote und Privatzimmer werden gegenüber dem Besuch von Freunden und Verwandten eine rückläufige Nachfrage hinnehmen müssen. Bezüglich der Destinationen werden vor allem Länder im außereuropäischen Ausland an Bedeutung gewinnen und im europäischen Ausland verlieren, wobei auch Deutschland einen Nachfrageanstieg verzeichnen könnte. Von den Reisearten werden vermutlich Vergnügungs-, Strand-, Erholungs-, Erlebnis- und Sportreisen weniger nachgefragt sein und Gesundheitsreisen hingegen begehrt. Der Marktanteil der Pauschalreise und auch die Reisegruppengröße werden abnehmen. Auf diese Entwicklungen muss sich die Tourismusindustrie langfristig einstellen.

7. Implikationen für die Praxis

Die präsentierten Ergebnisse sind für verschiedene Akteure in der Tourismusbranche relevant, um die vier Generationen jetzt und vor allem in Zukunft als Zielgruppe zu erreichen und damit langfristig erfolgreich zu sein. Möchte man touristische Produkte für einzelne Generationen konzipieren, muss sowohl auf die Generationeneffekte als auch auf deren aktuelle Lebensphasen geachtet werden. Millennials sind zwar schon zwischen 23 und 37 Jahren alt, dennoch befinden sich viele in der Postadoleszenz. Die Generation X ist im Alter zwischen 38 und 52 Jahren in der Familienphase, wodurch viele von ihnen noch abhängige Kinder im Haushalt haben. Babyboomer sind im Alter von 53 bis 63 Jahren hingegen als „Empty Nester“ einzustufen. Die Kinder haben das Elternhaus bereits verlassen, sodass viel Zeit und Geld zum Reisen zur Verfügung stehen. Die 68er, die im Alter von 69 bis 79 Jahren sind, befinden sich währenddessen schon im Ruhestand und verfügen ebenfalls über viel Zeit zum Reisen.

Besonders relevant sind die Ergebnisse für Reiseveranstalter. Die TUI hat beispielsweise gerade Millennials zur neuen Zielgruppe erklärt (vgl. Schmicke, 2018). Sie versucht die Generation über Instagram und Facebook zu erreichen (vgl. FWV Medien, 2018). Eine digitale Ansprache ist zwar der richtige Weg und notwendig, jedoch kommt es auch auf das Produkt an. Da Millennials ihre Reisen lieber individuell buchen und ein schlechteres Bild von den etablierten Reiseveranstaltern haben als die älteren Generationen, müssen gute Argumente gefunden werden, um zu TUI zu wechseln. Die Reisen müssen genau ihren Bedürfnissen entsprechen. Das wäre zum Beispiel eine eher kürzere Flugreise, z. B. nach Spanien, in die Türkei oder entferntere Länder, die ein besonders gutes Preis-Leistungs-Verhältnis aufweisen kann. Es darf auch ein Low-Cost-Flug inkludiert sein, um konkurrenzfähig zu bleiben. Gerade die Expansion von Low-Cost-Airlines auf der Langstrecke könnte eine Chance bieten, Millennials zu erreichen. Am besten geeignet wäre eine Bausteinreise, die noch einige Freiheiten hinsichtlich der Reisegestaltung lässt und nicht den Eindruck erweckt, dass es sich hier um ein starres, vorgefertigtes Leistungsbündel handelt. Insbesondere die grundsätzliche Idee der Pauschalreisen, ein Produkt für einen unbekanntem Kundenkreis zu konzipieren, widerspricht den Bedürfnissen dieser Generation nach Individualität und personalisierten Angeboten. Die Reise sollte zudem Vergnügen versprechen. Wie

die TUI selbst bereits erkannt hat, sind dabei Erlebnisse von großer Bedeutung, die man gut online teilen kann (vgl. FVW Medien, 2018). Hier bieten sich viele Anknüpfungspunkte für das Marketing. Generell sollten die Kommunikation und die Leistung auf Authentizität und Individualität ausgerichtet sein. Vielversprechend wären inkludierte Erfahrungen, die nur im Rahmen der Pauschalreise möglich sind. Die Erkundung einer privaten Insel oder einer Region, die nicht auf eigene Faust besucht werden könnten, wäre ein passendes Beispiel. Man ist zwar nicht vorrangig auf der Suche nach Naturerlebnissen, dennoch verweisen besonders ansprechende Landschaftsaufnahmen in der Kommunikation auf eine instagramfähige Destination. Um die Erfahrungen authentischer zu gestalten, könnten mehr Einheimische in die Leistungserstellung eingebunden werden. Vom Ausflug bis zur Verpflegung bieten sich diesbezüglich viele Möglichkeiten an. Es sollten auch kleinere Städte („secondary cities“) neben den Metropolen im Programm berücksichtigt werden. Insbesondere hier lassen sich noch authentische Erfahrungen sammeln.

Die Herausforderung besteht darin, die Generation nicht nur in einer Lebensphase anzusprechen. Laut TUI werden Millennials zu Kunden, sobald sie eine Familie gründen. Das passt dazu, dass Familien mehr Wert auf Sicherheit legen (vgl. Schmicke, 2018). Jedoch zeigt sich in dieser Arbeit, dass mit einem größeren Haushalt weniger Pauschalreisen gebucht werden. Da auch Familien gerne individuell verreisen, muss gezielt daran gearbeitet werden, für Millennials als Generation attraktiv zu werden. Eine starke Marke, wie die des Marktführers TUI, ist zwar Millennials viel Wert, sie muss jedoch auch das richtige Image transportieren, das ihre Persönlichkeit widerspiegelt. Im Fall von TUI ist dies nicht unbedingt gegeben. Bessere Chancen hat hingegen die Gebeco-Marke Go Xplore, welche ebenfalls zur TUI gehört. Hier werden Abenteuerreisen in den Fokus gestellt (vgl. Gebeco, o. J.). Dieser Ansatz funktioniert wiederum nur so lange, wie die Generation jung ist. Abenteuerreisen sind eindeutig eine Reiseart, die zur Altersgruppe, aber nicht speziell zu einer Generation passt. Abenteuerreisen bieten jedoch die Chance, die Generation Y aktuell zu erreichen, um sie generell für Pauschalreisen zu begeistern. In späteren Lebensphasen könnten dann andere Produkte von anderen TUI-Marken attraktiv werden.

Ein neues Konzept aus der Hotellerie, das sich direkt an Millennials richtet, wurde mit der Hotelmarke Jo & Joe von Accor ins Leben gerufen. Das Hotel für die Generation Y

bietet Zimmer im gehobenen Hostel-Stil in belebten Innenstadtlagen, wobei viel Wert auf ein ausgefallenes Design gelegt wird. Man bucht nur ein Bett in unterschiedlich großen Räumen, kann jedoch auch ein privates Zimmer oder Apartment bekommen. Es gibt sowohl eine Gemeinschaftsküche als auch ein Restaurant und eine Bar. Die auf der Homepage betonten Hotel-Attribute „cool“, „bezahlbar“ und „fürsorglich“ passen zu der Generation. Auch sind Einheimische im Hotel willkommen (vgl. Accor, 2018; Kwizinski, 2016), was zu den Wünschen von Millennials passt. Obwohl die Marke sogar Familien ansprechen möchte, scheint sie dennoch eher auf junge Reisende ausgerichtet zu sein. Auch wenn in jeder Zielgruppen-Ansprache der Tatsache Rechnung getragen werden muss, dass die Generation aktuell jung ist und entsprechend verreist, muss sich immer die Frage gestellt werden, ob man langfristig generell junge Reisende adressieren oder eine konkrete Generation an die Marke binden möchte. Bei Jo & Joe werden zwar eindeutig die Wünsche der Millennials angesprochen, dennoch scheint das Konzept auf jüngere Urlauber ausgerichtet zu sein. Dass die Generation Y aktuell häufig in Mehrbettzimmern übernachtet, wird vermutlich vorrangig am Budget liegen. Generell hat man hohe Ansprüche, die mit einem höheren Einkommen später auch erfüllt werden können.

Eine sehr vergleichbare Hotelmarke, die sich an Millennials richtet, heißt Vienna House R.evo. Auch hier wird das klassische Hotelkonzept „revolutioniert“, indem verschiedene Wohnformen für eine Nacht oder für mehrere Monate gebucht werden können. Es wird auch hier mit ähnlichen Attributen geworben, die die Generation Y ansprechen. So muss man sich z. B. nicht entscheiden, was der Generation bekanntlich schwerfällt, da man mittels des Vienna House R.evo. die Vorzüge eines Hotels, eines Guesthouses, eines jungen Cityquartiers und eines individuellen Zuhauses vereinen kann. Das zeitgemäße Design und das Wohnen am Puls der Stadt mit Gleichgesinnten sollen Millennials ansprechen. Digitale Lösungen und Vernetzung stehen dabei im Mittelpunkt (vgl. Vienna International Hotelmanagement AG, 2018). Es zeigt sich hier eine sehr große Schnittmenge mit dem Konzept von Jo & Joe. Auch hier wird der Fokus auf die Bedürfnisse der Generation gelegt, dennoch ist die Hotelmarke sehr auf jüngere Reisende ausgerichtet, sodass langfristig wahrscheinlich weniger die Generation Y als vielmehr junge Erwachsene als Zielgruppe betrachtet werden können. In wenigen Jahren, wenn Millennials mit Kindern andere Unterkünfte und Standorte außerhalb der Innenstadt bevorzugen, wird vermutlich die Generation Z adressiert.

Diese zwei Beispiele lassen erkennen, dass es nicht einfach ist, eine Generation über mehrere Lebensphasen hinweg an eine Marke zu binden. Hotels sind zwar in allen Altersklassen beliebt, dennoch würden nicht alle dieselbe Marke bevorzugen. Junge Erwachsene legen auf andere Attribute Wert als Familien oder Senioren, sodass sich viele Hotels besonders auf eine Altersgruppe konzentrieren. Es ist daher sinnvoll, junge Hotelmarken neben den etablierten Namen einzuführen. Reiseveranstalter können ähnlich agieren und haben die Möglichkeit, mit altersspezifischen Produkten eine Generation durch verschiedene Lebensphasen zu begleiten. Auch eine Destination kann in verschiedenen Lebensphasen attraktiv sein. Es ergibt sich in diesem Fall jedoch das Problem, dass Millennials gerne in immer neue Länder reisen und generell nur schwer als Stammkunden zu gewinnen sind. Eine langfristige Bindung der Generation ist eine der größten Herausforderungen.

Um in erster Linie die Generation X zu erreichen, können Flugreisen ins außereuropäische Ausland angeboten werden, z. B. in die Türkei, in die Karibik oder nach Südostasien. Hinsichtlich der Angebotskommunikation sollte weniger der Erlebniswert als vielmehr der Strand und das Vergnügen im Fokus stehen. Obwohl es der Generation weniger auf die Erholung, die Natur und die Kultur ankommt, könnte die Erholung lebensphasenbedingt durchaus eine Rolle spielen. Daher kann am besten mit klassischen Strandmotiven geworben werden, um die Generation anzusprechen. Zudem sind auch Familienreisen sowohl aufgrund der aktuellen Lebensphase als auch aufgrund des Interesses der Generation attraktiv. Auch diese lassen sich sehr gut mit Strandurlaube verbinden. Ferienhäuser wären in diesem Fall eine gute Alternative zum Hotel.

Anbieter, die die Babyboomer im etwas höheren Alter erreichen wollen, müssen ebenfalls einige Merkmale der Generation berücksichtigen. Während die 68er noch Interesse an Busreisen haben, bevorzugen Babyboomer Flugreisen. Hinsichtlich der Destinationen sollte das europäische Ausland mit Griechenland, Skandinavien, Portugal und Frankreich fokussiert werden. Das Augenmerk sollte auf das Angebot vieler hochwertiger und hedonistischer Erlebnisse und Aktivitäten bzw. Sport anstelle von Erholung gerichtet sein. Die Generation ist sehr aktiv und möchte sich wieder jung fühlen. Gerade hier sollte die Produkt- und Kommunikationsstrategie ansetzen.

Babyboomer wollen keine Angebote, die mit Seniorenreisen in Verbindung gebracht werden könnten. Eine Busrundreise durch Österreich trifft nicht auf ihr Interesse.

Die 68er sind schon im Ruhestand, weshalb die Reisen für sie von etwas längerer Dauer sein können. Busrundreisen ins europäische Ausland, wie z. B. nach Frankreich, Spanien, Italien oder Skandinavien mit Hotelübernachtungen kommen hier in Frage. Altersbedingt ist aber auch Deutschland beliebt. Die Reisen können zudem im etwas höheren Preissegment liegen. Vor Ort legt die Generation auf Kultur, Natur und Erlebnisse Wert. Strände und Sport spielen aufgrund des Alters eine weniger bedeutsame Rolle. Da die Generation am ehesten bereit ist, pauschal zu buchen, ist sie für Reiseveranstalter besonders attraktiv.

Da die beiden jüngeren Generationen seltener campen, werden für entsprechende Leistungsanbieter neue Strategien und Maßnahmen erforderlich, um langfristig erfolgreich zu sein. Die Nähe zur Natur eignet sich hier weniger als Vorteil für die Angebotskommunikation. Es ist eher empfehlenswert authentische Erlebnisse in den Vordergrund zu rücken, die nur abseits der Touristenzentren und Hotels möglich sind.

Neben den Campingplätzen gibt es auch Destinationen, die in Zukunft ihre Produkt- und Kommunikationsstrategie ändern müssen, um für die jüngeren Generationen attraktiv zu werden. Bereits Prideaux (2007) zeigte die Bedeutung vom Generationenwechsel für Destinationen auf (vgl. Prideaux, 2007, S. 52). So verlieren Österreich, Italien, Frankreich und Skandinavien durch den Wechsel der Generationen an Attraktivität. In Österreich müssen schon für die Babyboomer neue Konzepte entwickelt werden, da bereits diese Generation seltener nach Österreich reist, obwohl europäische Ziele bei ihnen beliebt sind. Dadurch dass Österreich vorrangig bei älteren, zum Teil verstorbenen Kohorten als Urlaubsland sehr beliebt war, besteht die Möglichkeit, dass das Land mit Seniorenreisen in Verbindung gebracht wird. Nun muss ein jüngeres Image aufgebaut werden, das z. B. die Natur und die Kultur verstärkt mit Sportangeboten, Vergnügungen und besonderen Erlebnissen verbindet. Gerade durch die größere Flugaffinität, schon ab den Babyboomern, ist die wahrgenommene Auswahl von Destinationen sehr groß, sodass verstärkt an der Zielgruppenansprache und einer USP gearbeitet werden muss, um die jungen Generationen zu erreichen. Das gilt jedoch für alle Destinationen.

Unabhängig davon, ob man sich auf Reisende in einer Lebensphase oder eine konkrete Generation konzentriert, ist es wichtig, sich sowohl Generationen- als auch Alterseffekte anzusehen. Für beispielsweise Seniorenreisen-Veranstalter ist es relevant, wie die nächste Generation das hohe Alter ausgestalten könnte und hinsichtlich der Konzentration auf Millennials ist es bedeutsam, wie sich die Generation in der nächsten Lebensphase verhalten wird. Demnach sind für alle touristischen Leistungsanbieter die verschiedenen Effekte relevant.

8. Beitrag zur Forschung und weitere Forschung

Im Rahmen dieser Arbeit wurden zum ersten Mal die Alters-, Perioden- und Kohorteneffekte für das Reiseverhalten präzise getrennt voneinander berechnet, sodass erstmals verlässliche Aussagen zum Einfluss der Generationszugehörigkeit auf das Reiseverhalten möglich waren. Bisher gab es bereits mehrere Studien zu den untersuchten Generationen, bei denen keine Trennung der Effekte vorgenommen wurde. Das führte dazu, dass mittels dieser Arbeit viele Ergebnisse widerlegt werden konnten, da es sich bei den Generationeneffekten teilweise lediglich um Alterseffekte handelte. Es gab zwar bereits erste Ansätze, die Effekte zu trennen, jedoch mangelte es dann meistens an der Größe der Stichprobe oder der Methodik. Es wurde gezeigt, dass der Alterseffekt häufig sehr stark und hoch signifikant ist. Daher ist es absolut notwendig, diesen vom Generationeneffekt zu trennen, um zu Ergebnissen zu kommen, die auch in den nächsten Jahren noch valide sind.

Die Möglichkeit der Effekte-Trennung lieferte der Intrinsic Estimator. Diese neue Methode macht es erstmals möglich, auf Basis einer an GLM angelehnten Syntax, Effekte schätzen zu lassen, die bisher als nicht ermittelbar galten. Bisher wurde der Intrinsic Estimator nur in Studien anderer Fachbereiche angewandt, in denen er sehr gute Ergebnisse lieferte. Durch die Anwendung dieser neuen Methode in der Reiseverhaltensforschung konnten Erkenntnisse gewonnen werden, die deutlich über das bisherige Wissen über das Reiseverhalten von Generationen hinausgehen. Bisher waren kaum valide Aussagen hierzu möglich. Fast alle Autoren weisen explizit auf diese Limitation in ihrer Forschung hin.

Für die weitere Forschung wäre es interessant zu untersuchen, auf welche Gründe die Reiseverhaltensmerkmale der Generationen zurückzuführen sind. Auch wenn bereits gezeigt wurde, dass viele Merkmale der Generationen als Erklärung für ihr Reiseverhalten dienen könnten, bleibt unklar, ob der Zusammenhang signifikant ist. Teilweise haben die Generationen so unterschiedliche Charakterisierungen erfahren, dass für ganz verschiedene Verhaltensweisen eine passende Erklärung gefunden werden könnte. Daher ist es wichtig, diese Zusammenhänge zu untersuchen.

Interessant wäre auch ein Ländervergleich. Es gibt bereits einige Publikationen, in denen Generationen aus verschiedenen Ländern gegenübergestellt werden. Dies sollte nun auch für das Reiseverhalten durchgeführt werden. Man könnte den Intrinsic Estimator verwenden, um die Effekte aus einzelnen Ländern zu vergleichen.

In jedem Fall sollte die Schätzung des Intrinsic Estimators mit weiteren Daten durchgeführt werden. Zum einen kann in einigen Jahren mit den neueren Daten der Reiseanalyse die Generation Z untersucht werden. Zum anderen könnte man die Zweit- und Drittreisen betrachten.

Auch richtige Szenario-Analysen könnten auf Basis dieser Schätzungen durchgeführt werden, um das zukünftige Reiseverhalten genauer zu prognostizieren. Hier wurden nur grobe Richtungen der verschiedenen Entwicklungen skizziert. Man könnte jedoch auch genauer schätzen, wie groß alle Altersklassen in 20 Jahren sein werden und die einzelnen Alterseffekte entsprechend für heute und für die Zukunft verschieden gewichten. Auch lässt sich recht genau sagen, welche Kohorten in 20 Jahren noch leben und welche Größe diese Jahrgänge haben werden. Entsprechend kann man die einzelnen Kohorteneffekte für heute und für die Zukunft gewichten. Addiert man anschließend alle gewichteten Effekte entsprechend der aktuellen sowie einmal entsprechend der zukünftigen Demographie in Deutschland und stellt sie einander gegenüber, ist ein möglicher Trend zu erkennen. Die Periodeneffekte lassen sich nicht direkt verwenden. Man könnte zwar die nächsten Effekte, ganz klassisch auf Basis der vergangenen Jahre, vorhersagen. Eine langfristige Prognose ist diesbezüglich jedoch sehr schwierig.

Auch wurde die Sharing Economy bzw. das Übernachtungsangebot von Airbnb noch gar nicht berücksichtigt, da das Thema bis zum Jahr 2012 kaum von Bedeutung war. Aktuell spielt das Angebot jedoch eine große Rolle, insbesondere für jüngere Generationen, und sollte bei der weiteren Forschung zum Reiseverhalten der Generationen berücksichtigt werden.

9. Fazit

Mit Hilfe der vorliegenden Arbeit konnte eindeutig gezeigt werden, dass die Zugehörigkeit zu einer Generation einen Einfluss auf das Reiseverhalten hat. Besonders hinsichtlich der Verkehrsträger-, Unterkunfts-, Destinations- und Reiseartwahl konnten deutliche Unterschiede zwischen den Generationen festgestellt werden. Fast keine Differenzen gab es hingegen in Bezug auf die Reisedauer und die Anzahl der Begleiter. Im Fall der Reiseintensität, der Gesamtreiseausgaben und der Pauschalreisebuchung waren die positiven Kohorteneffekte der älteren Generationen etwas stärker, sodass hier nur leichte Unterschiede zu verzeichnen sind. Dennoch lässt sich sagen, dass Millennials wahrscheinlich auch langfristig weniger Reisen buchen werden, die von Reiseveranstaltern organisiert wurden.

Es wurde gezeigt, dass die bisherige Forschung, die explizit die genannten Generationen untersucht und auch auf die Generationentheorie von Karl Mannheim verweist (vgl. Kapitel 2.1.2), fast ausschließlich zu Ergebnissen kommt, die auch mit dem Alterseffekt erklärt werden können. Da fast immer Querschnittsstudien durchgeführt wurden, war methodisch eine Trennung der Effekte der Altersklassen und der Generationen auch nicht möglich. Das Problem betrifft vor allem die Merkmale, bei denen die hier geschätzten Alterseffekte besonders stark sind. Bezüglich der Reisearten konnte z. B. herausgestellt werden, dass die Nachfrage nach Abenteuer- und Gesundheitsreisen besonders altersabhängig ist, aber sich die vier Generationen kaum voneinander unterscheiden. Querschnittsstudien führen in diesen Fällen zwangsläufig zu falschen Ergebnissen. Man muss ergänzen, dass man mittels Querschnittsstudien durchaus zu guten Resultaten gelangt, wenn ausschließlich das aktuelle Verhalten von Interesse ist. Möchte man jedoch erfahren, wie sich Generationen langfristig und in späteren Lebensphasen von anderen unterscheiden, müssen die reinen Kohorteneffekte betrachtet werden.

Es wird nun in der Zukunft von Interesse sein zu sehen, wie sich die Generationen in ihren neuen Lebensphasen verhalten werden und ob die herausgestellten Unterschiede auch langfristig erhalten bleiben, wovon der Theorie nach ausgegangen wird. Aufgrund der zahlreichen, noch unbekanntenen Veränderungen der Rahmenbedingungen, wird es

nie möglich sein, das zukünftige Reiseverhalten genau zu quantifizieren. Dennoch ist es ein deutlicher Mehrwert zu wissen, dass z. B. die zwei jüngeren Generationen auch zukünftig häufiger fliegen werden als die älteren und dadurch zu einem Wandel des Reiseverhaltens beitragen werden.

Literaturverzeichnis

- Accor.** (2018). *What is Jo & Joe?* <https://www.joandjoe.com/en/>, abgerufen 15.11.2018.
- ADAC Verlag.** (2017). *ADAC Reise-Monitor 2017*.
- Aderhold, P.** (2011). *Kurzfassung zur Reiseanalyse RA 2011*. Kiel.
- Albert, M., Hurrelmann, K., Langness, A. & Quenzel, G.** (2006). Die pragmatische Generation unter Druck: Probleme und Perspektiven. In K. Hurrelmann & M. Albert (Hrsg.), *Jugend 2006: Eine pragmatische Generation unter Druck*: 443–451. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
- Albert, M., Hurrelmann, K. & Quenzel, G.** (2015). *17. Shell Jugendstudie*. http://thueringer-sportjugend.de/cms/upload/Material/Jugendbildung/Shell_Jugendstudie_2015_Flyer.pdf, abgerufen 15.11.2018.
- Alegre, J. & Pou, L.** (2004). Micro-Economic Determinants of the Probability of Tourism Consumption. *Tourism Economics*, *10*(2), 125–144.
- Allianz Global Assistance.** (2016). *Internationale Reiseumfrage von Allianz Worldwide Partners: Deutschlands Jugend entdeckt die Welt*. <https://www.presseportal.de/pm/83226/3375737>, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 11.07.2016.
- American Express.** (2016). *Cracking the Millennial Travel Mindset: Surprising Insights on Attitudes and Behaviors*. <http://about.americanexpress.com/news/pr/2016/amex-travel-millennials-survey.aspx>, abgerufen: 15.07.2018, eingestellt: 04.08.2016.
- Anderson, B. B. & Langmeyer, L.** (1982). The Under-50 and Over-50 Travelers: A Profile of Similarities and Differences. *Journal of Travel Research*, *20*(4), 20–24.
- Araña, J. E. & León, C. J.** (2008). The impact of terrorism on tourism demand. *Annals of Tourism Research*, *35*(2), 299–315.
- ARD/ZDF-Medienkommission.** (2016). *ARD/ZDF Onlinestudie 2016*.
- Atchley, R. C.** (1989). A Continuity Theory of Normal Aging. *The Gerontologist*, *29*(2), 183–190.
- Bakewell, C. & Mitchell, V.** (2003). Generation Y female consumer decision-making styles. *International Journal of Retail & Distribution Management*, *31*(2), 95–106.
- Becker, C.** (1998). Reisebiographien. In G. Haedrich, C. Kaspar, K. Klemm & E. Kreilkamp (Hrsg.), *Tourismus-Management: Tourismus-Marketing und Fremdenverkehrsplanung*. 3. Auflage: 195–204. Berlin: de Gruyter.

- Becker, R.** (1997). Generationen und sozialer Wandel – eine Einleitung. In R. Becker (Hg.), *Generationen und sozialer Wandel: Generationsdynamik, Generationenbeziehungen und Differenzierung von Generationen*: 9–21. Opladen: Leske + Budrich.
- Becker, R. & Lauterbach, W.** (1997). Wohlfahrtsstaatsentwicklung und Lebenserwartung in Ost- und Westdeutschland. In R. Becker (Hg.), *Generationen und sozialer Wandel: Generationsdynamik, Generationenbeziehungen und Differenzierung von Generationen*: 199–231. Opladen: Leske + Budrich.
- Beldona, S.** (2005). Cohort Analysis of Online Travel Information Search Behavior: 1995–2000. *Journal of Travel Research*, 44(2), 135–142.
- Benckendorff, P. & Moscardo, G.** (2010). Understanding Generation-Y Tourists: Managing the Risk and Change Associated with a New Emerging Market. In S. Benckendorff, G. Moscardo & D. Pendergast (Hrsg.), *Tourism and generation Y*: 38–46. Cambridge, MA: CAB International.
- Bernini, C. & Cracolici, M. F.** (2015). Demographic change, tourism expenditure and life cycle behaviour. *Tourism Management*, 47, 191–205.
- Bojanic, D. C.** (1992). A Look at a Modernized Family Life Cycle and Overseas Travel. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 1(1), 61–79.
- Böpple, F. & Knüfer, R.** (1998). *Generation XTC: Techno und Ekstase*. München: Dt. Taschenbuch-Verl.
- Braun, R. & Pfeiffer, U.** (2012). *Die Kinder der Babyboomer: Wie tickt die "knappe" Generation im Vergleich zu Eltern und Großeltern?* Köln: Dt. Inst. für Altersvorsorge.
- Braungart, R. & Braungart, M.** (1986). Life-Course and Generational Politics. *Annual Review of Sociology*, 12(1), 205–231.
- Bristow, J.** (2016). *The Sociology of Generations: New Directions and Challenges*. London: Palgrave Macmillan.
- Bruch, H., Kunze, F. & Böhm, S.** (2010). *Generationen erfolgreich führen: Konzepte und Praxiserfahrungen zum Management des demographischen Wandels* (1. Auflage). *Uniscope – Publikationen der SGO-Stiftung*. Wiesbaden: Gabler.
- Büchner, S.** (1995). Vom Befehlen und Gehorchen zum Verhandeln. Entwicklungstendenzen von Verhaltensstandards und Umgangsnormen seit 1945. In U. Preuss-Lausitz, S. Büchner, M. Fischer-Kowalski, D. Geulen, M. E. Karsten, C. Kulke, U. Rabe-Kleberg, H.-G. Rolff, B. Thunemeyer, Y. Schütze, S. Seidl, H. Zeiher, S. Zimmermann (Hrsg.), *Reihe Pädagogik. Kriegskinder, Konsumkinder, Krisenkinder: Zur Sozialisationsgeschichte seit dem Zweiten Weltkrieg*. 4. Auflage: 196–212. Weinheim, Basel: Beltz.
- Bude, H.** (1995). *Das Altern einer Generation: Die Jahrgänge 1938 bis 1948*. 1. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

- Bund, K.** (2014). *Glück schlägt Geld: Generation Y: Was wir wirklich wollen*. 2. Auflage. Hamburg: Murmann.
- Bund, K., Heuser, U. J. & Kunze, A.** (2013). *Wollen die auch arbeiten?* <http://www.zeit.de/2013/11/Generation-Y-Arbeitswelt/komplettansicht>, abgerufen 15.11.2018, eingestellt: 07.03.2013.
- Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.** (2014). *Demografischer Wandel – Zukunftserwartungen junger Erwachsener*.
- Bundesministerium für Wirtschaft und Energie.** (2018). *Sharing Economy im Wirtschaftsraum Deutschland: Analyse des Stellenwerts im Allgemeinen sowie Untersuchung der Handlungsoptionen im Einzelsegment 'Vermittlungsdienste für Privatunterkünfte'* – Studie des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln in Zusammenarbeit mit DICE Consult.
- Bundeszentrale für politische Bildung.** (o. J.). *demografischer Wandel*. <https://www.bpb.de/nachschlagen/lexika/lexikon-der-wirtschaft/240461/demografischer-wandel>, abgerufen: 15.11.2018.
- Bürklin, W., Klein, M. & Ruß, A.** (1994). Dimensionen des Wertewandels. Eine empirische Längsschnittanalyse zur Dimensionalität und der Wandlungsdynamik gesellschaftlicher Wertorientierungen. *Politische Vierteljahresschrift*, 35(4), 579–606.
- Busche, J.** (2007). *Die 68er: Biographie einer Generation*. 2. Auflage. Berlin: Berliner Taschenbuch-Verl.
- Butler, R.** (2009). Tourism in the future: Cycles, waves or wheels? *Futures*, 41(6), 346–352.
- Chen, S. C. & Shoemaker, S.** (2014). Age and cohort effects: The American senior tourism market. *Annals of Tourism Research*, 48, 58–75.
- Chhabra, D.** (2010). Back to the past: A sub-segment of Generation Y's perceptions of authenticity. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(6), 793–809.
- Christ, S.** (2015). *Autofahren bald uncool? 7 Gründe, warum immer weniger junge Deutsche den Führerschein machen*. http://www.huffingtonpost.de/2015/08/18/7-grunde-warum-immer-weniger-junge-deutsche-den-fuehrerschein-machen_n_8003748.html, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 18.08.2015.
- Cisco.** (2012). *Cisco Connected World Technology Report: Gen Y: New Dawn for work, play, identity*. <http://www.cisco.com/c/dam/en/us/solutions/enterprise/connected-world-technology-report/2012-CCWTR-Chapter1-Global-Results.pdf>.
- Cisco.** (2014). *Cisco Connected World Technology Report (CCWTR)*.
- Cleaver, M., Green, B. C. & Muller, T. E.** (2000). Using Consumer Behavior Research to Understand the Baby Boomer Tourist. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 24(2), 274–287.

- Cleaver, M. & Muller, T. E.** (2002). The Socially Aware Baby Boomer: Gaining a Lifestyle-Based Understanding of the New Wave of Ecotourists. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(3), 173–190.
- Collins, D. & Tisdell, C.** (2002). Age-related Lifecycles: Purpose Variations. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 801–818.
- Cone Inc.** (2006). *The 2006 Cone Millennial Cause Study: The Millennial Generation: Pro-Social and Empowered to Change the World.*
<http://www.centerforgiving.org/Portals/0/2006%20Cone%20Millennial%20Cause%20Study.pdf>
- Cornman, J. M. & Kingson, E. R.** (1996). Trends, Issues, Perspectives, and Values for the Aging of the Baby Boom Cohorts. *The Gerontologist*, 36(1), 15–26.
- Cosenza, R. M. & Davis, D. L.** (1981). Family Vacation Decision Making Over The Family Life Cycle: A Decision And Influence Structure Analysis. *Journal of Travel Research*, 20(2), 17–23.
- Coupland, D.** (1995). *Generation X: Geschichten für eine immer schneller werdende Kultur.* 13. Auflage. München: Goldmann.
- Crampton, S. M. & Hodge, J. W.** (2009). Generation Y: Uncharted Territory. *Journal of Business & Economics Research*, 7(4), 1–6.
- Cui, Y., Trent, E. S., Sullivan, S. M. & Matiru, G. N.** (2003). Cause-related marketing: how generation Y responds. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 31(6), 310–320.
- David Binder Research.** (2016). *DBR Airbnb Survey Summary.*
<https://www.airbnbaction.com/wp-content/uploads/2016/07/DBR-Airbnb-National-Survey-Summary.pdf>
- Dekker, P. & van den Broek, A.** (2006). Is Volunteering Going Down? In S. Ester, M. Braun & S. Mohler (Hrsg.), *Globalization, Value Change, and Generations: A Cross-National and Intergenerational Perspective:* 179–205. Leiden: Brill.
- Deloitte.** (2015). *Datenland Deutschland – Die Generationenlücke.*
<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/de/Documents/deloitte-analytics/DAI-Datenland-Deutschland-Generationenluecke-s.pdf>
- Deloitte.** (2017). *The 2017 Deloitte Millennial Survey: Apprehensive millennials: seeking stability and opportunities in an uncertain world.*
<https://www2.deloitte.com/global/en/pages/about-deloitte/articles/millennialsurvey.html>, abgerufen: 15.11.2018.
- Deutsche Bank AG.** (2016). *Auto, Reise, Führerschein: Jugendliche sparen fleißig - Deutsche Bank-Umfrage zum Internationalen Tag der Jugend am 12. August.*
https://www.db.com/newsroom_news/2016/medien/auto-reise-fuehrerschein-jugendliche-sparen-fleissig-deutsche-bank-umfrage-zum-internationalen-tag-der-jugend-am-de-11649.htm, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 10.08.2016.

- Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung e.V.** (2013). *Jugendliche verbringen ihre Freizeit zunehmend bildungsorientiert*.
http://www.diw.de/de/diw_01.c.428649.de/themen_nachrichten/jugendliche_verbringen_ihre_freizeit_zunehmend_bildungsorientiert.html, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 02.10.2013.
- DeVaney, S. A.** (2015). Understanding the Millennial Generation. *Journal of Financial Service Professionals*, 69(6), 11–14.
- Donnison, S.** (2007). Unpacking the Millennials: A Cautionary Tale for Teacher Education. *Australian Journal of Teacher Education*, 32(3), 1–13.
- Dostert, E.** (2010). *Studie zur Jugendkultur – Generation Biedermeier*.
<http://www.sueddeutsche.de/karriere/studie-zur-jugendkultur-generation-biedermeier-1.998533>, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 11.09.2010.
- Dudenredaktion.** (o. J.a). *"Generation" auf Duden online*.
<https://www.duden.de/node/666193/revisions/1683266/view>, abgerufen: 15.11.2018.
- Dudenredaktion.** (o. J.b). *"Teach-in" auf Duden online*.
<https://www.duden.de/node/714387/revisions/1963500/view>, abgerufen: 15.11.2018.
- Dudenredaktion.** (o. J.c). *"Sit-in" auf Duden online*.
<https://www.duden.de/node/713905/revisions/1777270/view>, abgerufen: 15.11.2018.
- Duffy, B., Shrimpton, H. & Clemence, M.** (2017). *Millennial Myths and Realities*.
- Durrer, L.** (2007). Born to be wild: Rockmusik und Protestkultur in den 1960er Jahren. In M. Klimke & J. Scharloth (Hrsg.), *1968: Handbuch zur Kultur- und Mediengeschichte der Studentenbewegung*: 161–174. Stuttgart: J. B. Metzler.
- Dychtwald, K.** (2003). The Age Wave Is Coming. *Public Management*, 85(6), 6–10.
- Edmunds, J. & Turner, B. S.** (2005). Global generations: social change in the twentieth century. *The British Journal of Sociology*, 56(4), 559–577.
- EDreams.** (2017). *Travel Through the Generations*.
- Eiben, J.** (1992). Kirche und Religion – Säkularisierung als sozialistisches Erbe? In J. Zinnecker (Hg.), *Shell-Jugendstudie. Jugend '92: Lebenslagen, Orientierungen und Entwicklungsperspektiven im vereinigten Deutschland*: 91–104. Opladen: Leske + Budrich.
- Eitler, S.** (2007). Die >sexuelle Revolution< – Körperpolitik um 1968. In M. Klimke & J. Scharloth (Hrsg.), *1968: Handbuch zur Kultur- und Mediengeschichte der Studentenbewegung*: 235–246. Stuttgart: J. B. Metzler.
- Elder, G. H.** (1975). Age Differentiation and the Life Course. *Annual Review of Sociology*, 1(1), 165–190.
- Ester, P., Mohler, P. & Vinken, H.** (2006). Values and the Social Sciences: A Global World of Global Values? In S. Ester, M. Braun & S. Mohler (Hrsg.), *Globalization*,

Value Change, and Generations: A Cross-National and Intergenerational Perspective: 3–29. Leiden: Brill.

- Evan, W. M.** (1959). Cohort analysis of survey data: A procedure for studying long-term opinion change. *Public Opinion Quarterly*, 23, 63–72.
- Eventbrite.** (2014). *Millennials: Fueling the experience economy*. https://eventbrite-s3.s3.amazonaws.com/marketing/Millennials_Research/Gen_PR_Final.pdf.
- Ewinger, D., Ternès, A., Koerbel, J. & Towers, I.** (2016). *Arbeitswelt im Zeitalter der Individualisierung: Trends: Multigrafie und Multi-Option in der Generation Y. essentials*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Eyerman, R. & Turner, B. S.** (1998). Outline of a Theory of Generations. *European Journal of Social Theory*, 1(1), 91–106.
- Fahlenbrach, K.** (2007). Protestinszenierungen: Die Studentenbewegung im Spannungsfeld von Kultur-Revolution und Medien-Evolution. In M. Klimke & J. Scharloth (Hrsg.), *1968: Handbuch zur Kultur- und Mediengeschichte der Studentenbewegung*: 11–21. Stuttgart: J. B. Metzler.
- Fintz, A. S.** (2014). *Leading by Meaning: Die Generation Maybe Sinn-orientiert führen*. Berlin: Springer Gabler.
- Fischer, A.** (1982). Das Verhältnis der Jugendlichen zu den Parteien. In A. Fischer (Hg.), *Jugend '81: Lebensentwürfe, Alltagskulturen, Zukunftsbilder; Studie im Auftrag des Jugendwerks der Deutschen Shell*. 2. Auflage: 674–690. Opladen: Leske + Budrich.
- Fischer, A. & Fuchs, W.** (1982). Vorstellungen von der Zukunft. In A. Fischer (Hg.), *Jugend '81: Lebensentwürfe, Alltagskulturen, Zukunftsbilder; Studie im Auftrag des Jugendwerks der Deutschen Shell*. 2. Auflage: 378–420. Opladen: Leske + Budrich.
- Fischer, A., Fuchs, W. & Zinnecker, J.** (1982). Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse. In A. Fischer (Hg.), *Jugend '81: Lebensentwürfe, Alltagskulturen, Zukunftsbilder; Studie im Auftrag des Jugendwerks der Deutschen Shell*. 2. Auflage: 14–24. Opladen: Leske + Budrich.
- Fischer-Kowalski, M.** (1995). Halbstarke 1958, Studenten 1968: Eine Generation und zwei Rebellionen. In U. Preuss-Lausitz, S. Büchner, M. Fischer-Kowalski, D. Geulen, M. E. Karsten, C. Kulke, U. Rabe-Kleberg, H.-G. Rolff, B. Thunemeyer, Y. Schütze, S. Seidl, H. Zeiher, S. Zimmermann (Hrsg.), *Reihe Pädagogik. Kriegskinder, Konsumkinder, Krisenkinder: Zur Sozialisationsgeschichte seit dem Zweiten Weltkrieg*. 4. Auflage: 53–70. Weinheim, Basel: Beltz.
- Foley, E.** (1999). *The Changing Face of Juries: Understanding Generation X*. <http://www.howardnations.com/wp-content/uploads/2013/08/foleypaper.pdf>.
- Forrester.** (2006). *Is Europe Ready For The Millennials?* http://loader.eurorscg.fi/partner/xerox/Forrester_report.pdf.

- Francesse, P.** (1993). Rising stars in the consumer constellation: A peer personality profile of the post-baby-boom generation. *Hospitality Research Journal*, 17(1).
- Frankfurter Allgemeine Zeitung.** (2014). *Führerschein kein Statussymbol: Autofahren ist out, Smartphones werden wichtiger*. <http://www.faz.net/aktuell/technik-motor/auto-verkehr/fuehrerschein-kein-statussymbol-autofahren-ist-out-smartphones-werden-wichtiger-13346242.html>, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 30.12.2014.
- Friedrichs, J.** (2015). *Die Welt ist mir zu viel*. <http://www.zeit.de/zeit-magazin/2015/01/entschleunigung-biedermeier-handarbeit-stressabbau>, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 08.01.2015.
- Fuchs, W.** (1982). Jugendbiographie. In A. Fischer (Hg.), *Jugend '81: Lebensentwürfe, Alltagskulturen, Zukunftsbilder; Studie im Auftrag des Jugendwerks der Deutschen Shell*. 2. Auflage: 124–344. Opladen: Leske + Budrich.
- FUR.** (2004). *Reiseanalyse 2004 – Methodenbericht*.
- FUR.** (2018). *Reiseanalyse 2018: Erste ausgewählte Ergebnisse der 48. Reiseanalyse zur ITB 2018*.
- FVW Medien.** (2018). *Interview mit TUI-Deutschland-Chef Marek Andryszak: „Millennials kommen zu uns, wenn das erste Kind da ist“*. https://www.fvw.de/news/unternehmen-maerkte/interview-mit-tui-deutschland-chef-marek-andryszak-millennials-kommen-zu-uns-wenn-das-erste-kind-da-ist/393/187035/18079?wt_mc=fvwAM, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 11.05.2018.
- Gardiner, S., Grace, D. & King, C.** (2014). The Generation Effect: The Future of Domestic Tourism in Australia. *Journal of Travel Research*, 53(6), 705–720.
- Gardiner, S., Grace, D. & King, C.** (2015). Is the Australian domestic holiday a thing of the past? Understanding Baby Boomer, Generation X and Generation Y perceptions and attitude to domestic and international holidays. *Journal of Vacation Marketing*, 21(4), 336–350.
- Gardiner, S., King, C. & Grace, D.** (2012). Travel Decision Making: An Empirical Examination of Generational Values, Attitudes, and Intentions. *Journal of Travel Research*, 52(3), 310–324.
- Gastel, M.** (2014). *Verändertes Mobilitätsverhalten junger Menschen: Junge Leute verzichten immer häufiger auf Führerschein*. <http://www.matthias-gastel.de/junge-leute-verzichten-immer-haeufiger-auf-fuehrerschein/#.WXr971Fpy71>, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 23.05.2014.
- Gebeco.** (o. J.). *Don't be a couch jockey!* <https://www.goxplore.de/>, abgerufen: 15.11.2018.
- Gensicke, T.** (2006a). Jugend und Religiosität. In K. Hurrelmann & M. Albert (Hrsg.), *Jugend 2006: Eine pragmatische Generation unter Druck*: 203–239. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.

- Gensicke, T.** (2006b). Zeitgeist und Wertorientierungen. In K. Hurrelmann & M. Albert (Hrsg.), *Jugend 2006: Eine pragmatische Generation unter Druck*: 169–202. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
- GfK.** (2017a). *Erfahrungen sammeln oder Relaxen? Wie verbringen die Deutschen ihren Urlaub?* <http://www.gfk.com/de/insights/news/erfahrungen-sammeln-oder-relaxen/>, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 10.08.2017.
- GfK.** (2017b). *Millenials buchen jede zweite Reise online*. Nürnberg.
- Glenn, N. D.** (1976). Cohort Analysts' Futile Quest: Statistical Attempts to Separate Age, Period and Cohort Effects. *American Sociological Review*, 41(5), 900–904.
- Global Communication Experts.** (2018). *Luxus-Tourismus erwartet starkes Wachstum in den nächsten Jahren*.
- Glover, S.** (2010). Generation Y's Future Tourism Demand: Some Opportunities and Challenges. In S. Benckendorff, G. Moscardo & D. Pendergast (Hrsg.), *Tourism and generation Y*: 155–163. Cambridge, MA: CAB International.
- Glover, P. & Prideaux, B.** (2009). Implications of population ageing for the development of tourism products and destinations. *Journal of Vacation Marketing*, 15(1), 25–37.
- Grimm, B., Lohmann, M., Heinsohn, K., Richter, C. & Metzler, D.** (2009). *The impact of demographic change on tourism and conclusions for tourism policy*.
- Grunert, C. & Krüger, H.-H.** (2011). Jugendliche Biographieverläufe im Generationenvergleich. In T. Eckert, A. von Hippel, M. Pietraß & B. Schmidt-Hertha (Hrsg.), *Bildung der Generationen*: 221–235. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Günther, J.** (2007). *Digital Natives & Digital Immigrants*. Innsbruck: StudienVerlag.
- Gursoy, D., Maier, T. A. & Chi, C. G.** (2008). Generational differences: An examination of work values and generational gaps in the hospitality workforce. *International Journal of Hospitality Management*, 27(3), 448–458.
- Halman, L. & Pettersson, T.** (2006). A Decline of Religious Values? In S. Ester, M. Braun & S. Mohler (Hrsg.), *Globalization, Value Change, and Generations: A Cross-National and Intergenerational Perspective*: 31–59. Leiden: Brill.
- Haumann, W.** (2010). *Generationen-Barometer 2009: Eine Studie des Instituts für Demoskopie Allensbach*. Münster, Westf: Monsenstein und Vannerdat.
- Herbig, P., Koehler, W. & Day, K.** (1993). Marketing to the Baby Bust Generation. *Journal of Consumer Marketing*, 10(1), 4–9.
- Hill, S. B. & Kopp, J.** (1997). Heiratsverhalten und Fertilität im intergenerationalen Vergleich. In R. Becker (Hg.), *Generationen und sozialer Wandel: Generationsdynamik, Generationenbeziehungen und Differenzierung von Generationen*: 23–40. Opladen: Leske + Budrich.

- Hobart, B. & Sendek, H.** (2014). *Gen Y Now: Millennials and the Evolution of Leadership*. s.l.: Wiley.
- Holbrook, M. B. & Schindler, R. M.** (1989). Some Exploratory Findings on the Development of Musical Tastes. *Journal of Consumer Research*, 16(1), 119–124.
- Holbrook, M. B. & Schindler, R. M.** (1994). Age, Sex, and Attitude Toward the Past as Predictors of Consumers' Aesthetic Tastes for Cultural Products. *Journal of Marketing Research*, 31(3), 412–422.
- Hölscher, M.** (1999). *Die 68er: Eine kulturosoziologische Analyse*. Magisterarbeit. Universität Leipzig, Leipzig.
- HomeAway Deutschland.** (2015). 10. Deutsche Ferienhaus-Urlaubsanalyse: Daten, Fakten und Trends zum Ferienhaustourismus in Deutschland. https://www.fewo-direkt.de/info/files/shared/PDF/FeWo-direkt_10te-Deutsche-Ferienhaus-Urlaubsanalyse.pdf
- Höpflinger, F.** (1999). *Generationenfrage – Konzepte, theoretische Ansätze und Beobachtungen zu Generationenbeziehungen in späteren Lebensphasen*. Lausanne: Réalités Sociales. <http://www.hoepflinger.com/fhtop/Generationenfrage.pdf>.
- Höpflinger, F.** (2014). *Alter, Kohorte und Periode – Grundsätze und Problematik einer Kohortenanalyse*. <http://www.hoepflinger.com/fhtop/fhmethod1E.html>, abgerufen: 15.11.2018.
- Höpflinger, F. & Stuckelberger, A.** (1999). *Demographische Alterung und individuelles Altern: Ergebnisse aus dem nationalen Forschungsprogramm Alter/Vieillesse/Anziani*. Zürich: Seismo.
- Horneman, L., Carter, R. W., Wei, S. & Ruys, H.** (2002). Profiling the Senior Traveler: An Australian Perspective. *Journal of Travel Research*, 41, 23–37.
- Howe, N. & Strauss, W.** (2000). *Millennials rising: The next great generation*. New York: Vintage Books.
- Howe, N. & Strauss, W.** (2007). The Next 20 Years: How Customer and Workforce Attitudes Will Evolve. *Harvard Business Review*, 85(7/8), 41–52.
- Huang, Y.-C. & Petrick, J. F.** (2010). Generation Y's Travel Behaviours: a Comparison with Baby Boomers and Generation X. In S. Benckendorff, G. Moscardo & D. Pendergast (Hrsg.), *Tourism and generation Y: 27–37*. Cambridge, MA: CAB International.
- Huber, T. & Rauch, C.** (2013). *Generation Y – Das Selbstverständnis der Manager von morgen: Eine Trendstudie des Zukunftsinstituts im Auftrag von Signium International*. https://www.zukunftsinstitut.de/fileadmin/user_upload/Publikationen/Auftragsstudien/studie_generation_y_signium.pdf.

- Hung, K. H., Gu, F. F. & Yim, C. K.** (2007). A social institutional approach to identifying generation cohorts in China with a comparison with American consumers. *Journal of International Business Studies*, 38(5), 836–853.
- Hurrelmann, K., Albert, M., Quenzel, G. & Langness, A.** (2006). Eine pragmatische Generation unter Druck – Einführung in die Shell Jugendstudie 2006. In K. Hurrelmann & M. Albert (Hrsg.), *Jugend 2006: Eine pragmatische Generation unter Druck*: 31–48. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
- Hurrelmann, K. & Albrecht, E.** (2014). *Die heimlichen Revolutionäre: Wie die Generation Y unsere Welt verändert*. Weinheim, Basel: Beltz.
- Hyllegard, K. H., Yan, R.-n., Ogle, J. P. & Attmann, J.** (2011). The influence of gender, social cause, charitable support, and message appeal on Gen Y's responses to cause-related marketing. *Journal of Marketing Management*, 27(1/2), 100–123.
- Ide, Y.** (2015). *Generation Y: Hoffnungslose Optimisten*. <http://www.zeit.de/zeit-magazin/leben/2014-12/generation-y-arbeitswelt-glueck-angst-traumtaeuzer>, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 01.01.2015.
- Illies, F.** (2000). *Generation Golf: Eine Inspektion*. 15. Auflage. Berlin: Argon.
- Illies, F.** (2005). *Generation Golf zwei*. 1. Auflage. München: Goldmann.
- Jablonski, G.** (2002). *Generation X: Selbst- und Fremdbeschreibungen einer Generation: Eine literaturwissenschaftliche Studie*. Dissertation. Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, Düsseldorf.
- Jayson, S.** (2012). 'Emerging adults' not there yet. http://usatoday30.usatoday.com/LIFE/usaedition/2012-07-30-Emerging-adults-----_ST_U.htm, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 29.07.2012.
- Jeges, O.** (2012). *Generation Maybe hat sich im Entweder- oder verrannt*. <https://www.welt.de/debatte/kommentare/article13939962/Generation-Maybe-hat-sich-im-Entweder-oder-verrannt.html>, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 23.03.2012.
- Jureit, U.** (2011). *Karl Mannheim, Das Problem der Generationen, 1928*. http://www.1000dokumente.de/pdf/dok_0100_gen_de.pdf.
- Kecskes, R.** (2012). *Auf der Suche nach einem kohärenten Qualitätsversprechen: Die junge, flexible Generation zwischen öffentlicher Inszenierung und privater Authentizitätssuche*. http://www.gfkps.com/imperia/md/content/ps_de/gfk_studie_generationen_juli_2012_kecskes.pdf.
- Keeling, S.** (2003). Advising the Millennial Generation. *NACADA Journal*, 23(1-2), 30–36.
- Keyes, K. M., Nicholson, R., Kinley, J., Raposo, S., Stein, M. B., Goldner, E. M. & Sareen, J.** (2014). Age, Period, and Cohort Effects in Psychological Distress in the United States and Canada. *American Journal of Epidemiology*, 179(10), 1216–1227.

- Keyes, K. M., Utz, R. L., Robinson, W. & Li, G.** (2010). What is a cohort effect? Comparison of three statistical methods for modeling cohort effects in obesity prevalence in the United States, 1971–2006. *Social Science & Medicine*, 70(7), 1100–1108.
- Kimmel, M. S.** (1998). *Studentenbewegungen der 60er Jahre: Frankreich, BRD und USA im Vergleich*. Wien: WUV-Universitätsverlag.
- Kirchhöfer, D.** (1992). Eine Umbruchsgeneration? Wende- und Vereinigungserfahrungen. In J. Zinnecker (Hg.), *Shell-Jugendstudie. Jugend '92: Lebenslagen, Orientierungen und Entwicklungsperspektiven im vereinigten Deutschland*: 15–34. Opladen: Leske + Budrich.
- Kirstges, T.** (2010). *Expansionsstrategien im Tourismus*. 4. Auflage. Wilhelmshaven: Dr. Kirstges' Buch- und Musikverlag.
- Kirstges, T., Fritsche J., & Wagener, G.** (2012). *Strukturanalyse des deutschen Reiseveranstaltermarktes 2012*. Wilhelmshaven: Dr. Kirstges' Buch- und Musikverlag.
- Klaffke, M.** (2014a). Erfolgsfaktor Generationen-Management – Handlungsansätze für das Personalmanagement. In M. Klaffke (Hg.), *Generationen-Management: Konzepte, Instrumente, Good-Practice-Ansätze*: 3–25. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Klaffke, M.** (2014b). Millennials und Generation Z – Charakteristika der nachrückenden Arbeitnehmer-Generationen. In M. Klaffke (Hg.), *Generationen-Management: Konzepte, Instrumente, Good-Practice-Ansätze*: 57–82. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Klaffke, M. & Parment, A.** (2011). Herausforderungen und Handlungsansätze für das Personalmanagement von Millennials. In M. Klaffke (Hg.), *Personalmanagement von Millennials: Konzepte, Instrumente und Best-Practice-Ansätze*: 4–21. Wiesbaden: Gabler.
- Klein, M.** (2003). Gibt es die Generation Golf? *Kölner Zeitschrift Für Soziologie Und Sozialpsychologie*, 55(1), 99–115.
- Klimke, M.** (2007). Sit-in, Teach-in, Go-in: Die transnationale Zirkulation kultureller Praktiken in den 1960er Jahren am Beispiel der direkten Aktion. In M. Klimke & J. Scharloth (Hrsg.), *1968: Handbuch zur Kultur- und Mediengeschichte der Studentenbewegung*: 119–133. Stuttgart: J. B. Metzler.
- Klimke, M. & Scharloth, J.** (2007). "Du musst den Dingen ihre eigene Melodie vorspielen und sie werden zu tanzen beginnen": Ein Gespräch mit Rainer Langhans. In M. Klimke & J. Scharloth (Hrsg.), *1968: Handbuch zur Kultur- und Mediengeschichte der Studentenbewegung*: 311–316. Stuttgart: J. B. Metzler.
- Knutsen, O.** (2006). The End of Traditional Political Values? In S. Ester, M. Braun & S. Mohler (Hrsg.), *Globalization, Value Change, and Generations: A Cross-National and Intergenerational Perspective*: 115–150. Leiden: Brill.

- Kohli, M.** (2007). Von der Gesellschaftsgeschichte zur Familie: Was leistet das Konzept der Generationen? In F. Lettke & A. Lange (Hrsg.), *Generationen und Familien: Analysen – Konzepte – gesellschaftliche Spannungsfelder*. 1. Auflage: 47–68. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Kotler, P. & Keller, K. L.** (2012). *Marketing Management*. 14. Auflage. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.
- Kowalczyk-Aniol, J.** (2012). Tourism Trends Among Generation Y in Poland. *Tourism*, 22(2), 15–20.
- Bröckermann, R.** (Hg.). (2015). *Praxisorientierte Personal- und Organisationsforschung. Die Generation Y: ihre Wünsche und Erwartungen an die Arbeitswelt*. Mering: Rainer Hampp Verlag.
- Krebs, D.** (1992). Werte in den alten und neuen Bundesländern. In J. Zinnecker (Hg.), *Shell-Jugendstudie. Jugend '92: Lebenslagen, Orientierungen und Entwicklungsperspektiven im vereinigten Deutschland*: 35–48. Opladen: Leske + Budrich.
- Kruse, A.** (2011). Zur Notwendigkeit der Reflexion des Generationenbegriffes – Überlegungen vor dem Hintergrund der Arbeit von Karl Mannheim zum „Problem der Generationen“. In T. Eckert, A. von Hippel, M. Pietraß & B. Schmidt-Hertha (Hrsg.), *Bildung der Generationen*: 23–35. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kühnel, W.** (1992). Orientierungen im politischen Handlungsraum. In J. Zinnecker (Hg.), *Shell-Jugendstudie. Jugend '92: Lebenslagen, Orientierungen und Entwicklungsperspektiven im vereinigten Deutschland*: 59–71. Opladen: Leske + Budrich.
- Kulke, C.** (1995). Altrebellen und Neurebellen zwischen Annäherung und Abgrenzung. Zur Veränderung des Protestverhaltens Jugendlicher. In U. Preuss-Lausitz, S. Büchner, M. Fischer-Kowalski, D. Geulen, M. E. Karsten, C. Kulke, U. Rabe-Kleberg, H.-G. Rolff, B. Thunemeyer, Y. Schütze, S. Seidl, H. Zeiher, S. Zimmermann (Hrsg.), *Reihe Pädagogik. Kriegskinder, Konsumkinder, Krisenkinder: Zur Sozialisationsgeschichte seit dem Zweiten Weltkrieg*. 4. Auflage: 71–88. Weinheim, Basel: Beltz.
- Kurz, C.** (2013a). *Millennial Attitudes to Rights and Responsibilities Around the World*. <https://insights.viacom.com/post/62097509825/>, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 30.04.2013.
- Kurz, C.** (2013b). *The New Millennials Will Keep Calm and Carry On – Younger vs. Older Millennials in The Next Normal*. <https://insights.viacom.com/post/61780770163/>, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 17.06.2013.
- Kurz, C.** (2014a). *As With Other Generations, Stability Is a Goal for Millennials*. <https://insights.viacom.com/post/101692089342/>, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 03.11.2014.

- Kurz, C.** (2014b). *In the Future, Millennials Look Forward To Travel and New Friends*. <https://insights.viacom.com/post/93531825067/>, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 01.08.2014.
- Kurz, C.** (2015). *Millennials Are Curious, Family-Oriented, Happy*. <https://insights.viacom.com/post/108004444697/>, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 13.01.2015.
- Kwidzinski, R.** (2016). *Neue Marke: Accorhotels will mit Jo & Joe Millennials locken*. <https://www.ahgz.de/unternehmen/neue-marke-accorhotels-will-mit-jo-joe-millennials-locken,200012234297.html>, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 27.09.2016.
- Land, K. C. & Yang, Y.** (2013). *Age-period-cohort analysis: New models, methods, and empirical applications*. Boca Raton, FL: CRC Press.
- Lange, A. & Lettke, F.** (2007). Schrumpfung, Erweiterung, Diversität: Konzepte zur Analyse von Familie und Generationen. In F. Lettke & A. Lange (Hrsg.), *Generationen und Familien: Analysen – Konzepte – gesellschaftliche Spannungsfelder*. 1. Auflage: 14–43. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Langness, A., Leven, I. & Hurrelmann, K.** (2006). Jugendliche Lebenswelten: Familie, Schule, Freizeit. In K. Hurrelmann & M. Albert (Hrsg.), *Jugend 2006: Eine pragmatische Generation unter Druck*: 49–102. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
- Lauterbach, W.** (2007). Partner ja, Single nein, oder umgekehrt? Wege der sozialen Verselbständigung und die Dauer von Partnerschaften bis ins frühe Erwachsenenalter. In F. Lettke & A. Lange (Hrsg.), *Generationen und Familien: Analysen – Konzepte – gesellschaftliche Spannungsfelder*. 1. Auflage: 161–188. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Lawson, R.** (1991). Patterns Of Tourist Expenditure And Types Of Vacation Across The Family Life Cycle. *Journal of Travel Research*, 29(4), 12–18.
- Leask, A., Fyall, A. & Barron, S.** (2014). Generation Y: An Agenda for Future Visitor Attraction Research. *International Journal of Tourism Research*, 16(5), 462–471.
- Lee, T. Y.** (2013). *Top 10 Trends of The Next Generation of Travel: The Millennials*. http://www.hotel-online.com/News/PR2013_2nd/Apr13_MillennialTrends.html, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: April 2013.
- Leggewie, C.** (1995). *Die 89er: Portrait einer Generation*. 1. Auflage. Hamburg: Hoffmann und Campe.
- Lehto, X. Y., Jang, S., Achana, F. T. & O'Leary, J. T.** (2008). Exploring tourism experience sought: A cohort comparison of Baby Boomers and the Silent Generation. *Journal of Vacation Marketing*, 14(3), 237–252.
- Levinson, D., Lindsey, G., Fan, Y., Cao, J., Iacono, M., Brosnan, M., Guthrie, A., Schoner, J.** (2015). *Travel Behavior Over Time*. Minnesota: Minnesota Department of Transportation Research Services & Library.

- Li, M. & Cai, L. A.** (2012). The Effects of Personal Values on Travel Motivation and Behavioral Intention. *Journal of Travel Research*, 51(4), 473–487.
- Li, X., Li, X. & Hudson, S.** (2013). The application of generational theory to tourism consumer behavior: An American perspective. *Tourism Management*, 37, 147–164.
- Loda, M. D. & Coleman, B. C.** (2010). Adjusting Attitudes Using Traditional Media: Magazines Can Still Move Millennials. In S. Benckendorff, G. Moscardo & D. Pendergast (Hrsg.), *Tourism and generation Y*: 119–130. Cambridge, MA: CAB International.
- Lohmann, M. & Danielsson, J.** (2001). Predicting travel patterns of senior citizens: How the past may provide a key to the future. *Journal of Vacation Marketing*, 7(4), 357–366.
- Lohmann, M. & Danielsson, J.** (2004). How to get the future of tourism out of today's consumer surveys – Prospects for senior and kids travel in Germany. *7th International Forum on Tourism Statistics, Stockholm, Sweden, 9–11 June 2004*.
- Lohmann, M., Sierck, A. & Grimm, B.** (2007). *Seniorenreisen mit Zukunft: Aktuelle Daten und Trends zum Urlaubsmarkt der Best Ager*. Kiel.
- Löhr, J.** (2013). Freizeit als Statussymbol. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. 08./09. Juni 2013: C1.
- Loroz, S. S.** (2006). The Generation Gap: A Baby Boomer vs. Gen Y Comparison of Religiosity, Consumer Values, and Advertising Appeal Effectiveness. *Advances in Consumer Research*, 33(1), 308–309.
- Luna-Cortés, G., López-Bonilla, J. M. & López-Bonilla, L. M.** (2018). Self-Congruity, Social Value, and the Use of Virtual Social Networks by Generation Y Travelers. *Journal of Travel Research*, 1–13.
- Luo, L.** (2013). Assessing Validity and Application Scope of the Intrinsic Estimator Approach to the Age-Period-Cohort Problem. *Demography*, 50(6), 1945–1967.
- Lüscher, K.** (2010). Generationenpotenziale – eine konzeptuelle Annäherung. In A. Ette (Hg.), *Potenziale intergenerationaler Beziehungen: Chancen und Herausforderungen für die Gestaltung des demografischen Wandels*: 37–61. Würzburg: Ergon.
- Lüscher, K. & Liegle, L.** (2003). *Generationenbeziehungen in Familie und Gesellschaft*. Konstanz: UVK Verl.-Ges.
- Maack, B.** (2012). *Ein Auto, uns alle zu einen*.
<http://www.spiegel.de/einestages/generation-x-generation-golf-und-co-die-populaersten-generationen-begriffe-a-947708.html>, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 04.09.2012.
- Maneval, N.** (2016). Luxury Trends. *Travel Agent*. 18.04.2016: 32.
- Mangelsdorf, M.** (2014). *30 Minuten Generation Y. 30 Minuten*. Offenbach: Gabal.

- Mannheim, K.** (1928). Das Problem der Generationen. *Kölner Vierteljahreshefte Für Soziologie*, 7(2), 157–185, 309–330.
- Mason, W. M. & Smith, H. L.** (1985). Age-Period-Cohort Analysis and the Study of Deaths from Pulmonary Tuberculosis. In W. M. Mason & S. E. Fienberg (Hrsg.), *Cohort analysis in social research: Beyond the identification problem*: 151–227. New York: Springer.
- McCrindle, M. & Hooper, D.** (2007). Generation Y: Attracting, engaging and leading a new generation at work. *AVA Annual Conference 2007, AVPMA Proceedings*, 1–18.
- McDonald, N. C.** (2015). Are Millennials Really the "Go-Nowhere" Generation? *Journal of the American Planning Association*, 81(2), 90–103.
- Moscardo, G. & Benckendorff, S.** (2010). Mythbusting: Generation Y and Travel. In S. Benckendorff, G. Moscardo & D. Pendergast (Hrsg.), *Tourism and generation Y*: 16–26. Cambridge, MA: CAB International.
- Muller, T. E.** (1991). Using Personal Values to Define Segments in an International Tourism Market. *International Marketing Review*, 8(1), 57–70.
- Mummert, H.** (2004). *Market Focus: Baby Boomers*.
<http://www.targetmarketingmag.com/article/market-focus-baby-boomers-36956/all/>,
 abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 01.03.2004.
- NAS Recruitment.** (2006). *Generation Y: The Millennials*.
<http://www.nasrecruitment.com/pdf/GenerationY-download.pdf>
- Nast, M.** (2016). *Generation Beziehungsunfähig*. Berlin: Edel Books.
- Nedelea, A.** (2008). Tourism Market and Demographic Changes. *Contemporary Economics*, 8(4), 61–67.
- Negt, O.** (1998). *Achtundsechzig: Politische Intellektuelle und die Macht*.
 Lizenzausgabe der 1. Auflage. Göttingen: Steidl.
- Neuborne, E. & Kerwin, K.** (1999). Generation Y: Today's teens – the biggest bulge since the boomers – may force marketers to toss their old tricks. *Business Week*, 3616, 80–88.
- Noble, S. M., Haytko, D. L. & Phillips, J.** (2009). What drives college-age Generation Y consumers? *Journal of Business Research*, 62(6), 617–628.
- Noble, S. M. & Schewe, C. D.** (2003). Cohort segmentation: An exploration of its validity. *Journal of Business Research*, 56, 979–987.
- Novotny, R., Blicke, P., Stahnke, J. & Venohr, S.** (2016). Generation Gibtsnicht.
<http://www.zeit.de/gesellschaft/2016-03/generationen-jugend-alter-sex-drogen-arbeit-kinder-vermaechtnis-studie>,
 abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 03.03.2016.

- Nusair, K., Bilgihan, A., Okumus, F. & Cobanoglu, C.** (2013). Generation Y travelers' commitment to online social network websites. *Tourism Management*, 35, 13–22.
- Oertel, J.** (2007). *Generationenmanagement in Unternehmen*. 1. Auflage. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.
- Oertel, J.** (2014). Baby Boomer und Generation X – Charakteristika der etablierten Arbeitnehmer-Generationen. In M. Klaffke (Hg.), *Generationen-Management: Konzepte, Instrumente, Good-Practice-Ansätze*: 27–56. Wiesbaden: Springer Gabler.
- O'Neill, S.** (2016). *Sabre tries to de-mystify millennial travelers*. <https://www.tnooz.com/article/sabre-millennials-report-2016/>, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 08.07.2016.
- Oppermann, M.** (1995a). Family Life Cycle and Cohort Effects: A Study of Travel Patterns of German Residents. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 4(1), 23–44.
- Oppermann, M.** (1995b). Travel life cycle. *Annals of Tourism Research*, 22(3), 353–552.
- Oswald, H.** (1992). Beziehungen zu Gleichaltrigen. In J. Zinnecker (Hg.), *Shell-Jugendstudie. Jugend '92: Lebenslagen, Orientierungen und Entwicklungsperspektiven im vereinigten Deutschland*: 319–332. Opladen: Leske + Budrich.
- Palfrey, J. G. & Gasser, U.** (2008). *Born digital: Understanding the first generation of digital natives*. New York, NY: Basic Books.
- Palmore, E.** (1978). When Can Age, Period, and Cohort be Separated? *Social Forces*, 57(1), 282–295.
- Parment, A.** (2009). *Die Generation Y – Mitarbeiter der Zukunft: Herausforderungen und Erfolgsfaktoren für das Personalmanagement*. Wiesbaden: Gabler Verlag.
- Patterson, I. & Pegg, S.** (2009). Marketing the Leisure Experience to Baby Boomers and Older Tourists. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(2–3), 254–272.
- Pelzer, B., Te Grotenhuis, M., Eisinga, R. & Schmidt-Catran, A. W.** (2015). The Non-uniqueness Property of the Intrinsic Estimator in APC Models. *Demography*, 52(1), 315–327.
- Pendergast, D.** (2010). Getting to Know the Y Generation. In S. Benckendorff, G. Moscardo & D. Pendergast (Hrsg.), *Tourism and generation Y*: 1–15. Cambridge, MA: CAB International.
- Pennington-Gray, L. & Blair, S.** (2010). Nature-based Tourism in North America: is Generation Y the Major Cause of Increased Participation? In S. Benckendorff, G. Moscardo & D. Pendergast (Hrsg.), *Tourism and generation Y*: 73–84. Cambridge, MA: CAB International.

- Pennington-Gray, L., Fridgen, J. D. & Stynes, D.** (2003). Cohort Segmentation: An Application to Tourism. *Leisure Sciences*, 25(4), 341–361.
- Pennington-Gray, L. & Kerstetter, D. L.** (2001). Examining Travel Preferences of Older Canadian Adults Over Time. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 8(3–4), 131–145.
- Petrak, N.** (2011). *Generation Y: Soon-to-Be Your Next Best Customers*.
<https://www.adventuretravelnews.com/generation-y-soon-to-be-your-next-best-customers>, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 12.07.2011.
- PewResearchCenter.** (2010). *Millennials: Confident. Connected. Open to Change*.
<http://www.pewsocialtrends.org/2010/02/24/millennials-confident-connected-open-to-change/>, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 24.02.2010.
- Pfeil, S.** (2017). *Werteorientierung und Arbeitgeberwahl im Wandel der Generationen: Eine empirisch fundierte Analyse unter besonderer Berücksichtigung der Generation Y*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Picot, S. & Willert, M.** (2006). Jugend in einer alternden Gesellschaft: Die Qualitative Studie: Analyse und Portraits. In K. Hurrelmann & M. Albert (Hrsg.), *Jugend 2006: Eine pragmatische Generation unter Druck*: 241–442. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
- Pitts, R. E. & Woodside, A. G.** (1986). Personal Values and Travel Decisions. *Journal of Travel Research*, 25(1), 20–25.
- Pizam, A. & Fleischer, A.** (2002). Severity versus Frequency of Acts of Terrorism: Which Has a Larger Impact on Tourism Demand? *Journal of Travel Research*, 40(3), 337–339.
- Pötzsch, O.** (2012). *Geburten in Deutschland: Ausgabe 2012*.
- Povel, C.** (2013). *Zu viel Harmonie, zu wenig Persönlichkeiten*.
<https://www.wiwo.de/erfolg/trends/generation-brav-zu-viel-harmonie-zu-wenig-persoenlichkeiten/8928700.html>, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 16.10.2013.
- Prahl, H.-W.** (1988). Die Entwicklung der modernen Touristik seit 1945. In D. Storbeck (Hg.), *Moderner Tourismus: Tendenzen und Aussichten*: 119–135. Trier: Geographische Gesellschaft.
- Prensky, M.** (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–6.
- Preuss-Lausitz, U., Zeiher, H. & Geulen, D.** (1995). Was wir unter Sozialisationsgeschichte verstehen. In U. Preuss-Lausitz, S. Büchner, M. Fischer-Kowalski, D. Geulen, M. E. Karsten, C. Kulke, U. Rabe-Kleberg, H.-G. Rolff, B. Thunemeyer, Y. Schütze, S. Seidl, H. Zeiher, S. Zimmermann (Hrsg.), *Reihe Pädagogik. Kriegskinder, Konsumkinder, Krisenkinder: Zur Sozialisationsgeschichte seit dem Zweiten Weltkrieg*. 4. Auflage: 11–25. Weinheim, Basel: Beltz.
- Prideaux, B.** (2007). Potential impacts of generational change on destinations. *Advances in Hospitality and Leisure*, 3, 39–54.

- Prideaux, B. & McClymont, H.** (2006). The Changing Profile of Caravanners in Australia. *International Journal of Tourism Research*, 8(1), 45–58.
- Purgal, S.** (2015). *Wertewandel der Y-Generation: Konsequenzen für die Mitarbeiterführung*. Hamburg: Diplomica Verlag.
- Pusch, T.** (2018). *Holidaycheck-Studie (mit Video): So anders reisen die Millennials*. https://www.fvw.de/news/vertrieb/holidaycheck-studie-mit-video-so-anders-reisen-die-millennials/393/192509/18082?wt_mc=fvwAM#fLogin_Med, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 02.10.2018.
- Rabe-Kleberg, U.** (1995). Verwaltete Kindheit? In U. Preuss-Lausitz, S. Büchner, M. Fischer-Kowalski, D. Geulen, M. E. Karsten, C. Kulke, U. Rabe-Kleberg, H.-G. Rolff, B. Thunemeyer, Y. Schütze, S. Seidl, H. Zeiher, S. Zimmermann (Hrsg.), *Reihe Pädagogik. Kriegskinder, Konsumkinder, Krisenkinder: Zur Sozialisationsgeschichte seit dem Zweiten Weltkrieg*. 4. Auflage: 168–175. Weinheim, Basel: Beltz.
- Reisenwitz, T. H. & Iyer, R.** (2009). Differences in Generation X and Generation Y: Implications for the Organization and Marketers. *The Marketing Management Journal*, 19(2), 91–103.
- Rentz, J. O. & Reynolds, F. D.** (1981). Separating Age, Cohort and Period Effects in Consumer Behavior. *Advances in Consumer Research*, 8(1), 596–601.
- Rentz, J. O. & Reynolds, F. D.** (1991). Forecasting the Effects of an Aging Population on Product Consumption: An Age-Period-Cohort Framework. *Journal of Marketing Research*, 28(3), 355–360.
- Rentz, J. O., Reynolds, F. D. & Stout, R. G.** (1983). Analyzing Changing Consumption Patterns with Cohort Analysis. *Journal of Marketing Research*, 20(1), 12–20.
- Richards, G. & Wilson, J.** (2003). *New Horizons in Independent Youth and Student Travel: A report for the International Student Travel Confederation (ISTC) and the Association of Tourism and Leisure Education (ATLAS)*. Amsterdam: International Student Travel Confederation.
- Riederle, S.** (2013). *Wer wir sind und was wir wollen: Ein Digital Native erklärt seine Generation*. München: Knauer.
- Riley, M. W., Foner, A. & Waring, J.** (1988). Sociology of Age. In N. J. Smelser (Hg.), *Handbook of sociology*: 243–290. Newbury Park, Calif.: Sage Publ.
- Rindfleisch, A.** (1994). Cohort Generational Influences on Consumer Socialization. *Advances in Consumer Research*, 21(1), 470–476.
- Ritchie, K.** (1995). Sophisticated, cynical, and `surfing´. *Marketing Tools*, 2(3), 8.
- Roberts, J. A. & Manolis, C.** (2000). Baby boomers and busters: an exploratory investigation of attitudes toward marketing, advertising and consumerism. *Journal of Consumer Marketing*, 17(6), 481–497.

- Rogler, L. H.** (2002). Historical generations and psychology: The case of the Great Depression and World War II. *American Psychologist*, 57(12), 1013–1023.
- Rolff, H.-G.** (1995). Massenkonsument, Massenmedien und Massenkultur - Über den Wandel kindlicher Aneignungsweisen. In U. Preuss-Lausitz, S. Büchner, M. Fischer-Kowalski, D. Geulen, M. E. Karsten, C. Kulke, U. Rabe-Kleberg, H.-G. Rolff, B. Thunemeyer, Y. Schütze, S. Seidl, H. Zeiher, S. Zimmermann (Hrsg.), *Reihe Pädagogik. Kriegskinder, Konsumkinder, Krisenkinder: Zur Sozialisationsgeschichte seit dem Zweiten Weltkrieg*. 4. Auflage: 153–167. Weinheim, Basel: Beltz.
- Romsa, G. & Blenman, M.** (1989). Vacation patterns of the elderly German. *Annals of Tourism Research*, 16(2), 178–188.
- Rosenthal, G.** (1997). Zur interaktionellen Konstitution von Generationen: Generationenabfolgen in Familien von 1890 bis 1970 in Deutschland. In J. Mansel, G. Rosenthal & A. Tölke (Hrsg.), *Generationen-Beziehungen, Austausch und Tradierung*: 57–73. Opladen: Westdt. Verl.
- Rump, J. S. & Eilers, S.** (2013). *Die jüngere Generation in einer alternden Arbeitswelt: Baby Boomer versus Generation Y*. Sternenfels: Verl. Wissenschaft & Praxis.
- Ryder, N. B.** (1965). The cohort as a concept in the study of social change: Revision of a paper read at the annual meeting of the American Sociological Association, August, 1959. *American Sociological Review*, 30(6), 843–861.
- Sakai, M., Brown, J. & Mak, J.** (2000). Population Aging and Japanese International Travel in the 21st Century. *Journal of Travel Research*, 38(3), 212–220.
- Sander, E.** (2016). Wer tickt wie? *FVW*. (23), 78–79.
- Schewe, C. D. & Meredith, G.** (2004). Segmenting global markets by generational cohorts: determining motivations by age. *Journal of Consumer Behaviour*, 4(1), 51–63.
- Schewe, C. D., Meredith, G. E. & Noble, S. M.** (2000). Defining moments: Segmenting by cohorts. *Marketing Management*, 9(3), 48–53.
- Schewe, C. D. & Noble, S. M.** (2000). Market Segmentation by Cohorts: The Value and Validity of Cohorts in America and Abroad. *Journal of Marketing Management*, 16, 129–142.
- Schindler, R. M. & Holbrook, M. B.** (1993). Critical Periods in the Development of Men's and Women's Tastes in Personal Appearance. *Psychology and Marketing*, 10(6), 549–564.
- Schmicke, C.** (2018). *Tui will ran an die Millennials – kann der Marktführer wirklich "jung"?* <https://reisevor9.de/tui-will-ran-an-die-millennials-kann-der-marktfuehrer-wirklich-jung>, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 08.05.2018.

- Schmücker, D., Grimm, B. & Wagner, S.** (2015). *Reiseanalyse 2015 - Kurzfassung der Ergebnisse: Struktur und Entwicklung der Urlaubsreisenachfrage im Quellmarkt Deutschland*. Kiel.
- Schneekloth, U.** (2006a). Die "großen Themen": Demografischer Wandel, Europäische Union und Globalisierung. In K. Hurrelmann & M. Albert (Hrsg.), *Jugend 2006: Eine pragmatische Generation unter Druck*: 145–167. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
- Schneekloth, U.** (2006b). Politik und Gesellschaft: Einstellungen, Engagement, Bewältigungsprobleme. In K. Hurrelmann & M. Albert (Hrsg.), *Jugend 2006: Eine pragmatische Generation unter Druck*: 103–144. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
- Schuman, H. & Rieger, C.** (1992). Historical Analogies, Generational Effects, and Attitudes Toward War. *American Sociological Review*, 57(3), 315–326.
- Schuman, H. & Scott, J.** (1989). Generations and Collective Memories. *American Sociological Review*, 54(3), 359–381.
- Schumann, H.** (2014). *Jugend ohne Auto: Die Zweckmobilisten*.
<http://www.tagesspiegel.de/politik/jugend-ohne-auto-die-zweckmobilisten/9752254-all.html>, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 14.04.2014.
- Schütze, Y. & Geulen, D.** (1995). Die "Nachkriegskinder" und die "Konsumkinder": Kindheitsverläufe zweier Generationen. In U. Preuss-Lausitz, S. Büchner, M. Fischer-Kowalski, D. Geulen, M. E. Karsten, C. Kulke, U. Rabe-Kleberg, H.-G. Rolff, B. Thunemeyer, Y. Schütze, S. Seidl, H. Zeiher, S. Zimmermann (Hrsg.), *Reihe Pädagogik. Kriegskinder, Konsumkinder, Krisenkinder: Zur Sozialisationsgeschichte seit dem Zweiten Weltkrieg*. 4. Auflage: 29–52. Weinheim, Basel: Beltz.
- Scott, J. & Braun, M.** (2006). Individualization of Family Values? In S. Ester, M. Braun & S. Mohler (Hrsg.), *Globalization, Value Change, and Generations: A Cross-National and Intergenerational Perspective*: 61–87. Leiden: Brill.
- Scott, J. & Zac, L.** (1993). Collective Memories in Britain and the United States. *Public Opinion Quarterly*, 57(3), 315–331.
- Seidl, S.** (1995). Wo der liebe Gott den Kinderalltag bestimmt. In U. Preuss-Lausitz, S. Büchner, M. Fischer-Kowalski, D. Geulen, M. E. Karsten, C. Kulke, U. Rabe-Kleberg, H.-G. Rolff, B. Thunemeyer, Y. Schütze, S. Seidl, H. Zeiher, S. Zimmermann (Hrsg.), *Reihe Pädagogik. Kriegskinder, Konsumkinder, Krisenkinder: Zur Sozialisationsgeschichte seit dem Zweiten Weltkrieg*. 4. Auflage: 127–141. Weinheim, Basel: Beltz.
- Selwyn, N.** (2009). The digital native – myth and reality. *Aslib Proceedings: New Information Perspectives*, 61(4), 364–379.
- Shoemaker, S.** (1989). Segmentation Of The Senior Pleasure Travel Market. *Journal of Travel Research*, 27(3), 14–21.

- Shoemaker, S.** (2000). Segmenting the Mature Market: 10 Years Later. *Journal of Travel Research*, 39(1), 11–26.
- Singer, P. & Prideaux, B.** (2006). The Impact of Demographic Change on Future Tourism Demand – a Focus Group Study. In: S. Whitelaw, O'M. Barry (Hrsg.). *CAUTHE 2006: to the City and Beyond*. Footscray, Vic.: Victoria University. School of Hospitality, Tourism and Marketing, 336–345.
- SinnerSchrader & rheingold Institut.** (2015). *#NextGen*.
- Smola, K. W. & Sutton, C. D.** (2002). Generational differences: Revisiting generational work values for the new millennium. *Journal of Organizational Behavior*, 23(4), 363–382.
- Sönmez, S. F. & Graefe, A. R.** (1998). Determining Future Travel Behavior from Past Travel Experience and Perceptions of Risk and Safety. *Journal of Travel Research*, 37, 171–177.
- Spiro, C.** (2006). Generation Y in the Workplace. *Defense AT&L*, 35(6), 16–19.
- Spitzer, A. B.** (1973). The Historical Problem of Generations. *The American Historical Review*, 78(5), 1353–1385.
- Statistisches Bundesamt.** (2017). *Bevölkerung und Erwerbstätigkeit: Natürliche Bevölkerungsbewegung 2015*.
- Statistisches Bundesamt.** (2018a). *Alter der Mutter*. <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/Bevoelkerung/Geburten/Tabellen/GeburtenMutterBiologischesAlter.html>, abgerufen: 15.11.2018.
- Statistisches Bundesamt.** (2018b). *Arbeitsmarkt: Arbeitnehmer im Inland nach Wirtschaftssektoren*. <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/Indikatoren/LangeReihen/Arbeitsmarkt/lre rw014.html>, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 24.08.2018.
- Statistisches Bundesamt.** (2018c). *Bevölkerung – Geburten*. <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/Bevoelkerung/Geburten/Tabellen/GeburtenMutteralter.html>, abgerufen: 15.11.2018.
- Statistisches Bundesamt.** (2018d). *Bevölkerung und Erwerbstätigkeit: Wanderungsergebnisse – Übersichtstabellen 2016*.
- Statistisches Bundesamt.** (2018e). *Durchschnittliche Lebenserwartung (Periodensterbetafel)*. <https://www-genesis.destatis.de/genesis/online/logon?sequenz=tabelleErgebnis&selectionname=12621-0002&zeitscheiben=16&sachmerkmal=ALT577&sachschluessel=ALTVOLL000,ALTVOLL020,ALTVOLL040,ALTVOLL060,ALTVOLL065,ALTVOLL080>, abgerufen: 15.11.2018.
- Statistisches Bundesamt.** (2018f). *Zusammengefasste Geburtenziffer nach Kalenderjahren*.

- <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/Bevoelkerung/Geburten/Tabellen/GeburtenZiffer.html>, abgerufen: 15.11.2018.
- Stein, J.** (2013). *Millennials: The Me Me Me Generation*.
<http://time.com/247/millennials-the-me-me-me-generation/>, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 20.05.2013.
- Stolz, M.** (2005). *Generation Praktikum*.
http://www.zeit.de/2005/14/Titel_2fPraktikant_14/komplettansicht, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 31.03.2005.
- Storbeck, D.** (1988). Die Entwicklungsbedingungen des Tourismus in der Bundesrepublik Deutschland. In D. Storbeck (Hg.), *Moderner Tourismus: Tendenzen und Aussichten: 77–118*. Trier: Geographische Gesellschaft.
- Strauss, W. & Howe, N.** (1991). *Generations: The history of America's future, 1584–2069*. New York: Morrow.
- Szydlik, M.** (1997). Zur Qualität von Filiationsbeziehungen – Ein Vergleich von Ostdeutschen und Westdeutschen. In R. Becker (Hg.), *Generationen und sozialer Wandel: Generationsdynamik, Generationenbeziehungen und Differenzierung von Generationen: 177–198*. Opladen: Leske + Budrich.
- Taken Smith, K.** (2012). Longitudinal study of digital marketing strategies targeting Millennials. *Journal of Consumer Marketing*, 29(2), 86–92.
- Tapscott, D.** (2009). *Grown up digital: How the net generation is changing your world*. New York: McGraw-Hill.
- Taylor, P. & Gao, G.** (2014). *Generation X: America's neglected 'middle child'*.
<http://www.pewresearch.org/fact-tank/2014/06/05/generation-x-americas-neglected-middle-child/>, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 05.06.2014.
- Tnooz.** (2016). *Five design principles to attract the Millennial traveller*.
<https://www.tnooz.com/article/five-design-principles-to-attract-the-millennial-traveller/>, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 25.07.2016.
- Tulgan, B.** (2009). *Not everyone gets a trophy: How to manage Generation Y*. 1. Auflage. San Francisco, Calif.: Jossey-Bass.
- Twenge, J. M.** (2006). *Generation Me: Why Today's Young Americans Are More Confident, Assertive, Entitled – and More Miserable Than Ever Before*. New York: Free Press.
- Tyler, K.** (2007). The Tethered Generation. *HR Magazine*, 52(5), 40–46.
- Urban, T.** (2014). *Warum die Generation Y so unglücklich ist*.
<http://www.welt.de/icon/article133276638/Warum-die-Generation-Y-so-ungluecklich-ist.html>, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 31.10.2014.
- Valentine, D. B. & Powers, T. L.** (2013). Generation Y values and lifestyle segments. *Journal of Consumer Marketing*, 30(7), 597–606.

- VanMeter, R. A., Grisaffe, D. B., Chonko, L. B. & Roberts, J. A.** (2013). Generation Y's Ethical Ideology and Its Potential Workplace Implications. *Journal of Business Ethics*, 117(1), 93–109.
- Vaskovics, L. A., Buba, H. & Früchtel, F.** (1992). Postadoleszenz und intergenerative Beziehungen in der Familie. In J. Zinnecker (Hg.), *Shell-Jugendstudie. Jugend '92: Lebenslagen, Orientierungen und Entwicklungsperspektiven im vereinigten Deutschland*: 395–408. Opladen: Leske + Budrich.
- Viacom Global Insights.** (2015). *As Millennials Become Parents, Global Family Dynamics Change*. <https://insights.viacom.com/post/110922781102/>, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 13.02.2015.
- Viacom Global Insights.** (2016). *VIMN Unveils Findings From New Research Gen X Today: My life. My way*. <https://insights.viacom.com/post/viacom-international-media-networks-unveils-findings-from-new-research-gen-x-today-my-life-my-way/>, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 18.10.2016.
- Vienna International Hotelmanagement AG.** (2018). *Vienna House R.evo*. <http://revo.viennahouse.com/de.html>, abgerufen: 15.11.2018.
- Vukic, M., Kuzmanovic, M. & Kostic Stankovic, M.** (2015). Understanding the Heterogeneity of Generation Y's Preferences for Travelling: a Conjoint Analysis Approach. *International Journal of Tourism Research*, 17(5), 482–491.
- Wallis, C.** (2006). The Multitasking Generation. *Time*, 167(13), 48–55.
- Weiguny, B.** (2010). *Generation 30: Hört auf zu jammern!* http://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/familie/generation-30-hoert-auf-zu-jammern-1985632.html?printPagedArticle=true#pageIndex_0, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 24.05.2010.
- Wells, W. D. & Gubar, G.** (1966). Life Cycle Concept in Marketing Research. *Journal of Marketing Research*, 3(4), 355–363.
- Werle, K.** (2013). *Die Kuschel-Kohorte*. <http://www.manager-magazin.de/magazin/artikel/a-875547.html>, abgerufen: 15.11.2018, eingestellt: 07.01.2013.
- Wilks, J. & Pendergast, D.** (2010). Personal Travel Safety: a New Generational Perspective. In S. Benckendorff, G. Moscardo & D. Pendergast (Hrsg.), *Tourism and generation Y*: 109–118. Cambridge, MA: CAB International.
- Woodside, A. G. & Dubelaar, C.** (2002). A General Theory of Tourism Consumption Systems: A Conceptual Framework and an Empirical Exploration. *Journal of Travel Research*, 41(2), 120–132.
- Yang, Y., Schulhofer-Wohl, S., Fu, W. J. & Land, K. C.** (2008). The Intrinsic Estimator for Age-Period-Cohort Analysis: What It Is and How to Use It. *American Journal of Sociology*, 113(6), 1697–1736.

- Yeoman, I., Hsu, C., Smith, K. & Watson, S.** (2011). *Tourism and demography*. Oxford: Goodfellow Pub.
- Yeoman, I., Schanzel, H. & Smith, K.** (2013). A sclerosis of demography: How ageing populations lead to the incremental decline of New Zealand tourism. *Journal of Vacation Marketing*, 19(2), 91–103.
- YouGov.** (2017). *Generation Y auf Reisen: Digitale Kommunikation auf Reisen nutzen um die Zielgruppe anzusprechen*.
- Zahl, B., Lohmann, M. & Meinken, I.** (2007). Reiseverhalten zukünftiger Senioren: Auswirkungen des soziodemographischen Wandels. In C. Haehling von Lanzenauer & K. Klemm (Hrsg.), *Demographischer Wandel und Tourismus*: 91–107. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Zeiber, H.** (1995). Die vielen Räume der Kinder. Zum Wandel räumlicher Lebensbedingungen seit 1945. In U. Preuss-Lausitz, S. Büchner, M. Fischer-Kowalski, D. Geulen, M. E. Karsten, C. Kulke, U. Rabe-Kleberg, H.-G. Rolff, B. Thunemeyer, Y. Schütze, S. Seidl, H. Zeiber, S. Zimmermann (Hrsg.), *Reihe Pädagogik. Kriegskinder, Konsumkinder, Krisenkinder: Zur Sozialisationsgeschichte seit dem Zweiten Weltkrieg*. 4. Auflage: 176–195. Weinheim, Basel: Beltz.
- Zimmer, Z., Brayley, R. E. & Searle, M. S.** (1995). Whether to Go and Where to Go: Identification of Important Influences on Seniors' Decisions to Travel. *Journal of Travel Research*, 33(3), 3–10.
- Zimmerman, C. A.** (1982). The life cycle concept as a tool for travel research. *Transportation*, 11(1), 51–69.
- Zimmermann, S.** (1995). Aufwachsen mit Rockmusik – Rockgeschichte und Sozialisation. In U. Preuss-Lausitz, S. Büchner, M. Fischer-Kowalski, D. Geulen, M. E. Karsten, C. Kulke, U. Rabe-Kleberg, H.-G. Rolff, B. Thunemeyer, Y. Schütze, S. Seidl, H. Zeiber, S. Zimmermann (Hrsg.), *Reihe Pädagogik. Kriegskinder, Konsumkinder, Krisenkinder: Zur Sozialisationsgeschichte seit dem Zweiten Weltkrieg*. 4. Auflage: 107–126. Weinheim, Basel: Beltz.
- Zinnecker, J.** (1982). Jugend 1981: Porträt einer Generation. In A. Fischer (Hg.), *Jugend '81: Lebensentwürfe, Alltagskulturen, Zukunftsbilder; Studie im Auftrag des Jugendwerks der Deutschen Shell*. 2. Auflage: 80–122. Opladen: Leske + Budrich.

Anhang

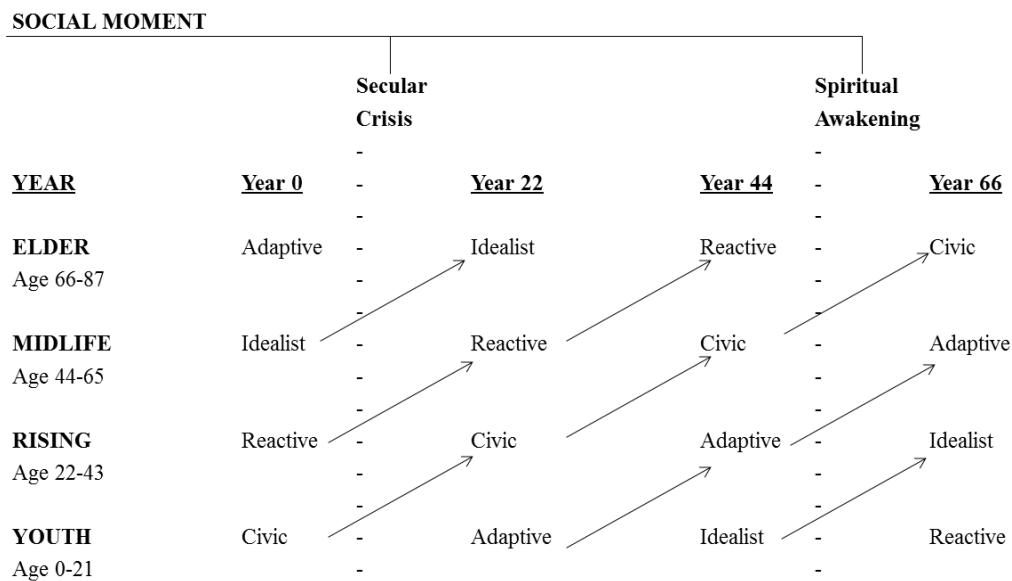


Abb. 22: Von der Diagonalen zum Generationenzyklus: 4 Generationentypen (Strauss & Howe, 1991, S. 75).

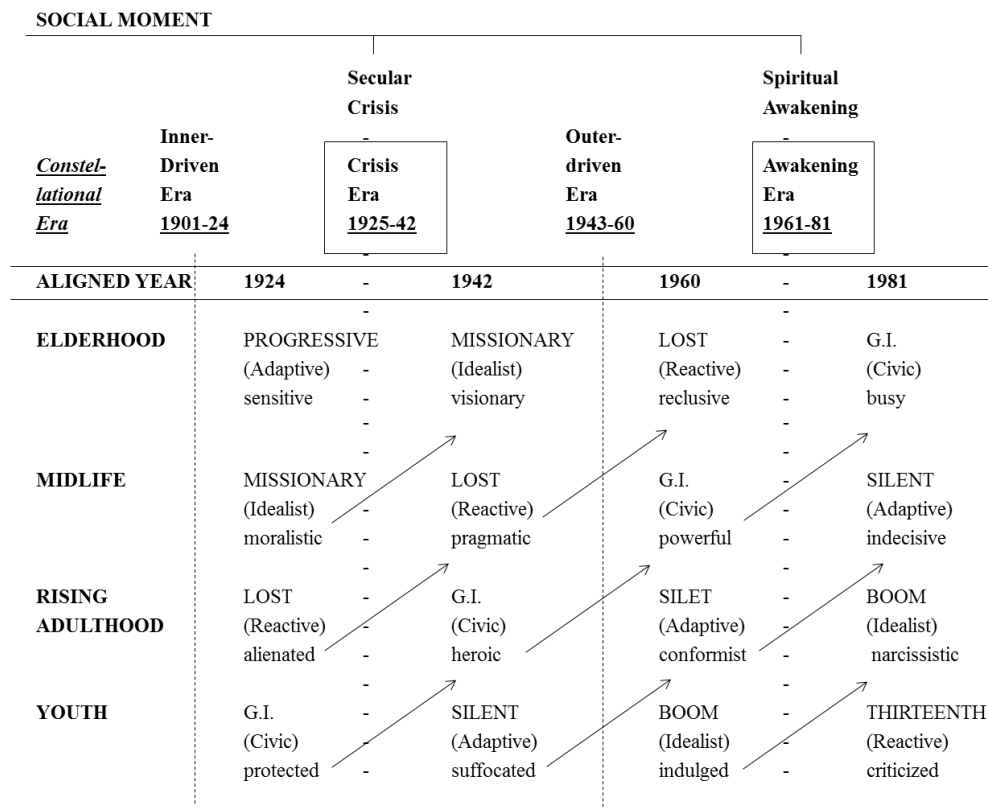


Abb. 23: Die Generationendiagonale im 20. Jahrhundert (Strauss & Howe, 1991, S. 79).

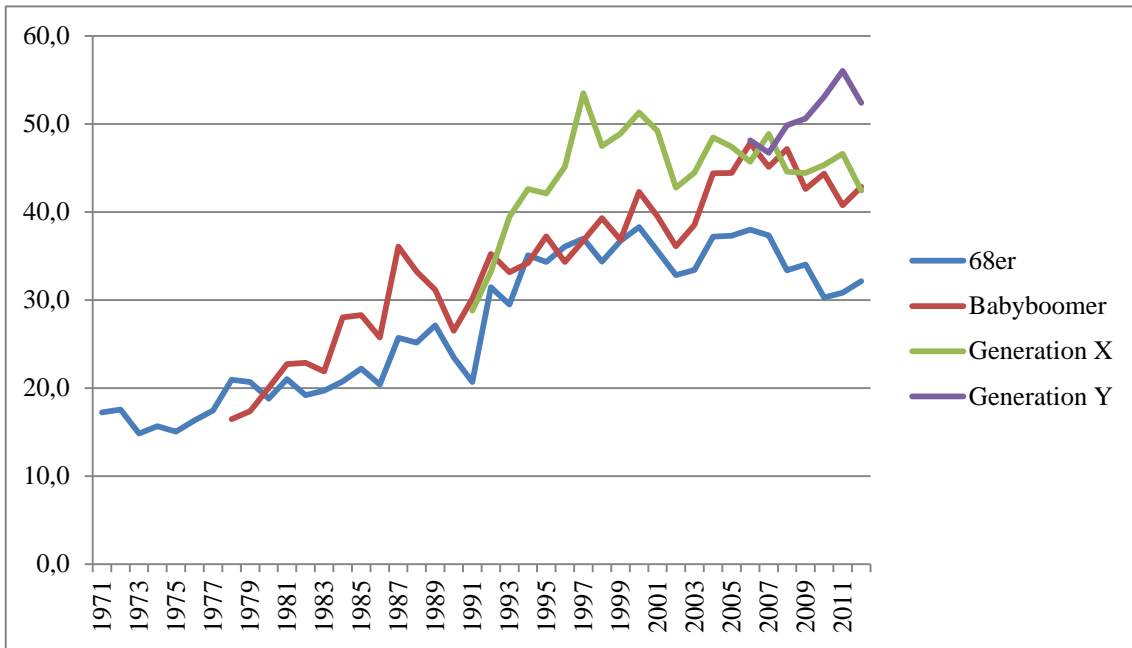


Abb. 24: Wahl des Flugzeugs als Verkehrsmittel bei der Haupturlaubsreise nach Generationen im Zeitverlauf in % (eigene Darstellung).

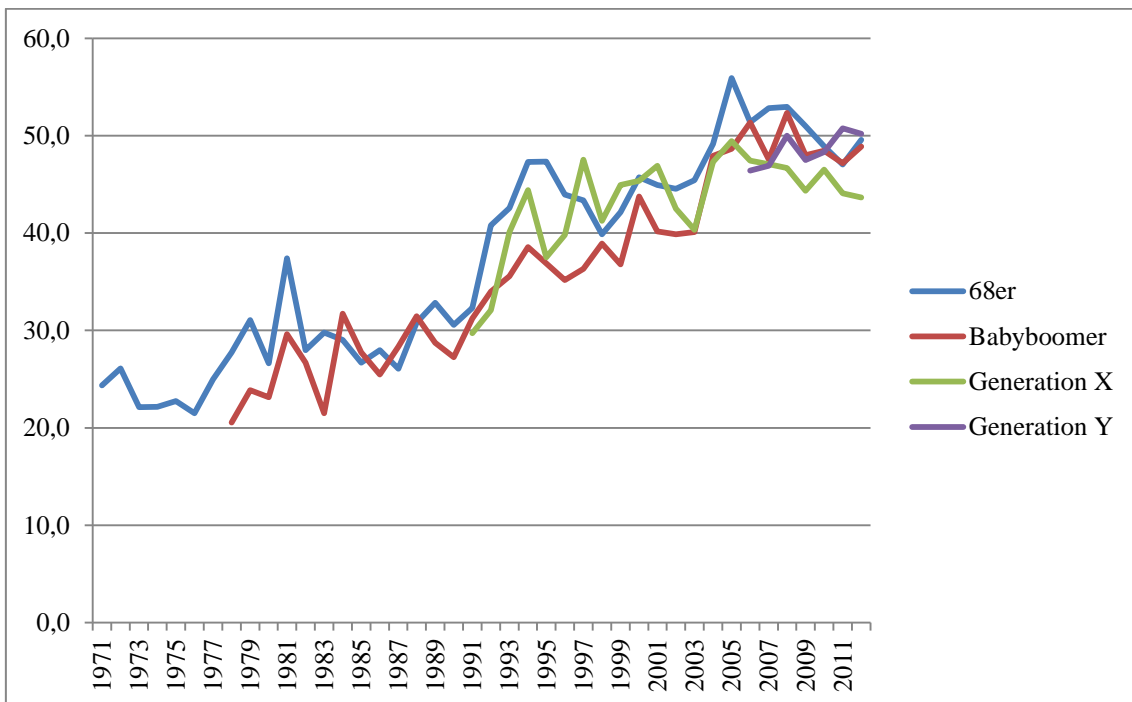


Abb. 25: Wahl des Hotels als Unterkunft bei der Haupturlaubsreise nach Generationen im Zeitverlauf in % (eigene Darstellung).

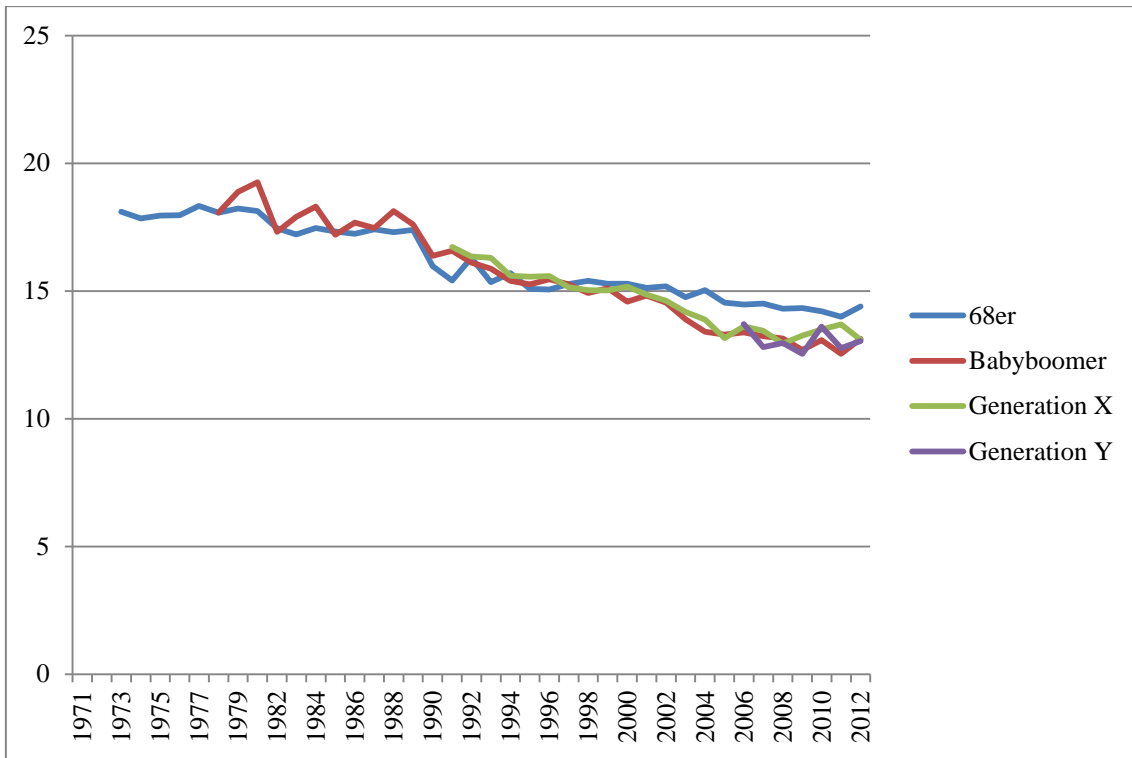


Abb. 26: Dauer der Urlaubsreise nach Generationen im Zeitverlauf in Tagen (eigene Darstellung).

Tabelle 45: Effekteberechnung für die Reiseintensität.

. apc_ie RI V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

```

Iteration 0:   log likelihood = -159485.12
Intrinsic estimator of APC effects
Optimization   : ML
No. of obs     = 263350
Residual df    = 263138
Scale parameter = .1967406
Deviance       = 51769.93571
(1/df) Deviance = .1967406
Pearson        = 51769.93571
(1/df) Pearson = .1967406

Variance function: V(u) = 1           [Gaussian]
Link function     : g(u) = u          [Identity]

Log likelihood    = -159485.1168
AIC               = 1.212813
BIC               = -3232518
    
```

RI	OIM					[95% Conf. Interval]
	Coef.	Std. Err.	z	P> z		
V5050	-.0108377	.00174	-6.23	0.000	-.014248	-.0074274
V3030	-.0098504	.0008418	-11.70	0.000	-.0115003	-.0082004
age_14	.1096371	.0126022	8.70	0.000	.0849372	.134337
age_15	.0950278	.0111182	8.55	0.000	.0732364	.1168191
age_16	.0585043	.0099865	5.86	0.000	.0389311	.0780774
age_17	.0437648	.0099152	4.41	0.000	.0243312	.0631983
age_18	.0496801	.0088882	5.59	0.000	.0322596	.0671006
age_19	.0355443	.0081675	4.35	0.000	.0195363	.0515522
age_20	.0237305	.0081352	2.92	0.004	.0077858	.0396752
age_21	.0178572	.008164	2.19	0.029	.0018561	.0338583
age_22	.0261073	.0078124	3.34	0.001	.0107953	.0414194
age_23	.0188824	.0074717	2.53	0.011	.0042382	.0335266
age_24	.018505	.0071676	2.58	0.010	.0044568	.0325532
age_25	.0143795	.007071	2.03	0.042	.0005206	.0282384
age_26	.0110022	.0069299	1.59	0.112	-.0025802	.0245846
age_27	.0145924	.0069087	2.11	0.035	.0010516	.0281331
age_28	.0215631	.0064262	3.36	0.001	.0089679	.0341583
age_29	.0186325	.0065862	2.83	0.005	.0057238	.0315413
age_30	.0242852	.0062069	3.91	0.000	.0121199	.0364505
age_31	.0311586	.006852	4.55	0.000	.0177289	.0445883
age_32	.0246424	.0065069	3.79	0.000	.0118891	.0373957
age_33	.0292158	.0065886	4.43	0.000	.0163025	.0421292
age_34	.023827	.0064527	3.69	0.000	.01118	.0364739
age_35	.0325102	.0062594	5.19	0.000	.0202421	.0447784
age_36	.0330441	.0061739	5.35	0.000	.0209434	.0451448
age_37	.0348382	.0065167	5.35	0.000	.0220658	.0476107
age_38	.0362223	.0059884	6.05	0.000	.0244853	.0479593
age_39	.0385892	.0063017	6.12	0.000	.026238	.0509404
age_40	.02859	.0057547	4.97	0.000	.017311	.039869
age_41	.0570178	.0066857	8.53	0.000	.043914	.0701216
age_42	.0517106	.0059948	8.63	0.000	.039961	.0634603
age_43	.039192	.0064479	6.08	0.000	.0265542	.0518297
age_44	.0483106	.0065595	7.37	0.000	.0354542	.0611669
age_45	.0260263	.0062219	4.18	0.000	.0138316	.0382209
age_46	.0309037	.0066509	4.65	0.000	.0178683	.0439392
age_47	.041235	.0068656	6.01	0.000	.0277786	.0546913
age_48	.0321993	.0063897	5.04	0.000	.0196757	.044723
age_49	.0268309	.0068692	3.91	0.000	.0133676	.0402942
age_50	.0281493	.0060477	4.65	0.000	.016296	.0400026

age_51	.0205701	.0070287	2.93	0.003	.0067942	.0343461
age_52	.0195773	.0064805	3.02	0.003	.0068758	.0322787
age_53	.0217157	.0070335	3.09	0.002	.0079303	.035501
age_54	.0061085	.0069452	0.88	0.379	-.0075039	.0197209
age_55	.0218205	.0069249	3.15	0.002	.008248	.035393
age_56	.0062207	.0069078	0.90	0.368	-.0073183	.0197597
age_57	.0111511	.0074397	1.50	0.134	-.0034305	.0257327
age_58	-.0021452	.0067145	-0.32	0.749	-.0153053	.0110149
age_59	-.0011658	.0069433	-0.17	0.867	-.0147744	.0124428
age_60	.0073393	.0061914	1.19	0.236	-.0047956	.0194743
age_61	.0185574	.0072416	2.56	0.010	.0043641	.0327507
age_62	.0086663	.0067581	1.28	0.200	-.0045794	.021912
age_63	.0011377	.0068679	0.17	0.868	-.0123231	.0145985
age_64	.0001845	.007157	0.03	0.979	-.0138429	.0142118
age_65	-.0123143	.0066241	-1.86	0.063	-.0252973	.0006687
age_66	.0114547	.007434	1.54	0.123	-.0031157	.026025
age_67	-.0320469	.007311	-4.38	0.000	-.0463762	-.0177176
age_68	-.0384336	.007184	-5.35	0.000	-.0525139	-.0243533
age_69	-.0574637	.0076225	-7.54	0.000	-.0724036	-.0425238
age_70	-.0428529	.0070577	-6.07	0.000	-.0566858	-.02902
age_71	-.0519228	.0084274	-6.16	0.000	-.0684403	-.0354053
age_72	-.0939092	.0078802	-11.92	0.000	-.1093541	-.0784644
age_73	-.0758666	.0090195	-8.41	0.000	-.0935444	-.0581888
age_74	-.1049438	.0094015	-11.16	0.000	-.1233704	-.0865172
age_75	-.1069999	.0090974	-11.76	0.000	-.1248305	-.0891693
age_76	-.1607299	.0102598	-15.67	0.000	-.1808387	-.1406211
age_77	-.117987	.0114863	-10.27	0.000	-.1404997	-.0954743
age_78	-.1674149	.0110519	-15.15	0.000	-.1890762	-.1457536
age_79	-.1754308	.0119481	-14.68	0.000	-.1988486	-.152013
age_80	-.2087856	.0117198	-17.81	0.000	-.231756	-.1858152
period_1971	-.050934	.0066033	-7.71	0.000	-.0638763	-.0379918
period_1972	-.1812284	.005801	-31.24	0.000	-.1925981	-.1698586
period_1973	-.0279234	.0070026	-3.99	0.000	-.0416482	-.0141985
period_1974	-.1590667	.00592	-26.87	0.000	-.1706697	-.1474637
period_1975	.0309127	.0065696	4.71	0.000	.0180366	.0437888
period_1976	.0029832	.0065071	0.46	0.647	-.0097706	.0157369
period_1977	.011803	.0066664	1.77	0.077	-.001263	.024869
period_1978	.0330777	.0065994	5.01	0.000	.0201431	.0460123
period_1980	-.1119942	.0056835	-19.71	0.000	-.1231336	-.1008547
period_1981	-.1194582	.0055709	-21.44	0.000	-.130377	-.1085393
period_1982	-.1451463	.0056591	-25.65	0.000	-.1562379	-.1340547
period_1983	-.1480418	.0057396	-25.79	0.000	-.1592911	-.1367925
period_1984	-.119074	.005767	-20.65	0.000	-.1303771	-.107771
period_1985	-.1014272	.0057448	-17.66	0.000	-.1126868	-.0901677
period_1986	-.1070806	.005751	-18.62	0.000	-.1183523	-.0958089
period_1987	-.0385185	.0056883	-6.77	0.000	-.0496674	-.0273695
period_1988	-.0259555	.0055588	-4.67	0.000	-.0368507	-.0150604
period_1989	-.0059396	.0056838	-1.05	0.296	-.0170796	.0052004
period_1990	.0102765	.0054474	1.89	0.059	-.0004002	.0209533
period_1991	-.0013505	.0054148	-0.25	0.803	-.0119634	.0092623
period_1992	.0288591	.0054953	5.25	0.000	.0180885	.0396296
period_1994	.0887773	.0050362	17.63	0.000	.0789066	.0986481
period_1995	.0832093	.0050115	16.60	0.000	.073387	.0930317
period_1996	.0093064	.0051114	1.82	0.069	-.0007118	.0193246
period_1997	.0402142	.005013	8.02	0.000	.0303888	.0500396
period_1998	.0671274	.0050091	13.40	0.000	.0573098	.076945
period_1999	.0554619	.0050738	10.93	0.000	.0455175	.0654063
period_2000	.0568122	.0050486	11.25	0.000	.0469171	.0667074

period_2001	.0612259	.0050417	12.14	0.000	.0513443	.0711074
period_2002	.0676835	.0050245	13.47	0.000	.0578357	.0775314
period_2003	.0833099	.0050692	16.43	0.000	.0733745	.0932454
period_2004	.0668588	.0051352	13.02	0.000	.056794	.0769236
period_2005	.0625644	.0051275	12.20	0.000	.0525148	.072614
period_2006	.0699069	.0051714	13.52	0.000	.059771	.0800427
period_2007	.0669979	.0051319	13.06	0.000	.0569395	.0770563
period_2008	.0725179	.005161	14.05	0.000	.0624024	.0826334
period_2009	.0648273	.0052148	12.43	0.000	.0546066	.0750481
period_2010	.062465	.0052166	11.97	0.000	.0522406	.0726893
period_2011	.0717069	.0052262	13.72	0.000	.0614638	.08195
period_2012	.0742536	.0052444	14.16	0.000	.0639747	.0845324
cohort_1891	-.0964185	.0869756	-1.11	0.268	-.2668875	.0740505
cohort_1892	.0417017	.0818396	0.51	0.610	-.1187009	.2021043
cohort_1893	.064154	.0544359	1.18	0.239	-.0425384	.1708465
cohort_1894	.0305198	.0441205	0.69	0.489	-.0559548	.1169943
cohort_1895	-.0464017	.0402382	-1.15	0.249	-.1252671	.0324636
cohort_1896	-.029111	.0323574	-0.90	0.368	-.0925304	.0343084
cohort_1897	-.0131925	.0310009	-0.43	0.670	-.0739531	.0475682
cohort_1898	-.0167814	.0277483	-0.60	0.545	-.0711671	.0376042
cohort_1899	-.0724567	.0240637	-3.01	0.003	-.1196207	-.0252928
cohort_1900	-.0781769	.0220359	-3.55	0.000	-.1213664	-.0349874
cohort_1901	-.0568294	.0211506	-2.69	0.007	-.0982838	-.015375
cohort_1902	-.0455581	.018796	-2.42	0.015	-.0823975	-.0087187
cohort_1903	-.0945499	.0184456	-5.13	0.000	-.1307026	-.0583972
cohort_1904	-.0960048	.0171575	-5.60	0.000	-.1296329	-.0623767
cohort_1905	-.1088288	.0153211	-7.10	0.000	-.1388576	-.0788
cohort_1906	-.0949328	.0144236	-6.58	0.000	-.1232026	-.066663
cohort_1907	-.0804223	.0137315	-5.86	0.000	-.1073356	-.053509
cohort_1908	-.046556	.013266	-3.51	0.000	-.0725569	-.0205551
cohort_1909	-.0323651	.013263	-2.44	0.015	-.0583602	-.00637
cohort_1910	-.0565674	.0124089	-4.56	0.000	-.0808884	-.0322463
cohort_1911	-.0583733	.0121667	-4.80	0.000	-.0822196	-.034527
cohort_1912	-.0514476	.0114289	-4.50	0.000	-.0738478	-.0290474
cohort_1913	-.0628301	.0114126	-5.51	0.000	-.0851984	-.0404619
cohort_1914	-.0475632	.0118849	-4.00	0.000	-.0708572	-.0242692
cohort_1915	-.066938	.0128396	-5.21	0.000	-.0921032	-.0417727
cohort_1916	-.0462825	.0127605	-3.63	0.000	-.0712926	-.0212723
cohort_1917	-.0549623	.0120784	-4.55	0.000	-.0786354	-.0312892
cohort_1918	-.0429203	.0108098	-3.97	0.000	-.0641071	-.0217335
cohort_1919	-.0585042	.0098849	-5.92	0.000	-.0778782	-.0391303
cohort_1920	-.0233983	.0097513	-2.40	0.016	-.0425105	-.0042861
cohort_1921	-.0488168	.00949	-5.14	0.000	-.0674169	-.0302167
cohort_1922	-.0223847	.0092978	-2.41	0.016	-.0406081	-.0041613
cohort_1923	-.0382822	.0093709	-4.09	0.000	-.0566489	-.0199155
cohort_1924	.002996	.0090196	0.33	0.740	-.0146821	.0206741
cohort_1925	-.026105	.0087419	-2.99	0.003	-.0432387	-.0089713
cohort_1926	-.0269673	.0085951	-3.14	0.002	-.0438135	-.0101212
cohort_1927	-.0169931	.0084197	-2.02	0.044	-.0334953	-.0004908
cohort_1928	-.0079372	.0081976	-0.97	0.333	-.0240043	.0081298
cohort_1929	-.0355185	.0081968	-4.33	0.000	-.051584	-.019453
cohort_1930	-.0055838	.0081543	-0.68	0.493	-.0215658	.0103983
cohort_1931	-.0293553	.0080202	-3.66	0.000	-.0450745	-.0136361
cohort_1932	-.0029581	.007679	-0.39	0.700	-.0180086	.0120925
cohort_1933	.0104252	.0074765	1.39	0.163	-.0042284	.0250788
cohort_1934	.0172261	.0070982	2.43	0.015	.0033139	.0311382
cohort_1935	.0340093	.0069566	4.89	0.000	.0203746	.047644
cohort_1936	.0309761	.006827	4.54	0.000	.0175954	.0443568
cohort_1937	.0244183	.0067812	3.60	0.000	.0111275	.0377091
cohort_1938	.042636	.0066709	6.39	0.000	.0295612	.0557109

cohort_1939	.0331222	.0066213	5.00	0.000	.0201447	.0460996
cohort_1940	.0585137	.0068324	8.56	0.000	.0451225	.071905
cohort_1941	.0572836	.0070027	8.18	0.000	.0435586	.0710086
cohort_1942	.054739	.0070359	7.78	0.000	.040949	.0685291
cohort_1943	.0608561	.0073978	8.23	0.000	.0463567	.0753556
cohort_1944	.0554412	.0075207	7.37	0.000	.0407008	.0701816
cohort_1945	.0551288	.0073265	7.52	0.000	.0407692	.0694885
cohort_1946	.0466847	.0071405	6.54	0.000	.0326895	.0606798
cohort_1947	.0456675	.0069853	6.54	0.000	.0319766	.0593583
cohort_1948	.0503934	.0068333	7.37	0.000	.0370004	.0637864
cohort_1949	.0418295	.0068151	6.14	0.000	.0284721	.0551869
cohort_1950	.0345487	.0067687	5.10	0.000	.0212822	.0478151
cohort_1951	.0405229	.0068206	5.94	0.000	.0271546	.0538911
cohort_1952	.0481829	.0068162	7.07	0.000	.0348234	.0615425
cohort_1953	.0284241	.0068339	4.16	0.000	.01503	.0418183
cohort_1954	.0373405	.0068507	5.45	0.000	.0239134	.0507676
cohort_1955	.027797	.0068161	4.08	0.000	.0144377	.0411564
cohort_1956	.0208994	.0067863	3.08	0.002	.0075985	.0342003
cohort_1957	.0292519	.0066704	4.39	0.000	.0161781	.0423256
cohort_1958	.0275494	.0066766	4.13	0.000	.0144635	.0406353
cohort_1959	.0272746	.0066272	4.12	0.000	.0142857	.0402636
cohort_1960	.0166322	.0068224	2.44	0.015	.0032605	.0300038
cohort_1961	.0254145	.0066725	3.81	0.000	.0123366	.0384923
cohort_1962	.0209168	.0066825	3.13	0.002	.0078193	.0340142
cohort_1963	.0282056	.0068346	4.13	0.000	.01481	.0416013
cohort_1964	.0471099	.0069595	6.77	0.000	.0334694	.0607503
cohort_1965	.0370866	.007119	5.21	0.000	.0231336	.0510397
cohort_1966	.0464544	.0072917	6.37	0.000	.0321629	.060746
cohort_1967	.0357831	.007614	4.70	0.000	.0208599	.0507064
cohort_1968	.0255154	.0078239	3.26	0.001	.0101809	.04085
cohort_1969	.0488678	.0083057	5.88	0.000	.032589	.0651466
cohort_1970	.0334169	.0087086	3.84	0.000	.0163483	.0504855
cohort_1971	.0336945	.0093335	3.61	0.000	.0154011	.0519878
cohort_1972	.021065	.0095165	2.21	0.027	.0024131	.0397169
cohort_1973	.0306312	.0099118	3.09	0.002	.0112044	.050058
cohort_1974	.0397856	.0100409	3.96	0.000	.0201059	.0594654
cohort_1975	.0308852	.0103315	2.99	0.003	.0106359	.0511346
cohort_1976	.0249062	.0107648	2.31	0.021	.0038077	.0460048
cohort_1977	-.0028191	.0112374	-0.25	0.802	-.0248439	.0192058
cohort_1978	-.0051796	.0110412	-0.47	0.639	-.02682	.0164608
cohort_1979	.006985	.011641	0.60	0.548	-.0158309	.0298009
cohort_1980	-.0113369	.0121686	-0.93	0.352	-.035187	.0125131
cohort_1981	.0113467	.0122983	0.92	0.356	-.0127574	.0354509
cohort_1982	.0000537	.0133705	0.00	0.997	-.0261521	.0262595
cohort_1983	.005493	.0143216	0.38	0.701	-.0225769	.0335629
cohort_1984	.0168513	.0141568	1.19	0.234	-.0108956	.0445981
cohort_1985	-.0359145	.0151538	-2.37	0.018	-.0656155	-.0062135
cohort_1986	-.0131261	.0159113	-0.82	0.409	-.0443117	.0180594
cohort_1987	-.0161634	.0174431	-0.93	0.354	-.0503513	.0180246
cohort_1988	-.009628	.0185226	-0.52	0.603	-.0459316	.0266756
cohort_1989	.0154648	.0210224	0.74	0.462	-.0257383	.056668
cohort_1990	.0166713	.0221636	0.75	0.452	-.0267685	.0601112
cohort_1991	.0604754	.0261315	2.31	0.021	.0092586	.1116923
cohort_1992	-.0427032	.0314901	-1.36	0.175	-.1044226	.0190162
cohort_1993	.041581	.0346724	1.20	0.230	-.0263757	.1095376
cohort_1994	.0196949	.0446943	0.44	0.659	-.0679043	.1072941
cohort_1995	.0905884	.0549339	1.65	0.099	-.0170801	.198257
cohort_1996	-.0359445	.0800382	-0.45	0.653	-.1928165	.1209274
_cons	.709318	.0040244	176.25	0.000	.7014303	.7172057

Tabelle 46: Effekteberechnung für die Verkehrsträgerwahl: PKW.

. apc_ie PKW V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

```
Iteration 0: log likelihood = -132737.38
Intrinsic estimator of APC effects          No. of obs      =    194072
Optimization      : ML                     Residual df     =    193856
                                                Scale parameter =    .2301913
Deviance          =    44623.96522         (1/df) Deviance =    .2301913
Pearson          =    44623.96522         (1/df) Pearson  =    .2301913

Variance function: V(u) = 1                [Gaussian]
Link function     : g(u) = u                [Identity]

Log likelihood    = -132737.3778          AIC              =    1.370145
                                                BIC              =   -2315764
```

PKW	OIM					[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.	z	P> z			
V5050	-.0417167	.002189	-19.06	0.000	-.0460071	-.0374263	
V3030	.0911606	.0010742	84.86	0.000	.0890552	.093266	
age_14	.008693	.0153655	0.57	0.572	-.0214228	.0388087	
age_15	-.0341205	.0136967	-2.49	0.013	-.0609655	-.0072755	
age_16	-.0670955	.0125163	-5.36	0.000	-.091627	-.042564	
age_17	-.1148781	.0125974	-9.12	0.000	-.1395685	-.0901876	
age_18	-.0857097	.0112718	-7.60	0.000	-.1078021	-.0636173	
age_19	-.0439904	.0104677	-4.20	0.000	-.0645067	-.0234741	
age_20	-.0071724	.0104114	-0.69	0.491	-.0275784	.0132336	
age_21	-.0082961	.0104126	-0.80	0.426	-.0287044	.0121122	
age_22	.0217915	.0098379	2.22	0.027	.0025095	.0410734	
age_23	.045359	.0094823	4.78	0.000	.0267741	.0639439	
age_24	.0258768	.0090827	2.85	0.004	.008075	.0436785	
age_25	.0429056	.008918	4.81	0.000	.0254265	.0603846	
age_26	.0495576	.0087547	5.66	0.000	.0323988	.0667165	
age_27	.045284	.0086761	5.22	0.000	.0282792	.0622888	
age_28	.0421252	.0080847	5.21	0.000	.0262795	.057971	
age_29	.0433707	.0082464	5.26	0.000	.027208	.0595334	
age_30	.0563669	.007763	7.26	0.000	.0411517	.0715822	
age_31	.069595	.0085156	8.17	0.000	.0529047	.0862853	
age_32	.0686222	.0080934	8.48	0.000	.0527595	.0844849	
age_33	.0680133	.0081686	8.33	0.000	.0520032	.0840233	
age_34	.0622715	.0080577	7.73	0.000	.0464787	.0780644	
age_35	.056197	.0077344	7.27	0.000	.0410379	.071356	
age_36	.0517285	.007616	6.79	0.000	.0368015	.0666556	
age_37	.0504814	.008013	6.30	0.000	.0347762	.0661867	
age_38	.035	.0073816	4.74	0.000	.0205324	.0494676	
age_39	.0380407	.0077123	4.93	0.000	.0229248	.0531565	
age_40	.0361851	.0071253	5.08	0.000	.0222198	.0501505	
age_41	.0292835	.0080965	3.62	0.000	.0134147	.0451524	
age_42	.0265237	.0072887	3.64	0.000	.012238	.0408093	
age_43	.0361059	.0079463	4.54	0.000	.0205314	.0516804	
age_44	.0132434	.0079834	1.66	0.097	-.0024038	.0288906	
age_45	.0098921	.0077158	1.28	0.200	-.0052306	.0250149	
age_46	.0066885	.0082316	0.81	0.416	-.0094451	.0228222	
age_47	.014542	.0084487	1.72	0.085	-.0020172	.0311013	
age_48	.0064237	.0079368	0.81	0.418	-.0091322	.0219796	
age_49	.0013947	.0085099	0.16	0.870	-.0152845	.0180738	
age_50	-.001395	.0075454	-0.18	0.853	-.0161838	.0133938	

age_51	-.0128754	.0087188	-1.48	0.140	-.0299638	.004213
age_52	.0136928	.0080733	1.70	0.090	-.0021305	.0295161
age_53	-.0044791	.0087206	-0.51	0.608	-.0215712	.0126129
age_54	.0161732	.0087089	1.86	0.063	-.000896	.0332424
age_55	.0220336	.0086693	2.54	0.011	.005042	.0390251
age_56	.0061575	.0086986	0.71	0.479	-.0108915	.0232065
age_57	.0233131	.0093531	2.49	0.013	.0049815	.0416448
age_58	.0021535	.0085806	0.25	0.802	-.0146643	.0189712
age_59	.0093832	.0088736	1.06	0.290	-.0080088	.0267753
age_60	.0173838	.0079772	2.18	0.029	.0017487	.0330189
age_61	-.0113591	.0092425	-1.23	0.219	-.029474	.0067558
age_62	-.0003576	.0086991	-0.04	0.967	-.0174075	.0166924
age_63	-.0152526	.0089175	-1.71	0.087	-.0327305	.0022253
age_64	-.0320764	.0092962	-3.45	0.001	-.0502965	-.0138562
age_65	-.0280271	.0087458	-3.20	0.001	-.0451686	-.0108856
age_66	-.0454224	.0096195	-4.72	0.000	-.0642763	-.0265684
age_67	-.0392326	.009856	-3.98	0.000	-.0585499	-.0199153
age_68	-.0462945	.0096962	-4.77	0.000	-.0652986	-.0272903
age_69	-.029462	.010446	-2.82	0.005	-.0499358	-.0089882
age_70	-.0453848	.0096075	-4.72	0.000	-.0642152	-.0265544
age_71	-.0722904	.0115131	-6.28	0.000	-.0948556	-.0497252
age_72	-.0557406	.0112278	-4.96	0.000	-.0777466	-.0337346
age_73	-.0583943	.0126885	-4.60	0.000	-.0832634	-.0335253
age_74	-.0273672	.0135243	-2.02	0.043	-.0538742	-.0008601
age_75	-.0503287	.0132094	-3.81	0.000	-.0762187	-.0244386
age_76	-.0703692	.0155895	-4.51	0.000	-.100924	-.0398144
age_77	-.0464142	.0168074	-2.76	0.006	-.0793561	-.0134723
age_78	-.0416515	.0169526	-2.46	0.014	-.0748779	-.0084251
age_79	-.0459975	.0184218	-2.50	0.013	-.0821035	-.0098915
age_80	-.0304186	.0188917	-1.61	0.107	-.0674457	.0066085
period_1971	.0289776	.0093024	3.12	0.002	.0107451	.04721
period_1972	.0258688	.0090227	2.87	0.004	.0081846	.0435529
period_1973	.0472872	.009558	4.95	0.000	.0285539	.0660205
period_1974	.0473521	.009004	5.26	0.000	.0297046	.0649996
period_1975	.0669764	.0086274	7.76	0.000	.050067	.0838858
period_1976	.0776407	.0086781	8.95	0.000	.0606319	.0946496
period_1977	.0549942	.0087773	6.27	0.000	.037791	.0721973
period_1978	.0415698	.0085671	4.85	0.000	.0247786	.0583611
period_1979	.0300336	.0086107	3.49	0.000	.013157	.0469103
period_1980	.0300014	.0082267	3.65	0.000	.0138774	.0461254
period_1981	.0215122	.008092	2.66	0.008	.0056521	.0373722
period_1982	.0331634	.0082381	4.03	0.000	.0170169	.0493098
period_1983	.0660571	.0085033	7.77	0.000	.0493908	.0827233
period_1984	.0572736	.0083299	6.88	0.000	.0409472	.0736
period_1985	.0524566	.0081838	6.41	0.000	.0364167	.0684965
period_1986	.0790787	.00822	9.62	0.000	.0629677	.0951897
period_1987	.0043872	.0076545	0.57	0.567	-.0106152	.0193897
period_1988	.0208903	.0073692	2.83	0.005	.0064469	.0353338
period_1989	.0336595	.0074248	4.53	0.000	.0191071	.0482119
period_1990	.0288869	.0070159	4.12	0.000	.015136	.0426379
period_1991	.0264832	.007019	3.77	0.000	.0127263	.0402401
period_1992	-.005748	.0069608	-0.83	0.409	-.0193909	.0078948
period_1993	-.00888	.0060948	-1.46	0.145	-.0208256	.0030655
period_1994	-.03331	.0061349	-5.43	0.000	-.0453341	-.0212858
period_1995	-.0299368	.0061415	-4.87	0.000	-.0419738	-.0178998
period_1996	-.0353736	.00656	-5.39	0.000	-.0482311	-.0225162
period_1997	-.0572249	.0063146	-9.06	0.000	-.0696012	-.0448486
period_1998	-.0476761	.0062057	-7.68	0.000	-.0598391	-.0355132
period_1999	-.0472987	.0063547	-7.44	0.000	-.0597537	-.0348436
period_2000	-.0596068	.0063222	-9.43	0.000	-.071998	-.0472156

period_2001	-.0505355	.0062979	-8.02	0.000	-.0628791	-.0381919
period_2002	-.0273484	.0062673	-4.36	0.000	-.039632	-.0150647
period_2003	-.0427565	.0062718	-6.82	0.000	-.0550489	-.030464
period_2004	-.0701227	.006432	-10.90	0.000	-.0827291	-.0575162
period_2005	-.0783754	.0064598	-12.13	0.000	-.0910364	-.0657145
period_2006	-.0573186	.0064984	-8.82	0.000	-.0700552	-.0445821
period_2007	-.0580684	.006481	-8.96	0.000	-.070771	-.0453658
period_2008	-.0446933	.0065179	-6.86	0.000	-.0574682	-.0319184
period_2009	-.0386872	.0066345	-5.83	0.000	-.0516906	-.0256839
period_2010	-.0299798	.0066682	-4.50	0.000	-.0430492	-.0169104
period_2011	-.0324902	.0066619	-4.88	0.000	-.0455473	-.0194331
period_2012	-.0191196	.0067013	-2.85	0.004	-.0322538	-.0059854
cohort_1891	-.2128953	.177015	-1.20	0.229	-.5598384	.1340478
cohort_1892	.0756548	.1411373	0.54	0.592	-.2009693	.3522789
cohort_1893	-.0405454	.0875111	-0.46	0.643	-.2120639	.1309732
cohort_1894	-.0378849	.0737416	-0.51	0.607	-.1824158	.106646
cohort_1895	-.0933299	.0703682	-1.33	0.185	-.231249	.0445891
cohort_1896	-.0252089	.0563287	-0.45	0.654	-.1356111	.0851933
cohort_1897	-.0846714	.0501906	-1.69	0.092	-.1830433	.0137004
cohort_1898	-.0665796	.0440377	-1.51	0.131	-.1528919	.0197327
cohort_1899	-.078655	.0409542	-1.92	0.055	-.1589237	.0016136
cohort_1900	-.1692455	.0373652	-4.53	0.000	-.2424799	-.096011
cohort_1901	-.1346568	.0339686	-3.96	0.000	-.201234	-.0680796
cohort_1902	-.1313617	.0295503	-4.45	0.000	-.1892792	-.0734442
cohort_1903	-.1043489	.030615	-3.41	0.001	-.1643533	-.0443446
cohort_1904	-.0755346	.0290069	-2.60	0.009	-.1323872	-.0186821
cohort_1905	-.0566031	.0265397	-2.13	0.033	-.10862	-.0045863
cohort_1906	-.1042849	.0244947	-4.26	0.000	-.1522936	-.0562762
cohort_1907	-.0620925	.0225179	-2.76	0.006	-.1062267	-.0179583
cohort_1908	-.052721	.0209139	-2.52	0.012	-.0937115	-.0117304
cohort_1909	-.0562023	.0205069	-2.74	0.006	-.096395	-.0160096
cohort_1910	-.0457871	.0198084	-2.31	0.021	-.0846108	-.0069634
cohort_1911	-.016763	.0184329	-0.91	0.363	-.0528909	.0193648
cohort_1912	-.045736	.0181485	-2.52	0.012	-.0813063	-.0101657
cohort_1913	-.0009437	.0173623	-0.05	0.957	-.0349732	.0330858
cohort_1914	-.0012129	.017168	-0.07	0.944	-.0348615	.0324357
cohort_1915	.0087254	.0188604	0.46	0.644	-.0282404	.0456912
cohort_1916	-.0157167	.0200118	-0.79	0.432	-.0549391	.0235057
cohort_1917	-.0157108	.0187313	-0.84	0.402	-.0524235	.0210019
cohort_1918	-.0043138	.0185456	-0.23	0.816	-.0406624	.0320348
cohort_1919	.0474384	.0152661	3.11	0.002	.0175173	.0773595
cohort_1920	.0588668	.0143821	4.09	0.000	.0306784	.0870552
cohort_1921	.0305958	.0143029	2.14	0.032	.0025626	.058629
cohort_1922	.0532396	.013808	3.86	0.000	.0261765	.0803027
cohort_1923	.0586607	.0137656	4.26	0.000	.0316806	.0856407
cohort_1924	.0711773	.013076	5.44	0.000	.0455488	.0968058
cohort_1925	.0820053	.0126404	6.49	0.000	.0572305	.1067801
cohort_1926	.0689996	.0123648	5.58	0.000	.0447651	.0932342
cohort_1927	.0794565	.012036	6.60	0.000	.0558664	.1030466
cohort_1928	.0696113	.0120825	5.76	0.000	.0459299	.0932926
cohort_1929	.0585999	.0115549	5.07	0.000	.0359527	.0812471
cohort_1930	.0715196	.0111513	6.41	0.000	.0496634	.0933758
cohort_1931	.0854969	.0114857	7.44	0.000	.0629854	.1080084
cohort_1932	.087319	.0111109	7.86	0.000	.065542	.109096
cohort_1933	.0861819	.0109025	7.90	0.000	.0648135	.1075503
cohort_1934	.0618901	.0100334	6.17	0.000	.042225	.0815552
cohort_1935	.0950406	.0095947	9.91	0.000	.0762354	.1138458
cohort_1936	.0977666	.0093147	10.50	0.000	.0795102	.116023
cohort_1937	.1013816	.0090507	11.20	0.000	.0836425	.1191206
cohort_1938	.0725631	.0088778	8.17	0.000	.055163	.0899632

cohort_1939	.0855337	.0086392	9.90	0.000	.0686012	.1024662
cohort_1940	.0935092	.0085696	10.91	0.000	.076713	.1103054
cohort_1941	.0913437	.008609	10.61	0.000	.0744704	.108217
cohort_1942	.0883579	.008851	9.98	0.000	.0710102	.1057056
cohort_1943	.0742514	.0089213	8.32	0.000	.056766	.0917369
cohort_1944	.0853112	.0090023	9.48	0.000	.0676671	.1029554
cohort_1945	.0788418	.0096191	8.20	0.000	.0599887	.0976949
cohort_1946	.0872159	.0093498	9.33	0.000	.0688907	.1055411
cohort_1947	.0872582	.0089773	9.72	0.000	.069663	.1048534
cohort_1948	.0868284	.0087289	9.95	0.000	.0697201	.1039366
cohort_1949	.0641744	.0086968	7.38	0.000	.047129	.0812197
cohort_1950	.0706425	.008432	8.38	0.000	.0541161	.087169
cohort_1951	.0714793	.0085715	8.34	0.000	.0546795	.088279
cohort_1952	.0683236	.0084915	8.05	0.000	.0516805	.0849666
cohort_1953	.0570868	.0084208	6.78	0.000	.0405824	.0735913
cohort_1954	.0566547	.0084396	6.71	0.000	.0401133	.0731961
cohort_1955	.0490113	.0085712	5.72	0.000	.0322121	.0658104
cohort_1956	.0348301	.0084564	4.12	0.000	.0182558	.0514045
cohort_1957	.0470012	.0084288	5.58	0.000	.030481	.0635213
cohort_1958	.0382232	.0084594	4.52	0.000	.0216431	.0548033
cohort_1959	.0371345	.0083242	4.46	0.000	.0208193	.0534498
cohort_1960	.0329611	.0081861	4.03	0.000	.0169167	.0490054
cohort_1961	.0230641	.0082825	2.78	0.005	.0068306	.0392975
cohort_1962	-.0002064	.0084269	-0.02	0.980	-.0167229	.0163101
cohort_1963	.0178812	.008206	2.18	0.029	.0017977	.0339646
cohort_1964	.0096832	.0082964	1.17	0.243	-.0065773	.0259438
cohort_1965	.0045904	.0084366	0.54	0.586	-.0119451	.0211259
cohort_1966	.007135	.0084373	0.85	0.398	-.0094017	.0236718
cohort_1967	.003267	.0087522	0.37	0.709	-.0138869	.020421
cohort_1968	-.0191128	.0087647	-2.18	0.029	-.0362913	-.0019342
cohort_1969	-.0103969	.0093418	-1.11	0.266	-.0287064	.0079126
cohort_1970	-.0156353	.0095004	-1.65	0.100	-.0342557	.0029851
cohort_1971	-.0315932	.0099462	-3.18	0.001	-.0510873	-.012099
cohort_1972	-.0243132	.0107272	-2.27	0.023	-.0453382	-.0032882
cohort_1973	-.0515112	.0113115	-4.55	0.000	-.0736814	-.0293409
cohort_1974	-.0447199	.0117362	-3.81	0.000	-.0677224	-.0217174
cohort_1975	-.0437172	.0119564	-3.66	0.000	-.0671514	-.0202831
cohort_1976	-.0406864	.0120633	-3.37	0.001	-.0643301	-.0170428
cohort_1977	-.0170974	.0124862	-1.37	0.171	-.0415698	.007375
cohort_1978	-.0340935	.0131382	-2.59	0.009	-.059844	-.0083431
cohort_1979	-.0167337	.0138784	-1.21	0.228	-.0439348	.0104675
cohort_1980	-.0283222	.013733	-2.06	0.039	-.0552384	-.0014059
cohort_1981	-.0586818	.014375	-4.08	0.000	-.0868563	-.0305072
cohort_1982	-.0333573	.0152011	-2.19	0.028	-.063151	-.0035637
cohort_1983	-.0753274	.015129	-4.98	0.000	-.1049797	-.0456751
cohort_1984	-.0452843	.0165439	-2.74	0.006	-.0777099	-.0128588
cohort_1985	-.0562179	.0176616	-3.18	0.001	-.090834	-.0216017
cohort_1986	-.052366	.017324	-3.02	0.003	-.0863205	-.0184116
cohort_1987	-.0642203	.0191535	-3.35	0.001	-.1017605	-.02668
cohort_1988	-.0743967	.0197856	-3.76	0.000	-.1131757	-.0356177
cohort_1989	-.0912751	.0217274	-4.20	0.000	-.1338599	-.0486903
cohort_1990	-.0459794	.0229637	-2.00	0.045	-.0909874	-.0009715
cohort_1991	-.0402897	.0255814	-1.57	0.115	-.0904283	.0098489
cohort_1992	-.0503927	.0268955	-1.87	0.061	-.1031068	.0023214
cohort_1993	-.0400329	.0307659	-1.30	0.193	-.100333	.0202672
cohort_1994	-.0079585	.0393657	-0.20	0.840	-.0851139	.069197
cohort_1995	-.0366333	.0409835	-0.89	0.371	-.1169594	.0436928
cohort_1996	-.0943247	.0531348	-1.78	0.076	-.1984669	.0098176
cohort_1997	-.0686267	.0621471	-1.10	0.269	-.1904328	.0531795
cohort_1998	-.027276	.0964512	-0.28	0.777	-.2163168	.1617649
_cons	.3055418	.0054022	56.56	0.000	.2949537	.3161299

Tabelle 47: Effekteberechnung für die Verkehrsträgerwahl: Flugzeug.

. apc_ie Flug V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

```

Iteration 0:   log likelihood = -115868.66
Intrinsic estimator of APC effects           No. of obs   =   194072
Optimization   : ML                         Residual df   =   193856
                                                Scale parameter =   .19346
Deviance       =   37503.38874              (1/df) Deviance =   .19346
Pearson        =   37503.38874              (1/df) Pearson  =   .19346

Variance function: V(u) = 1                 [Gaussian]
Link function   : g(u) = u                  [Identity]

                                                AIC           =   1.196305
Log likelihood  = -115868.6632             BIC           =  -2322884
    
```

Flug	OIM					[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.	z	P> z			
V5050	-.0102894	.0020068	-5.13	0.000	-.0142226	-.0063562	
V3030	-.0603357	.0009848	-61.27	0.000	-.0622658	-.0584056	
age_14	-.0656342	.0140863	-4.66	0.000	-.0932429	-.0380256	
age_15	-.0528687	.0125564	-4.21	0.000	-.0774788	-.0282585	
age_16	-.0375387	.0114743	-3.27	0.001	-.060028	-.0150495	
age_17	-.0172889	.0115487	-1.50	0.134	-.0399239	.005346	
age_18	.0110247	.0103335	1.07	0.286	-.0092285	.0312779	
age_19	.0298394	.0095963	3.11	0.002	.0110311	.0486477	
age_20	.0306888	.0095447	3.22	0.001	.0119815	.049396	
age_21	.0468939	.0095458	4.91	0.000	.0281846	.0656032	
age_22	.0662402	.0090189	7.34	0.000	.0485634	.0839169	
age_23	.0625732	.0086929	7.20	0.000	.0455355	.079611	
age_24	.0906089	.0083266	10.88	0.000	.0742891	.1069287	
age_25	.0709844	.0081756	8.68	0.000	.0549605	.0870083	
age_26	.0908494	.0080258	11.32	0.000	.075119	.1065798	
age_27	.0960653	.0079538	12.08	0.000	.0804761	.1116545	
age_28	.0966617	.0074117	13.04	0.000	.0821351	.1111883	
age_29	.0893601	.0075599	11.82	0.000	.074543	.1041772	
age_30	.0716683	.0071168	10.07	0.000	.0577197	.0856169	
age_31	.0617552	.0078067	7.91	0.000	.0464543	.077056	
age_32	.0613523	.0074196	8.27	0.000	.0468102	.0758945	
age_33	.0558864	.0074885	7.46	0.000	.0412091	.0705636	
age_34	.0526713	.0073869	7.13	0.000	.0381933	.0671494	
age_35	.0621639	.0070905	8.77	0.000	.0482669	.076061	
age_36	.0587562	.006982	8.42	0.000	.0450719	.0724406	
age_37	.0628591	.0073459	8.56	0.000	.0484613	.0772569	
age_38	.0695416	.0067671	10.28	0.000	.0562784	.0828047	
age_39	.0680342	.0070703	9.62	0.000	.0541768	.0818917	
age_40	.0708833	.0065321	10.85	0.000	.0580805	.083686	
age_41	.0690737	.0074225	9.31	0.000	.0545259	.0836215	
age_42	.0646342	.0066819	9.67	0.000	.0515378	.0777306	
age_43	.0524316	.0072848	7.20	0.000	.0381537	.0667095	
age_44	.0672875	.0073188	9.19	0.000	.052943	.0816321	
age_45	.0686786	.0070735	9.71	0.000	.0548149	.0825424	
age_46	.065353	.0075463	8.66	0.000	.0505624	.0801435	
age_47	.0589419	.0077454	7.61	0.000	.0437612	.0741226	
age_48	.0650009	.0072761	8.93	0.000	.05074	.0792618	
age_49	.0676351	.0078015	8.67	0.000	.0523445	.0829257	
age_50	.0564346	.0069173	8.16	0.000	.0428769	.0699922	

age_51	.0604394	.0079929	7.56	0.000	.0447736	.0761053
age_52	.0442714	.0074012	5.98	0.000	.0297654	.0587774
age_53	.0447038	.0079946	5.59	0.000	.0290346	.0603729
age_54	.0310547	.0079839	3.89	0.000	.0154065	.0467029
age_55	.0056814	.0079476	0.71	0.475	-.0098956	.0212584
age_56	.0224247	.0079745	2.81	0.005	.006795	.0380545
age_57	-.0206791	.0085744	-2.41	0.016	-.0374846	-.0038735
age_58	.0009726	.0078663	0.12	0.902	-.0144451	.0163903
age_59	-.0084586	.0081349	-1.04	0.298	-.0244028	.0074855
age_60	-.0233312	.0073131	-3.19	0.001	-.0376647	-.0089977
age_61	-.0362696	.008473	-4.28	0.000	-.0528764	-.0196627
age_62	-.0511839	.0079749	-6.42	0.000	-.0668145	-.0355534
age_63	-.0397118	.0081751	-4.86	0.000	-.0557347	-.0236889
age_64	-.0550162	.0085223	-6.46	0.000	-.0717195	-.0383128
age_65	-.0541057	.0080177	-6.75	0.000	-.0698202	-.0383913
age_66	-.0625594	.0088187	-7.09	0.000	-.0798438	-.0452751
age_67	-.0631464	.0090355	-6.99	0.000	-.0808555	-.0454372
age_68	-.0926123	.008889	-10.42	0.000	-.1100344	-.0751903
age_69	-.0817134	.0095764	-8.53	0.000	-.1004828	-.0629441
age_70	-.1013191	.0088077	-11.50	0.000	-.1185819	-.0840563
age_71	-.1105826	.0105546	-10.48	0.000	-.1312692	-.0898959
age_72	-.1124637	.0102931	-10.93	0.000	-.1326377	-.0922896
age_73	-.1296939	.0116322	-11.15	0.000	-.1524926	-.1068952
age_74	-.1596649	.0123984	-12.88	0.000	-.1839653	-.1353645
age_75	-.1369643	.0121098	-11.31	0.000	-.160699	-.1132296
age_76	-.1264515	.0142917	-8.85	0.000	-.1544627	-.0984404
age_77	-.1481778	.0154082	-9.62	0.000	-.1783773	-.1179783
age_78	-.175022	.0155413	-11.26	0.000	-.2054823	-.1445617
age_79	-.1705888	.0168882	-10.10	0.000	-.203689	-.1374886
age_80	-.1893343	.017319	-10.93	0.000	-.2232789	-.1553896
period_1971	-.1256862	.008528	-14.74	0.000	-.1424007	-.1089716
period_1972	-.1198419	.0082715	-14.49	0.000	-.1360538	-.10363
period_1973	-.1373407	.0087623	-15.67	0.000	-.1545145	-.120167
period_1974	-.1221144	.0082544	-14.79	0.000	-.1382927	-.1059361
period_1975	-.1255944	.0079092	-15.88	0.000	-.1410961	-.1100926
period_1976	-.1161209	.0079557	-14.60	0.000	-.1317138	-.1005281
period_1977	-.1049633	.0080466	-13.04	0.000	-.1207342	-.0891923
period_1978	-.0988246	.0078539	-12.58	0.000	-.114218	-.0834313
period_1979	-.0825129	.0078939	-10.45	0.000	-.0979846	-.0670412
period_1980	-.0922493	.0075418	-12.23	0.000	-.1070309	-.0774676
period_1981	-.0721622	.0074183	-9.73	0.000	-.0867019	-.0576225
period_1982	-.0830615	.0075523	-11.00	0.000	-.0978637	-.0682592
period_1983	-.0849	.0077954	-10.89	0.000	-.1001788	-.0696212
period_1984	-.0644012	.0076365	-8.43	0.000	-.0793685	-.049434
period_1985	-.066623	.0075025	-8.88	0.000	-.0813276	-.0519184
period_1986	-.0626841	.0075357	-8.32	0.000	-.0774539	-.0479144
period_1987	-.0265554	.0070172	-3.78	0.000	-.0403089	-.0128019
period_1988	-.0292298	.0067557	-4.33	0.000	-.0424708	-.0159888
period_1989	-.030202	.0068067	-4.44	0.000	-.0435429	-.0168611
period_1990	-.0551045	.0064319	-8.57	0.000	-.0677107	-.0424983
period_1991	-.0475981	.0064346	-7.40	0.000	-.0602097	-.0349864
period_1992	-.0009968	.0063813	-0.16	0.876	-.0135039	.0115102
period_1993	.0088525	.0055874	1.58	0.113	-.0020986	.0198036
period_1994	.0334142	.0056242	5.94	0.000	.0223911	.0444374
period_1995	.048199	.0056302	8.56	0.000	.037164	.0592339
period_1996	.0591258	.0060139	9.83	0.000	.0473387	.0709128
period_1997	.0812576	.0057889	14.04	0.000	.0699116	.0926036
period_1998	.0771154	.0056891	13.56	0.000	.065965	.0882658
period_1999	.0904826	.0058257	15.53	0.000	.0790645	.1019008
period_2000	.1077915	.0057959	18.60	0.000	.0964318	.1191512

period_2001	.0902347	.0057736	15.63	0.000	.0789187	.1015507
period_2002	.0703785	.0057455	12.25	0.000	.0591175	.0816395
period_2003	.0890476	.0057496	15.49	0.000	.0777785	.1003167
period_2004	.1204644	.0058965	20.43	0.000	.1089074	.1320214
period_2005	.1241423	.005922	20.96	0.000	.1125354	.1357493
period_2006	.125099	.0059574	21.00	0.000	.1134227	.1367752
period_2007	.120315	.0059415	20.25	0.000	.1086699	.1319601
period_2008	.103707	.0059753	17.36	0.000	.0919955	.1154184
period_2009	.0994789	.0060821	16.36	0.000	.0875581	.1113997
period_2010	.099263	.0061131	16.24	0.000	.0872816	.1112444
period_2011	.0999306	.0061073	16.36	0.000	.0879604	.1119007
period_2012	.1004679	.0061434	16.35	0.000	.0884271	.1125087
cohort_1891	.1172787	.1622786	0.72	0.470	-.2007816	.435339
cohort_1892	.0733388	.1293877	0.57	0.571	-.1802565	.3269341
cohort_1893	.0367038	.0802258	0.46	0.647	-.1205359	.1939435
cohort_1894	.0111308	.0676027	0.16	0.869	-.121368	.1436296
cohort_1895	-.045752	.0645101	-0.71	0.478	-.1721894	.0806854
cohort_1896	.004807	.0516394	0.09	0.926	-.0964043	.1060183
cohort_1897	-.0166293	.0460123	-0.36	0.718	-.1068118	.0735531
cohort_1898	.0133074	.0403716	0.33	0.742	-.0658194	.0924343
cohort_1899	-.0083158	.0375448	-0.22	0.825	-.0819022	.0652706
cohort_1900	.016877	.0342546	0.49	0.622	-.0502607	.0840147
cohort_1901	-.008022	.0311407	-0.26	0.797	-.0690566	.0530127
cohort_1902	-.0122474	.0270902	-0.45	0.651	-.0653433	.0408485
cohort_1903	-.0036259	.0280664	-0.13	0.897	-.0586349	.0513832
cohort_1904	-.0358151	.0265921	-1.35	0.178	-.0879347	.0163045
cohort_1905	-.02432	.0243303	-1.00	0.318	-.0720064	.0233665
cohort_1906	-.0171812	.0224555	-0.77	0.444	-.0611932	.0268308
cohort_1907	-.0536519	.0206433	-2.60	0.009	-.094112	-.0131919
cohort_1908	-.0409062	.0191729	-2.13	0.033	-.0784843	-.0033281
cohort_1909	-.0391858	.0187997	-2.08	0.037	-.0760325	-.0023391
cohort_1910	-.0500018	.0181593	-2.75	0.006	-.0855934	-.0144101
cohort_1911	-.0433386	.0168984	-2.56	0.010	-.0764588	-.0102184
cohort_1912	-.0597916	.0166376	-3.59	0.000	-.0924008	-.0271825
cohort_1913	-.0390034	.0159169	-2.45	0.014	-.0701999	-.0078068
cohort_1914	-.0436186	.0157387	-2.77	0.006	-.0744466	-.0127712
cohort_1915	-.0777865	.0172903	-4.50	0.000	-.1116749	-.0438981
cohort_1916	-.0603702	.0183458	-3.29	0.001	-.0963274	-.0244131
cohort_1917	-.059772	.0171719	-3.48	0.000	-.0934284	-.0261157
cohort_1918	-.0543559	.0170017	-3.20	0.001	-.0876786	-.0210333
cohort_1919	-.0543659	.0139952	-3.88	0.000	-.0817961	-.0269357
cohort_1920	-.0802969	.0131848	-6.09	0.000	-.1061386	-.0544552
cohort_1921	-.060991	.0131122	-4.65	0.000	-.0866904	-.0352915
cohort_1922	-.0657313	.0126584	-5.19	0.000	-.0905414	-.0409212
cohort_1923	-.0708131	.0126196	-5.61	0.000	-.0955471	-.0460791
cohort_1924	-.0749991	.0119874	-6.26	0.000	-.098494	-.0515041
cohort_1925	-.0684966	.0115881	-5.91	0.000	-.0912089	-.0457843
cohort_1926	-.0817292	.0113354	-7.21	0.000	-.1039462	-.0595121
cohort_1927	-.0696465	.011034	-6.31	0.000	-.0912727	-.0480202
cohort_1928	-.0680487	.0110767	-6.14	0.000	-.0897586	-.0463388
cohort_1929	-.0714319	.010593	-6.74	0.000	-.0921937	-.0506701
cohort_1930	-.0617227	.010223	-6.04	0.000	-.0817594	-.041686
cohort_1931	-.080094	.0105295	-7.61	0.000	-.1007314	-.0594566
cohort_1932	-.0662624	.0101859	-6.51	0.000	-.0862264	-.0462983
cohort_1933	-.0579917	.0099948	-5.80	0.000	-.0775812	-.0384022
cohort_1934	-.0596909	.0091981	-6.49	0.000	-.0777189	-.041663
cohort_1935	-.0532576	.0087959	-6.05	0.000	-.0704972	-.0360179
cohort_1936	-.0498849	.0085392	-5.84	0.000	-.0666214	-.0331483
cohort_1937	-.0544288	.0082972	-6.56	0.000	-.0706911	-.0381665
cohort_1938	-.0320956	.0081387	-3.94	0.000	-.0480471	-.016144

cohort_1939	-.0313361	.00792	-3.96	0.000	-.0468589	-.0158132
cohort_1940	-.0325007	.0078562	-4.14	0.000	-.0478986	-.0171028
cohort_1941	-.0139238	.0078923	-1.76	0.078	-.0293924	.0015448
cohort_1942	-.010683	.0081142	-1.32	0.188	-.0265865	.0052205
cohort_1943	-.0111954	.0081786	-1.37	0.171	-.0272252	.0048344
cohort_1944	-.0152347	.0082529	-1.85	0.065	-.03141	.0009406
cohort_1945	-.0056006	.0088183	-0.64	0.525	-.0228841	.011683
cohort_1946	-.0097577	.0085714	-1.14	0.255	-.0265573	.007042
cohort_1947	-.0156135	.0082299	-1.90	0.058	-.0317439	.0005169
cohort_1948	-.0148132	.0080022	-1.85	0.064	-.0304972	.0008708
cohort_1949	-.0036191	.0079728	-0.45	0.650	-.0192454	.0120072
cohort_1950	-.0045466	.0077301	-0.59	0.556	-.0196972	.0106041
cohort_1951	-.0083608	.0078579	-1.06	0.287	-.023762	.0070404
cohort_1952	.0002165	.0077846	0.03	0.978	-.015041	.0154741
cohort_1953	-.0032203	.0077198	-0.42	0.677	-.0183507	.0119102
cohort_1954	-.0053826	.007737	-0.70	0.487	-.0205469	.0097818
cohort_1955	-.0009508	.0078576	-0.12	0.904	-.0163514	.0144499
cohort_1956	.0047044	.0077524	0.61	0.544	-.0104901	.0198989
cohort_1957	-.0021916	.0077271	-0.28	0.777	-.0173365	.0129533
cohort_1958	.0096942	.0077551	1.25	0.211	-.0055056	.024894
cohort_1959	-.0025921	.0076313	-0.34	0.734	-.0175491	.0123649
cohort_1960	.0030054	.0075046	0.40	0.689	-.0117033	.0177141
cohort_1961	.0009066	.007593	0.12	0.905	-.0139755	.0157886
cohort_1962	.0273173	.0077254	3.54	0.000	.0121758	.0424588
cohort_1963	.023687	.0075228	3.15	0.002	.0089425	.0384315
cohort_1964	.0216339	.0076057	2.84	0.004	.006727	.0365408
cohort_1965	.0222201	.0077343	2.87	0.004	.0070612	.0373791
cohort_1966	.0185659	.0077349	2.40	0.016	.0034058	.0337259
cohort_1967	.0209801	.0080236	2.61	0.009	.0052542	.036706
cohort_1968	.031629	.0080351	3.94	0.000	.0158805	.0473774
cohort_1969	.0305841	.0085641	3.57	0.000	.0137989	.0473694
cohort_1970	.0348117	.0087095	4.00	0.000	.0177415	.051882
cohort_1971	.0490176	.0091182	5.38	0.000	.0311464	.0668889
cohort_1972	.0306359	.0098342	3.12	0.002	.0113612	.0499105
cohort_1973	.0682273	.0103699	6.58	0.000	.0479028	.0885518
cohort_1974	.0480467	.0107592	4.47	0.000	.0269592	.0691343
cohort_1975	.0647587	.010961	5.91	0.000	.0432754	.0862419
cohort_1976	.0533115	.011059	4.82	0.000	.0316361	.0749868
cohort_1977	.033709	.0114467	2.94	0.003	.0112739	.0561441
cohort_1978	.0531997	.0120445	4.42	0.000	.029593	.0768064
cohort_1979	.0262017	.012723	2.06	0.039	.001265	.0511383
cohort_1980	.033862	.0125898	2.69	0.007	.0091866	.0585375
cohort_1981	.0737372	.0131783	5.60	0.000	.0479082	.0995663
cohort_1982	.0630913	.0139356	4.53	0.000	.0357779	.0904047
cohort_1983	.0867663	.0138695	6.26	0.000	.0595825	.11395
cohort_1984	.0553304	.0151667	3.65	0.000	.0256042	.0850565
cohort_1985	.0958587	.0161913	5.92	0.000	.0641243	.1275931
cohort_1986	.0992431	.0158818	6.25	0.000	.0681153	.1303709
cohort_1987	.0787802	.017559	4.49	0.000	.0443652	.1131952
cohort_1988	.0816976	.0181384	4.50	0.000	.0461469	.1172483
cohort_1989	.0935246	.0199186	4.70	0.000	.0544849	.1325643
cohort_1990	.0516114	.021052	2.45	0.014	.0103503	.0928724
cohort_1991	.0622606	.0234518	2.65	0.008	.016296	.1082252
cohort_1992	.077078	.0246564	3.13	0.002	.0287522	.1254037
cohort_1993	.1335662	.0282047	4.74	0.000	.078286	.1888463
cohort_1994	-.003483	.0360886	-0.10	0.923	-.0742153	.0672493
cohort_1995	.0672918	.0375716	1.79	0.073	-.0063472	.1409308
cohort_1996	.0743643	.0487113	1.53	0.127	-.0211082	.1698368
cohort_1997	.0952602	.0569734	1.67	0.095	-.0164056	.2069261
cohort_1998	-.0031564	.0884217	-0.04	0.972	-.1764597	.1701469
_cons	.4343425	.0049525	87.70	0.000	.4246358	.4440491

Tabelle 48: Effekteberechnung für die Verkehrsträgerwahl: Bus.

. apc_ie Bus V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

```
Iteration 0: log likelihood = -16839.865
Intrinsic estimator of APC effects          No. of obs      =    194072
Optimization      : ML                     Residual df     =    193856
                                                Scale parameter =    .0697233
Deviance          =    13516.27622         (1/df) Deviance =    .0697233
Pearson           =    13516.27622         (1/df) Pearson  =    .0697233

Variance function: V(u) = 1                [Gaussian]
Link function     : g(u) = u                [Identity]

Log likelihood    =    -16839.8649         AIC              =    .1757684
                                                BIC              =   -2346871
```

Bus	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
V5050	.0257496	.0012047	21.37	0.000	.0233883	.0281108
V3030	-.0084954	.0005912	-14.37	0.000	-.0096541	-.0073367
age_14	.069108	.0084565	8.17	0.000	.0525336	.0856824
age_15	.0944342	.0075381	12.53	0.000	.0796599	.1092085
age_16	.1066289	.0068884	15.48	0.000	.0931278	.12013
age_17	.0982559	.0069331	14.17	0.000	.0846674	.1118445
age_18	.0598442	.0062035	9.65	0.000	.0476855	.0720029
age_19	.0255931	.005761	4.44	0.000	.0143019	.0368844
age_20	.0079154	.00573	1.38	0.167	-.0033152	.019146
age_21	-.0047219	.0057306	-0.82	0.410	-.0159538	.0065099
age_22	-.0277076	.0054144	-5.12	0.000	-.0383196	-.0170957
age_23	-.0363099	.0052186	-6.96	0.000	-.0465382	-.0260815
age_24	-.0443308	.0049987	-8.87	0.000	-.0541282	-.0345335
age_25	-.0467541	.0049081	-9.53	0.000	-.0563738	-.0371343
age_26	-.0493947	.0048182	-10.25	0.000	-.0588382	-.0399512
age_27	-.0546085	.0047749	-11.44	0.000	-.0639673	-.0452498
age_28	-.0550843	.0044495	-12.38	0.000	-.0638051	-.0463635
age_29	-.0571056	.0045385	-12.58	0.000	-.0660009	-.0482104
age_30	-.0530467	.0042724	-12.42	0.000	-.0614206	-.0446729
age_31	-.0570262	.0046866	-12.17	0.000	-.0662118	-.0478406
age_32	-.05341	.0044542	-11.99	0.000	-.0621402	-.0446799
age_33	-.0565091	.0044956	-12.57	0.000	-.0653204	-.0476979
age_34	-.0496652	.0044346	-11.20	0.000	-.0583569	-.0409735
age_35	-.0519642	.0042567	-12.21	0.000	-.0603071	-.0436213
age_36	-.0522248	.0041915	-12.46	0.000	-.06044	-.0440096
age_37	-.0593668	.00441	-13.46	0.000	-.0680103	-.0507234
age_38	-.0552303	.0040625	-13.60	0.000	-.0631926	-.0472679
age_39	-.058634	.0042445	-13.81	0.000	-.0669531	-.0503149
age_40	-.0578162	.0039215	-14.74	0.000	-.0655021	-.0501302
age_41	-.0548166	.004456	-12.30	0.000	-.0635501	-.0460831
age_42	-.0574353	.0040114	-14.32	0.000	-.0652975	-.0495731
age_43	-.053456	.0043733	-12.22	0.000	-.0620275	-.0448845
age_44	-.0542943	.0043937	-12.36	0.000	-.0629059	-.0456828
age_45	-.0514571	.0042465	-12.12	0.000	-.05978	-.0431342
age_46	-.0556876	.0045303	-12.29	0.000	-.0645669	-.0468083
age_47	-.0503175	.0046498	-10.82	0.000	-.059431	-.041204
age_48	-.0489722	.0043681	-11.21	0.000	-.0575335	-.0404109
age_49	-.0541195	.0046835	-11.56	0.000	-.063299	-.04494
age_50	-.0526603	.0041527	-12.68	0.000	-.0607994	-.0445212

age_51	-.0491165	.0047984	-10.24	0.000	-.0585212	-.0397117
age_52	-.0520536	.0044432	-11.72	0.000	-.0607621	-.0433452
age_53	-.0462202	.0047994	-9.63	0.000	-.0556269	-.0368135
age_54	-.0562636	.004793	-11.74	0.000	-.0656577	-.0468694
age_55	-.0401796	.0047712	-8.42	0.000	-.049531	-.0308282
age_56	-.0420575	.0047874	-8.79	0.000	-.0514405	-.0326744
age_57	-.0227545	.0051475	-4.42	0.000	-.0328435	-.0126656
age_58	-.0226653	.0047224	-4.80	0.000	-.0319211	-.0134096
age_59	-.0179221	.0048837	-3.67	0.000	-.0274939	-.0083502
age_60	-.0108398	.0043903	-2.47	0.014	-.0194447	-.0022349
age_61	.0028871	.0050867	0.57	0.570	-.0070826	.0128567
age_62	.0118612	.0047876	2.48	0.013	.0024777	.0212448
age_63	.0116928	.0049078	2.38	0.017	.0020737	.0213119
age_64	.0357018	.0051162	6.98	0.000	.0256742	.0457294
age_65	.0353332	.0048133	7.34	0.000	.0258993	.0447672
age_66	.0520143	.0052942	9.82	0.000	.0416379	.0623907
age_67	.0442924	.0054243	8.17	0.000	.0336609	.0549238
age_68	.0657589	.0053364	12.32	0.000	.0552998	.076218
age_69	.0490497	.005749	8.53	0.000	.0377818	.0603175
age_70	.0692336	.0052876	13.09	0.000	.0588702	.0795971
age_71	.0921703	.0063363	14.55	0.000	.0797514	.1045892
age_72	.0862431	.0061793	13.96	0.000	.0741319	.0983543
age_73	.090378	.0069832	12.94	0.000	.0766911	.1040649
age_74	.0889927	.0074432	11.96	0.000	.0744043	.103581
age_75	.0817978	.0072699	11.25	0.000	.067549	.0960465
age_76	.098337	.0085798	11.46	0.000	.0815209	.115153
age_77	.1155748	.0092501	12.49	0.000	.097445	.1337046
age_78	.1261307	.00933	13.52	0.000	.1078444	.1444171
age_79	.1354685	.0101385	13.36	0.000	.1155973	.1553397
age_80	.1195028	.0103972	11.49	0.000	.0991247	.1398809
period_1971	-.0345662	.0051197	-6.75	0.000	-.0446005	-.0245318
period_1972	-.0280382	.0049657	-5.65	0.000	-.0377708	-.0183057
period_1973	-.0409132	.0052603	-7.78	0.000	-.0512232	-.0306033
period_1974	-.0273756	.0049554	-5.52	0.000	-.037088	-.0176632
period_1975	-.0248135	.0047482	-5.23	0.000	-.0341197	-.0155073
period_1976	-.0314584	.0047761	-6.59	0.000	-.0408193	-.0220975
period_1977	-.0292308	.0048306	-6.05	0.000	-.0386987	-.0197629
period_1978	-.0173843	.004715	-3.69	0.000	-.0266255	-.0081432
period_1979	-.012474	.004739	-2.63	0.008	-.0217622	-.0031858
period_1980	-.0090757	.0045276	-2.00	0.045	-.0179497	-.0002018
period_1981	-.0006559	.0044535	-0.15	0.883	-.0093846	.0080728
period_1982	.0004126	.0045339	0.09	0.927	-.0084737	-.0092989
period_1983	-.009402	.0046799	-2.01	0.045	-.0185744	-.0002296
period_1984	-.0059351	.0045844	-1.29	0.195	-.0149204	.0030503
period_1985	.0023311	.004504	0.52	0.605	-.0064966	.0111588
period_1986	-.0017478	.004524	-0.39	0.699	-.0106146	.007119
period_1987	.0102646	.0042127	2.44	0.015	.0020079	.0185213
period_1988	.0095065	.0040557	2.34	0.019	.0015575	.0174556
period_1989	.0065053	.0040863	1.59	0.111	-.0015037	.0145143
period_1990	.0016907	.0038613	0.44	0.661	-.0058772	.0092586
period_1991	.0272367	.0038629	7.05	0.000	.0196655	.0348079
period_1992	.0314367	.0038309	8.21	0.000	.0239282	.0389451
period_1993	.0203932	.0033543	6.08	0.000	.0138189	.0269675
period_1994	.0250108	.0033764	7.41	0.000	.0183933	.0316284
period_1995	.0103942	.00338	3.08	0.002	.0037695	.0170189
period_1996	.0120449	.0036104	3.34	0.001	.0049687	.0191211
period_1997	.0166574	.0034753	4.79	0.000	.009846	.0234688
period_1998	.0125143	.0034153	3.66	0.000	.0058203	.0192082
period_1999	.0070832	.0034974	2.03	0.043	.0002285	.0139379
period_2000	.0065856	.0034795	1.89	0.058	-.000234	.0134052

period_2001	.0109879	.0034661	3.17	0.002	.0041945	.0177812
period_2002	.0159079	.0034492	4.61	0.000	.0091475	.0226683
period_2003	.0081551	.0034517	2.36	0.018	.0013898	.0149203
period_2004	.0088886	.0035399	2.51	0.012	.0019506	.0158267
period_2005	.0127832	.0035552	3.60	0.000	.0058151	.0197512
period_2006	.0077656	.0035764	2.17	0.030	.0007559	.0147752
period_2007	.0059388	.0035669	1.66	0.096	-.0010522	.0129297
period_2008	.0112466	.0035872	3.14	0.002	.0042158	.0182774
period_2009	.004652	.0036513	1.27	0.203	-.0025045	.0118085
period_2010	-.0038686	.0036699	-1.05	0.292	-.0110614	.0033242
period_2011	-.0027706	.0036664	-0.76	0.450	-.0099566	.0044155
period_2012	-.0066833	.0036881	-1.81	0.070	-.0139119	.0005452
cohort_1891	-.0433075	.0974215	-0.44	0.657	-.23425	.1476351
cohort_1892	-.1941927	.0776759	-2.50	0.012	-.3464347	-.0419507
cohort_1893	-.0615384	.0481623	-1.28	0.201	-.1559348	.032858
cohort_1894	-.0734737	.0405842	-1.81	0.070	-.1530173	.0060698
cohort_1895	-.1221821	.0387276	-3.15	0.002	-.1980868	-.0462774
cohort_1896	-.0424177	.0310009	-1.37	0.171	-.1031783	.018343
cohort_1897	.0125055	.0276228	0.45	0.651	-.0416342	.0666451
cohort_1898	-.0874983	.0242365	-3.61	0.000	-.1350008	-.0399957
cohort_1899	-.0224608	.0225394	-1.00	0.319	-.0666372	.0217156
cohort_1900	.0023507	.0205642	0.11	0.909	-.0379544	.0426557
cohort_1901	-.0159757	.0186948	-0.85	0.393	-.0526169	.0206655
cohort_1902	.0138978	.0162632	0.85	0.393	-.0179775	.0457731
cohort_1903	.0111632	.0168492	0.66	0.508	-.0218606	.0441871
cohort_1904	.0242855	.0159642	1.52	0.128	-.0070037	.0555747
cohort_1905	.0205117	.0146063	1.40	0.160	-.0081161	.0491395
cohort_1906	.027334	.0134808	2.03	0.043	.000912	.0537559
cohort_1907	-.0083376	.0123929	-0.67	0.501	-.0326272	.0159519
cohort_1908	.0081643	.0115101	0.71	0.478	-.0143951	.0307238
cohort_1909	.0376689	.0112861	3.34	0.001	.0155486	.0597892
cohort_1910	.0377826	.0109017	3.47	0.001	.0164158	.0591495
cohort_1911	.0278314	.0101447	2.74	0.006	.0079481	.0477146
cohort_1912	.0490208	.0099881	4.91	0.000	.0294444	.0685972
cohort_1913	-.0027298	.0095555	-0.29	0.775	-.0214582	.0159986
cohort_1914	.0219193	.0094485	2.32	0.020	.0034006	.040438
cohort_1915	.0250942	.01038	2.42	0.016	.0047498	.0454385
cohort_1916	.0290055	.0110136	2.63	0.008	.0074192	.0505919
cohort_1917	.0359745	.0103089	3.49	0.000	.0157694	.0561796
cohort_1918	.0301157	.0102067	2.95	0.003	.010111	.0501205
cohort_1919	.0328896	.0084018	3.91	0.000	.0164223	.0493569
cohort_1920	.0479863	.0079153	6.06	0.000	.0324726	.0635
cohort_1921	.0472351	.0078717	6.00	0.000	.0318069	.0626634
cohort_1922	.0477577	.0075993	6.28	0.000	.0328633	.0626521
cohort_1923	.0451745	.007576	5.96	0.000	.0303259	.0600232
cohort_1924	.0464343	.0071965	6.45	0.000	.0323295	.0605392
cohort_1925	.0655414	.0069567	9.42	0.000	.0519064	.0791764
cohort_1926	.0587128	.006805	8.63	0.000	.0453752	.0720505
cohort_1927	.0486496	.0066241	7.34	0.000	.0356666	.0616325
cohort_1928	.0438531	.0066497	6.59	0.000	.0308199	.0568863
cohort_1929	.0618006	.0063593	9.72	0.000	.0493366	.0742646
cohort_1930	.0564297	.0061372	9.19	0.000	.044401	.0684584
cohort_1931	.0646782	.0063212	10.23	0.000	.0522888	.0770675
cohort_1932	.0419884	.006115	6.87	0.000	.0300032	.0539735
cohort_1933	.0614718	.0060002	10.24	0.000	.0497116	.0732321
cohort_1934	.066675	.0055219	12.07	0.000	.0558521	.0774978
cohort_1935	.04971	.0052805	9.41	0.000	.0393605	.0600596
cohort_1936	.037071	.0051264	7.23	0.000	.0270235	.0471186
cohort_1937	.0386461	.0049811	7.76	0.000	.0288833	.048409
cohort_1938	.0379623	.0048859	7.77	0.000	.0283861	.0475386

cohort_1939	.0310515	.0047546	6.53	0.000	.0217326	.0403704
cohort_1940	.0290316	.0047164	6.16	0.000	.0197877	.0382755
cohort_1941	.0155531	.004738	3.28	0.001	.0062668	.0248395
cohort_1942	.0106292	.0048712	2.18	0.029	.0010818	.0201766
cohort_1943	.0169796	.0049099	3.46	0.001	.0073563	.0266028
cohort_1944	.0131659	.0049545	2.66	0.008	.0034553	.0228765
cohort_1945	.0041047	.0052939	0.78	0.438	-.0062712	.0144806
cohort_1946	.0027774	.0051457	0.54	0.589	-.007308	.0128628
cohort_1947	-.0024992	.0049407	-0.51	0.613	-.0121828	.0071844
cohort_1948	-.0024968	.004804	-0.52	0.603	-.0119124	.0069188
cohort_1949	.0017337	.0047863	0.36	0.717	-.0076473	.0111147
cohort_1950	-.0029265	.0046406	-0.63	0.528	-.0120219	.006169
cohort_1951	-.0025927	.0047174	-0.55	0.583	-.0118386	.0066531
cohort_1952	-.0095769	.0046734	-2.05	0.040	-.0187365	-.0004173
cohort_1953	-.006085	.0046344	-1.31	0.189	-.0151684	.0029983
cohort_1954	-.0048592	.0046448	-1.05	0.295	-.0139629	.0042445
cohort_1955	-.0092119	.0047172	-1.95	0.051	-.0184574	.0000337
cohort_1956	-.0011289	.0046541	-0.24	0.808	-.0102507	.0079929
cohort_1957	-.0037457	.0046389	-0.81	0.419	-.0128377	.0053463
cohort_1958	-.0109274	.0046557	-2.35	0.019	-.0200523	-.0018024
cohort_1959	-.0141407	.0045813	-3.09	0.002	-.0231199	-.0051615
cohort_1960	-.0106406	.0045053	-2.36	0.018	-.0194707	-.0018104
cohort_1961	-.0070498	.0045583	-1.55	0.122	-.015984	.0018844
cohort_1962	-.0147728	.0046378	-3.19	0.001	-.0238627	-.0056828
cohort_1963	-.0203953	.0045162	-4.52	0.000	-.029247	-.0115437
cohort_1964	-.0246669	.004566	-5.40	0.000	-.033616	-.0157178
cohort_1965	-.0145699	.0046432	-3.14	0.002	-.0236704	-.0054695
cohort_1966	-.0165076	.0046435	-3.55	0.000	-.0256087	-.0074065
cohort_1967	-.0173713	.0048168	-3.61	0.000	-.0268121	-.0079305
cohort_1968	-.0164912	.0048237	-3.42	0.001	-.0259456	-.0070369
cohort_1969	-.0255086	.0051413	-4.96	0.000	-.0355853	-.0154318
cohort_1970	-.011557	.0052286	-2.21	0.027	-.0218049	-.0013091
cohort_1971	-.0226195	.0054739	-4.13	0.000	-.0333482	-.0118908
cohort_1972	-.0065969	.0059038	-1.12	0.264	-.0181681	.0049744
cohort_1973	-.0257739	.0062254	-4.14	0.000	-.0379754	-.0135724
cohort_1974	-.0166612	.0064591	-2.58	0.010	-.0293208	-.0040016
cohort_1975	-.0245122	.0065803	-3.73	0.000	-.0374093	-.011615
cohort_1976	-.0155174	.0066391	-2.34	0.019	-.0285298	-.0025049
cohort_1977	-.0234442	.0068718	-3.41	0.001	-.0369127	-.0099756
cohort_1978	-.0209618	.0072307	-2.90	0.004	-.0351337	-.0067898
cohort_1979	-.0243073	.0076381	-3.18	0.001	-.0392776	-.009337
cohort_1980	-.0138695	.0075581	-1.84	0.066	-.0286831	.000944
cohort_1981	-.0152378	.0079114	-1.93	0.054	-.0307438	.0002683
cohort_1982	-.0435008	.0083661	-5.20	0.000	-.059898	-.0271037
cohort_1983	-.0211796	.0083263	-2.54	0.011	-.0374989	-.0048603
cohort_1984	-.019329	.0091051	-2.12	0.034	-.0371746	-.0014834
cohort_1985	-.0255201	.0097202	-2.63	0.009	-.0445714	-.0064689
cohort_1986	-.0355072	.0095344	-3.72	0.000	-.0541943	-.0168201
cohort_1987	-.0200344	.0105413	-1.90	0.057	-.0406949	.0006262
cohort_1988	-.0134855	.0108891	-1.24	0.216	-.0348278	.0078568
cohort_1989	-.0287842	.0119578	-2.41	0.016	-.0522211	-.0053473
cohort_1990	-.0114707	.0126382	-0.91	0.364	-.0362412	.0132997
cohort_1991	-.0252575	.0140789	-1.79	0.073	-.0528516	.0023366
cohort_1992	-.01991	.0148021	-1.35	0.179	-.0489216	.0091016
cohort_1993	-.0575942	.0169322	-3.40	0.001	-.0907808	-.0244076
cohort_1994	-.0336952	.0216652	-1.56	0.120	-.0761583	.0087678
cohort_1995	-.0213666	.0225555	-0.95	0.343	-.0655747	.0228414
cohort_1996	.0076019	.0292431	0.26	0.795	-.0497136	.0649173
cohort_1997	-.0532318	.0342031	-1.56	0.120	-.1202687	.013805
cohort_1998	.015283	.0530826	0.29	0.773	-.088757	.1193229
_cons	.071687	.0029731	24.11	0.000	.0658598	.0775143

Tabelle 49: Effekteberechnung für die Verkehrsträgerwahl: Bahn.

. apc_ie Bahn V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

```
Iteration 0:    log likelihood = -21832.758
Intrinsic estimator of APC effects                    No. of obs      =    194072
Optimization   : ML                                 Residual df     =    193856
                                                    Scale parameter =    .0734047
Deviance       =   14229.94628                      (1/df) Deviance =    .0734047
Pearson        =   14229.94628                      (1/df) Pearson  =    .0734047

Variance function: V(u) = 1                        [Gaussian]
Link function   : g(u) = u                          [Identity]

Log likelihood  = -21832.75832                      AIC              =    .2272225
                                                    BIC              =   -2346158
```

Bahn	OIM		z	P> z	[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.				
V5050	.031236	.0012361	25.27	0.000	.0288132	.0336588
V3030	-.0197706	.0006066	-32.59	0.000	-.0209595	-.0185817
age_14	-.0278819	.0086769	-3.21	0.001	-.0448883	-.0108755
age_15	-.0161334	.0077345	-2.09	0.037	-.0312927	-.000974
age_16	-.0174587	.0070679	-2.47	0.014	-.0313116	-.0036058
age_17	.0062215	.0071137	0.87	0.382	-.0077212	.0201641
age_18	-.0019378	.0063652	-0.30	0.761	-.0144134	.0105377
age_19	-.0220854	.0059111	-3.74	0.000	-.033671	-.0104999
age_20	-.0435055	.0058793	-7.40	0.000	-.0550287	-.0319822
age_21	-.0469391	.00588	-7.98	0.000	-.0584637	-.0354145
age_22	-.06736	.0055555	-12.12	0.000	-.0782485	-.0564715
age_23	-.08399	.0053546	-15.69	0.000	-.0944849	-.0734951
age_24	-.074893	.005129	-14.60	0.000	-.0849457	-.0648404
age_25	-.0730344	.005036	-14.50	0.000	-.0829048	-.063164
age_26	-.0901799	.0049438	-18.24	0.000	-.0998695	-.0804904
age_27	-.0794267	.0048994	-16.21	0.000	-.0890293	-.0698241
age_28	-.0803129	.0045654	-17.59	0.000	-.089261	-.0713648
age_29	-.0700478	.0046567	-15.04	0.000	-.0791749	-.0609208
age_30	-.0698166	.0043838	-15.93	0.000	-.0784087	-.0612245
age_31	-.0682128	.0048088	-14.19	0.000	-.0776378	-.0587878
age_32	-.0673781	.0045703	-14.74	0.000	-.0763358	-.0584204
age_33	-.0607314	.0046128	-13.17	0.000	-.0697723	-.0516905
age_34	-.0584814	.0045502	-12.85	0.000	-.0673996	-.0495632
age_35	-.0544526	.0043676	-12.47	0.000	-.063013	-.0458923
age_36	-.0492254	.0043007	-11.45	0.000	-.0576547	-.0407961
age_37	-.0422715	.004525	-9.34	0.000	-.0511402	-.0334028
age_38	-.0393246	.0041684	-9.43	0.000	-.0474945	-.0311548
age_39	-.0369435	.0043551	-8.48	0.000	-.0454794	-.0284076
age_40	-.03876	.0040237	-9.63	0.000	-.0466462	-.0308738
age_41	-.0307246	.0045721	-6.72	0.000	-.0396857	-.0217635
age_42	-.0248132	.0041159	-6.03	0.000	-.0328803	-.0167461
age_43	-.0249266	.0044873	-5.55	0.000	-.0337215	-.0161317
age_44	-.0197448	.0045082	-4.38	0.000	-.0285807	-.0109088
age_45	-.0188039	.0043571	-4.32	0.000	-.0273437	-.0102641
age_46	-.0101844	.0046484	-2.19	0.028	-.019295	-.0010737
age_47	-.0147587	.004771	-3.09	0.002	-.0241097	-.0054077
age_48	-.01393	.0044819	-3.11	0.002	-.0227144	-.0051456
age_49	-.0068533	.0048055	-1.43	0.154	-.016272	.0025654
age_50	.0017119	.0042609	0.40	0.688	-.0066393	.0100631

age_51	.0063001	.0049235	1.28	0.201	-.0033498	.0159499
age_52	-.0008662	.004559	-0.19	0.849	-.0098016	.0080692
age_53	.0128747	.0049245	2.61	0.009	.0032229	.0225266
age_54	.0139165	.0049179	2.83	0.005	.0042775	.0235554
age_55	.0152402	.0048956	3.11	0.002	.0056451	.0248354
age_56	.0150705	.0049121	3.07	0.002	.0054429	.024698
age_57	.021146	.0052817	4.00	0.000	.0107941	.0314979
age_58	.0216152	.0048455	4.46	0.000	.0121182	.0311122
age_59	.0215603	.0050109	4.30	0.000	.011739	.0313815
age_60	.0190147	.0045047	4.22	0.000	.0101856	.0278439
age_61	.0482211	.0052192	9.24	0.000	.0379916	.0584506
age_62	.0441441	.0049124	8.99	0.000	.034516	.0537722
age_63	.0450184	.0050357	8.94	0.000	.0351487	.0548882
age_64	.0488334	.0052495	9.30	0.000	.0385445	.0591223
age_65	.0493978	.0049388	10.00	0.000	.039718	.0590776
age_66	.054172	.0054321	9.97	0.000	.0435252	.0648188
age_67	.0551213	.0055657	9.90	0.000	.0442128	.0660298
age_68	.0709959	.0054754	12.97	0.000	.0602643	.0817275
age_69	.0613719	.0058988	10.40	0.000	.0498104	.0729335
age_70	.0692377	.0054254	12.76	0.000	.0586041	.0798712
age_71	.0885925	.0065014	13.63	0.000	.0758499	.101335
age_72	.0798541	.0063403	12.59	0.000	.0674273	.0922809
age_73	.0920945	.0071652	12.85	0.000	.078051	.1061381
age_74	.0911716	.0076372	11.94	0.000	.076203	.1061401
age_75	.092129	.0074594	12.35	0.000	.0775089	.1067491
age_76	.087049	.0088034	9.89	0.000	.0697947	.1043033
age_77	.0699004	.0094911	7.36	0.000	.0512982	.0885027
age_78	.0800259	.0095731	8.36	0.000	.061263	.0987889
age_79	.0712975	.0104028	6.85	0.000	.0509084	.0916865
age_80	.0930907	.0106682	8.73	0.000	.0721815	.1139999
period_1971	.1306593	.0052531	24.87	0.000	.1203635	.1409552
period_1972	.1247484	.0050951	24.48	0.000	.1147621	.1347346
period_1973	.1351725	.0053974	25.04	0.000	.1245938	.1457512
period_1974	.0974564	.0050845	19.17	0.000	.0874909	.1074219
period_1975	.0857583	.0048719	17.60	0.000	.0762095	.095307
period_1976	.0761498	.0049005	15.54	0.000	.0665449	.0857547
period_1977	.0816831	.0049565	16.48	0.000	.0719685	.0913977
period_1978	.0742618	.0048378	15.35	0.000	.0647798	.0837438
period_1979	.0637261	.0048625	13.11	0.000	.0541959	.0732564
period_1980	.073013	.0046456	15.72	0.000	.0639078	.0821182
period_1981	.0652188	.0045695	14.27	0.000	.0562626	.0741749
period_1982	.0522112	.0046521	11.22	0.000	.0430933	.0613291
period_1983	.0269452	.0048018	5.61	0.000	.0175338	.0363566
period_1984	.012085	.0047039	2.57	0.010	.0028655	.0213045
period_1985	.0145614	.0046214	3.15	0.002	.0055036	.0236191
period_1986	-.01082	.0046419	-2.33	0.020	-.0199179	-.0017221
period_1987	.0205155	.0043225	4.75	0.000	.0120436	.0289874
period_1988	.0033176	.0041614	0.80	0.425	-.0048386	.0114738
period_1989	-.0114222	.0041928	-2.72	0.006	-.0196399	-.0032045
period_1990	.0293084	.0039619	7.40	0.000	.0215433	.0370736
period_1991	.0014041	.0039636	0.35	0.723	-.0063644	.0091726
period_1992	-.0187563	.0039307	-4.77	0.000	-.0264604	-.0110522
period_1993	-.0190981	.0034417	-5.55	0.000	-.0258438	-.0123525
period_1994	-.0258577	.0034644	-7.46	0.000	-.0326477	-.0190676
period_1995	-.0262047	.0034681	-7.56	0.000	-.033002	-.0194074
period_1996	-.036292	.0037045	-9.80	0.000	-.0435526	-.0290314
period_1997	-.0381245	.0035658	-10.69	0.000	-.0451134	-.0311356
period_1998	-.0400884	.0035044	-11.44	0.000	-.0469568	-.03322
period_1999	-.0479748	.0035885	-13.37	0.000	-.0550081	-.0409414
period_2000	-.0490156	.0035701	-13.73	0.000	-.0560129	-.0420182

period_2001	-.0467824	.0035564	-13.15	0.000	-.0537528	-.0398119
period_2002	-.0553665	.0035391	-15.64	0.000	-.0623031	-.04843
period_2003	-.0583801	.0035417	-16.48	0.000	-.0653216	-.0514385
period_2004	-.0639757	.0036321	-17.61	0.000	-.0710946	-.0568568
period_2005	-.0623488	.0036478	-17.09	0.000	-.0694985	-.0551992
period_2006	-.0802782	.0036696	-21.88	0.000	-.0874705	-.0730858
period_2007	-.0760359	.0036598	-20.78	0.000	-.083209	-.0688627
period_2008	-.0792716	.0036807	-21.54	0.000	-.0864856	-.0720576
period_2009	-.0763231	.0037465	-20.37	0.000	-.0836661	-.0689802
period_2010	-.0790567	.0037655	-20.99	0.000	-.086437	-.0716764
period_2011	-.0801949	.003762	-21.32	0.000	-.0875682	-.0728215
period_2012	-.0865279	.0037842	-22.87	0.000	-.0939448	-.079111
cohort_1891	.1619266	.0999603	1.62	0.105	-.0339921	.3578453
cohort_1892	.0673614	.0797002	0.85	0.398	-.0888482	.2235709
cohort_1893	.0874047	.0494175	1.77	0.077	-.0094518	.1842611
cohort_1894	.0992617	.0416419	2.38	0.017	.0176451	.1808782
cohort_1895	.239958	.0397369	6.04	0.000	.1620751	.3178408
cohort_1896	.0869872	.0318088	2.73	0.006	.0246431	.1493313
cohort_1897	.1114282	.0283426	3.93	0.000	.0558776	.1669787
cohort_1898	.1622889	.0248681	6.53	0.000	.1135483	.2110294
cohort_1899	.1229381	.0231268	5.32	0.000	.0776104	.1682658
cohort_1900	.1648025	.0211001	7.81	0.000	.1234471	.206158
cohort_1901	.1791693	.019182	9.34	0.000	.1415732	.2167654
cohort_1902	.1489714	.016687	8.93	0.000	.1162654	.1816774
cohort_1903	.0998575	.0172883	5.78	0.000	.0659731	.133742
cohort_1904	.0911558	.0163802	5.56	0.000	.0590511	.1232604
cohort_1905	.0719794	.0149869	4.80	0.000	.0426055	.1013532
cohort_1906	.1028959	.0138321	7.44	0.000	.0757854	.1300064
cohort_1907	.1299788	.0127158	10.22	0.000	.1050562	.1549014
cohort_1908	.0784961	.0118101	6.65	0.000	.0553487	.1016435
cohort_1909	.0639394	.0115802	5.52	0.000	.0412427	.0866362
cohort_1910	.0641939	.0111858	5.74	0.000	.0422702	.0861177
cohort_1911	.0388569	.0104091	3.73	0.000	.0184555	.0592583
cohort_1912	.0597643	.0102484	5.83	0.000	.0396777	.0798509
cohort_1913	.0423344	.0098045	4.32	0.000	.023118	.0615508
cohort_1914	.0270024	.0096947	2.79	0.005	.008001	.0460037
cohort_1915	.040194	.0106505	3.77	0.000	.0193194	.0610685
cohort_1916	.054768	.0113007	4.85	0.000	.0326191	.0769169
cohort_1917	.0380575	.0105776	3.60	0.000	.0173258	.0587891
cohort_1918	.0241132	.0104727	2.30	0.021	.0035871	.0446392
cohort_1919	-.0246448	.0086208	-2.86	0.004	-.0415412	-.0077484
cohort_1920	-.0271889	.0081216	-3.35	0.001	-.0431069	-.0112709
cohort_1921	-.0140613	.0080768	-1.74	0.082	-.0298916	.001769
cohort_1922	-.0327039	.0077973	-4.19	0.000	-.0479864	-.0174214
cohort_1923	-.0325431	.0077734	-4.19	0.000	-.0477787	-.0173074
cohort_1924	-.042532	.007384	-5.76	0.000	-.0570044	-.0280596
cohort_1925	-.0823784	.007138	-11.54	0.000	-.0963687	-.0683881
cohort_1926	-.0450493	.0069824	-6.45	0.000	-.0587345	-.031364
cohort_1927	-.0593802	.0067967	-8.74	0.000	-.0727015	-.0460589
cohort_1928	-.0530094	.006823	-7.77	0.000	-.0663823	-.0396366
cohort_1929	-.0511745	.006525	-7.84	0.000	-.0639634	-.0383857
cohort_1930	-.0735921	.0062972	-11.69	0.000	-.0859343	-.0612499
cohort_1931	-.078789	.0064859	-12.15	0.000	-.0915012	-.0660767
cohort_1932	-.0656419	.0062743	-10.46	0.000	-.0779394	-.0533445
cohort_1933	-.0905296	.0061566	-14.70	0.000	-.1025963	-.0784629
cohort_1934	-.0791162	.0056658	-13.96	0.000	-.0902211	-.0680114
cohort_1935	-.0974357	.0054181	-17.98	0.000	-.108055	-.0868164
cohort_1936	-.0963742	.00526	-18.32	0.000	-.1066835	-.0860648
cohort_1937	-.0953314	.0051109	-18.65	0.000	-.1053487	-.0853142
cohort_1938	-.0852541	.0050133	-17.01	0.000	-.09508	-.0754283

cohort_1939	-.0969862	.0048785	-19.88	0.000	-.106548	-.0874245
cohort_1940	-.0974195	.0048393	-20.13	0.000	-.1069043	-.0879347
cohort_1941	-.1024034	.0048615	-21.06	0.000	-.1119318	-.0928751
cohort_1942	-.0962818	.0049982	-19.26	0.000	-.106078	-.0864855
cohort_1943	-.0936699	.0050379	-18.59	0.000	-.1035439	-.0837959
cohort_1944	-.095961	.0050836	-18.88	0.000	-.1059246	-.0859973
cohort_1945	-.0893776	.0054319	-16.45	0.000	-.1000239	-.0787313
cohort_1946	-.091889	.0052798	-17.40	0.000	-.1022372	-.0815407
cohort_1947	-.0799524	.0050695	-15.77	0.000	-.0898883	-.0700164
cohort_1948	-.0800186	.0049292	-16.23	0.000	-.0896796	-.0703576
cohort_1949	-.0757032	.0049111	-15.41	0.000	-.0853287	-.0660777
cohort_1950	-.0754363	.0047616	-15.84	0.000	-.0847688	-.0661038
cohort_1951	-.0696557	.0048403	-14.39	0.000	-.0791425	-.0601689
cohort_1952	-.0666345	.0047952	-13.90	0.000	-.0760329	-.0572362
cohort_1953	-.0570744	.0047552	-12.00	0.000	-.0663945	-.0477544
cohort_1954	-.0572988	.0047659	-12.02	0.000	-.0666397	-.0479579
cohort_1955	-.0507719	.0048401	-10.49	0.000	-.0602584	-.0412855
cohort_1956	-.0485853	.0047753	-10.17	0.000	-.0579448	-.0392257
cohort_1957	-.0513229	.0047597	-10.78	0.000	-.0606519	-.041994
cohort_1958	-.0469407	.004777	-9.83	0.000	-.0563034	-.0375779
cohort_1959	-.0387378	.0047007	-8.24	0.000	-.047951	-.0295246
cohort_1960	-.0414871	.0046227	-8.97	0.000	-.0505474	-.0324269
cohort_1961	-.0307171	.0046771	-6.57	0.000	-.0398841	-.0215501
cohort_1962	-.0295405	.0047587	-6.21	0.000	-.0388673	-.0202136
cohort_1963	-.0319264	.0046339	-6.89	0.000	-.0410087	-.0228441
cohort_1964	-.0215992	.004685	-4.61	0.000	-.0307816	-.0124169
cohort_1965	-.0243038	.0047642	-5.10	0.000	-.0336414	-.0149662
cohort_1966	-.0208316	.0047645	-4.37	0.000	-.0301699	-.0114934
cohort_1967	-.0177211	.0049424	-3.59	0.000	-.0274079	-.0080342
cohort_1968	-.012616	.0049494	-2.55	0.011	-.0223167	-.0029153
cohort_1969	-.0026939	.0052753	-0.51	0.610	-.0130332	.0076455
cohort_1970	-.0151148	.0053649	-2.82	0.005	-.0256297	-.0045999
cohort_1971	-.0036431	.0056166	-0.65	0.517	-.0146515	.0073652
cohort_1972	-.0065713	.0060577	-1.08	0.278	-.0184441	.0053015
cohort_1973	.0084004	.0063876	1.32	0.188	-.0041191	.0209199
cohort_1974	.0073515	.0066274	1.11	0.267	-.005638	.020341
cohort_1975	.0002912	.0067518	0.04	0.966	-.012942	.0135245
cohort_1976	.0028122	.0068121	0.41	0.680	-.0105394	.0161638
cohort_1977	.0114997	.0070509	1.63	0.103	-.0023198	.0253193
cohort_1978	.0051609	.0074191	0.70	0.487	-.0093804	.0197021
cohort_1979	.0200037	.0078371	2.55	0.011	.0046432	.0353642
cohort_1980	.0146306	.007755	1.89	0.059	-.000569	.0298302
cohort_1981	.0124104	.0081176	1.53	0.126	-.0034998	.0283206
cohort_1982	.0193049	.0085841	2.25	0.025	.0024804	.0361294
cohort_1983	.0233278	.0085433	2.73	0.006	.0065831	.0400724
cohort_1984	.0185976	.0093424	1.99	0.047	.0002869	.0369083
cohort_1985	.0054256	.0099735	0.54	0.586	-.0141221	.0249733
cohort_1986	.0034173	.0097829	0.35	0.727	-.0157568	.0225913
cohort_1987	.0178909	.010816	1.65	0.098	-.0033081	.0390898
cohort_1988	.033663	.0111729	3.01	0.003	.0117645	.0555615
cohort_1989	.0401262	.0122694	3.27	0.001	.0160785	.0641738
cohort_1990	.0295455	.0129676	2.28	0.023	.0041295	.0549615
cohort_1991	.0246687	.0144458	1.71	0.088	-.0036446	.0529819
cohort_1992	.0047581	.0151879	0.31	0.754	-.0250096	.0345257
cohort_1993	-.0107612	.0173735	-0.62	0.536	-.0448127	.0232902
cohort_1994	.0364711	.0222298	1.64	0.101	-.0070985	.0800408
cohort_1995	.0152394	.0231434	0.66	0.510	-.0301207	.0605996
cohort_1996	.0109238	.0300052	0.36	0.716	-.0478853	.0697329
cohort_1997	.0599752	.0350945	1.71	0.087	-.0088087	.1287591
cohort_1998	-.0276027	.054466	-0.51	0.612	-.1343541	.0791486
_cons	.1620861	.0030506	53.13	0.000	.1561071	.1680652

Tabelle 50: Effekteberechnung für die Unterkunftswahl: Hotel.

. apc_ie Hotel V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

```

Iteration 0:   log likelihood = -131910.81
Intrinsic estimator of APC effects
Optimization   : ML
Deviance       = 44332.37168
Pearson        = 44332.37168
No. of obs     = 193026
Residual df    = 192810
Scale parameter = .2299278
(1/df) Deviance = .2299278
(1/df) Pearson = .2299278

Variance function: V(u) = 1
Link function      : g(u) = u
[Gaussian]
[Identity]

Log likelihood    = -131910.8143
AIC               = 1.369005
BIC               = -2302277
    
```

Hotel	OIM					[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.	z	P> z			
V5050	-.0036037	.0021937	-1.64	0.100	-.0079034	.0006959	
V3030	-.0627997	.001077	-58.31	0.000	-.0649106	-.0606889	
age_14	-.0481204	.0153933	-3.13	0.002	-.0782907	-.0179502	
age_15	-.0369533	.0137748	-2.68	0.007	-.0639515	-.0099551	
age_16	-.0149099	.0125455	-1.19	0.235	-.0394986	.0096787	
age_17	-.001558	.0126415	-0.12	0.902	-.0263349	.0232188	
age_18	.0284378	.0113115	2.51	0.012	.0062677	.0506079	
age_19	.0207907	.0105037	1.98	0.048	.0002039	.0413774	
age_20	.0006792	.0104321	0.07	0.948	-.0197672	.0211257	
age_21	.0123309	.0104397	1.18	0.238	-.0081306	.0327923	
age_22	.0249413	.0098679	2.53	0.011	.0056005	.044282	
age_23	.0015401	.0094998	0.16	0.871	-.0170792	.0201593	
age_24	.0238438	.0091054	2.62	0.009	.0059976	.04169	
age_25	.0215117	.0089481	2.40	0.016	.0039737	.0390498	
age_26	.009497	.0087776	1.08	0.279	-.0077068	.0267009	
age_27	.024897	.0086989	2.86	0.004	.0078475	.0419465	
age_28	.0241045	.0081069	2.97	0.003	.0082152	.0399937	
age_29	.0188588	.0082755	2.28	0.023	.0026392	.0350784	
age_30	.013144	.0077872	1.69	0.091	-.0021186	.0284065	
age_31	.0115747	.0085409	1.36	0.175	-.0051652	.0283147	
age_32	-.005179	.0081257	-0.64	0.524	-.0211051	.0107471	
age_33	.0046118	.0081808	0.56	0.573	-.0114223	.0206459	
age_34	.0094604	.0080804	1.17	0.242	-.0063768	.0252976	
age_35	.0170159	.0077541	2.19	0.028	.0018181	.0322136	
age_36	.0049419	.0076291	0.65	0.517	-.0100109	.0198947	
age_37	.0131938	.0080352	1.64	0.101	-.002555	.0289426	
age_38	.0113846	.0073931	1.54	0.124	-.0031055	.0258747	
age_39	.0030971	.0077395	0.40	0.689	-.012072	.0182662	
age_40	.0236301	.0071472	3.31	0.001	.0096218	.0376383	
age_41	.021096	.008121	2.60	0.009	.0051791	.037013	
age_42	.0194038	.007321	2.65	0.008	.0050549	.0337526	
age_43	.0098346	.0079712	1.23	0.217	-.0057888	.0254579	
age_44	.0225525	.0080098	2.82	0.005	.0068536	.0382513	
age_45	.0402088	.0077387	5.20	0.000	.0250413	.0553763	
age_46	.0210509	.0082513	2.55	0.011	.0048786	.0372232	
age_47	.0155627	.0084655	1.84	0.066	-.0010294	.0321547	
age_48	.0300909	.0079502	3.78	0.000	.0145087	.0456731	
age_49	.0243555	.008523	2.86	0.004	.0076507	.0410604	
age_50	.0333487	.0075617	4.41	0.000	.018528	.0481693	

age_51	.0212891	.0087287	2.44	0.015	.0041811	.038397
age_52	.0217042	.0080847	2.68	0.007	.0058585	.03755
age_53	.0042437	.008733	0.49	0.627	-.0128727	.0213601
age_54	.0090646	.008736	1.04	0.299	-.0080576	.0261869
age_55	-.0126305	.008676	-1.46	0.145	-.0296351	.004374
age_56	-.0017605	.0087076	-0.20	0.840	-.0188271	.015306
age_57	-.0185429	.0093586	-1.98	0.048	-.0368854	-.0002004
age_58	-.0164329	.0085925	-1.91	0.056	-.0332738	.000408
age_59	-.0239989	.0088859	-2.70	0.007	-.041415	-.0065828
age_60	-.0201169	.0079869	-2.52	0.012	-.035771	-.0044628
age_61	-.0206281	.0092407	-2.23	0.026	-.0387395	-.0025167
age_62	-.0323875	.0087065	-3.72	0.000	-.049452	-.0153231
age_63	-.0226347	.0089196	-2.54	0.011	-.0401169	-.0051525
age_64	-.0294327	.0093045	-3.16	0.002	-.0476693	-.0111962
age_65	-.0170596	.0087523	-1.95	0.051	-.0342138	.0000945
age_66	-.0180897	.0096293	-1.88	0.060	-.0369627	.0007833
age_67	-.0208267	.0098633	-2.11	0.035	-.0401585	-.0014949
age_68	-.016877	.0097008	-1.74	0.082	-.0358902	.0021361
age_69	-.0196836	.0104529	-1.88	0.060	-.0401708	.0008036
age_70	-.0233394	.0096134	-2.43	0.015	-.0421813	-.0044975
age_71	-.0216266	.011516	-1.88	0.060	-.0441976	.0009444
age_72	-.0052347	.011232	-0.47	0.641	-.027249	.0167797
age_73	-.0023236	.0127018	-0.18	0.855	-.0272187	.0225716
age_74	-.0457206	.0135219	-3.38	0.001	-.0722231	-.0192181
age_75	-.0366678	.0131981	-2.78	0.005	-.0625356	-.0108001
age_76	-.0156333	.0155887	-1.00	0.316	-.0461865	.01492
age_77	.0090635	.0168183	0.54	0.590	-.0238997	.0420268
age_78	-.0195184	.0169528	-1.15	0.250	-.0527451	.0137084
age_79	-.0240875	.0184392	-1.31	0.191	-.0602277	.0120528
age_80	-.0343818	.0188974	-1.82	0.069	-.0714201	.0026565
period_1971	-.1100947	.0092176	-11.94	0.000	-.1281609	-.0920285
period_1972	-.1048511	.00901	-11.64	0.000	-.1225104	-.0871917
period_1973	-.1357961	.0095496	-14.22	0.000	-.1545131	-.1170792
period_1974	-.1044825	.0090335	-11.57	0.000	-.1221879	-.0867771
period_1975	-.1052985	.0086129	-12.23	0.000	-.1221795	-.0884174
period_1976	-.1192781	.0087713	-13.60	0.000	-.1364695	-.1020867
period_1977	-.0887926	.0087812	-10.11	0.000	-.1060035	-.0715817
period_1978	-.0817703	.008563	-9.55	0.000	-.0985535	-.0649871
period_1979	-.0508088	.0086582	-5.87	0.000	-.0677786	-.033839
period_1980	-.0784852	.0082284	-9.54	0.000	-.0946125	-.0623578
period_1981	.0075878	.0090683	0.84	0.403	-.0101858	.0253614
period_1982	-.0725217	.0082346	-8.81	0.000	-.0886613	-.0563822
period_1983	-.0791256	.0085341	-9.27	0.000	-.0958522	-.062399
period_1984	-.0471657	.008326	-5.66	0.000	-.0634844	-.0308469
period_1985	-.0802136	.0081811	-9.80	0.000	-.0962482	-.064179
period_1986	-.0828665	.0082292	-10.07	0.000	-.0989955	-.0667376
period_1987	-.0466852	.0076509	-6.10	0.000	-.0616808	-.0316896
period_1988	-.0544825	.007366	-7.40	0.000	-.0689196	-.0400454
period_1989	-.0645349	.0074216	-8.70	0.000	-.0790809	-.0499889
period_1990	-.0816822	.007013	-11.65	0.000	-.0954273	-.067937
period_1991	-.0572767	.0070196	-8.16	0.000	-.071035	-.0435185
period_1992	-.0128863	.0069578	-1.85	0.064	-.0265234	.0007508
period_1993	.0067275	.0061708	1.09	0.276	-.0053671	.018822
period_1994	.028791	.0061326	4.69	0.000	.0167714	.0408107
period_1995	.0158588	.0061391	2.58	0.010	.0038263	.0278912
period_1996	.0467309	.0065574	7.13	0.000	.0338787	.0595832
period_1997	.062703	.0063121	9.93	0.000	.0503316	.0750744
period_1998	.052214	.0062032	8.42	0.000	.0400559	.0643721
period_1999	.0665171	.0063522	10.47	0.000	.0540671	.0789672
period_2000	.0910124	.0063196	14.40	0.000	.0786262	.1033987

period_2001	.0899544	.0062953	14.29	0.000	.0776159	.102293
period_2002	.073327	.0062647	11.70	0.000	.0610483	.0856057
period_2003	.0905049	.0062692	14.44	0.000	.0782175	.1027923
period_2004	.118158	.0064293	18.38	0.000	.1055568	.1307592
period_2005	.1401144	.006457	21.70	0.000	.1274588	.15277
period_2006	.1353597	.0064956	20.84	0.000	.1226286	.1480908
period_2007	.1183635	.0064782	18.27	0.000	.1056664	.1310606
period_2008	.1328132	.0065151	20.39	0.000	.1200439	.1455825
period_2009	.1039818	.0066315	15.68	0.000	.0909843	.1169793
period_2010	.0917124	.0066651	13.76	0.000	.078649	.1047757
period_2011	.0903039	.0066588	13.56	0.000	.0772528	.1033549
period_2012	.0963629	.0066981	14.39	0.000	.0832349	.1094909
cohort_1891	-.0081179	.1769115	-0.05	0.963	-.354858	.3386222
cohort_1892	-.2799037	.141057	-1.98	0.047	-.5563703	-.0034371
cohort_1893	-.1563704	.0874622	-1.79	0.074	-.3277932	.0150524
cohort_1894	-.1804317	.0737011	-2.45	0.014	-.3248833	-.0359801
cohort_1895	-.120549	.0711078	-1.70	0.090	-.2599177	.0188198
cohort_1896	-.1023234	.0559262	-1.83	0.067	-.2119367	.0072899
cohort_1897	-.0475477	.0498946	-0.95	0.341	-.1453392	.0502439
cohort_1898	-.1443068	.0438369	-3.29	0.001	-.2302254	-.0583881
cohort_1899	-.0364254	.0409318	-0.89	0.374	-.1166503	.0437995
cohort_1900	.0535894	.0371331	1.44	0.149	-.0191902	.126369
cohort_1901	-.0774597	.0339494	-2.28	0.023	-.1439992	-.0109201
cohort_1902	-.0970088	.029534	-3.28	0.001	-.1548944	-.0391231
cohort_1903	-.0323845	.0304871	-1.06	0.288	-.092138	.0273691
cohort_1904	-.0315578	.0289442	-1.09	0.276	-.0882874	.0251718
cohort_1905	-.0483937	.0266323	-1.82	0.069	-.1005921	.0038048
cohort_1906	-.033101	.0245087	-1.35	0.177	-.0811372	.0149352
cohort_1907	-.0770587	.0225262	-3.42	0.001	-.1212092	-.0329081
cohort_1908	-.0671656	.0209018	-3.21	0.001	-.1081325	-.0261987
cohort_1909	.006085	.0205847	0.30	0.768	-.0342603	.0464303
cohort_1910	.0091882	.0198367	0.46	0.643	-.029691	.0480674
cohort_1911	-.0168637	.0184639	-0.91	0.361	-.0530523	.0193248
cohort_1912	-.003385	.0181675	-0.19	0.852	-.0389927	.0322227
cohort_1913	-.0097502	.0173862	-0.56	0.575	-.0438266	.0243262
cohort_1914	.0058185	.0172721	0.34	0.736	-.0280343	.0396712
cohort_1915	.0118136	.0189184	0.62	0.532	-.0252657	.0488929
cohort_1916	-.0142138	.020073	-0.71	0.479	-.0535562	.0251286
cohort_1917	.0196665	.0187898	1.05	0.295	-.0171609	.0564939
cohort_1918	.0274387	.0186138	1.47	0.140	-.0090437	.0639211
cohort_1919	.0356067	.0152795	2.33	0.020	.0056594	.065554
cohort_1920	.0226293	.014406	1.57	0.116	-.0056059	.0508644
cohort_1921	.0228301	.014343	1.59	0.111	-.0052816	.0509418
cohort_1922	.0423651	.013864	3.06	0.002	.0151922	.069538
cohort_1923	.0195279	.013813	1.41	0.157	-.0075451	.0466008
cohort_1924	.0416194	.0130985	3.18	0.001	.0159469	.067292
cohort_1925	.0458756	.0126569	3.62	0.000	.0210685	.0706826
cohort_1926	.0351661	.0123993	2.84	0.005	.0108638	.0594684
cohort_1927	.0389606	.012075	3.23	0.001	.015294	.0626272
cohort_1928	.0565962	.0121075	4.67	0.000	.0328659	.0803265
cohort_1929	.0494244	.0115778	4.27	0.000	.0267323	.0721166
cohort_1930	.0607566	.0111692	5.44	0.000	.0388654	.0826477
cohort_1931	.0521094	.0115081	4.53	0.000	.0295539	.0746648
cohort_1932	.0388637	.0111212	3.49	0.000	.0170666	.0606608
cohort_1933	.0692745	.0109303	6.34	0.000	.0478515	.0906976
cohort_1934	.0724917	.0100574	7.21	0.000	.0527796	.0922039
cohort_1935	.0564381	.0096071	5.87	0.000	.0376085	.0752677
cohort_1936	.0604674	.0093452	6.47	0.000	.0421512	.0787835
cohort_1937	.0572965	.0090679	6.32	0.000	.0395237	.0750692
cohort_1938	.064742	.008892	7.28	0.000	.0473139	.0821701

cohort_1939	.0471716	.0086753	5.44	0.000	.0301683	.0641749
cohort_1940	.0650406	.008586	7.58	0.000	.0482122	.0818689
cohort_1941	.0620995	.008637	7.19	0.000	.0451712	.0790277
cohort_1942	.0568084	.0088731	6.40	0.000	.0394175	.0741993
cohort_1943	.0673226	.0089422	7.53	0.000	.0497963	.084849
cohort_1944	.0616074	.0090319	6.82	0.000	.0439052	.0793096
cohort_1945	.0550057	.0096355	5.71	0.000	.0361205	.0738908
cohort_1946	.0349789	.0093792	3.73	0.000	.016596	.0533618
cohort_1947	.0393865	.008995	4.38	0.000	.0217566	.0570164
cohort_1948	.0348126	.008744	3.98	0.000	.0176748	.0519505
cohort_1949	.0387842	.0087242	4.45	0.000	.0216851	.0558834
cohort_1950	.0413797	.0084508	4.90	0.000	.0248164	.057943
cohort_1951	.0290009	.0085966	3.37	0.001	.0121518	.0458499
cohort_1952	.0271543	.0085176	3.19	0.001	.0104601	.0438486
cohort_1953	.0160677	.0084416	1.90	0.057	-.0004774	.0326129
cohort_1954	.0356871	.0084665	4.22	0.000	.019093	.0522812
cohort_1955	.0109231	.0085915	1.27	0.204	-.005916	.0277622
cohort_1956	.0250995	.0084765	2.96	0.003	.008486	.0417131
cohort_1957	.0026054	.0084496	0.31	0.758	-.0139555	.0191663
cohort_1958	.0091543	.0084715	1.08	0.280	-.0074495	.0257581
cohort_1959	.0024624	.0083454	0.30	0.768	-.0138943	.018819
cohort_1960	.0097852	.0081974	1.19	0.233	-.0062815	.0258518
cohort_1961	.0062596	.0082869	0.76	0.450	-.0099825	.0225016
cohort_1962	.0154443	.0084508	1.83	0.068	-.0011189	.0320076
cohort_1963	.0014736	.008221	0.18	0.858	-.0146392	.0175864
cohort_1964	.0041729	.0083054	0.50	0.615	-.0121053	.0204511
cohort_1965	-.0134537	.0084443	-1.59	0.111	-.0300042	.0030967
cohort_1966	-.0024768	.008458	-0.29	0.770	-.0190542	.0141006
cohort_1967	-.0031603	.0087596	-0.36	0.718	-.0203289	.0140083
cohort_1968	.0153469	.0087688	1.75	0.080	-.0018396	.0325333
cohort_1969	-.0130064	.0093445	-1.39	0.164	-.0313213	.0053085
cohort_1970	.0088612	.0095053	0.93	0.351	-.0097688	.0274912
cohort_1971	.0178548	.0099466	1.80	0.073	-.0016401	.0373498
cohort_1972	.0069772	.0107289	0.65	0.515	-.014051	.0280054
cohort_1973	.0153174	.0113169	1.35	0.176	-.0068634	.0374982
cohort_1974	.0098244	.0117367	0.84	0.403	-.0131792	.032828
cohort_1975	.0091165	.0119736	0.76	0.446	-.0143513	.0325843
cohort_1976	.0215756	.0120778	1.79	0.074	-.0020964	.0452476
cohort_1977	-.0165662	.0124914	-1.33	0.185	-.0410488	.0079164
cohort_1978	.0001429	.0131362	0.01	0.991	-.0256037	.0258894
cohort_1979	.0108947	.0138828	0.78	0.433	-.016315	.0381044
cohort_1980	-.0053363	.0137258	-0.39	0.697	-.0322384	.0215658
cohort_1981	.0190113	.0143675	1.32	0.186	-.0091485	.0471711
cohort_1982	.028634	.0151931	1.88	0.059	-.0011438	.0584119
cohort_1983	.0362307	.015121	2.40	0.017	.0065941	.0658673
cohort_1984	-.0071542	.0165351	-0.43	0.665	-.0395623	.0252539
cohort_1985	.0234483	.0176522	1.33	0.184	-.0111495	.058046
cohort_1986	.0000335	.0173149	0.00	0.998	-.033903	.0339701
cohort_1987	.0129195	.0191434	0.67	0.500	-.0246009	.05044
cohort_1988	.0015529	.0197752	0.08	0.937	-.0372058	.0403116
cohort_1989	-.0059684	.021716	-0.27	0.783	-.0485311	.0365942
cohort_1990	-.0156	.022952	-0.68	0.497	-.0605851	.029385
cohort_1991	.0140372	.0255683	0.55	0.583	-.0360757	.0641501
cohort_1992	-.0409814	.0268821	-1.52	0.127	-.0936694	.0117066
cohort_1993	.0500222	.0307508	1.63	0.104	-.0102482	.1102926
cohort_1994	-.1189444	.0393461	-3.02	0.003	-.1960614	-.0418274
cohort_1995	-.0008376	.0409636	-0.02	0.984	-.0811247	.0794494
cohort_1996	-.0813262	.0531079	-1.53	0.126	-.1854158	.0227633
cohort_1997	-.040208	.0621208	-0.65	0.517	-.1619626	.0815466
cohort_1998	-.2287918	.0964014	-2.37	0.018	-.4177352	-.0398485
_cons	.5247143	.0054095	97.00	0.000	.5141118	.5353167

Tabelle 51: Effekteberechnung für die Unterkunftswahl: Ferienhaus/Ferienwohnung.

. apc_ie Haus V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

```

Iteration 0:   log likelihood = -88126.694
Intrinsic estimator of APC effects
Optimization   : ML
Deviance       = 28131.51337
Pearson        = 28131.51337
Variance function: V(u) = 1
Link function   : g(u) = u
Log likelihood  = -88126.69401
No. of obs     = 190245
Residual df    = 190031
Scale parameter = .1480364
(1/df) Deviance = .1480364
(1/df) Pearson = .1480364
[AIC]
[Identity]
AIC            = .9287045
BIC            = -2281898
    
```

Haus	OIM					[95% Conf. Interval]
	Coef.	Std. Err.	z	P> z		
V5050	.0064345	.0017732	3.63	0.000	.002959	.0099099
V3030	.0562769	.0008715	64.57	0.000	.0545687	.057985
age_14	-.0200963	.0124381	-1.62	0.106	-.0444745	.0042819
age_15	-.0417208	.0111297	-3.75	0.000	-.0635346	-.019907
age_16	-.0453304	.0101628	-4.46	0.000	-.0652491	-.0254118
age_17	-.0646223	.0102449	-6.31	0.000	-.0847019	-.0445426
age_18	-.08317	.0092067	-9.03	0.000	-.1012148	-.0651252
age_19	-.0717439	.0085603	-8.38	0.000	-.0885218	-.0549661
age_20	-.0563478	.0084584	-6.66	0.000	-.0729259	-.0397696
age_21	-.0514457	.0084717	-6.07	0.000	-.06805	-.0348414
age_22	-.039414	.0080131	-4.92	0.000	-.0551194	-.0237087
age_23	-.0296763	.0076895	-3.86	0.000	-.0447475	-.0146051
age_24	-.0249957	.0073865	-3.38	0.001	-.0394729	-.0105185
age_25	-.0293275	.0072465	-4.05	0.000	-.0435304	-.0151246
age_26	-.0012295	.0071114	-0.17	0.863	-.0151675	.0127085
age_27	-.0019211	.0070439	-0.27	0.785	-.0157268	.0118846
age_28	-.0037409	.006566	-0.57	0.569	-.01661	.0091281
age_29	.0176919	.0066996	2.64	0.008	.0045608	.030823
age_30	.0238749	.0063119	3.78	0.000	.0115038	.036246
age_31	.0318414	.0069196	4.60	0.000	.0182792	.0454036
age_32	.0376986	.0065781	5.73	0.000	.0248057	.0505915
age_33	.0375997	.0066113	5.69	0.000	.0246419	.0505576
age_34	.055629	.0065352	8.51	0.000	.0428203	.0684377
age_35	.042386	.0062707	6.76	0.000	.0300957	.0546764
age_36	.0475158	.0061714	7.70	0.000	.0354201	.0596114
age_37	.0382275	.006493	5.89	0.000	.0255014	.0509535
age_38	.0387302	.0059744	6.48	0.000	.0270206	.0504398
age_39	.0412815	.0062493	6.61	0.000	.029033	.0535299
age_40	.0247157	.0057869	4.27	0.000	.0133735	.0360578
age_41	.0245153	.0065794	3.73	0.000	.0116198	.0374108
age_42	.0290395	.0059345	4.89	0.000	.017408	.040671
age_43	.0288374	.0064459	4.47	0.000	.0162037	.0414711
age_44	.0102585	.0064814	1.58	0.113	-.0024449	.0229618
age_45	.006508	.0062558	1.04	0.298	-.0057532	.0187693
age_46	.0177979	.0066818	2.66	0.008	.0047017	.0308941
age_47	.0002788	.00683	0.04	0.967	-.0131077	.0136653
age_48	-.0020194	.0064213	-0.31	0.753	-.0146049	.0105661
age_49	-.0034369	.0068731	-0.50	0.617	-.016908	.0100341
age_50	-.0061554	.0061061	-1.01	0.313	-.0181232	.0058124

age_51	.0004703	.0070416	0.07	0.947	-.0133309	.0142714
age_52	.0029335	.0065348	0.45	0.653	-.0098744	.0157415
age_53	.0071117	.0070494	1.01	0.313	-.0066996	.0209336
age_54	.0116937	.0070584	1.66	0.098	-.0021406	.025528
age_55	.0021713	.0070036	0.31	0.757	-.0115555	.0158981
age_56	.0099051	.0070336	1.41	0.159	-.0038805	.0236906
age_57	.0085797	.0075471	1.14	0.256	-.0062123	.0233717
age_58	.0150207	.0069519	2.16	0.031	.0013952	.0286462
age_59	.009971	.007183	1.39	0.165	-.0041074	.0240494
age_60	.0096712	.0064592	1.50	0.134	-.0029886	.0223311
age_61	.0050966	.0074719	0.68	0.495	-.009548	.0197412
age_62	.0208442	.0070303	2.96	0.003	.0070651	.0346233
age_63	.0140684	.0071892	1.96	0.050	-.0000221	.0281589
age_64	.0166798	.0075091	2.22	0.026	.0019621	.0313974
age_65	.0103426	.0070633	1.46	0.143	-.0035013	.0241864
age_66	.0087097	.0077704	1.12	0.262	-.0065199	.0239394
age_67	.0099695	.0079876	1.25	0.212	-.0056858	.0256248
age_68	.0044777	.007841	0.57	0.568	-.0108903	.0198457
age_69	-.0010655	.0084481	-0.13	0.900	-.0176234	.0154924
age_70	.0076809	.0077757	0.99	0.323	-.0075592	.022921
age_71	.0045125	.0093034	0.49	0.628	-.0137217	.0227468
age_72	.0006531	.009056	0.07	0.943	-.0170964	.0184026
age_73	-.0036521	.0102578	-0.36	0.722	-.0237571	.0164528
age_74	-.0016544	.0109198	-0.15	0.880	-.0230569	.019748
age_75	-.0010063	.0106533	-0.09	0.925	-.0218864	.0198739
age_76	-.0003593	.0125863	-0.03	0.977	-.025028	.0243093
age_77	-.0357183	.0135583	-2.63	0.008	-.0622922	-.0091444
age_78	-.0478555	.0137657	-3.48	0.001	-.0748358	-.0208751
age_79	-.0326919	.014899	-2.19	0.028	-.0618935	-.0034904
age_80	-.0345989	.0152169	-2.27	0.023	-.0644235	-.0047744
period_1971	-.1275044	.0073889	-17.26	0.000	-.1419865	-.1130224
period_1972	-.1144709	.0072219	-15.85	0.000	-.1286255	-.1003163
period_1973	-.1187155	.0076539	-15.51	0.000	-.1337168	-.1037143
period_1974	-.0911387	.0072398	-12.59	0.000	-.1053284	-.0769489
period_1975	-.0878122	.0069017	-12.72	0.000	-.1013394	-.0742851
period_1976	-.0803517	.0070287	-11.43	0.000	-.0941277	-.0665758
period_1977	-.0919457	.0070371	-13.07	0.000	-.1057381	-.0781534
period_1978	-.0756524	.0068618	-11.03	0.000	-.0891013	-.0622035
period_1979	-.0694978	.0069384	-10.02	0.000	-.0830968	-.0558988
period_1980	-.0650452	.0065932	-9.87	0.000	-.0779676	-.0521228
period_1982	-.043762	.0066146	-6.62	0.000	-.0567263	-.0307977
period_1983	-.0191505	.0068518	-2.79	0.005	-.0325797	-.0057213
period_1984	.0001783	.006685	0.03	0.979	-.012924	.0132806
period_1985	-.0041983	.0065677	-0.64	0.523	-.0170708	.0086741
period_1986	.0322666	.0066062	4.88	0.000	.0193187	.0452146
period_1987	-.0143538	.0061412	-2.34	0.019	-.0263904	-.0023172
period_1988	.0146883	.0059118	2.48	0.013	.0031013	.0262753
period_1989	.0223496	.0059553	3.75	0.000	.0106774	.0340218
period_1990	.0021886	.005627	0.39	0.697	-.0088402	.0132174
period_1991	-.0163947	.0056308	-2.91	0.004	-.027431	-.0053585
period_1992	-.0127289	.0055806	-2.28	0.023	-.0236667	-.001791
period_1993	-.0038878	.0049484	-0.79	0.432	-.0135864	.0058107
period_1994	.0087267	.0049167	1.77	0.076	-.0009098	.0183632
period_1995	.0224126	.0049211	4.55	0.000	.0127675	.0320578
period_1996	.0557807	.0052558	10.61	0.000	.0454796	.0660818
period_1997	.0523986	.0050583	10.36	0.000	.0424844	.0623127
period_1998	.0560783	.0049703	11.28	0.000	.0463366	.0658199
period_1999	.066096	.0050894	12.99	0.000	.056121	.0760711
period_2000	.051312	.0050627	10.14	0.000	.0413893	.0612346

period_2001	.0564084	.0050424	11.19	0.000	.0465255	.0662912
period_2002	.0658849	.0050175	13.13	0.000	.0560507	.075719
period_2003	.0640104	.0050207	12.75	0.000	.05417	.0738508
period_2004	.0469447	.0051491	9.12	0.000	.0368526	.0570367
period_2005	.0471717	.0051712	9.12	0.000	.0370363	.0573072
period_2006	.0341174	.0052019	6.56	0.000	.0239218	.044313
period_2007	.0491253	.005188	9.47	0.000	.038957	.0592936
period_2008	.0363618	.0052176	6.97	0.000	.0261355	.046588
period_2009	.0644634	.0053112	12.14	0.000	.0540537	.0748731
period_2010	.0619101	.0053384	11.60	0.000	.0514471	.0723731
period_2011	.0667506	.0053335	12.52	0.000	.056297	.0772041
period_2012	.058986	.0053651	10.99	0.000	.0484706	.0695014
cohort_1891	.0507364	.1419271	0.36	0.721	-.2274355	.3289084
cohort_1892	.0242056	.1131651	0.21	0.831	-.1975939	.2460052
cohort_1893	.1097293	.0701753	1.56	0.118	-.0278117	.2472703
cohort_1894	.0329019	.0591335	0.56	0.578	-.0829977	.1488014
cohort_1895	.0397502	.0570531	0.70	0.486	-.0720719	.1515722
cohort_1896	.0359178	.0448757	0.80	0.423	-.0520371	.1238726
cohort_1897	.0216617	.0400369	0.54	0.588	-.0568092	.1001327
cohort_1898	-.0051073	.0351773	-0.15	0.885	-.0740536	.063839
cohort_1899	-.0015835	.0328468	-0.05	0.962	-.0659621	.062795
cohort_1900	.0006266	.0298	0.02	0.983	-.0577804	.0590335
cohort_1901	.0090162	.0273815	0.33	0.742	-.0446505	.0626829
cohort_1902	.0071005	.0236608	0.30	0.764	-.0392739	.0534749
cohort_1903	-.0134254	.0245929	-0.55	0.585	-.0616266	.0347757
cohort_1904	-.0038483	.0231934	-0.17	0.868	-.0493066	.0416099
cohort_1905	-.0063426	.0211408	-0.30	0.764	-.0477777	.0350926
cohort_1906	-.0075501	.0190362	-0.40	0.692	-.0448604	.0297602
cohort_1907	-.0006112	.0181392	-0.03	0.973	-.0361634	.0349409
cohort_1908	-.013018	.016328	-0.80	0.425	-.0450202	.0189842
cohort_1909	-.0252038	.0164615	-1.53	0.126	-.0574677	.0070601
cohort_1910	-.0238232	.0156181	-1.53	0.127	-.0544342	.0067877
cohort_1911	-.0162339	.0151136	-1.07	0.283	-.045856	.0133882
cohort_1912	-.0262468	.0141421	-1.86	0.063	-.0539649	.0014713
cohort_1913	-.0215856	.0141961	-1.52	0.128	-.0494095	.0062383
cohort_1914	-.016203	.0142196	-1.14	0.255	-.0444073	.0116669
cohort_1915	-.0149882	.0158065	-0.95	0.343	-.0459684	.0159919
cohort_1916	-.0242342	.0155568	-1.56	0.119	-.0547249	.0062566
cohort_1917	-.0308874	.0151829	-2.03	0.042	-.0606453	-.0011295
cohort_1918	-.0286228	.013288	-2.15	0.031	-.0546667	-.0025788
cohort_1919	-.0289831	.0120098	-2.41	0.016	-.0525219	-.0054442
cohort_1920	-.036949	.0115229	-3.21	0.001	-.0595335	-.0143645
cohort_1921	-.0207906	.0112952	-1.84	0.066	-.0429289	.0013476
cohort_1922	-.0324961	.0110887	-2.93	0.003	-.0542294	-.0107627
cohort_1923	-.021029	.0107721	-1.95	0.051	-.042142	.000084
cohort_1924	-.0240965	.010487	-2.30	0.022	-.0446505	-.0035424
cohort_1925	-.0285585	.009919	-2.88	0.004	-.0479994	-.0091176
cohort_1926	-.0182168	.0099229	-1.84	0.066	-.0376655	.0012318
cohort_1927	-.0341332	.0097806	-3.49	0.000	-.0533028	-.0149636
cohort_1928	-.0354149	.0093313	-3.80	0.000	-.0537039	-.0171259
cohort_1929	-.0387366	.009169	-4.22	0.000	-.0567075	-.0207656
cohort_1930	-.0408127	.0091983	-4.44	0.000	-.058841	-.0227845
cohort_1931	-.032519	.0090915	-3.58	0.000	-.050338	-.0146999
cohort_1932	-.0315557	.008865	-3.56	0.000	-.0489308	-.0141805
cohort_1933	-.0429583	.0082313	-5.22	0.000	-.0590913	-.0268252
cohort_1934	-.0179283	.0079056	-2.27	0.023	-.0334229	-.0024337
cohort_1935	-.0280934	.0075659	-3.71	0.000	-.0429223	-.0132644
cohort_1936	-.0333504	.0073815	-4.52	0.000	-.0478178	-.018883
cohort_1937	-.016116	.0072516	-2.22	0.026	-.030329	-.0019031
cohort_1938	-.0265826	.0070536	-3.77	0.000	-.0404075	-.0127578

cohort_1939	-.020457	.0070142	-2.92	0.004	-.0342046	-.0067095
cohort_1940	-.0058392	.006963	-0.84	0.402	-.0194865	.007808
cohort_1941	-.005691	.0071562	-0.80	0.426	-.0197169	.0083349
cohort_1942	-.0076031	.0072202	-1.05	0.292	-.0217544	.0065482
cohort_1943	.0112128	.0072704	1.54	0.123	-.0030369	.0254624
cohort_1944	9.12e-06	.0077214	0.00	0.999	-.0151245	.0151427
cohort_1945	.004867	.0076277	0.64	0.523	-.010083	.019817
cohort_1946	.0069707	.0073058	0.95	0.340	-.0073484	.0212899
cohort_1947	.0145483	.0071319	2.04	0.041	.0005701	.0285265
cohort_1948	-.0015329	.0070466	-0.22	0.828	-.0153439	.0122782
cohort_1949	.0083243	.0068713	1.21	0.226	-.0051431	.0217917
cohort_1950	.0175978	.006895	2.55	0.011	.0040839	.0311117
cohort_1951	.0174894	.0069399	2.52	0.012	.0038874	.0310913
cohort_1952	.0161442	.0067995	2.37	0.018	.0028174	.0294709
cohort_1953	.0053073	.0068404	0.78	0.438	-.0080996	.0187142
cohort_1954	.0263366	.0069036	3.81	0.000	.0128058	.0398674
cohort_1955	-.0002649	.0069081	-0.04	0.969	-.0138045	.0132748
cohort_1956	.0272214	.0068241	3.99	0.000	.0138465	.0405964
cohort_1957	.0050997	.0067599	0.75	0.451	-.0081495	.0183488
cohort_1958	.0234626	.0067573	3.47	0.001	.0102185	.0367067
cohort_1959	.002749	.006586	0.42	0.676	-.0101594	.0156574
cohort_1960	.0091693	.0066704	1.37	0.169	-.0039045	.022243
cohort_1961	-.000884	.0068113	-0.13	0.897	-.0142339	.012466
cohort_1962	.0122249	.0066438	1.84	0.066	-.0007967	.0252465
cohort_1963	.0155232	.0066558	2.33	0.020	.002478	.0285684
cohort_1964	.0273275	.0067579	4.04	0.000	.0140823	.0405728
cohort_1965	.0164838	.0067852	2.43	0.015	.0031851	.0297824
cohort_1966	.0217804	.0070208	3.10	0.002	.0080198	.035541
cohort_1967	-.0023227	.0070409	-0.33	0.741	-.0161226	.0114771
cohort_1968	.0144386	.0075022	1.92	0.054	-.0002654	.0291426
cohort_1969	-.0042251	.0076306	-0.55	0.580	-.0191808	.0107307
cohort_1970	-.0090314	.0079841	-1.13	0.258	-.02468	.0066172
cohort_1971	.0018465	.0086115	0.21	0.830	-.0150317	.0187247
cohort_1972	-.0151222	.0090829	-1.66	0.096	-.0329244	.0026799
cohort_1973	-.0188159	.0094196	-2.00	0.046	-.037278	-.0003538
cohort_1974	-.0134235	.0096092	-1.40	0.162	-.0322572	.0054103
cohort_1975	-.0129664	.0096928	-1.34	0.181	-.031964	.0060311
cohort_1976	.0037201	.0100246	0.37	0.711	-.0159277	.023368
cohort_1977	.0099488	.010542	0.94	0.345	-.0107133	.0306108
cohort_1978	.0033274	.0111408	0.30	0.765	-.0185082	.025163
cohort_1979	-.0066407	.0110151	-0.60	0.547	-.0282298	.0149484
cohort_1980	-.0188022	.01153	-1.63	0.103	-.0414007	.0037962
cohort_1981	-.0107153	.0121923	-0.88	0.379	-.0346118	.0131812
cohort_1982	-.0200842	.0121346	-1.66	0.098	-.0438675	.0036992
cohort_1983	-.0191452	.0132691	-1.44	0.149	-.0451522	.0068618
cohort_1984	.015129	.0141657	1.07	0.286	-.0126354	.0428933
cohort_1985	.0016195	.0138953	0.12	0.907	-.0256147	.0288537
cohort_1986	.0070697	.0153626	0.46	0.645	-.0230404	.0371798
cohort_1987	.0075929	.0158696	0.48	0.632	-.0235111	.0386968
cohort_1988	.0040655	.017427	0.23	0.816	-.0300908	.0382218
cohort_1989	.0156703	.0184193	0.85	0.395	-.0204309	.0517715
cohort_1990	.0239104	.0205179	1.17	0.244	-.0163039	.0641246
cohort_1991	.0612812	.0215735	2.84	0.005	.018998	.1035645
cohort_1992	.001425	.0246768	0.06	0.954	-.0469406	.0497907
cohort_1993	.0469767	.0315727	1.49	0.137	-.0149046	.108858
cohort_1994	.0100689	.0328688	0.31	0.759	-.0543529	.0744906
cohort_1995	.0786886	.0426114	1.85	0.065	-.0048283	.1622054
cohort_1996	.0477991	.049843	0.96	0.338	-.0498914	.1454896
cohort_1997	.0863294	.077357	1.12	0.264	-.0652876	.2379464
_cons	.0288997	.0043732	6.61	0.000	.0203283	.0374711

Tabelle 52: Effekteberechnung für die Unterkunftswahl: Pension.

```

. apc_ie Pension V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

Iteration 0:    log likelihood = -40383.206
Intrinsic estimator of APC effects                    No. of obs    =    193026
Optimization    : ML                                Residual df   =    192810
                                                       Scale parameter = .0890698
Deviance        = 17173.54784                       (1/df) Deviance = .0890698
Pearson         = 17173.54784                       (1/df) Pearson  = .0890698

Variance function: V(u) = 1                          [Gaussian]
Link function    : g(u) = u                          [Identity]

Log likelihood   = -40383.20642                       AIC           = .4206605
                                                       BIC           = -2329436
    
```

Pension	OIM					[95% Conf. Interval]
	Coef.	Std. Err.	z	P> z		
V5050	-.0001354	.0013654	-0.10	0.921	-.0028114	.0025407
V3030	-.0038982	.0006703	-5.82	0.000	-.005212	-.0025844
age_14	-.0380141	.0095808	-3.97	0.000	-.0567921	-.0192362
age_15	-.0266021	.0085735	-3.10	0.002	-.0434057	-.0097984
age_16	-.0327975	.0078083	-4.20	0.000	-.0481015	-.0174935
age_17	-.0488451	.0078681	-6.21	0.000	-.0642662	-.033424
age_18	-.0425104	.0070403	-6.04	0.000	-.056309	-.0287117
age_19	-.0380864	.0065375	-5.83	0.000	-.0508996	-.0252732
age_20	-.0345286	.0064929	-5.32	0.000	-.0472545	-.0218027
age_21	-.031987	.0064977	-4.92	0.000	-.0447222	-.0192518
age_22	-.0289238	.0061418	-4.71	0.000	-.0409614	-.0168861
age_23	-.023752	.0059127	-4.02	0.000	-.0353407	-.0121634
age_24	-.034531	.0056672	-6.09	0.000	-.0456385	-.0234236
age_25	-.0218164	.0055693	-3.92	0.000	-.0327321	-.0109007
age_26	-.0149727	.0054632	-2.74	0.006	-.0256804	-.004265
age_27	-.0155663	.0054142	-2.88	0.004	-.0261779	-.0049547
age_28	-.0238506	.0050457	-4.73	0.000	-.0337401	-.0139611
age_29	-.0240555	.0051507	-4.67	0.000	-.0341506	-.0139604
age_30	-.0186788	.0048467	-3.85	0.000	-.0281782	-.0091794
age_31	-.0159705	.0053159	-3.00	0.003	-.0263895	-.0055516
age_32	-.0117582	.0050574	-2.32	0.020	-.0216706	-.0018458
age_33	-.0160208	.0050917	-3.15	0.002	-.0260004	-.0060412
age_34	-.0149097	.0050292	-2.96	0.003	-.0247668	-.0050527
age_35	-.0137067	.0048262	-2.84	0.005	-.0231658	-.0042476
age_36	-.0189419	.0047484	-3.99	0.000	-.0282486	-.0096353
age_37	-.0128622	.0050011	-2.57	0.010	-.0226642	-.0030601
age_38	-.0084983	.0046014	-1.85	0.065	-.0175169	.0005204
age_39	-.0093497	.0048171	-1.94	0.052	-.0187909	.0000916
age_40	-.0102038	.0044484	-2.29	0.022	-.0189225	-.0014851
age_41	-.0072055	.0050545	-1.43	0.154	-.0171122	.0027012
age_42	-.0100302	.0045566	-2.20	0.028	-.018961	-.0010995
age_43	.0003866	.0049613	0.08	0.938	-.0093373	.0101106
age_44	.0071397	.0049853	1.43	0.152	-.0026313	.0169106
age_45	.0016706	.0048165	0.35	0.729	-.0077697	.0111108
age_46	.0053995	.0051356	1.05	0.293	-.0046661	.0154652
age_47	.0031803	.0052689	0.60	0.546	-.0071466	.0135072
age_48	.0055267	.0049482	1.12	0.264	-.0041717	.015225
age_49	.0223768	.0053047	4.22	0.000	.0119797	.0327739
age_50	.0149869	.0047064	3.18	0.001	.0057625	.0242113

age_51	.01028	.0054327	1.89	0.058	-.000368	.0209279
age_52	.0151789	.0050319	3.02	0.003	.0053165	.0250413
age_53	.0211236	.0054354	3.89	0.000	.0104704	.0317768
age_54	.0093746	.0054373	1.72	0.085	-.0012822	.0200315
age_55	.0185223	.0053999	3.43	0.001	.0079386	.0291059
age_56	.0137772	.0054196	2.54	0.011	.003155	.0243994
age_57	.0244201	.0058248	4.19	0.000	.0130037	.0358365
age_58	.0174917	.0053479	3.27	0.001	.0070099	.0279735
age_59	.0255211	.0055306	4.61	0.000	.0146814	.0363609
age_60	.0154033	.0049711	3.10	0.002	.0056601	.0251464
age_61	.0202141	.0057514	3.51	0.000	.0089415	.0314866
age_62	.0284446	.0054189	5.25	0.000	.0178236	.0390655
age_63	.0192196	.0055516	3.46	0.001	.0083387	.0301005
age_64	.0302026	.0057911	5.22	0.000	.0188522	.0415531
age_65	.022107	.0054474	4.06	0.000	.0114302	.0327837
age_66	.0196589	.0059933	3.28	0.001	.0079123	.0314055
age_67	.0083895	.0061389	1.37	0.172	-.0036426	.0204216
age_68	.0161588	.0060378	2.68	0.007	.004325	.0279925
age_69	.0279223	.0065059	4.29	0.000	.015171	.0406735
age_70	.0245887	.0059834	4.11	0.000	.0128615	.0363159
age_71	.0180324	.0071676	2.52	0.012	.0039842	.0320806
age_72	.0197609	.0069908	2.83	0.005	.0060592	.0334626
age_73	.015222	.0079056	1.93	0.054	-.0002728	.0307167
age_74	.0194957	.008416	2.32	0.021	.0030006	.0359909
age_75	.0276208	.0082145	3.36	0.001	.0115207	.0437209
age_76	.0094644	.0097024	0.98	0.329	-.0095519	.0284808
age_77	.0076509	.0104677	0.73	0.465	-.0128654	.0281672
age_78	.0266952	.0105514	2.53	0.011	.0060149	.0473756
age_79	.0211664	.0114766	1.84	0.065	-.0013273	.04366
age_80	.0352015	.0117618	2.99	0.003	.0121489	.0582542
period_1971	.1096752	.005737	19.12	0.000	.0984308	.1209196
period_1972	.0836455	.0056079	14.92	0.000	.0726543	.0946367
period_1973	.102687	.0059437	17.28	0.000	.0910376	.1143364
period_1974	.0802297	.0056225	14.27	0.000	.0692099	.0912496
period_1975	.0562784	.0053607	10.50	0.000	.0457717	.0667852
period_1976	.0738544	.0054592	13.53	0.000	.0631545	.0845544
period_1977	.0688505	.0054654	12.60	0.000	.0581384	.0795625
period_1978	.0667474	.0053296	12.52	0.000	.0563016	.0771933
period_1979	.0579987	.0053889	10.76	0.000	.0474367	.0685608
period_1980	.0650263	.0051214	12.70	0.000	.0549886	.075064
period_1981	.1125115	.0056441	19.93	0.000	.1014492	.1235738
period_1982	.0482143	.0051252	9.41	0.000	.038169	.0582596
period_1983	.0251148	.0053116	4.73	0.000	.0147042	.0355255
period_1984	.017832	.0051821	3.44	0.001	.0076753	.0279888
period_1985	.0387542	.0050919	7.61	0.000	.0287743	.0487342
period_1986	.0253693	.0051219	4.95	0.000	.0153306	.035408
period_1987	.0507108	.0047619	10.65	0.000	.0413776	.060044
period_1988	.0053899	.0045846	1.18	0.240	-.0035957	.0143755
period_1989	.0141249	.0046192	3.06	0.002	.0050715	.0231784
period_1990	.0013698	.0043649	0.31	0.754	-.0071852	.0099248
period_1991	.016347	.004369	3.74	0.000	.0077839	.0249102
period_1992	.016736	.0043306	3.86	0.000	.0082483	.0252238
period_1993	-.0861348	.0038407	-22.43	0.000	-.0936625	-.0786072
period_1994	.0037505	.0038169	0.98	0.326	-.0037305	.0112315
period_1995	-.0015093	.003821	-0.39	0.693	-.0089982	.0059797
period_1996	-.0305321	.0040813	-7.48	0.000	-.0385313	-.0225329
period_1997	-.0466122	.0039286	-11.86	0.000	-.0543121	-.0389122
period_1998	-.0411215	.0038609	-10.65	0.000	-.0486888	-.0335543
period_1999	-.0492812	.0039536	-12.46	0.000	-.0570301	-.0415323
period_2000	-.0524749	.0039333	-13.34	0.000	-.0601841	-.0447658

period_2001	-.0545079	.0039182	-13.91	0.000	-.0621875	-.0468284
period_2002	-.0635803	.0038992	-16.31	0.000	-.0712226	-.0559381
period_2003	-.06388	.0039019	-16.37	0.000	-.0715277	-.0562323
period_2004	-.0699353	.0040016	-17.48	0.000	-.0777783	-.0620923
period_2005	-.0769562	.0040189	-19.15	0.000	-.0848331	-.0690794
period_2006	-.07226	.0040428	-17.87	0.000	-.0801838	-.0643361
period_2007	-.0728867	.0040321	-18.08	0.000	-.0807894	-.064984
period_2008	-.064919	.004055	-16.01	0.000	-.0728667	-.0569714
period_2009	-.0737519	.0041274	-17.87	0.000	-.0818415	-.0656622
period_2010	-.0726944	.0041484	-17.52	0.000	-.0808251	-.0645638
period_2011	-.0735024	.0041444	-17.74	0.000	-.0816253	-.0653794
period_2012	-.0746782	.0041689	-17.91	0.000	-.082849	-.0665073
cohort_1891	-.0026062	.1101097	-0.02	0.981	-.2184173	.2132048
cohort_1892	.3688937	.0877939	4.20	0.000	.1968209	.5409665
cohort_1893	.0447443	.0544365	0.82	0.411	-.0619492	.1514379
cohort_1894	.081301	.0458716	1.77	0.076	-.0086056	.1712077
cohort_1895	.0921861	.0442575	2.08	0.037	.005443	.1789292
cohort_1896	.0425958	.0348084	1.22	0.221	-.0256275	.1108191
cohort_1897	.0385397	.0310544	1.24	0.215	-.0223257	.0994051
cohort_1898	.050264	.0272841	1.84	0.065	-.0032118	.1037397
cohort_1899	.0219459	.025476	0.86	0.389	-.0279861	.0718779
cohort_1900	-.014345	.0231117	-0.62	0.535	-.059643	.030953
cohort_1901	.0623368	.0211301	2.95	0.003	.0209227	.103751
cohort_1902	.025075	.018382	1.36	0.173	-.010953	.061103
cohort_1903	-.0188844	.0189751	-1.00	0.320	-.056075	.0183062
cohort_1904	-.0127894	.0180149	-0.71	0.478	-.0480978	.0225191
cohort_1905	-.0194231	.016576	-1.17	0.241	-.0519114	.0130652
cohort_1906	.0367421	.0152542	2.41	0.016	.0068444	.0666399
cohort_1907	.0035997	.0140203	0.26	0.797	-.0238796	.031079
cohort_1908	.0328056	.0130093	2.52	0.012	.0073078	.0583033
cohort_1909	-.0037631	.0128119	-0.29	0.769	-.028874	.0213478
cohort_1910	.0131692	.0123464	1.07	0.286	-.0110292	.0373676
cohort_1911	.0219465	.0114919	1.91	0.056	-.0005773	.0444702
cohort_1912	.0149703	.0113075	1.32	0.186	-.0071919	.0371325
cohort_1913	-.0073056	.0108212	-0.68	0.500	-.0285148	.0139035
cohort_1914	.0296532	.0107502	2.76	0.006	.0085833	.0507232
cohort_1915	.0017997	.0117748	0.15	0.879	-.0212784	.0248779
cohort_1916	.0244512	.0124935	1.96	0.050	-.0000355	.048938
cohort_1917	.0251113	.0116948	2.15	0.032	.0021899	.0480326
cohort_1918	-.0032257	.0115852	-0.28	0.781	-.0259324	.0194809
cohort_1919	.0125711	.00951	1.32	0.186	-.0060681	.0312103
cohort_1920	.0084719	.0089663	0.94	0.345	-.0091017	.0260455
cohort_1921	-.002653	.0089271	-0.30	0.766	-.0201497	.0148438
cohort_1922	.0129485	.0086289	1.50	0.133	-.0039639	.0298609
cohort_1923	.0005108	.0085972	0.06	0.953	-.0163394	.017361
cohort_1924	-.005774	.0081525	-0.71	0.479	-.0217526	.0102046
cohort_1925	.0046038	.0078776	0.58	0.559	-.0108361	.0200437
cohort_1926	.0098555	.0077173	1.28	0.202	-.0052703	.0249812
cohort_1927	-.0054894	.0075155	-0.73	0.465	-.0202195	.0092407
cohort_1928	-.0029911	.0075357	-0.40	0.691	-.0177608	.0117787
cohort_1929	.0006454	.0072061	0.09	0.929	-.0134782	.014769
cohort_1930	-.0139067	.0069517	-2.00	0.045	-.0275317	-.0002817
cohort_1931	-.0031388	.0071626	-0.44	0.661	-.0171773	.0108997
cohort_1932	-.0135063	.0069218	-1.95	0.051	-.0270728	.0000602
cohort_1933	-.0177617	.006803	-2.61	0.009	-.0310954	-.004428
cohort_1934	-.0152365	.0062597	-2.43	0.015	-.0275053	-.0029676
cohort_1935	-.0107761	.0059795	-1.80	0.072	-.0224957	.0009435
cohort_1936	-.0226495	.0058164	-3.89	0.000	-.0340495	-.0112495
cohort_1937	-.0084314	.0056439	-1.49	0.135	-.0194931	.0026304
cohort_1938	-.0190628	.0055344	-3.44	0.001	-.02991	-.0082156

cohort_1939	-.0091422	.0053995	-1.69	0.090	-.019725	.0014406
cohort_1940	-.0205497	.0053444	-3.85	0.000	-.0310236	-.0100757
cohort_1941	-.0301691	.0053757	-5.61	0.000	-.0407053	-.019633
cohort_1942	-.0163225	.0055226	-2.96	0.003	-.0271466	-.0054984
cohort_1943	-.0262949	.0055656	-4.72	0.000	-.0372033	-.0153865
cohort_1944	-.0279464	.0056215	-4.97	0.000	-.0389643	-.0169286
cohort_1945	-.0377063	.0059971	-6.29	0.000	-.0494604	-.0259522
cohort_1946	-.0358753	.0058376	-6.15	0.000	-.0473168	-.0244339
cohort_1947	-.0387278	.0055985	-6.92	0.000	-.0497006	-.027755
cohort_1948	-.0233256	.0054422	-4.29	0.000	-.0339921	-.012659
cohort_1949	-.0243042	.0054299	-4.48	0.000	-.0349467	-.0136617
cohort_1950	-.0353161	.0052598	-6.71	0.000	-.0456251	-.0250071
cohort_1951	-.0294455	.0053505	-5.50	0.000	-.0399324	-.0189586
cohort_1952	-.0319351	.0053014	-6.02	0.000	-.0423256	-.0215446
cohort_1953	-.0286214	.005254	-5.45	0.000	-.0389192	-.0183237
cohort_1954	-.0365882	.0052696	-6.94	0.000	-.0469163	-.02626
cohort_1955	-.035507	.0053474	-6.64	0.000	-.0459877	-.0250263
cohort_1956	-.0348413	.0052757	-6.60	0.000	-.0451815	-.024501
cohort_1957	-.0313887	.005259	-5.97	0.000	-.0416962	-.0210812
cohort_1958	-.0253565	.0052726	-4.81	0.000	-.0356907	-.0150224
cohort_1959	-.0316806	.0051942	-6.10	0.000	-.041861	-.0215003
cohort_1960	-.0277954	.0051021	-5.45	0.000	-.0377952	-.0177955
cohort_1961	-.0255027	.0051578	-4.94	0.000	-.0356118	-.0153937
cohort_1962	-.0252965	.0052598	-4.81	0.000	-.0356055	-.0149875
cohort_1963	-.0238378	.0051167	-4.66	0.000	-.0338665	-.0138092
cohort_1964	-.0270396	.0051692	-5.23	0.000	-.0371711	-.016908
cohort_1965	-.0217662	.0052557	-4.14	0.000	-.0320672	-.0114652
cohort_1966	-.0275273	.0052643	-5.23	0.000	-.0378451	-.0172095
cohort_1967	-.0151003	.005452	-2.77	0.006	-.025786	-.0044145
cohort_1968	-.0174818	.0054577	-3.20	0.001	-.0281787	-.006785
cohort_1969	-.0121385	.005816	-2.09	0.037	-.0235376	-.0007393
cohort_1970	-.0147653	.0059161	-2.50	0.013	-.0263606	-.000317
cohort_1971	-.0210896	.0061908	-3.41	0.001	-.0332233	-.008956
cohort_1972	-.0190045	.0066776	-2.85	0.004	-.0320924	-.0059165
cohort_1973	-.0153213	.0070437	-2.18	0.030	-.0291266	-.0015159
cohort_1974	-.0098814	.0073049	-1.35	0.176	-.0241988	.004436
cohort_1975	-.0151317	.0074524	-2.03	0.042	-.0297381	-.0005253
cohort_1976	-.0075992	.0075172	-1.01	0.312	-.0223327	.0071342
cohort_1977	-.0078344	.0077746	-1.01	0.314	-.0230724	.0074036
cohort_1978	-.011122	.008176	-1.36	0.174	-.0271466	.0049027
cohort_1979	-.0115968	.0086406	-1.34	0.180	-.0285321	.0053385
cohort_1980	-.0105149	.008543	-1.23	0.218	-.0272588	.006229
cohort_1981	-.0086915	.0089423	-0.97	0.331	-.0262181	.0088352
cohort_1982	-.0049311	.0094562	-0.52	0.602	-.0234648	.0136026
cohort_1983	.0003128	.0094113	0.03	0.973	-.018133	.0187586
cohort_1984	-.0004917	.0102914	-0.05	0.962	-.0206625	.0196792
cohort_1985	.0003581	.0109867	0.03	0.974	-.0211756	.0218917
cohort_1986	.0127242	.0107768	1.18	0.238	-.0083979	.0338463
cohort_1987	.0002419	.0119149	0.02	0.984	-.0231109	.0235946
cohort_1988	.0069747	.0123081	0.57	0.571	-.0171487	.0310981
cohort_1989	-.0129458	.0135161	-0.96	0.338	-.0394368	.0135452
cohort_1990	.015343	.0142853	1.07	0.283	-.0126557	.0433417
cohort_1991	.0073349	.0159137	0.46	0.645	-.0238554	.0385251
cohort_1992	-.0045713	.0167314	-0.27	0.785	-.0373643	.0282217
cohort_1993	-.0003135	.0191393	-0.02	0.987	-.0378258	.0371988
cohort_1994	-.0093704	.024489	-0.38	0.702	-.057368	.0386272
cohort_1995	.0199835	.0254957	0.78	0.433	-.0299872	.0699541
cohort_1996	.0352315	.0330543	1.07	0.286	-.0295538	.1000168
cohort_1997	.0053833	.038664	0.14	0.889	-.0703967	.0811633
cohort_1998	.0578007	.0600002	0.96	0.335	-.0597976	.175399
_cons	.1486684	.0033669	44.16	0.000	.1420694	.1552674

Tabelle 53: Effekteberechnung für die Unterkunftswahl: Privatzimmer.

```
. apc_ie Privat V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

Iteration 0:  log likelihood = 3471.487
Intrinsic estimator of APC effects          No. of obs      = 193026
Optimization      : ML                      Residual df     = 192810
                                                Scale parameter = .0565445
Deviance          = 10902.35386             (1/df) Deviance = .0565445
Pearson           = 10902.35386             (1/df) Pearson  = .0565445

Variance function: V(u) = 1                [Gaussian]
Link function     : g(u) = u                [Identity]

Log likelihood    = 3471.486953            AIC              = -.0337311
                                                BIC              = -2335707
```

Privat	OIM					[95% Conf. Interval]
	Coef.	Std. Err.	z	P> z		
V5050	-.00308	.0010879	-2.83	0.005	-.0052122	-.0009478
V3030	.0002994	.0005341	0.56	0.575	-.0007474	.0013461
age_14	-.0034021	.0076336	-0.45	0.656	-.0183637	.0115595
age_15	-.0119044	.006831	-1.74	0.081	-.025293	.0014841
age_16	-.0146838	.0062214	-2.36	0.018	-.0268774	-.0024901
age_17	-.0083378	.006269	-1.33	0.184	-.0206248	.0039492
age_18	-.0108035	.0056094	-1.93	0.054	-.0217977	.0001908
age_19	.0014233	.0052088	0.27	0.785	-.0087858	.0116324
age_20	.0029916	.0051733	0.58	0.563	-.007148	.0131311
age_21	.0017737	.0051771	0.34	0.732	-.0083733	.0119206
age_22	-.0057171	.0048936	-1.17	0.243	-.0153083	.0038741
age_23	.0033231	.004711	0.71	0.481	-.0059104	.0125565
age_24	-.0027457	.0045154	-0.61	0.543	-.0115958	.0061043
age_25	.0018942	.0044374	0.43	0.669	-.0068031	.0105914
age_26	-.0004967	.0043529	-0.11	0.909	-.0090282	.0080348
age_27	.0038357	.0043138	0.89	0.374	-.0046193	.0122906
age_28	.0082894	.0040203	2.06	0.039	.0004098	.016169
age_29	.0019774	.0041039	0.48	0.630	-.006066	.0100209
age_30	.0035195	.0038617	0.91	0.362	-.0040493	.0110883
age_31	-.0026666	.0042355	-0.63	0.529	-.010968	.0056349
age_32	.0002418	.0040296	0.06	0.952	-.0076561	.0081397
age_33	.0053619	.0040569	1.32	0.186	-.0025895	.0133133
age_34	-.0028762	.0040071	-0.72	0.473	-.0107299	.0049776
age_35	-.0034832	.0038453	-0.91	0.365	-.0110199	.0040535
age_36	-.0005005	.0037833	-0.13	0.895	-.0079157	.0069147
age_37	.0039503	.0039847	0.99	0.322	-.0038596	.0117603
age_38	.0021656	.0036663	0.59	0.555	-.0050202	.0093513
age_39	.0069846	.0038381	1.82	0.069	-.0005379	.0145071
age_40	.0025895	.0035443	0.73	0.465	-.0043573	.0095363
age_41	.0071337	.0040273	1.77	0.077	-.0007596	.015027
age_42	.0101856	.0036305	2.81	0.005	.0030699	.0173012
age_43	.0078745	.003953	1.99	0.046	.0001268	.0156222
age_44	.0038149	.0039721	0.96	0.337	-.0039702	.0116001
age_45	.0102156	.0038376	2.66	0.008	.0026939	.0177372
age_46	.0110911	.0040919	2.71	0.007	.0030711	.019111
age_47	.0204051	.0041981	4.86	0.000	.012177	.0286332
age_48	.010318	.0039426	2.62	0.009	.0025907	.0180453
age_49	.0084939	.0042266	2.01	0.044	.0002099	.016778
age_50	.0028495	.0037499	0.76	0.447	-.0045001	.0101992

age_51	.0138449	.0043286	3.20	0.001	.0053609	.0223288
age_52	.0100914	.0040093	2.52	0.012	.0022334	.0179494
age_53	.007889	.0043307	1.82	0.069	-.0005991	.0163771
age_54	.0056074	.0043322	1.29	0.196	-.0028836	.0140984
age_55	.017789	.0043025	4.13	0.000	.0093563	.0262217
age_56	.0067372	.0043181	1.56	0.119	-.0017262	.0152006
age_57	.0088502	.004641	1.91	0.057	-.000246	.0179463
age_58	.0082656	.0042611	1.94	0.052	-.0000859	.0166171
age_59	.0058232	.0044066	1.32	0.186	-.0028135	.01446
age_60	.0122615	.0039608	3.10	0.002	.0044985	.0200245
age_61	.0062311	.0045825	1.36	0.174	-.0027504	.0152127
age_62	-.0015735	.0043176	-0.36	0.716	-.0100358	.0068889
age_63	-.0026325	.0044233	-0.60	0.552	-.011302	.006037
age_64	-.0068292	.0046142	-1.48	0.139	-.0158728	.0022144
age_65	-.0116578	.0043403	-2.69	0.007	-.0201647	-.003151
age_66	-.0049544	.0047752	-1.04	0.299	-.0143136	.0044049
age_67	-.0008362	.0048913	-0.17	0.864	-.0104229	.0087506
age_68	.0049447	.0048107	1.03	0.304	-.004484	.0143735
age_69	-.0100322	.0051836	-1.94	0.053	-.0201919	.0001276
age_70	-.0121473	.0047673	-2.55	0.011	-.0214911	-.0028035
age_71	-.0070818	.0057109	-1.24	0.215	-.0182749	.0041113
age_72	-.0163114	.00557	-2.93	0.003	-.0272285	-.0053944
age_73	-.0029984	.0062989	-0.48	0.634	-.0153441	.0093472
age_74	-.0086611	.0067056	-1.29	0.196	-.0218038	.0044817
age_75	-.013619	.006545	-2.08	0.037	-.0264471	-.000791
age_76	-.0201416	.0077305	-2.61	0.009	-.0352932	-.0049901
age_77	-.0272594	.0083403	-3.27	0.001	-.0436061	-.0109127
age_78	-.0171404	.008407	-2.04	0.041	-.0336178	-.000663
age_79	-.0014397	.0091441	-0.16	0.875	-.0193619	.0164825
age_80	-.0181055	.0093714	-1.93	0.053	-.036473	.000262
period_1971	.0746121	.0045711	16.32	0.000	.0656529	.0835712
period_1972	.0684367	.0044681	15.32	0.000	.0596793	.0771941
period_1973	.0670928	.0047357	14.17	0.000	.0578109	.0763746
period_1974	.0586655	.0044798	13.10	0.000	.0498853	.0674457
period_1975	.0773779	.0042712	18.12	0.000	.0690065	.0857493
period_1976	.0529299	.0043497	12.17	0.000	.0444046	.0614552
period_1977	.042921	.0043547	9.86	0.000	.034386	.051456
period_1978	.0471263	.0042465	11.10	0.000	.0388034	.0554492
period_1979	.0227294	.0042937	5.29	0.000	.014314	.0311449
period_1980	.0323909	.0040805	7.94	0.000	.0243933	.0403886
period_1981	.0214051	.004497	4.76	0.000	.0125911	.0302192
period_1982	.0129312	.0040836	3.17	0.002	.0049275	.020935
period_1983	.0368693	.0042321	8.71	0.000	.0285745	.0451641
period_1984	.0046177	.0041289	1.12	0.263	-.0034749	.0127103
period_1985	.0244453	.004057	6.03	0.000	.0164936	.0323969
period_1986	.0121578	.0040809	2.98	0.003	.0041593	.0201563
period_1987	.0058755	.0037942	1.55	0.121	-.0015609	.0133119
period_1988	-.004926	.0036528	-1.35	0.177	-.0120854	.0022334
period_1989	.0035545	.0036804	0.97	0.334	-.003659	.010768
period_1990	.0171852	.0034778	4.94	0.000	.0103689	.0240015
period_1991	.0208888	.0034811	6.00	0.000	.014066	.0277116
period_1992	.0030178	.0034504	0.87	0.382	-.0037449	.0097805
period_1993	.0359772	.0030601	11.76	0.000	.0299794	.0419749
period_1994	-.0152709	.0030412	-5.02	0.000	-.0212315	-.0093103
period_1995	-.0183928	.0030444	-6.04	0.000	-.0243598	-.0124258
period_1996	-.0344545	.0032518	-10.60	0.000	-.040828	-.028081
period_1997	-.0297249	.0031302	-9.50	0.000	-.0358599	-.0235898
period_1998	-.0307195	.0030762	-9.99	0.000	-.0367488	-.0246902
period_1999	-.0359822	.0031501	-11.42	0.000	-.0421563	-.0298082
period_2000	-.0355306	.0031339	-11.34	0.000	-.041673	-.0293882

period_2001	-.0416328	.0031219	-13.34	0.000	-.0477516	-.035514
period_2002	-.0423304	.0031067	-13.63	0.000	-.0484194	-.0362413
period_2003	-.0386934	.0031089	-12.45	0.000	-.0447868	-.0326
period_2004	-.0443083	.0031883	-13.90	0.000	-.0505573	-.0380593
period_2005	-.0435059	.0032021	-13.59	0.000	-.0497819	-.0372299
period_2006	-.0506479	.0032212	-15.72	0.000	-.0569614	-.0443345
period_2007	-.0445902	.0032126	-13.88	0.000	-.0508868	-.0382937
period_2008	-.0463421	.0032309	-14.34	0.000	-.0526745	-.0400097
period_2009	-.0458024	.0032886	-13.93	0.000	-.0522479	-.0393568
period_2010	-.0446452	.0033053	-13.51	0.000	-.0511234	-.038167
period_2011	-.0475238	.0033021	-14.39	0.000	-.0539959	-.0410517
period_2012	-.0481841	.0033216	-14.51	0.000	-.0546944	-.0416739
cohort_1891	.0135638	.0877315	0.15	0.877	-.1583868	.1855144
cohort_1892	-.0448527	.0699511	-0.64	0.521	-.1819542	.0922489
cohort_1893	-.0289886	.0433731	-0.67	0.504	-.1139983	.056021
cohort_1894	-.0252558	.0365489	-0.69	0.490	-.0968903	.0463786
cohort_1895	-.0556441	.0352628	-1.58	0.115	-.1247579	.0134698
cohort_1896	-.001013	.0277341	-0.04	0.971	-.0553709	.0533449
cohort_1897	-.0131314	.024743	-0.53	0.596	-.0616268	.035364
cohort_1898	-.0065787	.021739	-0.30	0.762	-.0491863	.0360289
cohort_1899	-.0228167	.0202984	-1.12	0.261	-.0626008	.0169673
cohort_1900	-.0348223	.0184146	-1.89	0.059	-.0709141	.0012696
cohort_1901	-.0388015	.0168357	-2.30	0.021	-.0717989	-.0058041
cohort_1902	-.009061	.0146461	-0.62	0.536	-.0377668	.0196449
cohort_1903	.0302223	.0151187	2.00	0.046	.0005902	.0598545
cohort_1904	.000386	.0143536	0.03	0.979	-.0277465	.0285186
cohort_1905	.0314173	.0132071	2.38	0.017	.0055317	.0573028
cohort_1906	.0215884	.012154	1.78	0.076	-.002233	.0454099
cohort_1907	.0169669	.0111709	1.52	0.129	-.0049276	.0388615
cohort_1908	.0091972	.0103654	0.89	0.375	-.0111185	.029513
cohort_1909	.0466206	.0102081	4.57	0.000	.0266131	.066628
cohort_1910	.0343755	.0098371	3.49	0.000	.0150951	.053656
cohort_1911	.0347762	.0091564	3.80	0.000	.0168301	.0527223
cohort_1912	.0201772	.0090094	2.24	0.025	.0025191	.0378352
cohort_1913	.034313	.0086219	3.98	0.000	.0174142	.0512117
cohort_1914	.0170065	.0085654	1.99	0.047	.0002187	.0337943
cohort_1915	.0381074	.0093817	4.06	0.000	.0197195	.0564953
cohort_1916	.0291139	.0099543	2.92	0.003	.0096037	.048624
cohort_1917	.0115923	.009318	1.24	0.213	-.0066707	.0298552
cohort_1918	.0414257	.0092307	4.49	0.000	.0233339	.0595176
cohort_1919	.0112124	.0075772	1.48	0.139	-.0036387	.0260634
cohort_1920	.027096	.007144	3.79	0.000	.013094	.041098
cohort_1921	.0270162	.0071128	3.80	0.000	.0130755	.040957
cohort_1922	.0185246	.0068752	2.69	0.007	.0050494	.0319999
cohort_1923	.031462	.00685	4.59	0.000	.0180364	.0448877
cohort_1924	.0207433	.0064956	3.19	0.001	.0080122	.0334745
cohort_1925	.0264401	.0062766	4.21	0.000	.0141382	.0387421
cohort_1926	.0282046	.0061489	4.59	0.000	.016153	.0402562
cohort_1927	.0223988	.0059881	3.74	0.000	.0106624	.0341353
cohort_1928	.012868	.0060042	2.14	0.032	.0011	.024636
cohort_1929	.0144267	.0057415	2.51	0.012	.0031736	.0256799
cohort_1930	.019413	.0055389	3.50	0.000	.0085571	.030269
cohort_1931	.0221105	.0057069	3.87	0.000	.0109251	.0332959
cohort_1932	.0166468	.0055151	3.02	0.003	.0058375	.0274562
cohort_1933	.0196271	.0054204	3.62	0.000	.0090033	.0302509
cohort_1934	.0112857	.0049875	2.26	0.024	.0015104	.0210611
cohort_1935	.0169385	.0047642	3.56	0.000	.0076008	.0262763
cohort_1936	.0182754	.0046343	3.94	0.000	.0091923	.0273585
cohort_1937	.0083925	.0044968	1.87	0.062	-.0004211	.0172062
cohort_1938	.0033222	.0044096	0.75	0.451	-.0053205	.0119648

cohort_1939	.0069618	.0043021	1.62	0.106	-.0014703	.0153938
cohort_1940	.0016692	.0042579	0.39	0.695	-.0066761	.0100145
cohort_1941	-.0025213	.0042832	-0.59	0.556	-.0109161	.0058736
cohort_1942	-.0087003	.0044002	-1.98	0.048	-.0173246	-.0000761
cohort_1943	-.0069202	.0044345	-1.56	0.119	-.0156116	.0017712
cohort_1944	-.0123574	.004479	-2.76	0.006	-.021136	-.0035788
cohort_1945	-.013585	.0047783	-2.84	0.004	-.0229502	-.0042197
cohort_1946	-.0125984	.0046512	-2.71	0.007	-.0217145	-.0034822
cohort_1947	-.0056428	.0044607	-1.27	0.206	-.0143856	.0031
cohort_1948	-.0188427	.0043362	-4.35	0.000	-.0273414	-.0103439
cohort_1949	-.0131181	.0043264	-3.03	0.002	-.0215977	-.0046386
cohort_1950	-.0115798	.0041908	-2.76	0.006	-.0197936	-.0033659
cohort_1951	-.0174174	.0042631	-4.09	0.000	-.0257729	-.0090618
cohort_1952	-.0110822	.0042239	-2.62	0.009	-.019361	-.0028034
cohort_1953	-.0167167	.0041862	-3.99	0.000	-.0249215	-.0085118
cohort_1954	-.0198679	.0041986	-4.73	0.000	-.0280971	-.0116388
cohort_1955	-.016912	.0042606	-3.97	0.000	-.0252626	-.0085613
cohort_1956	-.0146583	.0042035	-3.49	0.000	-.022897	-.0064195
cohort_1957	-.0211914	.0041902	-5.06	0.000	-.0294041	-.0129788
cohort_1958	-.0124902	.0042011	-2.97	0.003	-.0207241	-.0042562
cohort_1959	-.0243364	.0041385	-5.88	0.000	-.0324478	-.0162251
cohort_1960	-.0173967	.0040651	-4.28	0.000	-.0253643	-.0094292
cohort_1961	-.0117219	.0041095	-2.85	0.004	-.0197765	-.0036674
cohort_1962	-.0162981	.0041908	-3.89	0.000	-.0245119	-.0080842
cohort_1963	-.0170874	.0040768	-4.19	0.000	-.0250778	-.0090969
cohort_1964	-.0174375	.0041187	-4.23	0.000	-.02551	-.0093651
cohort_1965	-.010669	.0041876	-2.55	0.011	-.0188765	-.0024615
cohort_1966	-.0163283	.0041944	-3.89	0.000	-.0245491	-.0081074
cohort_1967	-.0133834	.004344	-3.08	0.002	-.0218974	-.0048693
cohort_1968	-.0126257	.0043485	-2.90	0.004	-.0211486	-.0041029
cohort_1969	-.0136963	.004634	-2.96	0.003	-.0227788	-.0046139
cohort_1970	-.0133512	.0047137	-2.83	0.005	-.0225899	-.0041124
cohort_1971	-.000998	.0049326	-0.20	0.840	-.0106657	.0086697
cohort_1972	-.0103211	.0053205	-1.94	0.052	-.0207491	.0001069
cohort_1973	-.0072282	.0056121	-1.29	0.198	-.0182278	.0037714
cohort_1974	-.0096618	.0058203	-1.66	0.097	-.0210694	.0017458
cohort_1975	-.0054046	.0059378	-0.91	0.363	-.0170424	.0062332
cohort_1976	-.0081849	.0059894	-1.37	0.172	-.019924	.0035542
cohort_1977	.0041602	.0061945	0.67	0.502	-.0079809	.0163013
cohort_1978	.0009067	.0065143	0.14	0.889	-.0118611	.0136746
cohort_1979	-.0019411	.0068846	-0.28	0.778	-.0154346	.0115523
cohort_1980	.0036836	.0068067	0.54	0.588	-.0096574	.0170245
cohort_1981	-.0083837	.0071249	-1.18	0.239	-.0223483	.0055809
cohort_1982	-.01358	.0075343	-1.80	0.071	-.028347	.001187
cohort_1983	-.00593	.0074986	-0.79	0.429	-.0206269	.008767
cohort_1984	-.0100457	.0081998	-1.23	0.221	-.0261171	.0060257
cohort_1985	-.0071889	.0087539	-0.82	0.412	-.0243462	.0099683
cohort_1986	-.0014494	.0085866	-0.17	0.866	-.0182787	.01538
cohort_1987	-.0033802	.0094934	-0.36	0.722	-.0219868	.0152264
cohort_1988	-.0024392	.0098067	-0.25	0.804	-.0216599	.0167815
cohort_1989	.0064557	.0107691	0.60	0.549	-.0146514	.0275628
cohort_1990	.0002383	.011382	0.02	0.983	-.0220701	.0225467
cohort_1991	-.0080676	.0126795	-0.64	0.525	-.0329189	.0167837
cohort_1992	-.0091891	.013331	-0.69	0.491	-.0353174	.0169392
cohort_1993	-.0072503	.0152495	-0.48	0.634	-.0371388	.0226382
cohort_1994	.0108364	.019512	0.56	0.579	-.0274064	.0490792
cohort_1995	.0049823	.0203141	0.25	0.806	-.0348325	.0447972
cohort_1996	-.0035663	.0263365	-0.14	0.892	-.055185	.0480523
cohort_1997	.0004531	.0308061	0.01	0.988	-.0599258	.060832
cohort_1998	-.0218927	.0478061	-0.46	0.647	-.1155909	.0718055
_cons	.0772419	.0026826	28.79	0.000	.071984	.0824997

Tabelle 54: Effekteberechnung für die Unterkunftswahl: Camping im Zelt.

```
. apc_ie Camping V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

Iteration 0:  log likelihood = 60180.345
Intrinsic estimator of APC effects          No. of obs      = 193026
Optimization      : ML                      Residual df     = 192810
                                                Scale parameter = .0314202
Deviance          = 6058.130873             (1/df) Deviance = .0314202
Pearson          = 6058.130873             (1/df) Pearson  = .0314202

Variance function: V(u) = 1                [Gaussian]
Link function     : g(u) = u                [Identity]

Log likelihood    = 60180.34459            AIC              = -.6213085
                                                BIC              = -2340551
```

Camping	OIM					[95% Conf. Interval]
	Coef.	Std. Err.	z	P> z		
V5050	-.0127894	.0008109	-15.77	0.000	-.0143789	-.0112
V3030	.0002562	.0003981	0.64	0.520	-.0005241	.0010365
age_14	.0410318	.0056904	7.21	0.000	.0298789	.0521847
age_15	.0518094	.0050921	10.17	0.000	.0418291	.0617897
age_16	.0492169	.0046376	10.61	0.000	.0401273	.0583065
age_17	.0783452	.0046731	16.77	0.000	.0691861	.0875043
age_18	.1039822	.0041815	24.87	0.000	.0957867	.1121777
age_19	.1096373	.0038828	28.24	0.000	.1020271	.1172476
age_20	.1030643	.0038564	26.73	0.000	.0955059	.1106226
age_21	.0870976	.0038592	22.57	0.000	.0795337	.0946615
age_22	.0794215	.0036478	21.77	0.000	.0722719	.0865711
age_23	.0704885	.0035117	20.07	0.000	.0636056	.0773714
age_24	.0590506	.0033659	17.54	0.000	.0524535	.0656477
age_25	.0484487	.0033078	14.65	0.000	.0419655	.0549319
age_26	.0306569	.0032448	9.45	0.000	.0242973	.0370166
age_27	.0218099	.0032157	6.78	0.000	.0155073	.0281125
age_28	.0136467	.0029968	4.55	0.000	.007773	.0195204
age_29	.0066343	.0030592	2.17	0.030	.0006385	.0126301
age_30	.0048087	.0028786	1.67	0.095	-.0008333	.0104508
age_31	-.0066862	.0031573	-2.12	0.034	-.0128743	-.000498
age_32	-.0046217	.0030038	-1.54	0.124	-.010509	.0012656
age_33	-.0098409	.0030242	-3.25	0.001	-.0157681	-.0039136
age_34	-.0144405	.002987	-4.83	0.000	-.0202949	-.008586
age_35	-.0146784	.0028664	-5.12	0.000	-.0202964	-.0090603
age_36	-.0163465	.0028202	-5.80	0.000	-.021874	-.010819
age_37	-.0128637	.0029704	-4.33	0.000	-.0186855	-.0070419
age_38	-.0162095	.002733	-5.93	0.000	-.021566	-.010853
age_39	-.0132828	.002861	-4.64	0.000	-.0188903	-.0076753
age_40	-.0174275	.0026421	-6.60	0.000	-.0226059	-.0122491
age_41	-.0147257	.0030021	-4.91	0.000	-.0206097	-.0088418
age_42	-.0216655	.0027063	-8.01	0.000	-.0269698	-.0163613
age_43	-.0197845	.0029467	-6.71	0.000	-.0255599	-.0140091
age_44	-.0261892	.0029609	-8.84	0.000	-.0319925	-.0203858
age_45	-.0224802	.0028607	-7.86	0.000	-.0280871	-.0168733
age_46	-.0254677	.0030502	-8.35	0.000	-.0314461	-.0194894
age_47	-.0218038	.0031294	-6.97	0.000	-.0279373	-.0156703
age_48	-.0272122	.0029389	-9.26	0.000	-.0329723	-.021452
age_49	-.026515	.0031507	-8.42	0.000	-.0326902	-.0203398
age_50	-.0262378	.0027953	-9.39	0.000	-.0317165	-.0207592

age_51	-.0296666	.0032267	-9.19	0.000	-.0359908	-.0233424
age_52	-.0255565	.0029886	-8.55	0.000	-.0314227	-.0197074
age_53	-.0276573	.0032283	-8.57	0.000	-.0339846	-.0213299
age_54	-.0277685	.0032294	-8.60	0.000	-.034098	-.021439
age_55	-.0296136	.0032072	-9.23	0.000	-.0358996	-.0233276
age_56	-.0279229	.0032189	-8.67	0.000	-.0342318	-.021614
age_57	-.0250883	.0034595	-7.25	0.000	-.0318689	-.0183077
age_58	-.0214427	.0031763	-6.75	0.000	-.0276682	-.0152172
age_59	-.0264155	.0032848	-8.04	0.000	-.0328537	-.0199774
age_60	-.0255015	.0029525	-8.64	0.000	-.0312883	-.0197147
age_61	-.0262107	.003416	-7.67	0.000	-.0329058	-.0195155
age_62	-.0231452	.0032185	-7.19	0.000	-.0294533	-.016837
age_63	-.0240435	.0032973	-7.29	0.000	-.0305061	-.017581
age_64	-.0198206	.0034396	-5.76	0.000	-.0265621	-.0130792
age_65	-.0234079	.0032354	-7.23	0.000	-.0297492	-.0170666
age_66	-.0186415	.0035596	-5.24	0.000	-.0256182	-.0116648
age_67	-.0193318	.0036461	-5.30	0.000	-.0264781	-.0121855
age_68	-.0203721	.003586	-5.68	0.000	-.0274006	-.0133436
age_69	-.020617	.0038641	-5.34	0.000	-.0281904	-.0130435
age_70	-.0174969	.0035537	-4.92	0.000	-.0244621	-.0105317
age_71	-.0162237	.0042571	-3.81	0.000	-.0245674	-.0078799
age_72	-.0145759	.0041521	-3.51	0.000	-.0227139	-.006438
age_73	-.0162584	.0046954	-3.46	0.001	-.0254613	-.0070556
age_74	-.0143145	.0049986	-2.86	0.004	-.0241115	-.0045174
age_75	-.010424	.0048789	-2.14	0.033	-.0199864	-.0008616
age_76	-.0112996	.0057626	-1.96	0.050	-.0225941	-5.11e-06
age_77	-.0107293	.0062171	-1.73	0.084	-.0229146	.0014561
age_78	-.011867	.0062668	-1.89	0.058	-.0241498	.0004158
age_79	-.0055972	.0068163	-0.82	0.412	-.018957	.0077626
age_80	-.0096527	.0069857	-1.38	0.167	-.0233445	.0040391
period_1971	.0157592	.0034074	4.62	0.000	.0090807	.0224376
period_1972	.0211506	.0033307	6.35	0.000	.0146226	.0276787
period_1973	.0141417	.0035302	4.01	0.000	.0072227	.0210607
period_1974	.0207396	.0033394	6.21	0.000	.0141946	.0272847
period_1975	.0221808	.0031839	6.97	0.000	.0159404	.0284211
period_1976	.0152683	.0032424	4.71	0.000	.0089132	.0216233
period_1977	.0203552	.0032461	6.27	0.000	.013993	.0267175
period_1978	.0213127	.0031654	6.73	0.000	.0151085	.0275169
period_1979	.0172682	.0032006	5.40	0.000	.010995	.0235413
period_1980	.0142777	.0030418	4.69	0.000	.0083159	.0202394
period_1981	.0343794	.0033522	10.26	0.000	.0278091	.0409497
period_1982	.0124687	.0030441	4.10	0.000	.0065025	.0184349
period_1983	.0130865	.0031548	4.15	0.000	.0069032	.0192697
period_1984	.0121457	.0030778	3.95	0.000	.0061132	.0181781
period_1985	.0100143	.0030243	3.31	0.001	.0040868	.0159417
period_1986	.0043362	.0030421	1.43	0.154	-.0016261	.0102985
period_1987	.0005849	.0028283	0.21	0.836	-.0049585	.0061282
period_1988	.0051645	.002723	1.90	0.058	-.0001724	.0105014
period_1989	.008589	.0027435	3.13	0.002	.0032119	.0139662
period_1990	-.0072595	.0025924	-2.80	0.005	-.0123406	-.0021784
period_1991	.0050118	.0025949	1.93	0.053	-.0000742	.0100977
period_1992	-.0089349	.0025721	-3.47	0.001	-.013976	-.0038937
period_1993	.0215244	.0022811	9.44	0.000	.0170535	.0259954
period_1994	-.0060966	.002267	-2.69	0.007	-.0105399	-.0016534
period_1995	-.0090241	.0022694	-3.98	0.000	-.0134721	-.0045761
period_1996	-.0089645	.002424	-3.70	0.000	-.0137155	-.0042135
period_1997	-.0142624	.0023333	-6.11	0.000	-.0188357	-.0096891
period_1998	-.0128536	.0022931	-5.61	0.000	-.0173481	-.0083592
period_1999	-.0165624	.0023482	-7.05	0.000	-.0211648	-.0119601
period_2000	-.0199804	.0023361	-8.55	0.000	-.0245592	-.0154017

period_2001	-.0168922	.0023272	-7.26	0.000	-.0214534	-.0123311
period_2002	-.0144286	.0023159	-6.23	0.000	-.0189676	-.0098896
period_2003	-.0138035	.0023175	-5.96	0.000	-.0183457	-.0092612
period_2004	-.0171435	.0023767	-7.21	0.000	-.0218017	-.0124852
period_2005	-.020832	.0023869	-8.73	0.000	-.0255103	-.0161537
period_2006	-.0194182	.0024012	-8.09	0.000	-.0241245	-.014712
period_2007	-.01997	.0023948	-8.34	0.000	-.0246637	-.0152763
period_2008	-.0152319	.0024084	-6.32	0.000	-.0199523	-.0105115
period_2009	-.0156868	.0024514	-6.40	0.000	-.0204915	-.0108821
period_2010	-.0179928	.0024639	-7.30	0.000	-.0228219	-.0131637
period_2011	-.0187521	.0024615	-7.62	0.000	-.0235766	-.0139276
period_2012	-.0156691	.0024761	-6.33	0.000	-.0205221	-.0108161
cohort_1891	-.0326485	.0653981	-0.50	0.618	-.1608263	.0955294
cohort_1892	-.0377333	.0521439	-0.72	0.469	-.1399334	.0644669
cohort_1893	-.034297	.0323318	-1.06	0.289	-.0976661	.029072
cohort_1894	-.033456	.0272448	-1.23	0.219	-.0868547	.0199428
cohort_1895	-.0338945	.0262861	-1.29	0.197	-.0854143	.0176253
cohort_1896	-.0342552	.020674	-1.66	0.098	-.0747754	.0062651
cohort_1897	-.0338133	.0184443	-1.83	0.067	-.0699635	.0023368
cohort_1898	-.0243591	.016205	-1.50	0.133	-.0561203	.0074021
cohort_1899	-.0319851	.0151311	-2.11	0.035	-.0616414	-.0023287
cohort_1900	-.0326704	.0137268	-2.38	0.017	-.0595745	-.0057663
cohort_1901	-.026117	.0125499	-2.08	0.037	-.0507144	-.0015197
cohort_1902	-.0297724	.0109177	-2.73	0.006	-.0511707	-.0083741
cohort_1903	-.0225552	.011127	-2.00	0.045	-.0446441	-.0004664
cohort_1904	-.0286127	.0106997	-2.67	0.007	-.0495836	-.0076417
cohort_1905	-.025523	.0098451	-2.59	0.010	-.044819	-.006227
cohort_1906	-.0242494	.00906	-2.68	0.007	-.0420068	-.0064921
cohort_1907	-.0242667	.0083272	-2.91	0.004	-.0405877	-.0079458
cohort_1908	-.0234806	.0077267	-3.04	0.002	-.0386247	-.0083366
cohort_1909	-.0220308	.0076095	-2.90	0.004	-.0369451	-.0071165
cohort_1910	-.0166462	.0073329	-2.27	0.023	-.0310185	-.0022739
cohort_1911	-.0206681	.0068255	-3.03	0.002	-.0340458	-.0072904
cohort_1912	-.0171067	.0067159	-2.55	0.011	-.0302696	-.0039437
cohort_1913	-.0180877	.0064271	-2.81	0.005	-.0306845	-.0054908
cohort_1914	-.019167	.0063849	-3.00	0.003	-.0316812	-.0066528
cohort_1915	-.012285	.0069935	-1.76	0.079	-.025992	.0014219
cohort_1916	-.0141544	.0074203	-1.91	0.056	-.0286979	.0003892
cohort_1917	-.0093294	.006946	-1.34	0.179	-.0229432	.0042844
cohort_1918	-.007392	.0068809	-1.07	0.283	-.0208783	.0060942
cohort_1919	-.0060794	.0056483	-1.08	0.282	-.0171499	.004991
cohort_1920	-.0099523	.0053254	-1.87	0.062	-.0203899	.0004852
cohort_1921	.002305	.0053021	0.43	0.664	-.0080869	.012697
cohort_1922	-.002686	.005125	-0.52	0.600	-.0127309	.0073588
cohort_1923	-.0051248	.0051062	-1.00	0.316	-.0151327	.0048832
cohort_1924	-.0010792	.0048421	-0.22	0.824	-.0105694	.0084111
cohort_1925	-.0004464	.0046788	-0.10	0.924	-.0096167	.0087239
cohort_1926	-.0019637	.0045836	-0.43	0.668	-.0109474	.00702
cohort_1927	.0058866	.0044637	1.32	0.187	-.0028621	.0146353
cohort_1928	.0029381	.0044757	0.66	0.512	-.0058342	.0117104
cohort_1929	.0058213	.0042799	1.36	0.174	-.0025672	.0142098
cohort_1930	.0075276	.0041289	1.82	0.068	-.0005648	.01562
cohort_1931	.0087685	.0042541	2.06	0.039	.0004306	.0171065
cohort_1932	.0064369	.0041111	1.57	0.117	-.0016207	.0144945
cohort_1933	.0086531	.0040406	2.14	0.032	.0007338	.0165725
cohort_1934	.0064084	.0037179	1.72	0.085	-.0008785	.0136953
cohort_1935	.0120298	.0035514	3.39	0.001	.0050691	.0189905
cohort_1936	.0111157	.0034546	3.22	0.001	.0043449	.0178866
cohort_1937	.0115723	.0033521	3.45	0.001	.0050023	.0181422
cohort_1938	.0135219	.0032871	4.11	0.000	.0070793	.0199644

cohort_1939	.011535	.003207	3.60	0.000	.0052495	.0178205
cohort_1940	.0175591	.003174	5.53	0.000	.0113382	.0237799
cohort_1941	.012612	.0031928	3.95	0.000	.0063542	.0188698
cohort_1942	.0157201	.0032801	4.79	0.000	.0092913	.022149
cohort_1943	.0120095	.0033056	3.63	0.000	.0055307	.0184884
cohort_1944	.0121457	.0033388	3.64	0.000	.0056018	.0186896
cohort_1945	.0206248	.0035619	5.79	0.000	.0136436	.027606
cohort_1946	.0221708	.0034672	6.39	0.000	.0153753	.0289663
cohort_1947	.0199244	.0033251	5.99	0.000	.0134072	.0264416
cohort_1948	.0170907	.0032323	5.29	0.000	.0107554	.023426
cohort_1949	.0222957	.003225	6.91	0.000	.0159748	.0286167
cohort_1950	.0224669	.003124	7.19	0.000	.016344	.0285897
cohort_1951	.0185155	.0031779	5.83	0.000	.012287	.024744
cohort_1952	.0253499	.0031487	8.05	0.000	.0191786	.0315212
cohort_1953	.031938	.0031206	10.23	0.000	.0258218	.0380542
cohort_1954	.0304564	.0031298	9.73	0.000	.0243222	.0365907
cohort_1955	.0271313	.003176	8.54	0.000	.0209065	.0333562
cohort_1956	.0330973	.0031335	10.56	0.000	.0269559	.0392388
cohort_1957	.0364565	.0031235	11.67	0.000	.0303345	.0425785
cohort_1958	.0393477	.0031316	12.56	0.000	.0332098	.0454855
cohort_1959	.0394712	.003085	12.79	0.000	.0334247	.0455177
cohort_1960	.0406549	.0030303	13.42	0.000	.0347156	.0465942
cohort_1961	.0341762	.0030634	11.16	0.000	.028172	.0401803
cohort_1962	.0378422	.003124	12.11	0.000	.0317193	.0439651
cohort_1963	.0350933	.003039	11.55	0.000	.029137	.0410497
cohort_1964	.028554	.0030702	9.30	0.000	.0225365	.0345715
cohort_1965	.0274874	.0031216	8.81	0.000	.0213693	.0336056
cohort_1966	.0292457	.0031266	9.35	0.000	.0231176	.0353738
cohort_1967	.0198585	.0032381	6.13	0.000	.0135119	.0262051
cohort_1968	.0232781	.0032415	7.18	0.000	.0169249	.0296313
cohort_1969	.0227491	.0034543	6.59	0.000	.0159788	.0295195
cohort_1970	.0178025	.0035138	5.07	0.000	.0109156	.0246893
cohort_1971	.01119	.0036769	3.04	0.002	.0039833	.0183966
cohort_1972	.0101362	.0039661	2.56	0.011	.0023628	.0179096
cohort_1973	.0116834	.0041835	2.79	0.005	.003484	.0198829
cohort_1974	.0064143	.0043387	1.48	0.139	-.0020894	.0149179
cohort_1975	-.001887	.0044262	-0.43	0.670	-.0105622	.0067883
cohort_1976	.0048388	.0044647	1.08	0.278	-.0039119	.0135895
cohort_1977	.006442	.0046176	1.40	0.163	-.0026084	.0154924
cohort_1978	.0114396	.004856	2.36	0.018	.001922	.0209572
cohort_1979	-.007574	.005132	-1.48	0.140	-.0176325	.0024845
cohort_1980	-.0069669	.005074	-1.37	0.170	-.0169117	.0029778
cohort_1981	-.0160703	.0053112	-3.03	0.002	-.02648	-.0056606
cohort_1982	-.0186715	.0056163	-3.32	0.001	-.0296793	-.0076636
cohort_1983	-.0174742	.0055897	-3.13	0.002	-.0284298	-.0065186
cohort_1984	-.0039649	.0061124	-0.65	0.517	-.0159451	.0080152
cohort_1985	-.0251855	.0065254	-3.86	0.000	-.0379751	-.012396
cohort_1986	-.020539	.0064007	-3.21	0.001	-.0330841	-.0079938
cohort_1987	-.0262081	.0070767	-3.70	0.000	-.0400782	-.0123381
cohort_1988	-.0076592	.0073102	-1.05	0.295	-.021987	.0066686
cohort_1989	-.0254674	.0080277	-3.17	0.002	-.0412013	-.0097334
cohort_1990	-.0169083	.0084846	-1.99	0.046	-.0335377	-.0002789
cohort_1991	-.0035816	.0094517	-0.38	0.705	-.0221066	.0149434
cohort_1992	-.0415443	.0099374	-4.18	0.000	-.0610213	-.0220674
cohort_1993	-.0395527	.0113675	-3.48	0.001	-.0618326	-.0172728
cohort_1994	-.0109068	.0145449	-0.75	0.453	-.0394143	.0176007
cohort_1995	-.0057437	.0151428	-0.38	0.704	-.035423	.0239357
cohort_1996	-.0313002	.0196321	-1.59	0.111	-.0697785	.0071781
cohort_1997	.0079175	.0229639	0.34	0.730	-.037091	.0529259
cohort_1998	.067387	.0356363	1.89	0.059	-.0024588	.1372328
_cons	.0463102	.0019997	23.16	0.000	.0423909	.0502296

Tabelle 55: Effekteberechnung für die Unterkunftswahl: Wohnwagen/Wohnmobil.

```
. apc_ie Wohnwagen V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

Iteration 0:  log likelihood = 39689.284
Intrinsic estimator of APC effects          No. of obs      = 190245
Optimization      : ML                      Residual df     = 190031
                                                Scale parameter = .0386196
Deviance          = 7338.920329            (1/df) Deviance = .0386196
Pearson           = 7338.920329            (1/df) Pearson  = .0386196

Variance function: V(u) = 1                [Gaussian]
Link function     : g(u) = u                [Identity]

Log likelihood    = 39689.28393            AIC              = -.4149942
                                                BIC              = -2302691
```

Wohnwagen	OIM					[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.	z	P> z			
V5050	-.0044019	.0009057	-4.86	0.000	-.006177	-.0026268	
V3030	.012523	.0004451	28.13	0.000	.0116505	.0133955	
age_14	.0000364	.0063529	0.01	0.995	-.0124151	.0124879	
age_15	.0043237	.0056846	0.76	0.447	-.0068181	.0154654	
age_16	-.0075888	.0051908	-1.46	0.144	-.0177625	.0025849	
age_17	-.0073143	.0052327	-1.40	0.162	-.0175703	.0029416	
age_18	-.0083265	.0047024	-1.77	0.077	-.0175431	.0008901	
age_19	-.0098636	.0043723	-2.26	0.024	-.0184331	-.0012941	
age_20	-.0067313	.0043202	-1.56	0.119	-.0151988	-.0017362	
age_21	-.0024274	.004327	-0.56	0.575	-.0109083	.0060534	
age_22	-.0018437	.0040928	-0.45	0.652	-.0098654	.0061781	
age_23	-.0070127	.0039275	-1.79	0.074	-.0147104	.0006851	
age_24	.002124	.0037727	0.56	0.573	-.0052704	.0095184	
age_25	.0033138	.0037012	0.90	0.371	-.0039405	.0105681	
age_26	.0035293	.0036322	0.97	0.331	-.0035898	.0106483	
age_27	-.0025838	.0035977	-0.72	0.473	-.0096353	.0044676	
age_28	.0026005	.0033536	0.78	0.438	-.0039725	.0091736	
age_29	.0009102	.0034219	0.27	0.790	-.0057966	.0076171	
age_30	.0050743	.0032239	1.57	0.115	-.0012444	.011393	
age_31	.0013687	.0035343	0.39	0.699	-.0055584	.0082957	
age_32	.0093771	.0033599	2.79	0.005	.0027918	.0159623	
age_33	.000484	.0033768	0.14	0.886	-.0061344	.0071024	
age_34	.0038239	.0033379	1.15	0.252	-.0027183	.0103661	
age_35	.0064819	.0032028	2.02	0.043	.0002044	.0127593	
age_36	.0079365	.0031521	2.52	0.012	.0017585	.0141146	
age_37	.006673	.0033164	2.01	0.044	.0001729	.013173	
age_38	.0054857	.0030515	1.80	0.072	-.0004951	.0114665	
age_39	.0005556	.0031919	0.17	0.862	-.0057005	.0068117	
age_40	.0067565	.0029557	2.29	0.022	.0009634	.0125496	
age_41	.0061472	.0033605	1.83	0.067	-.0004393	.0127338	
age_42	.003661	.0030311	1.21	0.227	-.0022799	.009602	
age_43	.0065458	.0032923	1.99	0.047	.000093	.0129987	
age_44	.0058623	.0033105	1.77	0.077	-.0006261	.0123507	
age_45	-.0018997	.0031953	-0.59	0.552	-.0081623	.0043629	
age_46	-.0029026	.0034128	-0.85	0.395	-.0095916	.0037865	
age_47	.0013769	.0034885	0.39	0.693	-.0054604	.0082143	
age_48	.0029064	.0032798	0.89	0.376	-.0035218	.0093346	
age_49	.0025833	.0035105	0.74	0.462	-.0042972	.0094638	
age_50	-.0027852	.0031188	-0.89	0.372	-.008898	.0033275	

age_51	-.0072411	.0035966	-2.01	0.044	-.0142903	-.000192
age_52	-.00563	.0033377	-1.69	0.092	-.0121718	.0009118
age_53	-.0046962	.0036006	-1.30	0.192	-.0117532	.0023608
age_54	-.0005783	.0036052	-0.16	0.873	-.0076444	.0064877
age_55	.0055187	.0035772	1.54	0.123	-.0014925	.0125298
age_56	-.0053676	.0035925	-1.49	0.135	-.0124088	.0016735
age_57	.0049665	.0038548	1.29	0.198	-.0025887	.0125218
age_58	-.0014945	.0035508	-0.42	0.674	-.0084539	.0054648
age_59	.0009463	.0036688	0.26	0.796	-.0062444	.008137
age_60	.0007092	.0032991	0.21	0.830	-.005757	.0071753
age_61	-.0029337	.0038164	-0.77	0.442	-.0104136	.0045463
age_62	-.0016642	.0035908	-0.46	0.643	-.008702	.0053737
age_63	.006739	.003672	1.84	0.066	-.0004579	.0139359
age_64	.0001679	.0038354	0.04	0.965	-.0073493	.0076851
age_65	-.0006964	.0036077	-0.19	0.847	-.0077673	.0063745
age_66	.0023976	.0039688	0.60	0.546	-.0053811	.0101763
age_67	.0087366	.0040797	2.14	0.032	.0007405	.0167328
age_68	-.0036073	.0040049	-0.90	0.368	-.0114567	.0042421
age_69	.0003624	.004315	0.08	0.933	-.0080947	.0088196
age_70	.0002738	.0039715	0.07	0.945	-.0075103	.0080579
age_71	-.0072339	.0047518	-1.52	0.128	-.0165473	.0020795
age_72	-.0043551	.0046255	-0.94	0.346	-.0134209	.0047107
age_73	-.0059312	.0052393	-1.13	0.258	-.0162001	.0043377
age_74	-.0046287	.0055774	-0.83	0.407	-.0155603	.0063029
age_75	-.0023483	.0054413	-0.43	0.666	-.0130131	.0083165
age_76	-.0095079	.0064286	-1.48	0.139	-.0221077	.0030919
age_77	.0020186	.0069251	0.29	0.771	-.0115544	.0155915
age_78	.004117	.007031	0.59	0.558	-.0096636	.0178975
age_79	-.0033716	.0076099	-0.44	0.658	-.0182867	.0115435
age_80	-.0043261	.0077722	-0.56	0.578	-.0195594	.0109072
period_1971	-.0206015	.003774	-5.46	0.000	-.0279983	-.0132046
period_1972	-.0181275	.0036887	-4.91	0.000	-.0253572	-.0108979
period_1973	-.0128486	.0039093	-3.29	0.001	-.0205107	-.0051865
period_1974	-.0130692	.0036978	-3.53	0.000	-.0203168	-.0058216
period_1975	-.01852	.0035252	-5.25	0.000	-.0254292	-.0116109
period_1976	-.0037921	.00359	-1.06	0.291	-.0108284	.0032441
period_1977	-.0045544	.0035943	-1.27	0.205	-.011599	.0024903
period_1978	-.0041105	.0035048	-1.17	0.241	-.0109797	.0027587
period_1979	-.0125258	.0035439	-3.53	0.000	-.0194717	-.0055799
period_1980	-.0006051	.0033675	-0.18	0.857	-.0072054	.0059952
period_1982	.0050277	.0033785	1.49	0.137	-.001594	.0116494
period_1983	.0061333	.0034996	1.75	0.080	-.0007259	.0129924
period_1984	.0117381	.0034144	3.44	0.001	.0050459	.0184303
period_1985	.0021356	.0033545	0.64	0.524	-.0044392	.0087104
period_1986	.008489	.0033742	2.52	0.012	.0018757	.0151024
period_1987	.0057782	.0031367	1.84	0.065	-.0003697	.0119261
period_1988	.0126366	.0030195	4.18	0.000	.0067184	.0185548
period_1989	.0057978	.0030417	1.91	0.057	-.000164	.0117595
period_1990	.0041266	.0028741	1.44	0.151	-.0015065	.0097597
period_1991	-.0008143	.002876	-0.28	0.777	-.0064512	.0048226
period_1992	.0003283	.0028504	0.12	0.908	-.0052584	.0059149
period_1993	-.0013484	.0025274	-0.53	0.594	-.0063021	.0036053
period_1994	.0024547	.0025113	0.98	0.328	-.0024673	.0073767
period_1995	.0065621	.0025135	2.61	0.009	.0016357	.0114885
period_1996	.0057436	.0026845	2.14	0.032	.0004821	.011005
period_1997	.0063501	.0025836	2.46	0.014	.0012863	.0114138
period_1998	.0083424	.0025387	3.29	0.001	.0033667	.013318
period_1999	.0015778	.0025995	0.61	0.544	-.0035171	.0066727
period_2000	.0035637	.0025858	1.38	0.168	-.0015044	.0086318

period_2001	.0048287	.0025754	1.87	0.061	-.0002191	.0098765
period_2002	.0087647	.0025628	3.42	0.001	.0037417	.0137876
period_2003	.0048349	.0025644	1.89	0.059	-.0001913	.009861
period_2004	.0049106	.00263	1.87	0.062	-.0002441	.0100653
period_2005	-.0045867	.0026413	-1.74	0.082	-.0097635	.0005901
period_2006	-.0037227	.002657	-1.40	0.161	-.0089303	.0014848
period_2007	-.0038614	.0026498	-1.46	0.145	-.009055	.0013322
period_2008	-.0007556	.0026649	-0.28	0.777	-.0059788	.0044676
period_2009	.0001404	.0027128	0.05	0.959	-.0051765	.0054572
period_2010	.0019061	.0027266	0.70	0.485	-.003438	.0072502
period_2011	-.0012662	.0027242	-0.46	0.642	-.0066055	.0040731
period_2012	.0029395	.0027403	1.07	0.283	-.0024314	.0083103
cohort_1891	.0050114	.0724911	0.07	0.945	-.1370686	.1470914
cohort_1892	-.0011392	.0578006	-0.02	0.984	-.1144263	.1121478
cohort_1893	-.0016926	.035843	-0.05	0.962	-.0719435	.0685583
cohort_1894	-.0032782	.0302032	-0.11	0.914	-.0624754	.055919
cohort_1895	-.0019845	.0291406	-0.07	0.946	-.059099	.0551301
cohort_1896	-.002754	.0229209	-0.12	0.904	-.047678	.0421701
cohort_1897	-.0053338	.0204494	-0.26	0.794	-.0454139	.0347463
cohort_1898	-.0072795	.0179673	-0.41	0.685	-.0424947	.0279358
cohort_1899	-.007315	.0167769	-0.44	0.663	-.0401971	.0255672
cohort_1900	-.006047	.0152207	-0.40	0.691	-.0358791	.0237852
cohort_1901	-.0024196	.0139854	-0.17	0.863	-.0298306	.0249914
cohort_1902	-.0050463	.0120851	-0.42	0.676	-.0287327	.01864
cohort_1903	-.0052161	.0125611	-0.42	0.678	-.0298354	.0194033
cohort_1904	-.0034422	.0118463	-0.29	0.771	-.0266606	.0197762
cohort_1905	-.002524	.0107979	-0.23	0.815	-.0236875	.0186396
cohort_1906	-.0036455	.009723	-0.37	0.708	-.0227022	.0154113
cohort_1907	-.0118987	.0092648	-1.28	0.199	-.0300574	.00626
cohort_1908	-.0097067	.0083397	-1.16	0.244	-.0260523	.0066388
cohort_1909	-.0081853	.0084079	-0.97	0.330	-.0246645	.0082938
cohort_1910	-.00933	.0079772	-1.17	0.242	-.0249649	.006305
cohort_1911	-.0142246	.0077195	-1.84	0.065	-.0293545	.0009053
cohort_1912	-.0031791	.0072233	-0.44	0.660	-.0173364	.0109783
cohort_1913	-.008963	.0072509	-1.24	0.216	-.0231744	.0052485
cohort_1914	-.0059565	.0072629	-0.82	0.412	-.0201914	.0082785
cohort_1915	-.0049563	.0080734	-0.61	0.539	-.0207798	.0108673
cohort_1916	-.0150529	.0079458	-1.89	0.058	-.0306265	.0005207
cohort_1917	.0085464	.0077549	1.10	0.270	-.0066529	.0237456
cohort_1918	-.0149836	.006787	-2.21	0.027	-.0282859	-.0016813
cohort_1919	-.0091792	.0061342	-1.50	0.135	-.0212019	.0028436
cohort_1920	-.0002894	.0058855	-0.05	0.961	-.0118247	.0112459
cohort_1921	-.005536	.0057692	-0.96	0.337	-.0168434	.0057714
cohort_1922	-.0058368	.0056637	-1.03	0.303	-.0169374	.0052638
cohort_1923	-.0066835	.005502	-1.21	0.224	-.0174672	.0041003
cohort_1924	-.0072997	.0053564	-1.36	0.173	-.0177979	.0031986
cohort_1925	-.0006709	.0050663	-0.13	0.895	-.0106006	.0092588
cohort_1926	-.0019709	.0050683	-0.39	0.697	-.0119045	.0079628
cohort_1927	-.004977	.0049956	-1.00	0.319	-.0147682	.0048141
cohort_1928	-.003462	.0047661	-0.73	0.468	-.0128033	.0058793
cohort_1929	.0005534	.0046832	0.12	0.906	-.0086254	.0097323
cohort_1930	.0099426	.0046981	2.12	0.034	.0007344	.0191508
cohort_1931	-.0018202	.0046436	-0.39	0.695	-.0109215	.0072811
cohort_1932	.0042896	.0045279	0.95	0.343	-.004585	.0131642
cohort_1933	.0041144	.0042042	0.98	0.328	-.0041258	.0123546
cohort_1934	.0098833	.0040379	2.45	0.014	.0019692	.0177973
cohort_1935	.0020027	.0038644	0.52	0.604	-.0055714	.0095768
cohort_1936	.0100581	.0037702	2.67	0.008	.0026687	.0174475
cohort_1937	.0065954	.0037039	1.78	0.075	-.000664	.0138548
cohort_1938	.0117083	.0036027	3.25	0.001	.0046471	.0187696

cohort_1939	.0094218	.0035826	2.63	0.009	.0024001	.0164435
cohort_1940	.0082207	.0035565	2.31	0.021	.0012502	.0151912
cohort_1941	.0143378	.0036551	3.92	0.000	.0071739	.0215017
cohort_1942	.0115292	.0036878	3.13	0.002	.0043012	.0187571
cohort_1943	-.0001257	.0037134	-0.03	0.973	-.0074039	.0071525
cohort_1944	.011635	.0039438	2.95	0.003	.0039053	.0193647
cohort_1945	.0137913	.0038959	3.54	0.000	.0061553	.0214272
cohort_1946	.01423	.0037315	3.81	0.000	.0069163	.0215437
cohort_1947	.0128445	.0036427	3.53	0.000	.005705	.019984
cohort_1948	.0162908	.0035991	4.53	0.000	.0092366	.023345
cohort_1949	.0156646	.0035096	4.46	0.000	.0087859	.0225432
cohort_1950	.0090552	.0035217	2.57	0.010	.0021528	.0159576
cohort_1951	.0131369	.0035447	3.71	0.000	.0061895	.0200843
cohort_1952	.0107213	.0034729	3.09	0.002	.0039145	.0175281
cohort_1953	.0094183	.0034938	2.70	0.007	.0025705	.0162661
cohort_1954	.0109303	.0035261	3.10	0.002	.0040192	.0178413
cohort_1955	.0174261	.0035284	4.94	0.000	.0105106	.0243417
cohort_1956	.0056819	.0034855	1.63	0.103	-.0011495	.0125134
cohort_1957	.0102351	.0034527	2.96	0.003	.0034679	.0170022
cohort_1958	.0068904	.0034514	2.00	0.046	.0001258	.013655
cohort_1959	.0113904	.0033639	3.39	0.001	.0047972	.0179835
cohort_1960	.006643	.003407	1.95	0.051	-.0000346	.0133206
cohort_1961	.0039434	.003479	1.13	0.257	-.0028753	.010762
cohort_1962	.0028475	.0033934	0.84	0.401	-.0038034	.0094984
cohort_1963	.0068772	.0033996	2.02	0.043	.0002142	.0135402
cohort_1964	.0029083	.0034517	0.84	0.399	-.0038568	.0096735
cohort_1965	.0040792	.0034656	1.18	0.239	-.0027132	.0108717
cohort_1966	.0006	.003586	0.17	0.867	-.0064284	.0076284
cohort_1967	.001994	.0035962	0.55	0.579	-.0050545	.0090424
cohort_1968	.0045249	.0038318	1.18	0.238	-.0029853	.0120352
cohort_1969	.0013626	.0038974	0.35	0.727	-.0062762	.0090015
cohort_1970	-.0007053	.004078	-0.17	0.863	-.0086981	.0072874
cohort_1971	-.0013635	.0043984	-0.31	0.757	-.0099842	.0072573
cohort_1972	-.0004407	.0046392	-0.10	0.924	-.0095334	.008652
cohort_1973	.0006911	.0048112	0.14	0.886	-.0087386	.0101209
cohort_1974	-.0120085	.004908	-2.45	0.014	-.0216281	-.0023889
cohort_1975	-.0077305	.0049507	-1.56	0.118	-.0174337	.0019728
cohort_1976	-.0096585	.0051202	-1.89	0.059	-.0196938	.0003769
cohort_1977	-.0175817	.0053845	-3.27	0.001	-.0281351	-.0070283
cohort_1978	-.0081259	.0056903	-1.43	0.153	-.0192787	.0030269
cohort_1979	-.0109413	.0056261	-1.94	0.052	-.0219682	.0000857
cohort_1980	-.0100558	.0058891	-1.71	0.088	-.0215982	.0014867
cohort_1981	-.0108804	.0062274	-1.75	0.081	-.0230859	.001325
cohort_1982	-.0039709	.0061979	-0.64	0.522	-.0161186	.0081768
cohort_1983	-.012495	.0067774	-1.84	0.065	-.0257784	.0007884
cohort_1984	-.0205492	.0072353	-2.84	0.005	-.0347302	-.0063682
cohort_1985	-.0063732	.0070972	-0.90	0.369	-.0202835	.007537
cohort_1986	-.0118163	.0078466	-1.51	0.132	-.0271954	.0035628
cohort_1987	-.0021101	.0081056	-0.26	0.795	-.0179968	.0137767
cohort_1988	-.0185605	.0089011	-2.09	0.037	-.0360063	-.0011147
cohort_1989	-.0028237	.0094079	-0.30	0.764	-.0212628	.0156155
cohort_1990	-.0132793	.0104798	-1.27	0.205	-.0338192	.0072607
cohort_1991	-.0025416	.0110189	-0.23	0.818	-.0241383	.0190551
cohort_1992	.0232795	.012604	1.85	0.065	-.0014239	.0479829
cohort_1993	.0310871	.0161262	1.93	0.054	-.0005196	.0626938
cohort_1994	-.0094077	.0167882	-0.56	0.575	-.0423119	.0234965
cohort_1995	.0034374	.0217644	0.16	0.875	-.0392199	.0460948
cohort_1996	-.0225865	.025458	-0.89	0.375	-.0724833	.0273102
cohort_1997	.0295786	.0395111	0.75	0.454	-.0478617	.107019
_cons	.0107323	.0022337	4.80	0.000	.0063543	.0151103

Tabelle 56: Effekteberechnung für die Unterkunftswahl: Freunde und Verwandte.

```
. apc_ie VFR V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

Iteration 0:   log likelihood = -47221.513
Intrinsic estimator of APC effects
Optimization   : ML
Deviance       = 18434.50209
Pearson        = 18434.50209

No. of obs    = 193026
Residual df   = 192810
Scale parameter = .0956097
(1/df) Deviance = .0956097
(1/df) Pearson = .0956097

Variance function: V(u) = 1
Link function      : g(u) = u

[ Gaussian ]
[ Identity ]

Log likelihood    = -47221.51331
AIC               = .4915142
BIC              = -2328175
```

VFR	OIM					[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.	z	P> z			
V5050	.0149672	.0014146	10.58	0.000	.0121946	.0177398	
V3030	-.0026329	.0006945	-3.79	0.000	-.003994	-.0012717	
age_14	-.0157554	.0099263	-1.59	0.112	-.0352106	.0036997	
age_15	-.0140386	.0088826	-1.58	0.114	-.0314483	.003371	
age_16	-.0083245	.0080899	-1.03	0.303	-.0241804	.0075313	
age_17	-.0056074	.0081518	-0.69	0.492	-.0215846	.0103698	
age_18	-.0247848	.0072941	-3.40	0.001	-.0390811	-.0104886	
age_19	-.0235782	.0067732	-3.48	0.000	-.0368534	-.0103029	
age_20	-.0229222	.0067271	-3.41	0.001	-.036107	-.0097374	
age_21	-.0141118	.006732	-2.10	0.036	-.0273062	-.0009173	
age_22	-.0159855	.0063633	-2.51	0.012	-.0284573	-.0035137	
age_23	-.0066208	.0061259	-1.08	0.280	-.0186274	.0053857	
age_24	-.0093626	.0058715	-1.59	0.111	-.0208706	.0021454	
age_25	-.0117182	.0057702	-2.03	0.042	-.0230275	-.0004089	
age_26	-.0135343	.0056602	-2.39	0.017	-.0246281	-.0024405	
age_27	-.0044208	.0056094	-0.79	0.431	-.0154151	.0065734	
age_28	-.0036925	.0052277	-0.71	0.480	-.0139386	.0065536	
age_29	-.0036861	.0053364	-0.69	0.490	-.0141453	.006773	
age_30	-.0112137	.0050215	-2.23	0.026	-.0210557	-.0013717	
age_31	-.002529	.0055076	-0.46	0.646	-.0133237	.0082656	
age_32	-.0097104	.0052398	-1.85	0.064	-.0199803	.0005595	
age_33	-.0067805	.0052754	-1.29	0.199	-.01712	.003559	
age_34	-.0185789	.0052106	-3.57	0.000	-.0287914	-.0083663	
age_35	-.0107089	.0050002	-2.14	0.032	-.0205091	-.0009087	
age_36	-.011673	.0049196	-2.37	0.018	-.0213152	-.0020307	
age_37	-.0154945	.0051815	-2.99	0.003	-.02565	-.005339	
age_38	-.0138808	.0047674	-2.91	0.004	-.0232247	-.0045369	
age_39	-.0090812	.0049908	-1.82	0.069	-.0188629	.0007005	
age_40	-.0094585	.0046088	-2.05	0.040	-.0184916	-.0004253	
age_41	-.0157264	.0052368	-3.00	0.003	-.0259903	-.0054624	
age_42	-.0139994	.0047209	-2.97	0.003	-.0232522	-.0047466	
age_43	-.0154215	.0051402	-3.00	0.003	-.0254961	-.0053469	
age_44	-.0044014	.0051651	-0.85	0.394	-.0145247	.0057219	
age_45	-.0156957	.0049902	-3.15	0.002	-.0254764	-.005915	
age_46	-.0102322	.0053208	-1.92	0.054	-.0206608	.0001965	
age_47	-.0037142	.0054589	-0.68	0.496	-.0144135	.0069851	
age_48	-.0008467	.0051267	-0.17	0.869	-.0108948	.0092014	
age_49	-.0139331	.005496	-2.54	0.011	-.0247051	-.003161	
age_50	-.0064939	.0048761	-1.33	0.183	-.0160509	.0030631	

age_51	.0015806	.0056287	0.28	0.779	-.0094514	.0126126
age_52	-.0063762	.0052134	-1.22	0.221	-.0165943	.0038419
age_53	.0037225	.0056314	0.66	0.509	-.0073149	.0147599
age_54	.001152	.0056334	0.20	0.838	-.0098892	.0121932
age_55	.0007838	.0055946	0.14	0.889	-.0101815	.0117491
age_56	.0041201	.005615	0.73	0.463	-.0068852	.0151253
age_57	.0037955	.0060348	0.63	0.529	-.0080325	.0156236
age_58	-.0021315	.0055408	-0.38	0.700	-.0129913	.0087283
age_59	.0101776	.0057301	1.78	0.076	-.0010531	.0214083
age_60	.0082372	.0051503	1.60	0.110	-.0018573	.0183316
age_61	.017509	.0059588	2.94	0.003	.00583	.0291881
age_62	.0136458	.0056143	2.43	0.015	.0026419	.0246497
age_63	.0089196	.0057518	1.55	0.121	-.0023537	.0201929
age_64	.007733	.006	1.29	0.197	-.0040267	.0194928
age_65	.0180028	.0056439	3.19	0.001	.006941	.0290646
age_66	.0070957	.0062094	1.14	0.253	-.0050745	.0192658
age_67	.0098811	.0063603	1.55	0.120	-.0025849	.0223472
age_68	.0068446	.0062555	1.09	0.274	-.005416	.0191051
age_69	.0146995	.0067405	2.18	0.029	.0014884	.0279106
age_70	.0080003	.0061991	1.29	0.197	-.0041498	.0201504
age_71	.021076	.007426	2.84	0.005	.0065213	.0356308
age_72	.0196206	.0072429	2.71	0.007	.0054247	.0338164
age_73	.0096808	.0081907	1.18	0.237	-.0063727	.0257343
age_74	.03734	.0087195	4.28	0.000	.02025	.05443
age_75	.0229132	.0085107	2.69	0.007	.0062325	.039594
age_76	.0338637	.0100523	3.37	0.001	.0141616	.0535658
age_77	.0243665	.0108452	2.25	0.025	.0031103	.0456227
age_78	.0434724	.0109319	3.98	0.000	.0220463	.0648985
age_79	.0320304	.0118904	2.69	0.007	.0087256	.0553353
age_80	.035961	.0121859	2.95	0.003	.0120771	.0598449
period_1971	.0257345	.0059439	4.33	0.000	.0140846	.0373843
period_1972	.0322607	.0058101	5.55	0.000	.0208732	.0436483
period_1973	.0506708	.006158	8.23	0.000	.0386013	.0627404
period_1974	.0154133	.0058252	2.65	0.008	.0039961	.0268305
period_1975	.0234205	.005554	4.22	0.000	.0125349	.0343062
period_1976	.0234988	.0056561	4.15	0.000	.012413	.0345846
period_1977	.0267556	.0056625	4.73	0.000	.0156572	.0378539
period_1978	.006091	.0055218	1.10	0.270	-.0047315	.0169136
period_1979	.005118	.0055832	0.92	0.359	-.0058249	.0160609
period_1980	.0183896	.005306	3.47	0.001	.00799	.0287892
period_1981	.0658744	.0058477	11.27	0.000	.0544131	.0773356
period_1982	.0167735	.0053101	3.16	0.002	.006366	.027181
period_1983	.0042337	.0055032	0.77	0.442	-.0065524	.0150198
period_1984	-.0115834	.005369	-2.16	0.031	-.0221064	-.0010604
period_1985	-.0142437	.0052755	-2.70	0.007	-.0245835	-.0039038
period_1986	-.0170861	.0053066	-3.22	0.001	-.0274868	-.0066854
period_1987	-.0103993	.0049337	-2.11	0.035	-.0200692	-.0007295
period_1988	.0040544	.0047499	0.85	0.393	-.0052552	.0133641
period_1989	-.0118464	.0047858	-2.48	0.013	-.0212263	-.0024665
period_1990	.0506876	.0045223	11.21	0.000	.0418241	.059551
period_1991	.0277241	.0045266	6.12	0.000	.0188522	.036596
period_1992	.00981	.0044867	2.19	0.029	.0010161	.0186038
period_1993	-.0627002	.0039792	-15.76	0.000	-.0704993	-.0549011
period_1994	-.0063306	.0039546	-1.60	0.109	-.0140814	.0014202
period_1995	.0029602	.0039588	0.75	0.455	-.0047989	.0107193
period_1996	-.019349	.0042285	-4.58	0.000	-.0276367	-.0110613
period_1997	-.0124637	.0040703	-3.06	0.002	-.0204413	-.004486
period_1998	-.013812	.0040001	-3.45	0.001	-.0216521	-.0059719
period_1999	-.0117205	.0040962	-2.86	0.004	-.0197488	-.0036921
period_2000	-.0148561	.0040752	-3.65	0.000	-.0228433	-.0068689

period_2001	-.0153999	.0040595	-3.79	0.000	-.0233563	-.0074434
period_2002	-.0041943	.0040398	-1.04	0.299	-.0121121	.0037235
period_2003	-.0264854	.0040427	-6.55	0.000	-.0344089	-.0185619
period_2004	-.0222879	.0041459	-5.38	0.000	-.0304138	-.0141621
period_2005	-.0274786	.0041638	-6.60	0.000	-.0356395	-.0193178
period_2006	-.0091144	.0041886	-2.18	0.030	-.017324	-.0009048
period_2007	-.0138959	.0041775	-3.33	0.001	-.0220835	-.0057082
period_2008	-.0286537	.0042012	-6.82	0.000	-.0368879	-.0204195
period_2009	-.0234643	.0042763	-5.49	0.000	-.0318457	-.0150829
period_2010	-.0123376	.004298	-2.87	0.004	-.0207614	-.0039137
period_2011	-.0062148	.0042939	-1.45	0.148	-.0146307	.0022011
period_2012	-.013553	.0043192	-3.14	0.002	-.0220185	-.0050874
cohort_1891	-.0638397	.1140804	-0.56	0.576	-.2874333	.1597538
cohort_1892	.0665198	.0909599	0.73	0.465	-.1117582	.2447979
cohort_1893	.1621774	.0563996	2.88	0.004	.0516363	.2727185
cohort_1894	.1311175	.0475258	2.76	0.006	.0379687	.2242664
cohort_1895	.0869298	.0458535	1.90	0.058	-.0029414	.1768011
cohort_1896	-.0106436	.0360637	-0.30	0.768	-.0813272	.06004
cohort_1897	.0240414	.0321742	0.75	0.455	-.039019	.0871017
cohort_1898	.0865886	.028268	3.06	0.002	.0311844	.1419929
cohort_1899	.0806834	.0263947	3.06	0.002	.0289508	.132416
cohort_1900	.0311481	.0239451	1.30	0.193	-.0157835	.0780796
cohort_1901	.0869183	.0218921	3.97	0.000	.0440106	.1298259
cohort_1902	.0815275	.0190449	4.28	0.000	.0442003	.1188547
cohort_1903	.0350989	.0196594	1.79	0.074	-.0034329	.0736306
cohort_1904	.0637194	.0186645	3.41	0.001	.0271376	.1003012
cohort_1905	.0672305	.0171737	3.91	0.000	.0335706	.1008904
cohort_1906	.0432237	.0158043	2.73	0.006	.0122478	.0741996
cohort_1907	.0764303	.0145259	5.26	0.000	.04796	.1049005
cohort_1908	.0493011	.0134784	3.66	0.000	.0228838	.0757184
cohort_1909	.008551	.0132739	0.64	0.519	-.0174654	.0345675
cohort_1910	-.0116646	.0127916	-0.91	0.362	-.0367357	.0134064
cohort_1911	.0081224	.0119063	0.68	0.495	-.0152136	.0314584
cohort_1912	.0239658	.0117152	2.05	0.041	.0010044	.0469272
cohort_1913	.0245211	.0112114	2.19	0.029	.0025471	.0464951
cohort_1914	-.0134239	.0111378	-1.21	0.228	-.0352537	.0084058
cohort_1915	-.0196365	.0121994	-1.61	0.107	-.0435469	.0042739
cohort_1916	.0100821	.012944	0.78	0.436	-.0152877	.0354519
cohort_1917	-.01854	.0121165	-1.53	0.126	-.0422879	.005208
cohort_1918	-.0141327	.012003	-1.18	0.239	-.0376582	.0093928
cohort_1919	-.007276	.0098529	-0.74	0.460	-.0265874	.0120354
cohort_1920	-.0122459	.0092896	-1.32	0.187	-.0304532	.0059615
cohort_1921	-.0175106	.009249	-1.89	0.058	-.0356383	.0006171
cohort_1922	-.0197911	.0089401	-2.21	0.027	-.0373134	-.0022688
cohort_1923	-.0150318	.0089072	-1.69	0.091	-.0324896	.0024261
cohort_1924	-.0115474	.0084465	-1.37	0.172	-.0281022	.0050074
cohort_1925	-.0418915	.0081617	-5.13	0.000	-.0578882	-.0258948
cohort_1926	-.0307412	.0079956	-3.84	0.000	-.0464124	-.01507
cohort_1927	-.0297018	.0077865	-3.81	0.000	-.0449631	-.0144405
cohort_1928	-.0412802	.0078075	-5.29	0.000	-.0565825	-.0259778
cohort_1929	-.0229142	.0074659	-3.07	0.002	-.0375471	-.0082813
cohort_1930	-.0302119	.0072024	-4.19	0.000	-.0443283	-.0160956
cohort_1931	-.0472538	.0074209	-6.37	0.000	-.0617986	-.0327091
cohort_1932	-.0229642	.0071714	-3.20	0.001	-.0370199	-.0089084
cohort_1933	-.0414064	.0070484	-5.87	0.000	-.0552209	-.0275919
cohort_1934	-.0431108	.0064855	-6.65	0.000	-.055822	-.0303995
cohort_1935	-.0490252	.0061951	-7.91	0.000	-.0611674	-.036883
cohort_1936	-.0426132	.0060262	-7.07	0.000	-.0544243	-.0308021
cohort_1937	-.0495697	.0058474	-8.48	0.000	-.0610304	-.0381091
cohort_1938	-.0536722	.005734	-9.36	0.000	-.0649106	-.0424338

cohort_1939	-.0477616	.0055942	-8.54	0.000	-.058726	-.0367971
cohort_1940	-.0503224	.0055367	-9.09	0.000	-.0611741	-.0394708
cohort_1941	-.0469119	.0055695	-8.42	0.000	-.057828	-.0359959
cohort_1942	-.0522559	.0057218	-9.13	0.000	-.0634703	-.0410415
cohort_1943	-.056992	.0057663	-9.88	0.000	-.0682938	-.0456902
cohort_1944	-.0520993	.0058242	-8.95	0.000	-.0635145	-.0406842
cohort_1945	-.0405969	.0062134	-6.53	0.000	-.0527749	-.0284189
cohort_1946	-.0346219	.0060481	-5.72	0.000	-.046476	-.0227678
cohort_1947	-.0412036	.0058004	-7.10	0.000	-.0525722	-.0298351
cohort_1948	-.0418544	.0056385	-7.42	0.000	-.0529056	-.0308031
cohort_1949	-.0399371	.0056258	-7.10	0.000	-.0509634	-.0289108
cohort_1950	-.0507929	.0054495	-9.32	0.000	-.0614736	-.0401121
cohort_1951	-.0388427	.0055435	-7.01	0.000	-.0497077	-.0279776
cohort_1952	-.0367626	.0054925	-6.69	0.000	-.0475278	-.0259974
cohort_1953	-.0324227	.0054435	-5.96	0.000	-.0430918	-.0217537
cohort_1954	-.0381141	.0054596	-6.98	0.000	-.0488147	-.0274135
cohort_1955	-.0339302	.0055402	-6.12	0.000	-.0447888	-.0230716
cohort_1956	-.0340301	.005466	-6.23	0.000	-.0447432	-.0233169
cohort_1957	-.0298966	.0054487	-5.49	0.000	-.0405758	-.0192173
cohort_1958	-.0333561	.0054628	-6.11	0.000	-.044063	-.0226493
cohort_1959	-.0271675	.0053815	-5.05	0.000	-.037715	-.01662
cohort_1960	-.03195	.0052861	-6.04	0.000	-.0423105	-.0215895
cohort_1961	-.0246154	.0053438	-4.61	0.000	-.035089	-.0141418
cohort_1962	-.0260565	.0054495	-4.78	0.000	-.0367373	-.0153758
cohort_1963	-.0236752	.0053013	-4.47	0.000	-.0340655	-.0132849
cohort_1964	-.0223258	.0053557	-4.17	0.000	-.0328227	-.0118289
cohort_1965	-.0254982	.0054452	-4.68	0.000	-.0361707	-.0148257
cohort_1966	-.0197974	.0054541	-3.63	0.000	-.0304873	-.0091076
cohort_1967	-.0241077	.0056486	-4.27	0.000	-.0351787	-.0130366
cohort_1968	-.0267883	.0056545	-4.74	0.000	-.0378708	-.0157057
cohort_1969	-.0165147	.0060258	-2.74	0.006	-.028325	-.0047045
cohort_1970	-.0008213	.0061294	-0.13	0.893	-.0128347	.0111922
cohort_1971	-.0035631	.006414	-0.56	0.579	-.0161343	.0090082
cohort_1972	.0008325	.0069185	0.12	0.904	-.0127274	.0143924
cohort_1973	-.0011857	.0072977	-0.16	0.871	-.0154889	.0131174
cohort_1974	.0050919	.0075684	0.67	0.501	-.0097419	.0199256
cohort_1975	.0278103	.0077211	3.60	0.000	.0126772	.0429434
cohort_1976	.0069311	.0077883	0.89	0.373	-.0083337	.0221959
cohort_1977	.0128968	.008055	1.60	0.109	-.0028907	.0286843
cohort_1978	.0102234	.0084708	1.21	0.227	-.0063791	.026826
cohort_1979	.0147503	.0089522	1.65	0.099	-.0027957	.0322964
cohort_1980	.0293025	.008851	3.31	0.001	.0119548	.0466502
cohort_1981	.0432456	.0092648	4.67	0.000	.0250869	.0614043
cohort_1982	.0286152	.0097972	2.92	0.003	.0094131	.0478173
cohort_1983	.0137238	.0097507	1.41	0.159	-.0053872	.0328348
cohort_1984	.0590693	.0106626	5.54	0.000	.0381711	.0799675
cohort_1985	.0248264	.011383	2.18	0.029	.0025162	.0471365
cohort_1986	.028906	.0111654	2.59	0.010	.0070222	.0507898
cohort_1987	.0305714	.0123445	2.48	0.013	.0063766	.0547663
cohort_1988	.0109298	.012752	0.86	0.391	-.0140636	.0359231
cohort_1989	.0523406	.0140035	3.74	0.000	.0248943	.0797869
cohort_1990	.0296632	.0148005	2.00	0.045	.0006548	.0586716
cohort_1991	.0103382	.0164876	0.63	0.531	-.0219769	.0426532
cohort_1992	.0356728	.0173348	2.06	0.040	.0016972	.0696484
cohort_1993	.0055315	.0198295	0.28	0.780	-.0333335	.0443966
cohort_1994	.0601461	.0253721	2.37	0.018	.0104176	.1098745
cohort_1995	.0059966	.0264151	0.23	0.820	-.0457761	.0577693
cohort_1996	-.0022267	.0342463	-0.07	0.948	-.0693483	.0648949
cohort_1997	.0450699	.0400583	1.13	0.261	-.0334429	.1235827
cohort_1998	.0502554	.062164	0.81	0.419	-.0715837	.1720946
_cons	.1248666	.0034883	35.80	0.000	.1180296	.1317035

Tabelle 57: Effekteberechnung für die Gesamtreiseausgaben pro Person.

. apc_ie AusgabenNEU V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

```

Iteration 0:   log likelihood = -1261113.7
Intrinsic estimator of APC effects
Optimization   : ML
Deviance       = 7.39506e+10
Pearson        = 7.39506e+10
No. of obs    = 158735
Residual df   = 158533
Scale parameter = 466468
(1/df) Deviance = 466468
(1/df) Pearson = 466468
Variance function: V(u) = 1
Link function    : g(u) = u
[AIC]
[Identity]
AIC              = 15.89209
BIC              = 7.39e+10
Log likelihood   = -1261113.731
    
```

AusgabenNEU	OIM					[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.	z	P> z			
V5050	-74.71903	3.446502	-21.68	0.000	-81.47405	-67.96401	
V3030	-165.4814	1.705088	-97.05	0.000	-168.8233	-162.1394	
age_14	-12.99831	24.67789	-0.53	0.598	-61.36609	35.36947	
age_15	-6.619209	22.19678	-0.30	0.766	-50.12409	36.88568	
age_16	-23.27295	20.10763	-1.16	0.247	-62.68319	16.13728	
age_17	-4.640978	20.13204	-0.23	0.818	-44.09905	34.81709	
age_18	23.27274	18.18345	1.28	0.201	-12.36618	58.91166	
age_19	55.3037	16.75288	3.30	0.001	22.46866	88.13873	
age_20	21.51572	16.6766	1.29	0.197	-11.16982	54.20126	
age_21	25.74463	16.80362	1.53	0.126	-7.18986	58.67912	
age_22	-4.088692	16.11634	-0.25	0.800	-35.67615	27.49876	
age_23	29.28563	15.39324	1.90	0.057	-1.8845587	59.45581	
age_24	35.17164	14.99815	2.35	0.019	5.775803	64.56747	
age_25	21.45433	14.5946	1.47	0.142	-7.150552	50.05921	
age_26	38.53955	14.34691	2.69	0.007	10.42011	66.65899	
age_27	29.40323	14.1655	2.08	0.038	1.639358	57.1671	
age_28	32.7439	13.10489	2.50	0.012	7.058793	58.42902	
age_29	74.87906	13.2483	5.65	0.000	48.91287	100.8452	
age_30	20.50804	12.4971	1.64	0.101	-3.985834	45.00191	
age_31	44.84133	13.68134	3.28	0.001	18.0264	71.65625	
age_32	12.1845	13.07181	0.93	0.351	-13.43577	37.80477	
age_33	7.316275	13.02025	0.56	0.574	-18.20295	32.8355	
age_34	5.044954	12.89577	0.39	0.696	-20.23029	30.3202	
age_35	32.12029	12.26752	2.62	0.009	8.076389	56.16419	
age_36	13.74737	12.07034	1.14	0.255	-9.910067	37.40481	
age_37	35.46979	12.66843	2.80	0.005	10.64012	60.29946	
age_38	18.11769	11.61475	1.56	0.119	-4.646804	40.88219	
age_39	29.64448	12.16901	2.44	0.015	5.79365	53.49531	
age_40	47.70259	11.35319	4.20	0.000	25.45075	69.95443	
age_41	49.04628	12.80771	3.83	0.000	23.94363	74.14894	
age_42	45.07055	11.60947	3.88	0.000	22.3164	67.8247	
age_43	38.04753	12.47663	3.05	0.002	13.59378	62.50128	
age_44	29.0098	12.55263	2.31	0.021	4.407094	53.6125	
age_45	66.62286	12.10741	5.50	0.000	42.89278	90.35295	
age_46	68.40863	12.94306	5.29	0.000	43.0407	93.77656	
age_47	36.32967	13.15893	2.76	0.006	10.53864	62.12071	
age_48	59.85215	12.37046	4.84	0.000	35.60649	84.0978	
age_49	58.84998	13.27876	4.43	0.000	32.82408	84.87587	
age_50	48.27024	11.82789	4.08	0.000	25.088	71.45248	

age_51	60.31883	13.59775	4.44	0.000	33.66774	86.96993
age_52	37.988	12.76318	2.98	0.003	12.97262	63.00337
age_53	10.65928	13.7987	0.77	0.440	-16.38568	37.70425
age_54	19.44914	13.799	1.41	0.159	-7.596404	46.49468
age_55	-12.33221	13.52616	-0.91	0.362	-38.843	14.17859
age_56	-11.0312	13.6903	-0.81	0.420	-37.86369	15.8013
age_57	-12.02522	14.69578	-0.82	0.413	-40.82841	16.77797
age_58	-7.289048	13.55673	-0.54	0.591	-33.85975	19.28165
age_59	-15.45044	13.87408	-1.11	0.265	-42.64314	11.74226
age_60	-38.26136	12.46252	-3.07	0.002	-62.68744	-13.83528
age_61	-45.56083	14.32154	-3.18	0.001	-73.63054	-17.49113
age_62	-50.14677	13.47052	-3.72	0.000	-76.54849	-23.74504
age_63	-31.72644	13.79852	-2.30	0.021	-58.77104	-4.681835
age_64	-30.17551	14.45717	-2.09	0.037	-58.51104	-1.839972
age_65	-35.64196	13.61666	-2.62	0.009	-62.33013	-8.953797
age_66	-29.89692	14.98569	-2.00	0.046	-59.26834	-.5255047
age_67	-34.95685	15.35761	-2.28	0.023	-65.0572	-4.856494
age_68	-49.37223	15.21247	-3.25	0.001	-79.18813	-19.55633
age_69	-48.72297	16.25938	-3.00	0.003	-80.59076	-16.85518
age_70	-66.29564	14.94199	-4.44	0.000	-95.5814	-37.00988
age_71	-77.01669	17.64735	-4.36	0.000	-111.6049	-42.42852
age_72	-77.37537	17.27393	-4.48	0.000	-111.2317	-43.51908
age_73	-95.65856	19.60299	-4.88	0.000	-134.0797	-57.23741
age_74	-63.76835	20.75485	-3.07	0.002	-104.4471	-23.08959
age_75	-25.44429	20.3481	-1.25	0.211	-65.32583	14.43726
age_76	-76.19963	24.0976	-3.16	0.002	-123.4301	-28.96921
age_77	-66.27355	26.02064	-2.55	0.011	-117.2731	-15.27405
age_78	-60.22442	26.43037	-2.28	0.023	-112.027	-8.421848
age_79	-63.52987	29.11314	-2.18	0.029	-120.5906	-6.469171
age_80	-105.9379	29.3463	-3.61	0.000	-163.4556	-48.4202
period_1971	-86.38387	13.29811	-6.50	0.000	-112.4477	-60.32006
period_1972	-364.0535	13.01209	-27.98	0.000	-389.5568	-338.5503
period_1973	-361.9339	13.70894	-26.40	0.000	-388.8029	-335.0649
period_1974	-339.0288	12.94642	-26.19	0.000	-364.4033	-313.6543
period_1975	-321.4873	12.369	-25.99	0.000	-345.7301	-297.2445
period_1976	-285.9623	12.37656	-23.11	0.000	-310.2199	-261.7047
period_1977	-300.7699	12.61112	-23.85	0.000	-325.4872	-276.0525
period_1978	-228.187	12.46629	-18.30	0.000	-252.6205	-203.7535
period_1980	-131.9927	11.82948	-11.16	0.000	-155.1781	-108.8074
period_1983	-96.60465	12.47891	-7.74	0.000	-121.0629	-72.14643
period_1984	-33.8885	12.21145	-2.78	0.006	-57.82251	-9.954486
period_1985	-37.12451	11.90995	-3.12	0.002	-60.46759	-13.78144
period_1986	-88.06055	11.86161	-7.42	0.000	-111.3089	-64.81222
period_1988	-22.80744	11.46908	-1.99	0.047	-45.28642	-.3284657
period_1989	-7.489239	11.43678	-0.65	0.513	-29.90492	14.92645
period_1990	-72.73558	10.88305	-6.68	0.000	-94.06598	-51.40518
period_1991	-29.65754	10.82929	-2.74	0.006	-50.88257	-8.432517
period_1995	60.10036	8.722075	6.89	0.000	43.00541	77.19531
period_1996	63.01656	9.299661	6.78	0.000	44.78956	81.24356
period_1997	78.71038	8.940069	8.80	0.000	61.18816	96.23259
period_1998	87.64784	8.777066	9.99	0.000	70.44511	104.8506
period_1999	75.39666	8.981752	8.39	0.000	57.79275	93.00057
period_2000	146.5559	8.929255	16.41	0.000	129.0549	164.0569

period_2001	131.7887	8.883775	14.83	0.000	114.3768	149.2006
period_2002	187.308	8.835093	21.20	0.000	169.9915	204.6244
period_2003	183.7727	8.836512	20.80	0.000	166.4535	201.092
period_2004	182.1599	9.061003	20.10	0.000	164.4007	199.9192
period_2005	210.7558	9.099409	23.16	0.000	192.9213	228.5903
period_2006	206.5275	9.152501	22.57	0.000	188.589	224.4661
period_2007	167.9347	9.129494	18.39	0.000	150.0412	185.8281
period_2008	185.2302	9.184405	20.17	0.000	167.2291	203.2313
period_2009	180.2988	9.351846	19.28	0.000	161.9696	198.6281
period_2010	184.5262	9.403182	19.62	0.000	166.0963	202.9561
period_2011	226.8401	9.398626	24.14	0.000	208.4191	245.2611
period_2012	249.597	9.458268	26.39	0.000	231.0591	268.1349
cohort_1891	-280.298	251.8813	-1.11	0.266	-773.9762	213.3802
cohort_1892	-208.5144	210.5187	-0.99	0.322	-621.1234	204.0945
cohort_1893	-126.4371	134.031	-0.94	0.346	-389.133	136.2588
cohort_1894	-175.8673	106.318	-1.65	0.098	-384.2467	32.51211
cohort_1895	-86.68857	104.8695	-0.83	0.408	-292.2289	118.8518
cohort_1896	-113.588	83.1587	-1.37	0.172	-276.576	49.40009
cohort_1897	-101.4438	73.55712	-1.38	0.168	-245.6131	42.7255
cohort_1898	-95.57966	64.40917	-1.48	0.138	-221.8193	30.66
cohort_1899	-132.8641	61.50484	-2.16	0.031	-253.4113	-12.31678
cohort_1900	-120.003	55.26736	-2.17	0.030	-228.325	-11.68097
cohort_1901	-72.62697	48.15058	-1.51	0.131	-167.0004	21.74643
cohort_1902	-71.41606	44.5374	-1.60	0.109	-158.7078	15.87564
cohort_1903	-57.83841	44.86554	-1.29	0.197	-145.7733	30.09643
cohort_1904	-84.74185	40.67322	-2.08	0.037	-164.4599	-5.023797
cohort_1905	-61.98756	37.19531	-1.67	0.096	-134.889	10.91391
cohort_1906	-90.41434	34.76562	-2.60	0.009	-158.5537	-22.27497
cohort_1907	-68.53673	32.0998	-2.14	0.033	-131.4512	-5.622283
cohort_1908	-46.61941	29.81321	-1.56	0.118	-105.0522	11.8134
cohort_1909	-49.29353	30.42013	-1.62	0.105	-108.9159	10.32883
cohort_1910	-48.93661	29.19506	-1.68	0.094	-106.1579	8.284669
cohort_1911	-40.26728	28.5371	-1.41	0.158	-96.19897	15.6644
cohort_1912	-7.043144	27.59976	-0.26	0.799	-61.13767	47.05138
cohort_1913	-35.86537	26.27995	-1.36	0.172	-87.37312	15.64238
cohort_1914	-42.46317	25.50596	-1.66	0.096	-92.45395	7.527597
cohort_1915	-9.27793	25.65607	-0.36	0.718	-59.56291	41.00705
cohort_1916	14.54406	24.2351	0.60	0.548	-32.95586	62.04398
cohort_1917	-19.06085	23.32372	-0.82	0.414	-64.77449	26.6528
cohort_1918	-7.813037	22.90011	-0.34	0.733	-52.69642	37.07035
cohort_1919	-23.07021	20.56612	-1.12	0.262	-63.37906	17.23865
cohort_1920	8.675391	20.01152	0.43	0.665	-30.54647	47.89725
cohort_1921	23.95154	19.79582	1.21	0.226	-14.84756	62.75064
cohort_1922	-17.18458	19.00866	-0.90	0.366	-54.44087	20.07171
cohort_1923	17.73695	18.66057	0.95	0.342	-18.83711	54.311
cohort_1924	14.43562	18.29819	0.79	0.430	-21.42817	50.29941
cohort_1925	-11.36004	17.79341	-0.64	0.523	-46.23449	23.51441
cohort_1926	9.958297	17.49219	0.57	0.569	-24.32577	44.24236
cohort_1927	30.05451	16.46522	1.83	0.068	-2.216729	62.32576
cohort_1928	58.35191	16.20579	3.60	0.000	26.58914	90.11469
cohort_1929	65.69886	15.82193	4.15	0.000	34.68844	96.70928
cohort_1930	32.95445	14.95332	2.20	0.028	3.646496	62.26241
cohort_1931	60.3019	14.68396	4.11	0.000	31.52187	89.08193
cohort_1932	46.39461	14.46649	3.21	0.001	18.04081	74.74842
cohort_1933	62.40217	14.35252	4.35	0.000	34.27174	90.53259
cohort_1934	79.25313	14.08999	5.62	0.000	51.63725	106.869
cohort_1935	111.1324	14.2092	7.82	0.000	83.28289	138.9819
cohort_1936	105.9896	14.22386	7.45	0.000	78.11138	133.8679
cohort_1937	95.80282	14.23211	6.73	0.000	67.9084	123.6972
cohort_1938	125.8933	14.50718	8.68	0.000	97.45975	154.3268

cohort_1939	93.4667	14.27655	6.55	0.000	65.48516	121.4482
cohort_1940	108.9058	13.75715	7.92	0.000	81.94225	135.8693
cohort_1941	103.1782	14.04258	7.35	0.000	75.65522	130.7011
cohort_1942	115.1926	13.95917	8.25	0.000	87.83318	142.5521
cohort_1943	119.074	13.58853	8.76	0.000	92.44095	145.707
cohort_1944	84.11893	13.69137	6.14	0.000	57.28433	110.9535
cohort_1945	68.69249	13.70991	5.01	0.000	41.82156	95.56342
cohort_1946	86.11632	13.45014	6.40	0.000	59.75454	112.4781
cohort_1947	50.84573	13.51937	3.76	0.000	24.34826	77.3432
cohort_1948	81.26033	13.37918	6.07	0.000	55.03763	107.483
cohort_1949	50.80275	13.34136	3.81	0.000	24.65417	76.95133
cohort_1950	50.41319	13.12463	3.84	0.000	24.68938	76.13699
cohort_1951	35.70012	13.26727	2.69	0.007	9.696744	61.70349
cohort_1952	34.1674	12.926	2.64	0.008	8.832893	59.5019
cohort_1953	53.73413	12.70412	4.23	0.000	28.83451	78.63376
cohort_1954	18.47889	12.79303	1.44	0.149	-6.595	43.55278
cohort_1955	22.95943	12.97513	1.77	0.077	-2.471352	48.39022
cohort_1956	33.45457	12.68979	2.64	0.008	8.583027	58.32611
cohort_1957	26.11096	12.53759	2.08	0.037	1.537733	50.68418
cohort_1958	15.6813	12.81137	1.22	0.221	-9.428517	40.79112
cohort_1959	15.91345	12.66992	1.26	0.209	-8.91915	40.74604
cohort_1960	37.79581	12.98681	2.91	0.004	12.34214	63.24949
cohort_1961	24.99487	13.03946	1.92	0.055	-5.5619958	50.55174
cohort_1962	13.67359	13.85803	0.99	0.324	-13.48765	40.83483
cohort_1963	22.95466	14.01436	1.64	0.101	-4.512987	50.42231
cohort_1964	46.14661	14.75461	3.13	0.002	17.22811	75.06511
cohort_1965	25.74079	15.66148	1.64	0.100	-4.955153	56.43673
cohort_1966	65.83619	16.45949	4.00	0.000	33.57619	98.09619
cohort_1967	20.63986	17.03495	1.21	0.226	-12.74803	54.02776
cohort_1968	19.09348	17.50314	1.09	0.275	-15.21205	53.399
cohort_1969	45.24759	17.57012	2.58	0.010	10.8108	79.68439
cohort_1970	40.04351	18.27983	2.19	0.028	4.215703	75.87131
cohort_1971	42.49497	18.99249	2.24	0.025	5.270379	79.71957
cohort_1972	-14.2168	20.15385	-0.71	0.481	-53.71763	25.28402
cohort_1973	33.00937	19.78074	1.67	0.095	-5.760176	71.77892
cohort_1974	27.77512	20.50859	1.35	0.176	-12.42099	67.97122
cohort_1975	-44.73745	21.68288	-2.06	0.039	-87.23511	-2.239782
cohort_1976	19.08615	21.5836	0.88	0.377	-23.21694	61.38923
cohort_1977	25.56107	23.59595	1.08	0.279	-20.68615	71.80828
cohort_1978	-24.37819	25.19078	-0.97	0.333	-73.75121	24.99483
cohort_1979	-7.221619	24.73116	-0.29	0.770	-55.6938	41.25056
cohort_1980	-50.69784	27.32589	-1.86	0.064	-104.2556	2.859911
cohort_1981	-32.90118	28.29514	-1.16	0.245	-88.35864	22.55628
cohort_1982	10.23311	31.02718	0.33	0.742	-50.57904	71.04526
cohort_1983	-8.889354	32.76686	-0.27	0.786	-73.11121	55.33251
cohort_1984	-67.45659	36.48927	-1.85	0.065	-138.9742	4.061064
cohort_1985	27.34435	38.37605	0.71	0.476	-47.87132	102.56
cohort_1986	-31.78438	43.97167	-0.72	0.470	-117.9673	54.39851
cohort_1987	-56.0462	56.12371	-1.00	0.318	-166.0466	53.95424
cohort_1988	-22.68264	58.45516	-0.39	0.698	-137.2526	91.88736
cohort_1989	7.71775	75.74398	0.10	0.919	-140.7377	156.1732
cohort_1990	-2.545996	89.40215	-0.03	0.977	-177.771	172.679
cohort_1991	-116.5284	137.6398	-0.85	0.397	-386.2975	153.2406
_cons	1204.527	8.466696	142.27	0.000	1187.932	1221.121

Tabelle 58: Effekteberechnung für die Reisedauer.

. apc_ie Dauer V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

```

Iteration 0:   log likelihood = -645195.09
Intrinsic estimator of APC effects
Optimization   : ML
Deviance       = 11621341.03
Pearson        = 11621341.03
No. of obs    = 184906
Residual df   = 184696
Scale parameter = 62.92145
(1/df) Deviance = 62.92145
(1/df) Pearson = 62.92145

Variance function: V(u) = 1
Link function      : g(u) = u
[Gaussian]
[Identity]

Log likelihood    = -645195.0861
AIC               = 6.980899
BIC               = 9381421
    
```

Dauer	OIM					[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.	z	P> z			
V5050	-.383064	.0370784	-10.33	0.000	-.4557363	-.3103917	
V3030	-.2146391	.0182342	-11.77	0.000	-.2503774	-.1789008	
age_14	-.2501188	.2606361	-0.96	0.337	-.7609562	.2607186	
age_15	-.2680159	.2331471	-1.15	0.250	-.7249758	.1889441	
age_16	-.1058649	.2121789	-0.50	0.618	-.5217279	.3099981	
age_17	-.3592374	.2146082	-1.67	0.094	-.7798618	.061387	
age_18	-.6573878	.1924709	-3.42	0.001	-1.034624	-.2801517	
age_19	-.3815	.1790077	-2.13	0.033	-.7323486	-.0306515	
age_20	-.3212949	.1764404	-1.82	0.069	-.6671119	.024522	
age_21	-.4403133	.1769842	-2.49	0.013	-.7871959	-.0934307	
age_22	-.2559266	.1675955	-1.53	0.127	-.5844078	.0725546	
age_23	.3355649	.1610288	2.08	0.037	.0199541	.6511756	
age_24	.1108482	.1546299	0.72	0.473	-.1922208	.4139172	
age_25	-.0085937	.1508232	-0.06	0.955	-.3042017	.2870144	
age_26	.3216841	.148398	2.17	0.030	.0308294	.6125389	
age_27	-.0583707	.1473484	-0.40	0.692	-.3471684	.2304269	
age_28	.0848	.1377771	0.62	0.538	-.1852382	.3548382	
age_29	-.0774917	.1405658	-0.55	0.581	-.3529955	.1980121	
age_30	-.1769718	.1324959	-1.34	0.182	-.4366591	.0827154	
age_31	-.2120741	.1453759	-1.46	0.145	-.4970057	.0728574	
age_32	-.1376328	.1385115	-0.99	0.320	-.4091103	.1338446	
age_33	-.2079764	.1392587	-1.49	0.135	-.4809185	.0649657	
age_34	-.1704298	.1368317	-1.25	0.213	-.438615	.0977554	
age_35	.0084724	.1316641	0.06	0.949	-.2495844	.2665293	
age_36	-.0011582	.1294263	-0.01	0.993	-.2548291	.2525128	
age_37	-.3944533	.1360117	-2.90	0.004	-.6610314	-.1278752	
age_38	.026319	.1249689	0.21	0.833	-.2186156	.2712536	
age_39	.0086883	.1304353	0.07	0.947	-.2469601	.2643368	
age_40	.192123	.1207428	1.59	0.112	-.0445286	.4287745	
age_41	-.1482825	.13744	-1.08	0.281	-.41766	.121095	
age_42	-.2473679	.1240948	-1.99	0.046	-.4905893	-.0041465	
age_43	-.2837063	.1347183	-2.11	0.035	-.5477494	-.0196632	
age_44	-.2496477	.1355004	-1.84	0.065	-.5152237	.0159282	
age_45	-.0980011	.1312987	-0.75	0.455	-.3553419	.1593396	
age_46	-.1017699	.1396595	-0.73	0.466	-.3754975	.1719577	
age_47	-.4294748	.1430452	-3.00	0.003	-.7098383	-.1491114	
age_48	.0746683	.1344508	0.56	0.579	-.1888504	.338187	
age_49	-.1957577	.1434646	-1.36	0.172	-.4769432	.0854278	
age_50	-.1815316	.1279466	-1.42	0.156	-.4323022	.0692391	

age_51	-.0524828	.1471565	-0.36	0.721	-.3409041	.2359386
age_52	-.1288415	.1368177	-0.94	0.346	-.3969992	.1393163
age_53	-.2252676	.1471227	-1.53	0.126	-.5136229	.0630877
age_54	-.0581963	.1468181	-0.40	0.692	-.3459544	.2295618
age_55	-.1771036	.1460078	-1.21	0.225	-.4632736	.1090663
age_56	-.3284878	.14663	-2.24	0.025	-.6158773	-.0410984
age_57	-.3350059	.1579205	-2.12	0.034	-.6445244	-.0254874
age_58	.0105384	.1455396	0.07	0.942	-.274714	.2957908
age_59	.2930688	.1506411	1.95	0.052	-.0021824	.5883201
age_60	.1374253	.1354915	1.01	0.310	-.1281332	.4029838
age_61	.2732246	.1560204	1.75	0.080	-.0325697	.5790189
age_62	.1898753	.1471865	1.29	0.197	-.0986049	.4783555
age_63	.5327985	.1504899	3.54	0.000	.2378438	.8277532
age_64	.6127564	.1566317	3.91	0.000	.3057639	.9197489
age_65	.6674033	.1478019	4.52	0.000	.3777169	.9570897
age_66	.5942372	.1626217	3.65	0.000	.2755046	.9129699
age_67	.5049263	.1666776	3.03	0.002	.1782443	.8316083
age_68	.2443155	.1635746	1.49	0.135	-.0762848	.5649158
age_69	.6636674	.1763343	3.76	0.000	.3180585	1.009276
age_70	.5489603	.162401	3.38	0.001	.2306601	.8672605
age_71	.2185661	.1942275	1.13	0.260	-.1621128	.599245
age_72	.5189118	.188959	2.75	0.006	.1485589	.8892647
age_73	.1652982	.2142725	0.77	0.440	-.2546682	.5852645
age_74	.2922859	.2278422	1.28	0.200	-.1542765	.7388483
age_75	.499047	.2228965	2.24	0.025	.062178	.9359161
age_76	-.1951559	.2632679	-0.74	0.459	-.7111515	.3208398
age_77	-.0821891	.2833942	-0.29	0.772	-.6376314	.4732533
age_78	.298075	.2870787	1.04	0.299	-.264589	.8607389
age_79	-.4849555	.3115641	-1.56	0.120	-1.09561	.1256989
age_80	.0594881	.3169517	0.19	0.851	-.5617257	.680702
period_1973	2.426555	.1564048	15.51	0.000	2.120008	2.733103
period_1974	2.275917	.1486473	15.31	0.000	1.984574	2.567261
period_1975	2.253189	.1419961	15.87	0.000	1.974882	2.531496
period_1976	1.949499	.1431975	13.61	0.000	1.668837	2.230161
period_1977	2.784766	.145128	19.19	0.000	2.50032	3.069211
period_1978	2.157672	.1418167	15.21	0.000	1.879716	2.435628
period_1979	2.389245	.142619	16.75	0.000	2.109717	2.668773
period_1980	2.499065	.1361013	18.36	0.000	2.232311	2.765819
period_1982	1.616651	.1366194	11.83	0.000	1.348882	1.88442
period_1983	1.884	.1410714	13.35	0.000	1.607506	2.160495
period_1984	1.844861	.1380163	13.37	0.000	1.574354	2.115368
period_1985	1.57038	.135489	11.59	0.000	1.304826	1.835933
period_1986	1.527241	.136055	11.23	0.000	1.260578	1.793904
period_1987	1.235285	.1266867	9.75	0.000	.9869834	1.483586
period_1988	1.759598	.1219317	14.43	0.000	1.520616	1.99858
period_1989	1.640062	.1227895	13.36	0.000	1.399399	1.880725
period_1990	.3779205	.1160054	3.26	0.001	.1505541	.6052869
period_1991	.1329999	.1159777	1.15	0.251	-.0943122	.360312
period_1992	.2032508	.1149607	1.77	0.077	-.0220679	.4285696
period_1993	-.2634297	.1006048	-2.62	0.009	-.4606115	-.0662478
period_1994	-.4739363	.1011997	-4.68	0.000	-.672284	-.2755885
period_1995	-.6328366	.1012546	-6.25	0.000	-.8312919	-.4343813
period_1996	-.7086861	.1081076	-6.56	0.000	-.920573	-.4967992
period_1997	-.8714807	.1039992	-8.38	0.000	-1.075315	-.667646
period_1998	-.745592	.1021434	-7.30	0.000	-.9457893	-.5453946
period_1999	-.7264657	.1045657	-6.95	0.000	-.9314107	-.5215208
period_2000	-.9848138	.1039773	-9.47	0.000	-1.188606	-.781022

period_2001	-1.037732	.1035148	-10.02	0.000	-1.240618	-.834847
period_2002	-1.208313	.1029678	-11.73	0.000	-1.410126	-1.0065
period_2003	-1.848604	.1029988	-17.95	0.000	-2.050478	-1.64673
period_2004	-1.985362	.1056192	-18.80	0.000	-2.192371	-1.778352
period_2005	-2.389245	.1060493	-22.53	0.000	-2.597097	-2.181392
period_2006	-2.270513	.1066499	-21.29	0.000	-2.479543	-2.061483
period_2007	-2.618719	.1063312	-24.63	0.000	-2.827125	-2.410314
period_2008	-2.704736	.1069156	-25.30	0.000	-2.914286	-2.495185
period_2009	-2.888665	.108827	-26.54	0.000	-3.101962	-2.675368
period_2010	-2.532853	.1093651	-23.16	0.000	-2.747205	-2.318501
period_2011	-2.834863	.109239	-25.95	0.000	-3.048967	-2.620758
period_2012	-2.801313	.1098587	-25.50	0.000	-3.016632	-2.585993
period_1893	-2.673225	3.156032	-0.85	0.397	-8.858935	3.512485
cohort_1894	-.1522848	1.624325	-0.09	0.925	-3.335902	3.031333
cohort_1895	1.637221	1.654543	0.99	0.322	-1.605623	4.880065
cohort_1896	2.891547	1.205098	2.40	0.016	.5295994	5.253496
cohort_1897	3.105018	1.073753	2.89	0.004	1.000501	5.209535
cohort_1898	3.772323	.8842907	4.27	0.000	2.039145	5.505501
cohort_1899	1.665698	.7921054	2.10	0.035	.1132002	3.218196
cohort_1900	1.716581	.7334303	2.34	0.019	.2790839	3.154078
cohort_1901	2.576888	.6572565	3.92	0.000	1.288689	3.865087
cohort_1902	1.338767	.5624608	2.38	0.017	.2363636	2.441169
cohort_1903	2.570324	.5638651	4.56	0.000	1.465168	3.675479
cohort_1904	.1536168	.533898	0.29	0.774	-.8928041	1.200038
cohort_1905	.3266996	.4793901	0.68	0.496	-.6128877	1.266287
cohort_1906	.9336255	.434687	2.15	0.032	.0816547	1.785596
cohort_1907	1.038586	.4009356	2.59	0.010	.2527667	1.824405
cohort_1908	.7393749	.3615968	2.04	0.041	.0306583	1.448092
cohort_1909	.2827279	.3645139	0.78	0.438	-.4317062	.9971621
cohort_1910	.2149474	.3411243	0.63	0.529	-.4536439	.8835387
cohort_1911	-.1719129	.33391	-0.51	0.607	-.8263645	.4825387
cohort_1912	.2353212	.3123707	0.75	0.451	-.3769141	.8475565
cohort_1913	-.5090809	.3080178	-1.65	0.098	-1.112785	.0946229
cohort_1914	.1266157	.3088299	0.41	0.682	-.4786798	.7319112
cohort_1915	-.1637603	.3415581	-0.48	0.632	-.8332019	.5056812
cohort_1916	.3704507	.3342866	1.11	0.268	-.284739	1.02564
cohort_1917	.1198988	.3266877	0.37	0.714	-.5203973	.7601949
cohort_1918	.3620112	.2803953	1.29	0.197	-.1875534	.9115758
cohort_1919	-.1635107	.2560061	-0.64	0.523	-.6652733	.338252
cohort_1920	-.1387558	.2463133	-0.56	0.573	-.6215209	.3440093
cohort_1921	-.4216911	.2399079	-1.76	0.079	-.8919019	.0485196
cohort_1922	-.6893691	.2369172	-2.91	0.004	-1.153718	-.2250199
cohort_1923	-.2601366	.22747	-1.14	0.253	-.7059697	.1856965
cohort_1924	-1.147387	.222829	-5.15	0.000	-1.584124	-.7106503
cohort_1925	-.9215476	.2098266	-4.39	0.000	-1.3328	-.5102951
cohort_1926	-.7016564	.2097739	-3.34	0.001	-1.112806	-.290507
cohort_1927	-.6866102	.2077516	-3.30	0.001	-1.093796	-.2794246
cohort_1928	-.9989125	.1967343	-5.08	0.000	-1.384505	-.6133203
cohort_1929	-.9530487	.1934935	-4.93	0.000	-1.332289	-.5738083
cohort_1930	-.8887811	.1948451	-4.56	0.000	-1.27067	-.5068917
cohort_1931	-.9562744	.1914026	-5.00	0.000	-1.331417	-.5811322
cohort_1932	-.9052764	.1871979	-4.84	0.000	-1.272178	-.5383752
cohort_1933	-.8009871	.1729785	-4.63	0.000	-1.140019	-.4619555
cohort_1934	-.7652189	.1663062	-4.60	0.000	-1.091173	-.4392648
cohort_1935	-.4505232	.1591827	-2.83	0.005	-.7625157	-.1385308
cohort_1936	-.5145465	.1552448	-3.31	0.001	-.8188206	-.2102724
cohort_1937	-.3275853	.1523753	-2.15	0.032	-.6262353	-.0289352
cohort_1938	-.3667402	.1482948	-2.47	0.013	-.6573926	-.0760878

cohort_1939	-.3870703	.1476594	-2.62	0.009	-.6764774	-.0976632
cohort_1940	-.3025278	.1467329	-2.06	0.039	-.5901189	-.0149366
cohort_1941	-.1372646	.1507033	-0.91	0.362	-.4326377	.1581085
cohort_1942	.0185936	.1520871	0.12	0.903	-.2794916	.3166789
cohort_1943	.0871769	.1533018	0.57	0.570	-.2132891	.3876428
cohort_1944	.3704437	.1627129	2.28	0.023	.0515323	.6893551
cohort_1945	.1817223	.159871	1.14	0.256	-.1316191	.4950637
cohort_1946	-.2157004	.1530078	-1.41	0.159	-.5155902	.0841894
cohort_1947	-.1012086	.1491212	-0.68	0.497	-.3934808	.1910636
cohort_1948	-.1189225	.14791	-0.80	0.421	-.4088208	.1709758
cohort_1949	-.2191231	.1437586	-1.52	0.127	-.5008847	.0626385
cohort_1950	-.3074409	.1440274	-2.13	0.033	-.5897295	-.0251524
cohort_1951	-.319209	.1447985	-2.20	0.027	-.6030089	-.0354091
cohort_1952	-.1846418	.1418457	-1.30	0.193	-.4626543	.0933706
cohort_1953	-.3654943	.1426938	-2.56	0.010	-.645169	-.0858196
cohort_1954	-.1859979	.1439225	-1.29	0.196	-.4680808	.096085
cohort_1955	-.2612559	.1437925	-1.82	0.069	-.5430841	.0205722
cohort_1956	-.0723334	.1417846	-0.51	0.610	-.3502261	.2055592
cohort_1957	-.2953446	.1406797	-2.10	0.036	-.5710717	-.0196175
cohort_1958	-.3447984	.1400235	-2.46	0.014	-.6192394	-.0703574
cohort_1959	.0716928	.1359808	0.53	0.598	-.1948246	.3382102
cohort_1960	-.1701589	.1376904	-1.24	0.217	-.4400271	.0997093
cohort_1961	-.1152274	.1406124	-0.82	0.413	-.3908226	.1603679
cohort_1962	-.1046373	.1371095	-0.76	0.445	-.373367	.1640924
cohort_1963	-.1950098	.1373956	-1.42	0.156	-.4643002	.0742806
cohort_1964	-.1891301	.1394815	-1.36	0.175	-.4625089	.0842487
cohort_1965	-.073218	.1400685	-0.52	0.601	-.3477472	.2013113
cohort_1966	-.175608	.1448943	-1.21	0.226	-.4595956	.1083796
cohort_1967	-.0540238	.1452374	-0.37	0.710	-.3386838	.2306363
cohort_1968	-.0425421	.1547349	-0.27	0.783	-.345817	.2607327
cohort_1969	-.1359306	.157325	-0.86	0.388	-.4442818	.1724207
cohort_1970	.0396082	.1646505	0.24	0.810	-.2831009	.3623173
cohort_1971	.0285295	.1775448	0.16	0.872	-.3194518	.3765109
cohort_1972	.0993552	.1871729	0.53	0.596	-.267497	.4662074
cohort_1973	-.0250967	.1941826	-0.13	0.897	-.4056876	.3554943
cohort_1974	-.1950995	.1977908	-0.99	0.324	-.5827624	.1925633
cohort_1975	-.0726134	.199549	-0.36	0.716	-.4637222	.3184954
cohort_1976	-.1768003	.2065292	-0.86	0.392	-.5815901	.2279895
cohort_1977	.4638146	.2173035	2.13	0.033	.0379075	.8897216
cohort_1978	-.7764303	.2295124	-3.38	0.001	-1.226266	-.3265942
cohort_1979	-.5693939	.2271148	-2.51	0.012	-1.014531	-.1242571
cohort_1980	-.0903049	.2377214	-0.38	0.704	-.5562303	.3756204
cohort_1981	-.8513795	.2513592	-3.39	0.001	-1.344035	-.3587245
cohort_1982	-.4161137	.2501593	-1.66	0.096	-.9064169	.0741895
cohort_1983	-.5886378	.2735321	-2.15	0.031	-1.124751	-.0525247
cohort_1984	-.3433538	.2920085	-1.18	0.240	-.9156799	.2289723
cohort_1985	-.6921315	.2864227	-2.42	0.016	-.1.25351	-.1307534
cohort_1986	-.8431832	.3166737	-2.66	0.008	-1.463852	-.2225142
cohort_1987	-.4182245	.3271242	-1.28	0.201	-1.059376	.2229271
cohort_1988	.2520573	.3592228	0.70	0.483	-.4520065	.956121
cohort_1989	-.192631	.3796824	-0.51	0.612	-.9367948	.5515328
cohort_1990	-.0816371	.4229251	-0.19	0.847	-.9105551	.7472808
cohort_1991	.6619747	.4447009	1.49	0.137	-.2096231	1.533572
cohort_1992	.1583022	.5086647	0.31	0.756	-.8386624	1.155267
cohort_1993	-.0553351	.6508013	-0.09	0.932	-1.330882	1.220212
cohort_1994	-.2637843	.6775488	-0.39	0.697	-1.591755	1.064187
cohort_1995	.5033629	.8783379	0.57	0.567	-1.218148	2.224874
cohort_1996	.377187	1.027543	0.37	0.714	-1.63676	2.391134
cohort_1997	-1.03727	1.595147	-0.65	0.516	-4.163701	2.08916
_cons	17.35323	.0906822	191.36	0.000	17.17549	17.53096

Tabelle 59: Effekteberechnung für Inlandsreisen.

. apc_ie Deutschland V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

```

Iteration 0:  log likelihood = -118319.07
Intrinsic estimator of APC effects          No. of obs      =    190630
Optimization      : ML                     Residual df     =    190416
                                                Scale parameter =    .2028262
Deviance          =  38621.34899           (1/df) Deviance =    .2028262
Pearson           =  38621.34899           (1/df) Pearson  =    .2028262

Variance function: V(u) = 1                [Gaussian]
Link function     : g(u) = u                [Identity]

Log likelihood    = -118319.0747           AIC              =    1.243593
                                                BIC              =   -2276473
    
```

Deutschland	OIM					[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.	z	P> z			
V5050	.0272979	.0020731	13.17	0.000	.0232347	.0313611	
V3030	.0301435	.0010191	29.58	0.000	.0281461	.032141	
age_14	-.0382012	.0144659	-2.64	0.008	-.0665538	-.0098485	
age_15	-.0611102	.0128871	-4.74	0.000	-.0863686	-.0358519	
age_16	-.0869767	.011828	-7.35	0.000	-.1101591	-.0637943	
age_17	-.1122867	.0119327	-9.41	0.000	-.1356743	-.0888991	
age_18	-.1260766	.0107082	-11.77	0.000	-.1470643	-.105089	
age_19	-.1573049	.0099155	-15.86	0.000	-.176739	-.1378708	
age_20	-.1418167	.0098617	-14.38	0.000	-.1611452	-.1224883	
age_21	-.1390866	.0098608	-14.11	0.000	-.1584134	-.1197599	
age_22	-.1443891	.0093267	-15.48	0.000	-.1626691	-.1261091	
age_23	-.1445342	.0089883	-16.08	0.000	-.162151	-.1269174	
age_24	-.1510175	.0086469	-17.46	0.000	-.1679652	-.1340699	
age_25	-.131972	.0084492	-15.62	0.000	-.1485321	-.115412	
age_26	-.1252764	.0083122	-15.07	0.000	-.1415681	-.1089848	
age_27	-.1068455	.0082351	-12.97	0.000	-.1229861	-.090705	
age_28	-.1105045	.0076826	-14.38	0.000	-.1255621	-.0954469	
age_29	-.0843732	.0078264	-10.78	0.000	-.0997125	-.0690338	
age_30	-.0809082	.0073661	-10.98	0.000	-.0953455	-.0664709	
age_31	-.0797087	.0080733	-9.87	0.000	-.095532	-.0638854	
age_32	-.0614688	.0076893	-7.99	0.000	-.0765395	-.0463981	
age_33	-.0603982	.007734	-7.81	0.000	-.0755565	-.0452399	
age_34	-.0463842	.0076611	-6.05	0.000	-.0613996	-.0313687	
age_35	-.0599157	.0073231	-8.18	0.000	-.0742686	-.0455627	
age_36	-.0519204	.0072049	-7.21	0.000	-.0660416	-.0377991	
age_37	-.0400155	.0075857	-5.28	0.000	-.0548831	-.0251479	
age_38	-.0436421	.006997	-6.24	0.000	-.057356	-.0299281	
age_39	-.0563109	.0073088	-7.70	0.000	-.0706359	-.041986	
age_40	-.0498384	.006776	-7.36	0.000	-.063119	-.0365577	
age_41	-.0452502	.0076836	-5.89	0.000	-.0603097	-.0301907	
age_42	-.0623503	.006931	-9.00	0.000	-.0759348	-.0487657	
age_43	-.0313582	.0075356	-4.16	0.000	-.0461277	-.0165887	
age_44	-.0490456	.0075772	-6.47	0.000	-.0638965	-.0341946	
age_45	-.0474172	.0073064	-6.49	0.000	-.0617374	-.0330969	
age_46	-.0194459	.0078104	-2.49	0.013	-.0347539	-.0041378	
age_47	-.0219907	.0080027	-2.75	0.006	-.0376757	-.0063057	
age_48	-.0185448	.0075135	-2.47	0.014	-.0332709	-.0038186	
age_49	-.0348626	.0080523	-4.33	0.000	-.0506448	-.0190805	
age_50	-.0161596	.0071553	-2.26	0.024	-.0301836	-.0021356	

age_51	-.0150493	.0082523	-1.82	0.068	-.0312236	.001125
age_52	-.0014038	.0076342	-0.18	0.854	-.0163666	.013559
age_53	.0048819	.0082608	0.59	0.555	-.0113089	.0210727
age_54	.0088897	.0082364	1.08	0.280	-.0072534	.0250327
age_55	.0323854	.0082018	3.95	0.000	.0163101	.0484607
age_56	.0359559	.0082262	4.37	0.000	.0198329	.052079
age_57	.0559732	.0088353	6.34	0.000	.0386563	.0732902
age_58	.0371306	.0081193	4.57	0.000	.021217	.0530442
age_59	.0497394	.0083942	5.93	0.000	.033287	.0661917
age_60	.0519532	.0075429	6.89	0.000	.0371693	.0667371
age_61	.0559057	.008743	6.39	0.000	.0387697	.0730418
age_62	.0794346	.0082016	9.69	0.000	.0633598	.0955095
age_63	.0705982	.0084214	8.38	0.000	.0540925	.0871039
age_64	.074833	.0087733	8.53	0.000	.0576377	.0920283
age_65	.0841741	.0082527	10.20	0.000	.0679991	.1003491
age_66	.0733097	.0090886	8.07	0.000	.0554964	.091123
age_67	.0846925	.0093155	9.09	0.000	.0664345	.1029505
age_68	.1173505	.0091513	12.82	0.000	.0994144	.1352867
age_69	.1057977	.0098689	10.72	0.000	.086455	.1251404
age_70	.1195749	.0090367	13.23	0.000	.1018632	.1372866
age_71	.1408868	.0108265	13.01	0.000	.1196672	.1621064
age_72	.1273647	.0105577	12.06	0.000	.106672	.1480575
age_73	.1725196	.0119228	14.47	0.000	.1491512	.1958879
age_74	.1760902	.0127105	13.85	0.000	.151178	.2010024
age_75	.1584629	.0124167	12.76	0.000	.1341266	.1827992
age_76	.1604507	.0146306	10.97	0.000	.1317753	.1891261
age_77	.1554616	.015804	9.84	0.000	.1244863	.1864369
age_78	.1935855	.0159202	12.16	0.000	.1623825	.2247884
age_79	.1895619	.0173159	10.95	0.000	.1556234	.2235004
age_80	.2381973	.0177477	13.42	0.000	.2034124	.2729821
period_1971	.1099666	.0086063	12.78	0.000	.0930987	.1268346
period_1972	.0932346	.0084463	11.04	0.000	.0766802	.1097891
period_1973	.1076225	.0089463	12.03	0.000	.090088	.125157
period_1974	.0816736	.0084343	9.68	0.000	.0651426	.0982045
period_1975	.1045672	.0080717	12.95	0.000	.088747	.1203874
period_1976	.0865869	.0081209	10.66	0.000	.0706703	.1025035
period_1977	.0758068	.0082253	9.22	0.000	.0596854	.0919281
period_1978	.0562768	.0080391	7.00	0.000	.0405204	.0720333
period_1979	.0389485	.0080755	4.82	0.000	.0231208	.0547762
period_1980	.0603442	.0077111	7.83	0.000	.0452306	.0754577
period_1981	.0418635	.0075267	5.56	0.000	.0271114	.0566156
period_1983	.0343255	.0079914	4.30	0.000	.0186628	.0499883
period_1984	.0041184	.0078359	0.53	0.599	-.0112397	.0194765
period_1985	-2.12e-06	.0076863	-0.00	1.000	-.015067	.0150628
period_1986	.00325	.0077232	0.42	0.674	-.0118872	.0183871
period_1987	-.0241675	.0071979	-3.36	0.001	-.0382751	-.0100599
period_1988	-.0342804	.0069406	-4.94	0.000	-.0478837	-.0206772
period_1989	-.0257609	.0069709	-3.70	0.000	-.0394236	-.0120982
period_1990	.0704793	.0065861	10.70	0.000	.0575707	.0833878
period_1991	.0312672	.0065872	4.75	0.000	.0183565	.0441779
period_1992	.0125384	.0065319	1.92	0.055	-.0002639	.0253407
period_1993	.001156	.0057369	0.20	0.840	-.010088	.0124001
period_1994	-.0074865	.0057751	-1.30	0.195	-.0188055	.0038325
period_1995	-.0252678	.0057593	-4.39	0.000	-.0365558	-.0139798
period_1996	-.0577745	.0061507	-9.39	0.000	-.0698297	-.0457193
period_1997	-.0417811	.0059191	-7.06	0.000	-.0533824	-.0301798
period_1998	-.0573017	.0058155	-9.85	0.000	-.0686998	-.0459036
period_1999	-.0573542	.0059542	-9.63	0.000	-.0690243	-.0456842
period_2000	-.0617913	.0059221	-10.43	0.000	-.0733985	-.0501841

period_2001	-.060527	.0058974	-10.26	0.000	-.0720858	-.0489682
period_2002	-.0526074	.0058673	-8.97	0.000	-.0641072	-.0411076
period_2003	-.0430459	.0058699	-7.33	0.000	-.0545506	-.0315411
period_2004	-.0729202	.0060192	-12.11	0.000	-.0847175	-.0611228
period_2005	-.0701527	.0060438	-11.61	0.000	-.0819983	-.0583071
period_2006	-.0568181	.0060785	-9.35	0.000	-.0687316	-.0449045
period_2007	-.054864	.0060606	-9.05	0.000	-.0667426	-.0429855
period_2008	-.0505959	.0060937	-8.30	0.000	-.0625394	-.0386524
period_2009	-.0326332	.0062019	-5.26	0.000	-.0447887	-.0204778
period_2010	-.0430837	.0062232	-6.91	0.000	-.0552983	-.0308692
period_2011	-.0416053	.0062245	-6.68	0.000	-.0538051	-.0294055
period_2012	-.0422045	.0062597	-6.74	0.000	-.0544732	-.0299358
cohort_1891	.051691	.1555486	0.33	0.740	-.2531788	.3565607
cohort_1892	.1448874	.132443	1.09	0.274	-.1146962	.4044709
cohort_1893	.1346582	.0821124	1.64	0.101	-.0262792	.2955956
cohort_1894	.106694	.0691883	1.54	0.123	-.0289127	.2423007
cohort_1895	.1611213	.0660225	2.44	0.015	.0317195	.290523
cohort_1896	.0523158	.0521363	1.00	0.316	-.0498694	.1545011
cohort_1897	.1572333	.0470805	3.34	0.001	.0649572	.2495093
cohort_1898	.1901131	.041304	4.60	0.000	.1091587	.2710676
cohort_1899	.1270483	.0384085	3.31	0.001	.0517689	.2023276
cohort_1900	.0495266	.0348401	1.42	0.155	-.0187587	.1178119
cohort_1901	.0815303	.0317757	2.57	0.010	.0192511	.1438094
cohort_1902	.0571386	.0273099	2.09	0.036	.0036121	.1106651
cohort_1903	.0529007	.0278139	1.90	0.057	-.0016136	.1074149
cohort_1904	.0606788	.0268776	2.26	0.024	.0079998	.1133579
cohort_1905	.0822541	.0243051	3.38	0.001	.034617	.1298911
cohort_1906	.1084654	.021932	4.95	0.000	.0654793	.1514514
cohort_1907	.131236	.0209638	6.26	0.000	.0901477	.1723242
cohort_1908	.0921313	.018839	4.89	0.000	.0552074	.1290551
cohort_1909	.0815479	.0190457	4.28	0.000	.044219	.1188769
cohort_1910	.0515134	.0180061	2.86	0.004	.0162221	.0868046
cohort_1911	.0689264	.0173609	3.97	0.000	.0348996	.1029532
cohort_1912	.050966	.0165378	3.08	0.002	.0185526	.0833795
cohort_1913	.0723503	.0165017	4.38	0.000	.0400075	.1046931
cohort_1914	.0545438	.0164756	3.31	0.001	.0222522	.0868354
cohort_1915	.0457831	.0185305	2.47	0.013	.009464	.0821021
cohort_1916	.0313467	.018163	1.73	0.084	-.0042522	.0669455
cohort_1917	.0496152	.0176609	2.81	0.005	.0150004	.08423
cohort_1918	.0335612	.0155878	2.15	0.031	.0030097	.0641127
cohort_1919	.0457347	.0139478	3.28	0.001	.0183975	.0730718
cohort_1920	.0162998	.0134309	1.21	0.225	-.0100243	.0426239
cohort_1921	.0026283	.0131239	0.20	0.841	-.0230941	.0283507
cohort_1922	.033384	.0128997	2.59	0.010	.008101	.0586669
cohort_1923	.0415561	.0125198	3.32	0.001	.0170176	.0660945
cohort_1924	.027384	.0122305	2.24	0.025	.0034126	.0513554
cohort_1925	.0156383	.0115618	1.35	0.176	-.0070224	.038299
cohort_1926	.0224853	.0115764	1.94	0.052	-.000204	.0451747
cohort_1927	-.0021571	.0113666	-0.19	0.849	-.0244352	.0201211
cohort_1928	-.0059256	.0108903	-0.54	0.586	-.0272703	.015419
cohort_1929	-.0112226	.0106774	-1.05	0.293	-.0321499	.0097047
cohort_1930	-.0011927	.0107406	-0.11	0.912	-.0222439	.0198586
cohort_1931	-.0007255	.01062	-0.07	0.946	-.0215402	.0200893
cohort_1932	-.0069547	.010344	-0.67	0.501	-.0272287	.0133192
cohort_1933	-.0242719	.0095851	-2.53	0.011	-.0430584	-.0054855
cohort_1934	-.0315323	.009218	-3.42	0.001	-.0495992	-.0134653
cohort_1935	-.0310079	.008811	-3.52	0.000	-.0482771	-.0137387
cohort_1936	-.0257665	.0085842	-3.00	0.003	-.0425913	-.0089418
cohort_1937	-.0579387	.0084449	-6.86	0.000	-.0744903	-.041387
cohort_1938	-.0565507	.0082119	-6.89	0.000	-.0726458	-.0404556

cohort_1939	-.0376025	.008166	-4.60	0.000	-.0536075	-.0215974
cohort_1940	-.0681943	.0081043	-8.41	0.000	-.0840785	-.0523101
cohort_1941	-.0714345	.0083652	-8.54	0.000	-.08783	-.055039
cohort_1942	-.0801109	.0084273	-9.51	0.000	-.0966281	-.0635938
cohort_1943	-.0800547	.0084979	-9.42	0.000	-.0967103	-.063399
cohort_1944	-.0718543	.0090023	-7.98	0.000	-.0894985	-.05421
cohort_1945	-.0746767	.0088953	-8.40	0.000	-.0921112	-.0572422
cohort_1946	-.0761676	.0085245	-8.94	0.000	-.0928754	-.0594598
cohort_1947	-.066957	.0083601	-8.01	0.000	-.0833425	-.0505715
cohort_1948	-.0627889	.008238	-7.62	0.000	-.0789351	-.0466427
cohort_1949	-.0649201	.0080331	-8.08	0.000	-.0806648	-.0491755
cohort_1950	-.0545212	.0080509	-6.77	0.000	-.0703006	-.0387418
cohort_1951	-.0648093	.0081067	-7.99	0.000	-.0806982	-.0489204
cohort_1952	-.0657073	.0079518	-8.26	0.000	-.0812924	-.0501221
cohort_1953	-.0632609	.0080082	-7.90	0.000	-.0789568	-.0475651
cohort_1954	-.0578119	.0080719	-7.16	0.000	-.0736325	-.0419913
cohort_1955	-.052896	.0080924	-6.54	0.000	-.0687568	-.0370352
cohort_1956	-.0592504	.0079757	-7.43	0.000	-.0748825	-.0436184
cohort_1957	-.0689569	.0079218	-8.70	0.000	-.0844833	-.0534305
cohort_1958	-.0334016	.0079149	-4.22	0.000	-.0489145	-.0178887
cohort_1959	-.052664	.0076866	-6.85	0.000	-.0677294	-.0375985
cohort_1960	-.0442702	.0077846	-5.69	0.000	-.0595277	-.0290127
cohort_1961	-.0638011	.0079636	-8.01	0.000	-.0794095	-.0481928
cohort_1962	-.0609269	.0077355	-7.88	0.000	-.0760881	-.0457657
cohort_1963	-.0561675	.0077784	-7.22	0.000	-.0714129	-.0409221
cohort_1964	-.0445384	.0079041	-5.63	0.000	-.0600302	-.0290466
cohort_1965	-.0529751	.0079304	-6.68	0.000	-.0685183	-.0374318
cohort_1966	-.03906	.0081901	-4.77	0.000	-.0551124	-.0230077
cohort_1967	-.0448574	.0082225	-5.46	0.000	-.0609732	-.0287417
cohort_1968	-.0272545	.0087751	-3.11	0.002	-.0444535	-.0100556
cohort_1969	-.0457511	.0089274	-5.12	0.000	-.0632485	-.0282536
cohort_1970	-.0445761	.0093426	-4.77	0.000	-.0628873	-.026265
cohort_1971	-.0262572	.0100763	-2.61	0.009	-.0460063	-.0065081
cohort_1972	-.0431253	.0106223	-4.06	0.000	-.0639445	-.022306
cohort_1973	-.0328202	.0110208	-2.98	0.003	-.0544205	-.0112199
cohort_1974	-.0252891	.011227	-2.25	0.024	-.0472935	-.0032846
cohort_1975	-.0361652	.0113237	-3.19	0.001	-.0583593	-.0139712
cohort_1976	-.0181227	.0117202	-1.55	0.122	-.0410939	.0048485
cohort_1977	-.0188758	.0123321	-1.53	0.126	-.0430462	.0052946
cohort_1978	-.01531	.0130262	-1.18	0.240	-.0408409	.0102208
cohort_1979	-.0149867	.0128894	-1.16	0.245	-.0402496	.0102761
cohort_1980	-.0293869	.0134917	-2.18	0.029	-.0558302	-.0029435
cohort_1981	-.0039719	.0142667	-0.28	0.781	-.0319342	.0239903
cohort_1982	-.0223884	.0141986	-1.58	0.115	-.0502172	.0054403
cohort_1983	-.0185373	.0155264	-1.19	0.233	-.0489685	.0118939
cohort_1984	-.0287731	.0165753	-1.74	0.083	-.0612601	.003714
cohort_1985	-.0354093	.016258	-2.18	0.029	-.0672743	-.0035442
cohort_1986	-.0053351	.0179754	-0.30	0.767	-.0405662	.029896
cohort_1987	-.001406	.0185682	-0.08	0.940	-.0377991	.0349871
cohort_1988	-.01279	.0203908	-0.63	0.530	-.0527552	.0271751
cohort_1989	.0177733	.0215515	0.82	0.410	-.0244669	.0600135
cohort_1990	-.0052741	.0240077	-0.22	0.826	-.0523283	.0417801
cohort_1991	-.0247615	.025242	-0.98	0.327	-.0742349	.0247119
cohort_1992	-.0195611	.0288744	-0.68	0.498	-.0761539	.0370318
cohort_1993	-.0056584	.0369476	-0.15	0.878	-.0780744	.0667575
cohort_1994	-.0403931	.0384631	-1.05	0.294	-.1157793	.0349932
cohort_1995	-.0451691	.0498674	-0.91	0.365	-.1429075	.0525692
cohort_1996	-.032599	.0583247	-0.56	0.576	-.1469132	.0817153
cohort_1997	.0651706	.0905339	0.72	0.472	-.1122727	.2426138
_cons	.2677509	.0050784	52.72	0.000	.2577974	.2777044

Tabelle 60: Effekteberechnung für Reisen ins europäische Ausland.

. apc_ie Europa V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

```

Iteration 0:   log likelihood = -134926.12
Intrinsic estimator of APC effects
Optimization   : ML
No. of obs    = 190630
Residual df   = 190416
Scale parameter = .2414307
(1/df) Deviance = .2414307
Deviance      = 45972.27455
(1/df) Pearson = .2414307
Pearson      = 45972.27455

Variance function: V(u) = 1           [Gaussian]
Link function     : g(u) = u         [Identity]

Log likelihood   = -134926.1199
AIC              = 1.417826
BIC              = -2269123
    
```

Europa	OIM					[95% Conf. Interval]
	Coef.	Std. Err.	z	P> z		
V5050	-.0121996	.0022618	-5.39	0.000	-.0166326	-.0077665
V3030	-.0048546	.0011119	-4.37	0.000	-.0070339	-.0026753
age_14	.0730707	.0157826	4.63	0.000	.0421373	.1040041
age_15	.0987665	.0140602	7.02	0.000	.0712091	.1263239
age_16	.1142098	.0129046	8.85	0.000	.0889173	.1395024
age_17	.1317856	.0130188	10.12	0.000	.1062692	.157302
age_18	.142779	.0116829	12.22	0.000	.119881	.165677
age_19	.1715871	.0108181	15.86	0.000	.150384	.1927902
age_20	.1515672	.0107593	14.09	0.000	.1304794	.1726551
age_21	.1361744	.0107583	12.66	0.000	.1150885	.1572604
age_22	.1356501	.0101757	13.33	0.000	.1157062	.1555941
age_23	.115303	.0098065	11.76	0.000	.0960827	.1345233
age_24	.1269293	.009434	13.45	0.000	.108439	.1454195
age_25	.1106511	.0092182	12.00	0.000	.0925836	.1287185
age_26	.0910915	.0090688	10.04	0.000	.073317	.1088661
age_27	.0711835	.0089847	7.92	0.000	.0535738	.0887932
age_28	.0842405	.0083819	10.05	0.000	.0678123	.1006687
age_29	.0454974	.0085387	5.33	0.000	.0287617	.062233
age_30	.0495221	.0080366	6.16	0.000	.0337706	.0652735
age_31	.0543665	.0088081	6.17	0.000	.0371028	.0716301
age_32	.0397025	.0083892	4.73	0.000	.02326	.056145
age_33	.0325338	.0084379	3.86	0.000	.0159958	.0490718
age_34	.0309887	.0083584	3.71	0.000	.0146065	.0473709
age_35	.0365947	.0079897	4.58	0.000	.0209352	.0522541
age_36	.0341336	.0078607	4.34	0.000	.018727	.0495402
age_37	.0149629	.0082761	1.81	0.071	-.001258	.0311838
age_38	.0189676	.0076339	2.48	0.013	.0040054	.0339299
age_39	.0308681	.007974	3.87	0.000	.0152393	.046497
age_40	.0196726	.0073927	2.66	0.008	.0051831	.0341621
age_41	.0197856	.0083829	2.36	0.018	.0033554	.0362159
age_42	.0428117	.0075619	5.66	0.000	.0279906	.0576328
age_43	.0009946	.0082215	0.12	0.904	-.0151192	.0171085
age_44	.0286721	.0082669	3.47	0.001	.0124693	.0448748
age_45	.0089101	.0079714	1.12	0.264	-.0067136	.0245338
age_46	-.015185	.0085213	-1.78	0.075	-.0318864	.0015164
age_47	-.0096077	.0087311	-1.10	0.271	-.0267204	.007505
age_48	-.0185706	.0081974	-2.27	0.023	-.0346371	-.002504
age_49	-.0071951	.0087852	-0.82	0.413	-.0244138	.0100236
age_50	-.0201873	.0078065	-2.59	0.010	-.0354879	-.0048868

age_51	-.0164973	.0090035	-1.83	0.067	-.0341438	.0011493
age_52	-.0246338	.0083291	-2.96	0.003	-.0409586	-.0083091
age_53	-.029211	.0090127	-3.24	0.001	-.0468755	-.0115465
age_54	-.0329584	.0089861	-3.67	0.000	-.0505708	-.015346
age_55	-.0427698	.0089484	-4.78	0.000	-.0603084	-.0252313
age_56	-.043341	.008975	-4.83	0.000	-.0609317	-.0257504
age_57	-.0611226	.0096396	-6.34	0.000	-.0800158	-.0422294
age_58	-.0468438	.0088584	-5.29	0.000	-.0642059	-.0294816
age_59	-.0678437	.0091583	-7.41	0.000	-.0857936	-.0498938
age_60	-.0563878	.0082295	-6.85	0.000	-.0725174	-.0402582
age_61	-.0448196	.0095389	-4.70	0.000	-.0635154	-.0261238
age_62	-.071803	.0089481	-8.02	0.000	-.089341	-.054265
age_63	-.0582168	.009188	-6.34	0.000	-.0762249	-.0402086
age_64	-.0668732	.0095718	-6.99	0.000	-.0856337	-.0481127
age_65	-.0704476	.0090039	-7.82	0.000	-.0880949	-.0528004
age_66	-.0522026	.0099159	-5.26	0.000	-.0716373	-.0327679
age_67	-.0708736	.0101634	-6.97	0.000	-.0907935	-.0509536
age_68	-.0866351	.0099842	-8.68	0.000	-.1062038	-.0670664
age_69	-.0750483	.0107672	-6.97	0.000	-.0961516	-.053945
age_70	-.0849326	.0098593	-8.61	0.000	-.1042565	-.0656088
age_71	-.0954911	.011812	-8.08	0.000	-.1186421	-.07234
age_72	-.0792658	.0115188	-6.88	0.000	-.1018421	-.0566894
age_73	-.1138405	.0130081	-8.75	0.000	-.139336	-.0883451
age_74	-.1044574	.0138675	-7.53	0.000	-.1316372	-.0772776
age_75	-.1073421	.0135469	-7.92	0.000	-.1338936	-.0807906
age_76	-.1012253	.0159623	-6.34	0.000	-.1325108	-.0699397
age_77	-.0879817	.0172426	-5.10	0.000	-.1217765	-.0541869
age_78	-.1248656	.0173693	-7.19	0.000	-.1589087	-.0908225
age_79	-.1213375	.0188921	-6.42	0.000	-.1583652	-.0843097
age_80	-.1539599	.0193632	-7.95	0.000	-.1919109	-.1160088
period_1971	-.037862	.0093896	-4.03	0.000	-.0562653	-.0194586
period_1972	-.0210635	.0092151	-2.29	0.022	-.0391248	-.0030022
period_1973	-.0365571	.0097607	-3.75	0.000	-.0556877	-.0174266
period_1974	-.0145467	.009202	-1.58	0.114	-.0325824	.0034889
period_1975	-.0366073	.0088064	-4.16	0.000	-.0538675	-.019347
period_1976	-.0201418	.00886	-2.27	0.023	-.0375071	-.0027764
period_1977	-.011369	.008974	-1.27	0.205	-.0289578	.0062198
period_1978	.013476	.0087709	1.54	0.124	-.0037146	.0306666
period_1979	.0157059	.0088106	1.78	0.075	-.0015625	.0329743
period_1980	-.0109496	.008413	-1.30	0.193	-.0274388	.0055396
period_1981	.0101796	.0082118	1.24	0.215	-.0059153	.0262745
period_1983	.0183702	.0087188	2.11	0.035	.0012817	.0354586
period_1984	.0383572	.0085492	4.49	0.000	.0216012	.0551133
period_1985	.0499263	.0083859	5.95	0.000	.0334902	.0663625
period_1986	.0355608	.0084262	4.22	0.000	.0190458	.0520758
period_1987	.0598081	.0078531	7.62	0.000	.0444163	.0751998
period_1988	.0339956	.0075723	4.49	0.000	.0191542	.0488371
period_1989	.0319129	.0076054	4.20	0.000	.0170065	.0468192
period_1990	-.0468595	.0071856	-6.52	0.000	-.060943	-.0327759
period_1991	-.0092779	.0071868	-1.29	0.197	-.0233638	.004808
period_1992	-.0179922	.0071265	-2.52	0.012	-.0319599	-.0040246
period_1993	-.022881	.006259	-3.66	0.000	-.0351485	-.0106135
period_1994	-.0151265	.0063008	-2.40	0.016	-.0274758	-.0027772
period_1995	.004875	.0062835	0.78	0.438	-.0074405	.0171905
period_1996	.0211529	.0067106	3.15	0.002	.0080004	.0343055
period_1997	-.0062365	.0064579	-0.97	0.334	-.0188938	.0064208
period_1998	.0191572	.0063448	3.02	0.003	.0067216	.0315928
period_1999	.0193699	.0064962	2.98	0.003	.0066376	.0321022
period_2000	.0137025	.0064612	2.12	0.034	.0010388	.0263662

period_2000	.0137025	.0064612	2.12	0.034	.0010388	.0263662
period_2001	.0229565	.0064342	3.57	0.000	.0103456	.0355674
period_2002	.0210884	.0064014	3.29	0.001	.0085419	.0336349
period_2003	.0016199	.0064042	0.25	0.800	-.010932	.0141719
period_2004	.0045704	.0065671	0.70	0.486	-.0083008	.0174416
period_2005	-.0015892	.0065939	-0.24	0.810	-.0145131	.0113347
period_2006	-.0008959	.0066317	-0.14	0.893	-.0138939	.0121021
period_2007	-.0116424	.0066123	-1.76	0.078	-.0246022	.0013174
period_2008	-.0194951	.0066484	-2.93	0.003	-.0325257	-.0064644
period_2009	-.0297517	.0067664	-4.40	0.000	-.0430136	-.0164899
period_2010	-.0287225	.0067993	-4.22	0.000	-.0420489	-.0153961
period_2011	-.0193036	.0067911	-2.84	0.004	-.0326138	-.0059933
period_2012	-.0169143	.0068294	-2.48	0.013	-.0302998	-.0035289
cohort_1891	-.0684545	.1697073	-0.40	0.687	-.4010747	.2641657
cohort_1892	-.1602427	.1444985	-1.11	0.267	-.4434545	.1229692
cohort_1893	-.1761627	.0895866	-1.97	0.049	-.3517493	-.0005762
cohort_1894	-.1129002	.0754861	-1.50	0.135	-.2608503	.03505
cohort_1895	-.165538	.0720321	-2.30	0.022	-.3067183	-.0243576
cohort_1896	-.0505588	.0568819	-0.89	0.374	-.1620453	.0609277
cohort_1897	-.1681706	.0513659	-3.27	0.001	-.2688459	-.0674953
cohort_1898	-.21944	.0450637	-4.87	0.000	-.3077632	-.1311168
cohort_1899	-.1406074	.0419046	-3.36	0.001	-.222739	-.0584759
cohort_1900	-.0645846	.0380114	-1.70	0.089	-.1390855	.0099163
cohort_1901	-.0983092	.034668	-2.84	0.005	-.1662572	-.0303611
cohort_1902	-.0709659	.0297958	-2.38	0.017	-.1293646	-.0125672
cohort_1903	-.0676539	.0303456	-2.23	0.026	-.1271303	-.0081776
cohort_1904	-.0597123	.0293241	-2.04	0.042	-.1171864	-.0022382
cohort_1905	-.0751132	.0265174	-2.83	0.005	-.1270864	-.0231401
cohort_1906	-.1052351	.0239284	-4.40	0.000	-.1521339	-.0583363
cohort_1907	-.1273981	.022872	-5.57	0.000	-.1722264	-.0825699
cohort_1908	-.0798325	.0205538	-3.88	0.000	-.1201173	-.0395478
cohort_1909	-.0742666	.0207794	-3.57	0.000	-.1149934	-.0335398
cohort_1910	-.0380447	.019645	-1.94	0.053	-.0765483	.0004588
cohort_1911	-.0377207	.0189412	-1.99	0.046	-.0748447	-.0005966
cohort_1912	-.0384295	.0180431	-2.13	0.033	-.0737933	-.0030656
cohort_1913	-.0478693	.0180038	-2.66	0.008	-.083156	-.0125825
cohort_1914	-.0271103	.0179753	-1.51	0.132	-.0623339	.0081279
cohort_1915	-.0101244	.0202172	-0.50	0.617	-.0497494	.0295006
cohort_1916	-.0038192	.0198163	-0.19	0.847	-.0426584	.03502
cohort_1917	-.019778	.0192685	-1.03	0.305	-.0575435	.0179876
cohort_1918	-.0008685	.0170067	-0.05	0.959	-.0342009	.032464
cohort_1919	-.0013322	.0152174	-0.09	0.930	-.0311577	.0284933
cohort_1920	.0247661	.0146535	1.69	0.091	-.0039542	.0534864
cohort_1921	.0362495	.0143185	2.53	0.011	.0081858	.0643133
cohort_1922	-.0001013	.0140739	-0.01	0.994	-.0276856	.027483
cohort_1923	.0103263	.0136595	0.76	0.450	-.0164457	.0370983
cohort_1924	.0244637	.0133438	1.83	0.067	-.0016897	.050617
cohort_1925	.0307113	.0126142	2.43	0.015	.0059879	.0554347
cohort_1926	.0238912	.0126301	1.89	0.059	-.0008634	.0486458
cohort_1927	.042287	.0124013	3.41	0.001	.017981	.066593
cohort_1928	.0567638	.0118816	4.78	0.000	.0334763	.0800513
cohort_1929	.0544312	.0116493	4.67	0.000	.0315991	.0772634
cohort_1930	.0437723	.0117183	3.74	0.000	.0208049	.0667397
cohort_1931	.0469536	.0115867	4.05	0.000	.0242441	.069663
cohort_1932	.0461912	.0112856	4.09	0.000	.0240719	.0683106
cohort_1933	.0621899	.0104576	5.95	0.000	.0416935	.0826864
cohort_1934	.0643768	.0100571	6.40	0.000	.0446653	.0840883
cohort_1935	.0616483	.009613	6.41	0.000	.0428072	.0804894
cohort_1936	.0658257	.0093656	7.03	0.000	.0474694	.0841819
cohort_1937	.0773138	.0092135	8.39	0.000	.0592556	.095372
cohort_1938	.0781529	.0089594	8.72	0.000	.0605928	.095713

cohort_1939	.066844	.0089093	7.50	0.000	.049382	.0843059
cohort_1940	.0841491	.008842	9.52	0.000	.0668191	.1014792
cohort_1941	.0919471	.0091266	10.07	0.000	.0740592	.109835
cohort_1942	.0913348	.0091943	9.93	0.000	.0733142	.1093554
cohort_1943	.0908927	.0092715	9.80	0.000	.0727209	.1090644
cohort_1944	.0747624	.0098218	7.61	0.000	.0555121	.0940128
cohort_1945	.0916697	.009705	9.45	0.000	.0726483	.1106911
cohort_1946	.0948926	.0093005	10.20	0.000	.076664	.1131212
cohort_1947	.0761472	.0091211	8.35	0.000	.0582702	.0940242
cohort_1948	.0635545	.0089879	7.07	0.000	.0459386	.0811704
cohort_1949	.072889	.0087643	8.32	0.000	.0557113	.0900668
cohort_1950	.0643247	.0087837	7.32	0.000	.047109	.0815404
cohort_1951	.0691706	.0088447	7.82	0.000	.0518354	.0865058
cohort_1952	.063527	.0086756	7.32	0.000	.0465232	.0805308
cohort_1953	.0685125	.0087372	7.84	0.000	.051388	.085637
cohort_1954	.0543346	.0088066	6.17	0.000	.0370739	.0715953
cohort_1955	.0564787	.008829	6.40	0.000	.0391742	.0737832
cohort_1956	.0649783	.0087017	7.47	0.000	.0479233	.0820332
cohort_1957	.0719311	.0086428	8.32	0.000	.0549915	.0888708
cohort_1958	.0343061	.0086353	3.97	0.000	.0173812	.0512311
cohort_1959	.0441615	.0083863	5.27	0.000	.0277247	.0605984
cohort_1960	.0392472	.0084932	4.62	0.000	.0226009	.0558935
cohort_1961	.0466291	.0086885	5.37	0.000	.0296	.0636581
cohort_1962	.0391435	.0084396	4.64	0.000	.0226022	.0556847
cohort_1963	.0477267	.0084864	5.62	0.000	.0310936	.0643598
cohort_1964	.0208853	.0086236	2.42	0.015	.0039834	.0377872
cohort_1965	.0437738	.0086522	5.06	0.000	.0268157	.0607319
cohort_1966	.0265994	.0089356	2.98	0.003	.0090859	.0441129
cohort_1967	.0113385	.0089709	1.26	0.206	-.0062442	.0289212
cohort_1968	.0014558	.0095739	0.15	0.879	-.0173087	.0202202
cohort_1969	.015378	.00974	1.58	0.114	-.0037121	.0344681
cohort_1970	.0143907	.010193	1.41	0.158	-.0055872	.0343686
cohort_1971	-.0033901	.0109934	-0.31	0.758	-.0249369	.0181566
cohort_1972	-.0102111	.0115892	-0.88	0.378	-.0329254	.0125032
cohort_1973	-.0054828	.0120239	-0.46	0.648	-.0290492	.0180837
cohort_1974	-.0072057	.0122489	-0.59	0.556	-.031213	.0168017
cohort_1975	-.0052303	.0123544	-0.42	0.672	-.0294446	.018984
cohort_1976	-.0096899	.012787	-0.76	0.449	-.0347521	.0153722
cohort_1977	-.0358524	.0134546	-2.66	0.008	-.0622229	-.009482
cohort_1978	-.0019639	.0142119	-0.14	0.890	-.0298187	.0258909
cohort_1979	-.0064251	.0140627	-0.46	0.648	-.0339874	.0211373
cohort_1980	.0059987	.0147198	0.41	0.684	-.0228516	.034849
cohort_1981	-.0153975	.0155653	-0.99	0.323	-.0459049	.01511
cohort_1982	-.0194611	.015491	-1.26	0.209	-.0498229	.0109007
cohort_1983	-.0294589	.0169397	-1.74	0.082	-.06266	.0037423
cohort_1984	-.0015469	.0180841	-0.09	0.932	-.036991	.0338973
cohort_1985	-.0133604	.0177379	-0.75	0.451	-.0481259	.0214052
cohort_1986	-.0223648	.0196116	-1.14	0.254	-.0608028	.0160731
cohort_1987	-.0284927	.0202584	-1.41	0.160	-.0681985	.011213
cohort_1988	.0056222	.0222468	0.25	0.800	-.0379808	.0492251
cohort_1989	-.0176433	.0235132	-0.75	0.453	-.0637284	.0284418
cohort_1990	-.0120844	.026193	-0.46	0.645	-.0634217	.0392528
cohort_1991	.0243037	.0275396	0.88	0.378	-.029673	.0782804
cohort_1992	-.0140365	.0315027	-0.45	0.656	-.0757806	.0477077
cohort_1993	.0209664	.0403107	0.52	0.603	-.0580411	.0999739
cohort_1994	.0168506	.0419641	0.40	0.688	-.0653976	.0990988
cohort_1995	.0590006	.0544066	1.08	0.278	-.0476343	.1656355
cohort_1996	-.0553165	.0636336	-0.87	0.385	-.180036	.0694031
cohort_1997	-.1554818	.0987747	-1.57	0.115	-.3490766	.038113
_cons	.5352507	.0055407	96.60	0.000	.5243912	.5461102

Tabelle 61: Effektberechnung für Reisen ins außereuropäische Ausland.

. apc_ie Welt V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

```
Iteration 0: log likelihood = -58160.831
Intrinsic estimator of APC effects          No. of obs      =    190630
Optimization      : ML                      Residual df     =    190416
                                                Scale parameter =    .1078992
Deviance          =    20545.73348         (1/df) Deviance =    .1078992
Pearson           =    20545.73348         (1/df) Pearson  =    .1078992

Variance function: V(u) = 1                [Gaussian]
Link function      : g(u) = u              [Identity]

Log likelihood    = -58160.83104          AIC              =    .6124412
                                                BIC              =   -2294549
```

Welt	OIM					[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.	z	P> z			
V5050	-.0149086	.0015121	-9.86	0.000	-.0178721	-.011945	
V3030	-.0252565	.0007433	-33.98	0.000	-.0267133	-.0237996	
age_14	-.0352586	.010551	-3.34	0.001	-.0559382	-.0145791	
age_15	-.0377964	.0093995	-4.02	0.000	-.056219	-.0193738	
age_16	-.0277614	.008627	-3.22	0.001	-.04467	-.0108529	
age_17	-.0194344	.0087033	-2.23	0.026	-.0364926	-.0023763	
age_18	-.0175098	.0078102	-2.24	0.025	-.0328175	-.0022021	
age_19	-.013621	.0072321	-1.88	0.060	-.0277956	.0005536	
age_20	-.0111121	.0071928	-1.54	0.122	-.0252097	.0029855	
age_21	.003311	.0071921	0.46	0.645	-.0107853	.0174073	
age_22	.0088507	.0068026	1.30	0.193	-.0044822	.0221835	
age_23	.0295196	.0065558	4.50	0.000	.0166705	.0423687	
age_24	.0244904	.0063068	3.88	0.000	.0121293	.0368514	
age_25	.0220506	.0061626	3.58	0.000	.0099722	.034129	
age_26	.0336663	.0060627	5.55	0.000	.0217837	.0455489	
age_27	.0363284	.0060064	6.05	0.000	.024556	.0481008	
age_28	.0269493	.0056034	4.81	0.000	.0159668	.0379319	
age_29	.0386592	.0057083	6.77	0.000	.0274711	.0498473	
age_30	.0306107	.0053726	5.70	0.000	.0200805	.0411408	
age_31	.0250176	.0058884	4.25	0.000	.0134765	.0365586	
age_32	.0209539	.0056083	3.74	0.000	.0099618	.031946	
age_33	.0287577	.0056409	5.10	0.000	.0177018	.0398137	
age_34	.0153839	.0055877	2.75	0.006	.0044321	.0263357	
age_35	.0230702	.0053412	4.32	0.000	.0126016	.0335389	
age_36	.0175908	.005255	3.35	0.001	.0072912	.0278904	
age_37	.0251993	.0055327	4.55	0.000	.0143553	.0360433	
age_38	.0250505	.0051034	4.91	0.000	.0150479	.035053	
age_39	.0255916	.0053308	4.80	0.000	.0151434	.0360397	
age_40	.0303592	.0049422	6.14	0.000	.0206727	.0400457	
age_41	.0249182	.0056041	4.45	0.000	.0139343	.0359022	
age_42	.0192483	.0050553	3.81	0.000	.0093402	.0291565	
age_43	.0303484	.0054962	5.52	0.000	.019576	.0411208	
age_44	.0207019	.0055265	3.75	0.000	.0098701	.0315337	
age_45	.0378331	.005329	7.10	0.000	.0273883	.0482778	
age_46	.0345467	.0056966	6.06	0.000	.0233815	.0457119	
age_47	.0315502	.0058369	5.41	0.000	.02011	.0429904	
age_48	.0367439	.0054801	6.70	0.000	.0260031	.0474847	
age_49	.0416057	.0058731	7.08	0.000	.0300947	.0531167	
age_50	.0363644	.0052188	6.97	0.000	.0261357	.0465931	

age_51	.0317234	.006019	5.27	0.000	.0199264	.0435204
age_52	.0263454	.0055682	4.73	0.000	.015432	.0372588
age_53	.0240466	.0060251	3.99	0.000	.0122375	.0358556
age_54	.0237417	.0060074	3.95	0.000	.0119675	.0355159
age_55	.0099519	.0059822	1.66	0.096	-.0017729	.0216767
age_56	.0070353	.0059999	1.17	0.241	-.0047244	.0187949
age_57	.0050644	.0064442	0.79	0.432	-.007566	.0176949
age_58	.0097251	.005922	1.64	0.101	-.0018818	.021332
age_59	.0185999	.0061225	3.04	0.002	.0066	.0305997
age_60	.0046376	.0055016	0.84	0.399	-.0061453	.0154205
age_61	-.0110066	.0063769	-1.73	0.084	-.023505	.0014919
age_62	-.0075224	.005982	-1.26	0.209	-.0192469	.004202
age_63	-.0118883	.0061423	-1.94	0.053	-.0239271	.0001504
age_64	-.0078235	.0063989	-1.22	0.221	-.0203652	.0047182
age_65	-.013372	.0060193	-2.22	0.026	-.0251695	-.0015745
age_66	-.0206969	.0066289	-3.12	0.002	-.0336894	-.0077045
age_67	-.0134815	.0067944	-1.98	0.047	-.0267983	-.0001647
age_68	-.0306762	.0066746	-4.60	0.000	-.0437583	-.0175942
age_69	-.0312539	.0071981	-4.34	0.000	-.0453619	-.017146
age_70	-.0343326	.0065911	-5.21	0.000	-.0472509	-.0214142
age_71	-.0451066	.0078965	-5.71	0.000	-.0605835	-.0296297
age_72	-.0478071	.0077005	-6.21	0.000	-.0628998	-.0327144
age_73	-.0584088	.0086962	-6.72	0.000	-.0754529	-.0413647
age_74	-.0713449	.0092707	-7.70	0.000	-.0895151	-.0531748
age_75	-.0516416	.0090564	-5.70	0.000	-.0693917	-.0338914
age_76	-.0591132	.0106711	-5.54	0.000	-.0800282	-.0381983
age_77	-.0674663	.0115269	-5.85	0.000	-.0900587	-.0448739
age_78	-.068636	.0116117	-5.91	0.000	-.0913944	-.0458776
age_79	-.0679394	.0126297	-5.38	0.000	-.0926931	-.0431857
age_80	-.0841311	.0129446	-6.50	0.000	-.1095021	-.0587602
period_1971	-.0717114	.0062771	-11.42	0.000	-.0840144	-.0594085
period_1972	-.0717416	.0061605	-11.65	0.000	-.0838159	-.0596673
period_1973	-.0706479	.0065252	-10.83	0.000	-.083437	-.0578588
period_1974	-.0667245	.0061517	-10.85	0.000	-.0787817	-.0546674
period_1975	-.0675382	.0058872	-11.47	0.000	-.0790769	-.0559994
period_1976	-.0660252	.0059231	-11.15	0.000	-.0776342	-.0544161
period_1977	-.0639747	.0059993	-10.66	0.000	-.0757331	-.0522163
period_1978	-.0693134	.0058635	-11.82	0.000	-.0808056	-.0578211
period_1979	-.0542137	.00589	-9.20	0.000	-.0657579	-.0426695
period_1980	-.0489354	.0056243	-8.70	0.000	-.0599588	-.0379121
period_1981	-.051555	.0054897	-9.39	0.000	-.0623147	-.0407953
period_1983	-.052256	.0058286	-8.97	0.000	-.06368	-.0408321
period_1984	-.0420542	.0057153	-7.36	0.000	-.0532559	-.038525
period_1985	-.0495056	.0056062	-8.83	0.000	-.0604935	-.0385177
period_1986	-.03838	.005633	-6.81	0.000	-.0494206	-.0273394
period_1987	-.0351973	.0052499	-6.70	0.000	-.0454869	-.0249076
period_1988	.0007591	.0050622	0.15	0.881	-.0091627	.0106809
period_1989	-.0056811	.0050844	-1.12	0.264	-.0156463	.004284
period_1990	-.0231448	.0048037	-4.82	0.000	-.0325599	-.0137297
period_1991	-.0215129	.0048045	-4.48	0.000	-.0309296	-.0120963
period_1992	.0059256	.0047642	1.24	0.214	-.003412	.0152632
period_1993	.0121297	.0041843	2.90	0.004	.0039287	.0203308
period_1994	.013376	.0042122	3.18	0.001	.0051202	.0216317
period_1995	.0208714	.0042006	4.97	0.000	.0126383	.0291046
period_1996	.0371233	.0044862	8.28	0.000	.0283306	.045916
period_1997	.0485161	.0043172	11.24	0.000	.0400545	.0569777
period_1998	.0386742	.0042416	9.12	0.000	.0303608	.0469876
period_1999	.03849	.0043428	8.86	0.000	.0299782	.0470018
period_2000	.0485986	.0043194	11.25	0.000	.0401327	.0570645

period_2001	.0381206	.0043014	8.86	0.000	.02969	.0465512
period_2002	.0320511	.0042795	7.49	0.000	.0236635	.0404387
period_2003	.0419614	.0042813	9.80	0.000	.0335702	.0503526
period_2004	.0688863	.0043902	15.69	0.000	.0602817	.0774909
period_2005	.0722594	.0044082	16.39	0.000	.0636195	.0808992
period_2006	.0582526	.0044334	13.14	0.000	.0495632	.066942
period_2007	.0670371	.0044204	15.17	0.000	.0583733	.075701
period_2008	.0706525	.0044446	15.90	0.000	.0619413	.0793637
period_2009	.06292	.0045234	13.91	0.000	.0540542	.0717858
period_2010	.0723601	.0045454	15.92	0.000	.0634512	.081269
period_2011	.0614687	.00454	13.54	0.000	.0525705	.0703668
period_2012	.0596793	.0045656	13.07	0.000	.0507308	.0686277
cohort_1891	.0167717	.1134523	0.15	0.882	-.2055907	.2391342
cohort_1892	.0152324	.0965998	0.16	0.875	-.1740997	.2045645
cohort_1893	.0413828	.0598902	0.69	0.490	-.0759999	.1587655
cohort_1894	.0061436	.0504638	0.12	0.903	-.0927637	.1050508
cohort_1895	.0043615	.0481547	0.09	0.928	-.09002	.0987431
cohort_1896	-.0016774	.0380266	-0.04	0.965	-.0762081	.0728533
cohort_1897	.0110214	.034339	0.32	0.748	-.0562818	.0783246
cohort_1898	.0293132	.0301259	0.97	0.331	-.0297325	.0883588
cohort_1899	.0135017	.028014	0.48	0.630	-.0414047	.068408
cohort_1900	.0150004	.0254113	0.59	0.555	-.0348048	.0648055
cohort_1901	.0166844	.0231762	0.72	0.472	-.0287401	.0621089
cohort_1902	.0137987	.019919	0.69	0.488	-.0252419	.0528393
cohort_1903	.0147232	.0202866	0.73	0.468	-.0250378	.0544842
cohort_1904	-.0010622	.0196037	-0.05	0.957	-.0394847	.0373603
cohort_1905	-.007224	.0177273	-0.41	0.684	-.0419689	.027521
cohort_1906	-.0033252	.0159965	-0.21	0.835	-.0346779	.0280274
cohort_1907	-.0039482	.0152903	-0.26	0.796	-.0339167	.0260203
cohort_1908	-.0124277	.0137406	-0.90	0.366	-.0393588	.0145034
cohort_1909	-.0073921	.0138914	-0.53	0.595	-.0346187	.0198345
cohort_1910	-.0135762	.0131331	-1.03	0.301	-.0393165	.0121642
cohort_1911	-.0313313	.0126625	-2.47	0.013	-.0561494	-.0065133
cohort_1912	-.0125917	.0120621	-1.04	0.297	-.0362331	.0110496
cohort_1913	-.0243063	.0120358	-2.02	0.043	-.0478962	-.0007165
cohort_1914	-.0272492	.0120168	-2.27	0.023	-.0508016	-.0036967
cohort_1915	-.0354839	.0135155	-2.63	0.009	-.0619738	-.0089939
cohort_1916	-.0272617	.0132475	-2.06	0.040	-.0532264	-.001297
cohort_1917	-.0295369	.0128813	-2.29	0.022	-.0547839	-.00429
cohort_1918	-.0331524	.0113693	-2.92	0.004	-.0554357	-.010869
cohort_1919	-.0439924	.0101731	-4.32	0.000	-.0639313	-.0240535
cohort_1920	-.0406477	.0097961	-4.15	0.000	-.0598477	-.0214477
cohort_1921	-.0384118	.0095722	-4.01	0.000	-.0571173	-.0196507
cohort_1922	-.032752	.0094086	-3.48	0.000	-.0511926	-.0143114
cohort_1923	-.052436	.0091316	-5.74	0.000	-.0703336	-.0345384
cohort_1924	-.0511508	.0089206	-5.73	0.000	-.0686348	-.0336668
cohort_1925	-.0462326	.0084328	-5.48	0.000	-.0627606	-.0297046
cohort_1926	-.0458336	.0084435	-5.43	0.000	-.0623825	-.0292847
cohort_1927	-.0395507	.0082905	-4.77	0.000	-.0557997	-.0233017
cohort_1928	-.0500928	.0079431	-6.31	0.000	-.0656661	-.0345247
cohort_1929	-.0429204	.0077877	-5.51	0.000	-.0581841	-.0276567
cohort_1930	-.0423569	.0078339	-5.41	0.000	-.057711	-.0270028
cohort_1931	-.0456003	.0077459	-5.89	0.000	-.0607819	-.0304186
cohort_1932	-.0390898	.0075446	-5.18	0.000	-.053877	-.0243026
cohort_1933	-.0376036	.0069911	-5.38	0.000	-.0513059	-.0239014
cohort_1934	-.0326727	.0067233	-4.86	0.000	-.0458501	-.0194952
cohort_1935	-.0309328	.0064264	-4.81	0.000	-.0435284	-.0183372
cohort_1936	-.0395433	.0062611	-6.32	0.000	-.0518148	-.0272718
cohort_1937	-.0203124	.0061594	-3.30	0.001	-.0323846	-.0082401
cohort_1938	-.021634	.0059895	-3.61	0.000	-.0333732	-.0098947

cohort_1939	-.0297325	.005956	-4.99	0.000	-.0414061	-.0180589
cohort_1940	-.0159336	.005911	-2.70	0.007	-.027519	-.0043481
cohort_1941	-.0202558	.0061013	-3.32	0.001	-.0322142	-.0082974
cohort_1942	-.0113057	.0061466	-1.84	0.066	-.0233528	.0007414
cohort_1943	-.0105143	.0061981	-1.70	0.090	-.0226624	.0016338
cohort_1944	-.0034337	.006566	-0.52	0.601	-.0163028	.0094355
cohort_1945	-.017749	.0064879	-2.74	0.006	-.0304652	-.0050329
cohort_1946	-.0185095	.0062175	-2.98	0.003	-.0306956	-.0063233
cohort_1947	-.008864	.0060976	-1.45	0.146	-.0208151	.0030871
cohort_1948	-.001841	.0060085	-0.31	0.759	-.0136175	.0099355
cohort_1949	-.0077132	.0058591	-1.32	0.188	-.0191968	.0037704
cohort_1950	-.0105138	.0058721	-1.79	0.073	-.0220229	.0009952
cohort_1951	-.0045176	.0059128	-0.76	0.445	-.0161064	.0070713
cohort_1952	.0026466	.0057998	0.46	0.648	-.0087208	.0140139
cohort_1953	-.0055427	.005841	-0.95	0.343	-.0169908	.0059053
cohort_1954	.0042073	.0058874	0.71	0.475	-.0073318	.0157464
cohort_1955	-.003116	.0059023	-0.53	0.598	-.0146843	.0084524
cohort_1956	-.0057884	.0058172	-1.00	0.320	-.0171899	.0056132
cohort_1957	-.0038171	.0057779	-0.66	0.509	-.0151415	.0075074
cohort_1958	-.0009952	.0057729	-0.17	0.863	-.0123099	.0103194
cohort_1959	.0089659	.0056064	1.60	0.110	-.0020224	.0199542
cohort_1960	.0050338	.0056778	0.89	0.375	-.0060946	.0161621
cohort_1961	.0167302	.0058084	2.88	0.004	.005346	.0281145
cohort_1962	.021045	.005642	3.73	0.000	.0099868	.0321031
cohort_1963	.0080023	.0056733	1.41	0.158	-.0031172	.0191218
cohort_1964	.0233609	.005765	4.05	0.000	.0120617	.0346602
cohort_1965	.0097571	.0057842	1.69	0.092	-.0015796	.0210939
cohort_1966	.0123757	.0059736	2.07	0.038	.0006676	.0240838
cohort_1967	.0335022	.0059972	5.59	0.000	.0217479	.0452566
cohort_1968	.0263679	.0064003	4.12	0.000	.0138236	.0389123
cohort_1969	.0305542	.0065114	4.69	0.000	.0177921	.0433163
cohort_1970	.0303375	.0068142	4.45	0.000	.0169819	.0436931
cohort_1971	.0299008	.0073493	4.07	0.000	.0154965	.0443052
cohort_1972	.0519365	.0077476	6.70	0.000	.0367516	.0671214
cohort_1973	.0379322	.0080382	4.72	0.000	.0221776	.0536867
cohort_1974	.0322092	.0081886	3.93	0.000	.0161599	.0482586
cohort_1975	.04088	.0082592	4.95	0.000	.0246923	.0570676
cohort_1976	.0278634	.0085484	3.26	0.001	.0111089	.0446179
cohort_1977	.0545673	.0089946	6.07	0.000	.0369382	.0721964
cohort_1978	.0161348	.0095009	1.70	0.089	-.0024866	.0347562
cohort_1979	.0216988	.0094012	2.31	0.021	.0032728	.0401247
cohort_1980	.0233772	.0098405	2.38	0.018	.0040902	.0426641
cohort_1981	.0193033	.0104057	1.86	0.064	-.0010915	.0396981
cohort_1982	.0417441	.010356	4.03	0.000	.0214466	.0620415
cohort_1983	.0478438	.0113245	4.22	0.000	.0256482	.0700393
cohort_1984	.0302325	.0120895	2.50	0.012	.0065375	.0539276
cohort_1985	.0487555	.0118581	4.11	0.000	.0255141	.0719969
cohort_1986	.02762	.0131107	2.11	0.035	.0019236	.0533165
cohort_1987	.0298919	.0135431	2.21	0.027	.0033479	.0564359
cohort_1988	.0072107	.0148724	0.48	0.628	-.0219387	.03636
cohort_1989	8.79e-06	.015719	0.00	1.000	-.0307999	.0308175
cohort_1990	.0175227	.0175105	1.00	0.317	-.0167972	.0518425
cohort_1991	.000661	.0184107	0.04	0.971	-.0354233	.0367454
cohort_1992	.0336159	.0210601	1.60	0.110	-.0076611	.074893
cohort_1993	-.0149578	.0269484	-0.56	0.579	-.0677757	.0378601
cohort_1994	.0236843	.0280538	0.84	0.399	-.0313001	.0786687
cohort_1995	-.0135877	.0363718	-0.37	0.709	-.084875	.0576996
cohort_1996	.088017	.0425402	2.07	0.039	.0046398	.1713942
cohort_1997	.090568	.0660326	1.37	0.170	-.0388536	.2199895
_cons	.1961613	.003704	52.96	0.000	.1889015	.203421

Tabelle 62: Effekteberechnung für Reisen nach Spanien.

```
. apc_ie Spanien V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

Iteration 0:   log likelihood = -63069.608
Intrinsic estimator of APC effects
Optimization   : ML
Deviance       = 21631.57115
Pearson        = 21631.57115

No. of obs    = 190630
Residual df   = 190416
Scale parameter = .1136016
(1/df) Deviance = .1136016
(1/df) Pearson = .1136016

Variance function: V(u) = 1
Link function      : g(u) = u

[AIC]
[Identity]

Log likelihood    = -63069.60807
AIC               = .6639418
BIC               = -2293463
```

Spanien	OIM					[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.	z	P> z			
V5050	-.0032723	.0015515	-2.11	0.035	-.0063132	-.0002315	
V3030	-.0185483	.0007627	-24.32	0.000	-.0200432	-.0170534	
age_14	-.019142	.0108262	-1.77	0.077	-.040361	.0020769	
age_15	-.0006666	.0096447	-0.07	0.945	-.0195698	.0182366	
age_16	.0045555	.008852	0.51	0.607	-.012794	.0219051	
age_17	.0259697	.0089303	2.91	0.004	.0084666	.0434729	
age_18	.0408854	.0080139	5.10	0.000	.0251784	.0565924	
age_19	.0600621	.0074207	8.09	0.000	.0455178	.0746065	
age_20	.0562626	.0073804	7.62	0.000	.0417973	.0707279	
age_21	.0556641	.0073797	7.54	0.000	.0412	.0701281	
age_22	.0627902	.0069801	9.00	0.000	.0491096	.0764709	
age_23	.0398639	.0067268	5.93	0.000	.0266796	.0530482	
age_24	.0566616	.0064713	8.76	0.000	.0439781	.0693451	
age_25	.043183	.0063233	6.83	0.000	.0307895	.0555764	
age_26	.0531239	.0062208	8.54	0.000	.0409314	.0653165	
age_27	.0392618	.0061631	6.37	0.000	.0271823	.0513413	
age_28	.0529602	.0057496	9.21	0.000	.0416912	.0642292	
age_29	.0363039	.0058572	6.20	0.000	.024824	.0477838	
age_30	.0285461	.0055128	5.18	0.000	.0177413	.0393509	
age_31	.019312	.006042	3.20	0.001	.0074699	.0311541	
age_32	.0164704	.0057546	2.86	0.004	.0051916	.0277493	
age_33	.0245478	.005788	4.24	0.000	.0132035	.0358922	
age_34	.0258208	.0057335	4.50	0.000	.0145833	.0370583	
age_35	.0271009	.0054805	4.94	0.000	.0163593	.0378426	
age_36	.0225726	.0053921	4.19	0.000	.0120044	.0331409	
age_37	.0153825	.0056771	2.71	0.007	.0042557	.0265094	
age_38	.0240501	.0052365	4.59	0.000	.0137867	.0343135	
age_39	.0202849	.0054698	3.71	0.000	.0095642	.0310056	
age_40	.0198249	.0050711	3.91	0.000	.0098858	.0297641	
age_41	.0204495	.0057503	3.56	0.000	.009179	.0317199	
age_42	.0243095	.0051871	4.69	0.000	.0141429	.0344761	
age_43	.0034754	.0056396	0.62	0.538	-.007578	.0145288	
age_44	.0233395	.0056707	4.12	0.000	.0122251	.0344538	
age_45	.0121721	.0054681	2.23	0.026	.0014549	.0228893	
age_46	.0031047	.0058452	0.53	0.595	-.0083518	.0145611	
age_47	.0111076	.0059892	1.85	0.064	-.000631	.0228462	
age_48	.0114969	.005623	2.04	0.041	.0004759	.0225178	
age_49	.0038953	.0060263	0.65	0.518	-.0079159	.0157066	
age_50	.0017001	.0053549	0.32	0.751	-.0087954	.0121956	

age_51	.0083107	.006176	1.35	0.178	-.003794	.0204155
age_52	-.004296	.0057134	-0.75	0.452	-.0154941	.006902
age_53	.0029728	.0061823	0.48	0.631	-.0091443	.0150899
age_54	-.0129697	.0061641	-2.10	0.035	-.0250511	-.0008884
age_55	-.0114811	.0061382	-1.87	0.061	-.0235117	.0005496
age_56	-.004611	.0061564	-0.75	0.454	-.0166774	.0074554
age_57	-.0210415	.0066123	-3.18	0.001	-.0340014	-.0080816
age_58	-.0092623	.0060765	-1.52	0.127	-.0211719	.0026474
age_59	-.0191884	.0062822	-3.05	0.002	-.0315013	-.0068756
age_60	-.0242943	.0056451	-4.30	0.000	-.0353585	-.0132301
age_61	-.0226983	.0065432	-3.47	0.001	-.0355228	-.0098738
age_62	-.0374313	.006138	-6.10	0.000	-.0494616	-.025401
age_63	-.0178327	.0063026	-2.83	0.005	-.0301855	-.0054799
age_64	-.0259967	.0065659	-3.96	0.000	-.0388656	-.0131279
age_65	-.0359013	.0061763	-5.81	0.000	-.0480066	-.0237961
age_66	-.0267835	.0068018	-3.94	0.000	-.0401149	-.0134522
age_67	-.0324433	.0069716	-4.65	0.000	-.0461075	-.0187791
age_68	-.0447047	.0068487	-6.53	0.000	-.058128	-.0312814
age_69	-.0332723	.0073858	-4.50	0.000	-.0477482	-.0187963
age_70	-.0334234	.006763	-4.94	0.000	-.0466787	-.020168
age_71	-.0435254	.0081025	-5.37	0.000	-.059406	-.0276448
age_72	-.0499196	.0079014	-6.32	0.000	-.065406	-.0344332
age_73	-.0434506	.008923	-4.87	0.000	-.0609393	-.0259618
age_74	-.0617953	.0095125	-6.50	0.000	-.0804394	-.0431512
age_75	-.0557729	.0092926	-6.00	0.000	-.073986	-.0375597
age_76	-.0403424	.0109494	-3.68	0.000	-.0618029	-.0188819
age_77	-.0474545	.0118276	-4.01	0.000	-.0706362	-.0242728
age_78	-.0743909	.0119145	-6.24	0.000	-.0977429	-.0510388
age_79	-.0781409	.0129591	-6.03	0.000	-.1035402	-.0527415
age_80	-.0655624	.0132823	-4.94	0.000	-.0915952	-.0395297
period_1971	-.0531665	.0064409	-8.25	0.000	-.0657904	-.0405426
period_1972	-.0411218	.0063212	-6.51	0.000	-.0535111	-.0287325
period_1973	-.0525505	.0066954	-7.85	0.000	-.0656732	-.0394278
period_1974	-.0316264	.0063122	-5.01	0.000	-.0439981	-.0192547
period_1975	-.0312721	.0060408	-5.18	0.000	-.0431118	-.0194323
period_1976	-.0317405	.0060776	-5.22	0.000	-.0436524	-.0198286
period_1977	-.0140358	.0061558	-2.28	0.023	-.0261009	-.0019707
period_1978	-.0147479	.0060164	-2.45	0.014	-.02654	-.0029559
period_1979	-.0186444	.0060437	-3.08	0.002	-.0304897	-.006799
period_1980	-.0283344	.005771	-4.91	0.000	-.0396453	-.0170236
period_1981	-.0139827	.0056329	-2.48	0.013	-.0250231	-.0029424
period_1983	-.0131661	.0059807	-2.20	0.028	-.0248881	-.0014442
period_1984	-.0097993	.0058643	-1.67	0.095	-.0212932	.0016946
period_1985	-.007399	.0057524	-1.29	0.198	-.0186735	.0038754
period_1986	.0031205	.00578	0.54	0.589	-.008208	.0144491
period_1987	.0183827	.0053869	3.41	0.001	.0078246	.0289407
period_1988	.0025376	.0051943	0.49	0.625	-.007643	.0127182
period_1989	.0063948	.005217	1.23	0.220	-.0038303	.0166198
period_1990	-.020703	.004929	-4.20	0.000	-.0303637	-.0110423
period_1991	-.002904	.0049298	-0.59	0.556	-.0125662	.0067583
period_1992	-.0066456	.0048884	-1.36	0.174	-.0162268	.0029356
period_1993	-.0081005	.0042934	-1.89	0.059	-.0165155	.0003145
period_1994	.0193572	.0043221	4.48	0.000	.0108862	.0278283
period_1995	.0168334	.0043102	3.91	0.000	.0083856	.0252813
period_1996	.0200886	.0046032	4.36	0.000	.0110665	.0291106
period_1997	.0260978	.0044299	5.89	0.000	.0174155	.0347802
period_1998	.0309094	.0043523	7.10	0.000	.0223791	.0394397
period_1999	.0381667	.0044561	8.57	0.000	.0294329	.0469005
period_2000	.0283094	.0044321	6.39	0.000	.0196227	.0369961

period_2001	.0261134	.0044136	5.92	0.000	.0174629	.0347639
period_2002	.018893	.0043911	4.30	0.000	.0102866	.0274993
period_2003	.0215628	.004393	4.91	0.000	.0129527	.0301729
period_2004	.0194348	.0045047	4.31	0.000	.0106057	.0282639
period_2005	.0215542	.0045231	4.77	0.000	.012689	.0304194
period_2006	.0285957	.0045491	6.29	0.000	.0196796	.0375117
period_2007	.0129545	.0045357	2.86	0.004	.0040647	.0218444
period_2008	.0116511	.0045605	2.55	0.011	.0027126	.0205895
period_2009	.0058631	.0046414	1.26	0.207	-.0032339	.0149601
period_2010	.0067039	.004664	1.44	0.151	-.0024374	.0158452
period_2011	.0029567	.0046584	0.63	0.526	-.0061736	.0120869
period_2012	.0134592	.0046847	2.87	0.004	.0042773	.022641
cohort_1891	.1044952	.1164117	0.90	0.369	-.1236675	.3326579
cohort_1892	-.0141221	.0991196	-0.14	0.887	-.2083928	.1801487
cohort_1893	-.0166481	.0614524	-0.27	0.786	-.1370927	.1037965
cohort_1894	-.0050144	.0517801	-0.10	0.923	-.1065016	.0964728
cohort_1895	-.0361135	.0494108	-0.73	0.465	-.132957	.06073
cohort_1896	-.0088359	.0390185	-0.23	0.821	-.0853107	.0676389
cohort_1897	-.0163098	.0352347	-0.46	0.643	-.0853686	.052749
cohort_1898	-.0323828	.0309117	-1.05	0.295	-.0929686	.028203
cohort_1899	-.0308689	.0287447	-1.07	0.283	-.0872075	.0254697
cohort_1900	-.0126898	.0260741	-0.49	0.626	-.0637941	.0384145
cohort_1901	-.0304591	.0237807	-1.28	0.200	-.0770684	.0161503
cohort_1902	-.0305295	.0204386	-1.49	0.135	-.0705884	.0095294
cohort_1903	-.0199732	.0208158	-0.96	0.337	-.0607713	.020825
cohort_1904	-.0353278	.020115	-1.76	0.079	-.0747525	.0040969
cohort_1905	-.0340801	.0181898	-1.87	0.061	-.0697313	.0015712
cohort_1906	-.0283125	.0164138	-1.72	0.085	-.060483	.003858
cohort_1907	-.0245681	.0156892	-1.57	0.117	-.0553183	.0061821
cohort_1908	-.0337916	.014099	-2.40	0.017	-.0614252	-.006158
cohort_1909	-.0217887	.0142537	-1.53	0.126	-.0497254	.0061481
cohort_1910	-.0273376	.0134756	-2.03	0.042	-.0537493	-.0009258
cohort_1911	-.0234514	.0129928	-1.80	0.071	-.0489168	.0020141
cohort_1912	-.0248185	.0123768	-2.01	0.045	-.0490765	-.0005605
cohort_1913	-.020136	.0123498	-1.63	0.103	-.0443411	.0040692
cohort_1914	-.0308699	.0123302	-2.50	0.012	-.0550367	-.006703
cohort_1915	-.0211698	.0138681	-1.53	0.127	-.0483508	.0060112
cohort_1916	-.0153949	.0135931	-1.13	0.257	-.0420369	.0112471
cohort_1917	-.0089364	.0132173	-0.68	0.499	-.0348419	.0169691
cohort_1918	-.0176662	.0116658	-1.51	0.130	-.0405308	.0051983
cohort_1919	-.0083572	.0104384	-0.80	0.423	-.0288162	.0121018
cohort_1920	-.0140477	.0100516	-1.40	0.162	-.0337485	.0056531
cohort_1921	-.004223	.0098219	-0.43	0.667	-.0234735	.0150275
cohort_1922	-.0283346	.0096541	-2.93	0.003	-.0472562	-.009413
cohort_1923	-.0099912	.0093698	-1.07	0.286	-.0283556	.0083733
cohort_1924	-.0158773	.0091533	-1.73	0.083	-.0338173	.0020627
cohort_1925	-.0137301	.0086528	-1.59	0.113	-.0306893	.003229
cohort_1926	-.0133589	.0086637	-1.54	0.123	-.0303394	.0036217
cohort_1927	-.0207818	.0085067	-2.44	0.015	-.0374547	-.004109
cohort_1928	-.0108865	.0081503	-1.34	0.182	-.0268607	.0050877
cohort_1929	-.0138949	.0079909	-1.74	0.082	-.0295567	.001767
cohort_1930	-.01411	.0080382	-1.76	0.079	-.0298647	.0016446
cohort_1931	-.0076147	.0079479	-0.96	0.338	-.0231924	.0079629
cohort_1932	-.0058725	.0077414	-0.76	0.448	-.0210454	.0093004
cohort_1933	-.004784	.0071734	-0.67	0.505	-.0188437	.0092756
cohort_1934	-.0010136	.0068987	-0.15	0.883	-.0145348	.0125076
cohort_1935	.0048577	.0065941	0.74	0.461	-.0080664	.0177819
cohort_1936	-.0013768	.0064244	-0.21	0.830	-.0139683	.0112148
cohort_1937	-7.90e-06	.0063201	-0.00	0.999	-.012395	.0123792
cohort_1938	-.0025853	.0061458	-0.42	0.674	-.0146308	.0094602

cohort_1939	.0064746	.0061114	1.06	0.289	-.0055035	.0184527
cohort_1940	.0119816	.0060652	1.98	0.048	.000094	.0238693
cohort_1941	.011065	.0062605	1.77	0.077	-.0012053	.0233352
cohort_1942	.0149905	.0063069	2.38	0.017	.0026291	.0273518
cohort_1943	.0162938	.0063598	2.56	0.010	.0038288	.0287588
cohort_1944	.0158096	.0067373	2.35	0.019	.0026047	.0290144
cohort_1945	.0118774	.0066572	1.78	0.074	-.0011704	.0249253
cohort_1946	.0199533	.0063797	3.13	0.002	.0074493	.0324574
cohort_1947	.0034444	.0062566	0.55	0.582	-.0088184	.0157072
cohort_1948	.0113363	.0061653	1.84	0.066	-.0007474	.02342
cohort_1949	.0146598	.0060119	2.44	0.015	.0028767	.026443
cohort_1950	.0085343	.0060252	1.42	0.157	-.0032749	.0203435
cohort_1951	.0069299	.006067	1.14	0.253	-.0049612	.0188211
cohort_1952	-.0093578	.005951	-1.57	0.116	-.0210217	.002306
cohort_1953	.0010596	.0059933	0.18	0.860	-.0106871	.0128063
cohort_1954	.0072683	.006041	1.20	0.229	-.0045717	.0191084
cohort_1955	.0052593	.0060563	0.87	0.385	-.0066109	.0171294
cohort_1956	-.0004808	.005969	-0.08	0.936	-.0121797	.0112181
cohort_1957	.0121169	.0059286	2.04	0.041	.000497	.0237367
cohort_1958	-.0039214	.0059235	-0.66	0.508	-.0155312	.0076884
cohort_1959	-.0022825	.0057526	-0.40	0.692	-.0135574	.0089925
cohort_1960	-.0063875	.0058259	-1.10	0.273	-.0178061	.0050312
cohort_1961	.0001837	.0059599	0.03	0.975	-.0114975	.0118649
cohort_1962	.0021544	.0057892	0.37	0.710	-.0091922	.0135009
cohort_1963	.0071668	.0058213	1.23	0.218	-.0042427	.0185764
cohort_1964	-.0053262	.0059154	-0.90	0.368	-.0169202	.0062677
cohort_1965	.0040115	.0059351	0.68	0.499	-.007621	.015644
cohort_1966	.0089153	.0061294	1.45	0.146	-.0030982	.0209287
cohort_1967	.0038557	.0061536	0.63	0.531	-.0082052	.0159166
cohort_1968	.0016351	.0065672	0.25	0.803	-.0112365	.0145066
cohort_1969	.0011382	.0066812	0.17	0.865	-.0119567	.0142332
cohort_1970	.0111758	.0069919	1.60	0.110	-.0025281	.0248798
cohort_1971	.00294	.007541	0.39	0.697	-.0118401	.0177201
cohort_1972	.0049533	.0079496	0.62	0.533	-.0106278	.0205343
cohort_1973	.005132	.0082479	0.62	0.534	-.0110335	.0212975
cohort_1974	.0038017	.0084022	0.45	0.651	-.0126663	.0202697
cohort_1975	.0109474	.0084746	1.29	0.196	-.0056626	.0275573
cohort_1976	-.0066847	.0087713	-0.76	0.446	-.0238763	.0105068
cohort_1977	-.0037011	.0092292	-0.40	0.688	-.0217901	.0143879
cohort_1978	.0002861	.0097487	0.03	0.977	-.018821	.0193933
cohort_1979	.0055586	.0096464	0.58	0.564	-.013348	.0244651
cohort_1980	.0228273	.0100971	2.26	0.024	.0030373	.0426173
cohort_1981	.0389361	.0106771	3.65	0.000	.0180094	.0598629
cohort_1982	.0300841	.0106261	2.83	0.005	.0092572	.0509109
cohort_1983	.0103501	.0116199	0.89	0.373	-.0124244	.0331246
cohort_1984	.0508608	.0124049	4.10	0.000	.0265477	.075174
cohort_1985	.0237061	.0121674	1.95	0.051	-.0001415	.0475537
cohort_1986	.0224547	.0134527	1.67	0.095	-.003912	.0488215
cohort_1987	.0403065	.0138964	2.90	0.004	.0130701	.0675429
cohort_1988	.0503249	.0152603	3.30	0.001	.0204152	.0802346
cohort_1989	.0492199	.016129	3.05	0.002	.0176075	.0808322
cohort_1990	.0272616	.0179672	1.52	0.129	-.0079535	.0624767
cohort_1991	.0372212	.018891	1.97	0.049	.0001956	.0742468
cohort_1992	.1029108	.0216095	4.76	0.000	.0605571	.1452646
cohort_1993	-.0166077	.0276513	-0.60	0.548	-.0708033	.0375879
cohort_1994	.0110379	.0287855	0.38	0.701	-.0453807	.0674565
cohort_1995	.0361149	.0373205	0.97	0.333	-.0370319	.1092617
cohort_1996	.0056244	.0436498	0.13	0.897	-.0799277	.0911765
cohort_1997	-.0543103	.0677551	-0.80	0.423	-.1871078	.0784872
_cons	.1696461	.0038006	44.64	0.000	.162197	.1770953

Tabelle 63: Effekteberechnung für Reisen nach Italien.

```

. apc_ie Italien V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

Iteration 0:  log likelihood = -32636.84
Intrinsic estimator of APC effects          No. of obs      =    190630
Optimization      : ML                      Residual df     =    190416
                                                Scale parameter =    .0825506
Deviance          =  15718.96013            (1/df) Deviance =    .0825506
Pearson          =  15718.96013            (1/df) Pearson  =    .0825506

Variance function: V(u) = 1                [Gaussian]
Link function     : g(u) = u                [Identity]

                                                AIC             =    .3446555
Log likelihood    = -32636.84016           BIC             =   -2299376
    
```

Italien	OIM					[95% Conf. Interval]
	Coef.	Std. Err.	z	P> z		
V5050	.0031109	.0013226	2.35	0.019	.0005187	.0057031
V3030	.0061956	.0006502	9.53	0.000	.0049213	.0074699
age_14	.0096844	.0092288	1.05	0.294	-.0084037	.0277724
age_15	.0111565	.0082216	1.36	0.175	-.0049574	.0272705
age_16	.0153508	.0075459	2.03	0.042	.0005612	.0301405
age_17	.0044615	.0076126	0.59	0.558	-.010459	.019382
age_18	.0182415	.0068315	2.67	0.008	.0048521	.0316309
age_19	.0129048	.0063258	2.04	0.041	.0005065	.0253032
age_20	.0115844	.0062914	1.84	0.066	-.0007466	.0239153
age_21	-.0016059	.0062908	-0.26	0.799	-.0139357	.0107239
age_22	.0013738	.0059501	0.23	0.817	-.0102883	.0130358
age_23	.0100947	.0057342	1.76	0.078	-.0011442	.0213336
age_24	-.0043489	.0055164	-0.79	0.430	-.0151609	.0064631
age_25	.0007041	.0053903	0.13	0.896	-.0098606	.0112689
age_26	-.0047345	.0053029	-0.89	0.372	-.015128	.005659
age_27	.001594	.0052537	0.30	0.762	-.0087031	.0118912
age_28	-.005428	.0049012	-1.11	0.268	-.0150342	.0041783
age_29	.0031327	.004993	0.63	0.530	-.0066533	.0129187
age_30	.0070425	.0046993	1.50	0.134	-.0021681	.016253
age_31	.0015569	.0051505	0.30	0.762	-.0085379	.0116517
age_32	-.0018406	.0049055	-0.38	0.708	-.0114552	.007774
age_33	.0074423	.004934	1.51	0.131	-.0022281	.0171128
age_34	.0067831	.0048875	1.39	0.165	-.0027963	.0163624
age_35	.0070384	.0046719	1.51	0.132	-.0021183	.0161951
age_36	.0043971	.0045965	0.96	0.339	-.0046118	.0134059
age_37	.0078411	.0048394	1.62	0.105	-.0016439	.0173262
age_38	.0007015	.0044639	0.16	0.875	-.0080475	.0094505
age_39	.00673	.0046628	1.44	0.149	-.0024088	.0158689
age_40	.0059583	.0043228	1.38	0.168	-.0025143	.0144309
age_41	.0013634	.0049019	0.28	0.781	-.0082441	.0109708
age_42	-.0004	.0044218	-0.09	0.928	-.0090665	.0082665
age_43	.0012344	.0048075	0.26	0.797	-.0081881	.0106568
age_44	.0116723	.004834	2.41	0.016	.0021979	.0211467
age_45	-.002113	.0046612	-0.45	0.650	-.0112489	.0070228
age_46	-.0055038	.0049828	-1.10	0.269	-.0152699	.0042622
age_47	.0040007	.0051055	0.78	0.433	-.0060058	.0140072
age_48	-.0081204	.0047934	-1.69	0.090	-.0175152	.0012744
age_49	-.0058041	.0051371	-1.13	0.259	-.0158726	.0042644
age_50	.0114371	.0045648	2.51	0.012	.0024902	.0203839

age_51	-.0079425	.0052647	-1.51	0.131	-.0182612	.0023761
age_52	.0058162	.0048704	1.19	0.232	-.0037296	.0153619
age_53	-.0086181	.0052701	-1.64	0.102	-.0189473	.0017111
age_54	-.0044531	.0052545	-0.85	0.397	-.0147518	.0058456
age_55	-.0052537	.0052325	-1.00	0.315	-.0155092	.0050018
age_56	-.0006351	.005248	-0.12	0.904	-.0109211	.0096509
age_57	.0064961	.0056367	1.15	0.249	-.0045515	.0175438
age_58	-.0021463	.0051799	-0.41	0.679	-.0122987	.008006
age_59	-.0108796	.0053552	-2.03	0.042	-.0213756	-.0003835
age_60	-.0032102	.0048122	-0.67	0.505	-.0126418	.0062215
age_61	.0007207	.0055778	0.13	0.897	-.0102115	.011653
age_62	-.0042677	.0052323	-0.82	0.415	-.0145229	.0059875
age_63	-.0010521	.0053726	-0.20	0.845	-.0115822	.009478
age_64	.0022168	.0055971	0.40	0.692	-.0087533	.0131868
age_65	.0042151	.0052649	0.80	0.423	-.006104	.0145342
age_66	.001696	.0057982	0.29	0.770	-.0096683	.0130603
age_67	.0067946	.005943	1.14	0.253	-.0048534	.0184426
age_68	-.0007268	.0058382	-0.12	0.901	-.0121695	.0107158
age_69	-.0057476	.006296	-0.91	0.361	-.0180876	.0065924
age_70	.0012622	.0057651	0.22	0.827	-.0100373	.0125617
age_71	-.0012942	.006907	-0.19	0.851	-.0148316	.0122432
age_72	-.0017512	.0067355	-0.26	0.795	-.0149525	.0114501
age_73	-.0065752	.0076064	-0.86	0.387	-.0214835	.008333
age_74	-.0122433	.0081089	-1.51	0.131	-.0281364	.0036498
age_75	-.0173229	.0079215	-2.19	0.029	-.0328487	-.0017971
age_76	-.0124164	.0093338	-1.33	0.183	-.0307104	.0058776
age_77	-.0090784	.0100824	-0.90	0.368	-.0288396	.0106828
age_78	-.0143456	.0101565	-1.41	0.158	-.034252	.0055609
age_79	-.0150146	.011047	-1.36	0.174	-.0366662	.0066371
age_80	-.029826	.0113224	-2.63	0.008	-.0520176	-.0076344
period_1971	.0111019	.0054905	2.02	0.043	.0003407	.0218631
period_1972	.0147988	.0053885	2.75	0.006	.0042376	.02536
period_1973	.0014811	.0057075	0.26	0.795	-.0097053	.0126675
period_1974	-.0039283	.0053808	-0.73	0.465	-.0144745	.006618
period_1975	-.0072482	.0051495	-1.41	0.159	-.017341	.0028446
period_1976	-.0098719	.0051808	-1.91	0.057	-.0200262	.0002823
period_1977	.0010275	.0052475	0.20	0.845	-.0092574	.0113124
period_1978	-.0008979	.0051287	-0.18	0.861	-.01095	.0091541
period_1979	.0175772	.0051519	3.41	0.001	.0074796	.0276747
period_1980	.0012463	.0049194	0.25	0.800	-.0083956	.0108883
period_1981	.0060549	.0048018	1.26	0.207	-.0033565	.0154662
period_1983	.0383817	.0050982	7.53	0.000	.0283894	.0483741
period_1984	.0315287	.0049991	6.31	0.000	.0217307	.0413266
period_1985	.0313866	.0049036	6.40	0.000	.0217757	.0409975
period_1986	.0255171	.0049271	5.18	0.000	.0158601	.0351741
period_1987	.026418	.004592	5.75	0.000	.0174178	.0354182
period_1988	.0138357	.0044278	3.12	0.002	.0051573	.0225141
period_1989	.0145003	.0044472	3.26	0.001	.0057839	.0232166
period_1990	-.0115105	.0042017	-2.74	0.006	-.0197457	-.0032752
period_1991	-.0064782	.0042024	-1.54	0.123	-.0147148	.0017584
period_1992	-.0133042	.0041671	-3.19	0.001	-.0214717	-.0051368
period_1993	-.016677	.0036599	-4.56	0.000	-.0238503	-.0095037
period_1994	-.0117665	.0036843	-3.19	0.001	-.0189877	-.0045454
period_1995	-.0089432	.0036742	-2.43	0.015	-.0161446	-.0017419
period_1996	-.0026399	.003924	-0.67	0.501	-.0103307	.005051
period_1997	-.0041538	.0037762	-1.10	0.271	-.0115551	.0032474
period_1998	-.0025801	.0037101	-0.70	0.487	-.0098517	.0046915
period_1999	-.0028207	.0037986	-0.74	0.458	-.0102658	.0046245
period_2000	-.0007586	.0037781	-0.20	0.841	-.0081636	.0066464

period_2001	-.0014624	.0037624	-0.39	0.697	-.0088365	.0059117
period_2002	-.0029626	.0037432	-0.79	0.429	-.0102991	.0043739
period_2003	-.0087542	.0037448	-2.34	0.019	-.0160938	-.0014145
period_2004	-.016531	.00384	-4.30	0.000	-.0240573	-.0090046
period_2005	-.0123524	.0038557	-3.20	0.001	-.0199096	-.0047953
period_2006	-.0166034	.0038779	-4.28	0.000	-.0242039	-.0090029
period_2007	-.0139011	.0038665	-3.60	0.000	-.0214792	-.0063229
period_2008	-.0201791	.0038876	-5.19	0.000	-.0277986	-.0125595
period_2009	-.0101057	.0039566	-2.55	0.011	-.0178604	-.0023509
period_2010	-.0124889	.0039758	-3.14	0.002	-.0202814	-.0046964
period_2011	-.0101493	.003971	-2.56	0.011	-.0179324	-.0023663
period_2012	-.0057867	.0039935	-1.45	0.147	-.0136137	.0020404
cohort_1891	.0652298	.0992349	0.66	0.511	-.129267	.2597267
cohort_1892	-.0712903	.0844943	-0.84	0.399	-.236896	.0943154
cohort_1893	-.0030658	.052385	-0.06	0.953	-.1057385	.0996069
cohort_1894	-.0167295	.0441399	-0.38	0.705	-.1032421	.069783
cohort_1895	-.0252737	.0421202	-0.60	0.548	-.1078277	.0572804
cohort_1896	-.0117636	.0332612	-0.35	0.724	-.0769544	.0534272
cohort_1897	-.0447859	.0300358	-1.49	0.136	-.103655	.0140831
cohort_1898	-.0187233	.0263506	-0.71	0.477	-.0703695	.032923
cohort_1899	-.0413849	.0245034	-1.69	0.091	-.0894107	.0066408
cohort_1900	-.0246409	.0222268	-1.11	0.268	-.0682047	.0189228
cohort_1901	.0038006	.0202718	0.19	0.851	-.0359314	.0435327
cohort_1902	-.0087144	.0174228	-0.50	0.617	-.0428626	.0254337
cohort_1903	-.0108853	.0177444	-0.61	0.540	-.0456636	.023893
cohort_1904	.0161435	.017147	0.94	0.346	-.017464	.049751
cohort_1905	-.0123694	.0155058	-0.80	0.425	-.0427603	.0180214
cohort_1906	-.0086184	.0139919	-0.62	0.538	-.0360421	.0188052
cohort_1907	-.0445839	.0133742	-3.33	0.001	-.0707969	-.018371
cohort_1908	-.0130894	.0120187	-1.09	0.276	-.0366455	.0104668
cohort_1909	-.013451	.0121505	-1.11	0.268	-.0372656	.0103637
cohort_1910	-.0005686	.0114873	-0.05	0.961	-.0230833	.021946
cohort_1911	-.0082051	.0110757	-0.74	0.459	-.0299131	.0135029
cohort_1912	.0058453	.0105506	0.55	0.580	-.0148334	.026524
cohort_1913	-.0114928	.0105276	-1.09	0.275	-.0321265	.0091408
cohort_1914	.0175807	.0105109	1.67	0.094	-.0030203	.0381816
cohort_1915	.0028442	.0118218	0.24	0.810	-.0203262	.0260146
cohort_1916	.0076721	.0115874	0.66	0.508	-.0150388	.030383
cohort_1917	.002293	.0112671	0.20	0.839	-.0197901	.0243761
cohort_1918	-.0101302	.0099445	-1.02	0.308	-.029621	.0093607
cohort_1919	.0094002	.0088982	1.06	0.291	-.00804	.0268404
cohort_1920	.0072232	.0085685	0.84	0.399	-.0095708	.0240171
cohort_1921	.0076433	.0083726	0.91	0.361	-.0087668	.0240533
cohort_1922	.0037276	.0082296	0.45	0.651	-.012402	.0198573
cohort_1923	.0023319	.0079872	0.29	0.770	-.0133229	.0179866
cohort_1924	.0130977	.0078027	1.68	0.093	-.0021953	.0283906
cohort_1925	.0041286	.007376	0.56	0.576	-.0103282	.0185854
cohort_1926	.0114231	.0073854	1.55	0.122	-.0030519	.0258982
cohort_1927	.0162307	.0072515	2.24	0.025	.002018	.0304435
cohort_1928	.0197537	.0069477	2.84	0.004	.0061366	.0333709
cohort_1929	.0142053	.0068118	2.09	0.037	.0008544	.0275562
cohort_1930	.0067388	.0068522	0.98	0.325	-.0066912	.0201688
cohort_1931	.0113835	.0067752	1.68	0.093	-.0018956	.0246626
cohort_1932	.0160568	.0065992	2.43	0.015	.0031227	.028991
cohort_1933	.008299	.006115	1.36	0.175	-.0036861	.0202842
cohort_1934	.0114551	.0058808	1.95	0.051	-.000071	.0229812
cohort_1935	.0098964	.0056211	1.76	0.078	-.0011208	.0209136
cohort_1936	.0199325	.0054765	3.64	0.000	.0091988	.0306661
cohort_1937	.017858	.0053875	3.31	0.001	.0072986	.0284174
cohort_1938	.0152961	.0052389	2.92	0.004	.005028	.0255642

cohort_1939	.0075715	.0052096	1.45	0.146	-.0026392	.0177822
cohort_1940	.0177484	.0051703	3.43	0.001	.0076148	.027882
cohort_1941	.0133763	.0053367	2.51	0.012	.0029165	.0238361
cohort_1942	.0066811	.0053763	1.24	0.214	-.0038563	.0172185
cohort_1943	.0093972	.0054214	1.73	0.083	-.0012285	.020023
cohort_1944	.0089688	.0057432	1.56	0.118	-.0022877	.0202253
cohort_1945	.0238636	.0056749	4.21	0.000	.012741	.0349862
cohort_1946	.0258293	.0054384	4.75	0.000	.0151703	.0364884
cohort_1947	.0180008	.0053335	3.38	0.001	.0075474	.0284542
cohort_1948	.0182023	.0052556	3.46	0.001	.0079016	.0285031
cohort_1949	.0222596	.0051249	4.34	0.000	.0122151	.0323042
cohort_1950	.0213383	.0051362	4.15	0.000	.0112715	.031405
cohort_1951	.0137339	.0051718	2.66	0.008	.0035973	.0238705
cohort_1952	.0108042	.005073	2.13	0.033	.0008614	.020747
cohort_1953	.017415	.005109	3.41	0.001	.0074015	.0274284
cohort_1954	.008677	.0051496	1.68	0.092	-.0014161	.01877
cohort_1955	.0078762	.0051627	1.53	0.127	-.0022425	.0179948
cohort_1956	.0064184	.0050882	1.26	0.207	-.0035544	.0163911
cohort_1957	.0043399	.0050538	0.86	0.390	-.0055654	.0142452
cohort_1958	.0003941	.0050494	0.08	0.938	-.0095027	.0102908
cohort_1959	.0106695	.0049038	2.18	0.030	.0010582	.0202808
cohort_1960	.0052421	.0049663	1.06	0.291	-.0044917	.0149759
cohort_1961	.0111084	.0050805	2.19	0.029	.0011508	.021066
cohort_1962	.0087304	.004935	1.77	0.077	-.000942	.0184027
cohort_1963	.004992	.0049624	1.01	0.314	-.0047341	.0147181
cohort_1964	.0036796	.0050426	0.73	0.466	-.0062036	.0135629
cohort_1965	.0136354	.0050593	2.70	0.007	.0037193	.0235515
cohort_1966	.0095209	.005225	1.82	0.068	-.00072	.0197618
cohort_1967	-.0017676	.0052457	-0.34	0.736	-.0120489	.0085138
cohort_1968	-.0051376	.0055982	-0.92	0.359	-.01611	.0058347
cohort_1969	-.006522	.0056954	-1.15	0.252	-.0176848	.0046408
cohort_1970	.0018831	.0059603	0.32	0.752	-.0097988	.013565
cohort_1971	-.0109042	.0064283	-1.70	0.090	-.0235035	.0016951
cohort_1972	-.004327	.0067767	-0.64	0.523	-.017609	.008955
cohort_1973	-.0114677	.0070309	-1.63	0.103	-.025248	.0023125
cohort_1974	-.0132575	.0071624	-1.85	0.064	-.0272956	.0007806
cohort_1975	-.0178621	.0072242	-2.47	0.013	-.0320211	-.003703
cohort_1976	-.0006962	.0074771	-0.09	0.926	-.0153511	.0139587
cohort_1977	-.0080809	.0078674	-1.03	0.304	-.0235008	.007339
cohort_1978	-.007203	.0083103	-0.87	0.386	-.0234909	.0090849
cohort_1979	-.0050176	.008223	-0.61	0.542	-.0211344	.0110993
cohort_1980	-.0047852	.0086073	-0.56	0.578	-.0216551	.0120848
cohort_1981	-.0050197	.0091017	-0.55	0.581	-.0228586	.0128193
cohort_1982	-.0103842	.0090582	-1.15	0.252	-.028138	.0073696
cohort_1983	.0027772	.0099053	0.28	0.779	-.0166369	.0221912
cohort_1984	.000866	.0105745	0.08	0.935	-.0198596	.0215917
cohort_1985	.0088854	.0103721	0.86	0.392	-.0114435	.0292143
cohort_1986	-.0243292	.0114677	-2.12	0.034	-.0468054	-.0018529
cohort_1987	-.0194268	.0118459	-1.64	0.101	-.0426444	.0037908
cohort_1988	-.0011576	.0130086	-0.09	0.929	-.0266541	.0243388
cohort_1989	.0084088	.0137492	0.61	0.541	-.0185391	.0353566
cohort_1990	-.0128994	.0153161	-0.84	0.400	-.0429184	.0171196
cohort_1991	.0141775	.0161036	0.88	0.379	-.0173849	.0457399
cohort_1992	-.0287021	.0184209	-1.56	0.119	-.0648065	.0074023
cohort_1993	.0019799	.0235713	0.08	0.933	-.044219	.0481789
cohort_1994	-.0105201	.0245382	-0.43	0.668	-.058614	.0375738
cohort_1995	-.0068319	.0318138	-0.21	0.830	-.0691857	.055522
cohort_1996	-.0452563	.0372092	-1.22	0.224	-.118185	.0276724
cohort_1997	-.0556204	.0577577	-0.96	0.336	-.1688233	.0575825
_cons	.065309	.0032399	20.16	0.000	.058959	.071659

Tabelle 64: Effekteberechnung für Reisen nach Frankreich.

```
. apc_ie Frankreich V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

Iteration 0:  log likelihood = 42572.675
Intrinsic estimator of APC effects          No. of obs      = 190630
Optimization      : ML                     Residual df     = 190416
                                                Scale parameter = .0375003
Deviance          = 7140.657773            (1/df) Deviance = .0375003
Pearson           = 7140.657773            (1/df) Pearson  = .0375003

Variance function: V(u) = 1                [Gaussian]
Link function     : g(u) = u                [Identity]

Log likelihood    = 42572.67474            AIC              = -.4444072
                                                BIC              = -2307954
```

Frankreich	OIM					[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.	z	P> z			
V5050	-.002104	.0008914	-2.36	0.018	-.0038511	-.0003569	
V3030	-.0016262	.0004382	-3.71	0.000	-.0024851	-.0007673	
age_14	.0160446	.0062202	2.58	0.010	.0038534	.0282359	
age_15	.0318701	.0055413	5.75	0.000	.0210094	.0427309	
age_16	.0386522	.0050859	7.60	0.000	.0286841	.0486203	
age_17	.0401794	.0051309	7.83	0.000	.030123	.0502357	
age_18	.0379809	.0046044	8.25	0.000	.0289564	.0470053	
age_19	.0406796	.0042636	9.54	0.000	.0323232	.049036	
age_20	.0337585	.0042404	7.96	0.000	.0254475	.0420695	
age_21	.0245206	.00424	5.78	0.000	.0162103	.0328308	
age_22	.032633	.0040104	8.14	0.000	.0247729	.0404932	
age_23	.0350071	.0038649	9.06	0.000	.0274321	.042582	
age_24	.0251964	.0037181	6.78	0.000	.0179092	.0324837	
age_25	.0231787	.003633	6.38	0.000	.0160581	.0302993	
age_26	.0147758	.0035741	4.13	0.000	.0077706	.021781	
age_27	.0102195	.003541	2.89	0.004	.0032793	.0171597	
age_28	.0090966	.0033034	2.75	0.006	.0026221	.0155712	
age_29	.0022441	.0033652	0.67	0.505	-.0043516	.0088398	
age_30	-.0024576	.0031673	-0.78	0.438	-.0086654	.0037503	
age_31	.004559	.0034714	1.31	0.189	-.0022449	.0113628	
age_32	-.0058184	.0033063	-1.76	0.078	-.0122987	.0006618	
age_33	-.0033354	.0033255	-1.00	0.316	-.0098533	.0031824	
age_34	-.000675	.0032942	-0.20	0.838	-.0071315	.0057814	
age_35	-.0023239	.0031488	-0.74	0.460	-.0084955	.0038476	
age_36	-.0028133	.003098	-0.91	0.364	-.0088853	.0032587	
age_37	-.0049459	.0032617	-1.52	0.129	-.0113388	.001447	
age_38	-.0064089	.0030086	-2.13	0.033	-.0123057	-.0005121	
age_39	-.0024559	.0031427	-0.78	0.435	-.0086154	.0037036	
age_40	-.0049103	.0029136	-1.69	0.092	-.0106208	.0008001	
age_41	-.007585	.0033038	-2.30	0.022	-.0140604	-.0011096	
age_42	-.0042987	.0029803	-1.44	0.149	-.0101398	.0015425	
age_43	-.0125458	.0032402	-3.87	0.000	-.0188965	-.0061951	
age_44	-.0093241	.0032581	-2.86	0.004	-.0157098	-.0029383	
age_45	-.0056124	.0031417	-1.79	0.074	-.0117699	.0005452	
age_46	-.0109816	.0033584	-3.27	0.001	-.0175638	-.0043993	
age_47	-.0126555	.0034411	-3.68	0.000	-.0193998	-.0059111	
age_48	-.0099946	.0032307	-3.09	0.002	-.0163267	-.0036626	
age_49	-.0168251	.0034624	-4.86	0.000	-.0236112	-.010039	
age_50	-.0139159	.0030767	-4.52	0.000	-.0199461	-.0078858	

age_51	-.009768	.0035484	-2.75	0.006	-.0167227	-.0028132
age_52	-.0145172	.0032826	-4.42	0.000	-.020951	-.0080834
age_53	-.0128225	.003552	-3.61	0.000	-.0197843	-.0058607
age_54	-.0114681	.0035415	-3.24	0.001	-.0184093	-.0045268
age_55	-.0149928	.0035267	-4.25	0.000	-.021905	-.0080807
age_56	-.0131925	.0035372	-3.73	0.000	-.0201252	-.0062598
age_57	-.0157903	.0037991	-4.16	0.000	-.0232363	-.0083442
age_58	-.0172575	.0034912	-4.94	0.000	-.0241001	-.0104148
age_59	-.015285	.0036094	-4.23	0.000	-.0223593	-.0082107
age_60	-.0101767	.0032434	-3.14	0.002	-.0165336	-.0038198
age_61	-.006863	.0037594	-1.83	0.068	-.0142313	.0005053
age_62	-.007543	.0035266	-2.14	0.032	-.0144549	-.000631
age_63	-.0087211	.0036211	-2.41	0.016	-.0158183	-.0016239
age_64	-.0114803	.0037724	-3.04	0.002	-.018874	-.0040866
age_65	-.0081548	.0035485	-2.30	0.022	-.0151098	-.0011997
age_66	-.0078808	.003908	-2.02	0.044	-.0155403	-.0002213
age_67	-.0090051	.0040055	-2.25	0.025	-.0168558	-.0011544
age_68	-.0095921	.0039349	-2.44	0.015	-.0173044	-.0018798
age_69	-.0047738	.0042435	-1.12	0.261	-.0130909	.0035433
age_70	-.0083622	.0038857	-2.15	0.031	-.015978	-.0007464
age_71	-.0085168	.0046553	-1.83	0.067	-.017641	.0006073
age_72	-.005811	.0045397	-1.28	0.201	-.0147086	.0030867
age_73	-.0078371	.0051267	-1.53	0.126	-.0178852	.002211
age_74	-.0083874	.0054654	-1.53	0.125	-.0190993	.0023245
age_75	-.0088367	.005339	-1.66	0.098	-.019301	.0016275
age_76	-.0004054	.006291	-0.06	0.949	-.0127355	.0119246
age_77	-.0020646	.0067955	-0.30	0.761	-.0153836	.0112544
age_78	-.0124306	.0068455	-1.82	0.069	-.0258474	.0009863
age_79	-.0037205	.0074456	-0.50	0.617	-.0183136	.0108727
age_80	-.0050562	.0076313	-0.66	0.508	-.0200132	.0099009
period_1971	-.0148646	.0037006	-4.02	0.000	-.0221176	-.0076116
period_1972	-.0072851	.0036318	-2.01	0.045	-.0144034	-.0001669
period_1973	-.0042687	.0038468	-1.11	0.267	-.0118083	.0032709
period_1974	.0016114	.0036266	0.44	0.657	-.0054967	.0087195
period_1975	-.0022169	.0034707	-0.64	0.523	-.0090194	.0045855
period_1976	.002141	.0034919	0.61	0.540	-.004703	.0089849
period_1977	.0107542	.0035368	3.04	0.002	.0038222	.0176862
period_1978	.0133978	.0034567	3.88	0.000	.0066227	.0201728
period_1979	.0057214	.0034724	1.65	0.099	-.0010843	.0125271
period_1980	.0029916	.0033157	0.90	0.367	-.003507	.0094903
period_1981	.0114562	.0032364	3.54	0.000	.0051129	.0177994
period_1983	-.0020308	.0034362	-0.59	0.555	-.0087656	.004704
period_1984	.0145384	.0033693	4.31	0.000	.0079346	.0211422
period_1985	.0129459	.003305	3.92	0.000	.0064682	.0194236
period_1986	.0099686	.0033209	3.00	0.003	.0034598	.0164774
period_1987	.0126424	.003095	4.08	0.000	.0065763	.0187084
period_1988	.0217541	.0029843	7.29	0.000	.0159049	.0276034
period_1989	.0122173	.0029974	4.08	0.000	.0063425	.0180921
period_1990	.0037517	.0028319	1.32	0.185	-.0017988	.0093022
period_1991	.0062847	.0028324	2.22	0.026	.0007332	.0118361
period_1992	.0088862	.0028086	3.16	0.002	.0033814	.014391
period_1993	.0105668	.0024668	4.28	0.000	.005732	.0154016
period_1994	.0023655	.0024832	0.95	0.341	-.0025016	.0072325
period_1995	.0043071	.0024764	1.74	0.082	-.0005466	.0091608
period_1996	-.0003057	.0026447	-0.12	0.908	-.0054893	.0048779
period_1997	-.0033925	.0025452	-1.33	0.183	-.0083809	.0015959
period_1998	.0009959	.0025006	0.40	0.690	-.0039052	.0058969
period_1999	-.0032922	.0025602	-1.29	0.198	-.0083102	.0017258
period_2000	-.0032555	.0025464	-1.28	0.201	-.0082464	.0017354

period_2001	-.0044575	.0025358	-1.76	0.079	-.0094276	.0005126
period_2002	-.0078714	.0025229	-3.12	0.002	-.0128162	-.0029267
period_2003	-.0130174	.002524	-5.16	0.000	-.0179643	-.0080705
period_2004	-.004636	.0025882	-1.79	0.073	-.0097087	.0004367
period_2005	-.01246	.0025988	-4.79	0.000	-.0175534	-.0073665
period_2006	-.0125287	.0026137	-4.79	0.000	-.0176513	-.007406
period_2007	-.0147705	.002606	-5.67	0.000	-.0198782	-.0096629
period_2008	-.0137769	.0026202	-5.26	0.000	-.0189125	-.0086414
period_2009	-.0109469	.0026667	-4.10	0.000	-.0161735	-.0057202
period_2010	-.013771	.0026797	-5.14	0.000	-.0190231	-.0085189
period_2011	-.0092446	.0026765	-3.45	0.001	-.0144903	-.0039988
period_2012	-.010905	.0026916	-4.05	0.000	-.0161804	-.0056296
cohort_1891	-.0155463	.0668839	-0.23	0.816	-.1466363	.1155438
cohort_1892	-.0191993	.0569488	-0.34	0.736	-.1308169	.0924182
cohort_1893	-.018786	.0353073	-0.53	0.595	-.087987	.050415
cohort_1894	-.0240685	.0297501	-0.81	0.419	-.0823776	.0342406
cohort_1895	.0198539	.0283888	0.70	0.484	-.0357872	.0754949
cohort_1896	.0035352	.0224179	0.16	0.875	-.0404031	.0474735
cohort_1897	-.0136782	.020244	-0.68	0.499	-.0533557	.0259993
cohort_1898	-.0090377	.0177602	-0.51	0.611	-.043847	.0257717
cohort_1899	-.0283911	.0165152	-1.72	0.086	-.0607602	.003978
cohort_1900	.0080969	.0149808	0.54	0.589	-.0212649	.0374587
cohort_1901	-.0168573	.0136631	-1.23	0.217	-.0436366	.0099219
cohort_1902	-.017394	.0117429	-1.48	0.139	-.0404097	.0056217
cohort_1903	-.010985	.0119596	-0.92	0.358	-.0344254	.0124555
cohort_1904	-.015039	.011557	-1.30	0.193	-.0376903	.0076124
cohort_1905	-.0099815	.0104509	-0.96	0.340	-.0304648	.0105018
cohort_1906	-.0209076	.0094305	-2.22	0.027	-.039391	-.0024241
cohort_1907	-.0122225	.0090142	-1.36	0.175	-.0298899	.0054449
cohort_1908	-.0112261	.0081005	-1.39	0.166	-.0271029	.0046506
cohort_1909	-.0129021	.0081894	-1.58	0.115	-.028953	.0031489
cohort_1910	-.0185232	.0077424	-2.39	0.017	-.0336979	-.0033484
cohort_1911	-.0121959	.007465	-1.63	0.102	-.0268269	.0024352
cohort_1912	-.0110457	.007111	-1.55	0.120	-.0249831	.0028916
cohort_1913	-.0094924	.0070955	-1.34	0.181	-.0233994	.0044146
cohort_1914	-.0034643	.0070843	-0.49	0.625	-.0173493	.0104207
cohort_1915	-.0078086	.0079679	-0.98	0.327	-.0234253	.0078081
cohort_1916	-.0036769	.0078099	-0.47	0.638	-.018984	.0116301
cohort_1917	-.0147429	.007594	-1.94	0.052	-.0296268	.000141
cohort_1918	-.0119076	.0067026	-1.78	0.076	-.0250444	.0012291
cohort_1919	-.0131107	.0059974	-2.19	0.029	-.0248653	-.0013561
cohort_1920	-.0069461	.0057751	-1.20	0.229	-.0182652	.0043729
cohort_1921	-.013237	.0056431	-2.35	0.019	-.0242973	-.0021767
cohort_1922	-.0097045	.0055467	-1.75	0.080	-.0205758	.0011669
cohort_1923	-.0046762	.0053834	-0.87	0.385	-.0152274	.0058751
cohort_1924	-.0095177	.005259	-1.81	0.070	-.0198251	.0007897
cohort_1925	-.0047941	.0049714	-0.96	0.335	-.0145379	.0049497
cohort_1926	-.0086003	.0049777	-1.73	0.084	-.0183565	.0011558
cohort_1927	.0016676	.0048875	0.34	0.733	-.0079117	.0112469
cohort_1928	-.0054446	.0046827	-1.16	0.245	-.0146225	.0037333
cohort_1929	-.0037176	.0045911	-0.81	0.418	-.012716	.0052809
cohort_1930	-.0022271	.0046183	-0.48	0.630	-.0112789	.0068246
cohort_1931	-.0007897	.0045665	-0.17	0.863	-.0097397	.0081604
cohort_1932	-.0007702	.0044478	-0.17	0.863	-.0094878	.0079473
cohort_1933	-.0015073	.0041215	-0.37	0.715	-.0095852	.0065707
cohort_1934	.0051674	.0039636	1.30	0.192	-.0026011	.012936
cohort_1935	.0020518	.0037886	0.54	0.588	-.0053737	.0094774
cohort_1936	.0033083	.0036911	0.90	0.370	-.0039261	.0105428
cohort_1937	.0083692	.0036312	2.30	0.021	.0012522	.0154861
cohort_1938	.0081402	.003531	2.31	0.021	.0012195	.0150608

cohort_1939	.0049793	.0035113	1.42	0.156	-.0019027	.0118612
cohort_1940	.005029	.0034848	1.44	0.149	-.001801	.011859
cohort_1941	.0085294	.0035969	2.37	0.018	.0014796	.0155793
cohort_1942	.0132424	.0036236	3.65	0.000	.0061403	.0203446
cohort_1943	.00808	.003654	2.21	0.027	.0009182	.0152417
cohort_1944	.0129008	.0038709	3.33	0.001	.005314	.0204876
cohort_1945	.0135996	.0038249	3.56	0.000	.006103	.0210962
cohort_1946	.0220177	.0036654	6.01	0.000	.0148335	.0292018
cohort_1947	.0151711	.0035947	4.22	0.000	.0081256	.0222167
cohort_1948	.0164487	.0035422	4.64	0.000	.009506	.0233913
cohort_1949	.013963	.0034541	4.04	0.000	.007193	.020733
cohort_1950	.0200232	.0034618	5.78	0.000	.0132383	.0268081
cohort_1951	.02142	.0034858	6.14	0.000	.0145879	.028252
cohort_1952	.0214902	.0034192	6.29	0.000	.0147888	.0281916
cohort_1953	.0229572	.0034434	6.67	0.000	.0162082	.0297062
cohort_1954	.0231124	.0034708	6.66	0.000	.0163097	.0299151
cohort_1955	.0221899	.0034796	6.38	0.000	.01537	.0290098
cohort_1956	.0256008	.0034294	7.47	0.000	.0188792	.0323224
cohort_1957	.0273409	.0034063	8.03	0.000	.0206648	.0340171
cohort_1958	.0229186	.0034033	6.73	0.000	.0162483	.029589
cohort_1959	.0236768	.0033051	7.16	0.000	.0171988	.0301548
cohort_1960	.0183992	.0033473	5.50	0.000	.0118386	.0249597
cohort_1961	.0251783	.0034242	7.35	0.000	.0184669	.0318897
cohort_1962	.0187796	.0033262	5.65	0.000	.0122605	.0252988
cohort_1963	.0198519	.0033446	5.94	0.000	.0132966	.0264072
cohort_1964	.0113562	.0033987	3.34	0.001	.0046949	.0180175
cohort_1965	.0129033	.00341	3.78	0.000	.0062199	.0195867
cohort_1966	.0140022	.0035216	3.98	0.000	.0070999	.0209045
cohort_1967	.0140415	.0035356	3.97	0.000	.0071119	.020971
cohort_1968	.0187713	.0037732	4.97	0.000	.011376	.0261666
cohort_1969	.015409	.0038387	4.01	0.000	.0078853	.0229326
cohort_1970	.0015814	.0040172	0.39	0.694	-.0062922	.0094549
cohort_1971	.0073146	.0043327	1.69	0.091	-.0011772	.0158065
cohort_1972	.0023794	.0045674	0.52	0.602	-.0065726	.0113314
cohort_1973	.00785	.0047388	1.66	0.098	-.0014379	.0171378
cohort_1974	.0003806	.0048274	0.08	0.937	-.009081	.0098422
cohort_1975	.0016965	.0048691	0.35	0.728	-.0078467	.0112396
cohort_1976	.0017551	.0050395	0.35	0.728	-.0081222	.0116324
cohort_1977	-.0000813	.0053026	-0.02	0.988	-.0104743	.0103117
cohort_1978	-.0022571	.0056011	-0.40	0.687	-.0132351	.0087208
cohort_1979	-.0144549	.0055423	-2.61	0.009	-.0253176	-.0035922
cohort_1980	-.0009854	.0058013	-0.17	0.865	-.0123557	.0103849
cohort_1981	-.0108274	.0061345	-1.77	0.078	-.0228508	.0011196
cohort_1982	-.0089254	.0061052	-1.46	0.144	-.0208914	.0030406
cohort_1983	-.0132704	.0066761	-1.99	0.047	-.0263554	-.0001854
cohort_1984	-.0204696	.0071272	-2.87	0.004	-.0344387	-.0065006
cohort_1985	-.0174528	.0069907	-2.50	0.013	-.0311544	-.0037512
cohort_1986	-.0145537	.0077292	-1.88	0.060	-.0297026	.0005952
cohort_1987	-.0057469	.0079841	-0.72	0.472	-.0213954	.0099017
cohort_1988	-.0139012	.0087678	-1.59	0.113	-.0310857	.0032833
cohort_1989	.0000393	.0092669	0.00	0.997	-.0181234	.0182021
cohort_1990	.0092177	.010323	0.89	0.372	-.011015	.0294504
cohort_1991	-.0280465	.0108537	-2.58	0.010	-.0493194	-.0067735
cohort_1992	-.0185746	.0124156	-1.50	0.135	-.0429088	.0057597
cohort_1993	-.0073392	.015887	-0.46	0.644	-.0384771	.0237987
cohort_1994	-.0002047	.0165386	-0.01	0.990	-.0326198	.0322104
cohort_1995	.0134702	.0214424	0.63	0.530	-.028556	.0554965
cohort_1996	-.0309876	.0250788	-1.24	0.217	-.0801413	.018166
cohort_1997	.0029428	.0389284	0.08	0.940	-.0733555	.0792411
_cons	.0408589	.0021836	18.71	0.000	.0365791	.0451388

Tabelle 65: Effekteberechnung für Reisen nach Großbritannien.

. apc_ie GB V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

```
Iteration 0: log likelihood = 177974.93
Intrinsic estimator of APC effects          No. of obs      = 190630
Optimization      : ML                      Residual df     = 190416
                                                Scale parameter = .0090591
Deviance          = 1725.002129             (1/df) Deviance = .0090591
Pearson           = 1725.002129             (1/df) Pearson  = .0090591

Variance function: V(u) = 1                [Gaussian]
Link function      : g(u) = u                [Identity]

Log likelihood    = 177974.9345            AIC              = -1.864984
                                                BIC              = -2313370
```

GB	OIM					[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.	z	P> z			
V5050	.0008305	.0004381	1.90	0.058	-.0000282	.0016892	
V3030	-.001203	.0002154	-5.59	0.000	-.0016251	-.0007808	
age_14	.0063726	.0030572	2.08	0.037	.0003805	.0123646	
age_15	.0201211	.0027236	7.39	0.000	.014783	.0254592	
age_16	.0180432	.0024997	7.22	0.000	.0131438	.0229426	
age_17	.0345925	.0025218	13.72	0.000	.0296498	.0395352	
age_18	.016793	.0022631	7.42	0.000	.0123575	.0212285	
age_19	.0103172	.0020955	4.92	0.000	.00621	.0144244	
age_20	.012679	.0020842	6.08	0.000	.0085942	.0167639	
age_21	.0141521	.002084	6.79	0.000	.0100676	.0182366	
age_22	.0078785	.0019711	4.00	0.000	.0040152	.0117418	
age_23	.0110952	.0018996	5.84	0.000	.007372	.0148183	
age_24	.0065759	.0018274	3.60	0.000	.0029942	.0101576	
age_25	.0069112	.0017856	3.87	0.000	.0034114	.010411	
age_26	.0041142	.0017567	2.34	0.019	.0006712	.0075573	
age_27	.0029738	.0017404	1.71	0.088	-.0004373	.006385	
age_28	.0006622	.0016236	0.41	0.683	-.0025201	.0038445	
age_29	-.0011415	.001654	-0.69	0.490	-.0043834	.0021003	
age_30	.0019691	.0015568	1.26	0.206	-.0010821	.0050203	
age_31	-.0042102	.0017062	-2.47	0.014	-.0075543	-.0008661	
age_32	-.0041489	.0016251	-2.55	0.011	-.0073339	-.0009639	
age_33	-.0055127	.0016345	-3.37	0.001	-.0087162	-.0023091	
age_34	-.0034178	.0016191	-2.11	0.035	-.0065911	-.0002444	
age_35	-.005767	.0015477	-3.73	0.000	-.0088003	-.0027336	
age_36	-.0047629	.0015227	-3.13	0.002	-.0077472	-.0017785	
age_37	-.0019695	.0016032	-1.23	0.219	-.0051116	.0011727	
age_38	-.0021647	.0014788	-1.46	0.143	-.005063	.0007336	
age_39	-.0037121	.0015446	-2.40	0.016	-.0067395	-.0006846	
age_40	-.0023035	.001432	-1.61	0.108	-.0051102	.0005033	
age_41	-.0028604	.0016238	-1.76	0.078	-.0060431	.0003222	
age_42	-.0026582	.0014648	-1.81	0.070	-.0055292	.0002128	
age_43	-.0041013	.0015926	-2.58	0.010	-.0072226	-.0009799	
age_44	-.0010917	.0016014	-0.68	0.495	-.0042303	.0020469	
age_45	-.0034378	.0015441	-2.23	0.026	-.0064643	-.0004114	
age_46	-.0047271	.0016506	-2.86	0.004	-.0079623	-.0014919	
age_47	-.005282	.0016913	-3.12	0.002	-.0085968	-.0019671	
age_48	-.005292	.0015879	-3.33	0.001	-.0084043	-.0021798	
age_49	-.0040762	.0017018	-2.40	0.017	-.0074116	-.0007408	
age_50	-.0062944	.0015122	-4.16	0.000	-.0092583	-.0033306	

age_51	-.0042642	.001744	-2.45	0.014	-.0076825	-.0008459
age_52	-.0036752	.0016134	-2.28	0.023	-.0068375	-.000513
age_53	-.0042252	.0017458	-2.42	0.016	-.0076469	-.0008034
age_54	-.005152	.0017407	-2.96	0.003	-.0085637	-.0017403
age_55	-.0038071	.0017334	-2.20	0.028	-.0072045	-.0004098
age_56	-.0065547	.0017385	-3.77	0.000	-.0099622	-.0031473
age_57	-.0024518	.0018673	-1.31	0.189	-.0061115	.001208
age_58	-.0053419	.0017159	-3.11	0.002	-.0087051	-.0019787
age_59	-.0051926	.001774	-2.93	0.003	-.0086697	-.0017156
age_60	-.0036927	.0015941	-2.32	0.021	-.0068171	-.0005683
age_61	-.0006791	.0018478	-0.37	0.713	-.0043006	.0029425
age_62	-.0032415	.0017333	-1.87	0.061	-.0066388	.0001557
age_63	-.0016342	.0017798	-0.92	0.359	-.0051225	.0018541
age_64	-.0041127	.0018541	-2.22	0.027	-.0077467	-.0004786
age_65	-.0028292	.0017441	-1.62	0.105	-.0062476	.0005892
age_66	-.0041551	.0019208	-2.16	0.031	-.0079198	-.0003905
age_67	-.0042597	.0019687	-2.16	0.030	-.0081183	-.0004011
age_68	-.0032642	.001934	-1.69	0.091	-.0070548	.0005264
age_69	-.0035949	.0020857	-1.72	0.085	-.0076828	.0004929
age_70	.000068	.0019098	0.04	0.972	-.0036752	.0038112
age_71	-.0043397	.0022881	-1.90	0.058	-.0088242	.0001449
age_72	.0009243	.0022313	0.41	0.679	-.0034489	.0052975
age_73	-.0030386	.0025198	-1.21	0.228	-.0079773	.0019001
age_74	-.0014652	.0026862	-0.55	0.585	-.0067301	.0037998
age_75	-.0024325	.0026241	-0.93	0.354	-.0075757	.0027108
age_76	-.0041819	.003092	-1.35	0.176	-.0102421	.0018784
age_77	-.002032	.00334	-0.61	0.543	-.0085783	.0045143
age_78	-.0028779	.0033646	-0.86	0.392	-.0094724	.0037165
age_79	-.0016646	.0036595	-0.45	0.649	-.0088372	.0055079
age_80	-.003151	.0037508	-0.84	0.401	-.0105024	.0042004
period_1971	-.0031098	.0018188	-1.71	0.087	-.0066747	.000455
period_1972	-.0004728	.001785	-0.26	0.791	-.0039714	.0030259
period_1973	-.0001481	.0018907	-0.08	0.938	-.0038538	.0035577
period_1974	.0027605	.0017825	1.55	0.121	-.0007332	.0062541
period_1975	-.0023054	.0017059	-1.35	0.177	-.0056488	.001038
period_1976	.0032648	.0017163	1.90	0.057	-.000099	.0066286
period_1977	.0061697	.0017383	3.55	0.000	.0027626	.0095768
period_1978	.0060273	.001699	3.55	0.000	.0026973	.0093572
period_1979	.0017469	.0017067	1.02	0.306	-.0015982	.0050919
period_1980	.0007954	.0016297	0.49	0.625	-.0023987	.0039895
period_1981	.001884	.0015907	1.18	0.236	-.0012337	.0050017
period_1983	.0004079	.0016889	0.24	0.809	-.0029023	.0037181
period_1984	-.0003874	.001656	-0.23	0.815	-.0036332	.0028584
period_1985	-.0020004	.0016244	-1.23	0.218	-.0051842	.0011834
period_1986	.0007407	.0016322	0.45	0.650	-.0024584	.0039397
period_1987	-.0004472	.0015212	-0.29	0.769	-.0034287	.0025343
period_1988	.0012648	.0014668	0.86	0.389	-.0016101	.0041397
period_1989	-.001146	.0014732	-0.78	0.437	-.0040335	.0017415
period_1990	-.0015182	.0013919	-1.09	0.275	-.0042463	.0012099
period_1991	-.000834	.0013921	-0.60	0.549	-.0035625	.0018945
period_1992	-.0006217	.0013805	-0.45	0.652	-.0033273	.002084
period_1993	-.0002439	.0012124	-0.20	0.841	-.0026202	.0021324
period_1994	-.0020341	.0012205	-1.67	0.096	-.0044263	.000358
period_1995	.0033503	.0012172	2.75	0.006	.0009647	.005736
period_1996	.0036803	.0012999	2.83	0.005	.0011325	.006228
period_1997	.0000489	.0012509	0.04	0.969	-.002403	.0025007
period_1998	.0017635	.001229	1.43	0.151	-.0006454	.0041724
period_1999	.0000482	.0012584	0.04	0.969	-.0024181	.0025146
period_2000	.000045	.0012516	0.04	0.971	-.0024081	.002498

period_2001	-.0015603	.0012464	-1.25	0.211	-.0040031	.0008826
period_2002	-.0017081	.00124	-1.38	0.168	-.0041384	.0007223
period_2003	-.0013438	.0012405	-1.08	0.279	-.0037752	.0010876
period_2004	-.001884	.0012721	-1.48	0.139	-.0043772	.0006093
period_2005	-.003426	.0012773	-2.68	0.007	-.0059295	-.0009226
period_2006	-.0020822	.0012846	-1.62	0.105	-.0046	.0004356
period_2007	-.0021456	.0012808	-1.68	0.094	-.004656	.0003649
period_2008	-.0017472	.0012878	-1.36	0.175	-.0042714	.0007769
period_2009	-.001985	.0013107	-1.51	0.130	-.0045539	.0005839
period_2010	.0005827	.0013171	0.44	0.658	-.0019987	.0031641
period_2011	-.0005931	.0013155	-0.45	0.652	-.0031714	.0019852
period_2012	-.0008368	.0013229	-0.63	0.527	-.0034297	.0017561
cohort_1891	-.0037506	.0328736	-0.11	0.909	-.0681817	.0606805
cohort_1892	-.0054834	.0279905	-0.20	0.845	-.0603437	.0493769
cohort_1893	-.0064583	.0173536	-0.37	0.710	-.0404708	.0275541
cohort_1894	-.0077501	.0146222	-0.53	0.596	-.0364092	.020909
cohort_1895	.0157392	.0139532	1.13	0.259	-.0116085	.0430869
cohort_1896	-.0068806	.0110185	-0.62	0.532	-.0284764	.0147152
cohort_1897	-.0077821	.00995	-0.78	0.434	-.0272837	.0117195
cohort_1898	-.0076067	.0087292	-0.87	0.384	-.0247156	.0095021
cohort_1899	.0055806	.0081172	0.69	0.492	-.0103289	.0214901
cohort_1900	.0032305	.0073631	0.44	0.661	-.0112009	.0176619
cohort_1901	-.0038642	.0067155	-0.58	0.565	-.0170263	.0092979
cohort_1902	-.0089626	.0057717	-1.55	0.120	-.0202748	.0023497
cohort_1903	-.0088473	.0058782	-1.51	0.132	-.0203684	.0026737
cohort_1904	.0021238	.0056803	0.37	0.708	-.0090094	.0132569
cohort_1905	-.0081168	.0051366	-1.58	0.114	-.0181844	.0019508
cohort_1906	-.0034467	.0046351	-0.74	0.457	-.0125313	.005638
cohort_1907	-.0061448	.0044305	-1.39	0.165	-.0148283	.0025388
cohort_1908	-.0030084	.0039814	-0.76	0.450	-.0108118	.0047951
cohort_1909	-.0061553	.0040251	-1.53	0.126	-.0140443	.0017338
cohort_1910	-.0066494	.0038054	-1.75	0.081	-.0141079	.000809
cohort_1911	-.0010573	.0036691	-0.29	0.773	-.0082485	.0061339
cohort_1912	-.003981	.0034951	-1.14	0.255	-.0108312	.0028693
cohort_1913	-.0040773	.0034875	-1.17	0.242	-.0109126	.002758
cohort_1914	-.0018208	.0034819	-0.52	0.601	-.0086453	.0050037
cohort_1915	-.0057595	.0039162	-1.47	0.141	-.0134352	.0019161
cohort_1916	-.0009889	.0038386	-0.26	0.797	-.0085123	.0065346
cohort_1917	.0002825	.0037325	0.08	0.940	-.007033	.0075979
cohort_1918	-.0004343	.0032943	-0.13	0.895	-.006891	.0060225
cohort_1919	-.0027484	.0029477	-0.93	0.351	-.0085258	.003029
cohort_1920	-.0029061	.0028385	-1.02	0.306	-.0084694	.0026573
cohort_1921	-.0015244	.0027736	-0.55	0.583	-.0069606	.0039117
cohort_1922	-.0030395	.0027262	-1.11	0.265	-.0083827	.0023038
cohort_1923	.0000616	.0026459	0.02	0.981	-.0051244	.0052475
cohort_1924	8.55e-06	.0025848	0.00	0.997	-.0050576	.0050747
cohort_1925	.0006078	.0024435	0.25	0.804	-.0041813	.0053969
cohort_1926	.0032657	.0024466	1.33	0.182	-.0015295	.0080609
cohort_1927	-.0011741	.0024022	-0.49	0.625	-.0058824	.0035342
cohort_1928	-.0014568	.0023016	-0.63	0.527	-.0059678	.0030542
cohort_1929	.001681	.0022566	0.74	0.456	-.0027417	.0061038
cohort_1930	.0019111	.0022699	0.84	0.400	-.0025379	.00636
cohort_1931	-.0010546	.0022444	-0.47	0.638	-.0054536	.0033444
cohort_1932	.0005892	.0021861	0.27	0.788	-.0036955	.0048739
cohort_1933	.0025345	.0020257	1.25	0.211	-.0014358	.0065048
cohort_1934	-.0011316	.0019481	-0.58	0.561	-.0049499	.0026866
cohort_1935	.0012218	.0018621	0.66	0.512	-.0024278	.0048715
cohort_1936	.0035274	.0018142	1.94	0.052	-.0000283	.0070832
cohort_1937	-.0006051	.0017847	-0.34	0.735	-.0041032	.0028929
cohort_1938	.0000822	.0017355	0.05	0.962	-.0033193	.0034837

cohort_1939	.002222	.0017258	1.29	0.198	-.0011605	.0056046
cohort_1940	-.000206	.0017128	-0.12	0.904	-.003563	.0031509
cohort_1941	.0042589	.0017679	2.41	0.016	.0007939	.007724
cohort_1942	.0049902	.001781	2.80	0.005	.0014994	.0084809
cohort_1943	.0001411	.001796	0.08	0.937	-.0033789	.0036611
cohort_1944	.0024384	.0019026	1.28	0.200	-.0012905	.0061674
cohort_1945	.0023358	.0018799	1.24	0.214	-.0013488	.0060204
cohort_1946	.0019154	.0018016	1.06	0.288	-.0016156	.0054464
cohort_1947	.0005514	.0017668	0.31	0.755	-.0029115	.0040143
cohort_1948	.0038992	.001741	2.24	0.025	.0004869	.0073116
cohort_1949	.0052955	.0016977	3.12	0.002	.001968	.008623
cohort_1950	.0021352	.0017015	1.25	0.210	-.0011996	.00547
cohort_1951	.0029108	.0017133	1.70	0.089	-.0004472	.0062687
cohort_1952	.0035054	.0016805	2.09	0.037	.0002116	.0067992
cohort_1953	.0038717	.0016925	2.29	0.022	.0005546	.0071889
cohort_1954	.0007867	.0017059	0.46	0.645	-.0025569	.0041302
cohort_1955	.0051413	.0017102	3.01	0.003	.0017893	.0084933
cohort_1956	.0056177	.0016856	3.33	0.001	.002314	.0089213
cohort_1957	.0063484	.0016742	3.79	0.000	.0030671	.0096298
cohort_1958	3.64e-06	.0016727	0.00	0.998	-.0032749	.0032821
cohort_1959	.0014581	.0016245	0.90	0.369	-.0017259	.004642
cohort_1960	.0002625	.0016452	0.16	0.873	-.0029621	.003487
cohort_1961	.0035134	.001683	2.09	0.037	.0002148	.0068121
cohort_1962	.0018353	.0016348	1.12	0.262	-.0013689	.0050395
cohort_1963	-.0009617	.0016439	-0.59	0.559	-.0041837	.0022602
cohort_1964	.0071473	.0016705	4.28	0.000	.0038733	.0104214
cohort_1965	.002148	.001676	1.28	0.200	-.001137	.0054329
cohort_1966	.0024689	.0017309	1.43	0.154	-.0009236	.0058614
cohort_1967	.0023669	.0017377	1.36	0.173	-.001039	.0057728
cohort_1968	.0039689	.0018545	2.14	0.032	.000334	.0076037
cohort_1969	.0063921	.0018867	3.39	0.001	.0026942	.01009
cohort_1970	.0071725	.0019745	3.63	0.000	.0033026	.0110423
cohort_1971	.0031041	.0021295	1.46	0.145	-.0010696	.0072779
cohort_1972	.0002832	.0022449	0.13	0.900	-.0041168	.0046831
cohort_1973	.0061493	.0023291	2.64	0.008	.0015843	.0107143
cohort_1974	.0004037	.0023727	0.17	0.865	-.0042467	.0050541
cohort_1975	.0024198	.0023932	1.01	0.312	-.0022707	.0071103
cohort_1976	.0007156	.0024769	0.29	0.773	-.0041391	.0055703
cohort_1977	-.0065852	.0026063	-2.53	0.012	-.0116934	-.0014771
cohort_1978	.0044287	.002753	1.61	0.108	-.000967	.0098244
cohort_1979	-.0006211	.0027241	-0.23	0.820	-.0059601	.0047179
cohort_1980	-.0000169	.0028513	-0.01	0.995	-.0056054	.0055716
cohort_1981	-.0057382	.0030151	-1.90	0.057	-.0116477	.0001714
cohort_1982	-.0032004	.0030007	-1.07	0.286	-.0090817	.0026809
cohort_1983	-.0072786	.0032813	-2.22	0.027	-.0137099	-.0008473
cohort_1984	-.0121653	.003503	-3.47	0.001	-.0190311	-.0052995
cohort_1985	.0075337	.003436	2.19	0.028	.0007993	.014268
cohort_1986	.0100205	.0037989	2.64	0.008	.0025748	.0174662
cohort_1987	.0009128	.0039242	0.23	0.816	-.0067786	.0086041
cohort_1988	-.009015	.0043094	-2.09	0.036	-.0174612	-.0005688
cohort_1989	-.0085852	.0045547	-1.88	0.059	-.0175122	.0003418
cohort_1990	-.0025508	.0050738	-0.50	0.615	-.0124952	.0073936
cohort_1991	.0091328	.0053346	1.71	0.087	-.0013229	.0195885
cohort_1992	-.0074282	.0061023	-1.22	0.223	-.0193885	.0045321
cohort_1993	-.0052272	.0078085	-0.67	0.503	-.0205316	.0100771
cohort_1994	-.0038504	.0081288	-0.47	0.636	-.0197825	.0120817
cohort_1995	.0413491	.010539	3.92	0.000	.0206931	.0620051
cohort_1996	-.0048413	.0123263	-0.39	0.694	-.0290004	.0193178
cohort_1997	-.0130648	.0191334	-0.68	0.495	-.0505656	.024436
_cons	.0104198	.0010733	9.71	0.000	.0083162	.0125233

Tabelle 66: Effekteberechnung für Reisen nach Irland.

. apc_ie Irland V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

```

Iteration 0:  log likelihood = 276193.56
Intrinsic estimator of APC effects          No. of obs      = 190630
Optimization      : ML                      Residual df     = 190416
                                                Scale parameter = .0032327
Deviance          = 615.5524066             (1/df) Deviance = .0032327
Pearson          = 615.5524066             (1/df) Pearson  = .0032327

Variance function: V(u) = 1                [Gaussian]
Link function     : g(u) = u                [Identity]

Log likelihood    = 276193.5609            AIC              = -2.895447
                                                BIC              = -2314479
    
```

Irland	OIM					[95% Conf. Interval]
	Coef.	Std. Err.	z	P> z		
V5050	-.0007195	.0002617	-2.75	0.006	-.0012324	-.0002065
V3030	-.0007915	.0001287	-6.15	0.000	-.0010437	-.0005393
age_14	-.0001313	.0018263	-0.07	0.943	-.0037107	.0034481
age_15	.0015841	.001627	0.97	0.330	-.0016046	.0047729
age_16	-.0011841	.0014932	-0.79	0.428	-.0041108	.0017426
age_17	-.0004812	.0015065	-0.32	0.749	-.0034338	.0024713
age_18	.0028086	.0013519	2.08	0.038	.000159	.0054582
age_19	.0045694	.0012518	3.65	0.000	.0021159	.0070229
age_20	.002803	.001245	2.25	0.024	.0003628	.0052431
age_21	.0039576	.0012449	3.18	0.001	.0015177	.0063975
age_22	.0029243	.0011775	2.48	0.013	.0006165	.0052321
age_23	.0019243	.0011347	1.70	0.090	-.0002998	.0041483
age_24	.0013233	.0010916	1.21	0.225	-.0008163	.0034629
age_25	-.0005154	.0010667	-0.48	0.629	-.0026061	.0015752
age_26	.00341	.0010494	3.25	0.001	.0013532	.0054668
age_27	.0025501	.0010397	2.45	0.014	.0005124	.0045878
age_28	.000633	.0009699	0.65	0.514	-.001268	.002534
age_29	-.0008636	.000988	-0.87	0.382	-.0028001	.001073
age_30	.0017488	.0009299	1.88	0.060	-.0000739	.0035715
age_31	.0014358	.0010192	1.41	0.159	-.0005619	.0034334
age_32	.0013291	.0009707	1.37	0.171	-.0005735	.0032318
age_33	-.0014885	.0009764	-1.52	0.127	-.0034021	.0004252
age_34	.0016229	.0009672	1.68	0.093	-.0002727	.0035185
age_35	.0000584	.0009245	0.06	0.950	-.0017536	.0018704
age_36	.000519	.0009096	0.57	0.568	-.0012638	.0023017
age_37	-.0014012	.0009577	-1.46	0.143	-.0032782	.0004758
age_38	-.000559	.0008833	-0.63	0.527	-.0022904	.0011723
age_39	-.0008995	.0009227	-0.97	0.330	-.002708	.000909
age_40	-.0012175	.0008554	-1.42	0.155	-.0028941	.0004591
age_41	.000288	.00097	0.30	0.767	-.0016132	.0021892
age_42	.001276	.000875	1.46	0.145	-.000439	.002991
age_43	-.0012574	.0009513	-1.32	0.186	-.003122	.0006072
age_44	-.0018463	.0009566	-1.93	0.054	-.0037212	.0000285
age_45	.0008881	.0009224	0.96	0.336	-.0009198	.002696
age_46	-.0007451	.000986	-0.76	0.450	-.0026777	.0011875
age_47	.0006453	.0010103	0.64	0.523	-.0013349	.0026255
age_48	.0021651	.0009485	2.28	0.022	.0003059	.0040242
age_49	.0018832	.0010166	1.85	0.064	-.0001093	.0038756
age_50	-.0001453	.0009033	-0.16	0.872	-.0019158	.0016252

age_51	.0012479	.0010418	1.20	0.231	-.0007941	.0032898
age_52	9.41e-06	.0009638	0.01	0.992	-.0018796	.0018984
age_53	-.0001676	.0010429	-0.16	0.872	-.0022116	.0018765
age_54	-.0009026	.0010398	-0.87	0.385	-.0029406	.0011354
age_55	-.0017804	.0010355	-1.72	0.086	-.0038098	.0002491
age_56	.0007723	.0010385	0.74	0.457	-.0012632	.0028077
age_57	-.0023536	.0011154	-2.11	0.035	-.0045398	-.0001674
age_58	-.0011928	.001025	-1.16	0.245	-.0032019	.0008162
age_59	.0005067	.0010597	0.48	0.633	-.0015703	.0025838
age_60	-.001187	.0009523	-1.25	0.213	-.0030535	.0006794
age_61	-.0004951	.0011038	-0.45	0.654	-.0026585	.0016682
age_62	.000086	.0010354	0.08	0.934	-.0019434	.0021154
age_63	-.0010895	.0010632	-1.02	0.305	-.0031733	.0009943
age_64	-.0005168	.0011076	-0.47	0.641	-.0026876	.0016541
age_65	-.0016282	.0010419	-1.56	0.118	-.0036702	.0004138
age_66	-.0017173	.0011474	-1.50	0.134	-.0039662	.0005315
age_67	-.0002861	.001176	-0.24	0.808	-.0025911	.0020189
age_68	-.0009467	.0011553	-0.82	0.413	-.0032111	.0013176
age_69	-.0010816	.0012459	-0.87	0.385	-.0035236	.0013603
age_70	-.0016663	.0011409	-1.46	0.144	-.0039024	.0005697
age_71	-.0000862	.0013668	-0.06	0.950	-.0027651	.0025927
age_72	-.0001396	.0013329	-0.10	0.917	-.002752	.0024727
age_73	-.0018924	.0015052	-1.26	0.209	-.0048426	.0010577
age_74	-.0018826	.0016047	-1.17	0.241	-.0050276	.0012625
age_75	-.0019205	.0015676	-1.23	0.221	-.0049929	.0011518
age_76	-.0016724	.0018471	-0.91	0.365	-.0052925	.0019478
age_77	-.0026418	.0019952	-1.32	0.185	-.0065524	.0012687
age_78	-.0027192	.0020099	-1.35	0.176	-.0066585	.00122
age_79	-.0012687	.0021861	-0.58	0.562	-.0055533	.0030159
age_80	-.0009987	.0022406	-0.45	0.656	-.0053902	.0033927
period_1971	-.0003077	.0010865	-0.28	0.777	-.0024372	.0018219
period_1972	-.0015908	.0010663	-1.49	0.136	-.0036808	.0004991
period_1973	-.0023393	.0011294	-2.07	0.038	-.004553	-.0001257
period_1974	-.0022709	.0010648	-2.13	0.033	-.0043579	-.0001839
period_1975	-.0013675	.001019	-1.34	0.180	-.0033647	.0006298
period_1976	-.0006254	.0010252	-0.61	0.542	-.0026348	.001384
period_1977	-.0005034	.0010384	-0.48	0.628	-.0025387	.0015318
period_1978	.0009632	.0010149	0.95	0.343	-.001026	.0029524
period_1979	.001689	.0010195	1.66	0.098	-.0003092	.0036871
period_1980	-.0010634	.0009735	-1.09	0.275	-.0029714	.0008446
period_1981	-.000547	.0009502	-0.58	0.565	-.0024094	.0013154
period_1983	.0004748	.0010089	0.47	0.638	-.0015026	.0024521
period_1984	-.0005841	.0009893	-0.59	0.555	-.002523	.0013548
period_1985	-.0012896	.0009704	-1.33	0.184	-.0031915	.0006122
period_1986	-.0024763	.000975	-2.54	0.011	-.0043873	-.0005653
period_1987	-.0016749	.0009087	-1.84	0.065	-.0034559	.0001062
period_1988	-.0011236	.0008762	-1.28	0.200	-.002841	.0005937
period_1989	.0005649	.00088	0.64	0.521	-.00116	.0022898
period_1990	-.000446	.0008315	-0.54	0.592	-.0020757	.0011836
period_1991	-.0005006	.0008316	-0.60	0.547	-.0021305	.0011293
period_1992	.0001439	.0008246	0.17	0.861	-.0014723	.0017602
period_1993	.0032421	.0007243	4.48	0.000	.0018226	.0046617
period_1994	.0024527	.0007291	3.36	0.001	.0010237	.0038817
period_1995	.0020152	.0007271	2.77	0.006	.0005902	.0034403
period_1996	.0002783	.0007765	0.36	0.720	-.0012436	.0018003
period_1997	.0006123	.0007473	0.82	0.413	-.0008524	.0020769
period_1998	.0017604	.0007342	2.40	0.016	.0003214	.0031994
period_1999	.0001575	.0007517	0.21	0.834	-.0013158	.0016308
period_2000	.0013961	.0007476	1.87	0.062	-.0000693	.0028615

period_2001	-.0003965	.0007445	-0.53	0.594	-.0018557	.0010628
period_2002	.0005608	.0007407	0.76	0.449	-.000891	.0020126
period_2003	.0003629	.0007411	0.49	0.624	-.0010895	.0018154
period_2004	.001312	.0007599	1.73	0.084	-.0001774	.0028014
period_2005	.0001489	.000763	0.20	0.845	-.0013466	.0016444
period_2006	.0010957	.0007674	1.43	0.153	-.0004084	.0025997
period_2007	-.0002784	.0007651	-0.36	0.716	-.001778	.0012213
period_2008	.0001419	.0007693	0.18	0.854	-.001366	.0016497
period_2009	.0007719	.000783	0.99	0.324	-.0007627	.0023064
period_2010	-.0001391	.0007868	-0.18	0.860	-.0016811	.001403
period_2011	-.0012179	.0007858	-1.55	0.121	-.0027581	.0003223
period_2012	.0005978	.0007903	0.76	0.449	-.0009511	.0021467
cohort_1891	-.0021487	.0196374	-0.11	0.913	-.0406374	.03634
cohort_1892	-.0011786	.0167204	-0.07	0.944	-.0339501	.0315928
cohort_1893	-.000299	.0103664	-0.03	0.977	-.0206168	.0200187
cohort_1894	.0001446	.0087348	0.02	0.987	-.0169753	.0172644
cohort_1895	.0001503	.0083351	0.02	0.986	-.0161862	.0164868
cohort_1896	4.87e-06	.006582	0.00	0.999	-.0128956	.0129054
cohort_1897	-.0000339	.0059437	-0.01	0.995	-.0116834	.0116156
cohort_1898	-.0000859	.0052145	-0.02	0.987	-.0103061	.0101343
cohort_1899	-.0006812	.0048489	-0.14	0.888	-.0101849	.0088225
cohort_1900	-.001067	.0043984	-0.24	0.808	-.0096878	.0075537
cohort_1901	-.0009504	.0040116	-0.24	0.813	-.0088129	.0069122
cohort_1902	-.0009348	.0034478	-0.27	0.786	-.0076923	.0058228
cohort_1903	.0025261	.0035114	0.72	0.472	-.0043561	.0094084
cohort_1904	-.0012073	.0033932	-0.36	0.722	-.0078579	.0054432
cohort_1905	-.0010056	.0030684	-0.33	0.743	-.0070196	.0050084
cohort_1906	-.000971	.0027688	-0.35	0.726	-.0063979	.0044558
cohort_1907	-.0009735	.0026466	-0.37	0.713	-.0061607	.0042138
cohort_1908	-.0010533	.0023784	-0.44	0.658	-.0057148	.0036082
cohort_1909	-.0012512	.0024045	-0.52	0.603	-.0059638	.0034615
cohort_1910	.0002204	.0022732	0.10	0.923	-.004235	.0046758
cohort_1911	-.0012152	.0021918	-0.55	0.579	-.005511	.0030806
cohort_1912	-.0013655	.0020878	-0.65	0.513	-.0054576	.0027265
cohort_1913	-.0003678	.0020833	-0.18	0.860	-.004451	.0037154
cohort_1914	-.0015939	.00208	-0.77	0.444	-.0056706	.0024828
cohort_1915	-.0015006	.0023394	-0.64	0.521	-.0060857	.0030846
cohort_1916	-.0015278	.002293	-0.67	0.505	-.006022	.0029664
cohort_1917	.0012659	.0022296	0.57	0.570	-.0031041	.0056359
cohort_1918	-.0016215	.0019679	-0.82	0.410	-.0054785	.0022355
cohort_1919	-.0000524	.0017609	-0.03	0.976	-.0035036	.0033989
cohort_1920	.0012473	.0016956	0.74	0.462	-.002076	.0045706
cohort_1921	-.0011421	.0016568	-0.69	0.491	-.0043894	.0021053
cohort_1922	-.0013309	.0016285	-0.82	0.414	-.0045227	.001861
cohort_1923	-.0009308	.0015806	-0.59	0.556	-.0040287	.0021671
cohort_1924	-.0015969	.0015441	-1.03	0.301	-.0046232	.0014294
cohort_1925	-.0021721	.0014596	-1.49	0.137	-.005033	.0006887
cohort_1926	-.0016598	.0014615	-1.14	0.256	-.0045243	.0012046
cohort_1927	-.0006262	.001435	-0.44	0.663	-.0034387	.0021864
cohort_1928	-.0008127	.0013749	-0.59	0.554	-.0035074	.001882
cohort_1929	.0004887	.001348	0.36	0.717	-.0021533	.0031307
cohort_1930	-.0017896	.001356	-1.32	0.187	-.0044473	.000868
cohort_1931	-.0009011	.0013407	-0.67	0.502	-.0035289	.0017267
cohort_1932	.0003893	.0013059	0.30	0.766	-.0021702	.0029488
cohort_1933	-.0001374	.0012101	-0.11	0.910	-.0025091	.0022344
cohort_1934	-.0011885	.0011637	-1.02	0.307	-.0034694	.0010924
cohort_1935	-.0001631	.0011124	-0.15	0.883	-.0023433	.0020171
cohort_1936	-.001463	.0010837	-1.35	0.177	-.003587	.0006611
cohort_1937	-.001215	.0010661	-1.14	0.254	-.0033046	.0008746
cohort_1938	-.0002754	.0010367	-0.27	0.791	-.0023073	.0017566

cohort_1939	.0010092	.0010309	0.98	0.328	-.0010113	.0030298
cohort_1940	.0004808	.0010231	0.47	0.638	-.0015245	.0024861
cohort_1941	-.0002138	.0010561	-0.20	0.840	-.0022837	.0018561
cohort_1942	-.0000439	.0010639	-0.04	0.967	-.0021291	.0020414
cohort_1943	.0012701	.0010728	1.18	0.236	-.0008326	.0033729
cohort_1944	.0004606	.0011365	0.41	0.685	-.0017669	.0026881
cohort_1945	.0014192	.001123	1.26	0.206	-.0007818	.0036202
cohort_1946	-.0001932	.0010762	-0.18	0.858	-.0023025	.0019161
cohort_1947	.0019789	.0010554	1.87	0.061	-.0000897	.0040475
cohort_1948	.0024308	.00104	2.34	0.019	.0003924	.0044692
cohort_1949	-.0008952	.0010142	-0.88	0.377	-.0028829	.0010925
cohort_1950	-.0000607	.0010164	-0.06	0.952	-.0020528	.0019314
cohort_1951	.0004707	.0010234	0.46	0.646	-.0015352	.0024766
cohort_1952	.0007769	.0010039	0.77	0.439	-.0011907	.0027444
cohort_1953	-.0007614	.001011	-0.75	0.451	-.0027429	.0012202
cohort_1954	.0006963	.001019	0.68	0.494	-.001301	.0026936
cohort_1955	.0018041	.0010216	1.77	0.077	-.0001982	.0038065
cohort_1956	.0013975	.0010069	1.39	0.165	-.000576	.003371
cohort_1957	.0021009	.0010001	2.10	0.036	.0001408	.0040611
cohort_1958	-.000153	.0009992	-0.15	0.878	-.0021114	.0018055
cohort_1959	.0006308	.0009704	0.65	0.516	-.0012712	.0025327
cohort_1960	-.0002932	.0009828	-0.30	0.765	-.0022194	.001633
cohort_1961	.0006564	.0010054	0.65	0.514	-.0013141	.0026269
cohort_1962	-.0002563	.0009766	-0.26	0.793	-.0021703	.0016578
cohort_1963	.0008948	.000982	0.91	0.362	-.0010298	.0028195
cohort_1964	.000767	.0009979	0.77	0.442	-.0011888	.0027228
cohort_1965	.0020985	.0010012	2.10	0.036	.0001362	.0040608
cohort_1966	.0033639	.001034	3.25	0.001	.0013373	.0053904
cohort_1967	.0012361	.0010381	1.19	0.234	-.0007985	.0032706
cohort_1968	.0014758	.0011078	1.33	0.183	-.0006955	.0036471
cohort_1969	.0022598	.0011271	2.01	0.045	.0000508	.0044688
cohort_1970	.002428	.0011795	2.06	0.040	.0001163	.0047397
cohort_1971	-.0015506	.0012721	-1.22	0.223	-.0040439	.0009427
cohort_1972	.0043266	.001341	3.23	0.001	.0016982	.0069549
cohort_1973	.0003241	.0013913	0.23	0.816	-.0024028	.0030511
cohort_1974	.0002437	.0014174	0.17	0.864	-.0025343	.0030216
cohort_1975	-.0004645	.0014296	-0.32	0.745	-.0032664	.0023375
cohort_1976	.0024809	.0014796	1.68	0.094	-.0004191	.0053809
cohort_1977	.0025051	.0015569	1.61	0.108	-.0005463	.0055565
cohort_1978	.0025963	.0016445	1.58	0.114	-.0006268	.0058195
cohort_1979	.0008208	.0016272	0.50	0.614	-.0023685	.0040101
cohort_1980	-.0020594	.0017033	-1.21	0.227	-.0053978	.001279
cohort_1981	-.0006322	.0018011	-0.35	0.726	-.0041623	.002898
cohort_1982	.0013106	.0017925	0.73	0.465	-.0022027	.0048239
cohort_1983	-.0034998	.0019602	-1.79	0.074	-.0073416	.000342
cohort_1984	-.0034843	.0020926	-1.67	0.096	-.0075856	.0006171
cohort_1985	.0031292	.0020525	1.52	0.127	-.0008936	.0071521
cohort_1986	.0019329	.0022693	0.85	0.394	-.0025149	.0063807
cohort_1987	-.0028339	.0023442	-1.21	0.227	-.0074284	.0017606
cohort_1988	-.0005333	.0025743	-0.21	0.836	-.0055787	.0045122
cohort_1989	.0000705	.0027208	0.03	0.979	-.0052621	.0054032
cohort_1990	.0017249	.0030309	0.57	0.569	-.0042155	.0076653
cohort_1991	-.0008518	.0031867	-0.27	0.789	-.0070976	.0053941
cohort_1992	-.0036148	.0036453	-0.99	0.321	-.0107595	.0035298
cohort_1993	.0108278	.0046645	2.32	0.020	.0016856	.0199701
cohort_1994	-.0016385	.0048558	-0.34	0.736	-.0111557	.0078788
cohort_1995	-.0014396	.0062956	-0.23	0.819	-.0137787	.0108995
cohort_1996	-.002662	.0073633	-0.36	0.718	-.0170938	.0117697
cohort_1997	-.0022124	.0114296	-0.19	0.847	-.024614	.0201891
_cons	.0056226	.0006411	8.77	0.000	.004366	.0068792

Tabelle 67: Effekteberechnung für Reisen nach Skandinavien.

```
. apc_ie Skandinavien V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

Iteration 0:  log likelihood = 52606.474
Intrinsic estimator of APC effects          No. of obs      = 190630
Optimization      : ML                      Residual df     = 190416
                                                Scale parameter = .0337533
Deviance          = 6427.174482             (1/df) Deviance = .0337533
Pearson           = 6427.174482             (1/df) Pearson  = .0337533

Variance function: V(u) = 1                [Gaussian]
Link function     : g(u) = u                [Identity]

Log likelihood    = 52606.47363             AIC              = -.5496771
                                                BIC              = -2308668
```

Skandinavien	OIM					[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.	z	P> z			
V5050	-.0030124	.0008457	-3.56	0.000	-.00467	-.0013549	
V3030	.0046235	.0004157	11.12	0.000	.0038087	.0054383	
age_14	.012297	.0059012	2.08	0.037	.0007308	.0238632	
age_15	.0086999	.0052572	1.65	0.098	-.001604	.0190038	
age_16	.0049811	.0048251	1.03	0.302	-.004476	.0144381	
age_17	.0042064	.0048678	0.86	0.388	-.0053343	.0137471	
age_18	.01112	.0043683	2.55	0.011	.0025583	.0196817	
age_19	-.001002	.0040449	-0.25	0.804	-.00893	.0069259	
age_20	.0123277	.004023	3.06	0.002	.0044428	.0202125	
age_21	.0081277	.0040226	2.02	0.043	.0002436	.0160119	
age_22	.0062599	.0038047	1.65	0.100	-.0011973	.013717	
age_23	.0023271	.0036667	0.63	0.526	-.0048594	.0095137	
age_24	.0146352	.0035274	4.15	0.000	.0077216	.0215489	
age_25	.0093174	.0034468	2.70	0.007	.0025619	.0160729	
age_26	.0059656	.0033909	1.76	0.079	-.0006804	.0126116	
age_27	.004707	.0033594	1.40	0.161	-.0018774	.0112914	
age_28	.0038158	.003134	1.22	0.223	-.0023268	.0099584	
age_29	.0061789	.0031927	1.94	0.053	-.0000786	.0124365	
age_30	.008001	.0030049	2.66	0.008	.0021114	.0138905	
age_31	.0096209	.0032934	2.92	0.003	.0031659	.0160759	
age_32	.0069868	.0031368	2.23	0.026	.0008389	.0131348	
age_33	.0043014	.003155	1.36	0.173	-.0018823	.010485	
age_34	.0027221	.0031253	0.87	0.384	-.0034033	.0088475	
age_35	.0002347	.0029874	0.08	0.937	-.0056205	.0060898	
age_36	.0040569	.0029391	1.38	0.167	-.0017037	.0098175	
age_37	.0006441	.0030945	0.21	0.835	-.005421	.0067092	
age_38	.0034405	.0028544	1.21	0.228	-.0021539	.009035	
age_39	.0034959	.0029815	1.17	0.241	-.0023478	.0093396	
age_40	-.0033153	.0027642	-1.20	0.230	-.008733	.0021024	
age_41	.0028362	.0031344	0.90	0.366	-.0033072	.0089795	
age_42	.0010139	.0028274	0.36	0.720	-.0045278	.0065555	
age_43	-.0033147	.0030741	-1.08	0.281	-.0093398	.0027103	
age_44	-.0070041	.003091	-2.27	0.023	-.0130624	-.0009458	
age_45	-.0045542	.0029806	-1.53	0.127	-.010396	.0012876	
age_46	-.0076095	.0031862	-2.39	0.017	-.0138543	-.0013648	
age_47	-.0021214	.0032646	-0.65	0.516	-.0085199	.0042772	
age_48	-.006167	.003065	-2.01	0.044	-.0121744	-.0001597	
age_49	-.0010033	.0032848	-0.31	0.760	-.0074415	.0054348	
age_50	-.0062223	.0029189	-2.13	0.033	-.0119432	-.0005013	

age_51	-.010012	.0033665	-2.97	0.003	-.0166102	-.0034139
age_52	-.0061558	.0031143	-1.98	0.048	-.0122597	-.0000519
age_53	-.0061018	.0033699	-1.81	0.070	-.0127066	.0005031
age_54	-.0018396	.00336	-0.55	0.584	-.008425	.0047458
age_55	-.0072475	.0033459	-2.17	0.030	-.0138052	-.0006897
age_56	-.011063	.0033558	-3.30	0.001	-.0176402	-.0044857
age_57	-.004734	.0036043	-1.31	0.189	-.0117983	.0023303
age_58	-.0018313	.0033122	-0.55	0.580	-.0083231	.0046605
age_59	-.0039621	.0034243	-1.16	0.247	-.0106737	.0027494
age_60	-.0016281	.0030771	-0.53	0.597	-.0076591	.0044028
age_61	-.0017514	.0035666	-0.49	0.623	-.0087419	.005239
age_62	-.0068876	.0033458	-2.06	0.040	-.0134451	-.00033
age_63	-.009492	.0034354	-2.76	0.006	-.0162253	-.0027586
age_64	-.0008343	.003579	-0.23	0.816	-.0078489	.0061803
age_65	-.0042644	.0033666	-1.27	0.205	-.0108628	.002334
age_66	-.0065533	.0037076	-1.77	0.077	-.01382	.0007135
age_67	-.0052314	.0038002	-1.38	0.169	-.0126796	.0022167
age_68	-.0031273	.0037332	-0.84	0.402	-.0104441	.0041896
age_69	-.0008323	.0040259	-0.21	0.836	-.008723	.0070583
age_70	.0027168	.0036865	0.74	0.461	-.0045085	.0099421
age_71	-.0062734	.0044166	-1.42	0.155	-.0149297	.0023829
age_72	-.0073535	.0043069	-1.71	0.088	-.0157949	.001088
age_73	-.0060678	.0048638	-1.25	0.212	-.0156006	.0034651
age_74	.0032647	.0051851	0.63	0.529	-.0068979	.0134274
age_75	.0030951	.0050653	0.61	0.541	-.0068327	.0130228
age_76	-.0053274	.0059684	-0.89	0.372	-.0170253	.0063704
age_77	.0014867	.0064471	0.23	0.818	-.0111494	.0141228
age_78	-.0001358	.0064945	-0.02	0.983	-.0128647	.0125932
age_79	-.0071439	.0070638	-1.01	0.312	-.0209888	.006701
age_80	-.0047195	.00724	-0.65	0.514	-.0189097	.0094706
period_1971	-.0074495	.0035108	-2.12	0.034	-.0143306	-.0005683
period_1972	-.004253	.0034456	-1.23	0.217	-.0110062	.0025003
period_1973	-.003195	.0036496	-0.88	0.381	-.010348	.003958
period_1974	-.0006571	.0034407	-0.19	0.849	-.0074007	.0060865
period_1975	-.0033101	.0032928	-1.01	0.315	-.0097638	.0031436
period_1976	.0012902	.0033128	0.39	0.697	-.0052028	.0077832
period_1977	-.0078548	.0033554	-2.34	0.019	-.0144314	-.0012783
period_1978	.0018822	.0032795	0.57	0.566	-.0045454	.0083099
period_1979	.0023563	.0032943	0.72	0.474	-.0041005	.008813
period_1980	.000181	.0031457	0.06	0.954	-.0059844	.0063464
period_1981	.000724	.0030704	0.24	0.814	-.0052939	.006742
period_1983	.0049025	.00326	1.50	0.133	-.001487	.0112919
period_1984	.0012313	.0031966	0.39	0.700	-.0050339	.0074965
period_1985	.0030743	.0031356	0.98	0.327	-.0030713	.0092198
period_1986	-.0005969	.0031506	-0.19	0.850	-.006772	.0055781
period_1987	-.0089423	.0029363	-3.05	0.002	-.0146974	-.0031873
period_1988	-.0029995	.0028313	-1.06	0.289	-.0085489	.0025498
period_1989	-.0014164	.0028437	-0.50	0.618	-.0069899	.0041572
period_1990	-.0097439	.0026867	-3.63	0.000	-.0150098	-.004478
period_1991	-.0022793	.0026872	-0.85	0.396	-.0075461	.0029875
period_1992	.0029728	.0026646	1.12	0.265	-.0022498	.0081954
period_1993	.0050503	.0023403	2.16	0.031	.0004635	.0096372
period_1994	.008841	.0023559	3.75	0.000	.0042236	.0134585
period_1995	.0050115	.0023494	2.13	0.033	.0004067	.0096163
period_1996	.007569	.0025091	3.02	0.003	.0026512	.0124868
period_1997	.0028394	.0024147	1.18	0.240	-.0018933	.007572
period_1998	-.0005769	.0023724	-0.24	0.808	-.0052266	.0040729
period_1999	-.0030869	.002429	-1.27	0.204	-.0078476	.0016738
period_2000	.0028158	.0024159	1.17	0.244	-.0019192	.0075508

period_2001	-.0041798	.0024058	-1.74	0.082	-.0088951	.0005355
period_2002	.0019287	.0023935	0.81	0.420	-.0027625	.0066199
period_2003	.0010542	.0023946	0.44	0.660	-.0036391	.0057474
period_2004	.0002802	.0024555	0.11	0.909	-.0045324	.0050928
period_2005	.0023803	.0024655	0.97	0.334	-.002452	.0072126
period_2006	.0019279	.0024796	0.78	0.437	-.0029321	.0067879
period_2007	.0000462	.0024724	0.02	0.985	-.0047995	.004892
period_2008	.0000309	.0024859	0.01	0.990	-.0048414	.0049031
period_2009	-.0007206	.00253	-0.28	0.776	-.0056792	.0042381
period_2010	.0026682	.0025423	1.05	0.294	-.0023146	.007651
period_2011	.000552	.0025392	0.22	0.828	-.0044247	.0055288
period_2012	-.0003484	.0025536	-0.14	0.891	-.0053533	.0046565
cohort_1891	-.0129765	.0634545	-0.20	0.838	-.1373451	.1113921
cohort_1892	-.0141785	.0540288	-0.26	0.793	-.120073	.091716
cohort_1893	-.015232	.0334969	-0.45	0.649	-.0808848	.0504208
cohort_1894	-.0178287	.0282247	-0.63	0.528	-.0731481	.0374906
cohort_1895	-.0179854	.0269332	-0.67	0.504	-.0707735	.0348028
cohort_1896	.0079521	.0212685	0.37	0.708	-.0337334	.0496375
cohort_1897	-.0209029	.019206	-1.09	0.276	-.058546	.0167402
cohort_1898	-.0041796	.0168496	-0.25	0.804	-.0372041	.028845
cohort_1899	-.0060859	.0156684	-0.39	0.698	-.0367954	.0246235
cohort_1900	.0038149	.0142127	0.27	0.788	-.0240414	.0316712
cohort_1901	-.0213221	.0129626	-1.64	0.100	-.0467283	.004084
cohort_1902	-.0074637	.0111408	-0.67	0.503	-.0292993	.0143719
cohort_1903	-.0105392	.0113464	-0.93	0.353	-.0327777	.0116994
cohort_1904	-.0069176	.0109644	-0.63	0.528	-.0284075	.0145722
cohort_1905	-.0105431	.009915	-1.06	0.288	-.0299762	.0088899
cohort_1906	-.0033167	.008947	-0.37	0.711	-.0208524	.014219
cohort_1907	-.0030185	.008552	-0.35	0.724	-.0197801	.013743
cohort_1908	-.0115518	.0076852	-1.50	0.133	-.0266145	.0035109
cohort_1909	-.006729	.0077695	-0.87	0.386	-.021957	.008499
cohort_1910	-.0032827	.0073454	-0.45	0.655	-.0176794	.011114
cohort_1911	-.0031044	.0070822	-0.44	0.661	-.0169852	.0107765
cohort_1912	-.0049476	.0067464	-0.73	0.463	-.0181703	.0082752
cohort_1913	-.009985	.0067317	-1.48	0.138	-.0231789	.0032089
cohort_1914	-.0122688	.0067211	-1.83	0.068	-.0254418	.0009042
cohort_1915	-.0015645	.0075593	-0.21	0.836	-.0163805	.0132515
cohort_1916	.0073739	.0074094	1.00	0.320	-.0071483	.0218961
cohort_1917	-.0040886	.0072046	-0.57	0.570	-.0182093	.0100322
cohort_1918	-.0025898	.0063589	-0.41	0.684	-.015053	.0098734
cohort_1919	-.0055595	.0056899	-0.98	0.329	-.0167114	.0055925
cohort_1920	.0030289	.005479	0.55	0.580	-.0077098	.0137675
cohort_1921	.0063649	.0053538	1.19	0.234	-.0041283	.0168581
cohort_1922	-.0078013	.0052623	-1.48	0.138	-.0181152	.0025126
cohort_1923	.0037922	.0051073	0.74	0.458	-.006218	.0138024
cohort_1924	.0003422	.0049893	0.07	0.945	-.0094366	.0101211
cohort_1925	.0007006	.0047165	0.15	0.882	-.0085436	.0099448
cohort_1926	-.0022283	.0047225	-0.47	0.637	-.0114842	.0070276
cohort_1927	.0054301	.0046369	1.17	0.242	-.0036581	.0145183
cohort_1928	-.0029465	.0044426	-0.66	0.507	-.0116539	.0057608
cohort_1929	.0022491	.0043557	0.52	0.606	-.0062879	.0107862
cohort_1930	.0026672	.0043815	0.61	0.543	-.0059204	.0112548
cohort_1931	.0011033	.0043323	0.25	0.799	-.0073879	.0095945
cohort_1932	-.0014967	.0042198	-0.35	0.723	-.0097673	.0067738
cohort_1933	-.001559	.0039101	-0.40	0.690	-.0092227	.0061048
cohort_1934	.006407	.0037604	1.70	0.088	-.0009632	.0137772
cohort_1935	.001001	.0035943	0.28	0.781	-.0060438	.0080458
cohort_1936	.003728	.0035018	1.06	0.287	-.0031355	.0105915
cohort_1937	.0045805	.003445	1.33	0.184	-.0021716	.0113326
cohort_1938	.0091323	.00335	2.73	0.006	.0025665	.0156982

cohort_1939	.0076495	.0033312	2.30	0.022	.0011204	.0141786
cohort_1940	.0109318	.0033061	3.31	0.001	.004452	.0174116
cohort_1941	.013701	.0034125	4.01	0.000	.0070126	.0203893
cohort_1942	.0175927	.0034378	5.12	0.000	.0108547	.0243307
cohort_1943	.0129146	.0034667	3.73	0.000	.0061201	.0197091
cohort_1944	.0122015	.0036724	3.32	0.001	.0050036	.0193993
cohort_1945	.0144653	.0036287	3.99	0.000	.0073531	.0215775
cohort_1946	.008037	.0034775	2.31	0.021	.0012212	.0148528
cohort_1947	.0202024	.0034104	5.92	0.000	.0135181	.0268867
cohort_1948	.0046857	.0033606	1.39	0.163	-.0019009	.0112724
cohort_1949	.0051374	.003277	1.57	0.117	-.0012855	.0115602
cohort_1950	.0058933	.0032843	1.79	0.073	-.0005438	.0123303
cohort_1951	.0058555	.0033071	1.77	0.077	-.0006262	.0123372
cohort_1952	.0114247	.0032438	3.52	0.000	.0050669	.0177825
cohort_1953	.0105804	.0032669	3.24	0.001	.0041775	.0169834
cohort_1954	.0093698	.0032928	2.85	0.004	.0029159	.0158237
cohort_1955	.0102816	.0033012	3.11	0.002	.0038114	.0167519
cohort_1956	.0026479	.0032536	0.81	0.416	-.0037291	.0090248
cohort_1957	.0111831	.0032316	3.46	0.001	.0048493	.0175169
cohort_1958	.0152653	.0032288	4.73	0.000	.0089369	.0215936
cohort_1959	.0079294	.0031357	2.53	0.011	.0017836	.0140753
cohort_1960	.0040577	.0031756	1.28	0.201	-.0021664	.0102819
cohort_1961	.0109864	.0032487	3.38	0.001	.0046191	.0173536
cohort_1962	.0084287	.0031556	2.67	0.008	.0022438	.0146136
cohort_1963	.0098823	.0031731	3.11	0.002	.003663	.0161015
cohort_1964	.0082507	.0032244	2.56	0.011	.001931	.0145705
cohort_1965	.0096837	.0032351	2.99	0.003	.003343	.0160245
cohort_1966	.0002512	.0033411	0.08	0.940	-.0062972	.0067995
cohort_1967	.0007894	.0033543	0.24	0.814	-.0057849	.0073636
cohort_1968	.0102453	.0035797	2.86	0.004	.0032291	.0172614
cohort_1969	-.0014032	.0036419	-0.39	0.700	-.0085411	.0057347
cohort_1970	-.0008172	.0038112	-0.21	0.830	-.008287	.0066527
cohort_1971	-.0086891	.0041105	-2.11	0.035	-.0167455	-.0006326
cohort_1972	-.0033548	.0043333	-0.77	0.439	-.0118478	.0051382
cohort_1973	.0005081	.0044958	0.11	0.910	-.0083035	.0093197
cohort_1974	-.0002953	.0045799	-0.06	0.949	-.0092717	.0086812
cohort_1975	.0033265	.0046194	0.72	0.471	-.0057273	.0123804
cohort_1976	.0015479	.0047811	0.32	0.746	-.007823	.0109188
cohort_1977	-.0049646	.0050307	-0.99	0.324	-.0148246	.0048955
cohort_1978	-.0036188	.0053139	-0.68	0.496	-.0140339	.0067962
cohort_1979	-.0100018	.0052581	-1.90	0.057	-.0203075	.0003039
cohort_1980	-.0053207	.0055038	-0.97	0.334	-.016108	.0054666
cohort_1981	-.0093175	.00582	-1.60	0.109	-.0207244	.0020895
cohort_1982	-.0144074	.0057922	-2.49	0.013	-.0257598	-.0030549
cohort_1983	.0016456	.0063338	0.26	0.795	-.0107685	.0140597
cohort_1984	-.0050389	.0067617	-0.75	0.456	-.0182916	.0082139
cohort_1985	-.0052864	.0066323	-0.80	0.425	-.0182854	.0077127
cohort_1986	-.0114904	.0073329	-1.57	0.117	-.0258625	.0028818
cohort_1987	-.0098153	.0075747	-1.30	0.195	-.0246615	.0050309
cohort_1988	-.0045681	.0083182	-0.55	0.583	-.0208715	.0117353
cohort_1989	-.0021919	.0087917	-0.25	0.803	-.0194233	.0150396
cohort_1990	-.0010344	.0097937	-0.11	0.916	-.0202297	.0181609
cohort_1991	-.0027677	.0102972	-0.27	0.788	-.0229499	.0174145
cohort_1992	-.0109215	.011779	-0.93	0.354	-.034008	.012165
cohort_1993	.010925	.0150724	0.72	0.469	-.0186164	.0404664
cohort_1994	-.0059559	.0156906	-0.38	0.704	-.036709	.0247972
cohort_1995	-.0312785	.0203429	-1.54	0.124	-.0711499	.0085929
cohort_1996	.0052321	.023793	0.22	0.826	-.0414012	.0518655
cohort_1997	.0333542	.0369324	0.90	0.366	-.039032	.1057404
_cons	.0233068	.0020717	11.25	0.000	.0192464	.0273672

Tabelle 68: Effekteberechnung für Reisen in die Schweiz.

```
. apc_ie Schweiz V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

Iteration 0:   log likelihood = 132657.76
Intrinsic estimator of APC effects
Optimization   : ML
No. of obs    = 190630
Residual df   = 190416
Scale parameter = .0145737
(1/df) Deviance = .0145737
(1/df) Pearson = .0145737

Deviance      = 2775.066331
Pearson       = 2775.066331

Variance function: V(u) = 1           [Gaussian]
Link function    : g(u) = u           [Identity]

Log likelihood = 132657.7642
AIC             = -1.389537
BIC             = -2312320
```

Schweiz	OIM					[95% Conf. Interval]
	Coef.	Std. Err.	z	P> z		
V5050	.0008787	.0005557	1.58	0.114	-.0002105	.0019679
V3030	-.0002668	.0002732	-0.98	0.329	-.0008022	.0002687
age_14	-.0015303	.0038776	-0.39	0.693	-.0091304	.0060697
age_15	.0059004	.0034545	1.71	0.088	-.0008702	.012671
age_16	.0008892	.0031705	0.28	0.779	-.0053249	.0071034
age_17	-.0016318	.0031986	-0.51	0.610	-.007901	.0046373
age_18	-.0004996	.0028704	-0.17	0.862	-.0061255	.0051262
age_19	-.0061604	.0026579	-2.32	0.020	-.0113698	-.000951
age_20	-.0022371	.0026435	-0.85	0.397	-.0074182	.002944
age_21	.0004861	.0026432	0.18	0.854	-.0046945	.0056668
age_22	-.0011244	.0025001	-0.45	0.653	-.0060244	.0037756
age_23	-.0005187	.0024094	-0.22	0.830	-.005241	.0042035
age_24	-.0002932	.0023178	-0.13	0.899	-.004836	.0042497
age_25	-.0004259	.0022648	-0.19	0.851	-.0048649	.0040131
age_26	-.000758	.0022281	-0.34	0.734	-.0051251	.003609
age_27	-.0043102	.0022075	-1.95	0.051	-.0086368	.0000163
age_28	-.0016614	.0020594	-0.81	0.420	-.0056976	.0023749
age_29	-.0046732	.0020979	-2.23	0.026	-.008785	-.0005614
age_30	-.0028875	.0019745	-1.46	0.144	-.0067575	.0009825
age_31	-.0004183	.0021641	-0.19	0.847	-.0046598	.0038232
age_32	-.0022187	.0020611	-1.08	0.282	-.0062585	.0018211
age_33	-.0041465	.0020731	-2.00	0.045	-.0082098	-.0000833
age_34	-.0030547	.0020536	-1.49	0.137	-.0070797	.0009702
age_35	-.0007628	.001963	-0.39	0.698	-.0046102	.0030845
age_36	-.0019601	.0019313	-1.01	0.310	-.0057454	.0018251
age_37	-.0012424	.0020334	-0.61	0.541	-.0052277	.0027429
age_38	-.0016808	.0018756	-0.90	0.370	-.0053569	.0019953
age_39	-.0028606	.0019591	-1.46	0.144	-.0067004	.0009793
age_40	-.0009774	.0018163	-0.54	0.591	-.0045373	.0025825
age_41	-.0046066	.0020596	-2.24	0.025	-.0086434	-.0005699
age_42	.0018233	.0018579	0.98	0.326	-.0018181	.0054647
age_43	.0040579	.0020199	2.01	0.045	.0000989	.0080169
age_44	-.0014277	.0020311	-0.70	0.482	-.0054086	.0025532
age_45	-.0007545	.0019585	-0.39	0.700	-.0045931	.0030841
age_46	-.0014302	.0020936	-0.68	0.495	-.0055336	.0026731
age_47	.0009791	.0021452	0.46	0.648	-.0032253	.0051836
age_48	-.0012237	.002014	-0.61	0.543	-.0051711	.0027237
age_49	.0023614	.0021584	1.09	0.274	-.0018691	.0065918
age_50	-.00418	.001918	-2.18	0.029	-.0079392	-.0004208

age_51	-.000913	.0022121	-0.41	0.680	-.0052486	.0034226
age_52	.0045855	.0020464	2.24	0.025	.0005747	.0085964
age_53	-.0037469	.0022143	-1.69	0.091	-.0080869	.0005931
age_54	-.0011116	.0022078	-0.50	0.615	-.0054388	.0032156
age_55	.0006757	.0021985	0.31	0.759	-.0036334	.0049847
age_56	-.0026589	.0022051	-1.21	0.228	-.0069808	.0016629
age_57	-.0020202	.0023684	-0.85	0.394	-.0066621	.0026217
age_58	.0009755	.0021764	0.45	0.654	-.0032902	.0052412
age_59	.0002353	.0022501	0.10	0.917	-.0041748	.0046454
age_60	-.0024352	.0020219	-1.20	0.228	-.0063981	.0015276
age_61	.005857	.0023436	2.50	0.012	.0012636	.0104504
age_62	.0028144	.0021985	1.28	0.200	-.0014945	.0071233
age_63	.0008081	.0022574	0.36	0.720	-.0036164	.0052325
age_64	-.0027349	.0023517	-1.16	0.245	-.0073442	.0018744
age_65	.0007567	.0022122	0.34	0.732	-.0035791	.0050924
age_66	.0069596	.0024362	2.86	0.004	.0021847	.0117345
age_67	.0003311	.0024971	0.13	0.895	-.004563	.0052253
age_68	.0025881	.002453	1.06	0.291	-.0022197	.007396
age_69	.0008195	.0026454	0.31	0.757	-.0043654	.0060043
age_70	.0003763	.0024223	0.16	0.877	-.0043714	.005124
age_71	.0043533	.0029021	1.50	0.134	-.0013347	.0100413
age_72	.0037979	.00283	1.34	0.180	-.0017489	.0093447
age_73	-.002098	.003196	-0.66	0.512	-.008362	.004166
age_74	.0056262	.0034071	1.65	0.099	-.0010516	.012304
age_75	.0050733	.0033284	1.52	0.127	-.0014502	.0115967
age_76	-.0012232	.0039218	-0.31	0.755	-.0089097	.0064634
age_77	.0013363	.0042363	0.32	0.752	-.0069668	.0096393
age_78	-.0007161	.0042675	-0.17	0.867	-.0090801	.007648
age_79	.0046982	.0046416	1.01	0.311	-.0043992	.0137956
age_80	.0121497	.0047573	2.55	0.011	.0028254	.0214739
period_1971	.0073275	.0023069	3.18	0.001	.002806	.0118491
period_1972	.0098663	.0022641	4.36	0.000	.0054288	.0143038
period_1973	.0065465	.0023981	2.73	0.006	.0018463	.0112467
period_1974	.0098136	.0022609	4.34	0.000	.0053824	.0142448
period_1975	.0033961	.0021637	1.57	0.117	-.0008446	.0076367
period_1976	.001064	.0021768	0.49	0.625	-.0032025	.0053305
period_1977	.0001185	.0022048	0.05	0.957	-.0042029	.0044399
period_1978	.0040671	.0021549	1.89	0.059	-.0001565	.0082907
period_1979	.0007311	.0021647	0.34	0.736	-.0035116	.0049738
period_1980	.008184	.002067	3.96	0.000	.0041328	.0122353
period_1981	.0048858	.0020176	2.42	0.015	.0009315	.0088402
period_1983	.0050596	.0021421	2.36	0.018	.0008611	.0092581
period_1984	.0081359	.0021005	3.87	0.000	.0040191	.0122527
period_1985	.0040969	.0020603	1.99	0.047	.0000587	.0081351
period_1986	.0002848	.0020702	0.14	0.891	-.0037727	.0043424
period_1987	.0025506	.0019294	1.32	0.186	-.001231	.0063322
period_1988	.0011689	.0018604	0.63	0.530	-.0024775	.0048153
period_1989	.0011801	.0018686	0.63	0.528	-.0024823	.0048424
period_1990	-.001519	.0017654	-0.86	0.390	-.0049792	.0019412
period_1991	-.0017573	.0017657	-1.00	0.320	-.0052181	.0017034
period_1992	.0004403	.0017509	0.25	0.801	-.0029914	.003872
period_1993	.0025319	.0015378	1.65	0.100	-.0004821	.0055459
period_1994	-.0013664	.001548	-0.88	0.377	-.0044005	.0016677
period_1995	.000034	.0015438	0.02	0.982	-.0029918	.0030598
period_1996	-.0006021	.0016487	-0.37	0.715	-.0038335	.0026294
period_1997	-.0047214	.0015867	-2.98	0.003	-.0078312	-.0016116
period_1998	-.0017722	.0015589	-1.14	0.256	-.0048275	.0012831
period_1999	-.0038484	.0015961	-2.41	0.016	-.0069766	-.0007202
period_2000	-.0026372	.0015875	-1.66	0.097	-.0057485	.0004742

period_2001	-.0043439	.0015808	-2.75	0.006	-.0074423	-.0012456
period_2002	-.0047215	.0015728	-3.00	0.003	-.0078041	-.0016389
period_2003	-.0056821	.0015734	-3.61	0.000	-.008766	-.0025982
period_2004	-.0057234	.0016135	-3.55	0.000	-.0088858	-.0025611
period_2005	-.0033012	.0016201	-2.04	0.042	-.0064765	-.000126
period_2006	-.0096714	.0016294	-5.94	0.000	-.0128648	-.0064779
period_2007	-.0035109	.0016246	-2.16	0.031	-.006695	-.0003268
period_2008	-.0029423	.0016335	-1.80	0.072	-.0061438	.0002592
period_2009	-.001595	.0016624	-0.96	0.337	-.0048533	.0016633
period_2010	-.0074397	.0016705	-4.45	0.000	-.0107138	-.0041655
period_2011	-.0063985	.0016685	-3.83	0.000	-.0096687	-.0031283
period_2012	-.0079297	.0016779	-4.73	0.000	-.0112184	-.004641
cohort_1891	-.0359862	.0416955	-0.86	0.388	-.1177079	.0457354
cohort_1892	-.033046	.0355019	-0.93	0.352	-.1026285	.0365365
cohort_1893	-.0293515	.0220106	-1.33	0.182	-.0724914	.0137885
cohort_1894	.0428654	.0185462	2.31	0.021	.0065155	.0792154
cohort_1895	.0174093	.0176976	0.98	0.325	-.0172774	.052096
cohort_1896	-.0127364	.0139754	-0.91	0.362	-.0401276	.0146548
cohort_1897	.0178914	.0126201	1.42	0.156	-.0068436	.0426264
cohort_1898	-.0249441	.0110717	-2.25	0.024	-.0466443	-.0032439
cohort_1899	-.0027977	.0102956	-0.27	0.786	-.0229766	.0173813
cohort_1900	.0159793	.009339	1.71	0.087	-.0023249	.0342834
cohort_1901	-.0047441	.0085176	-0.56	0.578	-.0214383	.0119501
cohort_1902	.0077693	.0073206	1.06	0.289	-.0065787	.0221173
cohort_1903	.0014368	.0074556	0.19	0.847	-.0131759	.0160496
cohort_1904	.0097558	.0072047	1.35	0.176	-.004365	.0238767
cohort_1905	-.0048696	.0065151	-0.75	0.455	-.0176389	.0078997
cohort_1906	-.0021799	.005879	-0.37	0.711	-.0137025	.0093427
cohort_1907	.0025058	.0056194	0.45	0.656	-.0085081	.0135197
cohort_1908	.0034974	.0050499	0.69	0.489	-.0064002	.013395
cohort_1909	-.0038338	.0051053	-0.75	0.453	-.01384	.0061724
cohort_1910	.0125039	.0048266	2.59	0.010	.0030439	.0219638
cohort_1911	.0026436	.0046537	0.57	0.570	-.0064774	.0117646
cohort_1912	.0014024	.004433	0.32	0.752	-.0072862	.0100909
cohort_1913	.0072129	.0044234	1.63	0.103	-.0014567	.0158825
cohort_1914	.0027317	.0044164	0.62	0.536	-.0059242	.0113876
cohort_1915	.0045897	.0049672	0.92	0.355	-.0051458	.0143252
cohort_1916	-.0022214	.0048687	-0.46	0.648	-.0117638	.0073211
cohort_1917	.005431	.0047341	1.15	0.251	-.0038476	.0147097
cohort_1918	.0026545	.0041784	0.64	0.525	-.005535	.010844
cohort_1919	.0018031	.0037388	0.48	0.630	-.0055247	.009131
cohort_1920	.0077345	.0036002	2.15	0.032	.0006782	.0147908
cohort_1921	.0099224	.0035179	2.82	0.005	.0030274	.0168174
cohort_1922	.0068011	.0034578	1.97	0.049	.0000239	.0135783
cohort_1923	.0049732	.003356	1.48	0.138	-.0016044	.0115509
cohort_1924	.0014514	.0032784	0.44	0.658	-.0049743	.007877
cohort_1925	.0075529	.0030992	2.44	0.015	.0014786	.0136272
cohort_1926	.0032598	.0031031	1.05	0.293	-.0028222	.0093418
cohort_1927	.0033123	.0030469	1.09	0.277	-.0026594	.0092841
cohort_1928	.008778	.0029192	3.01	0.003	.0030565	.0144995
cohort_1929	.0072295	.0028621	2.53	0.012	.0016198	.0128392
cohort_1930	.0054214	.0028791	1.88	0.060	-.0002214	.0110643
cohort_1931	.0086699	.0028467	3.05	0.002	.0030904	.0142494
cohort_1932	.0074168	.0027728	2.67	0.007	.0019823	.0128514
cohort_1933	.002769	.0025693	1.08	0.281	-.0022668	.0078048
cohort_1934	.0041828	.0024709	1.69	0.090	-.0006601	.0090257
cohort_1935	-.0018103	.0023618	-0.77	0.443	-.0064394	.0028188
cohort_1936	.0000423	.002301	0.02	0.985	-.0044677	.0045523
cohort_1937	.0042133	.0022637	1.86	0.063	-.0002234	.0086501
cohort_1938	-.000199	.0022012	-0.09	0.928	-.0045134	.0041154

cohort_1939	.0024934	.0021889	1.14	0.255	-.0017968	.0067836
cohort_1940	.0024803	.0021724	1.14	0.254	-.0017775	.0067382
cohort_1941	.0009924	.0022423	0.44	0.658	-.0034025	.0053873
cohort_1942	-.0010827	.002259	-0.48	0.632	-.0055102	.0033448
cohort_1943	.0028388	.0022779	1.25	0.213	-.0016258	.0073034
cohort_1944	.0014794	.0024131	0.61	0.540	-.0032503	.006209
cohort_1945	.0004117	.0023844	0.17	0.863	-.0042617	.0050851
cohort_1946	.0002244	.002285	0.10	0.922	-.0042542	.004703
cohort_1947	-.0002829	.002241	-0.13	0.900	-.0046751	.0041093
cohort_1948	.0009441	.0022082	0.43	0.669	-.0033839	.0052722
cohort_1949	-.0027067	.0021533	-1.26	0.209	-.0069271	.0015138
cohort_1950	-.0024921	.0021581	-1.15	0.248	-.0067218	.0017377
cohort_1951	-.0025455	.002173	-1.17	0.241	-.0068046	.0017136
cohort_1952	.0014905	.0021315	0.70	0.484	-.0026872	.0056682
cohort_1953	-.0030137	.0021466	-1.40	0.160	-.0072211	.0011936
cohort_1954	-.0035293	.0021637	-1.63	0.103	-.0077701	.0007115
cohort_1955	-.0051146	.0021692	-2.36	0.018	-.0093662	-.000863
cohort_1956	-.0022934	.0021379	-1.07	0.283	-.0064836	.0018969
cohort_1957	.0007303	.0021235	0.34	0.731	-.0034316	.0048922
cohort_1958	-.0060845	.0021216	-2.87	0.004	-.0102428	-.0019262
cohort_1959	-.0027775	.0020604	-1.35	0.178	-.0068159	.0012608
cohort_1960	-.0008736	.0020867	-0.42	0.675	-.0049635	.0032162
cohort_1961	-.0018478	.0021347	-0.87	0.387	-.0060317	.0023361
cohort_1962	-.0020263	.0020735	-0.98	0.328	-.0060903	.0020377
cohort_1963	.0012623	.002085	0.61	0.545	-.0028243	.0053489
cohort_1964	-.003909	.0021187	-1.84	0.065	-.0080617	.0002436
cohort_1965	-.0041797	.0021258	-1.97	0.049	-.0083462	-.0000133
cohort_1966	-.0014575	.0021954	-0.66	0.507	-.0057604	.0028454
cohort_1967	.0000186	.0022041	0.01	0.993	-.0043013	.0043385
cohort_1968	-.0053808	.0023522	-2.29	0.022	-.0099911	-.0007706
cohort_1969	-.0032814	.002393	-1.37	0.170	-.0079716	.0014089
cohort_1970	-.0010181	.0025043	-0.41	0.684	-.0059265	.0038902
cohort_1971	.0002498	.002701	0.09	0.926	-.0050441	.0055436
cohort_1972	-.0041056	.0028473	-1.44	0.149	-.0096863	.0014751
cohort_1973	-.0017215	.0029542	-0.58	0.560	-.0075116	.0040685
cohort_1974	-.0036785	.0030094	-1.22	0.222	-.0095769	.0022199
cohort_1975	-.0027727	.0030354	-0.91	0.361	-.008722	.0031765
cohort_1976	.0002819	.0031417	0.09	0.929	-.0058757	.0064394
cohort_1977	-.0016105	.0033057	-0.49	0.626	-.0080894	.0048685
cohort_1978	.0038981	.0034917	1.12	0.264	-.0029456	.0107417
cohort_1979	-.0022043	.0034551	-0.64	0.523	-.0089762	.0045675
cohort_1980	-.001463	.0036165	-0.40	0.686	-.0085513	.0056252
cohort_1981	.0009305	.0038243	0.24	0.808	-.0065649	.0084259
cohort_1982	-.0010313	.003806	-0.27	0.786	-.008491	.0064283
cohort_1983	-.0030708	.0041619	-0.74	0.461	-.011228	.0050864
cohort_1984	-.0016129	.0044431	-0.36	0.717	-.0103212	.0070954
cohort_1985	.0013517	.004358	0.31	0.756	-.0071899	.0098933
cohort_1986	-.0018184	.0048184	-0.38	0.706	-.0112623	.0076255
cohort_1987	-.0082885	.0049773	-1.67	0.096	-.0180439	.0014668
cohort_1988	-.0058222	.0054658	-1.07	0.287	-.016535	.0048907
cohort_1989	.0016824	.005777	0.29	0.771	-.0096403	.013005
cohort_1990	-.0040439	.0064354	-0.63	0.530	-.016657	.0085692
cohort_1991	-.0021467	.0067662	-0.32	0.751	-.0154083	.0111148
cohort_1992	-.0095652	.0077399	-1.24	0.217	-.0247352	.0056047
cohort_1993	-.0103908	.009904	-1.05	0.294	-.0298023	.0090206
cohort_1994	-.0036217	.0103102	-0.35	0.725	-.0238294	.0165859
cohort_1995	-.0100124	.0133672	-0.75	0.454	-.0362116	.0161868
cohort_1996	.0225639	.0156342	1.44	0.149	-.0080785	.0532064
cohort_1997	-.0065402	.024268	-0.27	0.788	-.0541046	.0410243
_cons	.0155578	.0013613	11.43	0.000	.0128897	.0182259

Tabelle 69: Effekteberechnung für Reisen nach Griechenland.

. apc_ie Griechenland V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

```
Iteration 0: log likelihood = 53653.949
Intrinsic estimator of APC effects          No. of obs      =   190630
Optimization      : ML                     Residual df    =   190416
                                                Scale parameter =   .0333844
Deviance          = 6356.928996            (1/df) Deviance =   .0333844
Pearson           = 6356.928996            (1/df) Pearson  =   .0333844

Variance function: V(u) = 1                [Gaussian]
Link function      : g(u) = u               [Identity]

Log likelihood    = 53653.94885            AIC             =  -5606667
                                                BIC             =  -2308738
```

Griechenland	OIM					
	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
V5050	.0000141	.0008411	0.02	0.987	-.0016343	.0016626
V3030	-.0068162	.0004135	-16.49	0.000	-.0076265	-.0060058
age_14	.0021442	.0058689	0.37	0.715	-.0093586	.013647
age_15	-.0017285	.0052284	-0.33	0.741	-.0119759	.0085189
age_16	.0066619	.0047987	1.39	0.165	-.0027433	.0160671
age_17	-.0056104	.0048411	-1.16	0.246	-.0150988	.0038781
age_18	-.0029024	.0043444	-0.67	0.504	-.0114172	.0056123
age_19	.0141639	.0040228	3.52	0.000	.0062794	.0220484
age_20	.0141502	.0040009	3.54	0.000	.0063085	.0219918
age_21	.0175008	.0040006	4.37	0.000	.0096598	.0253417
age_22	.012901	.0037839	3.41	0.001	.0054847	.0203173
age_23	.0108491	.0036466	2.98	0.003	.0037019	.0179963
age_24	.018375	.0035081	5.24	0.000	.0114993	.0252507
age_25	.0223146	.0034279	6.51	0.000	.0155961	.0290331
age_26	.015968	.0033723	4.74	0.000	.0093585	.0225776
age_27	.0154828	.003341	4.63	0.000	.0089345	.0220311
age_28	.0129175	.0031169	4.14	0.000	.0068085	.0190264
age_29	.0040728	.0031752	1.28	0.200	-.0021505	.010296
age_30	.009583	.0029885	3.21	0.001	.0037257	.0154403
age_31	.0106801	.0032754	3.26	0.001	.0042605	.0170997
age_32	.0132419	.0031196	4.24	0.000	.0071276	.0193561
age_33	-.0019937	.0031377	-0.64	0.525	-.0081435	.0041561
age_34	.0056212	.0031081	1.81	0.071	-.0004706	.0117131
age_35	.0045129	.002971	1.52	0.129	-.0013102	.0103359
age_36	.0020679	.002923	0.71	0.479	-.0036611	.007797
age_37	.0020735	.0030775	0.67	0.500	-.0039584	.0081053
age_38	.0040503	.0028387	1.43	0.154	-.0015135	.0096141
age_39	.0067972	.0029652	2.29	0.022	.0009855	.0126089
age_40	.0071382	.002749	2.60	0.009	.0017502	.0125262
age_41	.0013537	.0031173	0.43	0.664	-.0047561	.0074634
age_42	.0075856	.0028119	2.70	0.007	.0020743	.0130969
age_43	.0065762	.0030572	2.15	0.031	.0005841	.0125682
age_44	.0079581	.0030741	2.59	0.010	.001933	.0139832
age_45	.0017516	.0029642	0.59	0.555	-.0040581	.0075614
age_46	.0117465	.0031687	3.71	0.000	.005536	.017957
age_47	-.0000217	.0032467	-0.01	0.995	-.0063852	.0063418
age_48	.0056127	.0030483	1.84	0.066	-.0003617	.0115872
age_49	.0062281	.0032668	1.91	0.057	-.0001748	.012631
age_50	.0061334	.0029029	2.11	0.035	.0004438	.011823

age_51	.0050225	.003348	1.50	0.134	-.0015395	.0115845
age_52	.0089937	.0030972	2.90	0.004	.0029233	.0150642
age_53	.0081152	.0033514	2.42	0.015	.0015465	.0146839
age_54	.0021023	.0033415	0.63	0.529	-.004447	.0086516
age_55	.0007862	.0033275	0.24	0.813	-.0057356	.007308
age_56	.0024718	.0033374	0.74	0.459	-.0040694	.009013
age_57	-.0029283	.0035845	-0.82	0.414	-.0099538	.0040973
age_58	.0021913	.0032941	0.67	0.506	-.004265	.0086475
age_59	-.0061525	.0034056	-1.81	0.071	-.0128273	.0005223
age_60	-.0083669	.0030602	-2.73	0.006	-.0143648	-.002369
age_61	-.0050341	.0035471	-1.42	0.156	-.0119862	.0019181
age_62	-.0101359	.0033274	-3.05	0.002	-.0166575	-.0036142
age_63	-.0049081	.0034166	-1.44	0.151	-.0116046	.0017883
age_64	-.0088778	.0035594	-2.49	0.013	-.015854	-.0019016
age_65	-.011354	.0033482	-3.39	0.001	-.0179162	-.0047917
age_66	-.0093911	.0036873	-2.55	0.011	-.016618	-.0021641
age_67	-.0088616	.0037793	-2.34	0.019	-.0162689	-.0014542
age_68	-.0121828	.0037127	-3.28	0.001	-.0194596	-.004906
age_69	-.0141572	.0040039	-3.54	0.000	-.0220046	-.0063098
age_70	-.0173173	.0036663	-4.72	0.000	-.024503	-.0101316
age_71	-.014542	.0043924	-3.31	0.001	-.0231509	-.0059331
age_72	-.0176739	.0042833	-4.13	0.000	-.0260691	-.0092788
age_73	-.0171048	.0048372	-3.54	0.000	-.0265855	-.0076242
age_74	-.0109525	.0051567	-2.12	0.034	-.0210595	-.0008455
age_75	-.0173907	.0050375	-3.45	0.001	-.0272641	-.0075174
age_76	-.0215952	.0059357	-3.64	0.000	-.0332289	-.0099614
age_77	-.0201208	.0064118	-3.14	0.002	-.0326876	-.007554
age_78	-.0154789	.0064589	-2.40	0.017	-.0281381	-.0028197
age_79	-.0245659	.0070251	-3.50	0.000	-.0383349	-.0107969
age_80	-.0265476	.0072003	-3.69	0.000	-.0406599	-.0124352
period_1971	-.0115056	.0034916	-3.30	0.001	-.018349	-.0046622
period_1972	-.0177345	.0034267	-5.18	0.000	-.0244507	-.0110182
period_1973	-.0151469	.0036296	-4.17	0.000	-.0222608	-.0080331
period_1974	-.0172811	.0034218	-5.05	0.000	-.0239878	-.0105744
period_1975	-.01319	.0032747	-4.03	0.000	-.0196084	-.0067717
period_1976	-.0162506	.0032947	-4.93	0.000	-.022708	-.0097931
period_1977	-.0084591	.0033371	-2.53	0.011	-.0149996	-.0019186
period_1978	-.0043546	.0032615	-1.34	0.182	-.0107471	.0020378
period_1979	-.0021614	.0032763	-0.66	0.509	-.0085828	.00426
period_1980	-.0077684	.0031284	-2.48	0.013	-.0139	-.0016368
period_1981	-.0042821	.0030536	-1.40	0.161	-.0102671	.0017029
period_1983	-.0040532	.0032421	-1.25	0.211	-.0104076	.0023013
period_1984	.002175	.0031791	0.68	0.494	-.0040558	.0084059
period_1985	.0035211	.0031184	1.13	0.259	-.0025908	.009633
period_1986	.0024805	.0031333	0.79	0.429	-.0036607	.0086217
period_1987	.0050572	.0029202	1.73	0.083	-.0006664	.0107807
period_1988	.0033916	.0028158	1.20	0.228	-.0021273	.0089105
period_1989	.007226	.0028281	2.56	0.011	.0016829	.012769
period_1990	.0044745	.002672	1.67	0.094	-.0007625	.0097116
period_1991	.0027225	.0026725	1.02	0.308	-.0025154	.0079604
period_1992	.0085475	.00265	3.23	0.001	.0033536	.0137415
period_1993	.0108778	.0023275	4.67	0.000	.006316	.0154396
period_1994	.010642	.002343	4.54	0.000	.0060498	.0152342
period_1995	.0118605	.0023366	5.08	0.000	.0072809	.0164401
period_1996	.0091009	.0024954	3.65	0.000	.00421	.0139917
period_1997	.007325	.0024014	3.05	0.002	.0026183	.0120317
period_1998	.0054362	.0023594	2.30	0.021	.0008119	.0100604
period_1999	.012299	.0024157	5.09	0.000	.0075644	.0170336
period_2000	.0081281	.0024026	3.38	0.001	.003419	.0128372

period_2001	.0081228	.0023926	3.39	0.001	.0034333	.0128122
period_2002	.0084937	.0023804	3.57	0.000	.0038282	.0131592
period_2003	.0020813	.0023814	0.87	0.382	-.0025862	.0067489
period_2004	.005049	.002442	2.07	0.039	.0002627	.0098352
period_2005	.0038101	.002452	1.55	0.120	-.0009958	.0086159
period_2006	.0021444	.0024661	0.87	0.385	-.0026889	.0069778
period_2007	.0073292	.0024588	2.98	0.003	.00251	.0121484
period_2008	-.0012957	.0024723	-0.52	0.600	-.0061412	.0035498
period_2009	-.0042833	.0025161	-1.70	0.089	-.0092148	.0006482
period_2010	-.0079066	.0025284	-3.13	0.002	-.0128621	-.0029511
period_2011	-.0050763	.0025253	-2.01	0.044	-.0100258	-.0001268
period_2012	-.0115465	.0025396	-4.55	0.000	-.016524	-.006569
cohort_1891	.0012499	.0631068	0.02	0.984	-.1224372	.124937
cohort_1892	.0047812	.0537327	0.09	0.929	-.1005331	.1100954
cohort_1893	.0001171	.0333134	0.00	0.997	-.0651759	.0654102
cohort_1894	.0007426	.02807	0.03	0.979	-.0542737	.0557588
cohort_1895	.0003898	.0267856	0.01	0.988	-.0521091	.0528887
cohort_1896	-.0011957	.0211519	-0.06	0.955	-.0426527	.0402614
cohort_1897	-.0028463	.0191008	-0.15	0.882	-.0402831	.0345906
cohort_1898	-.0029611	.0167572	-0.18	0.860	-.0358047	.0298825
cohort_1899	-.0039075	.0155825	-0.25	0.802	-.0344487	.0266337
cohort_1900	-.0055524	.0141348	-0.39	0.694	-.0332561	.0221512
cohort_1901	-.0067621	.0128915	-0.52	0.600	-.032029	.0185048
cohort_1902	-.0000877	.0110798	-0.01	0.994	-.0218037	.0216282
cohort_1903	-.0051941	.0112842	-0.46	0.645	-.0273108	.0169226
cohort_1904	-.0019504	.0109044	-0.18	0.858	-.0233225	.0194218
cohort_1905	-.0066741	.0098607	-0.68	0.499	-.0260006	.0126525
cohort_1906	-.004381	.0088979	-0.49	0.622	-.0218206	.0130586
cohort_1907	-.0016402	.0085051	-0.19	0.847	-.0183098	.0150295
cohort_1908	-.0036981	.0076431	-0.48	0.628	-.0186783	.011282
cohort_1909	-.0093059	.0077269	-1.20	0.228	-.0244504	.0058387
cohort_1910	-.0048299	.0073051	-0.66	0.509	-.0191477	.0094879
cohort_1911	-.0085166	.0070434	-1.21	0.227	-.0223214	.0052882
cohort_1912	-.0042813	.0067095	-0.64	0.523	-.0174316	.008869
cohort_1913	-.0107598	.0066948	-1.61	0.108	-.0238814	.0023618
cohort_1914	-.0066037	.0066842	-0.99	0.323	-.0197046	.0064971
cohort_1915	-.0071764	.0075179	-0.95	0.340	-.0219112	.0075584
cohort_1916	-.0088564	.0073688	-1.20	0.229	-.023299	.0055862
cohort_1917	-.0089199	.0071651	-1.24	0.213	-.0229633	.0051234
cohort_1918	-.0075411	.006324	-1.19	0.233	-.019936	.0048538
cohort_1919	-.0086582	.0056587	-1.53	0.126	-.019749	.0024327
cohort_1920	-.0082582	.005449	-1.52	0.130	-.018938	.0024216
cohort_1921	-.0139106	.0053244	-2.61	0.009	-.0243463	-.0034749
cohort_1922	-.0130588	.0052335	-2.50	0.013	-.0233162	-.0028014
cohort_1923	-.0173796	.0050794	-3.42	0.001	-.0273349	-.0074242
cohort_1924	-.0101583	.004962	-2.05	0.041	-.0198836	-.000433
cohort_1925	-.0090817	.0046907	-1.94	0.053	-.0182752	.0001119
cohort_1926	-.0092076	.0046966	-1.96	0.050	-.0184128	-2.42e-06
cohort_1927	-.0081393	.0046115	-1.77	0.078	-.0171777	.000899
cohort_1928	-.0143871	.0044183	-3.26	0.001	-.0230468	-.0057275
cohort_1929	-.0124064	.0043319	-2.86	0.004	-.0208967	-.0039161
cohort_1930	-.0098705	.0043575	-2.27	0.024	-.0184111	-.00133
cohort_1931	-.0074056	.0043086	-1.72	0.086	-.0158502	.0010391
cohort_1932	-.00889	.0041966	-2.12	0.034	-.0171152	-.0006648
cohort_1933	-.0073553	.0038887	-1.89	0.059	-.014977	.0002665
cohort_1934	-.0038663	.0037398	-1.03	0.301	-.0111962	.0034635
cohort_1935	-.0104138	.0035747	-2.91	0.004	-.01742	-.0034076
cohort_1936	-.006312	.0034827	-1.81	0.070	-.0131379	.0005139
cohort_1937	-.0062603	.0034261	-1.83	0.068	-.0129754	.0004547
cohort_1938	-.0018402	.0033316	-0.55	0.581	-.00837	.0046897

cohort_1939	.0006854	.003313	0.21	0.836	-.0058079	.0071788
cohort_1940	.0017638	.003288	0.54	0.592	-.0046804	.0082081
cohort_1941	.0081505	.0033938	2.40	0.016	.0014988	.0148023
cohort_1942	.0060444	.003419	1.77	0.077	-.0006567	.0127455
cohort_1943	.0000823	.0034477	0.02	0.981	-.006675	.0068396
cohort_1944	.0044613	.0036523	1.22	0.222	-.0026971	.0116197
cohort_1945	.0059067	.0036089	1.64	0.102	-.0011665	.01298
cohort_1946	.0042223	.0034584	1.22	0.222	-.0025561	.0110007
cohort_1947	-.0032778	.0033917	-0.97	0.334	-.0099255	.0033699
cohort_1948	.0021268	.0033422	0.64	0.525	-.0044238	.0086773
cohort_1949	-.0004966	.0032591	-0.15	0.879	-.0068843	.0058911
cohort_1950	.0034976	.0032663	1.07	0.284	-.0029042	.0098993
cohort_1951	.0036528	.0032889	1.11	0.267	-.0027934	.010099
cohort_1952	.0045389	.0032261	1.41	0.159	-.0017841	.0108618
cohort_1953	.0022109	.003249	0.68	0.496	-.004157	.0085787
cohort_1954	.0039477	.0032748	1.21	0.228	-.0024708	.0103662
cohort_1955	.0114724	.0032831	3.49	0.000	.0050376	.0179072
cohort_1956	.0120831	.0032358	3.73	0.000	.0057411	.0184251
cohort_1957	.011326	.0032139	3.52	0.000	.0050268	.0176251
cohort_1958	.0098743	.0032111	3.08	0.002	.0035807	.016168
cohort_1959	.0128686	.0031185	4.13	0.000	.0067565	.0189808
cohort_1960	.0146978	.0031582	4.65	0.000	.0085078	.0208879
cohort_1961	.0062887	.0032309	1.95	0.052	-.0000436	.0126211
cohort_1962	.0114085	.0031383	3.64	0.000	.0052575	.0175595
cohort_1963	.0096527	.0031557	3.06	0.002	.0034676	.0158378
cohort_1964	.0121475	.0032067	3.79	0.000	.0058624	.0184325
cohort_1965	.0108555	.0032174	3.37	0.001	.0045495	.0171614
cohort_1966	.0052061	.0033228	1.57	0.117	-.0013064	.0117186
cohort_1967	.0053506	.0033359	1.60	0.109	-.0011877	.0118888
cohort_1968	.0033321	.0035601	0.94	0.349	-.0036456	.0103098
cohort_1969	.0027787	.0036219	0.77	0.443	-.0043201	.0098775
cohort_1970	.0133319	.0037903	3.52	0.000	.0059029	.0207608
cohort_1971	.0089004	.004088	2.18	0.029	.0008881	.0169127
cohort_1972	.0020666	.0043095	0.48	0.632	-.0063798	.0105131
cohort_1973	.005934	.0044712	1.33	0.184	-.0028293	.0146974
cohort_1974	.0102264	.0045548	2.25	0.025	.0012991	.0191537
cohort_1975	.0017876	.0045941	0.39	0.697	-.0072166	.0107918
cohort_1976	-.0045597	.0047549	-0.96	0.338	-.0138792	.0047598
cohort_1977	.0070464	.0050032	1.41	0.159	-.0027596	.0168525
cohort_1978	-.0015986	.0052848	-0.30	0.762	-.0119566	.0087594
cohort_1979	.0045764	.0052293	0.88	0.381	-.0056728	.0148257
cohort_1980	.0042682	.0054737	0.78	0.436	-.00646	.0149964
cohort_1981	-.0050106	.0057881	-0.87	0.387	-.016355	.0063338
cohort_1982	-.0016673	.0057604	-0.29	0.772	-.0129576	.0096229
cohort_1983	-.0050202	.0062991	-0.80	0.425	-.0173663	.0073259
cohort_1984	-.0084618	.0067247	-1.26	0.208	-.021642	.0047184
cohort_1985	-.0124126	.0065959	-1.88	0.060	-.0253404	.0005152
cohort_1986	.0046654	.0072927	0.64	0.522	-.0096281	.0189588
cohort_1987	-.019678	.0075332	-2.61	0.009	-.0344428	-.0049131
cohort_1988	-.0021362	.0082726	-0.26	0.796	-.0183502	.0140779
cohort_1989	-.0186123	.0087436	-2.13	0.033	-.0357494	-.0014753
cohort_1990	.010568	.00974	1.09	0.278	-.0085221	.0296581
cohort_1991	.0048909	.0102408	0.48	0.633	-.0151807	.0249625
cohort_1992	.0237975	.0117145	2.03	0.042	.0008375	.0467575
cohort_1993	.0206164	.0149898	1.38	0.169	-.0087631	.0499959
cohort_1994	.0218143	.0156047	1.40	0.162	-.0087703	.0523989
cohort_1995	.0341015	.0202315	1.69	0.092	-.0055514	.0737544
cohort_1996	-.0100197	.0236626	-0.42	0.672	-.0563975	.0363582
cohort_1997	.0269462	.03673	0.73	0.463	-.0450433	.0989358
_cons	.0461543	.0020603	22.40	0.000	.0421161	.0501924

Tabelle 70: Effekteberechnung für Reisen nach Österreich.

. apc_ie Oesterreich V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

```

Iteration 0:   log likelihood = -14444.445
Intrinsic estimator of APC effects           No. of obs   =   190630
Optimization   : ML                         Residual df   =   190416
                                                Scale parameter = .0682069
Deviance       = 12987.68517                (1/df) Deviance = .0682069
Pearson        = 12987.68517                (1/df) Pearson  = .0682069

Variance function: V(u) = 1                 [Gaussian]
Link function   : g(u) = u                  [Identity]

                                                AIC           = .1537895
Log likelihood  = -14444.44533             BIC           = -2302107
    
```

Oesterreich	OIM					[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.	z	P> z			
V5050	-.0018495	.0012022	-1.54	0.124	-.0042057	.0005068	
V3030	.0062811	.000591	10.63	0.000	.0051228	.0074394	
age_14	.00131	.0083888	0.16	0.876	-.0151317	.0177516	
age_15	.0044109	.0074732	0.59	0.555	-.0102363	.0190582	
age_16	-.0087424	.006859	-1.27	0.202	-.0221859	.004701	
age_17	-.0072633	.0069197	-1.05	0.294	-.0208257	.0062992	
age_18	-.0111692	.0062097	-1.80	0.072	-.0233399	.0010015	
age_19	-.0099556	.00575	-1.73	0.083	-.0212255	.0013142	
age_20	-.013219	.0057188	-2.31	0.021	-.0244275	-.0020104	
age_21	-.0091918	.0057182	-1.61	0.108	-.0203994	.0020157	
age_22	-.0095752	.0054085	-1.77	0.077	-.0201757	.0010254	
age_23	-.0109683	.0052123	-2.10	0.035	-.0211842	-.0007524	
age_24	-.0104875	.0050143	-2.09	0.036	-.0203154	-.0006596	
age_25	-.0130799	.0048997	-2.67	0.008	-.022683	-.0034767	
age_26	-.0125796	.0048202	-2.61	0.009	-.0220271	-.0031321	
age_27	-.0084667	.0047755	-1.77	0.076	-.0178266	.0008932	
age_28	-.008619	.0044551	-1.93	0.053	-.0173509	.0001129	
age_29	-.0062163	.0045385	-1.37	0.171	-.0151116	.002679	
age_30	-.003417	.0042716	-0.80	0.424	-.0117892	.0049552	
age_31	-.0028725	.0046817	-0.61	0.540	-.0120484	.0063035	
age_32	.0008885	.004459	0.20	0.842	-.007851	.009628	
age_33	-.000263	.0044849	-0.06	0.953	-.0090533	.0085272	
age_34	-.0003699	.0044426	-0.08	0.934	-.0090774	.0083375	
age_35	.0040726	.0042466	0.96	0.338	-.0042507	.0123958	
age_36	.0001247	.0041781	0.03	0.976	-.0080642	.0083136	
age_37	-.0066979	.0043989	-1.52	0.128	-.0153196	.0019238	
age_38	-.0000962	.0040576	-0.02	0.981	-.0080489	.0078565	
age_39	.0026014	.0042383	0.61	0.539	-.0057056	.0109084	
age_40	-.0027018	.0039294	-0.69	0.492	-.0104032	.0049996	
age_41	.0096194	.0044557	2.16	0.031	.0008864	.0183524	
age_42	.0114907	.0040193	2.86	0.004	.003613	.0193683	
age_43	.0082596	.0043699	1.89	0.059	-.0003052	.0168243	
age_44	.0009218	.004394	0.21	0.834	-.0076903	.0095338	
age_45	.0044844	.004237	1.06	0.290	-.0038199	.0127887	
age_46	.0091601	.0045292	2.02	0.043	.000283	.0180372	
age_47	.0054794	.0046408	1.18	0.238	-.0036163	.0145751	
age_48	-.001167	.0043571	-0.27	0.789	-.0097066	.0073727	
age_49	.0087852	.0046695	1.88	0.060	-.0003669	.0179372	
age_50	.0066019	.0041493	1.59	0.112	-.0015307	.0147344	

age_51	.0046714	.0047855	0.98	0.329	-.004708	.0140509
age_52	.000275	.0044271	0.06	0.950	-.0084019	.0089519
age_53	.0089842	.0047904	1.88	0.061	-.0004048	.0183732
age_54	.0059411	.0047763	1.24	0.214	-.0034202	.0153024
age_55	.0144709	.0047562	3.04	0.002	.0051489	.023793
age_56	.0008603	.0047704	0.18	0.857	-.0084894	.0102101
age_57	.0130878	.0051236	2.55	0.011	.0030457	.0231299
age_58	.0099976	.0047084	2.12	0.034	.0007693	.0192259
age_59	.0109775	.0048678	2.26	0.024	.0014368	.0205182
age_60	.0114711	.0043741	2.62	0.009	.0028979	.0200443
age_61	.0135183	.0050701	2.67	0.008	.0035811	.0234554
age_62	.0078079	.0047561	1.64	0.101	-.0015139	.0171296
age_63	.0002209	.0048836	0.05	0.964	-.0093508	.0097925
age_64	-.0024552	.0050876	-0.48	0.629	-.0124267	.0075163
age_65	.0069965	.0047857	1.46	0.144	-.0023834	.0163763
age_66	-.0059844	.0052705	-1.14	0.256	-.0163143	.0043456
age_67	-.0078945	.005402	-1.46	0.144	-.0184823	.0026933
age_68	.000072	.0053068	0.01	0.989	-.0103292	.0104731
age_69	-.0034117	.005723	-0.60	0.551	-.0146285	.0078051
age_70	-.00724	.0052404	-1.38	0.167	-.017511	.003031
age_71	.0014807	.0062783	0.24	0.814	-.0108245	.0137859
age_72	.0047429	.0061224	0.77	0.439	-.0072568	.0167427
age_73	-.0110027	.006914	-1.59	0.112	-.0245539	.0025486
age_74	-.0034391	.0073708	-0.47	0.641	-.0178856	.0110074
age_75	-.0066985	.0072004	-0.93	0.352	-.0208111	.0074141
age_76	-.0065685	.0084843	-0.77	0.439	-.0231973	.0100603
age_77	-.0001796	.0091647	-0.02	0.984	-.0181422	.0177829
age_78	.0057519	.0092321	0.62	0.533	-.0123426	.0238464
age_79	.0238828	.0100415	2.38	0.017	.0042019	.0435637
age_80	-.0114277	.0102919	-1.11	0.267	-.0315994	.0087439
period_1971	.062717	.0049908	12.57	0.000	.0529353	.0724987
period_1972	.0465408	.004898	9.50	0.000	.0369408	.0561407
period_1973	.0556487	.005188	10.73	0.000	.0454805	.065817
period_1974	.0471724	.0048911	9.64	0.000	.0375861	.0567586
period_1975	.0505248	.0046808	10.79	0.000	.0413507	.0596989
period_1976	.0617278	.0047093	13.11	0.000	.0524978	.0709578
period_1977	.0282086	.0047699	5.91	0.000	.0188599	.0375574
period_1978	.0316829	.0046619	6.80	0.000	.0225458	.04082
period_1979	.029636	.004683	6.33	0.000	.0204576	.0388145
period_1980	.0347785	.0044717	7.78	0.000	.0260142	.0435429
period_1981	.0335281	.0043647	7.68	0.000	.0249734	.0420828
period_1983	.0169973	.0046342	3.67	0.000	.0079145	.0260801
period_1984	.001701	.004544	0.37	0.708	-.0072051	.0106072
period_1985	.0048377	.0044573	1.09	0.278	-.0038984	.0135738
period_1986	.0032996	.0044787	0.74	0.461	-.0054784	.0120776
period_1987	.0076378	.004174	1.83	0.067	-.0005431	.0158188
period_1988	-.0046298	.0040248	-1.15	0.250	-.0125183	.0032587
period_1989	-.0005518	.0040424	-0.14	0.891	-.0084747	.0073712
period_1990	-.0200769	.0038193	-5.26	0.000	-.0275626	-.0125912
period_1991	.0071436	.0038199	1.87	0.061	-.0003433	.0146305
period_1992	-.0069431	.0037878	-1.83	0.067	-.0143671	.000481
period_1993	-.0091155	.0033268	-2.74	0.006	-.0156359	-.0025951
period_1994	-.0180845	.003349	-5.40	0.000	-.0246484	-.0115206
period_1995	-.0191439	.0033398	-5.73	0.000	-.0256898	-.012598
period_1996	-.0156066	.0035668	-4.38	0.000	-.0225974	-.0086158
period_1997	-.0298148	.0034325	-8.69	0.000	-.0365424	-.0230872
period_1998	-.0243624	.0033724	-7.22	0.000	-.0309721	-.0177527
period_1999	-.02004	.0034528	-5.80	0.000	-.0268075	-.0132725
period_2000	-.0317914	.0034342	-9.26	0.000	-.0385223	-.0250604

period_2001	-.0206842	.0034199	-6.05	0.000	-.0273871	-.0139812
period_2002	-.0203596	.0034025	-5.98	0.000	-.0270283	-.0136909
period_2003	-.0252948	.0034039	-7.43	0.000	-.0319664	-.0186232
period_2004	-.0241071	.0034905	-6.91	0.000	-.0309484	-.0172658
period_2005	-.0276006	.0035048	-7.88	0.000	-.0344698	-.0207313
period_2006	-.0293424	.0035249	-8.32	0.000	-.0362551	-.0224337
period_2007	-.0279576	.0035145	-7.95	0.000	-.034846	-.0210693
period_2008	-.0241093	.0035337	-6.82	0.000	-.0310353	-.0171832
period_2009	-.0273741	.0035964	-7.61	0.000	-.034423	-.0203252
period_2010	-.035022	.0036139	-9.69	0.000	-.0421052	-.0279388
period_2011	-.0302538	.0036096	-8.38	0.000	-.0373284	-.0231791
period_2012	-.0315167	.00363	-8.68	0.000	-.0386313	-.0244021
cohort_1891	-.1235471	.0902025	-1.37	0.171	-.3003407	-.0532465
cohort_1892	.044806	.0768035	0.58	0.560	-.1057261	.1953382
cohort_1893	-.067297	.0476169	-1.41	0.158	-.1606243	.0260304
cohort_1894	-.0302908	.0401222	-0.75	0.450	-.108929	.0483473
cohort_1895	-.1046152	.0382864	-2.73	0.006	-.1796551	-.0295753
cohort_1896	-.0043956	.0302338	-0.15	0.884	-.0636527	.0548615
cohort_1897	-.055184	.0273019	-2.02	0.043	-.1086948	-.0016733
cohort_1898	-.0787822	.0239522	-3.29	0.001	-.1257276	-.0318368
cohort_1899	-.0111224	.0222731	-0.50	0.618	-.0547768	.032532
cohort_1900	-.0245802	.0202037	-1.22	0.224	-.0641788	.0150183
cohort_1901	-.0115241	.0184267	-0.63	0.532	-.0476397	.0245915
cohort_1902	.0262569	.015837	1.66	0.097	-.0047831	.0572968
cohort_1903	.0131065	.0161292	0.81	0.416	-.0185063	.0447192
cohort_1904	.01154	.0155863	0.74	0.459	-.0190085	.0420885
cohort_1905	.0218173	.0140945	1.55	0.122	-.0058073	.049442
cohort_1906	-.0016312	.0127184	-0.13	0.898	-.0265587	.0232964
cohort_1907	-.0084739	.0121569	-0.70	0.486	-.0323009	.0153532
cohort_1908	.0178439	.0109247	1.63	0.102	-.0035682	.0392559
cohort_1909	.0081297	.0110446	0.74	0.462	-.0135173	.0297767
cohort_1910	.0257421	.0104417	2.47	0.014	.0052768	.0462075
cohort_1911	.0283142	.0100676	2.81	0.005	.0085821	.0480462
cohort_1912	.0101985	.0095902	1.06	0.288	-.008598	.028995
cohort_1913	.0155543	.0095693	1.63	0.104	-.0032012	.0343099
cohort_1914	.0354039	.0095542	3.71	0.000	.016678	.0541297
cohort_1915	.0291296	.0107458	2.71	0.007	.0080682	.050191
cohort_1916	.026465	.0105327	2.51	0.012	.0058212	.0471087
cohort_1917	.0220249	.0102416	2.15	0.032	.0019518	.042098
cohort_1918	.039737	.0090393	4.40	0.000	.0220202	.0574538
cohort_1919	.0251757	.0080883	3.11	0.002	.0093229	.0410285
cohort_1920	.0359325	.0077886	4.61	0.000	.0206672	.0511979
cohort_1921	.0370298	.0076105	4.87	0.000	.0221134	.0519462
cohort_1922	.0406125	.0074805	5.43	0.000	.025951	.0552741
cohort_1923	.0357175	.0072602	4.92	0.000	.0214877	.0499473
cohort_1924	.0461511	.0070925	6.51	0.000	.0322501	.0600521
cohort_1925	.0387369	.0067047	5.78	0.000	.025596	.0518778
cohort_1926	.0375282	.0067131	5.59	0.000	.0243707	.0506857
cohort_1927	.0372761	.0065915	5.66	0.000	.024357	.0501951
cohort_1928	.0440692	.0063153	6.98	0.000	.0316915	.056447
cohort_1929	.0406121	.0061918	6.56	0.000	.0284764	.0527478
cohort_1930	.03897	.0062285	6.26	0.000	.0267624	.0511776
cohort_1931	.0355142	.0061585	5.77	0.000	.0234437	.0475846
cohort_1932	.0204075	.0059985	3.40	0.001	.0086506	.0321643
cohort_1933	.0349424	.0055584	6.29	0.000	.0240481	.0458366
cohort_1934	.0328383	.0053455	6.14	0.000	.0223613	.0433153
cohort_1935	.0372947	.0051095	7.30	0.000	.0272803	.0473091
cohort_1936	.0308162	.004978	6.19	0.000	.0210595	.0405728
cohort_1937	.0294901	.0048972	6.02	0.000	.0198918	.0390883
cohort_1938	.0230708	.0047621	4.84	0.000	.0137373	.0324043

cohort_1939	.0206631	.0047355	4.36	0.000	.0113818	.0299445
cohort_1940	.0084371	.0046997	1.80	0.073	-.0007741	.0176483
cohort_1941	.0108609	.004851	2.24	0.025	.0013531	.0203686
cohort_1942	.0057495	.004887	1.18	0.239	-.0038287	.0153278
cohort_1943	.0206453	.0049279	4.19	0.000	.0109867	.0303039
cohort_1944	.0035437	.0052204	0.68	0.497	-.0066882	.0137756
cohort_1945	.0097969	.0051584	1.90	0.058	-.0003134	.0199071
cohort_1946	.0014286	.0049434	0.29	0.773	-.0082602	.0111175
cohort_1947	-.004292	.004848	-0.89	0.376	-.0137939	.00521
cohort_1948	.0038253	.0047772	0.80	0.423	-.0055379	.0131884
cohort_1949	-.0067231	.0046584	-1.44	0.149	-.0158534	.0024072
cohort_1950	-.0053814	.0046687	-1.15	0.249	-.0145319	.0037691
cohort_1951	-.003289	.0047011	-0.70	0.484	-.012503	.0059249
cohort_1952	-.0045244	.0046112	-0.98	0.327	-.0135622	.0045134
cohort_1953	-.007798	.004644	-1.68	0.093	-.0169	.001304
cohort_1954	-.0140105	.0046809	-2.99	0.003	-.0231849	-.0048362
cohort_1955	-.0130875	.0046928	-2.79	0.005	-.0222852	-.0038899
cohort_1956	-.0078636	.0046251	-1.70	0.089	-.0169286	.0012014
cohort_1957	-.0145612	.0045938	-3.17	0.002	-.0235649	-.0055574
cohort_1958	-.0117526	.0045898	-2.56	0.010	-.0207485	-.0027567
cohort_1959	-.0163368	.0044575	-3.67	0.000	-.0250733	-.0076004
cohort_1960	-.0144889	.0045143	-3.21	0.001	-.0233367	-.0056411
cohort_1961	-.0186763	.0046181	-4.04	0.000	-.0277276	-.0096251
cohort_1962	-.0157401	.0044858	-3.51	0.000	-.024532	-.0069481
cohort_1963	-.0133005	.0045107	-2.95	0.003	-.0221413	-.0044597
cohort_1964	-.0129046	.0045836	-2.82	0.005	-.0218882	-.0039209
cohort_1965	-.012982	.0045988	-2.82	0.005	-.0219956	-.0039685
cohort_1966	-.0187932	.0047494	-3.96	0.000	-.0281019	-.0094844
cohort_1967	-.0158418	.0047682	-3.32	0.001	-.0251873	-.0064963
cohort_1968	-.0248762	.0050887	-4.89	0.000	-.0348499	-.0149026
cohort_1969	-.0163462	.005177	-3.16	0.002	-.0264929	-.0061994
cohort_1970	-.0142996	.0054178	-2.64	0.008	-.0249182	-.003681
cohort_1971	-.0148225	.0058432	-2.54	0.011	-.026275	-.00337
cohort_1972	-.0194324	.0061598	-3.15	0.002	-.0315055	-.0073593
cohort_1973	-.0185979	.0063909	-2.91	0.004	-.0311239	-.0060719
cohort_1974	-.0093678	.0065105	-1.44	0.150	-.0221281	.0033926
cohort_1975	-.0208372	.0065666	-3.17	0.002	-.0337075	-.0079669
cohort_1976	-.0150283	.0067965	-2.21	0.027	-.0283493	-.0017073
cohort_1977	-.0199503	.0071513	-2.79	0.005	-.0339667	-.0059339
cohort_1978	-.0098007	.0075539	-1.30	0.194	-.024606	.0050046
cohort_1979	-.0092194	.0074746	-1.23	0.217	-.0238693	.0054305
cohort_1980	-.0201703	.0078238	-2.58	0.010	-.0355047	-.0048358
cohort_1981	-.010567	.0082732	-1.28	0.202	-.0267822	.0056483
cohort_1982	-.0112744	.0082337	-1.37	0.171	-.0274122	.0048635
cohort_1983	-.0038731	.0090037	-0.43	0.667	-.0215201	.0137739
cohort_1984	-.0117418	.009612	-1.22	0.222	-.030581	.0070974
cohort_1985	-.0058792	.009428	-0.62	0.533	-.0243577	.0125993
cohort_1986	-.0074124	.0104239	-0.71	0.477	-.0278428	.0130181
cohort_1987	.0003197	.0107677	0.03	0.976	-.0207846	.021424
cohort_1988	-.0037924	.0118246	-0.32	0.748	-.0269682	.0193833
cohort_1989	-.0228821	.0124977	-1.83	0.067	-.0473771	.001613
cohort_1990	-.0146153	.013922	-1.05	0.294	-.041902	.0126713
cohort_1991	-.020722	.0146378	-1.42	0.157	-.0494116	.0079676
cohort_1992	-.0147208	.0167443	-0.88	0.379	-.0475389	.0180973
cohort_1993	-.0426044	.0214259	-1.99	0.047	-.0845983	-.0006105
cohort_1994	-.0074626	.0223047	-0.33	0.738	-.051179	.0362538
cohort_1995	-.013096	.0289181	-0.45	0.651	-.0697744	.0435824
cohort_1996	.0088195	.0338224	0.26	0.794	-.0574711	.0751102
cohort_1997	-.0151618	.0525005	-0.29	0.773	-.1180609	.0877373
_cons	.0663956	.002945	22.55	0.000	.0606236	.0721676

Tabelle 71: Effekteberechnung für Reisen in die Niederlande.

. apc_ie Niederlande V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

```

Iteration 0:  log likelihood = 107913.68
Intrinsic estimator of APC effects          No. of obs      =    190630
Optimization      : ML                      Residual df     =    190416
                                                Scale parameter =    .0188936
Deviance          = 3597.639333             (1/df) Deviance =    .0188936
Pearson          = 3597.639333             (1/df) Pearson  =    .0188936

Variance function: V(u) = 1                 [Gaussian]
Link function     : g(u) = u                 [Identity]

                                                AIC              = -1.129934
Log likelihood    = 107913.6815             BIC              = -2311497
    
```

Niederlande	OIM					[95% Conf. Interval]
	Coef.	Std. Err.	z	P> z		
V5050	.0000678	.0006327	0.11	0.915	-.0011723	.001308
V3030	.003854	.000311	12.39	0.000	.0032444	.0044637
age_14	.0078598	.0044151	1.78	0.075	-.0007936	.0165132
age_15	.003093	.0039332	0.79	0.432	-.004616	.010802
age_16	.0130607	.00361	3.62	0.000	.0059853	.0201362
age_17	.0186395	.0036419	5.12	0.000	.0115014	.0257775
age_18	.0096026	.0032682	2.94	0.003	.0031971	.0160082
age_19	.0140717	.0030263	4.65	0.000	.0081402	.0200031
age_20	.0106504	.0030098	3.54	0.000	.0047512	.0165496
age_21	.0067152	.0030096	2.23	0.026	.0008165	.0126138
age_22	.0109681	.0028466	3.85	0.000	.0053889	.0165473
age_23	.0051518	.0027433	1.88	0.060	-.000225	.0105285
age_24	-.0021387	.0026391	-0.81	0.418	-.0073112	.0030338
age_25	.0047883	.0025787	1.86	0.063	-.000266	.0098426
age_26	.0034733	.0025369	1.37	0.171	-.0014991	.0084456
age_27	.0056505	.0025134	2.25	0.025	.0007243	.0105768
age_28	.004245	.0023448	1.81	0.070	-.0003507	.0088407
age_29	.0001901	.0023887	0.08	0.937	-.0044916	.0048718
age_30	.0024255	.0022482	1.08	0.281	-.0019809	.0068319
age_31	.0018665	.002464	0.76	0.449	-.0029629	.0066959
age_32	.0045647	.0023468	1.95	0.052	-.000035	.0091644
age_33	.0086434	.0023605	3.66	0.000	.004017	.0132698
age_34	.0033888	.0023382	1.45	0.147	-.0011941	.0079716
age_35	.0028261	.0022351	1.26	0.206	-.0015546	.0072067
age_36	.0023105	.002199	1.05	0.293	-.0019994	.0066204
age_37	.0024672	.0023152	1.07	0.287	-.0020705	.0070049
age_38	-.0020613	.0021355	-0.97	0.334	-.0062469	.0021243
age_39	-.0002416	.0022307	-0.11	0.914	-.0046136	.0041305
age_40	.0039887	.0020681	1.93	0.054	-.0000647	.008042
age_41	-.0004532	.0023451	-0.19	0.847	-.0050494	.0041431
age_42	.0006037	.0021154	0.29	0.775	-.0035424	.0047498
age_43	-.001107	.0022999	-0.48	0.630	-.0056148	.0034007
age_44	.0018924	.0023126	0.82	0.413	-.0026403	.006425
age_45	.0001883	.00223	0.08	0.933	-.0041824	.0045589
age_46	-.0028641	.0023838	-1.20	0.230	-.0075363	.001808
age_47	-.0056215	.0024425	-2.30	0.021	-.0104087	-.0008343
age_48	-.0046506	.0022932	-2.03	0.043	-.0091451	-.000156
age_49	-.0032959	.0024576	-1.34	0.180	-.0081127	.001521
age_50	-.001323	.0021838	-0.61	0.545	-.0056032	.0029573

age_51	-.0014379	.0025187	-0.57	0.568	-.0063744	.0034986
age_52	-.0053475	.00233	-2.30	0.022	-.0099143	-.0007808
age_53	-.005481	.0025212	-2.17	0.030	-.0104226	-.0005395
age_54	-.0010931	.0025138	-0.43	0.664	-.0060201	.0038339
age_55	-.0045899	.0025033	-1.83	0.067	-.0094962	.0003164
age_56	-.0024074	.0025107	-0.96	0.338	-.0073283	.0025135
age_57	-.0065098	.0026966	-2.41	0.016	-.0117951	-.0012246
age_58	-.0036291	.0024781	-1.46	0.143	-.008486	.0012279
age_59	-.0048155	.002562	-1.88	0.060	-.0098369	.0002059
age_60	-.0055289	.0023022	-2.40	0.016	-.010041	-.0010167
age_61	-.0039562	.0026684	-1.48	0.138	-.0091862	.0012739
age_62	-.0039436	.0025032	-1.58	0.115	-.0088498	.0009625
age_63	-.0027626	.0025703	-1.07	0.282	-.0078003	.002275
age_64	-.0040528	.0026777	-1.51	0.130	-.009301	.0011953
age_65	-.0072383	.0025188	-2.87	0.004	-.012175	-.0023015
age_66	-.0019166	.0027739	-0.69	0.490	-.0073534	.0035201
age_67	-.0047676	.0028432	-1.68	0.094	-.0103401	.0008049
age_68	-.0037944	.002793	-1.36	0.174	-.0092687	.0016798
age_69	-.0064579	.0030121	-2.14	0.032	-.0123614	-.0005544
age_70	-.0023189	.0027581	-0.84	0.400	-.0077246	.0030868
age_71	-.006151	.0033043	-1.86	0.063	-.0126274	.0003253
age_72	-.0049109	.0032223	-1.52	0.128	-.0112264	.0014047
age_73	-.002412	.0036389	-0.66	0.507	-.0095442	.0047202
age_74	-.0037111	.0038793	-0.96	0.339	-.0113145	.0038923
age_75	-.0009013	.0037897	-0.24	0.812	-.0083289	.0065263
age_76	-.0042591	.0044654	-0.95	0.340	-.013011	.0044929
age_77	-.0039689	.0048235	-0.82	0.411	-.0134228	.005485
age_78	-.0078373	.0048589	-1.61	0.107	-.0173607	.0016861
age_79	-.0070948	.0052849	-1.34	0.179	-.0174531	.0032634
age_80	-.0062733	.0054167	-1.16	0.247	-.0168899	.0043433
period_1971	.0037826	.0026267	1.44	0.150	-.0013656	.0089308
period_1972	.0018985	.0025779	0.74	0.461	-.0031541	.006951
period_1973	.0020087	.0027305	0.74	0.462	-.0033429	.0073604
period_1974	.0012317	.0025742	0.48	0.632	-.0038137	.0062771
period_1975	-.0023691	.0024635	-0.96	0.336	-.0071975	.0024594
period_1976	-.002331	.0024785	-0.94	0.347	-.0071889	.0025269
period_1977	.0005253	.0025104	0.21	0.834	-.0043951	.0054457
period_1978	.0015795	.0024536	0.64	0.520	-.0032294	.0063885
period_1979	-.0024605	.0024647	-1.00	0.318	-.0072912	.0023703
period_1980	-.0022057	.0023535	-0.94	0.349	-.0068185	.002407
period_1981	-.0003383	.0022972	-0.15	0.883	-.0048408	.0041641
period_1983	-.0049442	.002439	-2.03	0.043	-.0097246	-.0001638
period_1984	-.0007047	.0023916	-0.29	0.768	-.0053921	.0039827
period_1985	-.0025331	.0023459	-1.08	0.280	-.007131	.0020648
period_1986	-.0018672	.0023572	-0.79	0.428	-.0064871	.0027528
period_1987	-.0034986	.0021968	-1.59	0.111	-.0078043	.0008072
period_1988	-.0022472	.0021183	-1.06	0.289	-.006399	.0019046
period_1989	.0015955	.0021276	0.75	0.453	-.0025744	.0057655
period_1990	-.002038	.0020101	-1.01	0.311	-.0059778	.0019018
period_1991	.0061168	.0020105	3.04	0.002	.0021764	.0100572
period_1992	.0020064	.0019936	1.01	0.314	-.0019009	.0059138
period_1993	.0069416	.0017509	3.96	0.000	.0035098	.0103733
period_1994	.0024339	.0017626	1.38	0.167	-.0010208	.0058885
period_1995	.0008878	.0017578	0.51	0.614	-.0025574	.004333
period_1996	.0025394	.0018772	1.35	0.176	-.0011399	.0062188
period_1997	.0033916	.0018066	1.88	0.060	-.0001492	.0069324
period_1998	.0014497	.0017749	0.82	0.414	-.002029	.0049285
period_1999	.0025487	.0018173	1.40	0.161	-.0010131	.0061105
period_2000	-.0009321	.0018075	-0.52	0.606	-.0044747	.0026105

period_2001	.0022176	.0017999	1.23	0.218	-.0013103	.0057454
period_2002	-.0000717	.0017908	-0.04	0.968	-.0035815	.0034381
period_2003	.0010251	.0017915	0.57	0.567	-.0024862	.0045365
period_2004	-.00165	.0018371	-0.90	0.369	-.0052507	.0019506
period_2005	-.0017377	.0018446	-0.94	0.346	-.0053531	.0018777
period_2006	-.003297	.0018552	-1.78	0.076	-.0069331	.0003391
period_2007	-.0019856	.0018497	-1.07	0.283	-.005611	.0016398
period_2008	-.0035478	.0018599	-1.91	0.056	-.007193	.0000975
period_2009	-.0021142	.0018929	-1.12	0.264	-.0058241	.0015957
period_2010	-.0015831	.0019021	-0.83	0.405	-.0053111	.0021449
period_2011	.0019683	.0018998	1.04	0.300	-.0017551	.0056918
period_2012	-.001692	.0019105	-0.89	0.376	-.0054365	.0020525
period_1891	-.011228	.0474746	-0.24	0.813	-.1042766	.0818205
cohort_1892	-.0109339	.0404226	-0.27	0.787	-.0901607	.068293
cohort_1893	.0253445	.0250613	1.01	0.312	-.0237748	.0744638
cohort_1894	-.0095602	.0211168	-0.45	0.651	-.0509484	.031828
cohort_1895	-.0101228	.0201506	-0.50	0.615	-.0496172	.0293715
cohort_1896	-.0101889	.0159124	-0.64	0.522	-.0413766	.0209988
cohort_1897	-.0106376	.0143693	-0.74	0.459	-.0388009	.0175257
cohort_1898	-.0119171	.0126063	-0.95	0.344	-.036625	.0127908
cohort_1899	.003849	.0117226	0.33	0.743	-.0191268	.0268248
cohort_1900	.0018306	.0106334	0.17	0.863	-.0190105	.0226718
cohort_1901	-.0005951	.0096982	-0.06	0.951	-.0196031	.018413
cohort_1902	.0006075	.0083352	0.07	0.942	-.0157292	.0169442
cohort_1903	-.0025818	.008489	-0.30	0.761	-.01922	.0140563
cohort_1904	-.0067311	.0082032	-0.82	0.412	-.0228091	.009347
cohort_1905	-.0022253	.0074181	-0.30	0.764	-.0167645	.0123139
cohort_1906	-.0031044	.0066938	-0.46	0.643	-.0162241	.0100152
cohort_1907	-.0016872	.0063983	-0.26	0.792	-.0142276	.0108532
cohort_1908	-.0083466	.0057498	-1.45	0.147	-.019616	.0029228
cohort_1909	-.0004846	.0058129	-0.08	0.934	-.0118777	.0109084
cohort_1910	-.0001201	.0054956	-0.02	0.983	-.0108913	.010651
cohort_1911	-.0027242	.0052987	-0.51	0.607	-.0131095	.007661
cohort_1912	.0014173	.0050475	0.28	0.779	-.0084755	.0113102
cohort_1913	-.0022221	.0050365	-0.44	0.659	-.0120934	.0076491
cohort_1914	-.0090846	.0050285	-1.81	0.071	-.0189402	.000771
cohort_1915	-.0011559	.0056556	-0.20	0.838	-.0122408	.0099289
cohort_1916	.000913	.0055435	0.16	0.869	-.009952	.0117781
cohort_1917	-.0011321	.0053902	-0.21	0.834	-.0116968	.0094325
cohort_1918	-.0003372	.0047575	-0.07	0.944	-.0096617	.0089874
cohort_1919	-.0038461	.004257	-0.90	0.366	-.0121896	.0044974
cohort_1920	-.0032732	.0040992	-0.80	0.425	-.0113075	.0047611
cohort_1921	-.0022486	.0040055	-0.56	0.575	-.0100993	.005602
cohort_1922	.0004465	.0039371	0.11	0.910	-.0072701	.008163
cohort_1923	-.0016584	.0038212	-0.43	0.664	-.0091478	.0058309
cohort_1924	.0012104	.0037328	0.32	0.746	-.0061059	.0085266
cohort_1925	-.0012378	.0035287	-0.35	0.726	-.008154	.0056784
cohort_1926	-.0032886	.0035332	-0.93	0.352	-.0102136	.0036363
cohort_1927	.0056307	.0034692	1.62	0.105	-.0011688	.0124302
cohort_1928	-.0018822	.0033238	-0.57	0.571	-.0083967	.0046324
cohort_1929	-.0043911	.0032588	-1.35	0.178	-.0107783	.001996
cohort_1930	-.0013958	.0032781	-0.43	0.670	-.0078208	.0050292
cohort_1931	-.0048689	.0032413	-1.50	0.133	-.0112217	.001484
cohort_1932	-.0072108	.0031571	-2.28	0.022	-.0133986	-.001023
cohort_1933	-.0026574	.0029254	-0.91	0.364	-.0083911	.0030764
cohort_1934	-.0020599	.0028134	-0.73	0.464	-.007574	.0034543
cohort_1935	-.0014629	.0026892	-0.54	0.586	-.0067336	.0038078
cohort_1936	-.0022162	.00262	-0.85	0.398	-.0073512	.0029189
cohort_1937	-.0010043	.0025774	-0.39	0.697	-.006056	.0040474
cohort_1938	-.000641	.0025063	-0.26	0.798	-.0055533	.0042714

cohort_1939	-.001331	.0024923	-0.53	0.593	-.0062159	.0035539
cohort_1940	-.000198	.0024735	-0.08	0.936	-.005046	.00465
cohort_1941	.001058	.0025531	0.41	0.679	-.0039461	.006062
cohort_1942	.0014205	.0025721	0.55	0.581	-.0036207	.0064616
cohort_1943	.0011195	.0025936	0.43	0.666	-.003964	.0062029
cohort_1944	.000408	.0027476	0.15	0.882	-.0049771	.0057932
cohort_1945	-.0018207	.0027149	-0.67	0.502	-.0071418	.0035005
cohort_1946	-.00197	.0026018	-0.76	0.449	-.0070693	.0031294
cohort_1947	.0052846	.0025516	2.07	0.038	.0002837	.0102856
cohort_1948	-.0022651	.0025143	-0.90	0.368	-.007193	.0026628
cohort_1949	.0008714	.0024518	0.36	0.722	-.003934	.0056767
cohort_1950	.0032634	.0024572	1.33	0.184	-.0015526	.0080794
cohort_1951	.0064941	.0024742	2.62	0.009	.0016447	.0113435
cohort_1952	.0070747	.0024269	2.92	0.004	.002318	.0118314
cohort_1953	.005056	.0024442	2.07	0.039	.0002655	.0098465
cohort_1954	.0085053	.0024636	3.45	0.001	.0036767	.0133339
cohort_1955	.0067489	.0024699	2.73	0.006	.001908	.0115897
cohort_1956	.0069472	.0024342	2.85	0.004	.0021762	.0117182
cohort_1957	.0020428	.0024178	0.84	0.398	-.0026959	.0067816
cohort_1958	.0045758	.0024157	1.89	0.058	-.0001588	.0093105
cohort_1959	.0013987	.002346	0.60	0.551	-.0031994	.0059968
cohort_1960	.0076348	.0023759	3.21	0.001	.0029781	.0122915
cohort_1961	.0044262	.0024305	1.82	0.069	-.0003376	.000919
cohort_1962	.0032941	.0023609	1.40	0.163	-.0013332	.0079214
cohort_1963	.003634	.002374	1.53	0.126	-.001019	.008287
cohort_1964	.0050865	.0024124	2.11	0.035	.0003582	.0098147
cohort_1965	.0041801	.0024204	1.73	0.084	-.0005638	.008924
cohort_1966	.007627	.0024997	3.05	0.002	.0027277	.0125263
cohort_1967	.008088	.0025096	3.22	0.001	.0031693	.0130066
cohort_1968	.0006961	.0026782	0.26	0.795	-.0045531	.0059454
cohort_1969	.0021883	.0027247	0.80	0.422	-.0031521	.0075286
cohort_1970	-.0032928	.0028514	-1.15	0.248	-.0088815	.0022959
cohort_1971	-.0009741	.0030753	-0.32	0.751	-.0070016	.0050535
cohort_1972	.0002528	.003242	0.08	0.938	-.0061014	.006607
cohort_1973	.0006796	.0033636	0.20	0.840	-.005913	.0072721
cohort_1974	-.0036239	.0034265	-1.06	0.290	-.0103398	.003092
cohort_1975	-.0033652	.0034561	-0.97	0.330	-.010139	.0034086
cohort_1976	-.0035589	.0035771	-0.99	0.320	-.0105698	.0034521
cohort_1977	-.0037721	.0037638	-1.00	0.316	-.0111491	.0036048
cohort_1978	.0042587	.0039757	1.07	0.284	-.0035335	.0120509
cohort_1979	.0076449	.003934	1.94	0.052	-.0000655	.0153553
cohort_1980	.0012383	.0041178	0.30	0.764	-.0068324	.009309
cohort_1981	.0013732	.0043543	0.32	0.752	-.0071611	.0099074
cohort_1982	-.0018472	.0043335	-0.43	0.670	-.0103407	.0066464
cohort_1983	.0087263	.0047388	1.84	0.066	-.0005615	.0180141
cohort_1984	.0022261	.0050589	0.44	0.660	-.0076892	.0121414
cohort_1985	-.0016976	.0049621	-0.34	0.732	-.011423	.0080279
cohort_1986	-.0007333	.0054862	-0.13	0.894	-.011486	.0100195
cohort_1987	.0134596	.0056672	2.38	0.018	.0023522	.0245671
cohort_1988	-.0054811	.0062234	-0.88	0.378	-.0176788	.0067165
cohort_1989	.0002506	.0065777	0.04	0.970	-.0126414	.0131426
cohort_1990	-.0065766	.0073273	-0.90	0.369	-.0209378	.0077847
cohort_1991	.0038205	.007704	0.50	0.620	-.0112792	.0189201
cohort_1992	.0148776	.0088127	1.69	0.091	-.0023949	.0321502
cohort_1993	.0378513	.0112767	3.36	0.001	.0157495	.0599532
cohort_1994	-.0094499	.0117392	-0.80	0.421	-.0324584	.0135585
cohort_1995	-.0174268	.0152199	-1.14	0.252	-.0472573	.0124037
cohort_1996	-.0271815	.0178011	-1.53	0.127	-.062071	.0077081
cohort_1997	.0119967	.0276316	0.43	0.664	-.0421602	.0661537
_cons	.0083176	.00155	5.37	0.000	.0052798	.0113555

Tabelle 72: Effekteberechnung für Reisen nach Portugal.

```
. apc_ie Portugal V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

Iteration 0:  log likelihood = 159432.82
Intrinsic estimator of APC effects          No. of obs      =    190630
Optimization      : ML                      Residual df     =    190416
                                                Scale parameter =    .0110045
Deviance          = 2095.439569             (1/df) Deviance =    .0110045
Pearson           = 2095.439569             (1/df) Pearson  =    .0110045

Variance function: V(u) = 1                [Gaussian]
Link function     : g(u) = u                [Identity]

Log likelihood    = 159432.8248             AIC              = -1.670449
                                                BIC              = -2312999
```

Portugal	OIM					[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.	z	P> z			
V5050	-.0003014	.0004829	-0.62	0.532	-.0012479	.000645	
V3030	-.0023167	.0002374	-9.76	0.000	-.002782	-.0018514	
age_14	.0031234	.0033695	0.93	0.354	-.0034808	.0097275	
age_15	.0036987	.0030018	1.23	0.218	-.0021847	.0095821	
age_16	.001785	.0027551	0.65	0.517	-.0036149	.0071849	
age_17	-.0019256	.0027795	-0.69	0.488	-.0073732	.0035221	
age_18	-.0021851	.0024942	-0.88	0.381	-.0070737	.0027035	
age_19	.0051827	.0023096	2.24	0.025	.0006559	.0097094	
age_20	-.0007186	.0022971	-0.31	0.754	-.0052207	.0037836	
age_21	.0013605	.0022969	0.59	0.554	-.0031413	.0058622	
age_22	.0039543	.0021725	1.82	0.069	-.0003037	.0082122	
age_23	.0051212	.0020936	2.45	0.014	.0010177	.0092247	
age_24	.0050594	.0020141	2.51	0.012	.0011118	.009007	
age_25	.0013521	.0019681	0.69	0.492	-.0025052	.0052094	
age_26	.0018604	.0019362	0.96	0.337	-.0019344	.0056552	
age_27	.0013838	.0019182	0.72	0.471	-.0023758	.0051434	
age_28	.0029085	.0017895	1.63	0.104	-.0005989	.0064158	
age_29	.0044138	.001823	2.42	0.015	.0008408	.0079868	
age_30	.0001823	.0017158	0.11	0.915	-.0031806	.0035451	
age_31	.0034066	.0018805	1.81	0.070	-.0002792	.0070923	
age_32	4.08e-06	.0017911	0.00	0.998	-.0035063	.0035145	
age_33	-.0022785	.0018015	-1.26	0.206	-.0058093	.0012523	
age_34	-.0019971	.0017845	-1.12	0.263	-.0054947	.0015004	
age_35	.0022784	.0017058	1.34	0.182	-.0010648	.0056216	
age_36	2.89e-06	.0016782	0.00	0.999	-.0032864	.0032921	
age_37	.0006147	.0017669	0.35	0.728	-.0028484	.0040778	
age_38	-.0002907	.0016298	-0.18	0.858	-.0034851	.0029037	
age_39	.0009372	.0017024	0.55	0.582	-.0023995	.0042739	
age_40	.0019266	.0015783	1.22	0.222	-.0011668	.0050201	
age_41	-.0013903	.0017897	-0.78	0.437	-.0048981	.0021175	
age_42	.0028015	.0016144	1.74	0.083	-.0003628	.0059657	
age_43	-.0008105	.0017553	-0.46	0.644	-.0042507	.0026298	
age_44	.0000814	.0017649	0.05	0.963	-.0033778	.0035407	
age_45	.001478	.0017019	0.87	0.385	-.0018576	.0048136	
age_46	.0027384	.0018193	1.51	0.132	-.0008272	.0063041	
age_47	-.0004976	.0018641	-0.27	0.790	-.0041511	.0031559	
age_48	.0030648	.0017501	1.75	0.080	-.0003653	.006495	
age_49	.000588	.0018756	0.31	0.754	-.0030881	.0042641	
age_50	-.0015989	.0016667	-0.96	0.337	-.0048655	.0016677	

age_51	.0045437	.0019222	2.36	0.018	.0007762	.0083112
age_52	.0010522	.0017782	0.59	0.554	-.0024331	.0045375
age_53	.0030722	.0019242	1.60	0.110	-.0006991	.0068435
age_54	.0029088	.0019185	1.52	0.129	-.0008514	.006669
age_55	-.0028309	.0019104	-1.48	0.138	-.0065753	.0009136
age_56	-.0017922	.0019161	-0.94	0.350	-.0055478	.0019633
age_57	-.0015916	.002058	-0.77	0.439	-.0056252	.002442
age_58	-.000747	.0018912	-0.39	0.693	-.0044537	.0029598
age_59	-.0020926	.0019553	-1.07	0.285	-.0059248	.0017397
age_60	.0023225	.001757	1.32	0.186	-.0011211	.0057661
age_61	-.0019443	.0020365	-0.95	0.340	-.0059358	.0020472
age_62	.0032417	.0019104	1.70	0.090	-.0005026	.006986
age_63	-.0005471	.0019616	-0.28	0.780	-.0043918	.0032976
age_64	-.0033483	.0020435	-1.64	0.101	-.0073536	.0006569
age_65	.000743	.0019223	0.39	0.699	-.0030246	.0045106
age_66	-.0021328	.002117	-1.01	0.314	-.0062821	.0020164
age_67	-.0033202	.0021698	-1.53	0.126	-.007573	.0009326
age_68	-.0045395	.0021316	-2.13	0.033	-.0087173	-.0003616
age_69	-.0042971	.0022988	-1.87	0.062	-.0088025	.0002084
age_70	-.0016578	.0021049	-0.79	0.431	-.0057834	.0024677
age_71	-.0015674	.0025218	-0.62	0.534	-.00651	.0033753
age_72	-.0004638	.0024592	-0.19	0.850	-.0052838	.0043562
age_73	-.0067946	.0027772	-2.45	0.014	-.0122377	-.0013514
age_74	-.0039406	.0029607	-1.33	0.183	-.0097434	.0018621
age_75	-.0048735	.0028922	-1.69	0.092	-.0105421	.0007952
age_76	.0000316	.0034079	0.01	0.993	-.0066477	.006711
age_77	-.0051908	.0036812	-1.41	0.159	-.0124058	.0020243
age_78	-.004333	.0037083	-1.17	0.243	-.0116011	.0029351
age_79	-.004588	.0040334	-1.14	0.255	-.0124933	.0033173
age_80	-.0029384	.004134	-0.71	0.477	-.0110408	.005164
period_1971	-.0065881	.0020046	-3.29	0.001	-.0105171	-.002659
period_1972	-.0051515	.0019674	-2.62	0.009	-.0090075	-.0012955
period_1973	-.0072151	.0020839	-3.46	0.001	-.0112994	-.0031308
period_1974	-.0052963	.0019646	-2.70	0.007	-.0091468	-.0014458
period_1975	-.0049412	.0018801	-2.63	0.009	-.0086262	-.0012563
period_1976	-.0075106	.0018916	-3.97	0.000	-.011218	-.0038032
period_1977	-.0036916	.0019159	-1.93	0.054	-.0074467	.0000636
period_1978	-.0066259	.0018725	-3.54	0.000	-.010296	-.0029557
period_1979	-.0000477	.001881	-0.03	0.980	-.0037344	.003639
period_1980	-.0045674	.0017961	-2.54	0.011	-.0080878	-.001047
period_1981	-.0033105	.0017532	-1.89	0.059	-.0067467	.0001257
period_1983	-.0028848	.0018614	-1.55	0.121	-.0065332	.0007635
period_1984	-.0033412	.0018252	-1.83	0.067	-.0069185	.0002362
period_1985	.0001959	.0017904	0.11	0.913	-.0033132	.0037049
period_1986	-.0034938	.001799	-1.94	0.052	-.0070197	.0000321
period_1987	.0016138	.0016766	0.96	0.336	-.0016722	.0048999
period_1988	.0009344	.0016167	0.58	0.563	-.0022342	.004103
period_1989	-.0022556	.0016237	-1.39	0.165	-.005438	.0009269
period_1990	-.001892	.0015341	-1.23	0.217	-.0048988	.0011148
period_1991	-.0003428	.0015344	-0.22	0.823	-.0033501	.0026644
period_1992	.0024423	.0015215	1.61	0.108	-.0005398	.0054243
period_1993	.0041884	.0013363	3.13	0.002	.0015693	.0068074
period_1994	.0069707	.0013452	5.18	0.000	.0043342	.0096072
period_1995	.004841	.0013415	3.61	0.000	.0022117	.0074703
period_1996	.0054131	.0014327	3.78	0.000	.0026051	.0082211
period_1997	.004286	.0013787	3.11	0.002	.0015837	.0069883
period_1998	.0041053	.0013546	3.03	0.002	.0014503	.0067602
period_1999	.0048353	.0013869	3.49	0.000	.002117	.0075536
period_2000	.0039029	.0013794	2.83	0.005	.0011992	.0066065

period_2001	.0048405	.0013737	3.52	0.000	.0021481	.0075328
period_2002	.0014771	.0013667	1.08	0.280	-.0012015	.0041557
period_2003	.0033893	.0013673	2.48	0.013	.0007095	.0060691
period_2004	.0032934	.001402	2.35	0.019	.0005455	.0060414
period_2005	.0017555	.0014078	1.25	0.212	-.0010037	.0045147
period_2006	.0027076	.0014159	1.91	0.056	-.0000674	.0054827
period_2007	-.0014214	.0014117	-1.01	0.314	-.0041882	.0013455
period_2008	-.0002054	.0014194	-0.14	0.885	-.0029874	.0025766
period_2009	.0003308	.0014446	0.23	0.819	-.0025005	.0031622
period_2010	.0028392	.0014516	1.96	0.050	-5.93e-06	.0056843
period_2011	.0045094	.0014499	3.11	0.002	.0016677	.0073511
period_2012	.0019111	.0014581	1.31	0.190	-.0009467	.0047688
cohort_1891	-.0014466	.0362318	-0.04	0.968	-.0724597	.0695664
cohort_1892	-.0005806	.0308498	-0.02	0.985	-.0610452	.059884
cohort_1893	-.0006733	.0191264	-0.04	0.972	-.0381603	.0368137
cohort_1894	-.0007749	.016116	-0.05	0.962	-.0323617	.0308118
cohort_1895	-.0015638	.0153786	-0.10	0.919	-.0317053	.0285776
cohort_1896	.0124676	.0121441	1.03	0.305	-.0113343	.0362695
cohort_1897	-.0011324	.0109664	-0.10	0.918	-.0226262	.0203613
cohort_1898	.0000888	.0096209	0.01	0.993	-.0187679	.0189454
cohort_1899	-.0011572	.0089465	-0.13	0.897	-.0186919	.0163776
cohort_1900	-.0023404	.0081153	-0.29	0.773	-.018246	.0135653
cohort_1901	-.0021791	.0074015	-0.29	0.768	-.0166857	.0123276
cohort_1902	-.0021249	.0063613	-0.33	0.738	-.0145928	.010343
cohort_1903	-.0023332	.0064787	-0.36	0.719	-.0150311	.0103648
cohort_1904	-.0024763	.0062606	-0.40	0.692	-.0147467	.0097942
cohort_1905	-.0021028	.0056614	-0.37	0.710	-.0131989	.0089932
cohort_1906	-.0030219	.0051086	-0.59	0.554	-.0130346	.0069908
cohort_1907	-.001148	.0048831	-0.24	0.814	-.0107186	.0084227
cohort_1908	-.0017068	.0043882	-0.39	0.697	-.0103074	.0068938
cohort_1909	-.0023482	.0044363	-0.53	0.597	-.0110432	.0063468
cohort_1910	.0003463	.0041941	0.08	0.934	-.0078741	.0085666
cohort_1911	-.0030143	.0040439	-0.75	0.456	-.0109401	.0049115
cohort_1912	-.0045468	.0038521	-1.18	0.238	-.0120968	.0030033
cohort_1913	-.0012602	.0038437	-0.33	0.743	-.0087938	.0062734
cohort_1914	-.0053114	.0038376	-1.38	0.166	-.012833	.0022103
cohort_1915	-.0035794	.0043163	-0.83	0.407	-.0120391	.0048804
cohort_1916	-.0037125	.0042307	-0.88	0.380	-.0120045	.0045795
cohort_1917	-.0016191	.0041137	-0.39	0.694	-.0096819	.0064437
cohort_1918	-.0054195	.0036309	-1.49	0.136	-.0125358	.0016968
cohort_1919	-.0024737	.0032488	-0.76	0.446	-.0088413	.0038939
cohort_1920	-.006057	.0031285	-1.94	0.053	-.0121886	.0000747
cohort_1921	-.0014909	.0030569	-0.49	0.626	-.0074824	.0045006
cohort_1922	-.005327	.0030047	-1.77	0.076	-.0112162	.0005621
cohort_1923	-.0041177	.0029162	-1.41	0.158	-.0098335	.001598
cohort_1924	-.003567	.0028488	-1.25	0.211	-.0091507	.0020166
cohort_1925	-.0035475	.0026931	-1.32	0.188	-.0088258	.0017308
cohort_1926	-.003237	.0026965	-1.20	0.230	-.008522	.002048
cohort_1927	-.0027753	.0026476	-1.05	0.295	-.0079646	.0024139
cohort_1928	-.0015838	.0025367	-0.62	0.532	-.0065556	.003388
cohort_1929	-.0025408	.0024871	-1.02	0.307	-.0074153	.0023338
cohort_1930	-.0026443	.0025018	-1.06	0.291	-.0075477	.0022592
cohort_1931	-.002217	.0024737	-0.90	0.370	-.0070653	.0026314
cohort_1932	-.0029813	.0024094	-1.24	0.216	-.0077037	.0017411
cohort_1933	.0009691	.0022326	0.43	0.664	-.0034068	.005345
cohort_1934	-.0028085	.0021471	-1.31	0.191	-.0070168	.0013998
cohort_1935	.000312	.0020523	0.15	0.879	-.0037105	.0043345
cohort_1936	-.0015554	.0019995	-0.78	0.437	-.0054744	.0023636
cohort_1937	.0018569	.0019671	0.94	0.345	-.0019985	.0057123
cohort_1938	.003201	.0019128	1.67	0.094	-.0005481	.00695

cohort_1939	-.0011184	.0019021	-0.59	0.557	-.0048464	.0026097
cohort_1940	.0004111	.0018877	0.22	0.828	-.0032888	.004111
cohort_1941	-.0008096	.0019485	-0.42	0.678	-.0046286	.0030094
cohort_1942	.0007541	.001963	0.38	0.701	-.0030932	.0046014
cohort_1943	.0040215	.0019794	2.03	0.042	.0001419	.0079011
cohort_1944	.0015118	.0020969	0.72	0.471	-.0025981	.0056217
cohort_1945	.0034809	.002072	1.68	0.093	-.0005801	.0075419
cohort_1946	.0003566	.0019856	0.18	0.857	-.0035352	.0042483
cohort_1947	.0031161	.0019473	1.60	0.110	-.0007006	.0069328
cohort_1948	.000461	.0019189	0.24	0.810	-.0032999	.0042219
cohort_1949	.0037513	.0018711	2.00	0.045	.0000839	.0074187
cohort_1950	.0032591	.0018753	1.74	0.082	-.0004164	.0069346
cohort_1951	.0021657	.0018883	1.15	0.251	-.0015353	.0058667
cohort_1952	.0026147	.0018522	1.41	0.158	-.0010155	.0062449
cohort_1953	.0064315	.0018654	3.45	0.001	.0027755	.0100875
cohort_1954	.007776	.0018802	4.14	0.000	.004091	.0114611
cohort_1955	-.0010964	.001885	-0.58	0.561	-.0047908	.002598
cohort_1956	.0020161	.0018578	1.09	0.278	-.001625	.0056573
cohort_1957	.0038719	.0018452	2.10	0.036	.0002554	.0074885
cohort_1958	.0015636	.0018436	0.85	0.396	-.0020499	.005177
cohort_1959	.0035863	.0017904	2.00	0.045	.0000771	.0070955
cohort_1960	.000987	.0018133	0.54	0.586	-.0025669	.0045409
cohort_1961	.0039187	.001855	2.11	0.035	.0002831	.0075544
cohort_1962	.0047746	.0018018	2.65	0.008	.0012431	.008306
cohort_1963	.0084739	.0018118	4.68	0.000	.0049228	.012025
cohort_1964	.0049058	.0018411	2.66	0.008	.0012973	.0085143
cohort_1965	.0074354	.0018472	4.03	0.000	.0038149	.0110558
cohort_1966	.0046229	.0019077	2.42	0.015	.0008839	.008362
cohort_1967	.0049083	.0019153	2.56	0.010	.0011545	.0086622
cohort_1968	.0024126	.002044	1.18	0.238	-.0015935	.0064188
cohort_1969	.0014364	.0020795	0.69	0.490	-.0026392	.0055121
cohort_1970	.0047049	.0021762	2.16	0.031	.0004397	.0089701
cohort_1971	.0025961	.0023471	1.11	0.269	-.002004	.0071963
cohort_1972	-.0006388	.0024742	-0.26	0.796	-.0054883	.0042106
cohort_1973	-.0002671	.0025671	-0.10	0.917	-.0052985	.0047642
cohort_1974	.0084109	.0026151	3.22	0.001	.0032855	.0135364
cohort_1975	.007398	.0026376	2.80	0.005	.0022284	.0125676
cohort_1976	-.003476	.00273	-1.27	0.203	-.0088267	.0018746
cohort_1977	.0056602	.0028725	1.97	0.049	.0000302	.0112902
cohort_1978	.0003592	.0030342	0.12	0.906	-.0055876	.0063061
cohort_1979	.0033881	.0030023	1.13	0.259	-.0024963	.0092726
cohort_1980	-.0011202	.0031426	-0.36	0.722	-.0072796	.0050392
cohort_1981	-.0024266	.0033231	-0.73	0.465	-.0089398	.0040867
cohort_1982	-.002659	.0033073	-0.80	0.421	-.0091411	.0038231
cohort_1983	-.0023633	.0036166	-0.65	0.513	-.0094516	.004725
cohort_1984	-.0072709	.0038609	-1.88	0.060	-.0148381	.0002963
cohort_1985	-.0032775	.003787	-0.87	0.387	-.0106998	.0041448
cohort_1986	-.0074184	.004187	-1.77	0.076	-.0156248	.0007879
cohort_1987	-.0049891	.0043251	-1.15	0.249	-.0134661	.0034879
cohort_1988	-.0010404	.0047496	-0.22	0.827	-.0103494	.0082687
cohort_1989	-.0008157	.00502	-0.16	0.871	-.0106547	.0090233
cohort_1990	-.0043157	.0055921	-0.77	0.440	-.015276	.0066446
cohort_1991	.0084486	.0058796	1.44	0.151	-.0030752	.0199724
cohort_1992	-.0016665	.0067257	-0.25	0.804	-.0148487	.0115156
cohort_1993	.0125017	.0086062	1.45	0.146	-.0043661	.0293695
cohort_1994	-.0101413	.0089592	-1.13	0.258	-.0277009	.0074184
cohort_1995	.0011003	.0116156	0.09	0.925	-.0216658	.0238664
cohort_1996	.0056867	.0135855	0.42	0.676	-.0209404	.0323138
cohort_1997	-.0111127	.021088	-0.53	0.598	-.0524444	.030219
_cons	.0146107	.0011829	12.35	0.000	.0122922	.0169292

Tabelle 73: Effekteberechnung für Reisen in die USA.

. apc_ie USA V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

```

Iteration 0:   log likelihood = 117166.64
Intrinsic estimator of APC effects           No. of obs   =   190630
Optimization   : ML                         Residual df   =   190416
                                                Scale parameter = .0171456
Deviance       = 3264.805632                (1/df) Deviance = .0171456
Pearson        = 3264.805632                (1/df) Pearson  = .0171456

Variance function: V(u) = 1                 [Gaussian]
Link function   : g(u) = u                  [Identity]

                                                AIC           = -1.227012
Log likelihood  = 117166.6386              BIC           = -2311830
    
```

USA	OIM					[95% Conf. Interval]
	Coef.	Std. Err.	z	P> z		
V5050	-.0019131	.0006027	-3.17	0.002	-.0030944	-.0007317
V3030	-.003905	.0002963	-13.18	0.000	-.0044858	-.0033243
age_14	-.0052776	.0042059	-1.25	0.210	-.013521	.0029659
age_15	-.0040804	.0037469	-1.09	0.276	-.0114242	.0032634
age_16	.0015998	.0034389	0.47	0.642	-.0051404	.0083401
age_17	.0048265	.0034694	1.39	0.164	-.0019733	.0116264
age_18	.0062368	.0031134	2.00	0.045	.0001347	.0123389
age_19	-.0026045	.0028829	-0.90	0.366	-.0082549	.0030459
age_20	.0042141	.0028672	1.47	0.142	-.0014056	.0098338
age_21	.0035286	.002867	1.23	0.218	-.0020906	.0091478
age_22	.0033849	.0027117	1.25	0.212	-.00193	.0086997
age_23	.0140859	.0026133	5.39	0.000	.0089639	.0192079
age_24	.0083153	.0025141	3.31	0.001	.0033879	.0132428
age_25	.0091022	.0024566	3.71	0.000	.0042874	.013917
age_26	.0052814	.0024167	2.19	0.029	.0005447	.0100182
age_27	.0057797	.0023943	2.41	0.016	.0010869	.0104725
age_28	.0046307	.0022337	2.07	0.038	.0002527	.0090086
age_29	.0034557	.0022755	1.52	0.129	-.0010041	.0079156
age_30	.0111079	.0021417	5.19	0.000	.0069102	.0153055
age_31	.0031267	.0023473	1.33	0.183	-.0014738	.0077273
age_32	-.0008542	.0022356	-0.38	0.702	-.0052359	.0035276
age_33	.0018352	.0022486	0.82	0.414	-.002572	.0062424
age_34	.0015451	.0022274	0.69	0.488	-.0028206	.0059108
age_35	.0008764	.0021292	0.41	0.681	-.0032967	.0050495
age_36	-.0013435	.0020948	-0.64	0.521	-.0054492	.0027622
age_37	-.0015082	.0022055	-0.68	0.494	-.0058309	.0028145
age_38	.000578	.0020344	0.28	0.776	-.0034092	.0045653
age_39	.0012915	.002125	0.61	0.543	-.0028734	.0054564
age_40	.0015669	.0019701	0.80	0.426	-.0022944	.0054282
age_41	.001836	.002234	0.82	0.411	-.0025425	.0062145
age_42	-.0017372	.0020152	-0.86	0.389	-.0056868	.0022125
age_43	.0006405	.0021909	0.29	0.770	-.0036536	.0049347
age_44	-.002867	.002203	-1.30	0.193	-.0071849	.0014508
age_45	.0051831	.0021243	2.44	0.015	.0010196	.0093467
age_46	.0032309	.0022708	1.42	0.155	-.0012199	.0076816
age_47	-.0028219	.0023268	-1.21	0.225	-.0073822	.0017385
age_48	.0039383	.0021845	1.80	0.071	-.0003433	.0082199
age_49	.0043074	.0023412	1.84	0.066	-.0002812	.008896
age_50	.0007815	.0020804	0.38	0.707	-.003296	.0048589

age_51	.0047115	.0023993	1.96	0.050	8.84e-06	.0094141
age_52	.0028377	.0022196	1.28	0.201	-.0015127	.007188
age_53	-.0006309	.0024018	-0.26	0.793	-.0053383	.0040765
age_54	.0081919	.0023947	3.42	0.001	.0034984	.0128854
age_55	-.0037623	.0023847	-1.58	0.115	-.0084361	.0009116
age_56	-.0020317	.0023917	-0.85	0.396	-.0067194	.002656
age_57	.0005287	.0025688	0.21	0.837	-.0045061	.0055636
age_58	-.0040593	.0023607	-1.72	0.086	-.0086861	.0005676
age_59	.0032871	.0024406	1.35	0.178	-.0014964	.0080706
age_60	-.0019902	.0021931	-0.91	0.364	-.0062886	.0023082
age_61	-.0027615	.002542	-1.09	0.277	-.0077437	.0022208
age_62	-.0003652	.0023846	-0.15	0.878	-.0050389	.0043085
age_63	-.0031969	.0024485	-1.31	0.192	-.0079959	.0016021
age_64	-.0008241	.0025508	-0.32	0.747	-.0058236	.0041754
age_65	-.0026816	.0023994	-1.12	0.264	-.0073844	.0020212
age_66	-.0050248	.0026425	-1.90	0.057	-.0102039	.0001544
age_67	-.001337	.0027084	-0.49	0.622	-.0066455	.0039714
age_68	-.0073496	.0026607	-2.76	0.006	-.0125644	-.0021347
age_69	-.0023322	.0028693	-0.81	0.416	-.007956	.0032917
age_70	-.0057801	.0026274	-2.20	0.028	-.0109297	-.0006305
age_71	-.0086878	.0031478	-2.76	0.006	-.0148574	-.0025183
age_72	-.0071931	.0030696	-2.34	0.019	-.0132095	-.0011767
age_73	-.0065953	.0034665	-1.90	0.057	-.0133896	.000199
age_74	-.0075819	.0036955	-2.05	0.040	-.014825	-.0003388
age_75	-.0020194	.0036101	-0.56	0.576	-.0090951	.0050563
age_76	-.0099223	.0042538	-2.33	0.020	-.0182595	-.001585
age_77	-.0098645	.004595	-2.15	0.032	-.0188704	-.0008585
age_78	-.003957	.0046287	-0.85	0.393	-.0130292	.0051151
age_79	-.0069735	.0050345	-1.39	0.166	-.016841	.002894
age_80	-.0058279	.0051601	-1.13	0.259	-.0159415	.0042857
period_1971	-.0114958	.0025022	-4.59	0.000	-.0164001	-.0065915
period_1972	-.0105024	.0024557	-4.28	0.000	-.0153155	-.0056892
period_1973	-.0092007	.0026011	-3.54	0.000	-.0142988	-.0041026
period_1974	-.0099514	.0024523	-4.06	0.000	-.0147577	-.0051451
period_1975	-.0059599	.0023468	-2.54	0.011	-.0105596	-.0013603
period_1976	-.0083886	.0023611	-3.55	0.000	-.0130163	-.0037609
period_1977	-.0084457	.0023915	-3.53	0.000	-.0131329	-.0037584
period_1978	-.0061476	.0023374	-2.63	0.009	-.0107287	-.0015665
period_1979	-.0039384	.0023479	-1.68	0.093	-.0085402	.0006635
period_1980	.0013872	.002242	0.62	0.536	-.003007	.0057815
period_1981	-.0055448	.0021884	-2.53	0.011	-.0098339	-.0012557
period_1983	-.0045287	.0023235	-1.95	0.051	-.0090826	.0000252
period_1984	-.0029506	.0022783	-1.30	0.195	-.0074159	.0015148
period_1985	-.0036096	.0022348	-1.62	0.106	-.0079897	.0007704
period_1986	-.0019534	.0022455	-0.87	0.384	-.0063545	.0024476
period_1987	-.0037216	.0020928	-1.78	0.075	-.0078233	.0003802
period_1988	.0072429	.0020179	3.59	0.000	.0032878	.011198
period_1989	.0037069	.0020268	1.83	0.067	-.0002655	.0076792
period_1990	.0012421	.0019149	0.65	0.517	-.0025111	.0049952
period_1991	.002148	.0019152	1.12	0.262	-.0016057	.0059017
period_1992	.0084846	.0018991	4.47	0.000	.0047624	.0122069
period_1993	.0128412	.001668	7.70	0.000	.009572	.0161103
period_1994	.0085516	.0016791	5.09	0.000	.0052606	.0118426
period_1995	.0059885	.0016745	3.58	0.000	.0027065	.0092704
period_1996	.0113053	.0017883	6.32	0.000	.0078003	.0148103
period_1997	.0152187	.001721	8.84	0.000	.0118457	.0185918
period_1998	.0126456	.0016908	7.48	0.000	.0093317	.0159596
period_1999	.0080915	.0017312	4.67	0.000	.0046985	.0114845
period_2000	.0032113	.0017218	1.87	0.062	-.0001635	.006586

period_2001	-.0022305	.0017147	-1.30	0.193	-.0055912	.0011302
period_2002	-.0033614	.0017059	-1.97	0.049	-.0067049	-.0000178
period_2003	-.0020648	.0017067	-1.21	0.226	-.0054098	.0012802
period_2004	.0033926	.0017501	1.94	0.053	-.0000375	.0068226
period_2005	.0022921	.0017572	1.30	0.192	-.001152	.0057362
period_2006	.0024575	.0017673	1.39	0.164	-.0010063	.0059214
period_2007	-.004111	.0017621	-2.33	0.020	-.0075646	-.0006573
period_2008	.0012521	.0017717	0.71	0.480	-.0022205	.0047246
period_2009	-.0018159	.0018032	-1.01	0.314	-.0053501	.0017182
period_2010	.0000923	.0018119	0.05	0.959	-.003459	.0036437
period_2011	-.0016387	.0018098	-0.91	0.365	-.0051858	.0019083
period_2012	9.43e-06	.00182	0.01	0.996	-.0035577	.0035765
cohort_1891	-.0042911	.0452253	-0.09	0.924	-.092931	.0843488
cohort_1892	-.0030102	.0385074	-0.08	0.938	-.0784833	.0724629
cohort_1893	.0295195	.0238739	1.24	0.216	-.0172725	.0763116
cohort_1894	-.0043699	.0201163	-0.22	0.828	-.0437971	.0350573
cohort_1895	-.0033395	.0191958	-0.17	0.862	-.0409627	.0342836
cohort_1896	-.0055698	.0151585	-0.37	0.713	-.0352799	.0241402
cohort_1897	-.0059176	.0136885	-0.43	0.666	-.0327466	.0209114
cohort_1898	.0039545	.012009	0.33	0.742	-.0195827	.0274918
cohort_1899	.0095049	.0111672	0.85	0.395	-.0123823	.0313921
cohort_1900	.0118841	.0101296	1.17	0.241	-.0079696	.0317378
cohort_1901	-.0016468	.0092387	-0.18	0.859	-.0197542	.0164607
cohort_1902	.003643	.0079403	0.46	0.646	-.0119197	.0192057
cohort_1903	.007704	.0080868	0.95	0.341	-.0081458	.0235538
cohort_1904	-.0001502	.0078146	-0.02	0.985	-.0154665	.0151661
cohort_1905	.0009239	.0070666	0.13	0.896	-.0129264	.0147742
cohort_1906	.0051357	.0063767	0.81	0.421	-.0073624	.0176337
cohort_1907	.0050893	.0060952	0.83	0.404	-.006857	.0170355
cohort_1908	-.0032712	.0054774	-0.60	0.550	-.0140066	.0074643
cohort_1909	.003002	.0055375	0.54	0.588	-.0078513	.0138553
cohort_1910	-.0049504	.0052352	-0.95	0.344	-.0152112	.0053104
cohort_1911	-.0025125	.0050476	-0.50	0.619	-.0124057	.0073807
cohort_1912	.0026942	.0048083	0.56	0.575	-.0067299	.0121183
cohort_1913	-.0003238	.0047978	-0.07	0.946	-.0097274	.0090797
cohort_1914	-.0098825	.0047902	-2.06	0.039	-.0192712	-.0004938
cohort_1915	-.0082166	.0053877	-1.53	0.127	-.0187762	.0023431
cohort_1916	-.0057354	.0052808	-1.09	0.277	-.0160857	.0046148
cohort_1917	-.005741	.0051349	-1.12	0.264	-.0158051	.0043231
cohort_1918	-.0081341	.0045321	-1.79	0.073	-.0170168	.0007487
cohort_1919	-.0063217	.0040553	-1.56	0.119	-.0142699	.0016265
cohort_1920	-.0103458	.003905	-2.65	0.008	-.0179995	-.0026922
cohort_1921	-.0022946	.0038157	-0.60	0.548	-.0097733	.0051841
cohort_1922	-.0046603	.0037505	-1.24	0.214	-.0120112	.0026906
cohort_1923	-.0069169	.0036401	-1.90	0.057	-.0140514	.0002176
cohort_1924	-.0076831	.003556	-2.16	0.031	-.0146527	-.0007135
cohort_1925	-.0069406	.0033616	-2.06	0.039	-.0135292	-.0003521
cohort_1926	-.0016813	.0033658	-0.50	0.617	-.0082782	.0049155
cohort_1927	-.0002474	.0033048	-0.07	0.940	-.0067247	.0062299
cohort_1928	-.0097073	.0031663	-3.07	0.002	-.0159132	-.0035014
cohort_1929	-.0071111	.0031044	-2.29	0.022	-.0131956	-.0010266
cohort_1930	-.0055223	.0031228	-1.77	0.077	-.0116429	.0005983
cohort_1931	-.0035347	.0030877	-1.14	0.252	-.0095865	.0025171
cohort_1932	-.0070353	.0030075	-2.34	0.019	-.0129299	-.0011408
cohort_1933	-.0053354	.0027868	-1.91	0.056	-.0107975	.0001267
cohort_1934	-.0022861	.0026801	-0.85	0.394	-.007539	.0029668
cohort_1935	-.0015813	.0025618	-0.62	0.537	-.0066022	.0034397
cohort_1936	-.0054348	.0024958	-2.18	0.029	-.0103265	-.000543
cohort_1937	-.0016023	.0024553	-0.65	0.514	-.0064146	.00321
cohort_1938	-.0032305	.0023876	-1.35	0.176	-.0079101	.0014491

cohort_1939	-.0067023	.0023742	-2.82	0.005	-.0113558	-.0020489
cohort_1940	.0007044	.0023563	0.30	0.765	-.0039139	.0053227
cohort_1941	-.0028765	.0024322	-1.18	0.237	-.0076434	.0018905
cohort_1942	.0015481	.0024502	0.63	0.528	-.0032542	.0063504
cohort_1943	-.0004935	.0024707	-0.20	0.842	-.0053361	.0043491
cohort_1944	.0012275	.0026174	0.47	0.639	-.0039025	.0063575
cohort_1945	-.0005272	.0025863	-0.20	0.838	-.0055962	.0045418
cohort_1946	-.0038858	.0024785	-1.57	0.117	-.0087436	.0009719
cohort_1947	-.004924	.0024307	-2.03	0.043	-.009688	-.00016
cohort_1948	-.0029177	.0023952	-1.22	0.223	-.0076122	.0017767
cohort_1949	-.0035932	.0023356	-1.54	0.124	-.0081709	.0009845
cohort_1950	-.0056713	.0023408	-2.42	0.015	-.0102591	-.0010835
cohort_1951	-.0024955	.002357	-1.06	0.290	-.0071152	.0021241
cohort_1952	-.00152	.0023119	-0.66	0.511	-.0060514	.0030113
cohort_1953	-.0051407	.0023284	-2.21	0.027	-.0097043	-.0005772
cohort_1954	-.0030947	.0023469	-1.32	0.187	-.0076945	.0015051
cohort_1955	-.0030742	.0023528	-1.31	0.191	-.0076857	.0015373
cohort_1956	-.0068908	.0023189	-2.97	0.003	-.0114357	-.0023458
cohort_1957	-.0027596	.0023032	-1.20	0.231	-.0072738	.0017547
cohort_1958	-.0017537	.0023012	-0.76	0.446	-.0062641	.0027566
cohort_1959	-.0034514	.0022349	-1.54	0.123	-.0078317	.0009288
cohort_1960	-.0075858	.0022633	-3.35	0.001	-.0120219	-.0031497
cohort_1961	-.0011165	.0023154	-0.48	0.630	-.0056545	.0034216
cohort_1962	.0041202	.0022491	1.83	0.067	-.0002879	.0085283
cohort_1963	.0001428	.0022615	0.06	0.950	-.0042898	.0045753
cohort_1964	.0065646	.0022981	2.86	0.004	.0020604	.0110687
cohort_1965	-.0002312	.0023057	-0.10	0.920	-.0047503	.004288
cohort_1966	.0015659	.0023813	0.66	0.511	-.0031012	.0062331
cohort_1967	.0006953	.0023907	0.29	0.771	-.0039903	.0053809
cohort_1968	.0034207	.0025513	1.34	0.180	-.0015798	.0084213
cohort_1969	-.0010454	.0025956	-0.40	0.687	-.0061328	.0040419
cohort_1970	-.0007696	.0027163	-0.28	0.777	-.0060936	.0045543
cohort_1971	-.0043533	.0029296	-1.49	0.137	-.0100953	.0013887
cohort_1972	.006552	.0030884	2.12	0.034	.0004989	.0126052
cohort_1973	-.0012429	.0032042	-0.39	0.698	-.0075231	.0050373
cohort_1974	-.0051047	.0032642	-1.56	0.118	-.0115024	.0012931
cohort_1975	.0072753	.0032923	2.21	0.027	.0008225	.0137282
cohort_1976	.0042832	.0034076	1.26	0.209	-.0023956	.010962
cohort_1977	.0136076	.0035855	3.80	0.000	.0065801	.0206351
cohort_1978	-.0008382	.0037873	-0.22	0.825	-.0082612	.0065849
cohort_1979	.002319	.0037476	0.62	0.536	-.0050261	.0096641
cohort_1980	.0017071	.0039227	0.44	0.663	-.0059812	.0093954
cohort_1981	-.0080837	.004148	-1.95	0.051	-.0162136	.0000462
cohort_1982	-.0006671	.0041282	-0.16	0.872	-.0087582	.0074241
cohort_1983	.0118027	.0045142	2.61	0.009	.0029549	.0206505
cohort_1984	-.0066603	.0048192	-1.38	0.167	-.0161058	.0027852
cohort_1985	.0051494	.004727	1.09	0.276	-.0041152	.0144141
cohort_1986	.0046451	.0052263	0.89	0.374	-.0055982	.0148885
cohort_1987	.0092604	.0053987	1.72	0.086	-.0013208	.0198416
cohort_1988	.0097595	.0059285	1.65	0.100	-.0018603	.0213792
cohort_1989	.010428	.006266	1.66	0.096	-.0018533	.0227092
cohort_1990	-.0013191	.0069802	-0.19	0.850	-.0149999	.0123618
cohort_1991	.0072211	.007339	0.98	0.325	-.0071631	.0216054
cohort_1992	.0070734	.0083952	0.84	0.399	-.0093808	.0235276
cohort_1993	.0055426	.0107424	0.52	0.606	-.0155121	.0265973
cohort_1994	.0109111	.011183	0.98	0.329	-.0110073	.0328294
cohort_1995	.014762	.0144988	1.02	0.309	-.0136551	.0431791
cohort_1996	.0099931	.0169577	0.59	0.556	-.0232434	.0432296
cohort_1997	.0319882	.0263225	1.22	0.224	-.0196029	.0835793
_cons	.0298538	.0014765	20.22	0.000	.0269599	.0327478

Tabelle 74: Effektberechnung für Reisen nach Südostasien.

. apc_ie SOA V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

```

Iteration 0:   log likelihood = 185953.62
Intrinsic estimator of APC effects
Optimization   : ML
No. of obs    = 190630
Residual df   = 190416
Scale parameter = .0083317
Deviance      = 1586.483026
(1/df) Deviance = .0083317
Pearson       = 1586.483026
(1/df) Pearson = .0083317

Variance function: V(u) = 1
Link function      : g(u) = u
[Gaussian]
[Identity]

Log likelihood    = 185953.6247
AIC               = -1.948692
BIC               = -2313508
    
```

SOA	OIM					[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.	z	P> z			
V5050	-.0049963	.0004202	-11.89	0.000	-.0058198	-.0041728	
V3030	-.004134	.0002066	-20.01	0.000	-.0045388	-.0037291	
age_14	-.0015516	.0029319	-0.53	0.597	-.007298	.0041949	
age_15	.000316	.0026119	0.12	0.904	-.0048033	.0054353	
age_16	-.0005739	.0023973	-0.24	0.811	-.0052725	.0041246	
age_17	-.002285	.0024185	-0.94	0.345	-.0070251	.0024551	
age_18	-.0019814	.0021703	-0.91	0.361	-.0062351	.0022723	
age_19	-.0018997	.0020097	-0.95	0.344	-.0058386	.0020391	
age_20	-.006753	.0019987	-3.38	0.001	-.0106704	-.0028355	
age_21	-.0025694	.0019985	-1.29	0.199	-.0064865	.0013476	
age_22	-.0031547	.0018903	-1.67	0.095	-.0068597	.0005502	
age_23	-.0024913	.0018217	-1.37	0.171	-.0060618	.0010792	
age_24	-.0011941	.0017525	-0.68	0.496	-.004629	.0022408	
age_25	-.0003455	.0017125	-0.20	0.840	-.0037019	.0030108	
age_26	.0055264	.0016847	3.28	0.001	.0022245	.0088284	
age_27	.0054455	.0016691	3.26	0.001	.0021742	.0087168	
age_28	.0021906	.0015571	1.41	0.159	-.0008612	.0052425	
age_29	.0034669	.0015862	2.19	0.029	.000358	.0065759	
age_30	.0016681	.0014929	1.12	0.264	-.001258	.0045942	
age_31	.0061079	.0016363	3.73	0.000	.0029009	.009315	
age_32	.0017182	.0015584	1.10	0.270	-.0013363	.0047727	
age_33	.0021736	.0015675	1.39	0.166	-.0008986	.0052458	
age_34	.0014445	.0015527	0.93	0.352	-.0015988	.0044878	
age_35	.0059983	.0014842	4.04	0.000	.0030892	.0089073	
age_36	.0035672	.0014603	2.44	0.015	.0007051	.0064292	
age_37	.0049649	.0015374	3.23	0.001	.0019516	.0079782	
age_38	.0033197	.0014181	2.34	0.019	.0005402	.0060992	
age_39	.0001774	.0014813	0.12	0.905	-.002726	.0030807	
age_40	.0037916	.0013733	2.76	0.006	.0010999	.0064832	
age_41	.0031134	.0015573	2.00	0.046	.0000612	.0061656	
age_42	.0051589	.0014048	3.67	0.000	.0024056	.0079121	
age_43	.003844	.0015273	2.52	0.012	.0008505	.0068374	
age_44	.0014581	.0015357	0.95	0.342	-.0015519	.004468	
age_45	.0048456	.0014808	3.27	0.001	.0019433	.007748	
age_46	.003788	.001583	2.39	0.017	.0006855	.0068906	
age_47	.0066592	.001622	4.11	0.000	.0034802	.0098382	
age_48	.0023823	.0015228	1.56	0.118	-.0006023	.005367	
age_49	.0034212	.001632	2.10	0.036	.0002225	.0066199	
age_50	.0040679	.0014502	2.81	0.005	.0012256	.0069103	

age_51	.0012444	.0016726	0.74	0.457	-.0020337	.0045226
age_52	.0036511	.0015473	2.36	0.018	.0006185	.0066837
age_53	.0005121	.0016743	0.31	0.760	-.0027694	.0037936
age_54	.0022462	.0016693	1.35	0.178	-.0010256	.0055181
age_55	-.000989	.0016623	-0.59	0.552	-.0042471	.002269
age_56	.0019172	.0016673	1.15	0.250	-.0013505	.005185
age_57	-.0036808	.0017907	-2.06	0.040	-.0071905	-.0001711
age_58	.0008186	.0016456	0.50	0.619	-.0024067	.0040439
age_59	.004304	.0017013	2.53	0.011	.0009695	.0076385
age_60	-.0018985	.0015288	-1.24	0.214	-.0048949	.0010978
age_61	.0015199	.001772	0.86	0.391	-.0019532	.004993
age_62	-.0025145	.0016623	-1.51	0.130	-.0057725	.0007435
age_63	.0012428	.0017068	0.73	0.467	-.0021026	.0045881
age_64	-.0019933	.0017781	-1.12	0.262	-.0054784	.0014918
age_65	-.0009365	.0016726	-0.56	0.576	-.0042148	.0023418
age_66	-.0027884	.001842	-1.51	0.130	-.0063988	.0008219
age_67	-.0009143	.001888	-0.48	0.628	-.0046148	.0027861
age_68	-.0012081	.0018547	-0.65	0.515	-.0048433	.0024271
age_69	-.0042339	.0020002	-2.12	0.034	-.0081542	-.0003136
age_70	-.0037076	.0018315	-2.02	0.043	-.0072974	-.0001179
age_71	-.0038984	.0021943	-1.78	0.076	-.0081991	.0004023
age_72	-.0052049	.0021398	-2.43	0.015	-.0093988	-.0010109
age_73	-.0048175	.0024165	-1.99	0.046	-.0095538	-.0000813
age_74	-.0060416	.0025761	-2.35	0.019	-.0110907	-.0009925
age_75	-.0066058	.0025166	-2.62	0.009	-.0115382	-.0016733
age_76	-.0071031	.0029653	-2.40	0.017	-.012915	-.0012913
age_77	-.0082611	.0032031	-2.58	0.010	-.0145391	-.0019831
age_78	-.0069822	.0032266	-2.16	0.030	-.0133063	-.0006581
age_79	-.00551	.0035095	-1.57	0.116	-.0123886	.0013685
age_80	-.0039825	.003597	-1.11	0.268	-.0110326	.0030675
period_1971	-.0034848	.0017443	-2.00	0.046	-.0069035	-.000066
period_1972	-.0043267	.0017119	-2.53	0.011	-.0076819	-.0009715
period_1973	-.004589	.0018132	-2.53	0.011	-.0081428	-.0010351
period_1974	-.0023422	.0017094	-1.37	0.171	-.0056926	.0010083
period_1975	-.0030907	.0016359	-1.89	0.059	-.0062971	.0001157
period_1976	-.0034697	.0016459	-2.11	0.035	-.0066956	-.0002437
period_1977	-.0036598	.0016671	-2.20	0.028	-.0069272	-.0003924
period_1978	-.0051708	.0016293	-3.17	0.002	-.0083643	-.0019774
period_1979	-.0036857	.0016367	-2.25	0.024	-.0068936	-.0004778
period_1980	-.0043402	.0015629	-2.78	0.005	-.0074034	-.0012771
period_1981	-.0027402	.0015255	-1.80	0.072	-.0057301	.0002497
period_1983	-.0043056	.0016197	-2.66	0.008	-.0074801	-.0011312
period_1984	-.0026706	.0015882	-1.68	0.093	-.0057834	.0004421
period_1985	-.0034452	.0015578	-2.21	0.027	-.0064985	-.0003919
period_1986	-.000986	.0015653	-0.63	0.529	-.004054	.0020819
period_1987	-.0016603	.0014588	-1.14	0.255	-.0045196	.001199
period_1988	-.0025801	.0014067	-1.83	0.067	-.0053372	.0001769
period_1989	.0016058	.0014128	1.14	0.256	-.0011633	.0043749
period_1990	-.0022553	.0013349	-1.69	0.091	-.0048715	.000361
period_1991	-.0018696	.0013351	-1.40	0.161	-.0044863	.0007471
period_1992	-.0028234	.0013239	-2.13	0.033	-.0054181	-.0002286
period_1993	.0015423	.0011627	1.33	0.185	-.0007366	.0038212
period_1994	-.0012811	.0011705	-1.09	0.274	-.0035752	.001013
period_1995	-.0007053	.0011673	-0.60	0.546	-.0029931	.0015825
period_1996	.0048155	.0012466	3.86	0.000	.0023722	.0072588
period_1997	.0003893	.0011997	0.32	0.746	-.001962	.0027406
period_1998	.0007883	.0011787	0.67	0.504	-.0015218	.0030984
period_1999	.0004825	.0012068	0.40	0.689	-.0018827	.0028478
period_2000	.0025331	.0012003	2.11	0.035	.0001806	.0048857

period_2001	.0019201	.0011953	1.61	0.108	-.0004225	.0042628
period_2002	.0003442	.0011892	0.29	0.772	-.0019865	.002675
period_2003	.0025017	.0011897	2.10	0.035	.0001699	.0048334
period_2004	.0038292	.0012199	3.14	0.002	.0014381	.0062202
period_2005	.0017779	.0012249	1.45	0.147	-.0006229	.0041787
period_2006	.0033261	.001232	2.70	0.007	.0009115	.0057407
period_2007	.0075225	.0012283	6.12	0.000	.005115	.00993
period_2008	.0044394	.0012351	3.59	0.000	.0020187	.0068601
period_2009	.0075012	.001257	5.97	0.000	.0050375	.0099648
period_2010	.0078488	.0012631	6.21	0.000	.0053732	.0103244
period_2011	.0069879	.0012616	5.54	0.000	.0045153	.0094605
period_2012	.0053265	.0012687	4.20	0.000	.00284	.0078131
cohort_1891	-.0029054	.0315261	-0.09	0.927	-.0646954	.0588846
cohort_1892	-.000382	.0268431	-0.01	0.989	-.0529935	.0522296
cohort_1893	.000385	.0166423	0.02	0.982	-.0322333	.0330032
cohort_1894	.0000645	.0140229	0.00	0.996	-.0274198	.0275488
cohort_1895	.0011911	.0133812	0.09	0.929	-.0250356	.0274178
cohort_1896	.000745	.0105668	0.07	0.944	-.0199655	.0214556
cohort_1897	.0008965	.0095421	0.09	0.925	-.0178057	.0195987
cohort_1898	.0014153	.0083714	0.17	0.866	-.0149923	.0178229
cohort_1899	.0011717	.0077845	0.15	0.880	-.0140857	.016429
cohort_1900	.000044	.0070613	0.01	0.995	-.0137959	.0138838
cohort_1901	-.000035	.0064402	-0.01	0.996	-.0126575	.0125876
cohort_1902	.0002548	.0055351	0.05	0.963	-.0105937	.0111034
cohort_1903	-.0006436	.0056372	-0.11	0.909	-.0116924	.0104052
cohort_1904	-.0011646	.0054475	-0.21	0.831	-.0118415	.0095122
cohort_1905	-.0011471	.0049261	-0.23	0.816	-.010802	.0085078
cohort_1906	-.0012574	.0044451	-0.28	0.777	-.0099697	.0074548
cohort_1907	-.0017471	.0042489	-0.41	0.681	-.0100747	.0065805
cohort_1908	-.0020668	.0038182	-0.54	0.588	-.0095504	.0054168
cohort_1909	-.0022215	.0038601	-0.58	0.565	-.0097872	.0053442
cohort_1910	-.0023245	.0036494	-0.64	0.524	-.0094772	.0048282
cohort_1911	-.002375	.0035187	-0.67	0.500	-.0092714	.0045214
cohort_1912	-.0029659	.0033518	-0.88	0.376	-.0095354	.0036035
cohort_1913	-.0022278	.0033445	-0.67	0.505	-.008783	.0043273
cohort_1914	-.0020789	.0033392	-0.62	0.534	-.0086236	.0044659
cohort_1915	-.003711	.0037557	-0.99	0.323	-.011072	.0036501
cohort_1916	-.0017271	.0036812	-0.47	0.639	-.0089422	.0054879
cohort_1917	-.0007813	.0035795	-0.22	0.827	-.0077969	.0062343
cohort_1918	-.0017172	.0031593	-0.54	0.587	-.0079093	.0044749
cohort_1919	-.0038468	.0028269	-1.36	0.174	-.0093874	.0016938
cohort_1920	-.0010814	.0027221	-0.40	0.691	-.0064167	.0042539
cohort_1921	-.004403	.0026599	-1.66	0.098	-.0096163	.0008103
cohort_1922	-.0018654	.0026145	-0.71	0.476	-.0069896	.0032589
cohort_1923	-.0041641	.0025375	-1.64	0.101	-.0091375	.0008093
cohort_1924	-.0037941	.0024788	-1.53	0.126	-.0086525	.0010644
cohort_1925	-.0034678	.0023433	-1.48	0.139	-.0080606	.001125
cohort_1926	-.0020865	.0023463	-0.89	0.374	-.0066851	.0025121
cohort_1927	-.0038994	.0023038	-1.69	0.091	-.0084147	.0006159
cohort_1928	-.0034139	.0022072	-1.55	0.122	-.00774	.0009122
cohort_1929	-.0045346	.0021641	-2.10	0.036	-.008776	-.0002931
cohort_1930	-.0046165	.0021769	-2.12	0.034	-.008883	-.0003499
cohort_1931	-.0047606	.0021524	-2.21	0.027	-.0089793	-.000542
cohort_1932	-.0037974	.0020965	-1.81	0.070	-.0079065	.0003117
cohort_1933	-.0033284	.0019427	-1.71	0.087	-.007136	.0004791
cohort_1934	-.0015917	.0018683	-0.85	0.394	-.0052535	.00207
cohort_1935	-.0018183	.0017858	-1.02	0.309	-.0053184	.0016817
cohort_1936	-.0033168	.0017398	-1.91	0.057	-.0067268	.0000932
cohort_1937	-.0004044	.0017116	-0.24	0.813	-.0037591	.0029502
cohort_1938	-.0020776	.0016644	-1.25	0.212	-.0053397	.0011845

cohort_1939	-.0017289	.0016551	-1.04	0.296	-.0049728	.0015149
cohort_1940	-.0012161	.0016426	-0.74	0.459	-.0044355	.0020032
cohort_1941	-.0022313	.0016954	-1.32	0.188	-.0055543	.0010917
cohort_1942	-.0000173	.001708	-0.01	0.992	-.003365	.0033303
cohort_1943	-.0000456	.0017223	-0.03	0.979	-.0034213	.0033302
cohort_1944	.0022643	.0018246	1.24	0.215	-.0013118	.0058404
cohort_1945	-.0015729	.0018029	-0.87	0.383	-.0051064	.0019607
cohort_1946	.0012463	.0017277	0.72	0.471	-.00214	.0046325
cohort_1947	.0006132	.0016944	0.36	0.717	-.0027077	.0039342
cohort_1948	.002828	.0016697	1.69	0.090	-.0004445	.0061004
cohort_1949	.0027188	.0016281	1.67	0.095	-.0004723	.0059099
cohort_1950	.0026753	.0016317	1.64	0.101	-.0005228	.0058734
cohort_1951	.0013321	.001643	0.81	0.418	-.0018882	.0045524
cohort_1952	.0024745	.0016116	1.54	0.125	-.0006843	.0056332
cohort_1953	-.0021593	.0016231	-1.33	0.183	-.0053405	.0010218
cohort_1954	.0033339	.001636	2.04	0.042	.0001274	.0065404
cohort_1955	.0012188	.0016401	0.74	0.457	-.0019958	.0044334
cohort_1956	.002459	.0016165	1.52	0.128	-.0007093	.0056272
cohort_1957	.0009384	.0016056	0.58	0.559	-.0022084	.0040852
cohort_1958	.0026614	.0016042	1.66	0.097	-.0004827	.0058055
cohort_1959	.007372	.0015579	4.73	0.000	.0043186	.0104254
cohort_1960	.0063204	.0015778	4.01	0.000	.003228	.0094127
cohort_1961	.0043709	.001614	2.71	0.007	.0012074	.0075343
cohort_1962	.005752	.0015678	3.67	0.000	.0026791	.0088248
cohort_1963	.001464	.0015765	0.93	0.353	-.0016259	.0045539
cohort_1964	.001152	.001602	0.72	0.472	-.0019878	.0042919
cohort_1965	.005587	.0016073	3.48	0.001	.0024367	.0087373
cohort_1966	.0053429	.0016599	3.22	0.001	.0020895	.0085963
cohort_1967	.00444	.0016665	2.66	0.008	.0011737	.0077063
cohort_1968	.0002267	.0017785	0.13	0.899	-.0032591	.0037125
cohort_1969	.0034294	.0018094	1.90	0.058	-.0001169	.0069757
cohort_1970	.0051766	.0018935	2.73	0.006	.0014654	.0088879
cohort_1971	.0005837	.0020422	0.29	0.775	-.003419	.0045863
cohort_1972	.013783	.0021529	6.40	0.000	.0095635	.0180026
cohort_1973	.0058976	.0022337	2.64	0.008	.0015198	.0102755
cohort_1974	.0023084	.0022754	1.01	0.310	-.0021514	.0067682
cohort_1975	.0054731	.0022951	2.38	0.017	.0009748	.0099713
cohort_1976	.0010325	.0023754	0.43	0.664	-.0036232	.0056882
cohort_1977	.0046099	.0024994	1.84	0.065	-.0002889	.0095087
cohort_1978	.0030981	.0026401	1.17	0.241	-.0020764	.0082726
cohort_1979	.0022689	.0026124	0.87	0.385	-.0028513	.007389
cohort_1980	-.0000984	.0027345	-0.04	0.971	-.0054578	.0052611
cohort_1981	.0011804	.0028915	0.41	0.683	-.0044868	.0068477
cohort_1982	.0018741	.0028777	0.65	0.515	-.0037661	.0075144
cohort_1983	.0004654	.0031468	0.15	0.882	-.0057023	.006633
cohort_1984	-.0009013	.0033594	-0.27	0.788	-.0074857	.0056831
cohort_1985	.0088736	.0032951	2.69	0.007	.0024153	.0153319
cohort_1986	.0003571	.0036432	0.10	0.922	-.0067834	.0074976
cohort_1987	.0014554	.0037634	0.39	0.699	-.0059206	.0088315
cohort_1988	.001436	.0041327	0.35	0.728	-.006664	.009536
cohort_1989	-.001995	.004368	-0.46	0.648	-.0105561	.0065661
cohort_1990	.0018539	.0048658	0.38	0.703	-.0076829	.0113907
cohort_1991	-.0006709	.005116	-0.13	0.896	-.010698	.0093562
cohort_1992	.0007904	.0058522	0.14	0.893	-.0106797	.0122605
cohort_1993	-.0069253	.0074884	-0.92	0.355	-.0216023	.0077518
cohort_1994	-.0073293	.0077956	-0.94	0.347	-.0226083	.0079498
cohort_1995	-.0068788	.010107	-0.68	0.496	-.0266881	.0129305
cohort_1996	-.0062431	.0118211	-0.53	0.597	-.0294119	.0169258
cohort_1997	-.0051459	.0183491	-0.28	0.779	-.0411095	.0308177
_cons	.0235513	.0010293	22.88	0.000	.021534	.0255687

Tabelle 75: Effekteberechnung für Reisen in die Türkei.

```
. apc_ie Tuerkei V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

Iteration 0:  log likelihood = 44838.286
Intrinsic estimator of APC effects          No. of obs      = 190630
Optimization      : ML                      Residual df     = 190416
                                                Scale parameter = .0366194
Deviance          = 6972.927661            (1/df) Deviance = .0366194
Pearson           = 6972.927661            (1/df) Pearson  = .0366194

Variance function: V(u) = 1                [Gaussian]
Link function     : g(u) = u                [Identity]

Log likelihood    = 44838.2859              AIC              = -.4681769
                                                BIC              = -2308122
```

Tuerkei	OIM					[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.	z	P> z			
V5050	-.0005468	.0008809	-0.62	0.535	-.0022733	.0011797	
V3030	.0005368	.000433	1.24	0.215	-.0003119	.0013856	
age_14	-.0172087	.0061467	-2.80	0.005	-.0292559	-.0051615	
age_15	-.0189322	.0054758	-3.46	0.001	-.0296646	-.0081998	
age_16	-.0165263	.0050258	-3.29	0.001	-.0263767	-.0066759	
age_17	-.0100236	.0050703	-1.98	0.048	-.0199612	-.0000861	
age_18	-.0083038	.00455	-1.83	0.068	-.0172216	.000614	
age_19	-.0041082	.0042132	-0.98	0.330	-.0123659	.0041495	
age_20	-.000211	.0041903	-0.05	0.960	-.0084238	.0080018	
age_21	-.002552	.0041899	-0.61	0.542	-.0107641	.0056601	
age_22	.0068388	.003963	1.73	0.084	-.0009285	.0146061	
age_23	.0013564	.0038192	0.36	0.722	-.0061291	.0088418	
age_24	.0089392	.0036741	2.43	0.015	.001738	.0161403	
age_25	.0030151	.0035901	0.84	0.401	-.0040214	.0100516	
age_26	.0040663	.0035319	1.15	0.250	-.0028561	.0109887	
age_27	.0061434	.0034992	1.76	0.079	-.0007148	.0130016	
age_28	.0031611	.0032644	0.97	0.333	-.003237	.0095592	
age_29	.0048053	.0033255	1.45	0.148	-.0017125	.0113231	
age_30	.0033959	.0031299	1.08	0.278	-.0027386	.0095304	
age_31	.0015457	.0034304	0.45	0.652	-.0051777	.0082692	
age_32	.0058867	.0032672	1.80	0.072	-.000517	.0122904	
age_33	.0065878	.0032862	2.00	0.045	.000147	.0130287	
age_34	.0043642	.0032552	1.34	0.180	-.002016	.0107443	
age_35	.0047167	.0031116	1.52	0.130	-.001382	.0108154	
age_36	.004011	.0030614	1.31	0.190	-.0019892	.0100112	
age_37	.0103012	.0032232	3.20	0.001	.0039839	.0166186	
age_38	.012078	.0029731	4.06	0.000	.0062508	.0179051	
age_39	.0081942	.0031055	2.64	0.008	.0021074	.014281	
age_40	.0110242	.0028792	3.83	0.000	.0053812	.0166672	
age_41	.0086184	.0032648	2.64	0.008	.0022195	.0150172	
age_42	.0041441	.002945	1.41	0.159	-.0016281	.0099163	
age_43	.0118754	.0032019	3.71	0.000	.0055997	.018151	
age_44	.016317	.0032196	5.07	0.000	.0100067	.0226273	
age_45	.0108667	.0031045	3.50	0.000	.0047819	.0169514	
age_46	.0145437	.0033187	4.38	0.000	.0080392	.0210482	
age_47	.0075913	.0034004	2.23	0.026	.0009266	.0142559	
age_48	.0113567	.0031925	3.56	0.000	.0050995	.0176139	
age_49	.0092056	.0034215	2.69	0.007	.0024997	.0159116	
age_50	.0105004	.0030403	3.45	0.001	.0045415	.0164594	

age_51	.0126475	.0035065	3.61	0.000	.0057749	.0195201
age_52	.0106305	.0032438	3.28	0.001	.0042727	.0169883
age_53	.0094821	.0035101	2.70	0.007	.0026026	.0163617
age_54	.0066702	.0034997	1.91	0.057	-.0001891	.0135295
age_55	.0074327	.003485	2.13	0.033	.0006022	.0142632
age_56	.0032078	.0034954	0.92	0.359	-.003643	.0100586
age_57	.0032826	.0037542	0.87	0.382	-.0040755	.0106407
age_58	.0123314	.00345	3.57	0.000	.0055695	.0190932
age_59	.0055564	.0035668	1.56	0.119	-.0014343	.0125471
age_60	.0065627	.0032051	2.05	0.041	.000281	.0128445
age_61	.0002911	.003715	0.08	0.938	-.0069901	.0075723
age_62	.0002448	.0034849	0.07	0.944	-.0065855	.0070751
age_63	-.0021493	.0035783	-0.60	0.548	-.0091627	.0048641
age_64	.0026534	.0037278	0.71	0.477	-.0046529	.0099598
age_65	-.0039538	.0035066	-1.13	0.260	-.0108267	.002919
age_66	-.0087227	.0038618	-2.26	0.024	-.0162917	-.0011537
age_67	-.001909	.0039582	-0.48	0.630	-.009667	.0058489
age_68	-.0053186	.0038884	-1.37	0.171	-.0129398	.0023026
age_69	-.0086201	.0041934	-2.06	0.040	-.016839	-.0004013
age_70	-.0074056	.0038398	-1.93	0.054	-.0149314	.0001203
age_71	-.0077394	.0046003	-1.68	0.092	-.0167558	.0012769
age_72	-.0076261	.0044861	-1.70	0.089	-.0164186	.0011664
age_73	-.0161168	.0050661	-3.18	0.001	-.0260462	-.0061874
age_74	-.025883	.0054008	-4.79	0.000	-.0364684	-.0152977
age_75	-.0190452	.0052759	-3.61	0.000	-.0293859	-.0087045
age_76	-.0146452	.0062166	-2.36	0.018	-.0268295	-.0024608
age_77	-.0174522	.0067152	-2.60	0.009	-.0306139	-.0042906
age_78	-.0228183	.0067646	-3.37	0.001	-.0360767	-.00956
age_79	-.0226439	.0073576	-3.08	0.002	-.0370646	-.0082232
age_80	-.0265287	.0075411	-3.52	0.000	-.0413091	-.0117484
period_1971	-.0268704	.0036569	-7.35	0.000	-.0340377	-.0197031
period_1972	-.0257958	.0035889	-7.19	0.000	-.0328299	-.0187617
period_1973	-.0221007	.0038014	-5.81	0.000	-.0295512	-.0146502
period_1974	-.0276999	.0035838	-7.73	0.000	-.034724	-.0206758
period_1975	-.0252932	.0034297	-7.37	0.000	-.0320153	-.0185711
period_1976	-.0258721	.0034506	-7.50	0.000	-.0326352	-.0191091
period_1977	-.0242323	.003495	-6.93	0.000	-.0310824	-.0173822
period_1978	-.0259247	.0034159	-7.59	0.000	-.0326198	-.0192297
period_1979	-.0266596	.0034313	-7.77	0.000	-.0333849	-.0199343
period_1980	-.0266193	.0032765	-8.12	0.000	-.0330411	-.0201974
period_1981	-.0252134	.0031982	-7.88	0.000	-.0314817	-.0189452
period_1983	-.025036	.0033956	-7.37	0.000	-.0316913	-.0183808
period_1984	-.0241904	.0033295	-7.27	0.000	-.0307161	-.0176646
period_1985	-.0227744	.003266	-6.97	0.000	-.0291756	-.0163732
period_1986	-.0202926	.0032816	-6.18	0.000	-.0267244	-.0138607
period_1987	-.0142457	.0030584	-4.66	0.000	-.0202402	-.0082513
period_1988	-.0032247	.0029491	-1.09	0.274	-.0090048	.0025555
period_1989	-.0052802	.002962	-1.78	0.075	-.0110856	.0005252
period_1990	-.0094	.0027985	-3.36	0.001	-.0148849	-.003915
period_1991	-.0097316	.002799	-3.48	0.001	-.0152174	-.0042457
period_1992	-.0047109	.0027755	-1.70	0.090	-.0101507	.0007289
period_1993	-.0073571	.0024376	-3.02	0.003	-.0121348	-.0025795
period_1994	-.0080673	.0024539	-3.29	0.001	-.0128768	-.0032578
period_1995	-.0043537	.0024472	-1.78	0.075	-.00915	.0004427
period_1996	.0057209	.0026135	2.19	0.029	.0005985	.0108432
period_1997	.0127075	.0025151	5.05	0.000	.007778	.017637
period_1998	.0038062	.002471	1.54	0.123	-.0010369	.0086494
period_1999	.0059416	.00253	2.35	0.019	.0009829	.0109003
period_2000	.0174181	.0025164	6.92	0.000	.0124862	.0223501

period_2001	.0214442	.0025059	8.56	0.000	.0165328	.0263556
period_2002	.0261924	.0024931	10.51	0.000	.0213061	.0310787
period_2003	.0280311	.0024942	11.24	0.000	.0231426	.0329196
period_2004	.0390769	.0025576	15.28	0.000	.0340641	.0440897
period_2005	.0376966	.0025681	14.68	0.000	.0326633	.0427299
period_2006	.0285757	.0025828	11.06	0.000	.0235135	.0336379
period_2007	.0350174	.0025752	13.60	0.000	.0299701	.0400647
period_2008	.0357153	.0025893	13.79	0.000	.0306405	.0407902
period_2009	.0285052	.0026352	10.82	0.000	.0233403	.0336702
period_2010	.0357501	.0026448	13.50	0.000	.03056	.0409401
period_2011	.0409276	.0026448	15.47	0.000	.0357438	.0461114
period_2012	.0384191	.0026598	14.44	0.000	.033206	.0436322
cohort_1891	.0181875	.0660937	0.28	0.783	-.1113538	.1477288
cohort_1892	.0154646	.056276	0.27	0.783	-.0948342	.1257634
cohort_1893	.0137994	.0348901	0.40	0.692	-.054584	.0821828
cohort_1894	.0133236	.0293986	0.45	0.650	-.0442966	.0709438
cohort_1895	.0105221	.0280534	0.38	0.708	-.0444616	.0655058
cohort_1896	.0108198	.0221531	0.49	0.625	-.0325994	.054239
cohort_1897	.0114922	.0200048	0.57	0.566	-.0277166	.0507009
cohort_1898	.0100948	.0175504	0.58	0.565	-.0243033	.0444929
cohort_1899	.0088543	.01632	0.54	0.587	-.0231325	.040841
cohort_1900	.0072754	.0148038	0.49	0.623	-.0217395	.0362903
cohort_1901	.0061642	.0135017	0.46	0.648	-.0202987	.032627
cohort_1902	.0055077	.0116042	0.47	0.635	-.017236	.0282515
cohort_1903	.0045267	.0118183	0.38	0.702	-.0186368	.0276901
cohort_1904	.0020566	.0114205	0.18	0.857	-.0203271	.0244403
cohort_1905	.0017049	.0103274	0.17	0.869	-.0185364	.0219462
cohort_1906	.0009107	.0093191	0.10	0.922	-.0173543	.0191758
cohort_1907	.0027417	.0089077	0.31	0.758	-.014717	.0202004
cohort_1908	-.0009435	.0080048	-0.12	0.906	-.0166327	.0147456
cohort_1909	-.0025566	.0080927	-0.32	0.752	-.0184179	.0133047
cohort_1910	-.0036582	.0076509	-0.48	0.633	-.0186537	.0113372
cohort_1911	-.00486	.0073768	-0.66	0.510	-.0193182	.0095982
cohort_1912	-.0072933	.007027	-1.04	0.299	-.021066	.0064794
cohort_1913	-.007356	.0070117	-1.05	0.294	-.0210986	.0063867
cohort_1914	-.0072766	.0070006	-1.04	0.299	-.0209975	.0064443
cohort_1915	-.0061521	.0078737	-0.78	0.435	-.0215843	.0092801
cohort_1916	-.0088297	.0077176	-1.14	0.253	-.0239559	.0062965
cohort_1917	-.0047431	.0075043	-0.63	0.527	-.0194511	.009965
cohort_1918	-.007832	.0066234	-1.18	0.237	-.0208135	.0051496
cohort_1919	-.0136183	.0059265	-2.30	0.022	-.0252341	-.0020026
cohort_1920	-.0091487	.0057069	-1.60	0.109	-.020334	.0020367
cohort_1921	-.0089493	.0055764	-1.60	0.109	-.0198789	.0019804
cohort_1922	-.0148417	.0054812	-2.71	0.007	-.0255846	-.0040988
cohort_1923	-.0173674	.0053198	-3.26	0.001	-.027794	-.0069408
cohort_1924	-.0170691	.0051968	-3.28	0.001	-.0272547	-.0068835
cohort_1925	-.0136912	.0049127	-2.79	0.005	-.0233199	-.0040625
cohort_1926	-.0138242	.0049189	-2.81	0.005	-.0234651	-.0041833
cohort_1927	-.0171296	.0048298	-3.55	0.000	-.0265958	-.0076635
cohort_1928	-.0194512	.0046274	-4.20	0.000	-.0285207	-.0103817
cohort_1929	-.0202861	.0045369	-4.47	0.000	-.0291782	-.0113939
cohort_1930	-.0179565	.0045638	-3.93	0.000	-.0269013	-.0090117
cohort_1931	-.0227444	.0045125	-5.04	0.000	-.0315888	-.0139001
cohort_1932	-.0199097	.0043953	-4.53	0.000	-.0285242	-.0112951
cohort_1933	-.0221433	.0040728	-5.44	0.000	-.0301258	-.0141608
cohort_1934	-.0190274	.0039168	-4.86	0.000	-.0267041	-.0113506
cohort_1935	-.0161824	.0037438	-4.32	0.000	-.0235202	-.0088446
cohort_1936	-.0165042	.0036475	-4.52	0.000	-.0236532	-.0093553
cohort_1937	-.0137138	.0035883	-3.82	0.000	-.0207467	-.0066809
cohort_1938	-.0165377	.0034893	-4.74	0.000	-.0233766	-.0096988

cohort_1939	-.0151727	.0034698	-4.37	0.000	-.0219734	-.008372
cohort_1940	-.0177219	.0034436	-5.15	0.000	-.0244712	-.0109726
cohort_1941	-.0166244	.0035544	-4.68	0.000	-.023591	-.0096579
cohort_1942	-.0155203	.0035808	-4.33	0.000	-.0225386	-.0085021
cohort_1943	-.0105553	.0036108	-2.92	0.003	-.0176324	-.0034782
cohort_1944	-.0068903	.0038252	-1.80	0.072	-.0143875	.0006069
cohort_1945	-.0144382	.0037797	-3.82	0.000	-.0218462	-.0070301
cohort_1946	-.012058	.0036221	-3.33	0.001	-.0191572	-.0049587
cohort_1947	-.0086062	.0035523	-2.42	0.015	-.0155685	-.0016439
cohort_1948	-.0107386	.0035004	-3.07	0.002	-.0175993	-.003878
cohort_1949	-.0118359	.0034133	-3.47	0.001	-.0185259	-.0051459
cohort_1950	-.0066435	.0034209	-1.94	0.052	-.0133483	.0000613
cohort_1951	-.0067632	.0034446	-1.96	0.050	-.0135145	-.0000119
cohort_1952	-.0027086	.0033788	-0.80	0.423	-.0093308	.0039137
cohort_1953	-.0053202	.0034028	-1.56	0.118	-.0119895	.0013491
cohort_1954	-.0087762	.0034298	-2.56	0.011	-.0154985	-.0020539
cohort_1955	-.0036119	.0034385	-1.05	0.294	-.0103513	.0031275
cohort_1956	-.0093476	.0033889	-2.76	0.006	-.0159898	-.0027054
cohort_1957	-.006652	.003366	-1.98	0.048	-.0132493	-.0000547
cohort_1958	-.0086637	.0033631	-2.58	0.010	-.0152553	-.0020722
cohort_1959	-.0040924	.0032661	-1.25	0.210	-.0104939	.002309
cohort_1960	-.0016456	.0033077	-0.50	0.619	-.0081286	.0048375
cohort_1961	.000855	.0033838	0.25	0.801	-.0057771	.0074871
cohort_1962	.0006048	.0032869	0.18	0.854	-.0058373	.007047
cohort_1963	-.006717	.0033051	-2.03	0.042	-.0131949	-.0002391
cohort_1964	-.0048022	.0033585	-1.43	0.153	-.0113847	.0017804
cohort_1965	-.0040806	.0033697	-1.21	0.226	-.010685	.0025239
cohort_1966	-.0018978	.0034	-0.55	0.586	-.0087186	.004923
cohort_1967	.0042999	.0034938	1.23	0.218	-.0025478	.0111476
cohort_1968	.0066317	.0037286	1.78	0.075	-.0006763	.0139396
cohort_1969	.0103976	.0037933	2.74	0.006	.0029628	.0178324
cohort_1970	.011347	.0039697	2.86	0.004	.0035665	.0191275
cohort_1971	.0104344	.0042815	2.44	0.015	.0020429	.018826
cohort_1972	.0216227	.0045135	4.79	0.000	.0127765	.030469
cohort_1973	.0166683	.0046828	3.56	0.000	.0074902	.0258464
cohort_1974	.0113623	.0047704	2.38	0.017	.0020124	.0207121
cohort_1975	.0224624	.0048115	4.67	0.000	.013032	.0318929
cohort_1976	.0121775	.00498	2.45	0.014	.0024169	.0219381
cohort_1977	.0169922	.00524	3.24	0.001	.006722	.0272623
cohort_1978	.0030706	.0055349	0.55	0.579	-.0077776	.0139189
cohort_1979	.003214	.0054768	0.59	0.557	-.0075203	.0139484
cohort_1980	.0109173	.0057327	1.90	0.057	-.0003187	.0221533
cohort_1981	.021639	.006062	3.57	0.000	.0097576	.0335203
cohort_1982	.0192818	.0060331	3.20	0.001	.0074572	.0311064
cohort_1983	.0217394	.0065973	3.30	0.001	.008809	.0346698
cohort_1984	.0302623	.007043	4.30	0.000	.0164584	.0440663
cohort_1985	.0198884	.0069081	2.88	0.004	.0063487	.0334281
cohort_1986	.0132361	.0076379	1.73	0.083	-.0017338	.0282061
cohort_1987	.0311966	.0078898	3.95	0.000	.015733	.0466603
cohort_1988	.0037449	.0086642	0.43	0.666	-.0132365	.0207264
cohort_1989	-.0083223	.0091574	-0.91	0.363	-.0262705	.0096259
cohort_1990	.0290789	.010201	2.85	0.004	.0090852	.0490726
cohort_1991	.0060201	.0107255	0.56	0.575	-.0150015	.0270417
cohort_1992	.0303222	.012269	2.47	0.013	.0062754	.0543689
cohort_1993	-.011749	.0156993	-0.75	0.454	-.042519	.019021
cohort_1994	.0031553	.0163432	0.19	0.847	-.0288769	.0351874
cohort_1995	.0061716	.021189	0.29	0.771	-.0353581	.0477014
cohort_1996	.0288312	.0247826	1.16	0.245	-.0197417	.0774041
cohort_1997	.0624808	.0384685	1.62	0.104	-.0129161	.1378776
_cons	.0352937	.0021578	16.36	0.000	.0310644	.039523

Tabelle 76: Effekteberechnung für Reisen nach Australien.

. apc_ie Australien V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

```

Iteration 0:  log likelihood = 269133.67
Intrinsic estimator of APC effects          No. of obs      =    190630
Optimization      : ML                      Residual df     =    190416
                                                Scale parameter =    .0034812
Deviance          =  662.8768004            (1/df) Deviance =    .0034812
Pearson          =  662.8768004            (1/df) Pearson  =    .0034812

Variance function: V(u) = 1                [Gaussian]
Link function     : g(u) = u                [Identity]

                                                AIC              = -2.821378
Log likelihood    =  269133.668            BIC              = -2314432
    
```

Australien	OIM					[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.	z	P> z			
V5050	-.0010138	.0002716	-3.73	0.000	-.0015461	-.0004814	
V3030	-.001305	.0001335	-9.77	0.000	-.0015667	-.0010433	
age_14	-.0029981	.0018952	-1.58	0.114	-.0067126	.0007163	
age_15	-.0018235	.0016883	-1.08	0.280	-.0051326	.0014856	
age_16	-.0015798	.0015496	-1.02	0.308	-.004617	.0014573	
age_17	-.0002241	.0015633	-0.14	0.886	-.0032881	.0028399	
age_18	-.002703	.0014029	-1.93	0.054	-.0054525	.0000466	
age_19	-.0017871	.001299	-1.38	0.169	-.0043331	.000759	
age_20	.0019354	.001292	1.50	0.134	-.0005968	.0044676	
age_21	.000464	.0012919	0.36	0.719	-.002068	.002996	
age_22	-.0000948	.0012219	-0.08	0.938	-.0024896	.0023001	
age_23	.000257	.0011776	0.22	0.827	-.0020509	.002565	
age_24	.0014588	.0011328	1.29	0.198	-.0007615	.0036791	
age_25	-.000397	.0011069	-0.36	0.720	-.0025666	.0017725	
age_26	.0012929	.001089	1.19	0.235	-.0008414	.0034273	
age_27	-.0001125	.0010789	-0.10	0.917	-.0022271	.0020021	
age_28	.0026073	.0010065	2.59	0.010	.0006346	.00458	
age_29	.0021811	.0010253	2.13	0.033	.0001715	.0041908	
age_30	.0029263	.000965	3.03	0.002	.0010349	.0048177	
age_31	.0014773	.0010577	1.40	0.162	-.0005957	.0035504	
age_32	.0031901	.0010074	3.17	0.002	.0012157	.0051645	
age_33	-.0004052	.0010132	-0.40	0.689	-.0023911	.0015807	
age_34	.001535	.0010037	1.53	0.126	-.0004322	.0035022	
age_35	.000895	.0009594	0.93	0.351	-.0009854	.0027753	
age_36	.0021281	.0009439	2.25	0.024	.0002781	.0039781	
age_37	.0035526	.0009938	3.57	0.000	.0016048	.0055004	
age_38	.0014872	.0009167	1.62	0.105	-.0003095	.0032838	
age_39	.0026319	.0009575	2.75	0.006	.0007552	.0045086	
age_40	.0011461	.0008877	1.29	0.197	-.0005938	.002886	
age_41	-.0013801	.0010066	-1.37	0.170	-.003353	.0005929	
age_42	.0008114	.000908	0.89	0.372	-.0009683	.0025911	
age_43	.0003693	.0009872	0.37	0.708	-.0015657	.0023042	
age_44	-.0006096	.0009927	-0.61	0.539	-.0025552	.001336	
age_45	.0012885	.0009572	1.35	0.178	-.0005876	.0031646	
age_46	.0012644	.0010232	1.24	0.217	-.0007411	.0032699	
age_47	.0013798	.0010484	1.32	0.188	-.0006751	.0034346	
age_48	-.0002219	.0009843	-0.23	0.822	-.0021511	.0017074	
age_49	.0018927	.0010549	1.79	0.073	-.0001749	.0039603	
age_50	-.0005917	.0009374	-0.63	0.528	-.0024289	.0012456	

age_51	-.0001913	.0010811	-0.18	0.860	-.0023103	.0019277
age_52	.0025903	.0010002	2.59	0.010	.00063	.0045505
age_53	.0008225	.0010822	0.76	0.447	-.0012986	.0029437
age_54	.0004531	.001079	0.42	0.675	-.0016618	.002568
age_55	.002178	.0010745	2.03	0.043	.000072	.004284
age_56	-.0007921	.0010777	-0.73	0.462	-.0029044	.0013202
age_57	-.0001993	.0011575	-0.17	0.863	-.002468	.0020694
age_58	.0002233	.0010637	0.21	0.834	-.0018615	.0023082
age_59	.0002047	.0010997	0.19	0.852	-.0019507	.0023601
age_60	-.001342	.0009882	-1.36	0.174	-.0032789	.0005948
age_61	-.0017535	.0011454	-1.53	0.126	-.0039985	.0004915
age_62	-.0007808	.0010745	-0.73	0.467	-.0028868	.0013251
age_63	-.0006555	.0011033	-0.59	0.552	-.0028179	.0015069
age_64	-.0001661	.0011494	-0.14	0.885	-.0024189	.0020866
age_65	-.0011647	.0010812	-1.08	0.281	-.0032838	.0009544
age_66	-.0013512	.0011907	-1.13	0.256	-.0036849	.0009825
age_67	-8.45e-07	.0012204	-0.00	0.999	-.0023928	.0023911
age_68	-.0018476	.0011989	-1.54	0.123	-.0041974	.0005022
age_69	-.0006714	.0012929	-0.52	0.604	-.0032055	.0018627
age_70	-.0012925	.0011839	-1.09	0.275	-.0036129	.0010279
age_71	-.0007631	.0014184	-0.54	0.591	-.003543	.0020169
age_72	.0001206	.0013832	0.09	0.931	-.0025903	.0028316
age_73	-.0025451	.001562	-1.63	0.103	-.0056066	.0005164
age_74	-.0018418	.0016652	-1.11	0.269	-.0051055	.001422
age_75	-.0014858	.0016267	-0.91	0.361	-.0046741	.0017025
age_76	-.0001278	.0019167	-0.07	0.947	-.0038846	.0036289
age_77	-.0018819	.0020705	-0.91	0.363	-.00594	.0021761
age_78	-.0032558	.0020857	-1.56	0.119	-.0073437	.0008321
age_79	-.0028982	.0022685	-1.28	0.201	-.0073445	.0015481
age_80	-.0028281	.0023251	-1.22	0.224	-.0073852	.0017291
period_1971	-.0024454	.0011275	-2.17	0.030	-.0046553	-.0002355
period_1972	-.0019833	.0011065	-1.79	0.073	-.0041521	.0001855
period_1973	-.0021955	.0011721	-1.87	0.061	-.0044927	.0001017
period_1974	-.0025705	.001105	-2.33	0.020	-.0047362	-.0004048
period_1975	-.0016012	.0010575	-1.51	0.130	-.0036738	.0004714
period_1976	-.0018274	.0010639	-1.72	0.086	-.0039126	.0002578
period_1977	-.0015911	.0010776	-1.48	0.140	-.0037031	.000521
period_1978	-.0019453	.0010532	-1.85	0.065	-.0040095	.0001189
period_1979	-.0016004	.001058	-1.51	0.130	-.0036739	.0004732
period_1980	-.0019913	.0010102	-1.97	0.049	-.0039713	-.0000112
period_1981	-.0011988	.0009861	-1.22	0.224	-.0031315	.0007339
period_1983	-.0008972	.0010469	-0.86	0.391	-.0029491	.0011548
period_1984	-.0015506	.0010266	-1.51	0.131	-.0035627	.0004614
period_1985	-.0007443	.001007	-0.74	0.460	-.002718	.0012293
period_1986	-.0013186	.0010118	-1.30	0.192	-.0033018	.0006645
period_1987	-.0003486	.000943	-0.37	0.712	-.0021968	.0014996
period_1988	-.0008535	.0009093	-0.94	0.348	-.0026357	.0009286
period_1989	.0000452	.0009133	0.05	0.961	-.0017447	.0018351
period_1990	-.001146	.0008628	-1.33	0.184	-.0028372	.0005451
period_1991	-.0004346	.000863	-0.50	0.615	-.002126	.0012568
period_1992	-.0002886	.0008557	-0.34	0.736	-.0019658	.0013887
period_1993	.0000485	.0007516	0.06	0.949	-.0014246	.0015216
period_1994	.0006403	.0007566	0.85	0.397	-.0008426	.0021232
period_1995	.0025548	.0007545	3.39	0.001	.001076	.0040336
period_1996	.0015281	.0008058	1.90	0.058	-.0000513	.0031074
period_1997	.002103	.0007755	2.71	0.007	.0005832	.0036229
period_1998	.0024757	.0007619	3.25	0.001	.0009824	.003969
period_1999	.0009649	.0007801	1.24	0.216	-.0005639	.0024938
period_2000	.0029026	.0007759	3.74	0.000	.001382	.0044233

period_2001	.0023853	.0007726	3.09	0.002	.000871	.0038996
period_2002	.0017668	.0007687	2.30	0.022	.0002602	.0032734
period_2003	.0021115	.000769	2.75	0.006	.0006043	.0036187
period_2004	.0017107	.0007886	2.17	0.030	.0001652	.0032563
period_2005	.0017519	.0007918	2.21	0.027	.0002	.0033038
period_2006	.0017369	.0007963	2.18	0.029	.0001761	.0032977
period_2007	.0006829	.000794	0.86	0.390	-.0008733	.0022392
period_2008	.0000306	.0007983	0.04	0.969	-.0015341	.0015953
period_2009	.0005997	.0008125	0.74	0.460	-.0009927	.0021922
period_2010	.0008772	.0008165	1.07	0.283	-.000723	.0024774
period_2011	.001406	.0008155	1.72	0.085	-.0001923	.0030043
period_2012	.0002092	.0008201	0.26	0.799	-.0013981	.0018165
cohort_1891	.0005748	.0203783	0.03	0.977	-.039366	.0405156
cohort_1892	.0007901	.0173513	0.05	0.964	-.0332178	.034798
cohort_1893	.0006927	.0107575	0.06	0.949	-.0203916	.021777
cohort_1894	.0004995	.0090643	0.06	0.956	-.0172662	.0182653
cohort_1895	-.0002187	.0086496	-0.03	0.980	-.0171715	.0167342
cohort_1896	-.0003123	.0068303	-0.05	0.964	-.0136996	.0130749
cohort_1897	.0107283	.006168	1.74	0.082	-.0013608	.0228173
cohort_1898	-.0001111	.0054112	-0.02	0.984	-.0107169	.0104947
cohort_1899	-.0005127	.0050319	-0.10	0.919	-.010375	.0093496
cohort_1900	-.0010227	.0045644	-0.22	0.823	-.0099687	.0079233
cohort_1901	.0040618	.0041629	0.98	0.329	-.0040974	.012221
cohort_1902	-.0009404	.0035779	-0.26	0.793	-.0079529	.0060721
cohort_1903	.0027066	.0036439	0.74	0.458	-.0044353	.0098485
cohort_1904	-.0011314	.0035212	-0.32	0.748	-.0080328	.0057701
cohort_1905	-.0010505	.0031842	-0.33	0.741	-.0072914	.0051904
cohort_1906	-.0011402	.0028733	-0.40	0.691	-.0067718	.0044913
cohort_1907	.0007228	.0027465	0.26	0.792	-.0046602	.0061057
cohort_1908	.0001116	.0024681	0.05	0.964	-.0047257	.004949
cohort_1909	-.0014101	.0024952	-0.57	0.572	-.0063006	.0034803
cohort_1910	-.0014599	.002359	-0.62	0.536	-.0060833	.0031636
cohort_1911	-.0000347	.0022744	-0.02	0.988	-.0044925	.0044232
cohort_1912	.0020166	.0021666	0.93	0.352	-.0022298	.0062631
cohort_1913	-.0016914	.0021619	-0.78	0.434	-.0059286	.0025458
cohort_1914	-.0006144	.0021585	-0.28	0.776	-.0048449	.0036161
cohort_1915	-.0017724	.0024277	-0.73	0.465	-.0065305	.0029857
cohort_1916	-.0019928	.0023795	-0.84	0.402	-.0066566	.002671
cohort_1917	-.0021882	.0023137	-0.95	0.344	-.006723	.0023467
cohort_1918	-.0002533	.0020421	-0.12	0.901	-.0042559	.0037492
cohort_1919	-.0000297	.0018273	-0.02	0.987	-.0036112	.0035517
cohort_1920	-.0018337	.0017596	-1.04	0.297	-.0052824	.001615
cohort_1921	-.002741	.0017194	-1.59	0.111	-.0061109	.0006289
cohort_1922	-.0000726	.00169	-0.04	0.966	-.0033849	.0032397
cohort_1923	.0002897	.0016402	0.18	0.860	-.0029251	.0035045
cohort_1924	-.0011103	.0016023	-0.69	0.488	-.0042508	.0020301
cohort_1925	-.0019787	.0015147	-1.31	0.191	-.0049475	.0009901
cohort_1926	-.0020154	.0015166	-1.33	0.184	-.0049879	.0009571
cohort_1927	-.0010229	.0014891	-0.69	0.492	-.0039416	.0018957
cohort_1928	-.0003058	.0014267	-0.21	0.830	-.0031021	.0024906
cohort_1929	-.0019465	.0013988	-1.39	0.164	-.0046882	.0007951
cohort_1930	.0006216	.0014071	0.44	0.659	-.0021363	.0033795
cohort_1931	-.0019805	.0013913	-1.42	0.155	-.0047074	.0007465
cohort_1932	.0000878	.0013552	0.06	0.948	-.0025683	.0027438
cohort_1933	-.000621	.0012557	-0.49	0.621	-.0030822	.0018402
cohort_1934	.0000473	.0012076	0.04	0.969	-.0023197	.0024142
cohort_1935	-.0003521	.0011543	-0.31	0.760	-.0026145	.0019104
cohort_1936	-.0022928	.0011246	-2.04	0.041	-.004497	-.0000886
cohort_1937	-.0023747	.0011064	-2.15	0.032	-.0045431	-.0002063
cohort_1938	-.0008735	.0010758	-0.81	0.417	-.0029821	.0012351

cohort_1939	-.0020005	.0010698	-1.87	0.061	-.0040973	.0000963
cohort_1940	-.0014678	.0010617	-1.38	0.167	-.0035488	.0006132
cohort_1941	-.001714	.0010959	-1.56	0.118	-.003862	.0004339
cohort_1942	.0016442	.0011041	1.49	0.136	-.0005197	.0038081
cohort_1943	-.00077	.0011133	-0.69	0.489	-.002952	.0014121
cohort_1944	-.0017113	.0011794	-1.45	0.147	-.0040229	.0006003
cohort_1945	-.0013933	.0011654	-1.20	0.232	-.0036773	.0008908
cohort_1946	-.0020246	.0011168	-1.81	0.070	-.0042135	.0001643
cohort_1947	-.0000933	.0010953	-0.09	0.932	-.0022399	.0020534
cohort_1948	-.0012559	.0010793	-1.16	0.245	-.0033712	.0008594
cohort_1949	-.0007489	.0010524	-0.71	0.477	-.0028116	.0013138
cohort_1950	-.0014496	.0010547	-1.37	0.169	-.0035168	.0006177
cohort_1951	-.0007164	.0010621	-0.67	0.500	-.002798	.0013652
cohort_1952	-.0016588	.0010418	-1.59	0.111	-.0037006	.000383
cohort_1953	-.0027177	.0010492	-2.59	0.010	-.004774	-.0006614
cohort_1954	.0012849	.0010575	1.22	0.224	-.0007877	.0033576
cohort_1955	-.0015994	.0010602	-1.51	0.131	-.0036773	.0004785
cohort_1956	-.0013667	.0010449	-1.31	0.191	-.0034147	.0006812
cohort_1957	-.0027528	.0010378	-2.65	0.008	-.0047869	-.0007187
cohort_1958	-.000487	.0010369	-0.47	0.639	-.0025193	.0015453
cohort_1959	.0001329	.001007	0.13	0.895	-.0018408	.0021067
cohort_1960	.0002145	.0010199	0.21	0.833	-.0017844	.0022134
cohort_1961	-.0018056	.0010433	-1.73	0.084	-.0038504	.0002393
cohort_1962	-.0009585	.0010134	-0.95	0.344	-.0029448	.0010277
cohort_1963	-.0004844	.001019	-0.48	0.635	-.0024817	.0015128
cohort_1964	.00113	.0010355	1.09	0.275	-.0008996	.0031596
cohort_1965	.0002482	.001039	0.24	0.811	-.0017881	.0022845
cohort_1966	-.0001434	.001073	-0.13	0.894	-.0022464	.0019596
cohort_1967	.0000343	.0010772	0.03	0.975	-.002077	.0021456
cohort_1968	-.0007035	.0011496	-0.61	0.541	-.0029567	.0015497
cohort_1969	-.0008016	.0011696	-0.69	0.493	-.0030939	.0014907
cohort_1970	.0003332	.001224	0.27	0.785	-.0020657	.0027321
cohort_1971	.0015866	.0013201	1.20	0.229	-.0010007	.0041739
cohort_1972	-.0023449	.0013916	-1.69	0.092	-.0050724	.0003826
cohort_1973	.0001677	.0014438	0.12	0.908	-.0026621	.0029976
cohort_1974	.0035057	.0014708	2.38	0.017	.0006229	.0063884
cohort_1975	.0025992	.0014835	1.75	0.080	-.0003085	.0055068
cohort_1976	.0017826	.0015355	1.16	0.246	-.0012269	.004792
cohort_1977	.0011277	.0016156	0.70	0.485	-.0020389	.0042942
cohort_1978	.0036593	.0017066	2.14	0.032	.0003145	.0070041
cohort_1979	.0002515	.0016886	0.15	0.882	-.0030582	.0035612
cohort_1980	-.0008483	.0017675	-0.48	0.631	-.0043127	.002616
cohort_1981	.0008066	.0018691	0.43	0.666	-.0028567	.0044699
cohort_1982	.0000828	.0018602	0.04	0.964	-.003563	.0037287
cohort_1983	.0048949	.0020341	2.41	0.016	.0009082	.0088817
cohort_1984	.0012594	.0021715	0.58	0.562	-.0029967	.0055155
cohort_1985	.0013134	.00213	0.62	0.537	-.0028612	.005488
cohort_1986	.005716	.0023549	2.43	0.015	.0011003	.0103316
cohort_1987	.0033205	.0024326	1.36	0.172	-.0014473	.0080884
cohort_1988	.0051993	.0026714	1.95	0.052	-.0000366	.0104351
cohort_1989	.0065576	.0028235	2.32	0.020	.0010237	.0120914
cohort_1990	.0005498	.0031452	0.17	0.861	-.0056148	.0067143
cohort_1991	-.0020101	.0033069	-0.61	0.543	-.0084916	.0044714
cohort_1992	.0031579	.0037828	0.83	0.404	-.0042563	.0105721
cohort_1993	-.000601	.0048405	-0.12	0.901	-.0100881	.0088862
cohort_1994	-.0009787	.005039	-0.19	0.846	-.010855	.0088976
cohort_1995	-.0004155	.0065331	-0.06	0.949	-.0132202	.0123891
cohort_1996	.0000219	.0076411	0.00	0.998	-.0149543	.0149982
cohort_1997	.000898	.0118608	0.08	0.940	-.0223487	.0241448
_cons	.0080137	.0006653	12.04	0.000	.0067097	.0093177

Tabelle 77: Effekteberechnung für Reisen in die Karibik.

```
. apc_ie Karibik V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

Iteration 0: log likelihood = 179148.47
Intrinsic estimator of APC effects          No. of obs      = 190630
Optimization      : ML                      Residual df     = 190416
                                                Scale parameter = .0089483
Deviance          = 1703.893787             (1/df) Deviance = .0089483
Pearson           = 1703.893787             (1/df) Pearson  = .0089483

Variance function: V(u) = 1                 [Gaussian]
Link function     : g(u) = u                 [Identity]

Log likelihood    = 179148.4709             AIC              = -1.877296
                                                BIC              = -2313391
```

Karibik	OIM					[95% Conf. Interval]
	Coef.	Std. Err.	z	P> z		
V5050	-.0021132	.0004354	-4.85	0.000	-.0029667	-.0012598
V3030	-.0033204	.0002141	-15.51	0.000	-.00374	-.0029009
age_14	-.0022366	.0030385	-0.74	0.462	-.0081919	.0037187
age_15	-.0023207	.0027068	-0.86	0.391	-.0076261	.0029846
age_16	-.0039065	.0024844	-1.57	0.116	-.0087758	.0009628
age_17	-.0030477	.0025064	-1.22	0.224	-.0079601	.0018647
age_18	-.0056358	.0022492	-2.51	0.012	-.0100441	-.0012275
age_19	-.0024346	.0020827	-1.17	0.242	-.0065166	.0016474
age_20	-.0057026	.0020714	-2.75	0.006	-.0097624	-.0016428
age_21	-.0030172	.0020712	-1.46	0.145	-.0070766	.0010423
age_22	-.0003909	.001959	-0.20	0.842	-.0042304	.0034487
age_23	-.0013233	.0018879	-0.70	0.483	-.0050236	.002377
age_24	-.000319	.0018162	-0.18	0.861	-.0038787	.0032408
age_25	.0041275	.0017747	2.33	0.020	.0006491	.0076058
age_26	.0017997	.0017459	1.03	0.303	-.0016222	.0052217
age_27	.0048053	.0017297	2.78	0.005	.0014151	.0081955
age_28	.0043217	.0016137	2.68	0.007	.0011589	.0074844
age_29	.0039137	.0016439	2.38	0.017	.0006918	.0071357
age_30	.0048001	.0015472	3.10	0.002	.0017676	.0078326
age_31	.0024897	.0016957	1.47	0.142	-.0008339	.0058133
age_32	.0020557	.0016151	1.27	0.203	-.0011098	.0052212
age_33	.0023783	.0016245	1.46	0.143	-.0008056	.0055621
age_34	.0008982	.0016092	0.56	0.577	-.0022557	.0040521
age_35	.0016274	.0015382	1.06	0.290	-.0013873	.0046421
age_36	.0017553	.0015133	1.16	0.246	-.0012107	.0047214
age_37	.0016396	.0015933	1.03	0.303	-.0014832	.0047625
age_38	.001602	.0014697	1.09	0.276	-.0012785	.0044825
age_39	.0046182	.0015352	3.01	0.003	.0016093	.007627
age_40	.0043935	.0014232	3.09	0.002	.001604	.007183
age_41	.001941	.0016139	1.20	0.229	-.0012222	.0051041
age_42	.0035654	.0014558	2.45	0.014	.000712	.0064187
age_43	.0058594	.0015828	3.70	0.000	.0027572	.0089616
age_44	.0031379	.0015915	1.97	0.049	.0000186	.0062573
age_45	.0055559	.0015347	3.62	0.000	.0025481	.0085638
age_46	.0042886	.0016405	2.61	0.009	.0010732	.0075039
age_47	.0068652	.0016809	4.08	0.000	.0035707	.0101597
age_48	.0033553	.0015782	2.13	0.033	.0002622	.0064484
age_49	.0040312	.0016913	2.38	0.017	.0007163	.0073462
age_50	.0073581	.0015029	4.90	0.000	.0044125	.0103037

age_51	.0067443	.0017333	3.89	0.000	.003347	.0101416
age_52	.002652	.0016035	1.65	0.098	-.0004908	.0057948
age_53	.0040125	.0017351	2.31	0.021	.0006118	.0074133
age_54	.0015961	.00173	0.92	0.356	-.0017946	.0049868
age_55	.0014849	.0017227	0.86	0.389	-.0018916	.0048614
age_56	.0018673	.0017279	1.08	0.280	-.0015192	.0052538
age_57	-.0016124	.0018558	-0.87	0.385	-.0052497	.0020249
age_58	-.0014958	.0017054	-0.88	0.380	-.0048384	.0018467
age_59	-.0005546	.0017631	-0.31	0.753	-.0040103	.002901
age_60	.001637	.0015843	1.03	0.301	-.0014683	.0047422
age_61	-.0025822	.0018364	-1.41	0.160	-.0061815	.0010171
age_62	-.0005216	.0017227	-0.30	0.762	-.003898	.0028548
age_63	-.0020334	.0017689	-1.15	0.250	-.0055003	.0014335
age_64	-.0022977	.0018428	-1.25	0.212	-.0059095	.001314
age_65	-.0009154	.0017334	-0.53	0.597	-.0043129	.002482
age_66	-.0017943	.001909	-0.94	0.347	-.0055358	.0019473
age_67	-.0003382	.0019566	-0.17	0.863	-.0041732	.0034968
age_68	-.0036465	.0019222	-1.90	0.058	-.0074139	.0001208
age_69	-.0033213	.0020729	-1.60	0.109	-.0073841	.0007414
age_70	-.0005863	.0018981	-0.31	0.757	-.0043065	.0031339
age_71	-.0068721	.002274	-3.02	0.003	-.0113291	-.002415
age_72	-.0057798	.0022176	-2.61	0.009	-.0101262	-.0014334
age_73	-.0062003	.0025043	-2.48	0.013	-.0111086	-.0012919
age_74	-.0055388	.0026698	-2.07	0.038	-.0107714	-.0003062
age_75	-.0064965	.002608	-2.49	0.013	-.0116081	-.0013848
age_76	-.0047376	.003073	-1.54	0.123	-.0107606	.0012855
age_77	-.0079497	.0033195	-2.39	0.017	-.0144558	-.0014436
age_78	-.0070479	.0033439	-2.11	0.035	-.0136018	-.0004939
age_79	-.0052831	.0036371	-1.45	0.146	-.0124116	.0018454
age_80	-.0052374	.0037278	-1.40	0.160	-.0125437	.0020689
period_1971	-.0043827	.0018077	-2.42	0.015	-.0079256	-.0008397
period_1972	-.0052313	.0017741	-2.95	0.003	-.0087085	-.0017542
period_1973	-.0048767	.0018791	-2.60	0.009	-.0085597	-.0011937
period_1974	-.0042735	.0017716	-2.41	0.016	-.0077457	-.0008013
period_1975	-.0051318	.0016954	-3.03	0.002	-.0084548	-.0018089
period_1976	-.0035789	.0017057	-2.10	0.036	-.006922	-.0002357
period_1977	-.0043557	.0017277	-2.52	0.012	-.0077419	-.0009695
period_1978	-.0048415	.0016886	-2.87	0.004	-.0081511	-.001532
period_1979	-.0034282	.0016962	-2.02	0.043	-.0067527	-.0001037
period_1980	-.0035442	.0016197	-2.19	0.029	-.0067187	-.0003697
period_1981	-.0028302	.0015809	-1.79	0.073	-.0059288	.0002684
period_1983	-.0030993	.0016785	-1.85	0.065	-.0063892	.0001905
period_1984	-.0039983	.0016459	-2.43	0.015	-.0072241	-.0007724
period_1985	-.0058128	.0016145	-3.60	0.000	-.0089771	-.0026486
period_1986	-.0047794	.0016222	-2.95	0.003	-.0079588	-.0015999
period_1987	-.004547	.0015119	-3.01	0.003	-.0075102	-.0015838
period_1988	-.0044846	.0014578	-3.08	0.002	-.0073419	-.0016274
period_1989	-.0037293	.0014642	-2.55	0.011	-.0065991	-.0008596
period_1990	-.0034589	.0013834	-2.50	0.012	-.0061702	-.0007475
period_1991	-.0027724	.0013836	-2.00	0.045	-.0054842	-.0000606
period_1992	-.0023801	.001372	-1.73	0.083	-.0050692	.0003089
period_1993	.0020875	.001205	1.73	0.083	-.0002742	.0044493
period_1994	.0045244	.001213	3.73	0.000	.0021469	.0069018
period_1995	.0046872	.0012097	3.87	0.000	.0023163	.0070582
period_1996	.0032116	.0012919	2.49	0.013	.0006795	.0057437
period_1997	.0074393	.0012433	5.98	0.000	.0050025	.0098761
period_1998	.0074686	.0012215	6.11	0.000	.0050745	.0098627
period_1999	.0079415	.0012506	6.35	0.000	.0054903	.0103927
period_2000	.0087046	.0012439	7.00	0.000	.0062666	.0111426

period_2001	.0049968	.0012387	4.03	0.000	.0025689	.0074246
period_2002	.0011348	.0012324	0.92	0.357	-.0012806	.0035502
period_2003	.0039951	.0012329	3.24	0.001	.0015786	.0064116
period_2004	.0029605	.0012643	2.34	0.019	.0004826	.0054385
period_2005	.0050713	.0012695	3.99	0.000	.0025832	.0075594
period_2006	.0044104	.0012767	3.45	0.001	.001908	.0069128
period_2007	.0024746	.001273	1.94	0.052	-.0000204	.0049696
period_2008	.0031681	.0012799	2.48	0.013	.0006595	.0056768
period_2009	.0046933	.0013027	3.60	0.000	.0021401	.0072464
period_2010	.0035205	.001309	2.69	0.007	.0009549	.0060861
period_2011	.0025585	.0013074	1.96	0.050	-3.97e-06	.005121
period_2012	.0004882	.0013148	0.37	0.710	-.0020888	.0030651
cohort_1891	-.00053	.0326719	-0.02	0.987	-.0645657	.0635056
cohort_1892	.0008445	.0278187	0.03	0.976	-.0536791	.0553681
cohort_1893	.0010125	.0172471	0.06	0.953	-.0327913	.0348162
cohort_1894	.0010741	.0145325	0.07	0.941	-.0274091	.0295573
cohort_1895	.0014646	.0138675	0.11	0.916	-.0257153	.0286445
cohort_1896	.0011663	.0109508	0.11	0.915	-.020297	.0226295
cohort_1897	.0013664	.0098889	0.14	0.890	-.0180155	.0207483
cohort_1898	.0019756	.0086756	0.23	0.820	-.0150283	.0189795
cohort_1899	.0014438	.0080674	0.18	0.858	-.014368	.0172557
cohort_1900	.0010171	.0073179	0.14	0.889	-.0133257	.0153599
cohort_1901	.0001961	.0066742	0.03	0.977	-.0128852	.0132773
cohort_1902	.0001111	.0057363	0.02	0.985	-.0111318	.011354
cohort_1903	-.0001979	.0058421	-0.03	0.973	-.0116482	.0112525
cohort_1904	-.0002629	.0056454	-0.05	0.963	-.0113277	.010802
cohort_1905	-.0005771	.0051051	-0.11	0.910	-.0105829	.0094287
cohort_1906	-.0007522	.0046067	-0.16	0.870	-.0097811	.0082767
cohort_1907	-.0011209	.0044033	-0.25	0.799	-.0097512	.0075094
cohort_1908	-.0011115	.003957	-0.28	0.779	-.0088671	.0066441
cohort_1909	-.0014009	.0040004	-0.35	0.726	-.0092416	.0064398
cohort_1910	-.0013835	.003782	-0.37	0.715	-.0087962	.0060292
cohort_1911	-.0017547	.0036465	-0.48	0.630	-.0089018	.0053924
cohort_1912	-.0007046	.0034736	-0.20	0.839	-.0075128	.0061036
cohort_1913	-.001106	.0034661	-0.32	0.750	-.0078994	.0056873
cohort_1914	-.0015607	.0034606	-0.45	0.652	-.0083433	.005222
cohort_1915	-.0014341	.0038922	-0.37	0.713	-.0090627	.0061945
cohort_1916	.0001486	.003815	0.04	0.969	-.0073287	.0076259
cohort_1917	-.0019105	.0037095	-0.52	0.607	-.0091811	.0053601
cohort_1918	-.002762	.0032741	-0.84	0.399	-.0091791	.0036551
cohort_1919	-.0040779	.0029296	-1.39	0.164	-.0098199	.0016641
cohort_1920	-.0037968	.0028211	-1.35	0.178	-.009326	.0017324
cohort_1921	-.0043941	.0027566	-1.59	0.111	-.0097969	.0010087
cohort_1922	-.0020254	.0027095	-0.75	0.455	-.0073359	.0032851
cohort_1923	-.0044797	.0026297	-1.70	0.088	-.0096338	.0006744
cohort_1924	-.0049123	.0025689	-1.91	0.056	-.0099473	.0001227
cohort_1925	-.0051867	.0024285	-2.14	0.033	-.0099464	-.000427
cohort_1926	-.0039515	.0024315	-1.63	0.104	-.0087173	.0008142
cohort_1927	-.004733	.0023875	-1.98	0.047	-.0094124	-.0000537
cohort_1928	-.0043437	.0022874	-1.90	0.058	-.008827	.0001396
cohort_1929	-.0031709	.0022427	-1.41	0.157	-.0075665	.0012248
cohort_1930	-.0048631	.002256	-2.16	0.031	-.0092847	-.0004414
cohort_1931	-.0057969	.0022306	-2.60	0.009	-.0101689	-.0014249
cohort_1932	-.0038661	.0021727	-1.78	0.075	-.0081245	.0003923
cohort_1933	-.004712	.0020133	-2.34	0.019	-.008658	-.0007661
cohort_1934	-.002926	.0019362	-1.51	0.131	-.0067208	.0008688
cohort_1935	-.0033134	.0018507	-1.79	0.073	-.0069406	.0003139
cohort_1936	-.0044211	.0018031	-2.45	0.014	-.007955	-.0008872
cohort_1937	-.0039591	.0017738	-2.23	0.026	-.0074357	-.0004826
cohort_1938	-.0026958	.0017249	-1.56	0.118	-.0060765	.0006848

cohort_1939	-.0009174	.0017152	-0.53	0.593	-.0042792	.0024443
cohort_1940	-.0012921	.0017023	-0.76	0.448	-.0046284	.0020443
cohort_1941	-.0001558	.0017571	-0.09	0.929	-.0035995	.003288
cohort_1942	-.0028872	.0017701	-1.63	0.103	-.0063565	.0005821
cohort_1943	-.0007005	.0017849	-0.39	0.695	-.0041989	.0027979
cohort_1944	-.000532	.0018909	-0.28	0.778	-.0042381	.003174
cohort_1945	.0005492	.0018684	0.29	0.769	-.0031128	.0042111
cohort_1946	-.0008324	.0017905	-0.46	0.642	-.0043418	.002677
cohort_1947	.0001874	.001756	0.11	0.915	-.0032543	.003629
cohort_1948	.0018608	.0017303	1.08	0.282	-.0015306	.0052522
cohort_1949	.0050153	.0016873	2.97	0.003	.0017083	.0083224
cohort_1950	-.0001638	.001691	-0.10	0.923	-.0034781	.0031506
cohort_1951	.0007273	.0017028	0.43	0.669	-.00261	.0040647
cohort_1952	-.0013746	.0016702	-0.82	0.410	-.0046482	.0018989
cohort_1953	.0028442	.0016821	1.69	0.091	-.0004526	.006141
cohort_1954	.0012491	.0016954	0.74	0.461	-.0020739	.0045721
cohort_1955	-.0003386	.0016997	-0.20	0.842	-.0036701	.0029928
cohort_1956	.0002485	.0016752	0.15	0.882	-.0030349	.0035319
cohort_1957	.0020528	.0016639	1.23	0.217	-.0012084	.005314
cohort_1958	.0030796	.0016625	1.85	0.064	-.0001788	.006338
cohort_1959	.0038611	.0016145	2.39	0.017	.0006967	.0070255
cohort_1960	.0016171	.0016351	0.99	0.323	-.0015877	.0048218
cohort_1961	-.0005314	.0016727	-0.32	0.751	-.0038098	.0027471
cohort_1962	.001321	.0016248	0.81	0.416	-.0018635	.0045055
cohort_1963	.0030815	.0016338	1.89	0.059	-.0001207	.0062836
cohort_1964	.0045845	.0016602	2.76	0.006	.0013305	.0078384
cohort_1965	.0048465	.0016657	2.91	0.004	.0015818	.0081113
cohort_1966	.0029616	.0017203	1.72	0.085	-.0004101	.0063333
cohort_1967	.0056466	.0017271	3.27	0.001	.0022616	.0090316
cohort_1968	.0028236	.0018432	1.53	0.126	-.0007889	.0064362
cohort_1969	.0085492	.0018751	4.56	0.000	.004874	.0122244
cohort_1970	.0040834	.0019623	2.08	0.037	.0002373	.0079295
cohort_1971	.0069225	.0021164	3.27	0.001	.0027743	.0110706
cohort_1972	.0064558	.0022311	2.89	0.004	.0020829	.0108287
cohort_1973	.005589	.0023148	2.41	0.016	.001052	.010126
cohort_1974	.0081447	.0023581	3.45	0.001	.0035229	.0127666
cohort_1975	.0041124	.0023785	1.73	0.084	-.0005493	.0087741
cohort_1976	.0012859	.0024617	0.52	0.601	-.003539	.0061108
cohort_1977	.0004569	.0025903	0.18	0.860	-.0046199	.0055337
cohort_1978	.0027493	.0027361	1.00	0.315	-.0026133	.0081119
cohort_1979	-.0006859	.0027073	-0.25	0.800	-.0059922	.0046204
cohort_1980	.009191	.0028338	3.24	0.001	.0036368	.0147452
cohort_1981	.0010813	.0029966	0.36	0.718	-.004792	.0069546
cohort_1982	.006079	.0029823	2.04	0.042	.0002337	.0119242
cohort_1983	-.0036025	.0032612	-1.10	0.269	-.0099943	.0027894
cohort_1984	.0007005	.0034815	0.20	0.841	-.0061232	.0075242
cohort_1985	.0040503	.0034149	1.19	0.236	-.0026427	.0107433
cohort_1986	.0010256	.0037756	0.27	0.786	-.0063745	.0084256
cohort_1987	.0010243	.0039001	0.26	0.793	-.0066198	.0086684
cohort_1988	-.0010962	.0042829	-0.26	0.798	-.0094905	.0072982
cohort_1989	-.0043185	.0045267	-0.95	0.340	-.0131907	.0045538
cohort_1990	-.0012317	.0050426	-0.24	0.807	-.0111151	.0086517
cohort_1991	-.0033547	.0053019	-0.63	0.527	-.0137462	.0070369
cohort_1992	.0010524	.0060649	0.17	0.862	-.0108345	.0129393
cohort_1993	-.0016677	.0077606	-0.21	0.830	-.0168781	.0135427
cohort_1994	-.0028849	.0080789	-0.36	0.721	-.0187193	.0129494
cohort_1995	-.0018586	.0104743	-0.18	0.859	-.0223879	.0186706
cohort_1996	-.0010248	.0122507	-0.08	0.933	-.0250356	.0229861
cohort_1997	-.0012854	.019016	-0.07	0.946	-.0385561	.0359852
_cons	.0178856	.0010667	16.77	0.000	.0157949	.0199762

Tabelle 78: Effekteberechnung für Reisen nach Nordafrika.

```
. apc_ie Nordafrika V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

Iteration 0:   log likelihood =   87025.64
Intrinsic estimator of APC effects
Optimization   : ML
Deviance       = 4479.114474
Pearson        = 4479.114474

Variance function: V(u) = 1
Link function    : g(u) = u

No. of obs     = 190630
Residual df    = 190416
Scale parameter = .0235228
(1/df) Deviance = .0235228
(1/df) Pearson  = .0235228

[ Gaussian ]
[ Identity ]

AIC = -.9107868
BIC = -2310616

Log likelihood = 87025.63987
```

Nordafrika	OIM					[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.	z	P> z			
V5050	-.000343	.000706	-0.49	0.627	-.0017267	.0010407	
V3030	-.0043247	.0003471	-12.46	0.000	-.005005	-.0036445	
age_14	-.0030729	.0049264	-0.62	0.533	-.0127284	.0065827	
age_15	-.0050235	.0043887	-1.14	0.252	-.0136252	.0035783	
age_16	-.0050581	.004028	-1.26	0.209	-.0129529	.0028367	
age_17	-.0049689	.0040637	-1.22	0.221	-.0129336	.0029958	
age_18	-.0038003	.0036467	-1.04	0.297	-.0109477	.003347	
age_19	.0017635	.0033768	0.52	0.602	-.0048548	.0083818	
age_20	-.0026768	.0033584	-0.80	0.425	-.0092592	.0039055	
age_21	.0056953	.0033581	1.70	0.090	-.0008864	.0122771	
age_22	.0034088	.0031762	1.07	0.283	-.0028165	.0096341	
age_23	.0129735	.003061	4.24	0.000	.0069741	.0189729	
age_24	.0078723	.0029447	2.67	0.008	.0021008	.0136438	
age_25	.0022687	.0028774	0.79	0.430	-.0033708	.0079083	
age_26	.0071333	.0028307	2.52	0.012	.0015852	.0126815	
age_27	.00323	.0028045	1.15	0.249	-.0022667	.0087267	
age_28	.0053903	.0026163	2.06	0.039	.0002624	.0105182	
age_29	.0095841	.0026653	3.60	0.000	.0043603	.0148079	
age_30	.0055025	.0025085	2.19	0.028	.0005858	.0104191	
age_31	.0044032	.0027494	1.60	0.109	-.0009855	.0097918	
age_32	.0039844	.0026186	1.52	0.128	-.001148	.0091167	
age_33	.0071107	.0026338	2.70	0.007	.0019486	.0122729	
age_34	.0021939	.002609	0.84	0.400	-.0029196	.0073074	
age_35	.0061589	.0024939	2.47	0.014	.001271	.0110468	
age_36	.003888	.0024536	1.58	0.113	-.000921	.008697	
age_37	.0056184	.0025833	2.17	0.030	.0005552	.0106816	
age_38	.0019752	.0023828	0.83	0.407	-.0026951	.0066455	
age_39	.0051456	.002489	2.07	0.039	.0002672	.010024	
age_40	.0052369	.0023076	2.27	0.023	.0007142	.0097597	
age_41	.0043882	.0026166	1.68	0.094	-.0007403	.0095167	
age_42	.004794	.0023604	2.03	0.042	.0001678	.0094203	
age_43	.0040083	.0025663	1.56	0.118	-.0010214	.0090381	
age_44	.0010682	.0025804	0.41	0.679	-.0039893	.0061257	
age_45	.0046249	.0024882	1.86	0.063	-.0002519	.0095017	
age_46	.0048341	.0026598	1.82	0.069	-.0003791	.0100473	
age_47	.00449	.0027253	1.65	0.099	-.0008515	.0098316	
age_48	.0087648	.0025587	3.43	0.001	.0037498	.0137798	
age_49	.0093297	.0027422	3.40	0.001	.003955	.0147043	
age_50	.0054833	.0024367	2.25	0.024	.0007074	.0102592	

age_51	.0017944	.0028103	0.64	0.523	-.0037138	.0073025
age_52	.0044192	.0025998	1.70	0.089	-.0006764	.0095148
age_53	.0033801	.0028132	1.20	0.230	-.0021337	.0088939
age_54	.0041603	.0028049	1.48	0.138	-.0013372	.0096578
age_55	.0002028	.0027931	0.07	0.942	-.0052717	.0056773
age_56	.0006109	.0028014	0.22	0.827	-.0048798	.0061016
age_57	5.63e-06	.0030089	0.00	0.999	-.0058917	.0059029
age_58	.0013461	.0027651	0.49	0.626	-.0040733	.0067655
age_59	.0038483	.0028587	1.35	0.178	-.0017545	.0094512
age_60	-.0011137	.0025688	-0.43	0.665	-.0061484	.003921
age_61	-.0027472	.0029775	-0.92	0.356	-.0085828	.0030885
age_62	-.0027428	.0027931	-0.98	0.326	-.0082171	.0027315
age_63	-.0054948	.0028679	-1.92	0.055	-.0111159	.0001262
age_64	-.0001772	.0029877	-0.06	0.953	-.0060331	.0056786
age_65	-.0012232	.0028105	-0.44	0.663	-.0067316	.0042852
age_66	-.0055179	.0030951	-1.78	0.075	-.0115842	.0005484
age_67	-.0029217	.0031724	-0.92	0.357	-.0091395	.0032961
age_68	-.0062439	.0031165	-2.00	0.045	-.0123521	-.0001358
age_69	-.0042077	.0033609	-1.25	0.211	-.0107949	.0023795
age_70	-.0069822	.0030775	-2.27	0.023	-.0130139	-.0009505
age_71	-.0093084	.003687	-2.52	0.012	-.0165348	-.0020821
age_72	-.011798	.0035955	-3.28	0.001	-.018845	-.0047511
age_73	-.0106824	.0040603	-2.63	0.009	-.0186405	-.0027243
age_74	-.0088112	.0043286	-2.04	0.042	-.0172951	-.0003273
age_75	-.0090616	.0042285	-2.14	0.032	-.0173494	-.0007739
age_76	-.0144822	.0049825	-2.91	0.004	-.0242476	-.0047168
age_77	-.0103794	.0053821	-1.93	0.054	-.0209281	.0001693
age_78	-.0127962	.0054216	-2.36	0.018	-.0234224	-.00217
age_79	-.0108834	.0058969	-1.85	0.065	-.0224412	.0006744
age_80	-.0199151	.006044	-3.30	0.001	-.0317611	-.0080691
period_1971	-.0094873	.0029309	-3.24	0.001	-.0152317	-.0037429
period_1972	-.0097485	.0028764	-3.39	0.001	-.0153862	-.0041109
period_1973	-.013142	.0030467	-4.31	0.000	-.0191134	-.0071706
period_1974	-.0108353	.0028723	-3.77	0.000	-.016465	-.0052057
period_1975	-.0119666	.0027488	-4.35	0.000	-.0173542	-.006579
period_1976	-.0127093	.0027656	-4.60	0.000	-.0181297	-.0072888
period_1977	-.0114378	.0028011	-4.08	0.000	-.016928	-.0059477
period_1978	-.0098253	.0027377	-3.59	0.000	-.0151911	-.0044594
period_1979	-.009542	.0027501	-3.47	0.001	-.0149322	-.0041519
period_1980	-.0074774	.002626	-2.85	0.004	-.0126243	-.0023304
period_1981	-.0073621	.0025632	-2.87	0.004	-.0123859	-.0023383
period_1983	-.0068257	.0027215	-2.51	0.012	-.0121597	-.0014917
period_1984	-.0038958	.0026685	-1.46	0.144	-.009126	.0013344
period_1985	-.0067724	.0026176	-2.59	0.010	-.0119028	-.0016421
period_1986	-.0069431	.0026301	-2.64	0.008	-.0120981	-.0017881
period_1987	-.0033021	.0024512	-1.35	0.178	-.0081065	.0015022
period_1988	.0031331	.0023636	1.33	0.185	-.0014994	.0077657
period_1989	.000732	.0023739	0.31	0.758	-.0039209	.0053848
period_1990	-.001284	.0022429	-0.57	0.567	-.00568	.0031121
period_1991	-.0035714	.0022433	-1.59	0.111	-.0079682	.0008253
period_1992	.0070473	.0022244	3.17	0.002	.0026875	.0114072
period_1993	-.0009298	.0019537	-0.48	0.634	-.0047589	.0028994
period_1994	.0048168	.0019667	2.45	0.014	.0009621	.0086715
period_1995	-.0005475	.0019613	-0.28	0.780	-.0043916	.0032967
period_1996	.001234	.0020946	0.59	0.556	-.0028714	.0053394
period_1997	.0016703	.0020158	0.83	0.407	-.0022805	.0056212
period_1998	-.0008797	.0019805	-0.44	0.657	-.0047613	.0030019
period_1999	.0080292	.0020277	3.96	0.000	.0040549	.0120034
period_2000	.0063901	.0020168	3.17	0.002	.0024373	.0103429

period_2001	.006165	.0020084	3.07	0.002	.0022287	.0101014
period_2002	-.0015955	.0019981	-0.80	0.425	-.0055117	.0023208
period_2003	.0030077	.001999	1.50	0.132	-.0009103	.0069256
period_2004	.009355	.0020498	4.56	0.000	.0053373	.0133726
period_2005	.0127319	.0020582	6.19	0.000	.0086978	.0167659
period_2006	.008519	.00207	4.12	0.000	.0044618	.0125762
period_2007	.0178558	.0020639	8.65	0.000	.0138105	.021901
period_2008	.0183966	.0020752	8.86	0.000	.0143293	.022464
period_2009	.0140415	.002112	6.65	0.000	.009902	.0181811
period_2010	.0155474	.0021223	7.33	0.000	.0113877	.0197071
period_2011	.005568	.0021198	2.63	0.009	.0014134	.0097227
period_2012	.0058398	.0021317	2.74	0.006	.0016617	.0100179
cohort_1891	.0050693	.0529723	0.10	0.924	-.0987544	.1088931
cohort_1892	.0014076	.0451036	0.03	0.975	-.0869939	.089809
cohort_1893	-.0004772	.0279635	-0.02	0.986	-.0552847	.0543302
cohort_1894	.0004475	.0235622	0.02	0.985	-.0457335	.0466285
cohort_1895	.0002101	.022484	0.01	0.993	-.0438578	.044278
cohort_1896	-.0008604	.0177551	-0.05	0.961	-.0356597	.0339389
cohort_1897	-.000971	.0160333	-0.06	0.952	-.0323957	.0304537
cohort_1898	-.0004951	.0140661	-0.04	0.972	-.0280642	.027074
cohort_1899	-.0007049	.0130801	-0.05	0.957	-.0263414	.0249316
cohort_1900	-.0018002	.0118648	-0.15	0.879	-.0250548	.0214545
cohort_1901	-.0027957	.0108212	-0.26	0.796	-.0240049	.0184135
cohort_1902	-.0034988	.0093004	-0.38	0.707	-.0217274	.0147297
cohort_1903	-.0038354	.0094721	-0.40	0.686	-.0224003	.0147294
cohort_1904	.0026199	.0091532	0.29	0.775	-.01532	.0205598
cohort_1905	-.0045302	.0082771	-0.55	0.584	-.0207531	.0116926
cohort_1906	-.0013028	.007469	-0.17	0.862	-.0159417	.0133362
cohort_1907	-.0005479	.0071392	-0.08	0.939	-.0145405	.0134448
cohort_1908	-.0008637	.0064157	-0.13	0.893	-.0134382	.0117107
cohort_1909	-.0060978	.006486	-0.94	0.347	-.0188102	.0066146
cohort_1910	-.0009616	.006132	-0.16	0.875	-.0129801	.0110569
cohort_1911	-.0073245	.0059123	-1.24	0.215	-.0189124	.0042634
cohort_1912	-.0036481	.005632	-0.65	0.517	-.0146865	.0073904
cohort_1913	-.0020835	.0056197	-0.37	0.711	-.0130979	.0089309
cohort_1914	-.0047184	.0056108	-0.84	0.400	-.0157153	.0062786
cohort_1915	-.0066875	.0063106	-1.06	0.289	-.019056	.005681
cohort_1916	-.0028559	.0061854	-0.46	0.644	-.0149791	.0092674
cohort_1917	-.0066689	.0060145	-1.11	0.268	-.018457	.0051192
cohort_1918	-.0027066	.0053084	-0.51	0.610	-.0131109	.0076978
cohort_1919	-.005967	.0047499	-1.26	0.209	-.0152767	.0033427
cohort_1920	-.0100587	.0045739	-2.20	0.028	-.0190234	-.0010939
cohort_1921	-.0085351	.0044694	-1.91	0.056	-.0172949	.0002247
cohort_1922	-.0038291	.004393	-0.87	0.383	-.0124392	.0047811
cohort_1923	-.0074103	.0042636	-1.74	0.082	-.0157669	.0009463
cohort_1924	-.0067475	.0041651	-1.62	0.105	-.014911	.001416
cohort_1925	-.0025779	.0039374	-0.65	0.513	-.010295	.0051392
cohort_1926	-.0083595	.0039424	-2.12	0.034	-.0160864	-.0006326
cohort_1927	-.0066335	.0038709	-1.71	0.087	-.0142203	.0009534
cohort_1928	-.0079057	.0037087	-2.13	0.033	-.0151747	-.0006368
cohort_1929	-.0023769	.0036362	-0.65	0.513	-.0095037	.0047499
cohort_1930	-.006735	.0036577	-1.84	0.066	-.0139041	.000434
cohort_1931	-.0039313	.0036166	-1.09	0.277	-.0110198	.0031572
cohort_1932	.0002089	.0035227	0.06	0.953	-.0066954	.0071133
cohort_1933	.0023259	.0032642	0.71	0.476	-.0040718	.0087236
cohort_1934	-.0013667	.0031392	-0.44	0.663	-.0075194	.0047861
cohort_1935	-.0059576	.0030006	-1.99	0.047	-.0118386	-.0000766
cohort_1936	-.0008414	.0029234	-0.29	0.773	-.0065711	.0048883
cohort_1937	-.0010244	.0028759	-0.36	0.722	-.0066611	.0046123
cohort_1938	-.0027151	.0027966	-0.97	0.332	-.0081963	.0027661

cohort_1939	-.002397	.0027809	-0.86	0.389	-.0078476	.0030535
cohort_1940	.0014829	.0027599	0.54	0.591	-.0039265	.0068922
cohort_1941	-.0034543	.0028488	-1.21	0.225	-.0090378	.0021292
cohort_1942	-.0020392	.0028699	-0.71	0.477	-.0076642	.0035857
cohort_1943	.0008916	.002894	0.31	0.758	-.0047806	.0065637
cohort_1944	.0025314	.0030658	0.83	0.409	-.0034774	.0085402
cohort_1945	.0003077	.0030293	0.10	0.919	-.0056296	.006245
cohort_1946	.0013506	.002903	0.47	0.642	-.0043392	.0070405
cohort_1947	.0017669	.002847	0.62	0.535	-.0038132	.007347
cohort_1948	.001864	.0028055	0.66	0.506	-.0036346	.0073626
cohort_1949	.0008008	.0027357	0.29	0.770	-.0045611	.0061626
cohort_1950	.0000349	.0027417	0.01	0.990	-.0053388	.0054086
cohort_1951	.0028085	.0027608	1.02	0.309	-.0026025	.0082195
cohort_1952	.0006585	.002708	0.24	0.808	-.004649	.0059661
cohort_1953	-.0003013	.0027272	-0.11	0.912	-.0056465	.005044
cohort_1954	.0027016	.0027489	0.98	0.326	-.0026862	.0080893
cohort_1955	.001392	.0027559	0.51	0.613	-.0040094	.0067934
cohort_1956	.0044097	.0027161	1.62	0.104	-.0009138	.0097332
cohort_1957	.0034309	.0026978	1.27	0.203	-.0018567	.0087184
cohort_1958	-.0021035	.0026954	-0.78	0.435	-.0073864	.0031795
cohort_1959	.0014516	.0026177	0.55	0.579	-.0036789	.0065822
cohort_1960	.0039311	.0026511	1.48	0.138	-.0012649	.009127
cohort_1961	.0026492	.002712	0.98	0.329	-.0026662	.0079646
cohort_1962	.0040022	.0026343	1.52	0.129	-.0011609	.0091654
cohort_1963	.0077325	.0026489	2.92	0.004	.0025407	.0129244
cohort_1964	.0079194	.0026918	2.94	0.003	.0026437	.0131952
cohort_1965	.0037892	.0027007	1.40	0.161	-.0015041	.0090825
cohort_1966	.0049556	.0027892	1.78	0.076	-.0005111	.0104222
cohort_1967	.0107055	.0028002	3.82	0.000	.0052173	.0161937
cohort_1968	.0092746	.0029884	3.10	0.002	.0034175	.0151317
cohort_1969	.0021474	.0030402	0.71	0.480	-.0038113	.0081062
cohort_1970	.0049527	.0031816	1.56	0.120	-.0012832	.0111885
cohort_1971	.0043724	.0034315	1.27	0.203	-.0023532	.011098
cohort_1972	-.0052679	.0036174	-1.46	0.145	-.0123579	.0018221
cohort_1973	.0055631	.0037531	1.48	0.138	-.0017929	.0129191
cohort_1974	.0059374	.0038234	1.55	0.120	-.0015562	.0134311
cohort_1975	.000841	.0038563	0.22	0.827	-.0067172	.0083992
cohort_1976	-.0006219	.0039913	-0.16	0.876	-.0084447	.007201
cohort_1977	.009662	.0041997	2.30	0.021	.0014307	.0178932
cohort_1978	.0031208	.0044361	0.70	0.482	-.0055737	.0118154
cohort_1979	.0083674	.0043895	1.91	0.057	-.0002358	.0169707
cohort_1980	-.0006352	.0045946	-0.14	0.890	-.0096405	.0083702
cohort_1981	.0047294	.0048585	0.97	0.330	-.0047932	.0142519
cohort_1982	.0099629	.0048353	2.06	0.039	.0004858	.01944
cohort_1983	.0135187	.0052875	2.56	0.011	.0031554	.0238821
cohort_1984	.007135	.0056448	1.26	0.206	-.0039285	.0181985
cohort_1985	.0125255	.0055367	2.26	0.024	.0016738	.0233771
cohort_1986	-.000558	.0061215	-0.09	0.927	-.012556	.01144
cohort_1987	-.0013491	.0063234	-0.21	0.831	-.0137428	.0110446
cohort_1988	-.0017464	.0069441	-0.25	0.801	-.0153566	.0118638
cohort_1989	-.0031724	.0073394	-0.43	0.666	-.0175574	.0112125
cohort_1990	.0039517	.0081758	0.48	0.629	-.0120726	.0199761
cohort_1991	-.0125865	.0085962	-1.46	0.143	-.0294347	.0042618
cohort_1992	-.0041622	.0098332	-0.42	0.672	-.023435	.0151106
cohort_1993	-.0003713	.0125825	-0.03	0.976	-.0250326	.02429
cohort_1994	.0091939	.0130986	0.70	0.483	-.0164789	.0348668
cohort_1995	-.019594	.0169824	-1.15	0.249	-.0528789	.0136909
cohort_1996	.0366309	.0198625	1.84	0.065	-.0022989	.0755608
cohort_1997	-.0179759	.0308314	-0.58	0.560	-.0784044	.0424526
_cons	.0307942	.0017295	17.81	0.000	.0274045	.0341839

Tabelle 79: Effekteberechnung für Reisen in das südliche Afrika.

```
. apc_ie Südafrika V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

Iteration 0: log likelihood = 212085.81
Intrinsic estimator of APC effects          No. of obs      = 190630
Optimization      : ML                      Residual df    = 190416
                                                Scale parameter = .0063338
Deviance          = 1206.053057             (1/df) Deviance = .0063338
Pearson          = 1206.053057             (1/df) Pearson  = .0063338

Variance function: V(u) = 1                [Gaussian]
Link function     : g(u) = u                [Identity]

Log likelihood    = 212085.8086            AIC             = -2.222859
                                                BIC             = -2313889
```

Südafrika	OIM					[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.	z	P> z			
V5050	-.0009664	.0003663	-2.64	0.008	-.0016844	-.0002484	
V3030	-.0017702	.0001801	-9.83	0.000	-.0021232	-.0014172	
age_14	-.0002767	.0025563	-0.11	0.914	-.005287	.0047335	
age_15	-.0019432	.0022773	-0.85	0.393	-.0064067	.0025202	
age_16	-.0013936	.0020902	-0.67	0.505	-.0054902	.0027031	
age_17	-.0010982	.0021087	-0.52	0.603	-.0052311	.0030347	
age_18	-.0019166	.0018923	-1.01	0.311	-.0056254	.0017922	
age_19	-.0000605	.0017522	-0.03	0.972	-.0034947	.0033738	
age_20	-.0023599	.0017427	-1.35	0.176	-.0057755	.0010557	
age_21	.0012723	.0017425	0.73	0.465	-.002143	.0046876	
age_22	-.0002275	.0016482	-0.14	0.890	-.0034578	.0030029	
age_23	.0005557	.0015884	0.35	0.726	-.0025574	.0036689	
age_24	-.0001636	.001528	-0.11	0.915	-.0031585	.0028312	
age_25	.0034183	.0014931	2.29	0.022	.0004919	.0063447	
age_26	.0010375	.0014689	0.71	0.480	-.0018414	.0039165	
age_27	.0001328	.0014553	0.09	0.927	-.0027195	.002985	
age_28	.0017503	.0013576	1.29	0.197	-.0009106	.0044111	
age_29	.0033764	.001383	2.44	0.015	.0006658	.0060871	
age_30	-.001004	.0013017	-0.77	0.441	-.0035553	.0015472	
age_31	.0019945	.0014267	1.40	0.162	-.0008017	.0047907	
age_32	-.0014036	.0013588	-1.03	0.302	-.0040668	.0012596	
age_33	.0011592	.0013667	0.85	0.396	-.0015195	.0038379	
age_34	.0007673	.0013538	0.57	0.571	-.0018862	.0034207	
age_35	.000841	.0012941	0.65	0.516	-.0016954	.0033773	
age_36	.0007367	.0012732	0.58	0.563	-.0017587	.0032321	
age_37	-.0004841	.0013405	-0.36	0.718	-.0031114	.0021432	
age_38	.0007235	.0012365	0.59	0.558	-.0016999	.0031469	
age_39	.0016311	.0012916	1.26	0.207	-.0009003	.0041625	
age_40	.0005589	.0011974	0.47	0.641	-.0017879	.0029058	
age_41	.0033849	.0013578	2.49	0.013	.0007237	.0060461	
age_42	.0010856	.0012248	0.89	0.375	-.001315	.0034862	
age_43	.0021295	.0013316	1.60	0.110	-.0004805	.0047394	
age_44	-.0000264	.001339	-0.02	0.984	-.0026507	.002598	
age_45	.0001055	.0012911	0.08	0.935	-.002425	.0026361	
age_46	.0026555	.0013802	1.92	0.054	-.0000496	.0053606	
age_47	.0014602	.0014142	1.03	0.302	-.0013115	.004232	
age_48	.0005528	.0013277	0.42	0.677	-.0020496	.0031551	
age_49	.0011946	.0014229	0.84	0.401	-.0015943	.0039835	
age_50	.0008076	.0012644	0.64	0.523	-.0016706	.0032859	

age_51	.0020402	.0014583	1.40	0.162	-.0008181	.0048984
age_52	-.0003317	.0013491	-0.25	0.806	-.0029758	.0023124
age_53	.0023005	.0014598	1.58	0.115	-.0005606	.0051616
age_54	-.0004241	.0014555	-0.29	0.771	-.0032768	.0024286
age_55	.0004537	.0014494	0.31	0.754	-.002387	.0032944
age_56	.0028893	.0014537	1.99	0.047	.0000402	.0057385
age_57	.0029895	.0015613	1.91	0.056	-.0000706	.0060496
age_58	.0025701	.0014348	1.79	0.073	-.0002421	.0053822
age_59	.0020057	.0014834	1.35	0.176	-.0009017	.004913
age_60	.0011372	.0013329	0.85	0.394	-.0014753	.0037497
age_61	-.0015766	.001545	-1.02	0.308	-.0046048	.0014515
age_62	.0007193	.0014493	0.50	0.620	-.0021214	.0035599
age_63	-.001418	.0014882	-0.95	0.341	-.0043348	.0014988
age_64	-.0001625	.0015504	-0.10	0.917	-.0032012	.0028761
age_65	-.0000616	.0014584	-0.04	0.966	-.00292	.0027967
age_66	.0006045	.0016061	0.38	0.707	-.0025434	.0037523
age_67	-.0000868	.0016462	-0.05	0.958	-.0033132	.0031397
age_68	-.0008742	.0016171	-0.54	0.589	-.0040438	.0022953
age_69	-.0023741	.001744	-1.36	0.173	-.0057922	.001044
age_70	-.0041459	.0015969	-2.60	0.009	-.0072758	-.001016
age_71	-.0018696	.0019132	-0.98	0.328	-.0056194	.0018802
age_72	-.0036226	.0018657	-1.94	0.052	-.0072793	.0000341
age_73	-.0032691	.0021069	-1.55	0.121	-.0073986	.0008604
age_74	-.0011699	.0022461	-0.52	0.602	-.0055722	.0032324
age_75	-.0005867	.0021942	-0.27	0.789	-.0048873	.0037138
age_76	-.003258	.0025854	-1.26	0.208	-.0083253	.0018093
age_77	-.0014292	.0027928	-0.51	0.609	-.0069029	.0040446
age_78	-.0025541	.0028133	-0.91	0.364	-.0080681	.0029598
age_79	-.0047228	.0030599	-1.54	0.123	-.0107202	.0012746
age_80	-.0047459	.0031363	-1.51	0.130	-.0108929	.001401
period_1971	-.0028937	.0015208	-1.90	0.057	-.0058745	.0000871
period_1972	-.0028291	.0014926	-1.90	0.058	-.0057545	.0000963
period_1973	-.0028431	.0015809	-1.80	0.072	-.0059417	.0002555
period_1974	-.0010647	.0014905	-0.71	0.475	-.003986	.0018565
period_1975	-.0043292	.0014264	-3.04	0.002	-.0071248	-.0015335
period_1976	-.0014455	.0014351	-1.01	0.314	-.0042582	.0013672
period_1977	-.002735	.0014535	-1.88	0.060	-.0055838	.0001139
period_1978	-.0036027	.0014206	-2.54	0.011	-.006387	-.0008183
period_1979	-.001438	.001427	-1.01	0.314	-.0042349	.001359
period_1980	-.0010754	.0013627	-0.79	0.430	-.0037462	.0015953
period_1981	-.0006624	.0013301	-0.50	0.618	-.0032693	.0019445
period_1983	-.0016716	.0014122	-1.18	0.237	-.0044394	.0010962
period_1984	-.0012738	.0013847	-0.92	0.358	-.0039878	.0014402
period_1985	-.0017392	.0013583	-1.28	0.200	-.0044014	.000923
period_1986	-.0013423	.0013648	-0.98	0.325	-.0040173	.0013326
period_1987	-.0003613	.001272	-0.28	0.776	-.0028543	.0021317
period_1988	.0027027	.0012265	2.20	0.028	.0002989	.0051066
period_1989	-.0017089	.0012319	-1.39	0.165	-.0041233	.0007055
period_1990	-.0010226	.0011639	-0.88	0.380	-.0033037	.0012586
period_1991	-.0013654	.001164	-1.17	0.241	-.0036469	.0009161
period_1992	-.0007426	.0011543	-0.64	0.520	-.0030049	.0015197
period_1993	-.0022482	.0010138	-2.22	0.027	-.0042352	-.0002612
period_1994	.0005611	.0010205	0.55	0.582	-.0014391	.0025613
period_1995	.002234	.0010177	2.20	0.028	.0002393	.0042287
period_1996	-1.74e-06	.0010869	-0.00	0.999	-.0021321	.0021286
period_1997	.0017972	.001046	1.72	0.086	-.0002529	.0038473
period_1998	.0032515	.0010277	3.16	0.002	.0012373	.0052656
period_1999	-.0002925	.0010522	-0.28	0.781	-.0023547	.0017698
period_2000	.0012969	.0010465	1.24	0.215	-.0007543	.003348

period_2001	.0015108	.0010422	1.45	0.147	-.0005318	.0035533
period_2002	.0001229	.0010368	0.12	0.906	-.0019093	.002155
period_2003	.0025589	.0010373	2.47	0.014	.0005259	.004592
period_2004	.0014479	.0010637	1.36	0.173	-.0006369	.0035327
period_2005	.0036441	.001068	3.41	0.001	.0015508	.0057374
period_2006	.0022771	.0010741	2.12	0.034	.0001718	.0043823
period_2007	.0017523	.001071	1.64	0.102	-.0003468	.0038514
period_2008	.0029909	.0010768	2.78	0.005	.0008803	.0051015
period_2009	.0024231	.001096	2.21	0.027	.0002751	.0045711
period_2010	.0024339	.0011013	2.21	0.027	.0002754	.0045924
period_2011	.0025932	.0011	2.36	0.018	.0004373	.004749
period_2012	.0030906	.0011062	2.79	0.005	.0009225	.0052586
cohort_1891	.0006308	.0274875	0.02	0.982	-.0532438	.0545054
cohort_1892	.0010954	.0234045	0.05	0.963	-.0447765	.0469673
cohort_1893	.0000161	.0145104	0.00	0.999	-.0284237	.0284559
cohort_1894	-.0010753	.0122265	-0.09	0.930	-.0250389	.0228882
cohort_1895	-.0007446	.0116671	-0.06	0.949	-.0236116	.0221224
cohort_1896	-.0013462	.0092132	-0.15	0.884	-.0194037	.0167113
cohort_1897	-.0016472	.0083197	-0.20	0.843	-.0179536	.0146592
cohort_1898	-.0010556	.007299	-0.14	0.885	-.0153613	.0132501
cohort_1899	-.0012068	.0067873	-0.18	0.859	-.0145097	.012096
cohort_1900	.0042981	.0061567	0.70	0.485	-.0077688	.016365
cohort_1901	-.0015014	.0056152	-0.27	0.789	-.012507	.0095041
cohort_1902	.0055546	.004826	1.15	0.250	-.0039042	.0150135
cohort_1903	-.0018698	.0049151	-0.38	0.704	-.0115032	.0077636
cohort_1904	.0017005	.0047496	0.36	0.720	-.0076086	.0110096
cohort_1905	-.0018586	.004295	-0.43	0.665	-.0102767	.0065595
cohort_1906	-.0000283	.0038757	-0.01	0.994	-.0076245	.0075679
cohort_1907	-.0026578	.0037046	-0.72	0.473	-.0099186	.004603
cohort_1908	-.0012748	.0033291	-0.38	0.702	-.0077997	.0052501
cohort_1909	.0035256	.0033656	1.05	0.295	-.003071	.0101221
cohort_1910	-.0015707	.0031819	-0.49	0.622	-.0078071	.0046657
cohort_1911	-.0032239	.0030679	-1.05	0.293	-.0092368	.0027891
cohort_1912	.0013531	.0029224	0.46	0.643	-.0043748	.007081
cohort_1913	-.0012782	.0029161	-0.44	0.661	-.0069936	.0044372
cohort_1914	-.0028469	.0029115	-0.98	0.328	-.0085533	.0028595
cohort_1915	.0005278	.0032746	0.16	0.872	-.0058902	.0069459
cohort_1916	.0002742	.0032096	0.09	0.932	-.0060166	.006565
cohort_1917	-.0042834	.0031209	-1.37	0.170	-.0104003	.0018335
cohort_1918	-.0024199	.0027546	-0.88	0.380	-.0078187	.002979
cohort_1919	-.0019403	.0024648	-0.79	0.431	-.0067711	.0028906
cohort_1920	-.0015291	.0023734	-0.64	0.519	-.0061809	.0031227
cohort_1921	-.0017178	.0023192	-0.74	0.459	-.0062633	.0028277
cohort_1922	-.0006202	.0022796	-0.27	0.786	-.005088	.0038476
cohort_1923	-.0028553	.0022124	-1.29	0.197	-.0071916	.0014809
cohort_1924	-.0035479	.0021613	-1.64	0.101	-.007784	.0006881
cohort_1925	-.0042446	.0020431	-2.08	0.038	-.0082491	-.0002402
cohort_1926	-.0034191	.0020457	-1.67	0.095	-.0074286	.0005905
cohort_1927	-.0018071	.0020086	-0.90	0.368	-.0057439	.0021298
cohort_1928	-.0007398	.0019245	-0.38	0.701	-.0045117	.0030321
cohort_1929	.0008241	.0018868	0.44	0.662	-.002874	.0045223
cohort_1930	-.0018726	.001898	-0.99	0.324	-.0055926	.0018475
cohort_1931	.0001862	.0018767	0.10	0.921	-.0034921	.0038644
cohort_1932	-.0011776	.0018279	-0.64	0.519	-.0047603	.0024051
cohort_1933	-.0016389	.0016938	-0.97	0.333	-.0049587	.001681
cohort_1934	.0003543	.0016289	0.22	0.828	-.0028384	.0035469
cohort_1935	.000017	.001557	0.01	0.991	-.0030347	.0030687
cohort_1936	.0010166	.0015169	0.67	0.503	-.0019566	.0039897
cohort_1937	-.0001182	.0014923	-0.08	0.937	-.0030431	.0028067
cohort_1938	.0012244	.0014512	0.84	0.399	-.0016198	.0040686

cohort_1939	.0008792	.001443	0.61	0.542	-.0019491	.0037075
cohort_1940	.0021231	.0014321	1.48	0.138	-.0006839	.00493
cohort_1941	.0001626	.0014782	0.11	0.912	-.0027347	.0030599
cohort_1942	.0025877	.0014892	1.74	0.082	-.0003311	.0055065
cohort_1943	.0023623	.0015017	1.57	0.116	-.000581	.0053056
cohort_1944	.0019543	.0015908	1.23	0.219	-.0011636	.0050723
cohort_1945	.0010612	.0015719	0.68	0.500	-.0020197	.0041421
cohort_1946	-.0000697	.0015064	-0.05	0.963	-.0030222	.0028828
cohort_1947	-.0013806	.0014773	-0.93	0.350	-.0042762	.0015149
cohort_1948	.0031826	.0014558	2.19	0.029	.0003294	.0060359
cohort_1949	-.0005487	.0014196	-0.39	0.699	-.003331	.0022336
cohort_1950	.0002783	.0014227	0.20	0.845	-.0025101	.0030667
cohort_1951	-.0020652	.0014326	-1.44	0.149	-.004873	.0007425
cohort_1952	.0008822	.0014052	0.63	0.530	-.001872	.0036363
cohort_1953	.0022645	.0014152	1.60	0.110	-.0005091	.0050382
cohort_1954	.0011669	.0014264	0.82	0.413	-.0016289	.0039626
cohort_1955	.0035809	.00143	2.50	0.012	.0007781	.0063837
cohort_1956	.0021001	.0014094	1.49	0.136	-.0006623	.0048625
cohort_1957	-.0001767	.0013999	-0.13	0.900	-.0029204	.002567
cohort_1958	.0022555	.0013987	1.61	0.107	-.0004859	.0049968
cohort_1959	.0000896	.0013583	0.07	0.947	-.0025726	.0027519
cohort_1960	-.0011083	.0013756	-0.81	0.420	-.0038045	.0015879
cohort_1961	.0024607	.0014073	1.75	0.080	-.0002975	.0052189
cohort_1962	.0013748	.001367	1.01	0.315	-.0013044	.004054
cohort_1963	.0000693	.0013745	0.05	0.960	-.0026247	.0027634
cohort_1964	.0000825	.0013968	0.06	0.953	-.0026551	.0028201
cohort_1965	.0019604	.0014014	1.40	0.162	-.0007863	.0047071
cohort_1966	.0003701	.0014473	0.26	0.798	-.0024665	.0032068
cohort_1967	.0000983	.001453	0.07	0.946	-.0027496	.0029462
cohort_1968	-.0009617	.0015507	-0.62	0.535	-.004001	.0020776
cohort_1969	.0015611	.0015776	0.99	0.322	-.0015309	.0046531
cohort_1970	.0007589	.001651	0.46	0.646	-.0024769	.0039947
cohort_1971	.0049036	.0017806	2.75	0.006	.0014136	.0083935
cohort_1972	.0040213	.0018771	2.14	0.032	.0003422	.0077003
cohort_1973	.0032432	.0019475	1.67	0.096	-.0005738	.0070603
cohort_1974	.0008168	.001984	0.41	0.681	-.0030717	.0047053
cohort_1975	-.0027575	.0020011	-1.38	0.168	-.0066795	.0011645
cohort_1976	.0013511	.0020711	0.65	0.514	-.0027082	.0054104
cohort_1977	.0007531	.0021792	0.35	0.730	-.0035181	.0050244
cohort_1978	.0041756	.0023019	1.81	0.070	-.0003361	.0086872
cohort_1979	.0038779	.0022777	1.70	0.089	-.0005864	.0083422
cohort_1980	-.0021567	.0023842	-0.90	0.366	-.0068296	.0025162
cohort_1981	-.003487	.0025211	-1.38	0.167	-.0084283	.0014543
cohort_1982	.0059099	.0025091	2.36	0.019	.0009922	.0108276
cohort_1983	-.0001143	.0027437	-0.04	0.967	-.0054919	.0052633
cohort_1984	-.001509	.0029291	-0.52	0.606	-.0072499	.0042319
cohort_1985	-.0015584	.002873	-0.54	0.588	-.0071894	.0040725
cohort_1986	-.0036239	.0031765	-1.14	0.254	-.0098497	.0026019
cohort_1987	-.0061774	.0032813	-1.88	0.060	-.0126086	.0002537
cohort_1988	-.0062164	.0036033	-1.73	0.084	-.0132787	.000846
cohort_1989	-.0011026	.0038084	-0.29	0.772	-.0085671	.0063618
cohort_1990	.0000625	.0042425	0.01	0.988	-.0082526	.0083776
cohort_1991	-.0020879	.0044606	-0.47	0.640	-.0108305	.0066547
cohort_1992	.0031071	.0051025	0.61	0.543	-.0068936	.0131078
cohort_1993	-.0045786	.0065291	-0.70	0.483	-.0173755	.0082183
cohort_1994	-.004597	.0067969	-0.68	0.499	-.0179187	.0087248
cohort_1995	.0079653	.0088122	0.90	0.366	-.0093064	.025237
cohort_1996	.0129806	.0103067	1.26	0.208	-.0072202	.0331815
cohort_1997	-.0060384	.0159986	-0.38	0.706	-.037395	.0253182
_cons	.0108924	.0008974	12.14	0.000	.0091335	.0126513

Tabelle 80: Effekteberechnung für Reisen nach Indien.

```
. apc_ie Indien V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

Iteration 0: log likelihood = 233112.98
Intrinsic estimator of APC effects          No. of obs      =    190630
Optimization      : ML                      Residual df     =    190416
                                                Scale parameter =    .0050799
Deviance          =  967.2927326           (1/df) Deviance =    .0050799
Pearson           =  967.2927326           (1/df) Pearson  =    .0050799

Variance function: V(u) = 1                [Gaussian]
Link function     : g(u) = u                [Identity]

Log likelihood    =  233112.9837           AIC              = -2.443466
                                                BIC              = -2314128
```

Indien	OIM		z	P> z	[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.				
V5050	-.0006861	.0003281	-2.09	0.037	-.0013291	-.0000431
V3030	-.0022022	.0001613	-13.65	0.000	-.0025183	-.0018861
age_14	-.0004425	.0022893	-0.19	0.847	-.0049295	.0040445
age_15	-.0023408	.0020395	-1.15	0.251	-.0063381	.0016565
age_16	-.0009034	.0018719	-0.48	0.629	-.0045722	.0027654
age_17	-.0006864	.0018884	-0.36	0.716	-.0043876	.0030149
age_18	-.0014419	.0016947	-0.85	0.395	-.0047633	.0018796
age_19	-.0017403	.0015692	-1.11	0.267	-.0048159	.0013353
age_20	-.001564	.0015607	-1.00	0.316	-.0046229	.0014948
age_21	-.0031847	.0015605	-2.04	0.041	-.0062433	-.0001261
age_22	.0019537	.001476	1.32	0.186	-.0009393	.0048466
age_23	.0010565	.0014225	0.74	0.458	-.0017315	.0038445
age_24	-.0003335	.0013684	-0.24	0.807	-.0030156	.0023486
age_25	-.0009973	.0013371	-0.75	0.456	-.003618	.0016235
age_26	.0012297	.0013155	0.93	0.350	-.0013486	.003808
age_27	.0014287	.0013033	1.10	0.273	-.0011257	.0039831
age_28	.0031023	.0012158	2.55	0.011	.0007193	.0054853
age_29	.0039632	.0012386	3.20	0.001	.0015356	.0063908
age_30	.0017314	.0011657	1.49	0.137	-.0005534	.0040162
age_31	.0037083	.0012777	2.90	0.004	.0012041	.0062125
age_32	.0040625	.0012169	3.34	0.001	.0016774	.0064475
age_33	.0053963	.001224	4.41	0.000	.0029974	.0077952
age_34	.0014285	.0012124	1.18	0.239	-.0009478	.0038048
age_35	.0011698	.0011589	1.01	0.313	-.0011017	.0034412
age_36	.0005903	.0011402	0.52	0.605	-.0016445	.0028251
age_37	.0009945	.0012005	0.83	0.407	-.0013584	.0033474
age_38	.0031898	.0011073	2.88	0.004	.0010195	.0053602
age_39	.0021289	.0011567	1.84	0.066	-.0001382	.0043959
age_40	.0006819	.0010723	0.64	0.525	-.0014199	.0027836
age_41	.0040185	.001216	3.30	0.001	.0016352	.0064018
age_42	.0003458	.0010969	0.32	0.753	-.0018041	.0024956
age_43	.0010873	.0011926	0.91	0.362	-.0012501	.0034246
age_44	.0031385	.0011991	2.62	0.009	.0007883	.0054888
age_45	.003253	.0011563	2.81	0.005	.0009867	.0055193
age_46	.0021313	.0012361	1.72	0.085	-.0002914	.0045539
age_47	.002282	.0012665	1.80	0.072	-.0002003	.0047642
age_48	.0027273	.0011891	2.29	0.022	.0003968	.0050578
age_49	.0027823	.0012743	2.18	0.029	.0002847	.00528
age_50	.0035828	.0011324	3.16	0.002	.0013633	.0058022

age_51	.0014501	.001306	1.11	0.267	-.0011096	.0040098
age_52	-.001296	.0012082	-1.07	0.283	-.003664	.0010719
age_53	.0007827	.0013073	0.60	0.549	-.0017796	.0033451
age_54	.0012352	.0013035	0.95	0.343	-.0013196	.0037899
age_55	.0024514	.001298	1.89	0.059	-.0000927	.0049954
age_56	-.0002193	.0013019	-0.17	0.866	-.0027709	.0023323
age_57	.0008438	.0013983	0.60	0.546	-.0018968	.0035843
age_58	-.0003764	.0012849	-0.29	0.770	-.0028949	.002142
age_59	-.0001638	.0013285	-0.12	0.902	-.0027675	.00244
age_60	.0013175	.0011937	1.10	0.270	-.0010222	.0036571
age_61	-.0001908	.0013837	-0.14	0.890	-.0029028	.0025211
age_62	.0006986	.001298	0.54	0.590	-.0018454	.0032426
age_63	-.0016123	.0013328	-1.21	0.226	-.0042244	.0009999
age_64	-.0021695	.0013884	-1.56	0.118	-.0048908	.0005518
age_65	7.74e-06	.0013061	0.01	0.995	-.0025521	.0025676
age_66	-.002448	.0014383	-1.70	0.089	-.0052671	.0003711
age_67	-.0021951	.0014742	-1.49	0.136	-.0050846	.0006944
age_68	-.0025177	.0014483	-1.74	0.082	-.0053563	.0003208
age_69	-.0028108	.0015618	-1.80	0.072	-.0058719	.0002504
age_70	-.0027559	.0014301	-1.93	0.054	-.0055589	.0000471
age_71	-.0022312	.0017134	-1.30	0.193	-.0055894	.001127
age_72	-.0032999	.0016708	-1.97	0.048	-.0065747	-.0000251
age_73	-.0047902	.0018869	-2.54	0.011	-.0084885	-.001092
age_74	-.0040133	.0020115	-2.00	0.046	-.0079559	-.0000708
age_75	-.0032385	.001965	-1.65	0.099	-.0070899	.0006129
age_76	-.0026929	.0023154	-1.16	0.245	-.007231	.0018452
age_77	-.0048887	.0025011	-1.95	0.051	-.0097908	.0000134
age_78	-.003873	.0025195	-1.54	0.124	-.0088111	.0010651
age_79	-.0052454	.0027404	-1.91	0.056	-.0106164	.0001257
age_80	-.0052885	.0028087	-1.88	0.060	-.0107935	.0002165
period_1971	-.0026968	.001362	-1.98	0.048	-.0053663	-.0000273
period_1972	-.0028606	.0013367	-2.14	0.032	-.0054805	-.0002407
period_1973	-.0028734	.0014158	-2.03	0.042	-.0056483	-.0000984
period_1974	-.003199	.0013348	-2.40	0.017	-.0058152	-.0005829
period_1975	-.0023538	.0012774	-1.84	0.065	-.0048574	.0001499
period_1976	-.0019129	.0012852	-1.49	0.137	-.0044318	.000606
period_1977	-.0023488	.0013017	-1.80	0.071	-.0049001	.0002026
period_1978	-.0028138	.0012723	-2.21	0.027	-.0053073	-.0003202
period_1979	-.0010327	.001278	-0.81	0.419	-.0035375	.0014722
period_1980	-.0017719	.0012203	-1.45	0.147	-.0041637	.0006199
period_1981	-.0009631	.0011912	-0.81	0.419	-.0032977	.0013716
period_1983	-.0012321	.0012647	-0.97	0.330	-.0037108	.0012467
period_1984	-.0030516	.0012401	-2.46	0.014	-.0054822	-.0006211
period_1985	-.0013291	.0012164	-1.09	0.275	-.0037132	.0010551
period_1986	-.0023584	.0012223	-1.93	0.054	-.004754	.0000371
period_1987	-.0019638	.0011391	-1.72	0.085	-.0041964	.0002688
period_1988	.0012342	.0010984	1.12	0.261	-.0009187	.003387
period_1989	-.0007222	.0011032	-0.65	0.513	-.0028844	.0014401
period_1990	-.0008072	.0010423	-0.77	0.439	-.0028501	.0012357
period_1991	-.0000689	.0010425	-0.07	0.947	-.0021121	.0019744
period_1992	.0024144	.0010337	2.34	0.020	.0003883	.0044404
period_1993	.0039674	.0009079	4.37	0.000	.002188	.0057469
period_1994	.0014442	.000914	1.58	0.114	-.0003471	.0032356
period_1995	.0024681	.0009115	2.71	0.007	.0006817	.0042546
period_1996	.0003884	.0009734	0.40	0.690	-.0015195	.0022962
period_1997	.0022976	.0009368	2.45	0.014	.0004616	.0041336
period_1998	.002259	.0009203	2.45	0.014	.0004551	.0040628
period_1999	.0021863	.0009423	2.32	0.020	.0003394	.0040332
period_2000	.0026322	.0009372	2.81	0.005	.0007953	.0044691

period_2001	.0001775	.0009333	0.19	0.849	-.0016517	.0020068
period_2002	.0015627	.0009286	1.68	0.092	-.0002572	.0033826
period_2003	.0003545	.000929	0.38	0.703	-.0014663	.0021752
period_2004	.001865	.0009526	1.96	0.050	-2.01e-06	.003732
period_2005	.0027178	.0009565	2.84	0.004	.0008432	.0045925
period_2006	.0005571	.000962	0.58	0.562	-.0013283	.0024426
period_2007	.0024056	.0009591	2.51	0.012	.0005258	.0042855
period_2008	.0018862	.0009644	1.96	0.050	-3.98e-06	.0037763
period_2009	.0022308	.0009815	2.27	0.023	.0003071	.0041545
period_2010	.0000709	.0009863	0.07	0.943	-.0018621	.002004
period_2011	.0011333	.0009851	1.15	0.250	-.0007974	.003064
period_2012	.0001066	.0009906	0.11	0.914	-.001835	.0020482
cohort_1891	.0016338	.0246168	0.07	0.947	-.0466142	.0498819
cohort_1892	.0022915	.0209601	0.11	0.913	-.0387896	.0433727
cohort_1893	.001376	.0129949	0.11	0.916	-.0240936	.0268456
cohort_1894	.0015523	.0109496	0.14	0.887	-.0199086	.0230131
cohort_1895	.0011034	.0104486	0.11	0.916	-.0193754	.0215822
cohort_1896	.0006089	.008251	0.07	0.941	-.0155627	.0167806
cohort_1897	.0006235	.0074509	0.08	0.933	-.0139799	.0152269
cohort_1898	.0013039	.0065367	0.20	0.842	-.0115078	.0141155
cohort_1899	.0008504	.0060784	0.14	0.889	-.0110632	.0127639
cohort_1900	.0001572	.0055137	0.03	0.977	-.0106494	.0109639
cohort_1901	-9.19e-06	.0050287	-0.00	0.999	-.0098654	.009847
cohort_1902	.0000181	.004322	0.00	0.997	-.0084528	.0084891
cohort_1903	-.0002242	.0044018	-0.05	0.959	-.0088515	.0084031
cohort_1904	-.0001816	.0042536	-0.04	0.966	-.0085185	.0081553
cohort_1905	-.0000449	.0038465	-0.01	0.991	-.0075838	.007494
cohort_1906	-.000416	.0034709	-0.12	0.905	-.0072189	.0063869
cohort_1907	-.0007154	.0033177	-0.22	0.829	-.007218	.0057871
cohort_1908	-.000831	.0029814	-0.28	0.780	-.0066744	.0050125
cohort_1909	.00052	.0030141	0.17	0.863	-.0053876	.0064276
cohort_1910	-.001222	.0028496	-0.43	0.668	-.0068071	.0043631
cohort_1911	-.0015445	.0027475	-0.56	0.574	-.0069295	.0038405
cohort_1912	-.0017536	.0026172	-0.67	0.503	-.0068833	.0033761
cohort_1913	-.0020201	.0026115	-0.77	0.439	-.0071386	.0030984
cohort_1914	-.002404	.0026074	-0.92	0.357	-.0075144	.0027064
cohort_1915	.0007145	.0029326	0.24	0.808	-.0050333	.0064623
cohort_1916	-.0023258	.0028744	-0.81	0.418	-.0079596	.003308
cohort_1917	-.0026484	.002795	-0.95	0.343	-.0081264	.0028297
cohort_1918	-.0017076	.0024669	-0.69	0.489	-.0065426	.0031275
cohort_1919	-.0028892	.0022073	-1.31	0.191	-.0072155	.0014371
cohort_1920	-.0022866	.0021255	-1.08	0.282	-.0064526	.0018794
cohort_1921	-.0004954	.002077	-0.24	0.811	-.0045662	.0035753
cohort_1922	-.003588	.0020415	-1.76	0.079	-.0075892	.0004133
cohort_1923	-.0030124	.0019814	-1.52	0.128	-.0068958	.000871
cohort_1924	-.0018995	.0019356	-0.98	0.326	-.0056932	.0018941
cohort_1925	-.0026578	.0018297	-1.45	0.146	-.0062441	.0009284
cohort_1926	-.0040853	.0018321	-2.23	0.026	-.0076761	-.0004946
cohort_1927	-.0019217	.0017989	-1.07	0.285	-.0054474	.001604
cohort_1928	-.0017344	.0017235	-1.01	0.314	-.0051124	.0016436
cohort_1929	-.0022899	.0016898	-1.36	0.175	-.0056018	.001022
cohort_1930	-.0022532	.0016998	-1.33	0.185	-.0055847	.0010784
cohort_1931	-.0005674	.0016807	-0.34	0.736	-.0038615	.0027267
cohort_1932	-.0021685	.001637	-1.32	0.185	-.005377	.0010401
cohort_1933	-.0019925	.0015169	-1.31	0.189	-.0049657	.0009806
cohort_1934	-.0014264	.0014588	-0.98	0.328	-.0042856	.0014328
cohort_1935	-.0024444	.0013944	-1.75	0.080	-.0051774	.0002886
cohort_1936	-.0026664	.0013585	-1.96	0.050	-.0053291	-3.76e-06
cohort_1937	.000353	.0013365	0.26	0.792	-.0022664	.0029725
cohort_1938	.0001834	.0012996	0.14	0.888	-.0023638	.0027306

cohort_1939	-.0007524	.0012923	-0.58	0.560	-.0032854	.0017805
cohort_1940	-.0007962	.0012826	-0.62	0.535	-.00331	.0017176
cohort_1941	.0014029	.0013239	1.06	0.289	-.0011918	.0039976
cohort_1942	.0003938	.0013337	0.30	0.768	-.0022202	.0030077
cohort_1943	.0001907	.0013449	0.14	0.887	-.0024452	.0028266
cohort_1944	-.0003527	.0014247	-0.25	0.804	-.003145	.0024397
cohort_1945	-.0015948	.0014078	-1.13	0.257	-.0043539	.0011644
cohort_1946	-.0014765	.0013491	-1.09	0.274	-.0041206	.0011677
cohort_1947	-.0021365	.0013231	-1.61	0.106	-.0047296	.0004566
cohort_1948	-.002271	.0013037	-1.74	0.082	-.0048263	.0002842
cohort_1949	.0008344	.0012713	0.66	0.512	-.0016573	.0033262
cohort_1950	-.0015942	.0012741	-1.25	0.211	-.0040914	.000903
cohort_1951	.0006257	.001283	0.49	0.626	-.0018889	.0031402
cohort_1952	.0002217	.0012584	0.18	0.860	-.0022447	.0026882
cohort_1953	.0019846	.0012674	1.57	0.117	-.0004994	.0044686
cohort_1954	.0001746	.0012774	0.14	0.891	-.0023291	.0026783
cohort_1955	.0007775	.0012807	0.61	0.544	-.0017326	.0032876
cohort_1956	.0020119	.0012622	1.59	0.111	-.000462	.0044858
cohort_1957	.0006232	.0012537	0.50	0.619	-.0018339	.0030804
cohort_1958	-.0018037	.0012526	-1.44	0.150	-.0042588	.0006513
cohort_1959	.0015586	.0012165	1.28	0.200	-.0008256	.0039428
cohort_1960	.0021059	.001232	1.71	0.087	-.0003087	.0045205
cohort_1961	.0006233	.0012603	0.49	0.621	-.0018468	.0030935
cohort_1962	-.0010474	.0012242	-0.86	0.392	-.0034468	.001352
cohort_1963	.0012992	.001231	1.06	0.291	-.0011135	.0037119
cohort_1964	.0035876	.0012509	2.87	0.004	.0011359	.0060393
cohort_1965	.0013333	.001255	1.06	0.288	-.0011265	.0037932
cohort_1966	.0005437	.0012962	0.42	0.675	-.0019967	.0030842
cohort_1967	.0019371	.0013013	1.49	0.137	-.0006133	.0044875
cohort_1968	.0004489	.0013887	0.32	0.747	-.002273	.0031708
cohort_1969	.0029538	.0014128	2.09	0.037	.0001847	.0057229
cohort_1970	.0018037	.0014785	1.22	0.222	-.0010942	.0047016
cohort_1971	.0002194	.0015946	0.14	0.891	-.002906	.0033449
cohort_1972	.0018485	.0016811	1.10	0.272	-.0014463	.0051433
cohort_1973	.0026313	.0017441	1.51	0.131	-.0007871	.0060497
cohort_1974	.0042285	.0017768	2.38	0.017	.0007461	.0077108
cohort_1975	.0032103	.0017921	1.79	0.073	-.0003021	.0067227
cohort_1976	.0064065	.0018548	3.45	0.001	.0027711	.0100419
cohort_1977	.0043716	.0019516	2.24	0.025	.0005465	.0081968
cohort_1978	-.0022704	.0020615	-1.10	0.271	-.0063108	.0017701
cohort_1979	.0009611	.0020399	0.47	0.638	-.003037	.0049591
cohort_1980	.0002132	.0021352	0.10	0.920	-.0039716	.0043981
cohort_1981	.0012026	.0022578	0.53	0.594	-.0032226	.0056279
cohort_1982	.0021136	.002247	0.94	0.347	-.0022906	.0065177
cohort_1983	-.0014226	.0024572	-0.58	0.563	-.0062386	.0033934
cohort_1984	-.0018644	.0026232	-0.71	0.477	-.0070058	.0032769
cohort_1985	-.000209	.002573	-0.08	0.935	-.0052519	.0048339
cohort_1986	.0025737	.0028447	0.90	0.366	-.0030019	.0081493
cohort_1987	-.0002991	.0029386	-0.10	0.919	-.0060586	.0054604
cohort_1988	-.0033728	.003227	-1.05	0.296	-.0096976	.002952
cohort_1989	-.002823	.0034107	-0.83	0.408	-.0095078	.0038619
cohort_1990	-.002436	.0037994	-0.64	0.521	-.0098827	.0050107
cohort_1991	.0041818	.0039947	1.05	0.295	-.0036477	.0120114
cohort_1992	.0021651	.0045696	0.47	0.636	-.0067912	.0111213
cohort_1993	.0056115	.0058472	0.96	0.337	-.0058489	.0170719
cohort_1994	.0061025	.0060871	1.00	0.316	-.005828	.0180329
cohort_1995	-.0007954	.0078919	-0.10	0.920	-.0162633	.0146725
cohort_1996	.0003169	.0092303	0.03	0.973	-.0177743	.018408
cohort_1997	-.0013388	.0143277	-0.09	0.926	-.0294206	.026743
_cons	.0104086	.0008037	12.95	0.000	.0088334	.0119839

Tabelle 81: Effekteberechnung für Reisen nach China.

. apc_ie China V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

```
Iteration 0: log likelihood = 351919.78
Intrinsic estimator of APC effects
Optimization : ML
No. of obs = 190630
Residual df = 190416
Scale parameter = .0014606
Deviance = 278.1154682 (1/df) Deviance = .0014606
Pearson = 278.1154682 (1/df) Pearson = .0014606

Variance function: V(u) = 1 [Gaussian]
Link function : g(u) = u [Identity]

Log likelihood = 351919.7753
AIC = -3.689931
BIC = -2314817
```

China	Coef.	OIM Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
V5050	.0001578	.0001759	0.90	0.370	-.000187	.0005026
V3030	-.0003906	.0000865	-4.52	0.000	-.0005601	-.0002211
age_14	-.0005193	.0012276	-0.42	0.672	-.0029253	.0018867
age_15	-.0005769	.0010936	-0.53	0.598	-.0027203	.0015665
age_16	9.81e-07	.0010037	0.00	0.999	-.0019663	.0019682
age_17	-7.02e-06	.0010126	-0.01	0.994	-.0019917	.0019776
age_18	.000252	.0009087	0.28	0.782	-.001529	.002033
age_19	-.000234	.0008414	-0.28	0.781	-.0018832	.0014151
age_20	-.000391	.0008369	-0.47	0.640	-.0020312	.0012492
age_21	-.0013271	.0008368	-1.59	0.113	-.0029671	.000313
age_22	-.0006384	.0007915	-0.81	0.420	-.0021897	.0009128
age_23	-.0000191	.0007627	-0.03	0.980	-.0015141	.0014758
age_24	.0001579	.0007338	0.22	0.830	-.0012803	.0015961
age_25	-.0002923	.000717	-0.41	0.684	-.0016975	.001113
age_26	.0000762	.0007054	0.11	0.914	-.0013063	.0014587
age_27	.0007412	.0006988	1.06	0.289	-.0006285	.0021108
age_28	-.0003479	.0006519	-0.53	0.594	-.0016257	.0009299
age_29	-.0005839	.0006641	-0.88	0.379	-.0018856	.0007178
age_30	-.0008295	.0006251	-1.33	0.184	-.0020547	.0003956
age_31	-.000414	.0006851	-0.60	0.546	-.0017568	.0009287
age_32	.0003609	.0006525	0.55	0.580	-.000918	.0016398
age_33	-.0001498	.0006563	-0.23	0.819	-.0014361	.0011365
age_34	.0003321	.0006501	0.51	0.609	-.0009421	.0016063
age_35	.0002582	.0006214	0.42	0.678	-.0009598	.0014762
age_36	-.0002213	.0006114	-0.36	0.717	-.0014197	.000977
age_37	-.0012137	.0006437	-1.89	0.059	-.0024754	.0000479
age_38	-.0003694	.0005938	-0.62	0.534	-.0015331	.0007944
age_39	-.0013363	.0006202	-2.15	0.031	-.0025519	-.0001207
age_40	-.0003914	.000575	-0.68	0.496	-.0015184	.0007356
age_41	.0009602	.000652	1.47	0.141	-.0003177	.0022381
age_42	.0000377	.0005882	0.06	0.949	-.0011151	.0011905
age_43	-.0007167	.0006395	-1.12	0.262	-.00197	.0005366
age_44	-.0004732	.000643	-0.74	0.462	-.0017334	.0007871
age_45	.0001961	.00062	0.32	0.752	-.0010191	.0014113
age_46	-.0004901	.0006628	-0.74	0.460	-.0017891	.000809
age_47	.0004174	.0006791	0.61	0.539	-.0009136	.0017484
age_48	.0009986	.0006376	1.57	0.117	-.000251	.0022483
age_49	.0009936	.0006833	1.45	0.146	-.0003456	.0023329
age_50	-.0000378	.0006072	-0.06	0.950	-.0012278	.0011523

age_51	.0003368	.0007003	0.48	0.631	-.0010357	.0017093
age_52	-.000742	.0006478	-1.15	0.252	-.0020117	.0005277
age_53	.0019475	.000701	2.78	0.005	.0005735	.0033214
age_54	-.0000474	.0006989	-0.07	0.946	-.0014173	.0013224
age_55	.0005485	.000696	0.79	0.431	-.0008157	.0019126
age_56	-.0004245	.0006981	-0.61	0.543	-.0017927	.0009437
age_57	-.0005934	.0007498	-0.79	0.429	-.0020629	.0008761
age_58	.0007582	.000689	1.10	0.271	-.0005922	.0021086
age_59	.0016147	.0007123	2.27	0.023	.0002186	.0030108
age_60	.0012722	.0006401	1.99	0.047	.0000176	.0025267
age_61	.0004986	.0007419	0.67	0.502	-.0009555	.0019528
age_62	-.0007608	.000696	-1.09	0.274	-.0021249	.0006033
age_63	.0023331	.0007146	3.26	0.001	.0009324	.0037337
age_64	-.0002254	.0007445	-0.30	0.762	-.0016845	.0012338
age_65	-.000037	.0007003	-0.05	0.958	-.0014096	.0013356
age_66	.0014113	.0007712	1.83	0.067	-.0001003	.0029229
age_67	-.0007688	.0007905	-0.97	0.331	-.0023182	.0007805
age_68	.0017634	.0007766	2.27	0.023	.0002414	.0032855
age_69	-.0004263	.0008375	-0.51	0.611	-.0020677	.0012151
age_70	.0005378	.0007669	0.70	0.483	-.0009652	.0020408
age_71	.0005268	.0009187	0.57	0.566	-.0012738	.0023275
age_72	-.000041	.0008959	-0.05	0.964	-.001797	.001715
age_73	-.0007986	.0010118	-0.79	0.430	-.0027816	.0011844
age_74	-.0014265	.0010786	-1.32	0.186	-.0035405	.0006875
age_75	.0006774	.0010537	0.64	0.520	-.0013877	.0027426
age_76	-.0004088	.0012415	-0.33	0.742	-.0028421	.0020246
age_77	-.0013827	.0013411	-1.03	0.303	-.0040112	.0012459
age_78	.0010628	.001351	0.79	0.431	-.001585	.0037107
age_79	.0000722	.0014694	0.05	0.961	-.0028078	.0029522
age_80	-.0014811	.0015061	-0.98	0.325	-.0044329	.0014707
period_1971	-.0009801	.0007303	-1.34	0.180	-.0024115	.0004513
period_1972	-.0010786	.0007167	-1.50	0.132	-.0024834	.0003262
period_1973	-.0009996	.0007592	-1.32	0.188	-.0024875	.0004884
period_1974	-.0010663	.0007157	-1.49	0.136	-.0024691	.0003365
period_1975	-.0010641	.000685	-1.55	0.120	-.0024066	.0002784
period_1976	-.0010687	.0006891	-1.55	0.121	-.0024193	.000282
period_1977	-.000754	.000698	-1.08	0.280	-.0021221	.000614
period_1978	-.001112	.0006822	-1.63	0.103	-.002449	.0002251
period_1979	-.0011342	.0006853	-1.66	0.098	-.0024773	.000209
period_1980	-.0011409	.0006544	-1.74	0.081	-.0024234	.0001417
period_1981	-.0010835	.0006387	-1.70	0.090	-.0023354	.0001683
period_1983	-.0011931	.0006781	-1.76	0.079	-.0025223	.000136
period_1984	-.0005322	.0006649	-0.80	0.424	-.0018355	.0007711
period_1985	-.0003358	.0006523	-0.51	0.607	-.0016142	.0009426
period_1986	.0003534	.0006554	0.54	0.590	-.0009311	.0016379
period_1987	-.0004579	.0006108	-0.75	0.453	-.001655	.0007393
period_1988	.0004329	.000589	0.74	0.462	-.0007214	.0015873
period_1989	.0009148	.0005915	1.55	0.122	-.0002446	.0020742
period_1990	-.0003738	.0005589	-0.67	0.504	-.0014692	.0007216
period_1991	.0000455	.000559	0.08	0.935	-.0010501	.0011411
period_1992	.0002143	.0005543	0.39	0.699	-.0008721	.0013007
period_1993	.0000652	.0004868	0.13	0.893	-.0008889	.0010194
period_1994	-.0002782	.0004901	-0.57	0.570	-.0012387	.0006823
period_1995	.0008546	.0004887	1.75	0.080	-.0001032	.0018125
period_1996	.0011925	.0005219	2.28	0.022	.0001695	.0022155
period_1997	.0009757	.0005023	1.94	0.052	-8.80e-06	.0019602
period_1998	-.0003457	.0004935	-0.70	0.484	-.0013129	.0006216
period_1999	.0004353	.0005053	0.86	0.389	-.000555	.0014256
period_2000	.0002243	.0005025	0.45	0.655	-.0007607	.0012093

period_2001	.0014696	.0005005	2.94	0.003	.0004887	.0024504
period_2002	.0016116	.0004979	3.24	0.001	.0006358	.0025875
period_2003	.0009106	.0004981	1.83	0.068	-.0000657	.0018869
period_2004	-.0000151	.0005108	-0.03	0.976	-.0010162	.000986
period_2005	.0006792	.0005129	1.32	0.185	-.000326	.0016844
period_2006	.0006162	.0005158	1.19	0.232	-.0003948	.0016272
period_2007	.0004007	.0005143	0.78	0.436	-.0006073	.0014087
period_2008	.0004247	.0005171	0.82	0.411	-.0005888	.0014382
period_2009	.0019012	.0005263	3.61	0.000	.0008697	.0029327
period_2010	-.0001602	.0005288	-0.30	0.762	-.0011967	.0008763
period_2011	.0006561	.0005282	1.24	0.214	-.0003792	.0016914
period_2012	.0007951	.0005312	1.50	0.134	-.000246	.0018362
cohort_1891	.0010008	.0131997	0.08	0.940	-.0248702	.0268718
cohort_1892	.0002932	.011239	0.03	0.979	-.0217348	.0223212
cohort_1893	-.0005528	.006968	-0.08	0.937	-.0142098	.0131042
cohort_1894	.000107	.0058713	0.02	0.985	-.0114004	.0116145
cohort_1895	.0001042	.0056026	0.02	0.985	-.0108767	.0110851
cohort_1896	-.0004454	.0044242	-0.10	0.920	-.0091168	.0082259
cohort_1897	-.0002346	.0039952	-0.06	0.953	-.008065	.0075959
cohort_1898	.0002475	.003505	0.07	0.944	-.0066222	.0071173
cohort_1899	.0001119	.0032593	0.03	0.973	-.0062763	.0065
cohort_1900	-.0001489	.0029565	-0.05	0.960	-.0059436	.0056457
cohort_1901	-.0003308	.0026965	-0.12	0.902	-.0056158	.0049542
cohort_1902	-.0001427	.0023175	-0.06	0.951	-.0046849	.0043995
cohort_1903	-.0004846	.0023603	-0.21	0.837	-.0051106	.0041415
cohort_1904	-.0004156	.0022808	-0.18	0.855	-.0048859	.0040547
cohort_1905	-.0004709	.0020625	-0.23	0.819	-.0045134	.0035715
cohort_1906	-.0004606	.0018611	-0.25	0.805	-.0041083	.0031872
cohort_1907	-.0006836	.001779	-0.38	0.701	-.0041703	.0028031
cohort_1908	-.00078	.0015987	-0.49	0.626	-.0039133	.0023534
cohort_1909	.0008737	.0016162	0.54	0.589	-.002294	.0040414
cohort_1910	-.0007547	.001528	-0.49	0.621	-.0037495	.0022401
cohort_1911	-.0008655	.0014732	-0.59	0.557	-.003753	.0020219
cohort_1912	-.0009792	.0014034	-0.70	0.485	-.0037298	.0017714
cohort_1913	-.0009831	.0014003	-0.70	0.483	-.0037277	.0017615
cohort_1914	-.0009163	.0013981	-0.66	0.512	-.0036566	.0018239
cohort_1915	-.0010694	.0015725	-0.68	0.496	-.0041514	.0020126
cohort_1916	.002006	.0015413	1.30	0.193	-.0010149	.0050269
cohort_1917	.0004524	.0014987	0.30	0.763	-.002485	.0033898
cohort_1918	-.0001147	.0013228	-0.09	0.931	-.0027073	.0024779
cohort_1919	-.0003273	.0011836	-0.28	0.782	-.0026472	.0019925
cohort_1920	-.0011307	.0011397	-0.99	0.321	-.0033646	.0011031
cohort_1921	-.0005016	.0011137	-0.45	0.652	-.0026844	.0016812
cohort_1922	.0022058	.0010947	2.02	0.044	.0000603	.0043513
cohort_1923	-.0007122	.0010624	-0.67	0.503	-.0027945	.0013701
cohort_1924	.0004644	.0010379	0.45	0.655	-.0015697	.0024986
cohort_1925	-.0013339	.0009811	-1.36	0.174	-.0032569	.000589
cohort_1926	-.0003183	.0009824	-0.32	0.746	-.0022437	.0016071
cohort_1927	.0013274	.0009646	1.38	0.169	-.0005631	.0032179
cohort_1928	-.0003993	.0009241	-0.43	0.666	-.0022106	.001412
cohort_1929	-.0000253	.0009061	-0.03	0.978	-.0018012	.0017506
cohort_1930	.0000227	.0009114	0.02	0.980	-.0017637	.0018091
cohort_1931	-.0014121	.0009012	-1.57	0.117	-.0031785	.0003542
cohort_1932	.0003841	.0008778	0.44	0.662	-.0013363	.0021045
cohort_1933	-.0003739	.0008134	-0.46	0.646	-.0019681	.0012203
cohort_1934	-.0004074	.0007822	-0.52	0.602	-.0019405	.0011257
cohort_1935	.0004263	.0007477	0.57	0.569	-.0010392	.0018917
cohort_1936	.0005504	.0007285	0.76	0.450	-.0008774	.0019781
cohort_1937	-.0002792	.0007166	-0.39	0.697	-.0016837	.0011254
cohort_1938	.0003825	.0006969	0.55	0.583	-.0009833	.0017483

cohort_1939	.0016962	.000693	2.45	0.014	.000338	.0030543
cohort_1940	.0014146	.0006877	2.06	0.040	.0000666	.0027625
cohort_1941	.0008812	.0007099	1.24	0.214	-.0005101	.0022726
cohort_1942	.0016062	.0007151	2.25	0.025	.0002046	.0030079
cohort_1943	-.0001961	.0007211	-0.27	0.786	-.0016095	.0012173
cohort_1944	-.0009804	.0007639	-1.28	0.199	-.0024777	.0005169
cohort_1945	-.0004304	.0007548	-0.57	0.569	-.0019099	.0010491
cohort_1946	.0007643	.0007234	1.06	0.291	-.0006536	.0021821
cohort_1947	.0001446	.0007094	0.20	0.838	-.0012458	.0015351
cohort_1948	.0001058	.0006991	0.15	0.880	-.0012644	.0014759
cohort_1949	.000894	.0006817	1.31	0.190	-.0004421	.00223
cohort_1950	-.0004372	.0006832	-0.64	0.522	-.0017762	.0009018
cohort_1951	.0001117	.0006879	0.16	0.871	-.0012367	.00146
cohort_1952	.002303	.0006748	3.41	0.001	.0009805	.0036256
cohort_1953	.0013525	.0006796	1.99	0.047	.0000206	.0026845
cohort_1954	.0006053	.000685	0.88	0.377	-.0007372	.0019478
cohort_1955	-.0005371	.0006867	-0.78	0.434	-.001883	.0008088
cohort_1956	-.0000315	.0006768	-0.05	0.963	-.001358	.0012951
cohort_1957	9.34e-06	.0006722	0.01	0.989	-.0013082	.0013269
cohort_1958	.0004372	.0006717	0.65	0.515	-.0008792	.0017536
cohort_1959	.000199	.0006523	0.31	0.760	-.0010795	.0014774
cohort_1960	.0007035	.0006606	1.06	0.287	-.0005913	.0019982
cohort_1961	-.0003066	.0006758	-0.45	0.650	-.0016311	.001018
cohort_1962	-.0003895	.0006564	-0.59	0.553	-.0016761	.0008971
cohort_1963	.0007177	.0006601	1.09	0.277	-.000576	.0020114
cohort_1964	.0005015	.0006707	0.75	0.455	-.0008131	.0018161
cohort_1965	-.0006418	.000673	-0.95	0.340	-.0019608	.0006772
cohort_1966	-.0006142	.000695	-0.88	0.377	-.0019764	.000748
cohort_1967	-.0000307	.0006978	-0.04	0.965	-.0013983	.0013368
cohort_1968	.0004534	.0007446	0.61	0.543	-.0010061	.0019129
cohort_1969	.0008171	.0007576	1.08	0.281	-.0006677	.002302
cohort_1970	-.0005017	.0007928	-0.63	0.527	-.0020556	.0010521
cohort_1971	-.000324	.0008551	-0.38	0.705	-.0019999	.0013519
cohort_1972	.002376	.0009014	2.64	0.008	.0006093	.0041427
cohort_1973	-.0013574	.0009352	-1.45	0.147	-.0031903	.0004756
cohort_1974	-.0007969	.0009527	-0.84	0.403	-.0026642	.0010704
cohort_1975	-.0002505	.0009609	-0.26	0.794	-.0021338	.0016329
cohort_1976	-.0002049	.0009946	-0.21	0.837	-.0021542	.0017444
cohort_1977	.0028751	.0010465	2.75	0.006	.0008241	.0049262
cohort_1978	-.0006207	.0011054	-0.56	0.574	-.0027872	.0015458
cohort_1979	.000106	.0010938	0.10	0.923	-.0020378	.0022498
cohort_1980	-.0006024	.0011449	-0.53	0.599	-.0028463	.0016416
cohort_1981	.0004662	.0012107	0.39	0.700	-.0019067	.002839
cohort_1982	.0003805	.0012049	0.32	0.752	-.001981	.002742
cohort_1983	.0008889	.0013176	0.67	0.500	-.0016934	.0034713
cohort_1984	-.0001886	.0014066	-0.13	0.893	-.0029454	.0025682
cohort_1985	-.0001396	.0013796	-0.10	0.919	-.0028437	.0025644
cohort_1986	.0033762	.0015254	2.21	0.027	.0003865	.0063659
cohort_1987	-.0012789	.0015757	-0.81	0.417	-.0043672	.0018094
cohort_1988	-.0011602	.0017303	-0.67	0.503	-.0045516	.0022312
cohort_1989	.0012449	.0018288	0.68	0.496	-.0023396	.0048294
cohort_1990	-.0010912	.0020373	-0.54	0.592	-.0050841	.0029018
cohort_1991	-.0011822	.002142	-0.55	0.581	-.0053805	.0030161
cohort_1992	-.0012511	.0024503	-0.51	0.610	-.0060535	.0035513
cohort_1993	-.0012915	.0031353	-0.41	0.680	-.0074366	.0048537
cohort_1994	-.0011262	.0032639	-0.35	0.730	-.0075234	.005271
cohort_1995	-.0007689	.0042317	-0.18	0.856	-.0090629	.0075251
cohort_1996	-.0006818	.0049494	-0.14	0.890	-.0103824	.0090188
cohort_1997	-.0009235	.0076826	-0.12	0.904	-.0159811	.0141342
_cons	.0017609	.0004309	4.09	0.000	.0009163	.0026055

Tabelle 82: Effekteberechnung für Reisen nach Alaska.

```
. apc_ie Alaska V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

Iteration 0:  log likelihood = 549594.84
Intrinsic estimator of APC effects          No. of obs      =    190630
Optimization      : ML                      Residual df     =    190416
                                                Scale parameter =    .0001836
Deviance          =    34.9571441          (1/df) Deviance =    .0001836
Pearson          =    34.9571441          (1/df) Pearson  =    .0001836

Variance function: V(u) = 1                [Gaussian]
Link function     : g(u) = u                [Identity]

Log likelihood    =    549594.8428        AIC              =   -5.763845
                                                BIC              =  -2315060
```

Alaska	OIM					
	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
V5050	-.0001153	.0000624	-1.85	0.064	-.0002376	6.93e-06
V3030	-.0000458	.0000307	-1.49	0.135	-.0001059	.0000143
age_14	.0009252	.0004352	2.13	0.034	.0000722	.0017782
age_15	-.0000795	.0003877	-0.20	0.838	-.0008394	.0006804
age_16	-.0000775	.0003558	-0.22	0.828	-.000775	.0006199
age_17	.0005194	.000359	1.45	0.148	-.0001842	.001223
age_18	-.0001138	.0003222	-0.35	0.724	-.0007452	.0005176
age_19	-.0001458	.0002983	-0.49	0.625	-.0007305	.0004389
age_20	.0002681	.0002967	0.90	0.366	-.0003134	.0008496
age_21	-.0001833	.0002967	-0.62	0.537	-.0007648	.0003981
age_22	-.0002188	.0002806	-0.78	0.436	-.0007687	.0003312
age_23	-.0002214	.0002704	-0.82	0.413	-.0007514	.0003086
age_24	.0001064	.0002601	0.41	0.683	-.0004035	.0006163
age_25	-.0002338	.0002542	-0.92	0.358	-.000732	.0002644
age_26	.0000658	.0002501	0.26	0.793	-.0004244	.0005559
age_27	.0000551	.0002478	0.22	0.824	-.0004305	.0005407
age_28	.0000402	.0002311	0.17	0.862	-.0004128	.0004932
age_29	.0000502	.0002355	0.21	0.831	-.0004113	.0005117
age_30	-.000213	.0002216	-0.96	0.336	-.0006474	.0002213
age_31	-.0002066	.0002429	-0.85	0.395	-.0006826	.0002695
age_32	-.0002076	.0002313	-0.90	0.370	-.000661	.0002459
age_33	.0003585	.0002327	1.54	0.123	-.0000975	.0008146
age_34	-.000202	.0002305	-0.88	0.381	-.0006537	.0002498
age_35	-.0001958	.0002203	-0.89	0.374	-.0006276	.000236
age_36	-.0002137	.0002168	-0.99	0.324	-.0006385	.0002112
age_37	-.0001748	.0002282	-0.77	0.444	-.0006221	.0002724
age_38	.0002529	.0002105	1.20	0.230	-.0001597	.0006655
age_39	-.0002165	.0002199	-0.98	0.325	-.0006474	.0002145
age_40	5.57e-06	.0002039	0.03	0.978	-.000394	.0004051
age_41	-.0002232	.0002312	-0.97	0.334	-.0006763	.0002299
age_42	-.0002001	.0002085	-0.96	0.337	-.0006088	.0002086
age_43	.0003472	.0002267	1.53	0.126	-.0000971	.0007915
age_44	-.0002056	.000228	-0.90	0.367	-.0006524	.0002412
age_45	-.0001955	.0002198	-0.89	0.374	-.0006264	.0002353
age_46	-.0002081	.000235	-0.89	0.376	-.0006687	.0002524
age_47	-.0002163	.0002408	-0.90	0.369	-.0006882	.0002555
age_48	-.0002103	.000226	-0.93	0.352	-.0006533	.0002328
age_49	-.0002176	.0002423	-0.90	0.369	-.0006924	.0002572
age_50	.0010175	.0002153	4.73	0.000	.0005956	.0014394

age_51	-.0002204	.0002483	-0.89	0.375	-.000707	.0002662
age_52	-.0002001	.0002297	-0.87	0.384	-.0006503	.0002501
age_53	.0001321	.0002485	0.53	0.595	-.000355	.0006192
age_54	.000126	.0002478	0.51	0.611	-.0003596	.0006117
age_55	.0001102	.0002468	0.45	0.655	-.0003734	.0005939
age_56	-.0002205	.0002475	-0.89	0.373	-.0007056	.0002645
age_57	-.0002249	.0002658	-0.85	0.398	-.0007459	.0002961
age_58	-.0002134	.0002443	-0.87	0.382	-.0006921	.0002654
age_59	.0001102	.0002525	0.44	0.662	-.0003847	.0006052
age_60	.0000475	.0002269	0.21	0.834	-.0003973	.0004923
age_61	-.0001982	.000263	-0.75	0.451	-.0007138	.0003173
age_62	.0007409	.0002467	3.00	0.003	.0002572	.0012245
age_63	.0001278	.0002534	0.50	0.614	-.0003688	.0006244
age_64	.0001644	.0002639	0.62	0.533	-.0003529	.0006817
age_65	-.0001958	.0002483	-0.79	0.430	-.0006825	.0002908
age_66	.0005611	.0002734	2.05	0.040	.0000252	.001097
age_67	-.000156	.0002803	-0.56	0.578	-.0007053	.0003933
age_68	-.0001611	.0002753	-0.59	0.558	-.0007007	.0003785
age_69	-.0001513	.0002969	-0.51	0.610	-.0007332	.0004307
age_70	.0002164	.0002719	0.80	0.426	-.0003165	.0007492
age_71	-.0001394	.0003257	-0.43	0.669	-.0007778	.000499
age_72	-.0001495	.0003176	-0.47	0.638	-.000772	.0004731
age_73	-.0001554	.0003587	-0.43	0.665	-.0008584	.0005477
age_74	.0013862	.0003824	3.63	0.000	.0006367	.0021357
age_75	-.0001523	.0003736	-0.41	0.683	-.0008845	.0005798
age_76	-.000164	.0004402	-0.37	0.710	-.0010267	.0006987
age_77	-.0001173	.0004755	-0.25	0.805	-.0010492	.0008146
age_78	-.0001343	.000479	-0.28	0.779	-.001073	.0008045
age_79	-.0001051	.000521	-0.20	0.840	-.0011262	.0009159
age_80	-.0000954	.0005339	-0.18	0.858	-.0011419	.0009511
period_1971	-.0000863	.0002589	-0.33	0.739	-.0005938	.0004212
period_1972	-.0000949	.0002541	-0.37	0.709	-.000593	.0004031
period_1973	-.000113	.0002692	-0.42	0.675	-.0006406	.0004145
period_1974	-.0000844	.0002537	-0.33	0.740	-.0005817	.000413
period_1975	-.0001195	.0002428	-0.49	0.623	-.0005955	.0003564
period_1976	-.0001219	.0002443	-0.50	0.618	-.0006007	.000357
period_1977	-.0001232	.0002475	-0.50	0.618	-.0006082	.0003618
period_1978	-.0001221	.0002419	-0.50	0.614	-.0005962	.0003519
period_1979	-.0001057	.000243	-0.43	0.664	-.0005819	.0003705
period_1980	-.0001229	.000232	-0.53	0.596	-.0005776	.0003318
period_1981	-.0001205	.0002264	-0.53	0.595	-.0005643	.0003233
period_1983	-.0001187	.0002404	-0.49	0.622	-.0005899	.0003525
period_1984	-.0001424	.0002357	-0.60	0.546	-.0006045	.0003196
period_1985	.0001618	.0002312	0.70	0.484	-.0002914	.000615
period_1986	-.0001416	.0002324	-0.61	0.542	-.0005971	.0003138
period_1987	.0001119	.0002166	0.52	0.605	-.0003126	.0005363
period_1988	.0003333	.0002088	1.60	0.110	-.0000759	.0007426
period_1989	-.0001591	.0002097	-0.76	0.448	-.0005701	.000252
period_1990	.0000647	.0001981	0.33	0.744	-.0003236	.0004531
period_1991	-.0001702	.0001982	-0.86	0.390	-.0005586	.0002182
period_1992	-.0001636	.0001965	-0.83	0.405	-.0005488	.0002215
period_1993	3.67e-06	.0001726	0.02	0.983	-.0003346	.0003419
period_1994	.0001469	.0001737	0.85	0.398	-.0001936	.0004874
period_1995	-.0001641	.0001733	-0.95	0.344	-.0005037	.0001755
period_1996	.0002005	.000185	1.08	0.279	-.0001622	.0005632
period_1997	-.0001727	.0001781	-0.97	0.332	-.0005217	.0001763
period_1998	.000318	.000175	1.82	0.069	-.000025	.0006609
period_1999	-.0000148	.0001791	-0.08	0.934	-.0003658	.0003363
period_2000	-9.19e-06	.0001782	-0.05	0.959	-.0003584	.00034

period_2001	.0001468	.0001774	0.83	0.408	-.0002009	.0004946
period_2002	.0003056	.0001765	1.73	0.083	-.0000404	.0006516
period_2003	.0001357	.0001766	0.77	0.442	-.0002104	.0004818
period_2004	-.0000411	.0001811	-0.23	0.821	-.000396	.0003139
period_2005	.0001552	.0001818	0.85	0.393	-.0002011	.0005116
period_2006	-.0000236	.0001829	-0.13	0.897	-.000382	.0003348
period_2007	.0001479	.0001823	0.81	0.417	-.0002095	.0005052
period_2008	.0001607	.0001833	0.88	0.381	-.0001986	.00052
period_2009	-.0000102	.0001866	-0.05	0.956	-.0003759	.0003555
period_2010	.0001691	.0001875	0.90	0.367	-.0001984	.0005366
period_2011	-.0001826	.0001873	-0.97	0.330	-.0005496	.0001845
period_2012	.0001664	.0001883	0.88	0.377	-.0002027	.0005355
cohort_1891	.0000267	.0046797	0.01	0.995	-.0091454	.0091988
cohort_1892	.0000531	.0039846	0.01	0.989	-.0077565	.0078628
cohort_1893	.0000759	.0024704	0.03	0.975	-.004766	.0049177
cohort_1894	.0000719	.0020816	0.03	0.972	-.0040078	.0041517
cohort_1895	.0000943	.0019863	0.05	0.962	-.0037988	.0039874
cohort_1896	.0001009	.0015685	0.06	0.949	-.0029733	.0031752
cohort_1897	-.0001148	.0014164	-0.08	0.935	-.0028909	.0026614
cohort_1898	-.0001058	.0012426	-0.09	0.932	-.0025413	.0023298
cohort_1899	-.0000498	.0011555	-0.04	0.966	-.0023146	.002215
cohort_1900	-.0000859	.0010482	-0.08	0.935	-.0021403	.0019685
cohort_1901	-.0001263	.000956	-0.13	0.895	-.002	.0017474
cohort_1902	-.0000776	.0008216	-0.09	0.925	-.001688	.0015327
cohort_1903	-.0000448	.0008368	-0.05	0.957	-.0016849	.0015953
cohort_1904	-.0000256	.0008086	-0.03	0.975	-.0016105	.0015593
cohort_1905	-.0000821	.0007312	-0.11	0.911	-.0015153	.0013511
cohort_1906	-.0000638	.0006598	-0.10	0.923	-.0013571	.0012294
cohort_1907	-.000048	.0006307	-0.08	0.939	-.0012841	.0011882
cohort_1908	-.0000675	.0005668	-0.12	0.905	-.0011783	.0010434
cohort_1909	-.0001699	.000573	-0.30	0.767	-.001293	.0009532
cohort_1910	-.0001552	.0005417	-0.29	0.775	-.0012169	.0009066
cohort_1911	-.0001248	.0005223	-0.24	0.811	-.0011485	.0008989
cohort_1912	-.000132	.0004975	-0.27	0.791	-.0011071	.0008432
cohort_1913	-.0001044	.0004965	-0.21	0.833	-.0010775	.0008686
cohort_1914	-.0000992	.0004957	-0.20	0.841	-.0010707	.0008723
cohort_1915	-.0000665	.0005575	-0.12	0.905	-.0011592	.0010261
cohort_1916	-.0000821	.0005464	-0.15	0.881	-.0011531	.0009889
cohort_1917	-.0001189	.0005313	-0.22	0.823	-.0011603	.0009225
cohort_1918	-.0001234	.000469	-0.26	0.793	-.0010425	.0007958
cohort_1919	-.000102	.0004196	-0.24	0.808	-.0009244	.0007205
cohort_1920	-.0001046	.0004041	-0.26	0.796	-.0008966	.0006874
cohort_1921	.0005708	.0003948	1.45	0.148	-.0002031	.0013447
cohort_1922	-.0001664	.0003881	-0.43	0.668	-.000927	.0005943
cohort_1923	-.000137	.0003767	-0.36	0.716	-.0008752	.0006013
cohort_1924	-.0001527	.000368	-0.42	0.678	-.0008739	.0005685
cohort_1925	-.0001484	.0003478	-0.43	0.670	-.0008302	.0005333
cohort_1926	-.0001469	.0003483	-0.42	0.673	-.0008295	.0005357
cohort_1927	-.0001299	.000342	-0.38	0.704	-.0008001	.0005404
cohort_1928	-.000145	.0003276	-0.44	0.658	-.0007872	.0004971
cohort_1929	-.0001535	.0003212	-0.48	0.633	-.0007831	.0004761
cohort_1930	-.0001249	.0003231	-0.39	0.699	-.0007582	.0005084
cohort_1931	-.0001495	.0003195	-0.47	0.640	-.0007757	.0004767
cohort_1932	.0002975	.0003112	0.96	0.339	-.0003125	.0009074
cohort_1933	.0005971	.0002884	2.07	0.038	.0000319	.0011623
cohort_1934	-.0001492	.0002773	-0.54	0.591	-.0006927	.0003944
cohort_1935	.000461	.0002651	1.74	0.082	-.0000585	.0009806
cohort_1936	.0001383	.0002583	0.54	0.592	-.0003679	.0006444
cohort_1937	-.0001695	.0002541	-0.67	0.505	-.0006675	.0003284
cohort_1938	.0001423	.0002471	0.58	0.565	-.000342	.0006265

cohort_1939	-.0001227	.0002457	-0.50	0.618	-.0006042	.0003588
cohort_1940	-.0001116	.0002438	-0.48	0.634	-.0005939	.0003619
cohort_1941	.0001688	.0002517	0.67	0.502	-.0003245	.000662
cohort_1942	.0001754	.0002535	0.69	0.489	-.0003215	.0006723
cohort_1943	.0004629	.0002557	1.81	0.070	-.0000382	.000964
cohort_1944	-.0001204	.0002708	-0.44	0.657	-.0006512	.0004104
cohort_1945	.0008927	.0002676	3.34	0.001	.0003681	.0014172
cohort_1946	-.0001117	.0002565	-0.44	0.663	-.0006144	.000391
cohort_1947	-.0001234	.0002515	-0.49	0.624	-.0006164	.0003695
cohort_1948	-.0000942	.0002478	-0.38	0.704	-.000058	.0003916
cohort_1949	-.0000962	.0002417	-0.40	0.691	-.0005699	.0003775
cohort_1950	.0002077	.0002422	0.86	0.391	-.000267	.0006824
cohort_1951	.0004854	.0002439	1.99	0.047	7.42e-06	.0009635
cohort_1952	-.0000592	.0002392	-0.25	0.805	-.0005281	.0004097
cohort_1953	.0002081	.0002409	0.86	0.388	-.0002641	.0006803
cohort_1954	.0005022	.0002428	2.07	0.039	.0000263	.0009782
cohort_1955	-.0000729	.0002435	-0.30	0.765	-.0005501	.0004043
cohort_1956	-.0000691	.00024	-0.29	0.773	-.0005394	.0004012
cohort_1957	-.0000822	.0002383	-0.34	0.730	-.0005493	.0003849
cohort_1958	.0002107	.0002381	0.89	0.376	-.000256	.0006775
cohort_1959	-.0000743	.0002313	-0.32	0.748	-.0005276	.0003789
cohort_1960	.0001838	.0002342	0.78	0.433	-.0002752	.0006428
cohort_1961	.0004693	.0002396	1.96	0.050	-3.13e-07	.0009389
cohort_1962	.0002242	.0002327	0.96	0.335	-.0002319	.0006803
cohort_1963	-.0000564	.000234	-0.24	0.809	-.0005151	.0004022
cohort_1964	.0002063	.0002378	0.87	0.386	-.0002598	.0006723
cohort_1965	-.0000658	.0002386	-0.28	0.783	-.0005335	.0004018
cohort_1966	-.0000761	.0002464	-0.31	0.758	-.000559	.0004069
cohort_1967	.0002109	.0002474	0.85	0.394	-.0002739	.0006958
cohort_1968	.0002468	.000264	0.93	0.350	-.0002706	.0007642
cohort_1969	-.0000843	.0002686	-0.31	0.754	-.0006107	.0004421
cohort_1970	.0007005	.0002811	2.49	0.013	.0001496	.0012514
cohort_1971	-.0000977	.0003031	-0.32	0.747	-.0006918	.0004965
cohort_1972	-.0001189	.0003196	-0.37	0.710	-.0007452	.0005075
cohort_1973	-.0001452	.0003316	-0.44	0.662	-.000795	.0005047
cohort_1974	-.0001062	.0003378	-0.31	0.753	-.0007682	.0005558
cohort_1975	.0004868	.0003407	1.43	0.153	-.0001809	.0011545
cohort_1976	-.0001237	.0003526	-0.35	0.726	-.0008148	.0005674
cohort_1977	.0005758	.000371	1.55	0.121	-.0001514	.001303
cohort_1978	-.0001585	.0003919	-0.40	0.686	-.0009266	.0006096
cohort_1979	-.000153	.0003878	-0.39	0.693	-.000913	.0006071
cohort_1980	-.0001564	.0004059	-0.39	0.700	-.0009519	.0006392
cohort_1981	-.0001844	.0004292	-0.43	0.667	-.0010257	.0006568
cohort_1982	.00076	.0004272	1.78	0.075	-.0000772	.0015973
cohort_1983	-.0001981	.0004671	-0.42	0.672	-.0011136	.0007175
cohort_1984	.0011241	.0004987	2.25	0.024	.0001468	.0021015
cohort_1985	-.0001967	.0004891	-0.40	0.688	-.0011554	.000762
cohort_1986	-.0001797	.0005408	-0.33	0.740	-.0012397	.0008802
cohort_1987	-.0002043	.0005586	-0.37	0.715	-.0012992	.0008906
cohort_1988	-.0001676	.0006135	-0.27	0.785	-.00137	.0010347
cohort_1989	-.0002033	.0006484	-0.31	0.754	-.0014741	.0010675
cohort_1990	-.0002746	.0007223	-0.38	0.704	-.0016902	.0011411
cohort_1991	-.0002249	.0007594	-0.30	0.767	-.0017133	.0012636
cohort_1992	-.0002396	.0008687	-0.28	0.783	-.0019422	.001463
cohort_1993	-.0002735	.0011116	-0.25	0.806	-.0024522	.0019051
cohort_1994	-.0003916	.0011572	-0.34	0.735	-.0026596	.0018764
cohort_1995	-.0003753	.0015003	-0.25	0.802	-.0033158	.0025652
cohort_1996	-.000343	.0017547	-0.20	0.845	-.0037822	.0030962
cohort_1997	-.0011432	.0027237	-0.42	0.675	-.0064816	.0041952
_cons	.000391	.0001528	2.56	0.010	.0000916	.0006905

Tabelle 83: Effekteberechnung für Reisen nach Kanada.

```
. apc_ie Kanada V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

Iteration 0:  log likelihood = 259960.71
Intrinsic estimator of APC effects
Optimization      : ML
Deviance          = 729.8415894
Pearson           = 729.8415894

No. of obs       = 190630
Residual df      = 190416
Scale parameter  = .0038329
(1/df) Deviance  = .0038329
(1/df) Pearson   = .0038329

Variance function: V(u) = 1
Link function      : g(u) = u

[Identity]
[Gaussian]

Log likelihood    = 259960.7088
AIC               = -2.72514
BIC               = -2314365
```

Kanada	OIM					[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.	z	P> z			
V5050	-.0008574	.000285	-3.01	0.003	-.0014159	-.0002988	
V3030	-.0008639	.0001401	-6.17	0.000	-.0011385	-.0005893	
age_14	.0001485	.0019886	0.07	0.940	-.0037491	.0040461	
age_15	-.0012836	.0017716	-0.72	0.469	-.0047558	.0021886	
age_16	.0014046	.001626	0.86	0.388	-.0017822	.0045915	
age_17	-.0009334	.0016404	-0.57	0.569	-.0041485	.0022816	
age_18	.0008699	.001472	0.59	0.555	-.0020152	.003755	
age_19	-.0027121	.0013631	-1.99	0.047	-.0053836	-.0000405	
age_20	-1.55e-06	.0013557	-0.00	0.999	-.0026586	.0026555	
age_21	.0015695	.0013555	1.16	0.247	-.0010874	.0042263	
age_22	.0005162	.0012821	0.40	0.687	-.0019967	.0030291	
age_23	.002011	.0012356	1.63	0.104	-.0004107	.0044327	
age_24	-.000283	.0011887	-0.24	0.812	-.0026127	.0020468	
age_25	.0003869	.0011615	0.33	0.739	-.0018896	.0026634	
age_26	.0018397	.0011427	1.61	0.107	-.0003999	.0040793	
age_27	.0008894	.0011321	0.79	0.432	-.0013294	.0031082	
age_28	-.0000515	.0010561	-0.05	0.961	-.0021214	.0020185	
age_29	-.0006633	.0010759	-0.62	0.538	-.002772	.0014454	
age_30	-.0013901	.0010126	-1.37	0.170	-.0033748	.0005946	
age_31	-.0016635	.0011098	-1.50	0.134	-.0038387	.0005117	
age_32	-.0005573	.001057	-0.53	0.598	-.0026291	.0015144	
age_33	-.000091	.0010632	-0.09	0.932	-.0021748	.0019928	
age_34	-.0002244	.0010531	-0.21	0.831	-.0022886	.0018397	
age_35	-.0003789	.0010067	-0.38	0.707	-.0023519	.0015942	
age_36	-.0004069	.0009904	-0.41	0.681	-.0023481	.0015343	
age_37	-.0007616	.0010428	-0.73	0.465	-.0028054	.0012822	
age_38	.0001318	.0009619	0.14	0.891	-.0017535	.002017	
age_39	.0009978	.0010047	0.99	0.321	-.0009714	.002967	
age_40	.0009683	.0009315	1.04	0.299	-.0008573	.002794	
age_41	.0004384	.0010562	0.42	0.678	-.0016318	.0025086	
age_42	.0003942	.0009528	0.41	0.679	-.0014733	.0022616	
age_43	-.0016835	.0010359	-1.63	0.104	-.0037139	.0003468	
age_44	-.0003941	.0010416	-0.38	0.705	-.0024356	.0016474	
age_45	.0020384	.0010044	2.03	0.042	.0000698	.004007	
age_46	.0000772	.0010737	0.07	0.943	-.0020272	.0021816	
age_47	-.0000958	.0011001	-0.09	0.931	-.0022519	.0020604	
age_48	.0027114	.0010329	2.63	0.009	.000687	.0047358	
age_49	-.0002585	.0011069	-0.23	0.815	-.0024281	.001911	
age_50	.0020632	.0009836	2.10	0.036	.0001353	.003991	

age_51	-.0007866	.0011344	-0.69	0.488	-.0030101	.0014368
age_52	.0017343	.0010495	1.65	0.098	-.0003226	.0037912
age_53	.0013004	.0011356	1.15	0.252	-.0009253	.0035261
age_54	.0012908	.0011322	1.14	0.254	-.0009283	.00351
age_55	.0005367	.0011275	0.48	0.634	-.0016731	.0027465
age_56	-.0001299	.0011308	-0.11	0.909	-.0023463	.0020865
age_57	.0019105	.0012146	1.57	0.116	-.00047	.004291
age_58	.0003098	.0011161	0.28	0.781	-.0018778	.0024974
age_59	.0001779	.0011539	0.15	0.877	-.0020837	.0024396
age_60	-.0008789	.0010369	-0.85	0.397	-.0029113	.0011534
age_61	-.0012991	.0012019	-1.08	0.280	-.0036547	.0010566
age_62	-.0007803	.0011275	-0.69	0.489	-.00299	.0014295
age_63	.0019759	.0011577	1.71	0.088	-.0002931	.0042449
age_64	-.0006816	.001206	-0.57	0.572	-.0030454	.0016822
age_65	.0011197	.0011345	0.99	0.324	-.0011039	.0033432
age_66	.000345	.0012494	0.28	0.782	-.0021038	.0027937
age_67	-.0005073	.0012806	-0.40	0.692	-.0030172	.0020025
age_68	-.0011777	.001258	-0.94	0.349	-.0036434	.0012879
age_69	.0014636	.0013567	1.08	0.281	-.0011954	.0041225
age_70	-.0022988	.0012423	-1.85	0.064	-.0047336	.0001359
age_71	-.0025705	.0014883	-1.73	0.084	-.0054875	.0003465
age_72	-.0019891	.0014513	-1.37	0.171	-.0048337	.0008555
age_73	-.0015059	.001639	-0.92	0.358	-.0047183	.0017065
age_74	-.0035644	.0017473	-2.04	0.041	-.006989	-.0001397
age_75	-.0034244	.0017069	-2.01	0.045	-.0067699	-.0000789
age_76	.0010982	.0020112	0.55	0.585	-.0028437	.0050402
age_77	-.0004089	.0021725	-0.19	0.851	-.004667	.0038492
age_78	.0020027	.0021885	0.92	0.360	-.0022867	.0062921
age_79	.0034705	.0023804	1.46	0.145	-.001195	.0081359
age_80	-.0023547	.0024397	-0.97	0.334	-.0071365	.0024271
period_1971	-.0019624	.0011831	-1.66	0.097	-.0042812	.0003564
period_1972	-.0024308	.0011611	-2.09	0.036	-.0047065	-.0001551
period_1973	-.002735	.0012298	-2.22	0.026	-.0051454	-.0003245
period_1974	-.0011407	.0011594	-0.98	0.325	-.0034132	.0011317
period_1975	-.001756	.0011096	-1.58	0.114	-.0039308	.0004188
period_1976	-.0013103	.0011164	-1.17	0.241	-.0034983	.0008777
period_1977	-.0017301	.0011307	-1.53	0.126	-.0039463	.0004861
period_1978	-.001123	.0011051	-1.02	0.310	-.003289	.001043
period_1979	.0014659	.0011101	1.32	0.187	-.0007099	.0036417
period_1980	-.0001143	.00106	-0.11	0.914	-.0021919	.0019634
period_1981	-.0014512	.0010347	-1.40	0.161	-.0034791	.0005768
period_1983	.0009513	.0010986	0.87	0.387	-.0012018	.0031044
period_1984	-.0016586	.0010772	-1.54	0.124	-.0037699	.0004526
period_1985	.0008683	.0010566	0.82	0.411	-.0012026	.0029393
period_1986	.0000311	.0010617	0.03	0.977	-.0020498	.0021119
period_1987	-.0009643	.0009895	-0.97	0.330	-.0029036	.0009751
period_1988	-.0008784	.0009541	-0.92	0.357	-.0027484	.0009917
period_1989	-.0015968	.0009583	-1.67	0.096	-.003475	.0002814
period_1990	.0004067	.0009054	0.45	0.653	-.0013679	.0021812
period_1991	-.001016	.0009055	-1.12	0.262	-.0027909	.0007588
period_1992	.0001786	.0008979	0.20	0.842	-.0015813	.0019385
period_1993	.0013136	.0007886	1.67	0.096	-.0002321	.0028593
period_1994	.0014916	.0007939	1.88	0.060	-.0000644	.0030476
period_1995	.0022271	.0007917	2.81	0.005	.0006754	.0037788
period_1996	.0033431	.0008455	3.95	0.000	.0016859	.0050003
period_1997	.0024528	.0008137	3.01	0.003	.000858	.0040476
period_1998	.0026334	.0007994	3.29	0.001	.0010665	.0042003
period_1999	.0026172	.0008185	3.20	0.001	.0010129	.0042214
period_2000	.0022631	.0008141	2.78	0.005	.0006675	.0038588

period_2001	.0008989	.0008107	1.11	0.268	-.0006901	.0024878
period_2002	.001727	.0008066	2.14	0.032	.0001461	.0033078
period_2003	.0002903	.0008069	0.36	0.719	-.0012913	.0018718
period_2004	.0012214	.0008274	1.48	0.140	-.0004003	.0028432
period_2005	.0000495	.0008308	0.06	0.953	-.0015789	.0016779
period_2006	-.0001969	.0008356	-0.24	0.814	-.0018347	.0014408
period_2007	-.0001456	.0008331	-0.17	0.861	-.0017786	.0014873
period_2008	-.0005204	.0008377	-0.62	0.534	-.0021622	.0011214
period_2009	-.0010851	.0008526	-1.27	0.203	-.0027561	.0005859
period_2010	-.0010538	.0008567	-1.23	0.219	-.0027329	.0006253
period_2011	-.0013604	.0008557	-1.59	0.112	-.0030375	.0003167
period_2012	-.0002006	.0008605	-0.23	0.816	-.0018872	.0014859
cohort_1891	-.0001007	.0213829	-0.00	0.996	-.0420105	.041809
cohort_1892	-.0028004	.0182066	-0.15	0.878	-.0384848	.0328839
cohort_1893	-.0036784	.0112878	-0.33	0.745	-.0258021	.0184452
cohort_1894	-.0026783	.0095112	-0.28	0.778	-.0213198	.0159633
cohort_1895	-.002869	.009076	-0.32	0.752	-.0206576	.0149195
cohort_1896	-.0025546	.0071671	-0.36	0.722	-.0166018	.0114925
cohort_1897	-.0013024	.006472	-0.20	0.841	-.0139873	.0113826
cohort_1898	.0073387	.005678	1.29	0.196	-.0037899	.0184674
cohort_1899	-.001672	.0052799	-0.32	0.751	-.0120205	.0086765
cohort_1900	-.0014482	.0047894	-0.30	0.762	-.0108352	.0079388
cohort_1901	.0132454	.0043681	3.03	0.002	.004684	.0218067
cohort_1902	.0016998	.0037542	0.45	0.651	-.0056584	.0090579
cohort_1903	.0056247	.0038235	1.47	0.141	-.0018693	.0131186
cohort_1904	.002046	.0036948	0.55	0.580	-.0051957	.0092877
cohort_1905	.0007907	.0033412	0.24	0.813	-.0057579	.0073392
cohort_1906	-.0023032	.0030149	-0.76	0.445	-.0082124	.003606
cohort_1907	-.0003442	.0028818	-0.12	0.905	-.0059925	.0053041
cohort_1908	-.0009169	.0025898	-0.35	0.723	-.0059927	.0041589
cohort_1909	.0038693	.0026182	1.48	0.139	-.0012622	.0090008
cohort_1910	.0018407	.0024753	0.74	0.457	-.0030107	.0066921
cohort_1911	-.0011188	.0023866	-0.47	0.639	-.0057964	.0035588
cohort_1912	-.0002156	.0022734	-0.09	0.924	-.0046714	.0042402
cohort_1913	-.0015728	.0022685	-0.69	0.488	-.0060189	.0028733
cohort_1914	-.000586	.0022649	-0.26	0.796	-.0050251	.003853
cohort_1915	-.0014138	.0025473	-0.56	0.579	-.0064065	.0035789
cohort_1916	-.0013932	.0024968	-0.56	0.577	-.0062869	.0035005
cohort_1917	-.003324	.0024278	-1.37	0.171	-.0080824	.0014345
cohort_1918	-.0001545	.0021428	-0.07	0.943	-.0043544	.0040453
cohort_1919	-.0019007	.0019174	-0.99	0.322	-.0056587	.0018572
cohort_1920	-.0011687	.0018463	-0.63	0.527	-.0047874	.0024501
cohort_1921	-.0008544	.0018041	-0.47	0.636	-.0043904	.0026816
cohort_1922	-.0009283	.0017733	-0.52	0.601	-.0044039	.0025473
cohort_1923	-.002517	.0017211	-1.46	0.144	-.0058903	.0008562
cohort_1924	-.0025651	.0016813	-1.53	0.127	-.0058604	.0007302
cohort_1925	-.0005788	.0015894	-0.36	0.716	-.0036939	.0025363
cohort_1926	-.0012074	.0015914	-0.76	0.448	-.0043264	.0019117
cohort_1927	-.0007459	.0015625	-0.48	0.633	-.0038084	.0023167
cohort_1928	-.0014474	.0014971	-0.97	0.334	-.0043816	.0014868
cohort_1929	-.0007082	.0014678	-0.48	0.629	-.003585	.0021686
cohort_1930	.0010158	.0014765	0.69	0.491	-.001878	.0039097
cohort_1931	.0012237	.0014599	0.84	0.402	-.0016377	.004085
cohort_1932	-.000379	.001422	-0.27	0.790	-.0031661	.002408
cohort_1933	-.0010176	.0013176	-0.77	0.440	-.0036001	.001565
cohort_1934	-.0001739	.0012672	-0.14	0.891	-.0026575	.0023098
cohort_1935	-.0001761	.0012112	-0.15	0.884	-.00255	.0021979
cohort_1936	-.0015414	.0011801	-1.31	0.191	-.0038543	.0007714
cohort_1937	.0006811	.0011609	0.59	0.557	-.0015942	.0029564
cohort_1938	-.0003886	.0011289	-0.34	0.731	-.0026012	.001824

cohort_1939	-.0007047	.0011226	-0.63	0.530	-.0029049	.0014955
cohort_1940	.0006925	.0011141	0.62	0.534	-.0014911	.0028761
cohort_1941	.0001495	.0011499	0.13	0.897	-.0021043	.0024034
cohort_1942	.0011688	.0011585	1.01	0.313	-.0011018	.0034393
cohort_1943	-.00205	.0011682	-1.75	0.079	-.0043396	.0002396
cohort_1944	-.0000929	.0012375	-0.08	0.940	-.0025184	.0023326
cohort_1945	.0004833	.0012228	0.40	0.693	-.0019134	.00288
cohort_1946	-.0005686	.0011718	-0.49	0.628	-.0028654	.0017281
cohort_1947	.0010633	.0011492	0.93	0.355	-.0011892	.0033158
cohort_1948	-.0004715	.0011325	-0.42	0.677	-.002691	.0017481
cohort_1949	-.001477	.0011043	-1.34	0.181	-.0036414	.0006874
cohort_1950	.000266	.0011067	0.24	0.810	-.0019031	.0024352
cohort_1951	-.0003281	.0011144	-0.29	0.768	-.0025123	.0018561
cohort_1952	.0019709	.0010931	1.80	0.071	-.0001715	.0041134
cohort_1953	-.000983	.0011009	-0.89	0.372	-.0031407	.0011746
cohort_1954	.0005252	.0011096	0.47	0.636	-.0016496	.0027
cohort_1955	.000043	.0011124	0.04	0.969	-.0021373	.0022234
cohort_1956	9.93e-06	.0010964	0.01	0.993	-.002139	.0021588
cohort_1957	.0013307	.001089	1.22	0.222	-.0008037	.0034651
cohort_1958	.0010634	.001088	0.98	0.328	-.0010691	.003196
cohort_1959	.0004817	.0010567	0.46	0.648	-.0015893	.0025527
cohort_1960	.0017765	.0010701	1.66	0.097	-.0003209	.0038739
cohort_1961	.0014411	.0010947	1.32	0.188	-.0007046	.0035867
cohort_1962	.0022589	.0010634	2.12	0.034	.0001747	.0043431
cohort_1963	-.0001187	.0010693	-0.11	0.912	-.0022144	.0019771
cohort_1964	-.0000156	.0010866	-0.01	0.989	-.0021453	.002114
cohort_1965	-.0014345	.0010902	-1.32	0.188	-.0035712	.0007022
cohort_1966	-.0017968	.0011259	-1.60	0.111	-.0040034	.0004099
cohort_1967	.0002369	.0011303	0.21	0.834	-.0019785	.0024523
cohort_1968	.0011404	.0012063	0.95	0.344	-.0012239	.0035047
cohort_1969	.0013528	.0012272	1.10	0.270	-.0010525	.0037581
cohort_1970	.0018437	.0012843	1.44	0.151	-.0006735	.0043608
cohort_1971	.0038888	.0013852	2.81	0.005	.0011739	.0066037
cohort_1972	.0001341	.0014602	0.09	0.927	-.0027279	.0029961
cohort_1973	-.0001556	.001515	-0.10	0.918	-.003125	.0028137
cohort_1974	-.0004883	.0015433	-0.32	0.752	-.0035132	.0025366
cohort_1975	-.0023632	.0015566	-1.52	0.129	-.0054142	.0006877
cohort_1976	.0016165	.0016112	1.00	0.316	-.0015413	.0047743
cohort_1977	.0009026	.0016953	0.53	0.594	-.0024201	.0042252
cohort_1978	-.0010286	.0017907	-0.57	0.566	-.0045383	.002481
cohort_1979	-.0008846	.0017719	-0.50	0.618	-.0043574	.0025882
cohort_1980	.0011853	.0018547	0.64	0.523	-.0024498	.0048204
cohort_1981	.0009076	.0019612	0.46	0.644	-.0029363	.0047515
cohort_1982	.0017829	.0019518	0.91	0.361	-.0020427	.0056084
cohort_1983	.0007645	.0021344	0.36	0.720	-.0034188	.0049478
cohort_1984	-.0011321	.0022786	-0.50	0.619	-.0055981	.0033338
cohort_1985	-.0009955	.0022349	-0.45	0.656	-.0053759	.003385
cohort_1986	-.0032013	.002471	-1.30	0.195	-.0080445	.0016418
cohort_1987	-.001362	.0025525	-0.53	0.594	-.0063649	.0036409
cohort_1988	-.0008569	.0028031	-0.31	0.760	-.0063508	.004637
cohort_1989	.0044445	.0029626	1.50	0.134	-.0013622	.0102512
cohort_1990	-.002177	.0033003	-0.66	0.509	-.0086454	.0042915
cohort_1991	.0047389	.00347	1.37	0.172	-.0020621	.0115399
cohort_1992	-.0014383	.0039693	-0.36	0.717	-.009218	.0063414
cohort_1993	.004771	.0050791	0.94	0.348	-.0051839	.0147258
cohort_1994	-.0014628	.0052874	-0.28	0.782	-.011826	.0089004
cohort_1995	-.002009	.0068552	-0.29	0.769	-.0154449	.0114268
cohort_1996	-.0009732	.0080178	-0.12	0.903	-.0166878	.0147413
cohort_1997	-.0024958	.0124455	-0.20	0.841	-.0268885	.0218969
_cons	.0068917	.0006981	9.87	0.000	.0055234	.00826

Tabelle 84: Effekteberechnung für Reisen nach Mittelamerika.

. apc_ie Mittelamerika V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

```

Iteration 0:  log likelihood = 299968.84
Intrinsic estimator of APC effects          No. of obs      =    190630
Optimization      : ML                      Residual df     =    190416
                                                Scale parameter =    .002519
Deviance          =  479.6617072           (1/df) Deviance =    .002519
Pearson          =  479.6617072           (1/df) Pearson  =    .002519

Variance function: V(u) = 1                [Gaussian]
Link function     : g(u) = u                [Identity]

Log likelihood    =  299968.8399           AIC              = -3.144886
                                                BIC              = -2314615
    
```

Mittelamer~a	Coef.	OIM Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
V5050	-.000396	.000231	-1.71	0.087	-.0008488	.0000568
V3030	-.0009643	.0001136	-8.49	0.000	-.0011869	-.0007417
age_14	-.0011702	.0016121	-0.73	0.468	-.0043299	.0019895
age_15	.00046	.0014362	0.32	0.749	-.0023549	.0032749
age_16	5.88e-06	.0013181	0.00	0.996	-.0025776	.0025894
age_17	-.0012037	.0013298	-0.91	0.365	-.00381	.0014027
age_18	.0003585	.0011934	0.30	0.764	-.0019804	.0026974
age_19	-.0013268	.001105	-1.20	0.230	-.0034926	.000839
age_20	-.0006857	.001099	-0.62	0.533	-.0028398	.0014683
age_21	.0004242	.0010989	0.39	0.699	-.0017296	.0025781
age_22	-.002442	.0010394	-2.35	0.019	-.0044792	-.0004048
age_23	.0002546	.0010017	0.25	0.799	-.0017087	.0022179
age_24	.00065	.0009636	0.67	0.500	-.0012387	.0025387
age_25	.0001952	.0009416	0.21	0.836	-.0016503	.0020407
age_26	-.0002505	.0009263	-0.27	0.787	-.0020661	.0015651
age_27	-.0001459	.0009177	-0.16	0.874	-.0019447	.0016528
age_28	.000103	.0008562	0.12	0.904	-.0015751	.0017811
age_29	.0004786	.0008722	0.55	0.583	-.0012309	.002188
age_30	.0015743	.0008209	1.92	0.055	-.0000347	.0031832
age_31	.001596	.0008997	1.77	0.076	-.0001674	.0033594
age_32	.0003463	.0008569	0.40	0.686	-.0013332	.0020258
age_33	.0008055	.0008619	0.93	0.350	-.0008838	.0024948
age_34	-.0000698	.0008538	-0.08	0.935	-.0017432	.0016036
age_35	.0000965	.0008161	0.12	0.906	-.001503	.0016961
age_36	.0013144	.0008029	1.64	0.102	-.0002593	.0028881
age_37	-.0006507	.0008454	-0.77	0.441	-.0023076	.0010062
age_38	-.0001921	.0007798	-0.25	0.805	-.0017205	.0013362
age_39	.0007165	.0008145	0.88	0.379	-.0008799	.002313
age_40	.0003344	.0007551	0.44	0.658	-.0011456	.0018144
age_41	-.0003967	.0008563	-0.46	0.643	-.002075	.0012816
age_42	-.0000329	.0007724	-0.04	0.966	-.0015468	.001481
age_43	.0005126	.0008398	0.61	0.542	-.0011334	.0021585
age_44	.0012149	.0008444	1.44	0.150	-.0004402	.0028699
age_45	.0008301	.0008142	1.02	0.308	-.0007658	.002426
age_46	.0015843	.0008704	1.82	0.069	-.0001217	.0032903
age_47	.0026221	.0008918	2.94	0.003	.0008741	.0043701
age_48	.00146	.0008373	1.74	0.081	-.0001811	.0031011
age_49	.003514	.0008974	3.92	0.000	.0017551	.0052728
age_50	.0023406	.0007974	2.94	0.003	.0007777	.0039035

age_51	.0003321	.0009197	0.36	0.718	-.0014704	.0021346
age_52	.0019755	.0008508	2.32	0.020	.000308	.003643
age_53	.0009996	.0009206	1.09	0.278	-.0008048	.0028039
age_54	-.0000612	.0009179	-0.07	0.947	-.0018602	.0017379
age_55	-.0000108	.000914	-0.01	0.991	-.0018023	.0017807
age_56	.0002218	.0009168	0.24	0.809	-.001575	.0020186
age_57	.0014154	.0009846	1.44	0.151	-.0005144	.0033453
age_58	.0001736	.0009048	0.19	0.848	-.0015998	.0019471
age_59	-.0014046	.0009355	-1.50	0.133	-.0032381	.0004289
age_60	-.0006306	.0008406	-0.75	0.453	-.0022781	.001017
age_61	-.0008712	.0009744	-0.89	0.371	-.0027809	.0010385
age_62	-.0001132	.000914	-0.12	0.901	-.0019046	.0016783
age_63	.0021009	.0009385	2.24	0.025	.0002614	.0039404
age_64	-.0007465	.0009777	-0.76	0.445	-.0026628	.0011698
age_65	-.0005071	.0009197	-0.55	0.581	-.0023097	.0012955
age_66	-.0002495	.0010129	-0.25	0.805	-.0022346	.0017357
age_67	-.0005407	.0010381	-0.52	0.603	-.0025754	.0014941
age_68	-.000249	.0010198	-0.24	0.807	-.0022479	.0017498
age_69	-.0000758	.0010998	-0.07	0.945	-.0022314	.0020799
age_70	-.0004916	.0010071	-0.49	0.625	-.0024655	.0014822
age_71	-.0017865	.0012065	-1.48	0.139	-.0041513	.0005783
age_72	-.0012193	.0011766	-1.04	0.300	-.0035254	.0010868
age_73	-.0015417	.0013287	-1.16	0.246	-.0041459	.0010626
age_74	-.0015	.0014165	-1.06	0.290	-.0042763	.0012763
age_75	-.0014536	.0013838	-1.05	0.294	-.0041657	.0012586
age_76	-.0021523	.0016305	-1.32	0.187	-.005348	.0010433
age_77	.0001447	.0017613	0.08	0.935	-.0033073	.0035966
age_78	-.0024123	.0017742	-1.36	0.174	-.0058897	.0010651
age_79	-.0023382	.0019297	-1.21	0.226	-.0061204	.001444
age_80	-.0022335	.0019779	-1.13	0.259	-.0061101	.001643
period_1971	-.001074	.0009591	-1.12	0.263	-.0029538	.0008058
period_1972	-.0015929	.0009413	-1.69	0.091	-.0034377	.000252
period_1973	-.0012021	.000997	-1.21	0.228	-.0031562	.000752
period_1974	-.0001883	.0009399	-0.20	0.841	-.0020306	.0016539
period_1975	-.0003629	.0008995	-0.40	0.687	-.0021259	.0014002
period_1976	-.0009685	.000905	-1.07	0.285	-.0027423	.0008053
period_1977	-.0007587	.0009167	-0.83	0.408	-.0025553	.0010379
period_1978	-.0014445	.0008959	-1.61	0.107	-.0032004	.0003115
period_1979	-.0001867	.0009	-0.21	0.836	-.0019506	.0015772
period_1980	-.0003356	.0008594	-0.39	0.696	-.0020199	.0013487
period_1981	.0008142	.0008388	0.97	0.332	-.0008298	.0024582
period_1983	-.0015549	.0008906	-1.75	0.081	-.0033004	.0001907
period_1984	-.0012483	.0008733	-1.43	0.153	-.0029599	.0004632
period_1985	-.0013565	.0008566	-1.58	0.113	-.0030354	.0003224
period_1986	-.000434	.0008607	-0.50	0.614	-.0021209	.0012529
period_1987	-.0016641	.0008022	-2.07	0.038	-.0032363	-.0000919
period_1988	-.0002274	.0007735	-0.29	0.769	-.0017434	.0012886
period_1989	-.0015266	.0007769	-1.97	0.049	-.0030493	-4.02e-06
period_1990	-.001598	.000734	-2.18	0.029	-.0030366	-.0001594
period_1991	-.0008051	.0007341	-1.10	0.273	-.0022439	.0006337
period_1992	-.0001838	.0007279	-0.25	0.801	-.0016105	.001243
period_1993	-.0004761	.0006393	-0.74	0.456	-.0017292	.0007769
period_1994	.000543	.0006436	0.84	0.399	-.0007184	.0018044
period_1995	.0030437	.0006418	4.74	0.000	.0017858	.0043017
period_1996	.0013508	.0006855	1.97	0.049	7.37e-06	.0026943
period_1997	.0009079	.0006596	1.38	0.169	-.000385	.0022008
period_1998	.0014187	.0006481	2.19	0.029	.0001485	.0026889
period_1999	.0008311	.0006636	1.25	0.210	-.0004695	.0021316
period_2000	.0016571	.00066	2.51	0.012	.0003636	.0029507

period_2001	.0006495	.0006572	0.99	0.323	-.0006387	.0019376
period_2002	.0008111	.0006539	1.24	0.215	-.0004705	.0020926
period_2003	.0028389	.0006542	4.34	0.000	.0015567	.004121
period_2004	.0023732	.0006708	3.54	0.000	.0010585	.003688
period_2005	-.0002843	.0006735	-0.42	0.673	-.0016044	.0010359
period_2006	.0020745	.0006774	3.06	0.002	.0007468	.0034022
period_2007	.0005498	.0006754	0.81	0.416	-.000774	.0018736
period_2008	-.0011091	.0006791	-1.63	0.102	-.0024401	.000222
period_2009	-.000715	.0006912	-1.03	0.301	-.0020696	.0006397
period_2010	.0006337	.0006945	0.91	0.362	-.0007275	.001995
period_2011	.000277	.0006937	0.40	0.690	-.0010826	.0016366
period_2012	.000523	.0006976	0.75	0.453	-.0008443	.0018902
cohort_1891	.0000288	.0173348	0.00	0.999	-.0339469	.0340044
cohort_1892	.0005917	.0147599	0.04	0.968	-.0283371	.0295205
cohort_1893	.0004756	.0091509	0.05	0.959	-.0174597	.018411
cohort_1894	-.0005895	.0077106	-0.08	0.939	-.0157019	.014523
cohort_1895	-.0005255	.0073578	-0.07	0.943	-.0149464	.0138955
cohort_1896	-.0004472	.0058102	-0.08	0.939	-.0118351	.0109406
cohort_1897	-.0004248	.0052468	-0.08	0.935	-.0107084	.0098587
cohort_1898	-.0005272	.0046031	-0.11	0.909	-.009549	.0084946
cohort_1899	-.000608	.0042804	-0.14	0.887	-.0089973	.0077814
cohort_1900	-.0006713	.0038827	-0.17	0.863	-.0082813	.0069386
cohort_1901	.0040452	.0035412	1.14	0.253	-.0028954	.0109858
cohort_1902	.0024699	.0030435	0.81	0.417	-.0034953	.0084351
cohort_1903	-.0010362	.0030997	-0.33	0.738	-.0071115	.005039
cohort_1904	-.0010745	.0029953	-0.36	0.720	-.0069452	.0047963
cohort_1905	-.0011894	.0027086	-0.44	0.661	-.0064982	.0041194
cohort_1906	-.0011432	.0024442	-0.47	0.640	-.0059337	.0036473
cohort_1907	-.0012456	.0023363	-0.53	0.594	-.0058246	.0033334
cohort_1908	-.0014354	.0020995	-0.68	0.494	-.0055503	.0026795
cohort_1909	-.0014673	.0021225	-0.69	0.489	-.0056273	.0026928
cohort_1910	.00003	.0020067	0.01	0.988	-.0039029	.003963
cohort_1911	-.0014773	.0019348	-0.76	0.445	-.0052693	.0023148
cohort_1912	-.0014306	.001843	-0.78	0.438	-.0050428	.0021817
cohort_1913	-.0015054	.001839	-0.82	0.413	-.0051098	.002099
cohort_1914	-.0017396	.0018361	-0.95	0.343	-.0053383	.0018591
cohort_1915	-.0017891	.0020651	-0.87	0.386	-.0058366	.0022585
cohort_1916	-.0015468	.0020241	-0.76	0.445	-.0055141	.0024204
cohort_1917	.0011145	.0019682	0.57	0.571	-.0027431	.004972
cohort_1918	-.0017024	.0017372	-0.98	0.327	-.0051071	.0017024
cohort_1919	-.0010736	.0015544	-0.69	0.490	-.0041202	.0019729
cohort_1920	.0003093	.0014968	0.21	0.836	-.0026243	.003243
cohort_1921	-.0021847	.0014626	-1.49	0.135	-.0050513	.0006819
cohort_1922	-.0008876	.0014376	-0.62	0.537	-.0037052	.0019301
cohort_1923	-.0017084	.0013953	-1.22	0.221	-.0044431	.0010262
cohort_1924	-.0011747	.001363	-0.86	0.389	-.0038461	.0014968
cohort_1925	-.0019677	.0012885	-1.53	0.127	-.0044931	.0005577
cohort_1926	-.0025467	.0012901	-1.97	0.048	-.0050753	-.0000181
cohort_1927	.0000294	.0012667	0.02	0.982	-.0024534	.0025121
cohort_1928	-.0006034	.0012137	-0.50	0.619	-.0029821	.0017754
cohort_1929	-.0007437	.0011899	-0.63	0.532	-.0030759	.0015885
cohort_1930	-.0025688	.001197	-2.15	0.032	-.0049148	-.0002228
cohort_1931	-.0026897	.0011835	-2.27	0.023	-.0050094	-.0003701
cohort_1932	-.0012754	.0011528	-1.11	0.269	-.0035348	.000984
cohort_1933	-.0008806	.0010682	-0.82	0.410	-.0029742	.001213
cohort_1934	-.0016446	.0010273	-1.60	0.109	-.003658	.0003688
cohort_1935	-.001773	.0009819	-1.81	0.071	-.0036976	.0001515
cohort_1936	-.0007343	.0009567	-0.77	0.443	-.0026093	.0011407
cohort_1937	-.0010829	.0009411	-1.15	0.250	-.0029274	.0007617
cohort_1938	.0006886	.0009152	0.75	0.452	-.0011051	.0024823

cohort_1939	-.0017018	.00091	-1.87	0.061	-.0034855	.0000818
cohort_1940	.0005801	.0009032	0.64	0.521	-.0011901	.0023503
cohort_1941	-.0003745	.0009322	-0.40	0.688	-.0022017	.0014526
cohort_1942	.0001314	.0009392	0.14	0.889	-.0017093	.0019721
cohort_1943	-.0003138	.000947	-0.33	0.740	-.00217	.0015423
cohort_1944	-.0012248	.0010033	-1.22	0.222	-.0031911	.0007416
cohort_1945	-.001958	.0009913	-1.98	0.048	-.003901	-.0000151
cohort_1946	-.0010876	.00095	-1.14	0.252	-.0029495	.0007744
cohort_1947	-.0000134	.0009317	-0.01	0.989	-.0018394	.0018127
cohort_1948	.0010834	.0009181	1.18	0.238	-.000716	.0028828
cohort_1949	.0005826	.0008952	0.65	0.515	-.001172	.0023373
cohort_1950	-.0004202	.0008972	-0.47	0.640	-.0021787	.0013384
cohort_1951	-.0001447	.0009034	-0.16	0.873	-.0019154	.001626
cohort_1952	.0022495	.0008862	2.54	0.011	.0005126	.0039863
cohort_1953	.0011771	.0008925	1.32	0.187	-.0005721	.0029263
cohort_1954	.0007509	.0008996	0.83	0.404	-.0010122	.002514
cohort_1955	.0007766	.0009018	0.86	0.389	-.000991	.0025441
cohort_1956	-.0004087	.0008888	-0.46	0.646	-.0021508	.0013334
cohort_1957	.0001222	.0008828	0.14	0.890	-.0016081	.0018525
cohort_1958	.0002713	.0008821	0.31	0.758	-.0014575	.0020001
cohort_1959	.0001514	.0008566	0.18	0.860	-.0015275	.0018304
cohort_1960	-.0000423	.0008675	-0.05	0.961	-.0017427	.001658
cohort_1961	.0015389	.0008875	1.73	0.083	-.0002005	.0032783
cohort_1962	-7.74e-06	.0008621	-0.01	0.993	-.0016974	.0016819
cohort_1963	.0016312	.0008669	1.88	0.060	-.0000678	.0033302
cohort_1964	-.000134	.0008809	-0.15	0.879	-.0018605	.0015924
cohort_1965	-.0006602	.0008838	-0.75	0.455	-.0023924	.001072
cohort_1966	.0011288	.0009127	1.24	0.216	-.0006601	.0029178
cohort_1967	.001012	.0009163	1.10	0.269	-.000784	.002808
cohort_1968	.0009562	.0009779	0.98	0.328	-.0009606	.0028729
cohort_1969	.0014962	.0009949	1.50	0.133	-.0004538	.0034462
cohort_1970	.0003123	.0010412	0.30	0.764	-.0017284	.0023529
cohort_1971	-.0005705	.0011229	-0.51	0.611	-.0027714	.0016304
cohort_1972	-.0024914	.0011838	-2.10	0.035	-.0048116	-.0001713
cohort_1973	-.0012912	.0012282	-1.05	0.293	-.0036984	.001116
cohort_1974	.0034447	.0012512	2.75	0.006	.0009924	.0058969
cohort_1975	-.0006962	.001262	-0.55	0.581	-.0031696	.0017772
cohort_1976	.0001616	.0013061	0.12	0.902	-.0023984	.0027216
cohort_1977	.0004869	.0013743	0.35	0.723	-.0022067	.0031806
cohort_1978	.0008789	.0014517	0.61	0.545	-.0019663	.0037242
cohort_1979	.0017011	.0014364	1.18	0.236	-.0011143	.0045164
cohort_1980	.001309	.0015036	0.87	0.384	-.0016379	.0042559
cohort_1981	-.0009207	.0015899	-0.58	0.563	-.0040369	.0021955
cohort_1982	.0001868	.0015823	0.12	0.906	-.0029145	.0032881
cohort_1983	-.001438	.0017303	-0.83	0.406	-.0048294	.0019533
cohort_1984	.0001554	.0018472	0.08	0.933	-.003465	.0037759
cohort_1985	.0002512	.0018118	0.14	0.890	-.0032999	.0038024
cohort_1986	-.0007728	.0020032	-0.39	0.700	-.004699	.0031535
cohort_1987	-.0003602	.0020693	-0.17	0.862	-.004416	.0036956
cohort_1988	.0023211	.0022724	1.02	0.307	-.0021327	.0067749
cohort_1989	-.0012953	.0024018	-0.54	0.590	-.0060027	.0034121
cohort_1990	-.0014229	.0026755	-0.53	0.595	-.0066668	.003821
cohort_1991	-.0012546	.0028131	-0.45	0.656	-.0067681	.0042589
cohort_1992	-.0010496	.0032179	-0.33	0.744	-.0073565	.0052573
cohort_1993	-.0012192	.0041176	-0.30	0.767	-.0092895	.006851
cohort_1994	-.0009153	.0042865	-0.21	0.831	-.0093166	.007486
cohort_1995	-.0013996	.0055574	-0.25	0.801	-.0122919	.0094926
cohort_1996	-.0013486	.0064999	-0.21	0.836	-.0140881	.011391
cohort_1997	.0394221	.0100894	3.91	0.000	.0196472	.0591969
_cons	.0051987	.000566	9.19	0.000	.0040895	.006308

Tabelle 85: Effekteberechnung für Reisen nach Südamerika.

. apc_ie Suedamerika V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

```

Iteration 0:   log likelihood = 262441.82
Intrinsic estimator of APC effects
Optimization   : ML
No. of obs     = 190630
Residual df    = 190416
Scale parameter = .0037344
Deviance       = 711.0884644
(1/df) Deviance = .0037344
Pearson        = 711.0884644
(1/df) Pearson = .0037344

Variance function: V(u) = 1
Link function      : g(u) = u
[Gaussian]
[Identity]

Log likelihood    = 262441.8217
AIC               = -2.751171
BIC               = -2314384
    
```

Suedamerika	OIM					[95% Conf. Interval]
	Coef.	Std. Err.	z	P> z		
V5050	-.0012959	.0002813	-4.61	0.000	-.0018472	-.0007445
V3030	-.001662	.0001383	-12.02	0.000	-.001933	-.0013909
age_14	-.0016381	.0019629	-0.83	0.404	-.0054853	.0022091
age_15	.0000613	.0017487	0.04	0.972	-.0033661	.0034886
age_16	-.0011489	.0016049	-0.72	0.474	-.0042945	.0019967
age_17	-.0010429	.0016191	-0.64	0.520	-.0042163	.0021306
age_18	-.000703	.001453	-0.48	0.629	-.0035508	.0021449
age_19	.0008121	.0013454	0.60	0.546	-.0018249	.0034491
age_20	.000311	.0013381	0.23	0.816	-.0023117	.0029336
age_21	.000055	.001338	0.04	0.967	-.0025674	.0026774
age_22	.0001016	.0012655	0.08	0.936	-.0023788	.002582
age_23	-.0004336	.0012196	-0.36	0.722	-.002824	.0019568
age_24	-.0005758	.0011733	-0.49	0.624	-.0028754	.0017239
age_25	-.0012647	.0011465	-1.10	0.270	-.0035117	.0009823
age_26	.0030688	.0011279	2.72	0.007	.0008582	.0052794
age_27	.0068049	.0011174	6.09	0.000	.0046148	.008995
age_28	.0018899	.0010425	1.81	0.070	-.0001533	.0039331
age_29	.0028333	.001062	2.67	0.008	.0007519	.0049147
age_30	.0007854	.0009995	0.79	0.432	-.0011736	.0027444
age_31	.0000787	.0010955	0.07	0.943	-.0020684	.0022258
age_32	.0032059	.0010434	3.07	0.002	.0011609	.0052508
age_33	.0005076	.0010494	0.48	0.629	-.0015492	.0025644
age_34	.0004792	.0010395	0.46	0.645	-.0015582	.0025167
age_35	.0003295	.0009937	0.33	0.740	-.0016181	.002277
age_36	.0027628	.0009776	2.83	0.005	.0008467	.0046789
age_37	.0011772	.0010293	1.14	0.253	-.0008402	.0031946
age_38	.0010806	.0009494	1.14	0.255	-.0007802	.0029415
age_39	.0001894	.0009917	0.19	0.849	-.0017543	.0021332
age_40	.0012457	.0009194	1.35	0.175	-.0005563	.0030478
age_41	-.001019	.0010426	-0.98	0.328	-.0030624	.0010245
age_42	.0015338	.0009405	1.63	0.103	-.0003095	.0033771
age_43	.0022905	.0010225	2.24	0.025	.0002864	.0042945
age_44	-.0019214	.0010281	-1.87	0.062	-.0039365	.0000937
age_45	-.0001598	.0009914	-0.16	0.872	-.0021029	.0017833
age_46	-.0004347	.0010598	-0.41	0.682	-.0025119	.0016424
age_47	.0008628	.0010859	0.79	0.427	-.0012655	.0029911
age_48	.0006661	.0010195	0.65	0.514	-.0013321	.0026643
age_49	.0012465	.0010926	1.14	0.254	-.000895	.003388
age_50	-.0001125	.0009709	-0.12	0.908	-.0020154	.0017905

age_51	.002387	.0011198	2.13	0.033	.0001924	.0045817
age_52	-.0002613	.0010359	-0.25	0.801	-.0022916	.001769
age_53	.0008224	.0011209	0.73	0.463	-.0013745	.0030193
age_54	-.0005264	.0011176	-0.47	0.638	-.0027168	.0016641
age_55	-.0000263	.0011129	-0.02	0.981	-.0022076	.002155
age_56	.0001911	.0011162	0.17	0.864	-.0019967	.0023788
age_57	-.0001358	.0011989	-0.11	0.910	-.0024855	.0022139
age_58	-.0019504	.0011017	-1.77	0.077	-.0041097	.0002089
age_59	.0001227	.001139	0.11	0.914	-.0021098	.0023551
age_60	.0010922	.0010235	1.07	0.286	-.0009138	.0030982
age_61	-.0007551	.0011863	-0.64	0.524	-.0030802	.0015701
age_62	-.0008555	.0011129	-0.77	0.442	-.0030367	.0013257
age_63	-.0010991	.0011427	-0.96	0.336	-.0033387	.0011406
age_64	-.0008426	.0011904	-0.71	0.479	-.0031758	.0014907
age_65	-.0019166	.0011198	-1.71	0.087	-.0041114	.0002782
age_66	.0002788	.0012332	0.23	0.821	-.0021383	.0026959
age_67	-.0014846	.001264	-1.17	0.240	-.003962	.0009929
age_68	-.0005666	.0012417	-0.46	0.648	-.0030004	.0018671
age_69	-.0027551	.0013391	-2.06	0.040	-.0053797	-.0001305
age_70	-.0011757	.0012262	-0.96	0.338	-.003579	.0012276
age_71	-.001245	.0014691	-0.85	0.397	-.0041243	.0016343
age_72	-.0004225	.0014326	-0.29	0.768	-.0032303	.0023853
age_73	.0000985	.0016178	0.06	0.951	-.0030723	.0032694
age_74	-.0031487	.0017247	-1.83	0.068	-.006529	.0002316
age_75	-.0001772	.0016848	-0.11	0.916	-.0034794	.003125
age_76	-.0007788	.0019852	-0.39	0.695	-.0046698	.0031121
age_77	-.0027498	.0021444	-1.28	0.200	-.0069528	.0014532
age_78	-.0026624	.0021602	-1.23	0.218	-.0068963	.0015716
age_79	-.0009596	.0023496	-0.41	0.683	-.0055647	.0036456
age_80	-.0024231	.0024082	-1.01	0.314	-.0071431	.0022968
period_1971	-.0020464	.0011678	-1.75	0.080	-.0043352	.0002424
period_1972	-.0015771	.0011461	-1.38	0.169	-.0038234	.0006692
period_1973	-.0022553	.0012139	-1.86	0.063	-.0046346	.0001239
period_1974	-.0015304	.0011445	-1.34	0.181	-.0037735	.0007127
period_1975	-.0014255	.0010952	-1.30	0.193	-.0035722	.0007211
period_1976	-.0016234	.0011019	-1.47	0.141	-.0037832	.0005363
period_1977	-.0005889	.0011161	-0.53	0.598	-.0027764	.0015986
period_1978	-.0019202	.0010908	-1.76	0.078	-.0040582	.0002178
period_1979	-.0019514	.0010958	-1.78	0.075	-.0040991	.0001962
period_1980	-.0013262	.0010463	-1.27	0.205	-.0033769	.0007246
period_1981	-.0005882	.0010213	-0.58	0.565	-.0025899	.0014135
period_1983	-.0016141	.0010843	-1.49	0.137	-.0037394	.0005112
period_1984	-.0007049	.0010633	-0.66	0.507	-.0027889	.001379
period_1985	-.0023752	.001043	-2.28	0.023	-.0044193	-.000331
period_1986	-.0010211	.001048	-0.97	0.330	-.0030751	.0010328
period_1987	-.0005502	.0009767	-0.56	0.573	-.0024644	.0013641
period_1988	-.0006293	.0009418	-0.67	0.504	-.0024751	.0012165
period_1989	.0015636	.0009459	1.65	0.098	-.0002903	.0034175
period_1990	-.0001613	.0008937	-0.18	0.857	-.0019128	.0015903
period_1991	.0006822	.0008938	0.76	0.445	-.0010696	.0024341
period_1992	.0006252	.0008863	0.71	0.481	-.0011119	.0023623
period_1993	.0030344	.0007784	3.90	0.000	.0015087	.0045601
period_1994	.0020294	.0007836	2.59	0.010	.0004935	.0035652
period_1995	.0023034	.0007815	2.95	0.003	.0007718	.0038351
period_1996	.0021543	.0008346	2.58	0.010	.0005186	.0037901
period_1997	.0014606	.0008032	1.82	0.069	-.0001136	.0030348
period_1998	.002669	.0007891	3.38	0.001	.0011224	.0042156
period_1999	.0009438	.0008079	1.17	0.243	-.0006397	.0025273
period_2000	.0006226	.0008036	0.77	0.439	-.0009524	.0021975

period_2001	-.0002164	.0008002	-0.27	0.787	-.0017849	.001352
period_2002	.0013354	.0007961	1.68	0.093	-.000225	.0028958
period_2003	-.0014844	.0007965	-1.86	0.062	-.0030455	.0000767
period_2004	.0011004	.0008167	1.35	0.178	-.0005004	.0027012
period_2005	.0010622	.0008201	1.30	0.195	-.0005451	.0026696
period_2006	.0014747	.0008248	1.79	0.074	-.0001419	.0030912
period_2007	.0007775	.0008224	0.95	0.344	-.0008343	.0023893
period_2008	.0017648	.0008269	2.13	0.033	.0001442	.0033854
period_2009	.0009154	.0008415	1.09	0.277	-.000734	.0025647
period_2010	.0017421	.0008456	2.06	0.039	.0000847	.0033995
period_2011	-.0012798	.0008446	-1.52	0.130	-.0029352	.0003756
period_2012	-.0013912	.0008494	-1.64	0.101	-.003056	.0002735
cohort_1891	-.0003797	.0211064	-0.02	0.986	-.0417475	.0409881
cohort_1892	-.000898	.0179712	-0.05	0.960	-.0361209	.0343249
cohort_1893	-.0008675	.0111418	-0.08	0.938	-.0227051	.0209701
cohort_1894	-.0006016	.0093882	-0.06	0.949	-.0190021	.0177989
cohort_1895	-.0008013	.0089586	-0.09	0.929	-.0183598	.0167572
cohort_1896	-.0014098	.0070744	-0.20	0.842	-.0152753	.0124558
cohort_1897	-.0012151	.0063884	-0.19	0.849	-.013736	.0113059
cohort_1898	.0074705	.0056045	1.33	0.183	-.0035142	.0184552
cohort_1899	-.0012324	.0052117	-0.24	0.813	-.011447	.0089823
cohort_1900	-.001562	.0047275	-0.33	0.741	-.0108277	.0077036
cohort_1901	-.0014734	.0043116	-0.34	0.733	-.0099241	.0069772
cohort_1902	-.0012411	.0037057	-0.33	0.738	-.0085041	.0060219
cohort_1903	.0058266	.0037741	1.54	0.123	-.0015704	.0132236
cohort_1904	-.0015165	.003647	-0.42	0.678	-.0086646	.0056315
cohort_1905	-.0014523	.003298	-0.44	0.660	-.0079162	.0050116
cohort_1906	-.0013169	.002976	-0.44	0.658	-.0071497	.0045159
cohort_1907	-.0016288	.0028446	-0.57	0.567	-.0072041	.0039465
cohort_1908	.0015398	.0025563	0.60	0.547	-.0034704	.006655
cohort_1909	-.001702	.0025843	-0.66	0.510	-.0067672	.0033632
cohort_1910	-.0017936	.0024432	-0.73	0.463	-.0065823	.002995
cohort_1911	-.0005684	.0023557	-0.24	0.809	-.0051855	.0040487
cohort_1912	.0015577	.002244	0.69	0.488	-.0028405	.0059559
cohort_1913	-.0008817	.0022391	-0.39	0.694	-.0052703	.0035069
cohort_1914	.0037507	.0022356	1.68	0.093	-.000631	.0081323
cohort_1915	-.0022653	.0025144	-0.90	0.368	-.0071934	.0026629
cohort_1916	-.0007822	.0024645	-0.32	0.751	-.0056126	.0040482
cohort_1917	.0020617	.0023964	0.86	0.390	-.0026352	.0067586
cohort_1918	-.0026214	.0021151	-1.24	0.215	-.0067669	.0015242
cohort_1919	-.0017275	.0018926	-0.91	0.361	-.0054369	.0019819
cohort_1920	-.000437	.0018224	-0.24	0.810	-.0040089	.0031349
cohort_1921	-.0013667	.0017808	-0.77	0.443	-.004857	.0021235
cohort_1922	-.0008818	.0017504	-0.50	0.614	-.0043124	.0025489
cohort_1923	-.002467	.0016988	-1.45	0.146	-.0057967	.0008626
cohort_1924	-.0024847	.0016596	-1.50	0.134	-.0057374	.000768
cohort_1925	-.0013891	.0015688	-0.89	0.376	-.0044639	.0016858
cohort_1926	-.0014939	.0015708	-0.95	0.342	-.0045726	.0015848
cohort_1927	-.0003598	.0015423	-0.23	0.816	-.0033827	.0026632
cohort_1928	-.0012345	.0014777	-0.84	0.403	-.0041308	.0016617
cohort_1929	-.0005203	.0014488	-0.36	0.719	-.0033599	.0023193
cohort_1930	-.0011522	.0014574	-0.79	0.429	-.0040086	.0017043
cohort_1931	-.0022801	.001441	-1.58	0.114	-.0051044	.0005443
cohort_1932	-.0014929	.0014036	-1.06	0.287	-.0042439	.0012581
cohort_1933	-.0018673	.0013006	-1.44	0.151	-.0044164	.0006818
cohort_1934	-.0008707	.0012508	-0.70	0.486	-.0033222	.0015808
cohort_1935	.000298	.0011956	0.25	0.803	-.0020453	.0026412
cohort_1936	-.0022496	.0011648	-1.93	0.053	-.0045326	.0000333
cohort_1937	.0014237	.0011459	1.24	0.214	-.0008222	.0036696
cohort_1938	.0008238	.0011143	0.74	0.460	-.0013602	.0030077

cohort_1939	.0003197	.001108	0.29	0.773	-.0018521	.0024914
cohort_1940	-.000914	.0010997	-0.83	0.406	-.0030693	.0012413
cohort_1941	.0036745	.0011351	3.24	0.001	.0014498	.0058992
cohort_1942	-.0012443	.0011435	-1.09	0.277	-.0034855	.0009969
cohort_1943	-.0012247	.0011531	-1.06	0.288	-.0034848	.0010353
cohort_1944	-.0002532	.0012215	-0.21	0.836	-.0026474	.0021409
cohort_1945	-.0010834	.001207	-0.90	0.369	-.0034491	.0012823
cohort_1946	-.000943	.0011567	-0.82	0.415	-.0032101	.0013241
cohort_1947	.0021287	.0011344	1.88	0.061	-.0000946	.0043521
cohort_1948	.0021341	.0011178	1.91	0.056	-.0000568	.004325
cohort_1949	-.0002011	.00109	-0.18	0.854	-.0023375	.0019353
cohort_1950	-.000696	.0010924	-0.64	0.524	-.0028371	.0014451
cohort_1951	-.0001699	.0011	-0.15	0.877	-.0023259	.0019861
cohort_1952	-.0007827	.001079	-0.73	0.468	-.0028975	.001332
cohort_1953	.0008947	.0010866	0.82	0.410	-.0012351	.0030244
cohort_1954	.0010682	.0010953	0.98	0.329	-.0010785	.0032149
cohort_1955	-.000671	.0010981	-0.61	0.541	-.0028231	.0014812
cohort_1956	-.0009544	.0010822	-0.88	0.378	-.0030755	.0011667
cohort_1957	-.0007587	.0010749	-0.71	0.480	-.0028655	.0013481
cohort_1958	.0015252	.001074	1.42	0.156	-.0005798	.0036301
cohort_1959	.0005046	.001043	0.48	0.629	-.0015396	.0025489
cohort_1960	-.0010644	.0010563	-1.01	0.314	-.0031347	.0010059
cohort_1961	.0029687	.0010806	2.75	0.006	.0008508	.0050866
cohort_1962	.0023131	.0010496	2.20	0.028	.0002558	.0043703
cohort_1963	-.0003872	.0010555	-0.37	0.714	-.0024559	.0016814
cohort_1964	.0017937	.0010725	1.67	0.094	-.0003084	.0038958
cohort_1965	-.0000571	.0010761	-0.05	0.958	-.0021662	.0020519
cohort_1966	.0003801	.0011113	0.34	0.732	-.0017981	.0025582
cohort_1967	.0029093	.0011157	2.61	0.009	.0007226	.0050961
cohort_1968	.0025018	.0011907	2.10	0.036	.0001681	.0048356
cohort_1969	.0005008	.0012114	0.41	0.679	-.0018735	.002875
cohort_1970	-.0010759	.0012677	-0.85	0.396	-.0035605	.0014088
cohort_1971	-.0000286	.0013672	-0.02	0.983	-.0027084	.0026512
cohort_1972	.0026068	.0014413	1.81	0.071	-.0002182	.0054318
cohort_1973	.0025566	.0014954	1.71	0.087	-.0003743	.0054876
cohort_1974	-.0025878	.0015234	-1.70	0.089	-.0055735	.000398
cohort_1975	.0005314	.0015365	0.35	0.729	-.0024801	.0035429
cohort_1976	.0004474	.0015903	0.28	0.778	-.0026695	.0035644
cohort_1977	.0003248	.0016733	0.19	0.846	-.0029549	.0036045
cohort_1978	.0010342	.0017675	0.59	0.558	-.0024301	.0044985
cohort_1979	.0031334	.001749	1.79	0.073	-.0002945	.0065614
cohort_1980	.0033537	.0018307	1.83	0.067	-.0002343	.0069418
cohort_1981	.001363	.0019358	0.70	0.481	-.0024312	.0051572
cohort_1982	-.0006007	.0019266	-0.31	0.755	-.0043767	.0031754
cohort_1983	.0007319	.0021068	0.35	0.728	-.0033973	.0048611
cohort_1984	.0014347	.0022491	0.64	0.524	-.0029735	.0058429
cohort_1985	-.0003491	.002206	-0.16	0.874	-.0046729	.0039747
cohort_1986	-.0010831	.0024391	-0.44	0.657	-.0058636	.0036974
cohort_1987	-.0025968	.0025195	-1.03	0.303	-.007535	.0023414
cohort_1988	.0015972	.0027668	0.58	0.564	-.0038257	.0070201
cohort_1989	-.0001464	.0029243	-0.05	0.960	-.005878	.0055852
cohort_1990	-.002211	.0032576	-0.68	0.497	-.0085958	.0041738
cohort_1991	.0044171	.0034251	1.29	0.197	-.0022959	.0111302
cohort_1992	-.0014091	.003918	-0.36	0.719	-.0090882	.00627
cohort_1993	-.0005079	.0050134	-0.10	0.919	-.010334	.0093182
cohort_1994	-.0002974	.0052191	-0.06	0.955	-.0105266	.0099318
cohort_1995	.0001888	.0067665	0.03	0.978	-.0130733	.0134509
cohort_1996	.000938	.0079141	0.12	0.906	-.0145733	.0164493
cohort_1997	.0017563	.0122846	0.14	0.886	-.0223209	.0258336
_cons	.0090782	.0006891	13.17	0.000	.0077276	.0104288

Tabelle 86: Effekteberechnung für Erlebnisreisen

```

. apc_ie Erlebnis V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

Iteration 0:   log likelihood = -19687.187
Intrinsic estimator of APC effects
Optimization   : ML
Deviance       = 9005.081675
Pearson        = 9005.081675

Variance function: V(u) = 1
Link function    : g(u) = u

No. of obs     = 106130
Residual df    = 105952
Scale parameter = .0849921
(1/df) Deviance = .0849921
(1/df) Pearson = .0849921

[Identity]
[Gaussian]

AIC             = .3743557
BIC             = -1217116

Log likelihood  = -19687.18702
    
```

Erlebnis	OIM					[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.	z	P> z			
V5050	-.0133441	.0017994	-7.42	0.000	-.0168709	-.0098174	
V3030	-.0155983	.0008936	-17.46	0.000	-.0173497	-.0138469	
age_14	.16336	.0127219	12.84	0.000	.1384255	.1882945	
age_15	.1450052	.0115437	12.56	0.000	.12238	.1676305	
age_16	.1558584	.0106775	14.60	0.000	.1349309	.1767859	
age_17	.1468785	.0105933	13.87	0.000	.126116	.1676409	
age_18	.1440214	.0096851	14.87	0.000	.125039	.1630037	
age_19	.1433029	.0089207	16.06	0.000	.1258187	.160787	
age_20	.1245622	.0089864	13.86	0.000	.1069491	.1421752	
age_21	.1078969	.0090741	11.89	0.000	.090112	.1256818	
age_22	.0769709	.0086498	8.90	0.000	.0600175	.0939243	
age_23	.0718003	.0082947	8.66	0.000	.0555429	.0880577	
age_24	.0593685	.0082497	7.20	0.000	.0431994	.0755376	
age_25	.0504126	.0081716	6.17	0.000	.0343965	.0664287	
age_26	.034487	.0078865	4.37	0.000	.0190298	.0499441	
age_27	.0081553	.007776	1.05	0.294	-.0070855	.023396	
age_28	-.0125047	.0072348	-1.73	0.084	-.0266847	.0016753	
age_29	-.0195655	.0072626	-2.69	0.007	-.0337999	-.005331	
age_30	-.0283855	.0069625	-4.08	0.000	-.0420317	-.0147394	
age_31	-.045535	.0077537	-5.87	0.000	-.060732	-.0303379	
age_32	-.0356222	.0072076	-4.94	0.000	-.0497488	-.0214956	
age_33	-.059886	.0071988	-8.32	0.000	-.0739953	-.0457767	
age_34	-.0602895	.0070797	-8.52	0.000	-.0741655	-.0464135	
age_35	-.056917	.0066476	-8.56	0.000	-.069946	-.0438881	
age_36	-.065791	.0065557	-10.04	0.000	-.0786399	-.0529421	
age_37	-.0606455	.0067527	-8.98	0.000	-.0738806	-.0474105	
age_38	-.0573418	.0062348	-9.20	0.000	-.0695618	-.0451218	
age_39	-.0632488	.0064067	-9.87	0.000	-.0758056	-.0506919	
age_40	-.0533896	.0060838	-8.78	0.000	-.0653137	-.0414656	
age_41	-.0670991	.0067428	-9.95	0.000	-.0803147	-.0538835	
age_42	-.052899	.0061962	-8.54	0.000	-.0650433	-.0407547	
age_43	-.0605677	.0066122	-9.16	0.000	-.0735274	-.0476081	
age_44	-.0692403	.0065859	-10.51	0.000	-.0821485	-.0563321	
age_45	-.059529	.0064714	-9.20	0.000	-.0722128	-.0468452	
age_46	-.0618169	.0068983	-8.96	0.000	-.0753373	-.0482965	
age_47	-.0600909	.0070364	-8.54	0.000	-.073882	-.0462998	
age_48	-.0562872	.0065997	-8.53	0.000	-.0692224	-.043352	
age_49	-.0618617	.0070111	-8.82	0.000	-.0756033	-.0481202	
age_50	-.0594272	.0063338	-9.38	0.000	-.0718412	-.0470133	

age_51	-.0515926	.0072592	-7.11	0.000	-.0658203	-.0373648
age_52	-.0604051	.0066698	-9.06	0.000	-.0734776	-.0473327
age_53	-.0592036	.0072258	-8.19	0.000	-.073366	-.0450413
age_54	-.0525395	.0072291	-7.27	0.000	-.0667084	-.0383707
age_55	-.0451425	.0072162	-6.26	0.000	-.059286	-.030999
age_56	-.0495944	.0072955	-6.80	0.000	-.0638933	-.0352955
age_57	-.0519026	.007827	-6.63	0.000	-.0672431	-.036562
age_58	-.0418361	.0071798	-5.83	0.000	-.0559083	-.0277639
age_59	-.0429578	.0073323	-5.86	0.000	-.0573287	-.0285868
age_60	-.0288542	.0066935	-4.31	0.000	-.0419731	-.0157353
age_61	-.0357435	.0075696	-4.72	0.000	-.0505797	-.0209073
age_62	-.0231778	.0070289	-3.30	0.001	-.0369542	-.0094014
age_63	-.0136119	.0072373	-1.88	0.060	-.0277968	.000573
age_64	-.0149084	.0075016	-1.99	0.047	-.0296113	-.0002056
age_65	-.0101686	.0069985	-1.45	0.146	-.0238854	.0035482
age_66	-.0040308	.0075256	-0.54	0.592	-.0187808	.0107192
age_67	-.0023339	.0078309	-0.30	0.766	-.0176821	.0130143
age_68	.0118231	.0075866	1.56	0.119	-.0030464	.0266926
age_69	.0132179	.0080454	1.64	0.100	-.0025508	.0289867
age_70	.0083859	.0074643	1.12	0.261	-.0062439	.0230158
age_71	.003779	.0087014	0.43	0.664	-.0132755	.0208334
age_72	.0180745	.0086289	2.09	0.036	.0011622	.0349867
age_73	.0230702	.0097603	2.36	0.018	.0039403	.0422001
age_74	.0314358	.0105039	2.99	0.003	.0108485	.0520231
age_75	.027728	.0103887	2.67	0.008	.0073665	.0480894
age_76	.0455333	.0120579	3.78	0.000	.0219003	.0691663
age_77	.0536609	.012994	4.13	0.000	.0281931	.0791286
age_78	.0367702	.0131139	2.80	0.005	.0110674	.0624729
age_79	.0623021	.0142136	4.38	0.000	.0344439	.0901603
age_80	.0480837	.0145172	3.31	0.001	.0196305	.0765368
period_1971	.0334233	.005446	6.14	0.000	.0227493	.0440972
period_1972	.0290356	.0053398	5.44	0.000	.0185698	.0395014
period_1973	.0351961	.005641	6.24	0.000	.0241401	.0462522
period_1974	.0335944	.0053044	6.33	0.000	.023198	.0439909
period_1975	.0660682	.0050788	13.01	0.000	.0561139	.0760226
period_1976	.0209763	.0051117	4.10	0.000	.0109575	.0309951
period_1977	.0678091	.0051856	13.08	0.000	.0576455	.0779726
period_1978	.0437562	.0050716	8.63	0.000	.033816	.0536965
period_1979	.0280304	.005094	5.50	0.000	.0180463	.0380145
period_1980	.049439	.0048663	10.16	0.000	.0399012	.0589768
period_2000	-.0170787	.0038244	-4.47	0.000	-.0245744	-.0095829
period_2001	-.0373026	.0037715	-9.89	0.000	-.0446946	-.0299105
period_2002	-.0291294	.0037224	-7.83	0.000	-.0364252	-.0218336
period_2003	-.0214855	.0037294	-5.76	0.000	-.028795	-.0141759
period_2004	-.0268015	.0038267	-7.00	0.000	-.0343017	-.0193013
period_2005	-.0207143	.0037935	-5.46	0.000	-.0281495	-.0132791
period_2006	-.0316594	.0038074	-8.32	0.000	-.0391216	-.0241971
period_2007	-.0305228	.0037895	-8.05	0.000	-.03795	-.0230957
period_2008	-.0301714	.0038044	-7.93	0.000	-.0376279	-.022715
period_2009	-.0370655	.0038715	-9.57	0.000	-.0446535	-.0294775
period_2010	-.0427567	.0038889	-10.99	0.000	-.0503787	-.0351346
period_2011	-.0393184	.0038819	-10.13	0.000	-.0469269	-.03171
period_2012	-.0433225	.0039013	-11.10	0.000	-.0509688	-.0356761

cohort_1891	-.1744696	.1006817	-1.73	0.083	-.3718021	.0228629
cohort_1892	-.1755473	.0856453	-2.05	0.040	-.3434091	-.0076856
cohort_1893	-.0692958	.0532293	-1.30	0.193	-.1736234	.0350317
cohort_1894	-.1500873	.0448631	-3.35	0.001	-.2380174	-.0621571
cohort_1895	-.1541429	.0427904	-3.60	0.000	-.2380106	-.0702753
cohort_1896	-.1306626	.0338443	-3.86	0.000	-.1969963	-.064329
cohort_1897	-.0464466	.0307347	-1.51	0.131	-.1066855	.0137923
cohort_1898	-.1248543	.0268456	-4.65	0.000	-.1774707	-.0722379
cohort_1899	-.0964769	.0250523	-3.85	0.000	-.1455785	-.0473753
cohort_1900	-.0591504	.0227268	-2.60	0.009	-.1036941	-.0146067
cohort_1901	-.0842424	.019821	-4.25	0.000	-.1230909	-.0453939
cohort_1902	-.0612174	.01729	-3.54	0.000	-.0951051	-.0273297
cohort_1903	-.0729697	.0172328	-4.23	0.000	-.1067454	-.0391939
cohort_1904	-.0301873	.0165166	-1.83	0.068	-.0625593	.0021847
cohort_1905	-.0763308	.0149063	-5.12	0.000	-.1055465	-.047115
cohort_1906	-.0267271	.0136635	-1.96	0.050	-.0535071	.0000528
cohort_1907	-.0433901	.0126505	-3.43	0.001	-.0681846	-.0185955
cohort_1908	-.0238671	.0117195	-2.04	0.042	-.046837	-.0008972
cohort_1909	-.0224617	.0115349	-1.95	0.052	-.0450697	.0001463
cohort_1910	.0003849	.0107885	0.04	0.972	-.0207602	.0215299
cohort_1911	.0014638	.0100218	0.15	0.884	-.0181786	.0211062
cohort_1912	-.0107602	.0098832	-1.09	0.276	-.0301309	.0086106
cohort_1913	.0081937	.009714	0.84	0.399	-.0108455	.0272329
cohort_1914	.0300699	.0094132	3.19	0.001	.0116204	.0485194
cohort_1915	.0180875	.0093461	1.94	0.053	-.0002305	.0364056
cohort_1916	.0326022	.0091464	3.56	0.000	.0146756	.0505287
cohort_1917	.0245113	.0087878	2.79	0.005	.0072874	.0417352
cohort_1918	.025839	.0084583	3.05	0.002	.009261	.042417
cohort_1919	.040129	.0078547	5.11	0.000	.0247341	.0555238
cohort_1920	.0533039	.0077019	6.92	0.000	.0382085	.0683993
cohort_1921	.0514773	.0077098	6.68	0.000	.0363664	.0665882
cohort_1922	.0664063	.0076458	8.69	0.000	.0514208	.0813917
cohort_1923	.0541667	.0079296	6.83	0.000	.0386251	.0697084
cohort_1924	.0487253	.0078462	6.21	0.000	.033347	.0641036
cohort_1925	.0629075	.0077725	8.09	0.000	.0476737	.0781413
cohort_1926	.065824	.0082348	7.99	0.000	.0496841	.081964
cohort_1927	.0470453	.0079689	5.90	0.000	.0314265	.0626642
cohort_1928	.0594358	.0077397	7.68	0.000	.0442663	.0746053
cohort_1929	.0637013	.007792	8.18	0.000	.0484292	.0789735
cohort_1930	.0732081	.0075882	9.65	0.000	.0583355	.0880806
cohort_1931	.0682064	.0075064	9.09	0.000	.0534942	.0829187
cohort_1932	.0811916	.0075118	10.81	0.000	.0664688	.0959144
cohort_1933	.0676246	.0073959	9.14	0.000	.0531289	.0821203
cohort_1934	.0824546	.0073344	11.24	0.000	.0680795	.0968298
cohort_1935	.0883578	.0072172	12.24	0.000	.0742124	.1025031
cohort_1936	.0799649	.0072781	10.99	0.000	.0657001	.0942296
cohort_1937	.087272	.0071993	12.12	0.000	.0731616	.1013823
cohort_1938	.0854734	.007048	12.13	0.000	.0716597	.0992872

cohort_1939	.0736806	.0069824	10.55	0.000	.0599954	.0873657
cohort_1940	.0909818	.006761	13.46	0.000	.0777305	.1042332
cohort_1941	.0792136	.0067179	11.79	0.000	.0660468	.0923804
cohort_1942	.0856636	.0066983	12.79	0.000	.0725352	.0987919
cohort_1943	.0847152	.0068204	12.42	0.000	.0713474	.098083
cohort_1944	.0832834	.0067948	12.26	0.000	.0699658	.096601
cohort_1945	.0870494	.0068054	12.79	0.000	.0737111	.1003877
cohort_1946	.0837374	.0067623	12.38	0.000	.0704835	.0969914
cohort_1947	.0735683	.0067351	10.92	0.000	.0603678	.0867689
cohort_1948	.0745464	.0066966	11.13	0.000	.0614213	.0876714
cohort_1949	.0909023	.0066971	13.57	0.000	.0777762	.1040285
cohort_1950	.0786495	.0069234	11.36	0.000	.0650799	.0922191
cohort_1951	.0720228	.0069926	10.30	0.000	.0583176	.085728
cohort_1952	.0727642	.0071709	10.15	0.000	.0587095	.0868188
cohort_1953	.0939645	.0074226	12.66	0.000	.0794164	.1085126
cohort_1954	.0918881	.0076627	11.99	0.000	.0768696	.1069066
cohort_1955	.0738169	.0079671	9.27	0.000	.0582016	.0894322
cohort_1956	.074481	.0079107	9.42	0.000	.0589763	.0899857
cohort_1957	.0630621	.0080081	7.87	0.000	.0473665	.0787576
cohort_1958	.0331469	.008278	4.00	0.000	.0169222	.0493715
cohort_1959	.0497862	.0084178	5.91	0.000	.0332877	.0662847
cohort_1960	.0297191	.0088544	3.36	0.001	.0123648	.0470735
cohort_1961	.0384064	.0086797	4.42	0.000	.0213944	.0554183
cohort_1962	-.0036955	.0090365	-0.41	0.683	-.0214066	.0140156
cohort_1963	-.0115311	.0093695	-1.23	0.218	-.0298949	.0068327
cohort_1964	-.0274619	.0094301	-2.91	0.004	-.0459445	-.0089792
cohort_1965	-.038456	.010374	-3.71	0.000	-.0587888	-.0181233
cohort_1966	-.0713116	.0109035	-6.54	0.000	-.0926821	-.0499411
cohort_1967	-.0646061	.0106763	-6.05	0.000	-.0855313	-.0436809
cohort_1968	-.0819767	.0117567	-6.97	0.000	-.1050193	-.0589341
cohort_1969	-.0884008	.0121672	-7.27	0.000	-.1122481	-.0645536
cohort_1970	-.0945823	.0133291	-7.10	0.000	-.1207069	-.0684577
cohort_1971	-.1051485	.0141015	-7.46	0.000	-.132787	-.0775101
cohort_1972	-.1065577	.0156755	-6.80	0.000	-.137281	-.0758343
cohort_1973	-.1280061	.0165012	-7.76	0.000	-.1603479	-.0956644
cohort_1974	-.1277587	.018848	-6.78	0.000	-.1647002	-.0908172
cohort_1975	-.1008521	.0240745	-4.19	0.000	-.1480372	-.053667
cohort_1976	-.1041663	.0250931	-4.15	0.000	-.153348	-.0549847
cohort_1977	-.1588832	.0324722	-4.89	0.000	-.2225276	-.0952387
cohort_1978	-.0610302	.0380612	-1.60	0.109	-.1356289	.0135684
cohort_1979	-.1393651	.0590558	-2.36	0.018	-.2551124	-.0236178
_cons	.1344266	.0042691	31.49	0.000	.1260594	.1427938

Tabelle 87: Effekteberechnung für Vergnügungsreisen.

. apc_ie Vergnuegen V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

```

Iteration 0:   log likelihood = -12865.451
Intrinsic estimator of APC effects
Optimization   : ML
No. of obs    = 108207
Residual df   = 108031
Scale parameter = .0743884
(1/df) Deviance = .0743884
Deviance      = 8036.248029
(1/df) Pearson = .0743884
Pearson       = 8036.248029

Variance function: V(u) = 1 [Gaussian]
Link function      : g(u) = u [Identity]

Log likelihood = -12865.4508
AIC             = .2410463
BIC            = -1244238
    
```

Vergnuegen	OIM					[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.	z	P> z			
V5050	-.0236065	.0016676	-14.16	0.000	-.026875	-.020338	
V3030	-.0119033	.0008211	-14.50	0.000	-.0135127	-.0102939	
age_14	.0136231	.0124739	1.09	0.275	-.0108253	.0380715	
age_15	.0361221	.0109287	3.31	0.001	.0147023	.0575419	
age_16	.0530966	.0100844	5.27	0.000	.0333315	.0728617	
age_17	.0561687	.0098372	5.71	0.000	.0368882	.0754493	
age_18	.1206641	.0088048	13.70	0.000	.103407	.1379212	
age_19	.1183948	.0081822	14.47	0.000	.102358	.1344316	
age_20	.1131608	.0082969	13.64	0.000	.0968992	.1294224	
age_21	.0915456	.0083661	10.94	0.000	.0751483	.1079428	
age_22	.0895823	.0078991	11.34	0.000	.0741004	.1050642	
age_23	.0693002	.007627	9.09	0.000	.0543516	.0842488	
age_24	.0456857	.0074568	6.13	0.000	.0310706	.0603008	
age_25	.0402049	.007322	5.49	0.000	.0258541	.0545557	
age_26	.03208	.0071819	4.47	0.000	.0180038	.0461562	
age_27	.02069	.0071956	2.88	0.004	.0065868	.0347931	
age_28	.0340446	.0066097	5.15	0.000	.0210898	.0469993	
age_29	.0190738	.0067692	2.82	0.005	.0058064	.0323412	
age_30	.0146401	.006527	2.24	0.025	.0018474	.0274328	
age_31	.0186149	.0070802	2.63	0.009	.0047379	.0324919	
age_32	.0023297	.0067513	0.35	0.730	-.0109026	.0155621	
age_33	-.0097238	.0068578	-1.42	0.156	-.0231648	.0037171	
age_34	-.0023479	.0065021	-0.36	0.718	-.0150918	.010396	
age_35	-.0031586	.0062755	-0.50	0.615	-.0154583	.0091411	
age_36	-.0169097	.0062195	-2.72	0.007	-.0290996	-.0047198	
age_37	-.007702	.0064364	-1.20	0.231	-.0203171	.0049131	
age_38	-.0095217	.0059027	-1.61	0.107	-.0210908	.0020473	
age_39	-.010695	.0060394	-1.77	0.077	-.0225321	.0011421	
age_40	-.0084529	.0056526	-1.50	0.135	-.0195318	.002626	
age_41	-.0050627	.006228	-0.81	0.416	-.0172694	.0071439	
age_42	-.0041697	.0056661	-0.74	0.462	-.015275	.0069357	
age_43	-.0132092	.0061306	-2.15	0.031	-.025225	-.0011934	
age_44	-.0065971	.0061149	-1.08	0.281	-.0185821	.005388	
age_45	-.0093104	.0059726	-1.56	0.119	-.0210164	.0023956	
age_46	-.0165592	.0062458	-2.65	0.008	-.0288007	-.0043176	
age_47	-.0144954	.0064367	-2.25	0.024	-.0271112	-.0018796	
age_48	-.0151155	.0060799	-2.49	0.013	-.0270319	-.0031992	
age_49	-.0148784	.0064723	-2.30	0.022	-.0275638	-.002193	
age_50	-.0157918	.0059385	-2.66	0.008	-.0274311	-.0041524	

age_51	-.0107248	.0067623	-1.59	0.113	-.0239787	.0025292
age_52	-.006805	.0063062	-1.08	0.281	-.019165	.005555
age_53	-.0157672	.0067653	-2.33	0.020	-.0290269	-.0025075
age_54	-.0155675	.0068442	-2.27	0.023	-.0289819	-.0021531
age_55	-.0107601	.0068691	-1.57	0.117	-.0242232	.002703
age_56	-.0275639	.0068214	-4.04	0.000	-.0409337	-.0141941
age_57	-.017652	.0073086	-2.42	0.016	-.0319766	-.0033275
age_58	-.0057516	.0066934	-0.86	0.390	-.0188705	.0073672
age_59	-.0293338	.0067766	-4.33	0.000	-.0426158	-.0160518
age_60	-.0178531	.0061554	-2.90	0.004	-.0299174	-.0057887
age_61	-.0328586	.0070408	-4.67	0.000	-.0466582	-.0190589
age_62	-.0194208	.0066001	-2.94	0.003	-.0323569	-.0064848
age_63	-.0237104	.006831	-3.47	0.001	-.0370989	-.0103219
age_64	-.0379108	.0069904	-5.42	0.000	-.0516118	-.0242099
age_65	-.0280571	.00673	-4.17	0.000	-.0412476	-.0148666
age_66	-.0352127	.0072633	-4.85	0.000	-.0494486	-.0209768
age_67	-.0261265	.0073176	-3.57	0.000	-.0404687	-.0117842
age_68	-.0245128	.007332	-3.34	0.001	-.0388832	-.0101424
age_69	-.0393143	.0077784	-5.05	0.000	-.0545598	-.0240688
age_70	-.0321819	.0072226	-4.46	0.000	-.046338	-.0180259
age_71	-.0383108	.0085727	-4.47	0.000	-.0551129	-.0215086
age_72	-.0372048	.0082829	-4.49	0.000	-.053439	-.0209706
age_73	-.0427388	.0092318	-4.63	0.000	-.0608328	-.0246449
age_74	-.0370189	.0099643	-3.72	0.000	-.0565486	-.0174891
age_75	-.0301842	.0096116	-3.14	0.002	-.0490226	-.0113457
age_76	-.0285485	.0113121	-2.52	0.012	-.0507197	-.0063773
age_77	-.0185209	.0122943	-1.51	0.132	-.0426174	.0055755
age_78	-.0476559	.0124976	-3.81	0.000	-.0721508	-.023161
age_79	-.0308987	.013365	-2.31	0.021	-.0570937	-.0047038
age_80	-.0371546	.01337	-2.78	0.005	-.0633592	-.0109499
period_1981	.1418318	.0044966	31.54	0.000	.1330187	.1506449
period_1982	.1311712	.0046761	28.05	0.000	.1220062	.1403361
period_1983	.1561386	.0048175	32.41	0.000	.1466964	.1655808
period_1984	.1507661	.0046935	32.12	0.000	.1415669	.1599653
period_1985	.1136409	.0046143	24.63	0.000	.1045971	.1226847
period_1986	.0847356	.0046304	18.30	0.000	.0756601	.0938111
period_1987	.1185443	.0043095	27.51	0.000	.1100979	.1269907
period_1988	.110454	.0041488	26.62	0.000	.1023226	.1185855
period_1989	.1095253	.004169	26.27	0.000	.1013543	.1176964
period_2000	-.0856379	.0035649	-24.02	0.000	-.0926251	-.0786508
period_2001	-.0834703	.0035134	-23.76	0.000	-.0903564	-.0765841
period_2002	-.0811852	.0034666	-23.42	0.000	-.0879796	-.0743908
period_2003	-.0876979	.0034731	-25.25	0.000	-.094505	-.0808907
period_2004	-.0877996	.0035654	-24.63	0.000	-.0947877	-.0808116
period_2005	-.0899182	.0035365	-25.43	0.000	-.0968497	-.0829868
period_2006	-.0861751	.0035512	-24.27	0.000	-.0931354	-.0792149
period_2007	-.0920049	.0035375	-26.01	0.000	-.0989383	-.0850716
period_2008	-.0825138	.0035557	-23.21	0.000	-.0894829	-.0755446
period_2009	-.0843083	.0036233	-23.27	0.000	-.0914099	-.0772067
period_2010	-.0867354	.0036451	-23.80	0.000	-.0938796	-.0795912
period_2011	-.0877036	.0036452	-24.06	0.000	-.0948481	-.0805591
period_2012	-.0816577	.0036703	-22.25	0.000	-.0888513	-.074464

cohort_1901	.2487178	.1323394	1.88	0.060	-.0106626	.5080982
cohort_1902	-.1468714	.0803854	-1.83	0.068	-.3044239	.0106811
cohort_1903	.0164305	.0477422	0.34	0.731	-.0771424	.1100035
cohort_1904	-.0014815	.0449079	-0.03	0.974	-.0894994	.0865364
cohort_1905	-.0696638	.0386556	-1.80	0.072	-.1454275	.0060999
cohort_1906	.0095352	.0329492	0.29	0.772	-.0550441	.0741145
cohort_1907	-.0507258	.0259109	-1.96	0.050	-.1015103	.0000588
cohort_1908	-.0593017	.0242689	-2.44	0.015	-.1068679	-.0117355
cohort_1909	-.0368065	.0207679	-1.77	0.076	-.0775109	.0038978
cohort_1910	-.0455811	.0188302	-2.42	0.015	-.0824877	-.0086746
cohort_1911	-.0419616	.0166765	-2.52	0.012	-.074647	-.0092762
cohort_1912	.0447305	.0161056	2.78	0.005	.013164	.0762969
cohort_1913	-.0422354	.014731	-2.87	0.004	-.0711077	-.0133631
cohort_1914	-.0197331	.0141304	-1.40	0.163	-.0474282	.0079619
cohort_1915	-.0169709	.0141292	-1.20	0.230	-.0446636	.0107217
cohort_1916	-.0222672	.0134529	-1.66	0.098	-.0486344	.0041
cohort_1917	.0009285	.0126092	0.07	0.941	-.0237851	.0256421
cohort_1918	-.0046089	.0120146	-0.38	0.701	-.0281571	.0189392
cohort_1919	.0044538	.0104483	0.43	0.670	-.0160245	.024932
cohort_1920	-.0094261	.0099105	-0.95	0.342	-.0288503	.0099982
cohort_1921	-.0010976	.0097911	-0.11	0.911	-.0202878	.0180926
cohort_1922	-.0050162	.0094926	-0.53	0.597	-.0236213	.0135889
cohort_1923	-.0047569	.0091766	-0.52	0.604	-.0227426	.0132288
cohort_1924	-.0098533	.0087263	-1.13	0.259	-.0269565	.0072498
cohort_1925	-.0153671	.0084434	-1.82	0.069	-.0319159	.0011817
cohort_1926	-.0065215	.0081924	-0.80	0.426	-.0225784	.0095353
cohort_1927	-.0033447	.0079029	-0.42	0.672	-.0188342	.0121447
cohort_1928	-.0134224	.0077197	-1.74	0.082	-.0285528	.0017079
cohort_1929	-.0055245	.007574	-0.73	0.466	-.0203693	.0093203
cohort_1930	-.0075503	.0075949	-0.99	0.320	-.0224359	.0073354
cohort_1931	-.0135511	.0075294	-1.80	0.072	-.0283084	.0012062
cohort_1932	-.0074298	.0076687	-0.97	0.333	-.0224601	.0076005
cohort_1933	-.0080005	.0076536	-1.05	0.296	-.0230012	.0070003
cohort_1934	-.0171107	.0075846	-2.26	0.024	-.0319762	-.0022452
cohort_1935	-.0170488	.0077437	-2.20	0.028	-.0322261	-.0018715
cohort_1936	-.0122358	.0075942	-1.61	0.107	-.0271201	.0026485
cohort_1937	-.0208733	.0072956	-2.86	0.004	-.0351723	-.0065743
cohort_1938	-.010722	.007292	-1.47	0.141	-.0250141	.0035701

cohort_1939	-.0063704	.0070162	-0.91	0.364	-.0201218	.0073811
cohort_1940	-.0123481	.0068765	-1.80	0.073	-.0258257	.0011295
cohort_1941	-.0207688	.0069173	-3.00	0.003	-.0343266	-.0072111
cohort_1942	-.0133443	.0068705	-1.94	0.052	-.0268103	.0001217
cohort_1943	-.0159055	.0068559	-2.32	0.020	-.0293429	-.0024682
cohort_1944	-.0102994	.0069779	-1.48	0.140	-.0239757	.003377
cohort_1945	-.0060483	.0071262	-0.85	0.396	-.0200155	.0079188
cohort_1946	-.0149254	.0070125	-2.13	0.033	-.0286696	-.0011811
cohort_1947	-.0040391	.0068256	-0.59	0.554	-.0174171	.0093389
cohort_1948	-.0163512	.0066823	-2.45	0.014	-.0294482	-.0032543
cohort_1949	-.0161936	.0065358	-2.48	0.013	-.0290036	-.0033836
cohort_1950	-.001298	.0063732	-0.20	0.839	-.0137892	.0111931
cohort_1951	-.010902	.0063037	-1.73	0.084	-.0232569	.001453
cohort_1952	-.0070838	.0064318	-1.10	0.271	-.0196899	.0055223
cohort_1953	-.0013184	.0062644	-0.21	0.833	-.0135964	.0109597
cohort_1954	.0068069	.0062216	1.09	0.274	-.0053872	.0190011
cohort_1955	-.0028176	.0061663	-0.46	0.648	-.0149033	.009268
cohort_1956	.0026299	.0061445	0.43	0.669	-.0094132	.014673
cohort_1957	.0036159	.0062363	0.58	0.562	-.008607	.0158387
cohort_1958	.014658	.0061567	2.38	0.017	.0025911	.0267248
cohort_1959	-.0046419	.0063947	-0.73	0.468	-.0171753	.0078914
cohort_1960	-.0096721	.00631	-1.53	0.125	-.0220395	.0026954
cohort_1961	-.0020425	.0066345	-0.31	0.758	-.0150458	.0109608
cohort_1962	.0105627	.0066466	1.59	0.112	-.0024644	.0235898
cohort_1963	-.011082	.0067864	-1.63	0.102	-.0243831	.0022191
cohort_1964	.012457	.0070456	1.77	0.077	-.0013521	.0262662
cohort_1965	.006881	.007242	0.95	0.342	-.007313	.0210749
cohort_1966	.0030384	.0072808	0.42	0.676	-.0112317	.0173086
cohort_1967	.004342	.0074326	0.58	0.559	-.0102256	.0189097
cohort_1968	.0091432	.0077002	1.19	0.235	-.005949	.0242353
cohort_1969	.0060565	.0082406	0.73	0.462	-.0100947	.0222077
cohort_1970	.0167558	.0079969	2.10	0.036	.0010822	.0324294
cohort_1971	.0105295	.0083148	1.27	0.205	-.0057672	.0268261
cohort_1972	.0210835	.008939	2.36	0.018	.0035634	.0386036
cohort_1973	.0199792	.0089086	2.24	0.025	.0025186	.0374398
cohort_1974	.0162414	.0097495	1.67	0.096	-.0028672	.0353501
cohort_1975	.039358	.0101803	3.87	0.000	.019405	.059311
cohort_1976	.0225156	.0099897	2.25	0.024	.0029361	.0420951
cohort_1977	.0258074	.011	2.35	0.019	.0042478	.047367
cohort_1978	.0394634	.0113863	3.47	0.001	.0171465	.0617802
cohort_1979	.0545762	.0124731	4.38	0.000	.0301293	.0790232
cohort_1980	.0784258	.0131937	5.94	0.000	.0525667	.1042849
cohort_1981	.0469934	.0146711	3.20	0.001	.0182385	.0757483
cohort_1982	.0078913	.0154368	0.51	0.609	-.0223644	.038147
cohort_1983	.0790409	.0176333	4.48	0.000	.0444802	.1136015
cohort_1984	.0032233	.0225162	0.14	0.886	-.0409077	.0473542
cohort_1985	.0321727	.0234994	1.37	0.171	-.0138853	.0782307
cohort_1986	.0547463	.0304081	1.80	0.072	-.0048526	.1143451
cohort_1987	-.0374951	.0356357	-1.05	0.293	-.1073399	.0323496
cohort_1988	-.0017823	.0553511	-0.03	0.974	-.1102686	.1067039
_cons	.1880665	.0040875	46.01	0.000	.180055	.1960779

Tabelle 88: Effekteberechnung für Strandurlaube.

. apc_ie Strand V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

```

Iteration 0:  log likelihood = -59597.154
Intrinsic estimator of APC effects          No. of obs      =   108207
Optimization      : ML                      Residual df     =   108031
                                                Scale parameter =   .1764514
Deviance          =  19062.22653           (1/df) Deviance =   .1764514
Pearson          =  19062.22653           (1/df) Pearson  =   .1764514

Variance function: V(u) = 1                [Gaussian]
Link function     : g(u) = u                [Identity]

Log likelihood    =  -59597.154            AIC              =   1.104793
                                                BIC              =  -1233212
    
```

Strand	OIM					[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.	z	P> z			
V5050	.0028987	.0025684	1.13	0.259	-.0021352	.0079327	
V3030	-.0118769	.0012647	-9.39	0.000	-.0143556	-.0093981	
age_14	.0527745	.0192115	2.75	0.006	.0151205	.0904284	
age_15	.0499021	.0168317	2.96	0.003	.0169126	.0828915	
age_16	.0402494	.0155314	2.59	0.010	.0098083	.0706904	
age_17	.0488213	.0151507	3.22	0.001	.0191265	.078516	
age_18	.0454818	.0135606	3.35	0.001	.0189034	.0720601	
age_19	.0689684	.0126017	5.47	0.000	.0442695	.0936673	
age_20	.0613616	.0127784	4.80	0.000	.0363164	.0864068	
age_21	.0701042	.012885	5.44	0.000	.0448502	.0953583	
age_22	.0581362	.0121657	4.78	0.000	.0342919	.0819805	
age_23	.0590693	.0117466	5.03	0.000	.0360463	.0820922	
age_24	.0672938	.0114845	5.86	0.000	.0447845	.0898031	
age_25	.0741496	.0112769	6.58	0.000	.0520474	.0962518	
age_26	.0507239	.0110611	4.59	0.000	.0290445	.0724032	
age_27	.0624788	.0110822	5.64	0.000	.040758	.0841995	
age_28	.0746852	.0101798	7.34	0.000	.0547331	.0946373	
age_29	.0624081	.0104255	5.99	0.000	.0419745	.0828417	
age_30	.0411326	.0100525	4.09	0.000	.0214301	.0608351	
age_31	.0653076	.0109045	5.99	0.000	.0439351	.0866801	
age_32	.0526937	.010398	5.07	0.000	.032314	.0730734	
age_33	.0631849	.0105619	5.98	0.000	.042484	.0838859	
age_34	.0706962	.0100142	7.06	0.000	.0510688	.0903236	
age_35	.0610535	.0096651	6.32	0.000	.0421103	.0799967	
age_36	.0461042	.0095788	4.81	0.000	.02733	.0648784	
age_37	.034122	.009913	3.44	0.001	.014693	.0535511	
age_38	.0494218	.009091	5.44	0.000	.0316038	.0672398	
age_39	.0475688	.0093016	5.11	0.000	.029338	.0657995	
age_40	.0204778	.0087058	2.35	0.019	.0034147	.0375409	
age_41	.038502	.009592	4.01	0.000	.0197021	.0573019	
age_42	.0248827	.0087266	2.85	0.004	.0077789	.0419864	
age_43	.0214761	.009442	2.27	0.023	.0029701	.0399821	
age_44	.0284004	.0094178	3.02	0.003	.0099418	.0468591	
age_45	.0051964	.0091986	0.56	0.572	-.0128325	.0232253	
age_46	.0207135	.0096194	2.15	0.031	.0018598	.0395672	
age_47	.0070845	.0099135	0.71	0.475	-.0123455	.0265146	
age_48	.01448	.0093639	1.55	0.122	-.0038728	.0328329	
age_49	-.0030767	.0099682	-0.31	0.758	-.022614	.0164606	
age_50	-.011906	.0091462	-1.30	0.193	-.0298322	.0060202	

age_51	-.0205642	.0104149	-1.97	0.048	-.0409771	-.0001513
age_52	-.0217331	.0097125	-2.24	0.025	-.0407692	-.002697
age_53	-.0226349	.0104195	-2.17	0.030	-.0430568	-.0022131
age_54	-.0267073	.010541	-2.53	0.011	-.0473674	-.0060472
age_55	-.042227	.0105793	-3.99	0.000	-.0629621	-.0214919
age_56	-.0182982	.010506	-1.74	0.082	-.0388895	.0022931
age_57	-.0475406	.0112562	-4.22	0.000	-.0696024	-.0254788
age_58	-.0204309	.0103088	-1.98	0.047	-.0406357	-.000226
age_59	-.0397504	.010437	-3.81	0.000	-.0602065	-.0192943
age_60	-.0371436	.0094802	-3.92	0.000	-.0557244	-.0185628
age_61	-.0455459	.0108438	-4.20	0.000	-.0667993	-.0242925
age_62	-.0625793	.0101651	-6.16	0.000	-.0825026	-.042656
age_63	-.0527994	.0105207	-5.02	0.000	-.0734196	-.0321792
age_64	-.047932	.0107662	-4.45	0.000	-.0690334	-.0268306
age_65	-.0469081	.0103651	-4.53	0.000	-.0672234	-.0265929
age_66	-.0583494	.0111866	-5.22	0.000	-.0802746	-.0364241
age_67	-.040959	.0112701	-3.63	0.000	-.063048	-.0188699
age_68	-.0673064	.0112923	-5.96	0.000	-.0894389	-.045174
age_69	-.047304	.0119799	-3.95	0.000	-.0707842	-.0238239
age_70	-.0743017	.0111238	-6.68	0.000	-.096104	-.0524994
age_71	-.0707907	.0132032	-5.36	0.000	-.0966684	-.044913
age_72	-.0834928	.0127568	-6.54	0.000	-.1084958	-.0584898
age_73	-.0710748	.0142182	-5.00	0.000	-.098942	-.0432075
age_74	-.0789763	.0153465	-5.15	0.000	-.1090548	-.0488978
age_75	-.0768579	.0148033	-5.19	0.000	-.1058718	-.047844
age_76	-.0671403	.0174221	-3.85	0.000	-.1012871	-.0329935
age_77	-.0757791	.018935	-4.00	0.000	-.112891	-.0386673
age_78	-.0989382	.0192481	-5.14	0.000	-.1366638	-.0612127
age_79	-.0925063	.020584	-4.49	0.000	-.1328502	-.0521624
age_80	-.087552	.0205916	-4.25	0.000	-.1279108	-.0471932
period_1981	-.0381131	.0069253	-5.50	0.000	-.0516865	-.0245397
period_1982	.0003829	.0072018	0.05	0.958	-.0137323	.0144982
period_1983	-.0276665	.0074197	-3.73	0.000	-.0422088	-.0131242
period_1984	-.0102707	.0072287	-1.42	0.155	-.0244387	.0038973
period_1985	-.0451124	.0071066	-6.35	0.000	-.0590411	-.0311837
period_1986	.0060884	.0071315	0.85	0.393	-.0078891	.0200659
period_1987	.0004926	.0066372	0.07	0.941	-.012516	.0135013
period_1988	-.0165706	.0063897	-2.59	0.010	-.0290942	-.004047
period_1989	-.0294505	.0064208	-4.59	0.000	-.042035	-.016866
period_2000	-.0036831	.0054905	-0.67	0.502	-.0144443	.007078
period_2001	.0035445	.0054111	0.66	0.512	-.0070611	.0141501
period_2002	.000541	.005339	0.10	0.919	-.0099233	.0110053
period_2003	.0099836	.0053491	1.87	0.062	-.0005004	.0204675
period_2004	.01051	.0054912	1.91	0.056	-.0002526	.0212725
period_2005	.0023834	.0054467	0.44	0.662	-.008292	.0130589
period_2006	.0208164	.0054694	3.81	0.000	.0100966	.0315361
period_2007	.0278483	.0054482	5.11	0.000	.0171701	.0385266
period_2008	.01289	.0054763	2.35	0.019	.0021565	.0236234
period_2009	.0204061	.0055804	3.66	0.000	.0094687	.0313436
period_2010	.0197609	.0056139	3.52	0.000	.0087579	.030764
period_2011	.0191827	.0056142	3.42	0.001	.0081791	.0301862
period_2012	.0160361	.0056528	2.84	0.005	.0049569	.0271153

cohort_1901	-.092101	.2038211	-0.45	0.651	-.4915831	.3073811
cohort_1902	.0913923	.1238048	0.74	0.460	-.1512606	.3340451
cohort_1903	-.0920461	.0735296	-1.25	0.211	-.2361616	.0520694
cohort_1904	-.0854653	.0691644	-1.24	0.217	-.2210251	.0500945
cohort_1905	-.0853748	.0595351	-1.43	0.152	-.2020614	.0313118
cohort_1906	-.098184	.0507464	-1.93	0.053	-.1976451	.0012772
cohort_1907	-.0918098	.0399065	-2.30	0.021	-.170025	-.0135945
cohort_1908	-.0986336	.0373775	-2.64	0.008	-.1718921	-.025375
cohort_1909	-.0766932	.0319855	-2.40	0.016	-.1393836	-.0140029
cohort_1910	-.0810101	.0290012	-2.79	0.005	-.1378513	-.0241688
cohort_1911	-.0976626	.0256842	-3.80	0.000	-.1480027	-.0473224
cohort_1912	-.0695149	.0248049	-2.80	0.005	-.1181316	-.0208982
cohort_1913	-.0503837	.0226879	-2.22	0.026	-.0948511	-.0059163
cohort_1914	-.0677512	.0217628	-3.11	0.002	-.1104055	-.025097
cohort_1915	-.0500066	.0217609	-2.30	0.022	-.0926572	-.007356
cohort_1916	-.0708366	.0207193	-3.42	0.001	-.1114457	-.0302274
cohort_1917	-.0340137	.01942	-1.75	0.080	-.0720762	.0040487
cohort_1918	-.062371	.0185042	-3.37	0.001	-.0986385	-.0261035
cohort_1919	-.0535485	.0160918	-3.33	0.001	-.0850879	-.0220091
cohort_1920	-.0409907	.0152636	-2.69	0.007	-.0709067	-.0110746
cohort_1921	-.0560423	.0150797	-3.72	0.000	-.085598	-.0264867
cohort_1922	-.0327155	.0146199	-2.24	0.025	-.0613699	-.004061
cohort_1923	-.0399155	.0141332	-2.82	0.005	-.067616	-.0122149
cohort_1924	-.0429935	.0134397	-3.20	0.001	-.0693348	-.0166522
cohort_1925	-.0388368	.0130041	-2.99	0.003	-.0643243	-.0133494
cohort_1926	-.0199537	.0126175	-1.58	0.114	-.0446835	.0047761
cohort_1927	-.0120686	.0121716	-0.99	0.321	-.0359245	.0117874
cohort_1928	-.0172598	.0118894	-1.45	0.147	-.0405626	.0060431
cohort_1929	-.0269303	.011665	-2.31	0.021	-.0497933	-.0040673
cohort_1930	-.0067639	.0116972	-0.58	0.563	-.0296899	.0161621
cohort_1931	.0048165	.0115963	0.42	0.678	-.0179119	.0275448
cohort_1932	.0076074	.0118108	0.64	0.520	-.0155413	.0307562
cohort_1933	-.0078609	.0117876	-0.67	0.505	-.0309642	.0152424
cohort_1934	.0119752	.0116813	1.03	0.305	-.0109197	.0348701
cohort_1935	.0204717	.0119263	1.72	0.086	-.0029035	.0438469
cohort_1936	.0165636	.0116961	1.42	0.157	-.0063603	.0394875
cohort_1937	.0245246	.0112362	2.18	0.029	.0025021	.0465471
cohort_1938	.0287651	.0112307	2.56	0.010	.0067533	.050777

cohort_1939	.0295782	.0108059	2.74	0.006	.0083991	.0507574
cohort_1940	.0308248	.0105907	2.91	0.004	.0100675	.0515822
cohort_1941	.0534029	.0106537	5.01	0.000	.0325221	.0742837
cohort_1942	.0463308	.0105816	4.38	0.000	.0255913	.0670703
cohort_1943	.0452252	.0105591	4.28	0.000	.0245298	.0659207
cohort_1944	.0437119	.0107469	4.07	0.000	.0226483	.0647754
cohort_1945	.0599736	.0109754	5.46	0.000	.0384623	.0814849
cohort_1946	.0580786	.0108002	5.38	0.000	.0369106	.0792467
cohort_1947	.0494267	.0105124	4.70	0.000	.0288227	.0700307
cohort_1948	.060417	.0102916	5.87	0.000	.0402458	.0805882
cohort_1949	.0685624	.0100661	6.81	0.000	.0488332	.0882915
cohort_1950	.0633058	.0098156	6.45	0.000	.0440676	.082544
cohort_1951	.0412283	.0097085	4.25	0.000	.0222	.0602566
cohort_1952	.0456686	.0099059	4.61	0.000	.0262534	.0650838
cohort_1953	.0439842	.0096481	4.56	0.000	.0250743	.0628941
cohort_1954	.0386477	.0095822	4.03	0.000	.019867	.0574284
cohort_1955	.0443205	.0094969	4.67	0.000	.0257069	.0629341
cohort_1956	.0270923	.0094634	2.86	0.004	.0085443	.0456403
cohort_1957	.0309844	.0096047	3.23	0.001	.0121595	.0498093
cohort_1958	.0274388	.0094821	2.89	0.004	.0088542	.0460235
cohort_1959	.0427087	.0098487	4.34	0.000	.0234057	.0620118
cohort_1960	.0160331	.0097183	1.65	0.099	-.0030146	.0350807
cohort_1961	.0412479	.010218	4.04	0.000	.021221	.0612748
cohort_1962	.0152373	.0102367	1.49	0.137	-.0048263	.0353009
cohort_1963	.0427473	.010452	4.09	0.000	.0222617	.0632329
cohort_1964	.0271838	.0108512	2.51	0.012	.0059158	.0484518
cohort_1965	.0086943	.0111536	0.78	0.436	-.0131664	.0305551
cohort_1966	.0251801	.0112135	2.25	0.025	.003202	.0471581
cohort_1967	.0260222	.0114473	2.27	0.023	.003586	.0484584
cohort_1968	.0253352	.0118594	2.14	0.033	.0020912	.0485792
cohort_1969	.0216681	.0126916	1.71	0.088	-.003207	.0465432
cohort_1970	.0158911	.0123163	1.29	0.197	-.0082484	.0400307
cohort_1971	.0233825	.0128059	1.83	0.068	-.0017167	.0484816
cohort_1972	.0404816	.0137673	2.94	0.003	.0134983	.067465
cohort_1973	.0572492	.0137205	4.17	0.000	.0303575	.084141
cohort_1974	.0408773	.0150156	2.72	0.006	.0114473	.0703073
cohort_1975	.0725214	.015679	4.63	0.000	.0417911	.1032518
cohort_1976	.044833	.0153856	2.91	0.004	.0146778	.0749883
cohort_1977	.0307775	.0169415	1.82	0.069	-.0024273	.0639824
cohort_1978	.0229217	.0175366	1.31	0.191	-.0114493	.0572928
cohort_1979	-.0553525	.0192104	-2.88	0.004	-.0930042	-.0177009
cohort_1980	-.0042146	.0203201	-0.21	0.836	-.0440413	.035612
cohort_1981	.0005314	.0225956	0.02	0.981	-.0437551	.044818
cohort_1982	.064128	.0237749	2.70	0.007	.01753	.1107259
cohort_1983	-.0032466	.0271578	-0.12	0.905	-.0564749	.0499817
cohort_1984	.0027645	.0346781	0.08	0.936	-.0652033	.0707323
cohort_1985	.0219616	.0361924	0.61	0.544	-.0489742	.0928974
cohort_1986	-.0452321	.0468328	-0.97	0.334	-.1370227	.0465584
cohort_1987	-.0522307	.054884	-0.95	0.341	-.1598015	.05534
cohort_1988	.0153162	.0852485	0.18	0.857	-.1517678	.1824002
_cons	.2326827	.0062954	36.96	0.000	.220344	.2450214

Tabelle 89: Effekteberechnung für Erholungsurlaube.

```
. apc_ie Erholung V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

Iteration 0:   log likelihood = -70337.258
Intrinsic estimator of APC effects
Optimization   : ML
No. of obs     = 138399
Residual df    = 138203
Scale parameter = .1620228
Deviance       = 22392.03838
(1/df) Deviance = .1620228
Pearson        = 22392.03838
(1/df) Pearson = .1620228

Variance function: V(u) = 1
Link function     : g(u) = u
[Gaussian]
[Identity]

Log likelihood    = -70337.25846
AIC               = 1.019274
BIC               = -1613641
```

Erholung	OIM				
	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]
V5050	.0076537	.0021764	3.52	0.000	.0033881 .0119194
V3030	.007563	.0010702	7.07	0.000	.0054654 .0096607
age_14	-.0868357	.0151974	-5.71	0.000	-.1166221 -.0570493
age_15	-.1007221	.0133332	-7.55	0.000	-.1268547 -.0745895
age_16	-.0924823	.012455	-7.43	0.000	-.1168937 -.0680709
age_17	-.1067319	.0122236	-8.73	0.000	-.1306898 -.0827741
age_18	-.0913218	.01110088	-8.30	0.000	-.1128986 -.069745
age_19	-.1007746	.0103464	-9.74	0.000	-.1210532 -.0804961
age_20	-.0817441	.0104628	-7.81	0.000	-.1022507 -.0612375
age_21	-.0780325	.0104595	-7.46	0.000	-.0985328 -.0575321
age_22	-.0531826	.0098861	-5.38	0.000	-.0725589 -.0338063
age_23	-.0393543	.0095506	-4.12	0.000	-.0580732 -.0206354
age_24	-.031163	.0092971	-3.35	0.001	-.049385 -.012941
age_25	-.0214491	.0092363	-2.32	0.020	-.039552 -.0033463
age_26	.0011192	.0090288	0.12	0.901	-.016577 .0188154
age_27	.0166283	.0089516	1.86	0.063	-.0009166 .0341732
age_28	-.0074126	.0083122	-0.89	0.373	-.0237042 .0088791
age_29	.0151961	.008558	1.78	0.076	-.0015773 .0319695
age_30	.0456891	.008085	5.65	0.000	.0298428 .0615354
age_31	.0509012	.008911	5.71	0.000	.0334359 .0683665
age_32	.0411925	.0083758	4.92	0.000	.0247764 .0576087
age_33	.0453048	.0084586	5.36	0.000	.0287262 .0618834
age_34	.0404259	.0082476	4.90	0.000	.0242609 .0565909
age_35	.0469163	.0078059	6.01	0.000	.031617 .0622157
age_36	.0517716	.0077325	6.70	0.000	.0366162 .066927
age_37	.0461054	.0080564	5.72	0.000	.0303152 .0618956
age_38	.0330765	.0074014	4.47	0.000	.01857 .047583
age_39	.0452817	.0076866	5.89	0.000	.0302162 .0603472
age_40	.0486755	.0071368	6.82	0.000	.0346877 .0626633
age_41	.0408826	.0080238	5.10	0.000	.0251563 .0566089
age_42	.042836	.0072803	5.88	0.000	.028567 .0571051
age_43	.049927	.0078331	6.37	0.000	.0345744 .0652796
age_44	.0474821	.0078783	6.03	0.000	.0320409 .0629234
age_45	.0463878	.0076119	6.09	0.000	.0314687 .0613069
age_46	.0456673	.008041	5.68	0.000	.0299073 .0614273
age_47	.0415942	.0083506	4.98	0.000	.0252274 .0579611
age_48	.0492629	.0077781	6.33	0.000	.0340181 .0645078
age_49	.063156	.00839	7.53	0.000	.046712 .0796001
age_50	.0503639	.0074678	6.74	0.000	.0357273 .0650005

age_51	.0576	.0087648	6.57	0.000	.0404213	.0747787
age_52	.0647712	.0080466	8.05	0.000	.0490002	.0805422
age_53	.0459065	.0087195	5.26	0.000	.0288166	.0629964
age_54	.0460832	.0087637	5.26	0.000	.0289067	.0632597
age_55	.0491957	.0087219	5.64	0.000	.0321011	.0662903
age_56	.0394412	.0088024	4.48	0.000	.0221888	.0566937
age_57	.0549614	.0094542	5.81	0.000	.0364315	.0734914
age_58	.0067148	.0085997	0.78	0.435	-.0101403	.0235699
age_59	.0385651	.0088174	4.37	0.000	.0212834	.0558468
age_60	.0185111	.0079633	2.32	0.020	.0029034	.0341189
age_61	.0204327	.0091688	2.23	0.026	.0024622	.0384032
age_62	.0042118	.0085346	0.49	0.622	-.0125157	.0209392
age_63	-.0086984	.0087732	-0.99	0.321	-.0258935	.0084967
age_64	-.0074678	.0090813	-0.82	0.411	-.0252668	.0103313
age_65	-.0287723	.0085509	-3.36	0.001	-.0455317	-.0120128
age_66	-.0178378	.0092858	-1.92	0.055	-.0360377	.0003621
age_67	-.0289871	.0093928	-3.09	0.002	-.0473967	-.0105775
age_68	-.0276296	.0093767	-2.95	0.003	-.0460076	-.0092516
age_69	-.0287931	.0100487	-2.87	0.004	-.0484881	-.0090981
age_70	-.0228201	.0093115	-2.45	0.014	-.0410702	-.00457
age_71	-.0384825	.0110948	-3.47	0.001	-.060228	-.016737
age_72	-.0239703	.0107564	-2.23	0.026	-.0450524	-.0028881
age_73	-.0244132	.0120147	-2.03	0.042	-.0479615	-.0008649
age_74	-.0359535	.0129309	-2.78	0.005	-.0612976	-.0106095
age_75	-.0443251	.0125435	-3.53	0.000	-.0689098	-.0197403
age_76	-.0427966	.0147586	-2.90	0.004	-.071723	-.0138702
age_77	-.0468845	.0158629	-2.96	0.003	-.0779752	-.0157938
age_78	-.0385976	.0161137	-2.40	0.017	-.0701799	-.0070154
age_79	-.0402475	.0173058	-2.33	0.020	-.0741664	-.0063287
age_80	-.0543556	.0175769	-3.09	0.002	-.0888058	-.0199054
period_1971	.2930404	.0076307	38.40	0.000	.2780845	.3079963
period_1972	.3251505	.0074919	43.40	0.000	.3104668	.3398343
period_1973	.2720417	.0079168	34.36	0.000	.2565251	.2875583
period_1974	.3193066	.0074475	42.87	0.000	.3047098	.3339033
period_1975	.2823125	.0071347	39.57	0.000	.2683289	.2962962
period_1976	.3152237	.007177	43.92	0.000	.3011572	.3292903
period_1977	.2681128	.0072716	36.87	0.000	.2538608	.2823648
period_1978	.3197844	.0071098	44.98	0.000	.3058494	.3337194
period_1979	.3245898	.007137	45.48	0.000	.3106015	.3385781
period_1980	.3180066	.0068114	46.69	0.000	.3046566	.3313567
period_1981	-.1101787	.0066332	-16.61	0.000	-.1231796	-.0971779
period_1982	-.1269085	.0068346	-18.57	0.000	-.1403041	-.113513
period_1983	-.1186747	.0071089	-16.69	0.000	-.1326078	-.1047416
period_1984	-.1006782	.0069345	-14.52	0.000	-.1142696	-.0870867
period_1985	-.0153	.0068231	-2.24	0.025	-.0286729	-.001927
period_1986	-.0696294	.0068613	-10.15	0.000	-.0830773	-.0561815
period_1987	-.0980699	.0063908	-15.35	0.000	-.1105957	-.0855442
period_1988	-.0903148	.0061643	-14.65	0.000	-.1023966	-.078233
period_1989	-.0834471	.0062103	-13.44	0.000	-.0956191	-.0712751
period_2000	-.140777	.0053169	-26.48	0.000	-.1511979	-.1303562
period_2001	-.1423341	.0052561	-27.08	0.000	-.1526358	-.1320324
period_2002	-.152304	.0051991	-29.29	0.000	-.1624941	-.1421138
period_2003	-.1517489	.005221	-29.06	0.000	-.1619819	-.1415159
period_2004	-.1479964	.0053668	-27.58	0.000	-.1585152	-.1374776
period_2005	-.1723892	.0053281	-32.35	0.000	-.182832	-.1619463
period_2006	-.1778475	.0053556	-33.21	0.000	-.1883442	-.1673508
period_2007	-.1827317	.0053377	-34.23	0.000	-.1931933	-.1722701
period_2008	-.1848646	.0053645	-34.46	0.000	-.1953788	-.1743503
period_2009	-.1948791	.0054616	-35.68	0.000	-.2055836	-.1841747
period_2010	-.1879191	.0054886	-34.24	0.000	-.1986767	-.1771616
period_2011	-.1858921	.0054824	-33.91	0.000	-.1966374	-.1751468
period_2012	-.2026841	.0055133	-36.76	0.000	-.21349	-.1918781

cohort_1891	.3127337	.1389491	2.25	0.024	.0403984	.5850689
cohort_1892	-.0414272	.1182732	-0.35	0.726	-.2732384	.190384
cohort_1893	-.2407306	.0734089	-3.28	0.001	-.3846094	-.0968519
cohort_1894	.0039564	.0618592	0.06	0.949	-.1172854	.1251982
cohort_1895	-.0047017	.0590227	-0.08	0.937	-.1203841	.1109807
cohort_1896	.0189244	.0466429	0.41	0.685	-.072494	.1103428
cohort_1897	.0363152	.0423517	0.86	0.391	-.0466926	.119323
cohort_1898	.0006196	.0369757	0.02	0.987	-.0718514	.0730905
cohort_1899	.0108463	.0345066	0.31	0.753	-.0567853	.078478
cohort_1900	.0181024	.0312941	0.58	0.563	-.0432329	.0794376
cohort_1901	-.0022203	.0284757	-0.08	0.938	-.0580142	.0536083
cohort_1902	.0027305	.0248488	0.11	0.913	-.0459724	.0514333
cohort_1903	.00361	.0256379	0.14	0.888	-.0466394	.0538594
cohort_1904	-.0197414	.0242309	-0.81	0.415	-.067233	.0277502
cohort_1905	.0106546	.0223212	0.48	0.633	-.0330941	.0544034
cohort_1906	-.0018253	.0205847	-0.09	0.929	-.0421705	.0385199
cohort_1907	.0071001	.0189446	0.37	0.708	-.0300307	.0442309
cohort_1908	.0334343	.0175525	1.90	0.057	-.000968	.0678366
cohort_1909	.0649291	.0172172	3.77	0.000	.031184	.0986741
cohort_1910	.077129	.0165087	4.67	0.000	.0447725	.1094856
cohort_1911	.0478567	.0154072	3.11	0.002	.0176593	.0780542
cohort_1912	.014625	.0149119	0.98	0.327	-.0146018	.0438518
cohort_1913	.0447257	.0144735	3.09	0.002	.0163582	.0730932
cohort_1914	.0517381	.0141553	3.66	0.000	.0239941	.079482
cohort_1915	.0750518	.0152373	4.93	0.000	.0451872	.1049163
cohort_1916	.0464878	.0152777	3.04	0.002	.0165439	.0764316
cohort_1917	.0460405	.0144989	3.18	0.001	.0176232	.0744577
cohort_1918	.0486297	.0140393	3.46	0.001	.0211131	.0761463
cohort_1919	.0355458	.0120411	2.95	0.003	.0119457	.0591459
cohort_1920	.0453872	.0113782	3.99	0.000	.0230864	.067688
cohort_1921	.0294571	.0114719	2.57	0.010	.0069727	.0519415
cohort_1922	.0375108	.011198	3.35	0.001	.0155631	.0594586
cohort_1923	.043972	.0110829	3.97	0.000	.0222499	.0656942
cohort_1924	.0242869	.0104881	2.32	0.021	.0037307	.0448431
cohort_1925	.0370934	.0100489	3.69	0.000	.0173978	.0567889
cohort_1926	.0392412	.0099139	3.96	0.000	.0198103	.0586722
cohort_1927	.0233387	.0095317	2.45	0.014	.0046569	.0420206
cohort_1928	.0334294	.0093673	3.57	0.000	.0150699	.0517888
cohort_1929	.0155229	.0092902	1.67	0.095	-.0026856	.0337313
cohort_1930	.0259303	.009206	2.82	0.005	.0078869	.0439737
cohort_1931	.043284	.0092712	4.67	0.000	.0251128	.0614553
cohort_1932	.0279344	.0093474	2.99	0.003	.0096138	.046255
cohort_1933	.0215248	.0093509	2.30	0.021	.0031973	.0398523
cohort_1934	.0218376	.0091647	2.38	0.017	.0038751	.0398002
cohort_1935	.0434865	.0091697	4.74	0.000	.0255142	.0614589
cohort_1936	.0292434	.0090486	3.23	0.001	.0115085	.0469783
cohort_1937	.0283411	.008727	3.25	0.001	.0112366	.0454456
cohort_1938	.0307314	.0086525	3.55	0.000	.0137729	.04769

cohort_1939	.0241136	.0084017	2.87	0.004	.0076466	.0405806
cohort_1940	.0210272	.0081847	2.57	0.010	.0049855	.0370688
cohort_1941	.0224326	.0083211	2.70	0.007	.0061235	.0387417
cohort_1942	.017862	.0083153	2.15	0.032	.0015643	.0341597
cohort_1943	.0096455	.0083578	1.15	0.248	-.0067354	.0260265
cohort_1944	.0115727	.0085496	1.35	0.176	-.0051842	.0283296
cohort_1945	-.0053431	.0088595	-0.60	0.546	-.0227074	.0120211
cohort_1946	.0103553	.0087227	1.19	0.235	-.0067408	.0274515
cohort_1947	-.0066864	.0085083	-0.79	0.432	-.0233623	.0099895
cohort_1948	-.0112237	.0082835	-1.35	0.175	-.0274591	.0050117
cohort_1949	-.0235935	.0081792	-2.88	0.004	-.0396245	-.0075625
cohort_1950	-.0244031	.007982	-3.06	0.002	-.0400475	-.0087587
cohort_1951	-.0230602	.0080463	-2.87	0.004	-.0388307	-.0072897
cohort_1952	-.0313284	.0081571	-3.84	0.000	-.0473161	-.0153407
cohort_1953	-.0689526	.0080549	-8.56	0.000	-.0847398	-.0531654
cohort_1954	-.0814024	.0080378	-10.13	0.000	-.0971562	-.0656485
cohort_1955	-.070409	.0080851	-8.71	0.000	-.0862556	-.0545624
cohort_1956	-.0576395	.0080118	-7.19	0.000	-.0733423	-.0419367
cohort_1957	-.0733729	.0081746	-8.98	0.000	-.0893949	-.057351
cohort_1958	-.07581	.0082405	-9.20	0.000	-.0919611	-.059659
cohort_1959	-.0636317	.0085626	-7.43	0.000	-.0804141	-.0468494
cohort_1960	-.0744859	.0085758	-8.69	0.000	-.0912941	-.0576778
cohort_1961	-.0745091	.0090743	-8.21	0.000	-.0922944	-.0567239
cohort_1962	-.0702767	.0092295	-7.61	0.000	-.0883662	-.0521873
cohort_1963	-.0588141	.0094597	-6.22	0.000	-.0773548	-.0402733
cohort_1964	-.061937	.0099493	-6.23	0.000	-.0814372	-.0424368
cohort_1965	-.0805241	.0103999	-7.74	0.000	-.1009074	-.0601407
cohort_1966	-.0602349	.0105613	-5.70	0.000	-.0809346	-.0395352
cohort_1967	-.0619704	.0108874	-5.69	0.000	-.0833095	-.0406314
cohort_1968	-.0423423	.0112926	-3.75	0.000	-.0644754	-.0202093
cohort_1969	-.0368125	.012093	-3.04	0.002	-.0605142	-.0131107
cohort_1970	-.0376411	.0117285	-3.21	0.001	-.0606285	-.0146537
cohort_1971	-.0297325	.0122022	-2.44	0.015	-.0536485	-.0058166
cohort_1972	-.0404527	.0131187	-3.08	0.002	-.0661648	-.0147406
cohort_1973	-.015581	.0130648	-1.19	0.233	-.0411874	.0100255
cohort_1974	.0010562	.0143089	0.07	0.941	-.0269887	.0291012
cohort_1975	-.0194854	.0149425	-1.30	0.192	-.0487721	.0098013
cohort_1976	-.0168041	.0146522	-1.15	0.251	-.0455218	.0119137
cohort_1977	-.0020605	.0161361	-0.13	0.898	-.0336867	.0295657
cohort_1978	.0016976	.016695	0.10	0.919	-.0310239	.0344192
cohort_1979	.0174348	.0182921	0.95	0.341	-.018417	.0532867
cohort_1980	-.0162906	.0193397	-0.84	0.400	-.0541957	.0216145
cohort_1981	.0016596	.021512	0.08	0.939	-.0405031	.0438222
cohort_1982	.0029118	.0226285	0.13	0.898	-.0414392	.0472629
cohort_1983	.0250757	.025867	0.97	0.332	-.0256228	.0757742
cohort_1984	-.001724	.0330763	-0.05	0.958	-.0665523	.0631043
cohort_1985	-.0212147	.0344604	-0.62	0.538	-.0887559	.0463265
cohort_1986	-.0290201	.0446561	-0.65	0.516	-.1165445	.0585043
cohort_1987	-.0303441	.0522618	-0.58	0.561	-.1327753	.0720871
cohort_1988	.0295588	.081203	0.36	0.716	-.1295962	.1887138
_cons	.3017017	.0052323	57.66	0.000	.2914466	.3119568

Tabelle 90: Effektberechnung für Familienreisen.

```
. apc_ie Familie V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

Iteration 0:   log likelihood = -16179.001
Intrinsic estimator of APC effects
Optimization   : ML
Deviance       = 6808.357771
Pearson        = 6808.357771

Variance function: V(u) = 1
Link function    : g(u) = u

No. of obs     = 75938
Residual df    = 75780
Scale parameter = .0898437
(1/df) Deviance = .0898437
(1/df) Pearson = .0898437

[ Gaussian ]
[ Identity ]

AIC = .4302721
BIC = -844782.5
Log likelihood = -16179.00059
```

Familie	OIM					[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.	z	P> z			
V5050	.0139703	.0021876	6.39	0.000	.0096828	.0182579	
V3030	.0929618	.0010929	85.06	0.000	.0908197	.0951038	
age_14	.0445968	.0170098	2.62	0.009	.0112582	.0779353	
age_15	-.0611148	.0157674	-3.88	0.000	-.0920183	-.0302114	
age_16	-.0685945	.0140988	-4.87	0.000	-.0962277	-.0409613	
age_17	-.1096693	.0139235	-7.88	0.000	-.1369588	-.0823797	
age_18	-.0950456	.0126667	-7.50	0.000	-.119872	-.0702193	
age_19	-.0985793	.0112678	-8.75	0.000	-.1206638	-.0764948	
age_20	-.0956443	.0113727	-8.41	0.000	-.1179344	-.0733542	
age_21	-.0665375	.0117448	-5.67	0.000	-.0895569	-.0435182	
age_22	-.0499253	.0112184	-4.45	0.000	-.071913	-.0279375	
age_23	-.0411026	.0107108	-3.84	0.000	-.0620954	-.0201098	
age_24	-.035562	.0108988	-3.26	0.001	-.0569232	-.0142008	
age_25	-.0329524	.0105761	-3.12	0.002	-.0536813	-.0122236	
age_26	-.0145711	.0102254	-1.42	0.154	-.0346126	.0054703	
age_27	-.0190327	.0102818	-1.85	0.064	-.0391847	.0011193	
age_28	.0099919	.0094256	1.06	0.289	-.0084819	.0284658	
age_29	.0254684	.0093252	2.73	0.006	.0071914	.0437454	
age_30	.0328909	.0093185	3.53	0.000	.0146271	.0511548	
age_31	.0360748	.0102112	3.53	0.000	.0160612	.0560884	
age_32	.0706262	.0096848	7.29	0.000	.0516443	.0896082	
age_33	.0767794	.0097467	7.88	0.000	.0576762	.0958826	
age_34	.0835823	.0092724	9.01	0.000	.0654088	.1017558	
age_35	.0548526	.0089725	6.11	0.000	.0372668	.0724384	
age_36	.0982297	.0088746	11.07	0.000	.0808359	.1156236	
age_37	.1141718	.0090317	12.64	0.000	.09647	.1318737	
age_38	.0886403	.0084004	10.55	0.000	.0721758	.1051047	
age_39	.0965024	.0084614	11.41	0.000	.0799184	.1130864	
age_40	.0838731	.0082146	10.21	0.000	.0677728	.0999735	
age_41	.0647501	.0087846	7.37	0.000	.0475325	.0819677	
age_42	.0843571	.0082032	10.28	0.000	.0682791	.1004352	
age_43	.062119	.008748	7.10	0.000	.0449733	.0792646	
age_44	.0463592	.0086083	5.39	0.000	.0294872	.0632312	
age_45	.0315177	.0086142	3.66	0.000	.0146342	.0484012	
age_46	.0132678	.0090399	1.47	0.142	-.00445	.0309857	
age_47	.0184571	.0090757	2.03	0.042	.000669	.0362451	
age_48	.0138871	.0087072	1.59	0.111	-.0031786	.0309528	
age_49	.014025	.009022	1.55	0.120	-.0036578	.0317078	
age_50	-.007844	.0085353	-0.92	0.358	-.0245729	.0088849	

age_51	.0015977	.0092476	0.17	0.863	-.0165272	.0197227
age_52	-.0016154	.0087127	-0.19	0.853	-.018692	.0154612
age_53	-.0046696	.0092487	-0.50	0.614	-.0227968	.0134576
age_54	-.0176563	.0093056	-1.90	0.058	-.0358949	.0005824
age_55	-.0044398	.0093696	-0.47	0.636	-.0228038	.0139242
age_56	-.0046382	.0092621	-0.50	0.617	-.0227916	.0135153
age_57	-.011929	.0098458	-1.21	0.226	-.0312265	.0073685
age_58	-.0208958	.0091275	-2.29	0.022	-.0387854	-.0030061
age_59	-.0080473	.0091137	-0.88	0.377	-.0259098	.0098152
age_60	-.0053822	.0083946	-0.64	0.521	-.0218354	.011071
age_61	-.0095281	.0092995	-1.02	0.306	-.0277548	.0086986
age_62	-.0078794	.0086916	-0.91	0.365	-.0249146	.0091558
age_63	-.0165642	.0090134	-1.84	0.066	-.0342301	.0011016
age_64	-.0126464	.0091593	-1.38	0.167	-.0305984	.0053056
age_65	-.0087854	.0087565	-1.00	0.316	-.0259479	.008377
age_66	-.013845	.0092844	-1.49	0.136	-.0320421	.0043521
age_67	-.0174827	.009648	-1.81	0.070	-.0363925	.0014271
age_68	-.017891	.009274	-1.93	0.054	-.0360676	.0002857
age_69	-.0188977	.0096614	-1.96	0.050	-.0378336	.0000383
age_70	-.0214775	.0089351	-2.40	0.016	-.03899	-.0039651
age_71	-.0120009	.010346	-1.16	0.246	-.0322787	.0082769
age_72	-.0207224	.0102477	-2.02	0.043	-.0408075	-.0006374
age_73	-.0285931	.0116226	-2.46	0.014	-.0513729	-.0058133
age_74	-.0015701	.012612	-0.12	0.901	-.0262891	.0231488
age_75	-.0282228	.0124985	-2.26	0.024	-.0527195	-.0037262
age_76	-.0266163	.0144999	-1.84	0.066	-.0550356	.001803
age_77	-.0313386	.0160154	-1.96	0.050	-.0627282	.0000511
age_78	-.0280366	.0162629	-1.72	0.085	-.0599114	.0038382
age_79	-.0323848	.0178258	-1.82	0.069	-.0673227	.002553
age_80	-.0366864	.0183172	-2.00	0.045	-.0725874	-.0007855
period_2000	-.0272145	.0038313	-7.10	0.000	-.0347238	-.0197053
period_2001	-.0087615	.0037791	-2.32	0.020	-.0161684	-.0013546
period_2002	-.0101961	.0037323	-2.73	0.006	-.0175112	-.0028809
period_2003	-.0042566	.0037323	-1.14	0.254	-.0115718	.0030587
period_2004	-.0140894	.0038204	-3.69	0.000	-.0215772	-.0066015
period_2005	-.0052128	.0037814	-1.38	0.168	-.0126243	.0021987
period_2006	-.0119412	.003783	-3.16	0.002	-.0193558	-.0045267
period_2007	-.0053496	.0037536	-1.43	0.154	-.0127065	.0020073
period_2008	.0026332	.003757	0.70	0.483	-.0047305	.0099968
period_2009	.00886	.0038127	2.32	0.020	.0013873	.0163327
period_2010	.0167861	.0038167	4.40	0.000	.0093055	.0242667
period_2011	.0273893	.0037967	7.21	0.000	.0199479	.0348307
period_2012	.0313531	.0037991	8.25	0.000	.0239069	.0387993
cohort_1920	.0161388	.0629285	0.26	0.798	-.1071988	.1394765
cohort_1921	.0622554	.04938	1.26	0.207	-.0345275	.1590384
cohort_1922	.0733007	.0345369	2.12	0.034	.0056096	.1409918
cohort_1923	.0241934	.0341202	0.71	0.478	-.042681	.0910677
cohort_1924	.0623022	.0280083	2.22	0.026	.007407	.1171974
cohort_1925	.0621053	.024121	2.57	0.010	.0148289	.1093816
cohort_1926	.0215368	.0208416	1.03	0.301	-.019312	.0623856
cohort_1927	.024399	.0192198	1.27	0.204	-.013271	.0620691
cohort_1928	.035756	.0175953	2.03	0.042	.0012699	.0702422
cohort_1929	.0208017	.0153256	1.36	0.175	-.0092358	.0508393
cohort_1930	.0134213	.0136305	0.98	0.325	-.0132941	.0401366
cohort_1931	.0081533	.0135886	0.60	0.548	-.0184799	.0347865
cohort_1932	.0233751	.0130127	1.80	0.072	-.0021293	.0488795
cohort_1933	.0116923	.0123331	0.95	0.343	-.0124802	.0358648
cohort_1934	.0022101	.0111755	0.20	0.843	-.0196935	.0241137
cohort_1935	.0030938	.0105613	0.29	0.770	-.017606	.0237937
cohort_1936	-.00294	.0101218	-0.29	0.771	-.0227783	.0168983
cohort_1937	-.0014247	.0096616	-0.15	0.883	-.020361	.0175116
cohort_1938	-.0081613	.0092227	-0.88	0.376	-.0262375	.0099148

cohort_1939	-.0119233	.0092018	-1.30	0.195	-.0299585	.0061119
cohort_1940	-.0084778	.0091106	-0.93	0.352	-.0263342	.0093785
cohort_1941	-.0171259	.0090727	-1.89	0.059	-.034908	.0006562
cohort_1942	-.0155912	.0094291	-1.65	0.098	-.0340718	.0028894
cohort_1943	-.0185253	.0095082	-1.95	0.051	-.0371609	.0001104
cohort_1944	-.0165547	.009649	-1.72	0.086	-.0354664	.0023571
cohort_1945	-.0035937	.0103401	-0.35	0.728	-.02386	.0166726
cohort_1946	-.0246315	.0100802	-2.44	0.015	-.0443883	-.0048747
cohort_1947	-.0300678	.0096669	-3.11	0.002	-.0490145	-.0111211
cohort_1948	-.0225552	.0096718	-2.33	0.020	-.0415116	-.0035988
cohort_1949	-.0197561	.0095913	-2.06	0.039	-.0385546	-.0009576
cohort_1950	-.0344137	.0093135	-3.70	0.000	-.0526679	-.0161596
cohort_1951	-.0287374	.0095035	-3.02	0.002	-.0473639	-.0101109
cohort_1952	-.0190008	.0093569	-2.03	0.042	-.0373401	-.0006615
cohort_1953	-.0298597	.0094945	-3.14	0.002	-.0484687	-.0112508
cohort_1954	-.0342758	.0095834	-3.58	0.000	-.053059	-.0154927
cohort_1955	-.0422575	.0096946	-4.36	0.000	-.0612586	-.0232564
cohort_1956	-.0513303	.009648	-5.32	0.000	-.0702401	-.0324205
cohort_1957	-.0300967	.0095516	-3.15	0.002	-.0488176	-.0113759
cohort_1958	-.0499496	.0094468	-5.29	0.000	-.068465	-.0314343
cohort_1959	-.03477	.0092278	-3.77	0.000	-.0528561	-.0166838
cohort_1960	-.0301694	.0090328	-3.34	0.001	-.0478734	-.0124653
cohort_1961	-.0237862	.008968	-2.65	0.008	-.0413631	-.0062093
cohort_1962	-.0272592	.0091143	-2.99	0.003	-.045123	-.0093954
cohort_1963	-.0169448	.0090069	-1.88	0.060	-.034598	.0007085
cohort_1964	-.0040405	.0088546	-0.46	0.648	-.0213953	.0133143
cohort_1965	-.0140771	.0088317	-1.59	0.111	-.0313869	.0032327
cohort_1966	-.0128243	.0088275	-1.45	0.146	-.030126	.0044773
cohort_1967	.0034138	.0088894	0.38	0.701	-.0140092	.0208368
cohort_1968	-.0037901	.0088181	-0.43	0.667	-.0210733	.013493
cohort_1969	-.000235	.0092104	-0.03	0.980	-.0182871	.0178171
cohort_1970	.0214504	.0090366	2.37	0.018	.003739	.0391618
cohort_1971	-.0092899	.0093791	-0.99	0.322	-.0276727	.0090928
cohort_1972	.0253333	.0095807	2.64	0.008	.0065555	.0441112
cohort_1973	.0051401	.0098799	0.52	0.603	-.0142242	.0245044
cohort_1974	.0057912	.0100708	0.58	0.565	-.0139472	.0255296
cohort_1975	.0161801	.0101641	1.59	0.111	-.0037411	.0361014
cohort_1976	.0155451	.0101576	1.53	0.126	-.0043634	.0354537
cohort_1977	.035613	.0101332	3.51	0.000	.0157522	.0554737
cohort_1978	.0070368	.0103011	0.68	0.495	-.0131529	.0272265
cohort_1979	.0274865	.0106315	2.59	0.010	.0066491	.0483238
cohort_1980	.014768	.0102029	1.45	0.148	-.0052294	.0347654
cohort_1981	.0026389	.0104068	0.25	0.800	-.017758	.0230358
cohort_1982	.0192367	.0107479	1.79	0.073	-.0018288	.0403023
cohort_1983	.0041508	.0105408	0.39	0.694	-.0165088	.0248104
cohort_1984	-.0030153	.0112925	-0.27	0.789	-.0251482	.0191176
cohort_1985	.0017124	.0116956	0.15	0.884	-.0212106	.0246353
cohort_1986	-.0118594	.0112888	-1.05	0.293	-.033985	.0102662
cohort_1987	-.0212801	.0124063	-1.72	0.086	-.045596	.0030359
cohort_1988	-.0160848	.0128634	-1.25	0.211	-.0412967	.009127
cohort_1989	-.002175	.0140638	-0.15	0.877	-.0297396	.0253895
cohort_1990	-.0101734	.0148982	-0.68	0.495	-.0393733	.0190266
cohort_1991	.0250264	.0165454	1.51	0.130	-.007402	.0574548
cohort_1992	.0007697	.0174124	0.04	0.965	-.0333579	.0348973
cohort_1993	.0324925	.0198519	1.64	0.102	-.0064165	.0714016
cohort_1994	.0436261	.0252235	1.73	0.084	-.005811	.0930632
cohort_1995	.0350982	.0263865	1.33	0.183	-.0166184	.0868148
cohort_1996	.0903683	.0339575	2.66	0.008	.0238128	.1569238
cohort_1997	.0870519	.039937	2.18	0.029	.0087768	.165327
cohort_1998	-.2216407	.0615576	-3.60	0.000	-.3422915	-.1009899
_cons	-.1196099	.0047056	-25.42	0.000	-.1288327	-.1103871

Tabelle 91: Effektberechnung für Natururlaube.

. apc_ie Natur V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

```

Iteration 0:   log likelihood = -3472.5873
Intrinsic estimator of APC effects
Optimization   : ML
Deviance       = 4871.971299
Pearson        = 4871.971299

No. of obs     = 75938
Residual df    = 75780
Scale parameter = .064291
(1/df) Deviance = .064291
(1/df) Pearson  = .064291

Variance function: V(u) = 1
Link function      : g(u) = u

[Identity]
[AIC]
[BIC]

Log likelihood = -3472.587331
AIC             = .0956198
BIC            = -846718.9
    
```

Natur	OIM					[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.	z	P> z			
V5050	-.0038089	.0018505	-2.06	0.040	-.0074358	-.000182	
V3030	-.0024418	.0009245	-2.64	0.008	-.0042538	-.0006297	
age_14	-.028007	.014389	-1.95	0.052	-.0562089	.0001949	
age_15	-.0119046	.013338	-0.89	0.372	-.0380466	.0142374	
age_16	-.038478	.0119265	-3.23	0.001	-.0618536	-.0151025	
age_17	-.0268393	.0117782	-2.28	0.023	-.0499242	-.0037544	
age_18	-.0341651	.0107151	-3.19	0.001	-.0551663	-.0131639	
age_19	-.0327964	.0095317	-3.44	0.001	-.0514782	-.0141146	
age_20	-.0297461	.0096204	-3.09	0.002	-.0486018	-.0108904	
age_21	-.0338551	.0099352	-3.41	0.001	-.0533277	-.0143825	
age_22	-.0249933	.0094899	-2.63	0.008	-.0435933	-.0063934	
age_23	-.0268995	.0090605	-2.97	0.003	-.0446578	-.0091413	
age_24	-.029823	.0092195	-3.23	0.001	-.0478929	-.011753	
age_25	-.0344398	.0089466	-3.85	0.000	-.0519748	-.0169048	
age_26	-.0269537	.0086499	-3.12	0.002	-.0439073	-.0100002	
age_27	-.0270782	.0086976	-3.11	0.002	-.0441252	-.0100311	
age_28	-.0214797	.0079734	-2.69	0.007	-.0371072	-.0058522	
age_29	-.0244219	.0078884	-3.10	0.002	-.0398829	-.008961	
age_30	-.0223068	.0078827	-2.83	0.005	-.0377566	-.0068569	
age_31	-.0225011	.0086379	-2.60	0.009	-.0394311	-.0055711	
age_32	-.0232945	.0081926	-2.84	0.004	-.0393518	-.0072373	
age_33	-.0297353	.008245	-3.61	0.000	-.0458952	-.0135754	
age_34	-.0230022	.0078437	-2.93	0.003	-.0383756	-.0076288	
age_35	-.025554	.00759	-3.37	0.001	-.0404302	-.0106778	
age_36	-.0260997	.0075072	-3.48	0.001	-.0408136	-.0113858	
age_37	-.0171877	.0076401	-2.25	0.024	-.0321621	-.0022133	
age_38	-.0199674	.0071061	-2.81	0.005	-.0338951	-.0060397	
age_39	-.0206091	.0071577	-2.88	0.004	-.0346379	-.0065803	
age_40	-.0203406	.0069489	-2.93	0.003	-.0339603	-.006721	
age_41	-.0076054	.0074311	-1.02	0.306	-.0221702	.0069594	
age_42	-.0226368	.0069393	-3.26	0.001	-.0362376	-.009036	
age_43	-.0157046	.0074001	-2.12	0.034	-.0302085	-.0012007	
age_44	-.0170292	.007282	-2.34	0.019	-.0313016	-.0027567	
age_45	-.0040094	.007287	-0.55	0.582	-.0182916	.0102727	
age_46	-.005387	.007647	-0.70	0.481	-.020375	.0096009	
age_47	-.0061646	.0076773	-0.80	0.422	-.0212119	.0088827	
age_48	-.0085575	.0073656	-1.16	0.245	-.0229938	.0058788	
age_49	-.001848	.0076319	-0.24	0.809	-.0168063	.0131103	
age_50	-.0006626	.0072202	-0.09	0.927	-.014814	.0134888	

age_51	-.0082905	.0078228	-1.06	0.289	-.0236228	.0070418
age_52	-.0124985	.0073703	-1.70	0.090	-.026944	.001947
age_53	.0058802	.0078237	0.75	0.452	-.009454	.0212145
age_54	-.0023383	.0078718	-0.30	0.766	-.0177668	.0130902
age_55	.0111095	.0079259	1.40	0.161	-.0044251	.026644
age_56	.007949	.0078351	1.01	0.310	-.0074075	.0233054
age_57	.0136465	.0083288	1.64	0.101	-.0026777	.0299707
age_58	.0168471	.0077212	2.18	0.029	.0017138	.0319803
age_59	.0103404	.0077095	1.34	0.180	-.0047699	.0254507
age_60	.0223659	.0071012	3.15	0.002	.0084478	.036284
age_61	.0170379	.0078667	2.17	0.030	.0016195	.0324562
age_62	.0383662	.0073524	5.22	0.000	.0239558	.0527767
age_63	.021459	.0076246	2.81	0.005	.006515	.036403
age_64	.0377339	.0077481	4.87	0.000	.0225479	.0529199
age_65	.018016	.0074073	2.43	0.015	.0034979	.0325341
age_66	.0157325	.0078539	2.00	0.045	.0003391	.0311258
age_67	.0457946	.0081615	5.61	0.000	.0297983	.0617908
age_68	.04393	.0078451	5.60	0.000	.0285539	.059306
age_69	.0344683	.0081728	4.22	0.000	.0184499	.0504867
age_70	.0243454	.0075584	3.22	0.001	.0095312	.0391596
age_71	.048112	.0087519	5.50	0.000	.0309585	.0652654
age_72	.0415047	.0086687	4.79	0.000	.0245143	.0584951
age_73	.0318769	.0098318	3.24	0.001	.0126069	.0511469
age_74	.0099395	.0106688	0.93	0.352	-.0109708	.0308499
age_75	.0499449	.0105728	4.72	0.000	.0292226	.0706672
age_76	.0333199	.0122658	2.72	0.007	.0092793	.0573605
age_77	.0473219	.0135478	3.49	0.000	.0207687	.0738751
age_78	.0202732	.0137572	1.47	0.141	-.0066904	.0472368
age_79	.0767362	.0150792	5.09	0.000	.0471815	.106291
age_80	.0711602	.0154949	4.59	0.000	.0407907	.1015296
period_2000	.0008111	.003241	0.25	0.802	-.0055411	.0071634
period_2001	-.0004099	.0031968	-0.13	0.898	-.0066755	.0058558
period_2002	-.0080612	.0031572	-2.55	0.011	-.0142493	-.0018732
period_2003	-.0012061	.0031573	-0.38	0.702	-.0073943	.004982
period_2004	-.0025014	.0032318	-0.77	0.439	-.0088355	.0038328
period_2005	-.0042651	.0031988	-1.33	0.182	-.0105346	.0020045
period_2006	.003517	.0032001	1.10	0.272	-.0027551	.0097892
period_2007	.0001659	.0031752	0.05	0.958	-.0060575	.0063892
period_2008	.001949	.0031781	0.61	0.540	-.0042801	.008178
period_2009	.0126479	.0032252	3.92	0.000	.0063266	.0189692
period_2010	.002111	.0032286	0.65	0.513	-.0042171	.008439
period_2011	-.0087216	.0032117	-2.72	0.007	-.0150165	-.0024267
period_2012	.0039634	.0032138	1.23	0.217	-.0023355	.0102623
cohort_1920	.0696234	.0532327	1.31	0.191	-.0347108	.1739576
cohort_1921	.0396887	.0417717	0.95	0.342	-.0421823	.1215597
cohort_1922	-.0349552	.0292156	-1.20	0.232	-.0922166	.0223063
cohort_1923	.0280599	.0288631	0.97	0.331	-.0285107	.0846305
cohort_1924	.0113813	.0236929	0.48	0.631	-.0350559	.0578184
cohort_1925	.0075815	.0204045	0.37	0.710	-.0324106	.0475737
cohort_1926	.0624655	.0176304	3.54	0.000	.0279106	.0970205
cohort_1927	.0203584	.0162585	1.25	0.211	-.0115076	.0522244
cohort_1928	.0171499	.0148843	1.15	0.249	-.0120227	.0463226
cohort_1929	.0271104	.0129643	2.09	0.037	.0017009	.0525199
cohort_1930	.0212564	.0115304	1.84	0.065	-.0013427	.0438556
cohort_1931	.0326761	.0114949	2.84	0.004	.0101464	.0552057
cohort_1932	.0120851	.0110077	1.10	0.272	-.0094896	.0336599
cohort_1933	.0095533	.0104329	0.92	0.360	-.0108948	.0300014
cohort_1934	.0319029	.0094536	3.37	0.001	.0133742	.0504317
cohort_1935	.0319625	.0089341	3.58	0.000	.014452	.049473
cohort_1936	.018627	.0085622	2.18	0.030	.0018453	.0354086
cohort_1937	.0284398	.0081729	3.48	0.001	.0124211	.0444585
cohort_1938	.0262461	.0078017	3.36	0.001	.0109551	.0415372

cohort_1939	.0136014	.007784	1.75	0.081	-.001655	.0288578
cohort_1940	.0013523	.0077068	0.18	0.861	-.0137528	.0164575
cohort_1941	.0225832	.0076748	2.94	0.003	.0075408	.0376255
cohort_1942	.0270254	.0079763	3.39	0.001	.0113922	.0426586
cohort_1943	.0210148	.0080432	2.61	0.009	.0052505	.0367792
cohort_1944	.0149059	.0081623	1.83	0.068	-.001092	.0309038
cohort_1945	-.0000765	.008747	-0.01	0.993	-.0172203	.0170672
cohort_1946	.0160085	.0085271	1.88	0.060	-.0007043	.0327212
cohort_1947	.0110031	.0081774	1.35	0.178	-.0050243	.0270306
cohort_1948	.0050315	.0081816	0.61	0.539	-.0110042	.0210672
cohort_1949	.0100706	.0081135	1.24	0.215	-.0058315	.0259727
cohort_1950	.0081697	.0078785	1.04	0.300	-.0072719	.0236113
cohort_1951	.0089219	.0080392	1.11	0.267	-.0068347	.0246784
cohort_1952	-.001656	.0079153	-0.21	0.834	-.0171697	.0138576
cohort_1953	.0005075	.0080317	0.06	0.950	-.0152343	.0162492
cohort_1954	.0042557	.0081068	0.52	0.600	-.0116334	.0201448
cohort_1955	.0100681	.0082009	1.23	0.220	-.0060054	.0261416
cohort_1956	.0119657	.0081615	1.47	0.143	-.0040305	.027962
cohort_1957	-.0139799	.0080799	-1.73	0.084	-.0298163	.0018565
cohort_1958	.0040352	.0079913	0.50	0.614	-.0116273	.0196978
cohort_1959	-.0067957	.007806	-0.87	0.384	-.0220952	.0085038
cohort_1960	-.0032866	.0076411	-0.43	0.667	-.0182628	.0116897
cohort_1961	-.0103206	.0075862	-1.36	0.174	-.0251893	.0045481
cohort_1962	-.0122923	.00771	-1.59	0.111	-.0274036	.0028191
cohort_1963	-.0164353	.0076192	-2.16	0.031	-.0313686	-.001502
cohort_1964	-.0148215	.0074903	-1.98	0.048	-.0295024	-.0001407
cohort_1965	-.0176288	.0074709	-2.36	0.018	-.0322716	-.002986
cohort_1966	-.0116937	.0074674	-1.57	0.117	-.0263296	.0029421
cohort_1967	-.0155786	.0075198	-2.07	0.038	-.0303171	-.0008401
cohort_1968	-.0121072	.0074594	-1.62	0.105	-.0267274	.002513
cohort_1969	-.0095642	.0077913	-1.23	0.220	-.0248348	.0057065
cohort_1970	-.0072001	.0076443	-0.94	0.346	-.0221826	.0077824
cohort_1971	-.0115301	.007934	-1.45	0.146	-.0270805	.0040203
cohort_1972	-.0109159	.0081046	-1.35	0.178	-.0268005	.0049688
cohort_1973	-.0185827	.0083577	-2.22	0.026	-.0349634	-.0022019
cohort_1974	-.0174333	.0085191	-2.05	0.041	-.0341305	-.0007361
cohort_1975	-.010726	.008598	-1.25	0.212	-.0275779	.0061259
cohort_1976	-.009541	.0085926	-1.11	0.267	-.0263821	.0073001
cohort_1977	-.0202956	.0085719	-2.37	0.018	-.0370962	-.0034949
cohort_1978	-.0105579	.0087139	-1.21	0.226	-.0276368	.006521
cohort_1979	-.0186653	.0089934	-2.08	0.038	-.0362921	-.0010385
cohort_1980	-.0229907	.0086309	-2.66	0.008	-.0399069	-.0060744
cohort_1981	-.0217248	.0088033	-2.47	0.014	-.038979	-.0044706
cohort_1982	-.0139606	.0090919	-1.54	0.125	-.0317804	.0038593
cohort_1983	-.0218109	.0089167	-2.45	0.014	-.0392874	-.0043345
cohort_1984	-.0268039	.0095526	-2.81	0.005	-.0455266	-.0080811
cohort_1985	-.0159601	.0098936	-1.61	0.107	-.0353512	.0034309
cohort_1986	-.0100887	.0095495	-1.06	0.291	-.0288053	.0086279
cohort_1987	-.0213988	.0104948	-2.04	0.041	-.0419682	-.0008293
cohort_1988	-.0118658	.0108815	-1.09	0.276	-.0331932	.0094615
cohort_1989	-.0218768	.0118969	-1.84	0.066	-.0451943	.0014407
cohort_1990	-.0121232	.0126028	-0.96	0.336	-.0368242	.0125777
cohort_1991	-.0343977	.0139961	-2.46	0.014	-.0618296	-.0069658
cohort_1992	-.0268317	.0147295	-1.82	0.069	-.0557011	.0020376
cohort_1993	-.0357682	.0167932	-2.13	0.033	-.0686823	-.0028541
cohort_1994	-.0312592	.0213371	-1.47	0.143	-.0730792	.0105608
cohort_1995	-.0245548	.022321	-1.10	0.271	-.0683031	.0191935
cohort_1996	-.0300443	.0287255	-1.05	0.296	-.0863451	.0262566
cohort_1997	-.0194912	.0337837	-0.58	0.564	-.085706	.0467235
cohort_1998	.0329025	.0520731	0.63	0.527	-.0691588	.1349639
_cons	.0855802	.0039806	21.50	0.000	.0777784	.093382

Tabelle 92: Effektberechnung für Sporturlaube.

. apc_ie Aktiv V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

```

Iteration 0:   log likelihood = 26295.183
Intrinsic estimator of APC effects
Optimization   : ML
Deviance       = 5541.542075
Pearson        = 5541.542075
No. of obs    = 138399
Residual df   = 138203
Scale parameter = .0400971
(1/df) Deviance = .0400971
(1/df) Pearson = .0400971

Variance function: V(u) = 1
Link function      : g(u) = u
[Gaussian]
[Identity]

Log likelihood    = 26295.1828
AIC               = -.3771585
BIC               = -1630491
    
```

Aktiv	OIM		z	P> z	[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.				
V5050	-.0136302	.0010827	-12.59	0.000	-.0157523	-.0115082
V3030	-.0041967	.0005324	-7.88	0.000	-.0052402	-.0031532
age_14	.0378989	.0075603	5.01	0.000	.023081	.0527168
age_15	.0392033	.0066329	5.91	0.000	.026203	.0522035
age_16	.0330599	.006196	5.34	0.000	.020916	.0452039
age_17	.0301757	.0060809	4.96	0.000	.0182573	.042094
age_18	.00875	.0054765	1.60	0.110	-.0019838	.0194838
age_19	.0122197	.005147	2.37	0.018	.0021317	.0223077
age_20	.0001615	.0052049	0.03	0.975	-.0100399	.010363
age_21	.0108215	.0052033	2.08	0.038	.0006231	.0210198
age_22	.0153485	.004918	3.12	0.002	.0057093	.0249877
age_23	.0013631	.0047512	0.29	0.774	-.007949	.0106753
age_24	.009176	.0046251	1.98	0.047	.000111	.0182409
age_25	.0100855	.0045948	2.19	0.028	.0010798	.0190911
age_26	-.0012407	.0044916	-0.28	0.782	-.0100441	.0075626
age_27	.0024807	.0044532	0.56	0.577	-.0062474	.0112088
age_28	.0020653	.0041351	0.50	0.617	-.0060394	.0101699
age_29	.0037802	.0042574	0.89	0.375	-.0045641	.0121245
age_30	-.0080802	.0040221	-2.01	0.045	-.0159633	-.0001971
age_31	-.0135792	.004433	-3.06	0.002	-.0222677	-.0048907
age_32	-.0062999	.0041667	-1.51	0.131	-.0144665	.0018667
age_33	-.0070715	.0042079	-1.68	0.093	-.0153189	.0011758
age_34	-.0093759	.0041029	-2.29	0.022	-.0174175	-.0013343
age_35	.0015322	.0038832	0.39	0.693	-.0060788	.0091432
age_36	-.0035437	.0038467	-0.92	0.357	-.0110831	.0039957
age_37	-.0094491	.0040078	-2.36	0.018	-.0173043	-.0015939
age_38	-.0050656	.003682	-1.38	0.169	-.0122822	.0021509
age_39	-.006577	.0038239	-1.72	0.085	-.0140717	.0009177
age_40	-.0043356	.0035503	-1.22	0.222	-.0112942	.0026229
age_41	.0019522	.0039916	0.49	0.625	-.0058711	.0097756
age_42	-.0032869	.0036217	-0.91	0.364	-.0103853	.0038116
age_43	.0036671	.0038968	0.94	0.347	-.0039704	.0113046
age_44	-.0045885	.0039192	-1.17	0.242	-.0122701	.0030931
age_45	.0007904	.0037867	0.21	0.835	-.0066314	.0082122
age_46	-.0002962	.0040002	-0.07	0.941	-.0081363	.007544
age_47	.0022102	.0041542	0.53	0.595	-.0059318	.0103522
age_48	-.0080831	.0038694	-2.09	0.037	-.015667	-.0004992
age_49	-.0014987	.0041738	-0.36	0.720	-.0096792	.0066818
age_50	.003013	.003715	0.81	0.417	-.0042683	.0102943

age_51	-.0065556	.0043602	-1.50	0.133	-.0151015	.0019903
age_52	-.0034857	.0040029	-0.87	0.384	-.0113313	.00436
age_53	-.0051563	.0043377	-1.19	0.235	-.013658	.0033455
age_54	.0028018	.0043597	0.64	0.520	-.005743	.0113466
age_55	-.004279	.0043389	-0.99	0.324	-.0127831	.004225
age_56	-.0039649	.004379	-0.91	0.365	-.0125475	.0046177
age_57	-.0055273	.0047032	-1.18	0.240	-.0147454	.0036909
age_58	-.0021887	.0042781	-0.51	0.609	-.0105736	.0061962
age_59	-.0017034	.0043864	-0.39	0.698	-.0103006	.0068937
age_60	-.0072362	.0039615	-1.83	0.068	-.0150006	.0005282
age_61	-.0032116	.0045612	-0.70	0.481	-.0121514	.0057282
age_62	-.0024422	.0042457	-0.58	0.565	-.0107636	.0058792
age_63	-.003011	.0043644	-0.69	0.490	-.011565	.0055431
age_64	-.0047621	.0045177	-1.05	0.292	-.0136166	.0040925
age_65	.0047829	.0042538	1.12	0.261	-.0035545	.0131202
age_66	-.0066722	.0046194	-1.44	0.149	-.0157262	.0023817
age_67	-.0041438	.0046727	-0.89	0.375	-.013302	.0050145
age_68	-.0086323	.0046646	-1.85	0.064	-.0177748	.0005103
age_69	-.0051489	.0049989	-1.03	0.303	-.0149466	.0046488
age_70	-.00291	.0046322	-0.63	0.530	-.0119889	.0061689
age_71	.0051937	.0055194	0.94	0.347	-.0056241	.0160114
age_72	-.0010826	.005351	-0.20	0.840	-.0115704	.0094052
age_73	-.0009554	.005977	-0.16	0.873	-.0126701	.0107592
age_74	-.0036269	.0064327	-0.56	0.573	-.0162349	.008981
age_75	-.0077576	.00624	-1.24	0.214	-.0199878	.0044726
age_76	-.0041397	.007342	-0.56	0.573	-.0185298	.0102504
age_77	-.0098374	.0078913	-1.25	0.213	-.0253041	.0056294
age_78	-.0091561	.0080161	-1.14	0.253	-.0248673	.0065552
age_79	-.0211601	.0086092	-2.46	0.014	-.0380338	-.0042865
age_80	-.0114144	.008744	-1.31	0.192	-.0285523	.0057236
period_1971	-.032383	.0037961	-8.53	0.000	-.0398231	-.0249428
period_1972	-.0220914	.003727	-5.93	0.000	-.0293962	-.0147867
period_1973	-.0136912	.0039384	-3.48	0.001	-.0214103	-.0059722
period_1974	-.0103182	.0037049	-2.79	0.005	-.0175797	-.0030568
period_1975	-.0160918	.0035493	-4.53	0.000	-.0230483	-.0091353
period_1976	-.0115744	.0035703	-3.24	0.001	-.0185721	-.0045766
period_1977	-.0046632	.0036174	-1.29	0.197	-.0117532	.0024268
period_1978	-.0125849	.0035369	-3.56	0.000	-.0195172	-.0056527
period_1979	-.0121996	.0035505	-3.44	0.001	-.0191584	-.0052408
period_1980	-.0143636	.0033885	-4.24	0.000	-.0210049	-.0077224
period_1981	.0007689	.0032998	0.23	0.816	-.0056987	.0072364
period_1982	.0005196	.0034	0.15	0.879	-.0061444	.0071835
period_1983	-.0018497	.0035365	-0.52	0.601	-.008781	.0050816
period_1984	.0032611	.0034497	0.95	0.345	-.0035003	.0100224
period_1985	.0058534	.0033943	1.72	0.085	-.0007992	.0125061
period_1986	.0135567	.0034133	3.97	0.000	.0068667	.0202466
period_1987	.0001697	.0031792	0.05	0.957	-.0060615	.006401
period_1988	-.0083967	.0030666	-2.74	0.006	-.0144071	-.0023864
period_1989	-.0011486	.0030895	-0.37	0.710	-.0072039	.0049066
period_2000	.009303	.002645	3.52	0.000	.0041189	.0144871
period_2001	.0114001	.0026147	4.36	0.000	.0062753	.0165249
period_2002	.0086396	.0025864	3.34	0.001	.0035703	.0137089
period_2003	.012907	.0025973	4.97	0.000	.0078163	.0179976
period_2004	.0118085	.0026699	4.42	0.000	.0065757	.0170413
period_2005	.0131644	.0026506	4.97	0.000	.0079694	.0183594
period_2006	.0108038	.0026643	4.06	0.000	.0055819	.0160256
period_2007	.0176595	.0026553	6.65	0.000	.0124552	.0228639
period_2008	.0189662	.0026687	7.11	0.000	.0137357	.0241968
period_2009	.0075707	.002717	2.79	0.005	.0022456	.0128959
period_2010	.0040387	.0027304	1.48	0.139	-.0013128	.0093903
period_2011	.0030866	.0027273	1.13	0.258	-.0022588	.0084321
period_2012	.007879	.0027427	2.87	0.004	.0025033	.0132546

cohort_1891	.0061041	.0691233	0.09	0.930	-.129375	.1415832
cohort_1892	.0084584	.0588376	0.14	0.886	-.1068611	.123778
cohort_1893	.0038166	.0365188	0.10	0.917	-.067759	.0753922
cohort_1894	-.0032223	.0307732	-0.10	0.917	-.0635367	.057092
cohort_1895	-.0038629	.0293621	-0.13	0.895	-.0614116	.0536858
cohort_1896	-.005368	.0232035	-0.23	0.817	-.0508461	.0401101
cohort_1897	-.0090477	.0210688	-0.43	0.668	-.0503417	.0322464
cohort_1898	-.0100137	.0183943	-0.54	0.586	-.046066	.0260385
cohort_1899	-.0114081	.0171661	-0.66	0.506	-.0450529	.0222368
cohort_1900	-.0146939	.0155679	-0.94	0.345	-.0452065	.0158186
cohort_1901	-.0144822	.0141658	-1.02	0.307	-.0422467	.0132823
cohort_1902	-.0146803	.0123616	-1.19	0.235	-.0389086	.009548
cohort_1903	-.0176589	.0127541	-1.38	0.166	-.0426566	.0073388
cohort_1904	-.0170402	.0120542	-1.41	0.157	-.0406659	.0065856
cohort_1905	-.0119915	.0111042	-1.08	0.280	-.0337553	.0097723
cohort_1906	-.0156722	.0102403	-1.53	0.126	-.0357428	.0043984
cohort_1907	-.0185693	.0094244	-1.97	0.049	-.0370408	-.0000977
cohort_1908	-.0158824	.0087319	-1.82	0.069	-.0329965	.0012318
cohort_1909	-.021374	.0085651	-2.50	0.013	-.0381612	-.0045868
cohort_1910	-.0178913	.0082126	-2.18	0.029	-.0339878	-.0017948
cohort_1911	-.0183936	.0076646	-2.40	0.016	-.033416	-.0033712
cohort_1912	-.0141726	.0074183	-1.91	0.056	-.0287121	.0003669
cohort_1913	-.0199293	.0072002	-2.77	0.006	-.0340414	-.0058173
cohort_1914	-.0179224	.0070419	-2.55	0.011	-.0317242	-.0041205
cohort_1915	-.0144768	.0075801	-1.91	0.056	-.0293336	.00038
cohort_1916	-.0095361	.0076002	-1.25	0.210	-.0244323	.0053601
cohort_1917	-.0150781	.0072128	-2.09	0.037	-.0292149	-.0009413
cohort_1918	-.0173322	.0069842	-2.48	0.013	-.031021	-.0036435
cohort_1919	-.0155893	.0059901	-2.60	0.009	-.0273297	-.003849
cohort_1920	-.0130844	.0056603	-2.31	0.021	-.0241785	-.0019904
cohort_1921	-.01418	.0057069	-2.48	0.013	-.0253654	-.0029947
cohort_1922	-.0143909	.0055707	-2.58	0.010	-.0253093	-.0034725
cohort_1923	-.0065578	.0055134	-1.19	0.234	-.0173639	.0042484
cohort_1924	-.0013461	.0052175	-0.26	0.796	-.0115722	.00888
cohort_1925	-.0009462	.0049991	-0.19	0.850	-.0107442	.0088517
cohort_1926	-.0015145	.0049319	-0.31	0.759	-.0111809	.0081518
cohort_1927	.0040245	.0047418	0.85	0.396	-.0052691	.0133182
cohort_1928	.0036348	.0046599	0.78	0.435	-.0054985	.0127681
cohort_1929	.004911	.0046216	1.06	0.288	-.0041471	.0139692
cohort_1930	.0079247	.0045797	1.73	0.084	-.0010514	.0169008
cohort_1931	.0023939	.0046122	0.52	0.604	-.0066458	.0114336
cohort_1932	.0028234	.0046501	0.61	0.544	-.0062906	.0119374
cohort_1933	.0155206	.0046518	3.34	0.001	.0064032	.0246381
cohort_1934	.0164633	.0045592	3.61	0.000	.0075275	.0253992
cohort_1935	.0010628	.0045617	0.23	0.816	-.007878	.0100035
cohort_1936	.0186616	.0045014	4.15	0.000	.009839	.0274842
cohort_1937	.0228837	.0043414	5.27	0.000	.0143747	.0313928
cohort_1938	.0149418	.0043044	3.47	0.001	.0065054	.0233782

cohort_1939	.0210383	.0041796	5.03	0.000	.0128465	.0292302
cohort_1940	.0222389	.0040716	5.46	0.000	.0142586	.0302191
cohort_1941	.0224717	.0041395	5.43	0.000	.0143584	.030585
cohort_1942	.0120065	.0041366	2.90	0.004	.0038988	.0201141
cohort_1943	.0208121	.0041578	5.01	0.000	.012663	.0289611
cohort_1944	.0256271	.0042532	6.03	0.000	.017291	.0339632
cohort_1945	.0155043	.0044073	3.52	0.000	.0068661	.0241425
cohort_1946	.0166354	.0043393	3.83	0.000	.0081305	.0251402
cohort_1947	.0165603	.0042326	3.91	0.000	.0082645	.0248561
cohort_1948	.0243274	.0041208	5.90	0.000	.0162507	.032404
cohort_1949	.0103937	.0040689	2.55	0.011	.0024187	.0183687
cohort_1950	.0074752	.0039708	1.88	0.060	-.0003074	.0152579
cohort_1951	.0138295	.0040028	3.45	0.001	.0059841	.0216749
cohort_1952	.0167498	.004058	4.13	0.000	.0087964	.0247033
cohort_1953	.0120825	.0040071	3.02	0.003	.0042288	.0199362
cohort_1954	.0143085	.0039986	3.58	0.000	.0064714	.0221456
cohort_1955	.0181552	.0040221	4.51	0.000	.010272	.0260385
cohort_1956	.014949	.0039856	3.75	0.000	.0071373	.0227607
cohort_1957	.0054766	.0040666	1.35	0.178	-.0024938	.0134471
cohort_1958	.0135957	.0040994	3.32	0.001	.005561	.0216303
cohort_1959	.0074646	.0042596	1.75	0.080	-.0008841	.0158134
cohort_1960	.0127074	.0042662	2.98	0.003	.0043458	.021069
cohort_1961	.0069744	.0045142	1.54	0.122	-.0018733	.0158221
cohort_1962	.0001542	.0045914	0.03	0.973	-.0088448	.0091531
cohort_1963	.010749	.0047059	2.28	0.022	.0015255	.0199725
cohort_1964	.0037793	.0049495	0.76	0.445	-.0059215	.0134801
cohort_1965	.0095189	.0051736	1.84	0.066	-.0006213	.019659
cohort_1966	.0170099	.0052539	3.24	0.001	.0067124	.0273074
cohort_1967	-.002964	.0054162	-0.55	0.584	-.0135795	.0176516
cohort_1968	.0135486	.0056177	2.41	0.016	.002538	.0245592
cohort_1969	.0170002	.0060159	2.83	0.005	.0052092	.0287912
cohort_1970	.0029309	.0058346	0.50	0.615	-.0085047	.0143665
cohort_1971	.0119298	.0060703	1.97	0.049	.0000323	.0238273
cohort_1972	.0027731	.0065262	0.42	0.671	-.010018	.0155641
cohort_1973	-.005932	.0064994	-0.91	0.361	-.0186705	.0068065
cohort_1974	.0067587	.0071183	0.95	0.342	-.0071929	.0207103
cohort_1975	-.0025898	.0074335	-0.35	0.728	-.0171591	.0119795
cohort_1976	.0047156	.007289	0.65	0.518	-.0095706	.0190019
cohort_1977	.0128387	.0080273	1.60	0.110	-.0028945	.0285718
cohort_1978	-.0053815	.0083053	-0.65	0.517	-.0216595	.0108966
cohort_1979	.0023894	.0090998	0.26	0.793	-.0154459	.0202247
cohort_1980	.0010423	.009621	0.11	0.914	-.0178144	.019899
cohort_1981	.0052851	.0107016	0.49	0.621	-.0156896	.0262598
cohort_1982	-.0112502	.011257	-1.00	0.318	-.0333136	.0108132
cohort_1983	-.0042429	.0128681	-0.33	0.742	-.029464	.0209781
cohort_1984	-.0489117	.0164545	-2.97	0.003	-.081162	-.0166615
cohort_1985	-.0094684	.0171431	-0.55	0.581	-.0430683	.0241314
cohort_1986	-.0435222	.0222152	-1.96	0.050	-.0870631	.0000187
cohort_1987	-.0220415	.0259988	-0.85	0.397	-.0729982	.0289151
cohort_1988	-.0338193	.0403962	-0.84	0.402	-.1129944	.0453559
_cons	.063909	.0026029	24.55	0.000	.0588074	.0690107

Tabelle 93: Effekteberechnung für Gesundheitsreisen.

```
. apc_ie Gesundheit V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

Iteration 0:  log likelihood = 39834.388
Intrinsic estimator of APC effects          No. of obs      = 138399
Optimization      : ML                      Residual df     = 138203
                                                Scale parameter = .0329717
Deviance          = 4556.788731             (1/df) Deviance = .0329717
Pearson           = 4556.788731             (1/df) Pearson  = .0329717

Variance function: V(u) = 1                [Gaussian]
Link function     : g(u) = u                [Identity]

Log likelihood    = 39834.3878              AIC              = -.5728132
                                                BIC              = -1631476
```

Gesundheit	OIM					[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.	z	P> z			
V5050	.0089592	.0009818	9.13	0.000	.0070349	.0108834	
V3030	.0001469	.0004828	0.30	0.761	-.0007994	.0010932	
age_14	-.0256273	.0068557	-3.74	0.000	-.0390642	-.0121903	
age_15	-.0247993	.0060148	-4.12	0.000	-.036588	-.0130106	
age_16	-.0229016	.0056186	-4.08	0.000	-.0339139	-.0118894	
age_17	-.0273976	.0055142	-4.97	0.000	-.0382052	-.01659	
age_18	-.0227775	.0049662	-4.59	0.000	-.032511	-.013044	
age_19	-.0238336	.0046674	-5.11	0.000	-.0329814	-.0146857	
age_20	-.0267835	.0047199	-5.67	0.000	-.0360343	-.0175328	
age_21	-.0271575	.0047184	-5.76	0.000	-.0364054	-.0179096	
age_22	-.0246096	.0044597	-5.52	0.000	-.0333505	-.0158688	
age_23	-.0250262	.0043084	-5.81	0.000	-.0334705	-.0165819	
age_24	-.0292605	.004194	-6.98	0.000	-.0374807	-.0210404	
age_25	-.023987	.0041666	-5.76	0.000	-.0321534	-.0158207	
age_26	-.0215561	.004073	-5.29	0.000	-.029539	-.0135731	
age_27	-.0224254	.0040382	-5.55	0.000	-.03034	-.0145107	
age_28	-.0236279	.0037497	-6.30	0.000	-.0309773	-.0162786	
age_29	-.0221757	.0038606	-5.74	0.000	-.0297424	-.0146091	
age_30	-.0207224	.0036472	-5.68	0.000	-.0278708	-.0135739	
age_31	-.0228844	.0040198	-5.69	0.000	-.0307632	-.0150057	
age_32	-.0185628	.0037784	-4.91	0.000	-.0259683	-.0111573	
age_33	-.0195405	.0038158	-5.12	0.000	-.0270192	-.0120617	
age_34	-.0171364	.0037206	-4.61	0.000	-.0244286	-.0098442	
age_35	-.0143003	.0035213	-4.06	0.000	-.021202	-.0073986	
age_36	-.0151722	.0034882	-4.35	0.000	-.022009	-.0083355	
age_37	-.0172896	.0036343	-4.76	0.000	-.0244127	-.0101665	
age_38	-.0117616	.0033389	-3.52	0.000	-.0183056	-.0052176	
age_39	-.0188482	.0034675	-5.44	0.000	-.0256444	-.012052	
age_40	-.0205677	.0032195	-6.39	0.000	-.0268777	-.0142576	
age_41	-.0164772	.0036196	-4.55	0.000	-.0235715	-.0093829	
age_42	-.0193053	.0032842	-5.88	0.000	-.0257422	-.0128684	
age_43	-.0143598	.0035336	-4.06	0.000	-.0212855	-.0074341	
age_44	-.0162086	.003554	-4.56	0.000	-.0231743	-.0092429	
age_45	-.016102	.0034338	-4.69	0.000	-.0228322	-.0093719	
age_46	-.014494	.0036274	-4.00	0.000	-.0216035	-.0073845	
age_47	-.0132045	.003767	-3.51	0.000	-.0205878	-.0058213	
age_48	-.0157601	.0035088	-4.49	0.000	-.0226372	-.008883	
age_49	-.0096779	.0037848	-2.56	0.011	-.017096	-.0022598	
age_50	-.0083648	.0033688	-2.48	0.013	-.0149675	-.0017621	

age_51	-.0133805	.0039539	-3.38	0.001	-.0211299	-.005631
age_52	-.0094972	.0036299	-2.62	0.009	-.0166117	-.0023827
age_53	.0038654	.0039335	0.98	0.326	-.0038441	.0115748
age_54	-.0057953	.0039534	-1.47	0.143	-.0135438	.0019532
age_55	.0002704	.0039345	0.07	0.945	-.0074411	.007982
age_56	.0025322	.0039709	0.64	0.524	-.0052505	.010315
age_57	.0084994	.0042649	1.99	0.046	.0001403	.0168584
age_58	.0010071	.0038794	0.26	0.795	-.0065964	.0086106
age_59	.0046129	.0039776	1.16	0.246	-.003183	.0124089
age_60	.0058753	.0035923	1.64	0.102	-.0011655	.0129161
age_61	.0059352	.0041361	1.43	0.151	-.0021714	.0140419
age_62	.0081548	.00385	2.12	0.034	.0006089	.0157007
age_63	.0242139	.0039577	6.12	0.000	.016457	.0319708
age_64	.0111121	.0040967	2.71	0.007	.0030916	.0191503
age_65	.0144183	.0038574	3.74	0.000	.0068579	.0219787
age_66	.0085548	.0041889	2.04	0.041	.0003446	.0167649
age_67	.0096168	.0042372	2.27	0.023	.001312	.0179215
age_68	.0308723	.0042299	7.30	0.000	.0225818	.0391628
age_69	.0255672	.0045331	5.64	0.000	.0166826	.0344518
age_70	.0329862	.0042005	7.85	0.000	.0247533	.041219
age_71	.0345872	.005005	6.91	0.000	.0247776	.0443968
age_72	.0517046	.0048523	10.66	0.000	.0421942	.061215
age_73	.048065	.0054199	8.87	0.000	.0374421	.0586879
age_74	.0516314	.0058333	8.85	0.000	.0401985	.0630644
age_75	.0554444	.0056585	9.80	0.000	.0443539	.0665348
age_76	.0518427	.0066578	7.79	0.000	.0387937	.0648917
age_77	.0458843	.0071559	6.41	0.000	.031859	.0599097
age_78	.0724902	.007269	9.97	0.000	.0582431	.0867372
age_79	.0708153	.0078068	9.07	0.000	.0555142	.0861164
age_80	.0827915	.0079291	10.44	0.000	.0672506	.0983323
period_1971	-.0218504	.0034423	-6.35	0.000	-.0285972	-.0151036
period_1972	-.0235158	.0033797	-6.96	0.000	-.0301398	-.0168918
period_1973	-.0096923	.0035713	-2.71	0.007	-.016692	-.0026926
period_1974	-.0145768	.0033596	-4.34	0.000	-.0211615	-.007992
period_1975	-.0116374	.0032185	-3.62	0.000	-.0179456	-.0053292
period_1976	-.018254	.0032376	-5.64	0.000	-.0245996	-.0119084
period_1977	-.0186417	.0032803	-5.68	0.000	-.0250709	-.0122124
period_1978	-.0189383	.0032073	-5.90	0.000	-.0252245	-.0126521
period_1979	-.0165078	.0032196	-5.13	0.000	-.022818	-.0101975
period_1980	-.017151	.0030727	-5.58	0.000	-.0231733	-.0111287
period_1981	.0188998	.0029923	6.32	0.000	.013035	.0247646
period_1982	.0232795	.0030832	7.55	0.000	.0172366	.0293224
period_1983	.0403131	.0032069	12.57	0.000	.0340278	.0465985
period_1984	.0236603	.0031282	7.56	0.000	.017529	.0297915
period_1985	.0155021	.0030779	5.04	0.000	.0094694	.0215347
period_1986	.0251918	.0030952	8.14	0.000	.0191253	.0312583
period_1987	.0311591	.002883	10.81	0.000	.0255086	.0368096
period_1988	.036651	.0027808	13.18	0.000	.0312008	.0421012
period_1989	.0327841	.0028015	11.70	0.000	.0272932	.038275
period_2000	-.0020566	.0023985	-0.86	0.391	-.0067576	.0026444
period_2001	-.0038733	.0023711	-1.63	0.102	-.0085205	.0007739
period_2002	-.001745	.0023454	-0.74	0.457	-.0063419	.0028519
period_2003	-.0058777	.0023553	-2.50	0.013	-.010494	-.0012615
period_2004	-.0068882	.002421	-2.85	0.004	-.0116334	-.0021431
period_2005	-.0075877	.0024036	-3.16	0.002	-.0122985	-.0028768
period_2006	-.0031715	.002416	-1.31	0.189	-.0079067	.0015637
period_2007	-.0086017	.0024079	-3.57	0.000	-.0133211	-.0038824
period_2008	-.0045226	.00242	-1.87	0.062	-.0092657	.0002205
period_2009	-.0099781	.0024638	-4.05	0.000	-.014807	-.0051493
period_2010	-.0062451	.002476	-2.52	0.012	-.0110979	-.0013922
period_2011	-.0080397	.0024732	-3.25	0.001	-.012887	-.0031924
period_2012	-.0080881	.0024871	-3.25	0.001	-.0129628	-.0032135

cohort_1891	-.1047725	.0626814	-1.67	0.095	-.2276257	.0180807
cohort_1892	.0838896	.0533542	1.57	0.116	-.0206828	.188462
cohort_1893	.0386107	.0331155	1.17	0.244	-.0262945	.1035159
cohort_1894	-.0488584	.0279053	-1.75	0.080	-.1035518	.005835
cohort_1895	-.0007796	.0266257	-0.03	0.977	-.0529651	.0514059
cohort_1896	.0055332	.0210411	0.26	0.793	-.0357065	.046773
cohort_1897	-.0323504	.0191053	-1.69	0.090	-.069796	.0050953
cohort_1898	.0259041	.0166801	1.55	0.120	-.0067882	.0585965
cohort_1899	-.0110431	.0155663	-0.71	0.478	-.0415525	.0194662
cohort_1900	-.0268875	.0141171	-1.90	0.057	-.0545564	.0007815
cohort_1901	-.0051999	.0128457	-0.40	0.686	-.030377	.0199771
cohort_1902	.000804	.0112096	0.07	0.943	-.0211663	.0227743
cohort_1903	.0384577	.0115655	3.33	0.001	.0157897	.0611258
cohort_1904	-.0052575	.0109308	-0.48	0.631	-.0266814	.0161665
cohort_1905	.0229872	.0100693	2.28	0.022	.0032517	.0427227
cohort_1906	.0257964	.009286	2.78	0.005	.0075963	.0439965
cohort_1907	.0502676	.0085461	5.88	0.000	.0335175	.0670177
cohort_1908	.0128159	.0079181	1.62	0.106	-.0027033	.0283351
cohort_1909	.0225242	.0077668	2.90	0.004	.0073014	.0377469
cohort_1910	.0141155	.0074473	1.90	0.058	-.0004809	.0287119
cohort_1911	.0330367	.0069503	4.75	0.000	.0194143	.0466591
cohort_1912	.0286445	.0067269	4.26	0.000	.01546	.041829
cohort_1913	.03648	.0065291	5.59	0.000	.0236831	.0492769
cohort_1914	.0347568	.0063856	5.44	0.000	.0222413	.0472724
cohort_1915	.0179492	.0068737	2.61	0.009	.004477	.0314214
cohort_1916	.0204915	.0068919	2.97	0.003	.0069835	.0339995
cohort_1917	.0472938	.0065406	7.23	0.000	.0344745	.0601132
cohort_1918	.0417559	.0063333	6.59	0.000	.0293429	.0541689
cohort_1919	.0368817	.0054318	6.79	0.000	.0262354	.0475279
cohort_1920	.0441394	.0051328	8.60	0.000	.0340793	.0541995
cohort_1921	.0332641	.0051751	6.43	0.000	.0231212	.0434071
cohort_1922	.0295171	.0050516	5.84	0.000	.0196163	.039418
cohort_1923	.0192972	.0049996	3.86	0.000	.0094981	.0290963
cohort_1924	.0222709	.0047313	4.71	0.000	.0129978	.031544
cohort_1925	.0298986	.0045332	6.60	0.000	.0210138	.0387835
cohort_1926	.026403	.0044723	5.90	0.000	.0176375	.0351685
cohort_1927	.0179247	.0042999	4.17	0.000	.0094971	.0263522
cohort_1928	.0201986	.0042257	4.78	0.000	.0119165	.0284808
cohort_1929	.0091237	.0041909	2.18	0.029	.0009097	.0173377
cohort_1930	.0062933	.0041529	1.52	0.130	-.0018462	.0144329
cohort_1931	.0064931	.0041823	1.55	0.121	-.0017042	.0146903
cohort_1932	.0058944	.0042167	1.40	0.162	-.0023702	.014159
cohort_1933	.006198	.0042183	1.47	0.142	-.0020697	.0144657
cohort_1934	-.0007333	.0041343	-0.18	0.859	-.0088364	.0073697
cohort_1935	.0001869	.0041366	0.05	0.964	-.0079206	.0082944
cohort_1936	-.0043257	.0040819	-1.06	0.289	-.0123261	.0036747
cohort_1937	-.0100211	.0039368	-2.55	0.011	-.0177371	-.0023051
cohort_1938	-.012659	.0039032	-3.24	0.001	-.0203092	-.0050089

cohort_1939	-.003847	.0037901	-1.02	0.310	-.0112754	.0035814
cohort_1940	-.0076572	.0036922	-2.07	0.038	-.0148937	-.0004206
cohort_1941	-.0066703	.0037537	-1.78	0.076	-.0140275	.0006869
cohort_1942	-.0092363	.0037511	-2.46	0.014	-.0165884	-.0018842
cohort_1943	-.0080057	.0037703	-2.12	0.034	-.0153953	-.0006161
cohort_1944	-.0140517	.0038568	-3.64	0.000	-.0216109	-.0064925
cohort_1945	-.0151752	.0039966	-3.80	0.000	-.0230083	-.007342
cohort_1946	-.0137723	.0039349	-3.50	0.000	-.0214845	-.00606
cohort_1947	-.0121265	.0038382	-3.16	0.002	-.0196492	-.0046038
cohort_1948	-.0120662	.0037368	-3.23	0.001	-.0193901	-.0047422
cohort_1949	-.0121683	.0036897	-3.30	0.001	-.0194	-.0049365
cohort_1950	-.0112764	.0036008	-3.13	0.002	-.0183337	-.004219
cohort_1951	-.0141847	.0036298	-3.91	0.000	-.021299	-.0070705
cohort_1952	-.0144663	.0036798	-3.93	0.000	-.0216785	-.0072541
cohort_1953	-.0111205	.0036336	-3.06	0.002	-.0182423	-.0039987
cohort_1954	-.0094364	.0036259	-2.60	0.009	-.0165431	-.0023296
cohort_1955	-.0171503	.0036473	-4.70	0.000	-.0242988	-.0100017
cohort_1956	-.013846	.0036142	-3.83	0.000	-.0209297	-.0067624
cohort_1957	-.0135088	.0036876	-3.66	0.000	-.0207365	-.0062812
cohort_1958	-.0180557	.0037174	-4.86	0.000	-.0253416	-.0107698
cohort_1959	-.0194201	.0038627	-5.03	0.000	-.0269907	-.0118494
cohort_1960	-.0196544	.0038686	-5.08	0.000	-.0272367	-.012072
cohort_1961	-.016691	.0040935	-4.08	0.000	-.0247141	-.0086679
cohort_1962	-.022332	.0041635	-5.36	0.000	-.0304924	-.0141717
cohort_1963	-.0166713	.0042674	-3.91	0.000	-.0250352	-.0083074
cohort_1964	-.0188279	.0044882	-4.19	0.000	-.0276246	-.0100312
cohort_1965	-.0178118	.0046915	-3.80	0.000	-.0270069	-.0086166
cohort_1966	-.0224651	.0047643	-4.72	0.000	-.031803	-.0131273
cohort_1967	-.020442	.0049114	-4.16	0.000	-.0300682	-.0108157
cohort_1968	-.0202984	.0050942	-3.98	0.000	-.0302829	-.010314
cohort_1969	-.015309	.0054553	-2.81	0.005	-.0260011	-.0046169
cohort_1970	-.0177166	.0052908	-3.35	0.001	-.0280864	-.0073467
cohort_1971	-.01558	.0055045	-2.83	0.005	-.0263688	-.0047913
cohort_1972	-.0120149	.005918	-2.03	0.042	-.0236139	-.0004159
cohort_1973	-.0158823	.0058936	-2.69	0.007	-.0274337	-.004331
cohort_1974	-.0119015	.0064549	-1.84	0.065	-.0245528	.0007499
cohort_1975	-.0102323	.0067407	-1.52	0.129	-.0234439	.0029792
cohort_1976	-.0066257	.0066097	-1.00	0.316	-.0195806	.0063291
cohort_1977	-.0057444	.0072792	-0.79	0.430	-.0200112	.0085225
cohort_1978	-.0067819	.0075313	-0.90	0.368	-.0215429	.0079792
cohort_1979	-.010357	.0082518	-1.26	0.209	-.0265301	.0058161
cohort_1980	-.0118524	.0087243	-1.36	0.174	-.0289518	.0052469
cohort_1981	-.0092843	.0097043	-0.96	0.339	-.0283043	.0097357
cohort_1982	-.0089293	.0102079	-0.87	0.382	-.0289365	.0110779
cohort_1983	-.0124056	.0116689	-1.06	0.288	-.0352762	.010465
cohort_1984	-.0044943	.014921	-0.30	0.763	-.0337391	.0247504
cohort_1985	-.0110496	.0155454	-0.71	0.477	-.0415181	.019419
cohort_1986	-.0133619	.0201448	-0.66	0.507	-.052845	.0261213
cohort_1987	-.01029	.0235758	-0.44	0.663	-.0564977	.0359178
cohort_1988	-.0109627	.0366315	-0.30	0.765	-.0827592	.0608337
_cons	.0301907	.0023603	12.79	0.000	.0255645	.0348169

Tabelle 94: Effektberechnung für Kulturreisen.

. apc_ie Kultur V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

```
Iteration 0: log likelihood = 7346.1298
Intrinsic estimator of APC effects
Optimization : ML
Deviance = 7287.09546
Pearson = 7287.09546
No. of obs = 138399
Residual df = 138203
Scale parameter = .0527275
(1/df) Deviance = .0527275
(1/df) Pearson = .0527275
Variance function: V(u) = 1 [Gaussian]
Link function : g(u) = u [Identity]
Log likelihood = 7346.129837
AIC = -.1033263
BIC = -1628746
```

Kultur	OIM		z	P> z	[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.				
V5050	.0028654	.0012416	2.31	0.021	.000432	.0052988
V3030	-.009935	.0006105	-16.27	0.000	-.0111316	-.0087383
age_14	.0268955	.0086696	3.10	0.002	.0099033	.0438876
age_15	.0547096	.0076062	7.19	0.000	.0398018	.0696174
age_16	.0627953	.0071052	8.84	0.000	.0488695	.0767212
age_17	.068794	.0069732	9.87	0.000	.0551268	.0824611
age_18	.0559915	.0062801	8.92	0.000	.0436827	.0683003
age_19	.0346717	.0059023	5.87	0.000	.0231034	.0462399
age_20	.037546	.0059687	6.29	0.000	.0258476	.0492443
age_21	.0322339	.0059668	5.40	0.000	.0205392	.0439287
age_22	.0141257	.0056397	2.50	0.012	.0030721	.0251792
age_23	.0225109	.0054483	4.13	0.000	.0118324	.0331894
age_24	.0122368	.0053037	2.31	0.021	.0018417	.0226318
age_25	.0022062	.005269	0.42	0.675	-.0081208	.0125333
age_26	.0113355	.0051506	2.20	0.028	.0012405	.0214306
age_27	-.0042974	.0051066	-0.84	0.400	-.0143062	.0057114
age_28	-.0052945	.0047418	-1.12	0.264	-.0145883	.0039994
age_29	-.0062111	.0048821	-1.27	0.203	-.0157797	.0033576
age_30	-.0075609	.0046122	-1.64	0.101	-.0166007	.0014789
age_31	-.0110238	.0050834	-2.17	0.030	-.0209871	-.0010604
age_32	-.0230391	.0047781	-4.82	0.000	-.032404	-.0136742
age_33	-.0183828	.0048254	-3.81	0.000	-.0278404	-.0089253
age_34	-.020709	.004705	-4.40	0.000	-.0299306	-.0114874
age_35	-.0157427	.004453	-3.54	0.000	-.0244705	-.007015
age_36	-.0195625	.0044111	-4.43	0.000	-.0282082	-.0109169
age_37	-.0273598	.0045959	-5.95	0.000	-.0363676	-.018352
age_38	-.0227567	.0042223	-5.39	0.000	-.0310322	-.0144812
age_39	-.0259087	.004385	-5.91	0.000	-.0345031	-.0173143
age_40	-.0220447	.0040713	-5.41	0.000	-.0300243	-.0140651
age_41	-.024307	.0045773	-5.31	0.000	-.0332784	-.0153357
age_42	-.026976	.0041532	-6.50	0.000	-.0351161	-.018836
age_43	-.0262516	.0044685	-5.87	0.000	-.0350098	-.0174935
age_44	-.0276321	.0044943	-6.15	0.000	-.0364409	-.0188234
age_45	-.0140646	.0043423	-3.24	0.001	-.0225754	-.0055537
age_46	-.0147332	.0045871	-3.21	0.001	-.0237237	-.0057426
age_47	-.0231816	.0047637	-4.87	0.000	-.0325183	-.0138448
age_48	-.0254991	.0044372	-5.75	0.000	-.0341958	-.0168024
age_49	-.0250879	.0047862	-5.24	0.000	-.0344687	-.0157071
age_50	-.0167387	.0042601	-3.93	0.000	-.0250884	-.008389

age_51	-.0132243	.005	-2.64	0.008	-.0230242	-.0034244
age_52	-.0203911	.0045903	-4.44	0.000	-.0293879	-.0113943
age_53	-.0166068	.0049742	-3.34	0.001	-.0263561	-.0068576
age_54	-.0182052	.0049994	-3.64	0.000	-.0280038	-.0084065
age_55	-.0309309	.0049755	-6.22	0.000	-.0406828	-.021179
age_56	-.0156345	.0050215	-3.11	0.002	-.0254764	-.0057925
age_57	-.0108877	.0053933	-2.02	0.044	-.0214584	-.000317
age_58	-.0143908	.0049058	-2.93	0.003	-.024006	-.0047755
age_59	-.0188798	.00503	-3.75	0.000	-.0287385	-.0090212
age_60	-.0144911	.0045428	-3.19	0.001	-.0233948	-.0055874
age_61	-.0048338	.0052305	-0.92	0.355	-.0150854	.0054178
age_62	-.0014665	.0048687	-0.30	0.763	-.0111009	.0080759
age_63	-.004689	.0050048	-0.94	0.349	-.0144982	.0051203
age_64	.0036316	.0051806	0.70	0.483	-.0065222	.0137854
age_65	.0059259	.004878	1.21	0.224	-.0036349	.0154866
age_66	.0191923	.0052973	3.62	0.000	.0088098	.0295747
age_67	.0127566	.0053583	2.38	0.017	.0022546	.0232587
age_68	.0069497	.0053491	1.30	0.194	-.0035344	.0174337
age_69	.0090936	.0057324	1.59	0.113	-.0021417	.020329
age_70	.0183074	.0053119	3.45	0.001	.0078963	.0287185
age_71	.0098375	.0063292	1.55	0.120	-.0025675	.0222426
age_72	.002553	.0061362	0.42	0.677	-.0094737	.0145796
age_73	.0257833	.006854	3.76	0.000	.0123498	.0392168
age_74	.0104103	.0073766	1.41	0.158	-.0040476	.0248682
age_75	.0108145	.0071556	1.51	0.131	-.0032103	.0248393
age_76	.0132065	.0084193	1.57	0.117	-.0032951	.029708
age_77	-.0018973	.0090493	-0.21	0.834	-.0196335	.015839
age_78	.0311363	.0091923	3.39	0.001	.0131197	.0491529
age_79	.0056094	.0098724	0.57	0.570	-.0137401	.024959
age_80	.0196339	.0100271	1.96	0.050	-.0000188	.0392866
period_1971	-.0148283	.0043531	-3.41	0.001	-.0233602	-.0062964
period_1972	-.0230737	.0042739	-5.40	0.000	-.0314503	-.014697
period_1973	-.0175833	.0045163	-3.89	0.000	-.026435	-.0087316
period_1974	-.0270775	.0042485	-6.37	0.000	-.0354044	-.0187505
period_1975	-.0315343	.0040701	-7.75	0.000	-.0395115	-.0235571
period_1976	-.0165031	.0040942	-4.03	0.000	-.0245276	-.0084786
period_1977	-.0201031	.0041482	-4.85	0.000	-.0282334	-.0119728
period_1978	-.0225851	.0040559	-5.57	0.000	-.0305345	-.0146356
period_1979	-.015021	.0040714	-3.69	0.000	-.0230009	-.0070412
period_1980	-.0269572	.0038857	-6.94	0.000	-.034573	-.0193414
period_1981	.0025959	.003784	0.69	0.493	-.0048206	.0100125
period_1982	.0024041	.0038989	0.62	0.537	-.0052376	.0100459
period_1983	.0128902	.0040554	3.18	0.001	.0049418	.0208386
period_1984	.0130242	.0039559	3.29	0.001	.0052707	.0207777
period_1985	.0116695	.0038923	3.00	0.003	.0040407	.0192983
period_1986	.0296088	.0039142	7.56	0.000	.0219372	.0372804
period_1987	.01628	.0036457	4.47	0.000	.0091345	.0234256
period_1988	.0276824	.0035165	7.87	0.000	.0207901	.0345747
period_1989	.0422969	.0035428	11.94	0.000	.0353532	.0492406
period_2000	.0011598	.0030331	0.38	0.702	-.0047849	.0071046
period_2001	-.0037515	.0029984	-1.25	0.211	-.0096283	.0021253
period_2002	.0001571	.0029659	0.05	0.958	-.005656	.0059702
period_2003	-.0027539	.0029784	-0.92	0.355	-.0085915	.0030837
period_2004	.0049554	.0030616	1.62	0.106	-.0010453	.010956
period_2005	.0048175	.0030395	1.58	0.113	-.0011398	.0107748
period_2006	.0033611	.0030552	1.10	0.271	-.0026269	.0093492
period_2007	.0016122	.003045	0.53	0.596	-.0043558	.0075803
period_2008	-.0031294	.0030603	-1.02	0.307	-.0091274	.0028687
period_2009	.0115897	.0031156	3.72	0.000	.0054832	.0176962
period_2010	.012075	.0031311	3.86	0.000	.0059382	.0182119
period_2011	.0136514	.0031275	4.36	0.000	.0075216	.0197813
period_2012	.0130699	.0031452	4.16	0.000	.0069055	.0192344

cohort_1891	-.0621792	.0792659	-0.78	0.433	-.2175374	.093179
cohort_1892	-.0483152	.0674709	-0.72	0.474	-.1805558	.0839254
cohort_1893	-.0560932	.0418773	-1.34	0.180	-.1381712	.0259849
cohort_1894	-.0261238	.0352886	-0.74	0.459	-.0952882	.0430406
cohort_1895	-.0463893	.0336705	-1.38	0.168	-.1123823	.0196036
cohort_1896	.0064578	.0266082	0.24	0.808	-.0456934	.0586089
cohort_1897	-.0367863	.0241602	-1.52	0.128	-.0841394	.0105669
cohort_1898	-.0464578	.0210934	-2.20	0.028	-.0878001	-.0051155
cohort_1899	-.0392625	.0196849	-1.99	0.046	-.0778441	-.0006809
cohort_1900	-.009468	.0178522	-0.53	0.596	-.0444577	.0255217
cohort_1901	-.0443743	.0162444	-2.73	0.006	-.0762127	-.0125358
cohort_1902	-.0337049	.0141754	-2.38	0.017	-.0614882	-.0059215
cohort_1903	-.027876	.0146256	-1.91	0.057	-.0565416	.0007896
cohort_1904	-.0147719	.0138229	-1.07	0.285	-.0418643	.0123205
cohort_1905	-.0186372	.0127335	-1.46	0.143	-.0435944	.00632
cohort_1906	-.0267058	.0117429	-2.27	0.023	-.0497214	-.0036903
cohort_1907	-.0344986	.0108073	-3.19	0.001	-.0556804	-.0133167
cohort_1908	.003771	.0100131	0.38	0.706	-.0158543	.0233964
cohort_1909	-.0139727	.0098218	-1.42	0.155	-.0332231	.0052778
cohort_1910	.0047104	.0094177	0.50	0.617	-.013748	.0231687
cohort_1911	.004225	.0087893	0.48	0.631	-.0130017	.0214516
cohort_1912	-.007656	.0085067	-0.90	0.368	-.0243289	.009017
cohort_1913	-.0081451	.0082567	-0.99	0.324	-.0243279	.0080376
cohort_1914	-.0037651	.0080752	-0.47	0.641	-.0195921	.0120619
cohort_1915	.0020874	.0086924	0.24	0.810	-.0149494	.0191241
cohort_1916	.0121015	.0087154	1.39	0.165	-.0049805	.0291835
cohort_1917	-.0082189	.0082711	-0.99	0.320	-.0244301	.0079922
cohort_1918	.0114434	.008009	1.43	0.153	-.0042539	.0271407
cohort_1919	.0062193	.006869	0.91	0.365	-.0072438	.0196823
cohort_1920	.0082146	.0064909	1.27	0.206	-.0045073	.0209364
cohort_1921	.0380114	.0065443	5.81	0.000	.0251847	.050838
cohort_1922	.0121506	.0063881	1.90	0.057	-.0003699	.0246711
cohort_1923	.0161318	.0063224	2.55	0.011	.00374	.0285235
cohort_1924	.0330707	.0059831	5.53	0.000	.021344	.0447973
cohort_1925	.018897	.0057326	3.30	0.001	.0076613	.0301326
cohort_1926	.0202507	.0056556	3.58	0.000	.009166	.0313354
cohort_1927	.0251651	.0054375	4.63	0.000	.0145077	.0358225
cohort_1928	.0288338	.0053437	5.40	0.000	.0183603	.0393073
cohort_1929	.0297636	.0052998	5.62	0.000	.0193763	.0401509
cohort_1930	.031199	.0052517	5.94	0.000	.0209058	.0414922
cohort_1931	.0119008	.0052889	2.25	0.024	.0015347	.0222669
cohort_1932	.0317309	.0053324	5.95	0.000	.0212796	.0421822
cohort_1933	.0363625	.0053344	6.82	0.000	.0259073	.0468177
cohort_1934	.0271949	.0052282	5.20	0.000	.0169479	.037442
cohort_1935	.0284264	.005231	5.43	0.000	.0181738	.038679
cohort_1936	.0174786	.0051619	3.39	0.001	.0073614	.0275957
cohort_1937	.0311694	.0049784	6.26	0.000	.0214119	.040927
cohort_1938	.0310281	.0049359	6.29	0.000	.0213538	.0407023

cohort_1939	.0209036	.0047929	4.36	0.000	.0115097	.0302975
cohort_1940	.0259402	.0046691	5.56	0.000	.016789	.0350914
cohort_1941	.0222814	.0047469	4.69	0.000	.0129776	.0315852
cohort_1942	.0330413	.0047436	6.97	0.000	.023744	.0423386
cohort_1943	.022978	.0047678	4.82	0.000	.0136332	.0323228
cohort_1944	.025793	.0048773	5.29	0.000	.0162338	.0353523
cohort_1945	.0243463	.005054	4.82	0.000	.0144406	.0342521
cohort_1946	.0205809	.004976	4.14	0.000	.0108281	.0303337
cohort_1947	.0240745	.0048537	4.96	0.000	.0145615	.0335876
cohort_1948	.0137726	.0047255	2.91	0.004	.0045109	.0230344
cohort_1949	.0216067	.004666	4.63	0.000	.0124615	.0307518
cohort_1950	.0152111	.0045535	3.34	0.001	.0062865	.0241357
cohort_1951	.0191808	.0045902	4.18	0.000	.0101842	.0281774
cohort_1952	.0182581	.0046534	3.92	0.000	.0091377	.0273786
cohort_1953	.013165	.004595	2.87	0.004	.0041589	.0221711
cohort_1954	.0173065	.0045853	3.77	0.000	.0083194	.0262935
cohort_1955	.0129935	.0046123	2.82	0.005	.0039535	.0220334
cohort_1956	.0133419	.0045704	2.92	0.004	.004384	.0222998
cohort_1957	.0131208	.0046633	2.81	0.005	.0039808	.0222608
cohort_1958	.0065406	.0047009	1.39	0.164	-.0026731	.0157542
cohort_1959	.0022788	.0048847	0.47	0.641	-.007295	.0118526
cohort_1960	.0084055	.0048922	1.72	0.086	-.0011831	.017994
cohort_1961	.0044591	.0051766	0.86	0.389	-.0056868	.014605
cohort_1962	.0040003	.0052651	0.76	0.447	-.0063192	.0143197
cohort_1963	.0041408	.0053965	0.77	0.443	-.0064361	.0147177
cohort_1964	-.0000183	.0056757	-0.00	0.997	-.0111425	.0111059
cohort_1965	-.0004109	.0059328	-0.07	0.945	-.0120389	.0112172
cohort_1966	-.001758	.0060249	-0.29	0.770	-.0135665	.0100504
cohort_1967	.0117706	.0062109	1.90	0.058	-.0004026	.0239438
cohort_1968	-.0048541	.006442	-0.75	0.451	-.0174803	.0077721
cohort_1969	-.0135132	.0068986	-1.96	0.050	-.0270343	7.82e-06
cohort_1970	-.0058198	.0066907	-0.87	0.384	-.0189334	.0072937
cohort_1971	-.0040976	.006961	-0.59	0.556	-.0177409	.0095456
cohort_1972	-.029683	.0074838	-3.97	0.000	-.0443509	-.0150151
cohort_1973	-.0106059	.007453	-1.42	0.155	-.0252135	.0040018
cohort_1974	-.0206759	.0081628	-2.53	0.011	-.0366746	-.0046772
cohort_1975	-.0250519	.0085242	-2.94	0.003	-.041759	-.0083448
cohort_1976	-.0211412	.0083586	-2.53	0.011	-.0375237	-.0047587
cohort_1977	-.0156861	.0092051	-1.70	0.088	-.0337278	.0023556
cohort_1978	-.0249288	.0095239	-2.62	0.009	-.0435954	-.0062622
cohort_1979	.0017445	.010435	0.17	0.867	-.0187078	.0221968
cohort_1980	-.0102811	.0110327	-0.93	0.351	-.0319047	.0113425
cohort_1981	-.008316	.0122719	-0.68	0.498	-.0323684	.0157364
cohort_1982	-.012804	.0129088	-0.99	0.321	-.0381048	.0124968
cohort_1983	-.0604785	.0147563	-4.10	0.000	-.0894003	-.0315567
cohort_1984	-.0196681	.0188689	-1.04	0.297	-.0566505	.0173143
cohort_1985	-.0420366	.0196585	-2.14	0.032	-.0805666	-.0035065
cohort_1986	.0157196	.0254748	0.62	0.537	-.0342101	.0656494
cohort_1987	-.0231228	.0298136	-0.78	0.438	-.0815564	.0353108
cohort_1988	.0034021	.0463236	0.07	0.941	-.0873906	.0941948
_cons	.0667361	.0029848	22.36	0.000	.0608859	.0725863

Tabelle 95: Effektberechnung für Rundreisen.

```
. apc_ie Rundreise V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

Iteration 0:   log likelihood = 14708.821
Intrinsic estimator of APC effects
Optimization   : ML
Deviance       = 3018.167609
Pearson        = 3018.167609

Variance function: V(u) = 1
Link function    : g(u) = u

No. of obs     = 75938
Residual df    = 75780
Scale parameter = .039828
(1/df) Deviance = .039828
(1/df) Pearson = .039828

[Identity]
[Gaussian]

AIC             = -.383229
BIC             = -848572.7

Log likelihood  = 14708.82064
```

Rundreise	OIM					[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.	z	P> z			
V5050	-.000384	.0014565	-0.26	0.792	-.0032386	.0024707	
V3030	-.007183	.0007277	-9.87	0.000	-.0086092	-.0057568	
age_14	-.0044492	.0113253	-0.39	0.694	-.0266464	.0177479	
age_15	-.0114424	.0104981	-1.09	0.276	-.0320182	.0091335	
age_16	-.0012075	.0093872	-0.13	0.898	-.019606	.017191	
age_17	-.0096686	.0092704	-1.04	0.297	-.0278383	.0085011	
age_18	-.0098916	.0084336	-1.17	0.241	-.0264213	.006638	
age_19	.0038113	.0075022	0.51	0.611	-.0108927	.0185154	
age_20	-.0041667	.0075721	-0.55	0.582	-.0190077	.0106742	
age_21	-.0009226	.0078198	-0.12	0.906	-.0162491	.0144039	
age_22	.0027143	.0074694	0.36	0.716	-.0119254	.017354	
age_23	-.0038592	.0071314	-0.54	0.588	-.0178364	.010118	
age_24	.0042681	.0072565	0.59	0.556	-.0099544	.0184907	
age_25	.0015198	.0070417	0.22	0.829	-.0122817	.0153212	
age_26	-.003001	.0068082	-0.44	0.659	-.0163449	.0103428	
age_27	-.0004204	.0068457	-0.06	0.951	-.0138378	.012997	
age_28	-.0086516	.0062757	-1.38	0.168	-.0209517	.0036485	
age_29	-.0002596	.0062088	-0.04	0.967	-.0124286	.0119094	
age_30	-.0005242	.0062043	-0.08	0.933	-.0126845	.0116361	
age_31	-.013865	.0067987	-2.04	0.041	-.0271902	-.0005397	
age_32	-.0066035	.0064483	-1.02	0.306	-.0192419	.0060348	
age_33	-.013405	.0064895	-2.07	0.039	-.0261241	-.0006859	
age_34	-.012311	.0061736	-1.99	0.046	-.0244111	-.0002109	
age_35	-.0158321	.005974	-2.65	0.008	-.0275409	-.0041233	
age_36	-.0122858	.0059088	-2.08	0.038	-.0238668	-.0007048	
age_37	-.0078057	.0060134	-1.30	0.194	-.0195917	.0039804	
age_38	-.0125301	.0055931	-2.24	0.025	-.0234923	-.0015678	
age_39	-.0183311	.0056337	-3.25	0.001	-.0293728	-.0072893	
age_40	-.0092522	.0054694	-1.69	0.091	-.019972	.0014676	
age_41	-.0088276	.0058489	-1.51	0.131	-.0202912	.0026361	
age_42	-.0083389	.0054618	-1.53	0.127	-.0190438	.0023661	
age_43	-.0135026	.0058245	-2.32	0.020	-.0249184	-.0020869	
age_44	-.0073912	.0057315	-1.29	0.197	-.0186248	.0038423	
age_45	.0008521	.0057354	0.15	0.882	-.0103891	.0120933	
age_46	-.0087803	.0060188	-1.46	0.145	-.020577	.0030164	
age_47	-.0052119	.0060427	-0.86	0.388	-.0170554	.0066315	
age_48	.0019547	.0057973	0.34	0.736	-.0094078	.0133172	
age_49	-.0086367	.006007	-1.44	0.150	-.0204101	.0031367	
age_50	.000398	.0056829	0.07	0.944	-.0107403	.0115363	

age_51	-.0089507	.0061571	-1.45	0.146	-.0210185	.003117
age_52	-.0035615	.005801	-0.61	0.539	-.0149313	.0078083
age_53	-.0098698	.0061579	-1.60	0.109	-.0219391	.0021995
age_54	-.0027323	.0061958	-0.44	0.659	-.0148758	.0094112
age_55	-.0050263	.0062384	-0.81	0.420	-.0172533	.0072006
age_56	-.0062972	.0061668	-1.02	0.307	-.018384	.0057895
age_57	-.0038943	.0065555	-0.59	0.552	-.0167428	.0089542
age_58	.0017193	.0060772	0.28	0.777	-.0101918	.0136304
age_59	.0039599	.0060668	0.65	0.514	-.0079331	.015853
age_60	-.0028544	.0055892	-0.51	0.610	-.0138091	.0081003
age_61	-.0090855	.0061917	-1.47	0.142	-.021221	.00305
age_62	-.0043366	.0057869	-0.75	0.454	-.0156788	.0070056
age_63	.0053836	.0060012	0.90	0.370	-.0063785	.0171457
age_64	.0050178	.0060984	0.82	0.411	-.0069349	.0169704
age_65	.0049616	.0058302	0.85	0.395	-.0064653	.0163885
age_66	.0237753	.0061817	3.85	0.000	.0116595	.0358911
age_67	-.0020082	.0064238	-0.31	0.755	-.0145985	.0105822
age_68	.0101343	.0061747	1.64	0.101	-.0019679	.0222365
age_69	.0078734	.0064326	1.22	0.221	-.0047343	.0204811
age_70	.0115226	.0059491	1.94	0.053	-.0001374	.0231825
age_71	.0186823	.0068885	2.71	0.007	.0051812	.0321835
age_72	.0182904	.006823	2.68	0.007	.0049176	.0316632
age_73	-.0011438	.0077384	-0.15	0.882	-.0163108	.0140233
age_74	.0115835	.0083972	1.38	0.168	-.0048747	.0280416
age_75	.0181658	.0083216	2.18	0.029	.0018557	.0344759
age_76	.0225257	.0096542	2.33	0.020	.0036038	.0414476
age_77	.0391166	.0106632	3.67	0.000	.0182171	.0600162
age_78	.0309894	.010828	2.86	0.004	.0097668	.0522119
age_79	.0085058	.0118686	0.72	0.474	-.0147562	.0317678
age_80	.0434104	.0121958	3.56	0.000	.0195072	.0673137
period_2000	-.0066376	.0025509	-2.60	0.009	-.0116373	-.0016378
period_2001	-.0052779	.0025162	-2.10	0.036	-.0102095	-.0003463
period_2002	-.0049515	.002485	-1.99	0.046	-.009822	-.000081
period_2003	-.0055747	.002485	-2.24	0.025	-.0104452	-.0007041
period_2004	-.0049194	.0025437	-1.93	0.053	-.0099049	.0000661
period_2005	.0054264	.0025177	2.16	0.031	.0004918	.010361
period_2006	-.0039105	.0025188	-1.55	0.121	-.0088471	.0010262
period_2007	.0025836	.0024992	1.03	0.301	-.0023147	.0074819
period_2008	.0030335	.0025015	1.21	0.225	-.0018693	.0079363
period_2009	.0080685	.0025385	3.18	0.001	.0030931	.0130439
period_2010	.0038997	.0025412	1.53	0.125	-.0010809	.0088804
period_2011	.0019817	.0025279	0.78	0.433	-.0029728	.0069363
period_2012	.006278	.0025295	2.48	0.013	.0013203	.0112358
cohort_1920	.0044985	.0418985	0.11	0.914	-.077621	.0866179
cohort_1921	-.068496	.0328777	-2.08	0.037	-.132935	-.0040569
cohort_1922	-.0191934	.022995	-0.83	0.404	-.0642628	.025876
cohort_1923	-.007754	.0227176	-0.34	0.733	-.0522796	.0367717
cohort_1924	-.0417045	.0186482	-2.24	0.025	-.0782543	-.0051547
cohort_1925	.0138593	.01606	0.86	0.388	-.0176177	.0453364
cohort_1926	.0046779	.0138766	0.34	0.736	-.0225197	.0318754
cohort_1927	-.0128692	.0127967	-1.01	0.315	-.0379504	.0122119
cohort_1928	.0281992	.0117151	2.41	0.016	.0052379	.0511604
cohort_1929	-.0056711	.0102039	-0.56	0.578	-.0256704	.0143282
cohort_1930	-.0087188	.0090754	-0.96	0.337	-.0265062	.0090686
cohort_1931	-.0001143	.0090474	-0.01	0.990	-.017847	.0176183
cohort_1932	.0028145	.008664	0.32	0.745	-.0141666	.0197956
cohort_1933	.0193532	.0082115	2.36	0.018	.0032589	.0354475
cohort_1934	.0275584	.0074408	3.70	0.000	.0129747	.042142
cohort_1935	.0061414	.0070318	0.87	0.382	-.0076407	.0199236
cohort_1936	.0207582	.0067392	3.08	0.002	.0075496	.0339667
cohort_1937	.0268139	.0064328	4.17	0.000	.0142059	.0394219
cohort_1938	.0186489	.0061406	3.04	0.002	.0066137	.0306842

cohort_1939	.0192927	.0061267	3.15	0.002	.0072847	.0313007
cohort_1940	.0189	.0060659	3.12	0.002	.0070111	.030789
cohort_1941	.0267595	.0060407	4.43	0.000	.0149199	.038599
cohort_1942	-.0005496	.006278	-0.09	0.930	-.0128542	.011755
cohort_1943	.0251931	.0063306	3.98	0.000	.0127853	.0376009
cohort_1944	.0146687	.0064244	2.28	0.022	.0020771	.0272604
cohort_1945	.0080846	.0068846	1.17	0.240	-.0054089	.0215782
cohort_1946	.0117746	.0067115	1.75	0.079	-.0013797	.0249289
cohort_1947	.0052144	.0064363	0.81	0.418	-.0074005	.0178293
cohort_1948	.018019	.0064396	2.80	0.005	.0053977	.0306404
cohort_1949	.0086927	.006386	1.36	0.173	-.0038235	.021209
cohort_1950	.0122638	.006201	1.98	0.048	.0001101	.0244176
cohort_1951	.0038538	.0063275	0.61	0.542	-.0085479	.0162555
cohort_1952	.0068343	.00623	1.10	0.273	-.0053762	.0190448
cohort_1953	.0090722	.0063216	1.44	0.151	-.0033179	.0214622
cohort_1954	.0108587	.0063807	1.70	0.089	-.0016473	.0233647
cohort_1955	.0039883	.0064548	0.62	0.537	-.0086628	.0166395
cohort_1956	.0043661	.0064238	0.68	0.497	-.0082243	.0169564
cohort_1957	.0018486	.0063596	0.29	0.771	-.010616	.0143131
cohort_1958	.00281	.0062898	0.45	0.655	-.0095178	.0151377
cohort_1959	.0030897	.006144	0.50	0.615	-.0089522	.0151317
cohort_1960	.0064106	.0060141	1.07	0.286	-.0053769	.0181981
cohort_1961	.0046567	.005971	0.78	0.435	-.0070461	.0163596
cohort_1962	-.0000286	.0060684	-0.00	0.996	-.0119225	.0118653
cohort_1963	.0053019	.0059969	0.88	0.377	-.0064518	.0170556
cohort_1964	-.0036661	.0058955	-0.62	0.534	-.015221	.0078889
cohort_1965	.0008011	.0058802	0.14	0.892	-.0107239	.0123262
cohort_1966	-.000324	.0058775	-0.06	0.956	-.0118437	.0111956
cohort_1967	.0085104	.0059187	1.44	0.150	-.0030901	.0201108
cohort_1968	.0055796	.0058712	0.95	0.342	-.0059277	.0170869
cohort_1969	.0005666	.0061324	0.09	0.926	-.0114526	.0125859
cohort_1970	-.0009487	.0060167	-0.16	0.875	-.0127412	.0108437
cohort_1971	-.0075074	.0062447	-1.20	0.229	-.0197468	.0047321
cohort_1972	-.0033924	.0063789	-0.53	0.595	-.0158949	.0091101
cohort_1973	-.0108512	.0065782	-1.65	0.099	-.0237441	.0020418
cohort_1974	-.0019251	.0067052	-0.29	0.774	-.0150671	.0112169
cohort_1975	-.0021567	.0067674	-0.32	0.750	-.0154205	.0111107
cohort_1976	-.0070681	.006763	-1.05	0.296	-.0203234	.0061873
cohort_1977	-.0049404	.0067468	-0.73	0.464	-.0181638	.0082831
cohort_1978	-.0031553	.0068585	-0.46	0.645	-.0165978	.0102872
cohort_1979	-.0088371	.0070786	-1.25	0.212	-.0227109	.0050366
cohort_1980	-.0081517	.0067932	-1.20	0.230	-.0214662	.0051627
cohort_1981	-.0072375	.0069289	-1.04	0.296	-.0208179	.006343
cohort_1982	-.0144623	.0071561	-2.02	0.043	-.0284879	-.0004366
cohort_1983	-.0138697	.0070182	-1.98	0.048	-.0276251	-.0001143
cohort_1984	-.0092699	.0075187	-1.23	0.218	-.0240062	.0054664
cohort_1985	-.013296	.007787	-1.71	0.088	-.0285583	.0019663
cohort_1986	-.0019497	.0075162	-0.26	0.795	-.0166812	.0127817
cohort_1987	-.0018733	.0082603	-0.23	0.821	-.0180631	.0143165
cohort_1988	-.0153044	.0085646	-1.79	0.074	-.0320907	.0014819
cohort_1989	-.0171766	.0093638	-1.83	0.067	-.0355294	.0011762
cohort_1990	-.0183919	.0099194	-1.85	0.064	-.0378336	.0010497
cohort_1991	-.0201506	.0110161	-1.83	0.067	-.0417417	.0014406
cohort_1992	-.0085141	.0115933	-0.73	0.463	-.0312366	.0142084
cohort_1993	-.0039262	.0132176	-0.30	0.766	-.0298323	.0219798
cohort_1994	-.0150001	.016794	-0.89	0.372	-.0479159	.0179156
cohort_1995	-.0075012	.0175684	-0.43	0.669	-.0419347	.0269323
cohort_1996	-.0058606	.0226093	-0.26	0.795	-.0501739	.0384527
cohort_1997	-.0251653	.0265905	-0.95	0.344	-.0772817	.0269511
cohort_1998	.0062379	.0409857	0.15	0.879	-.0740926	.0865685
_cons	.0575292	.003133	18.36	0.000	.0513885	.0636698

Tabelle 96: Effekteberechnung für Verwandten- und Bekanntenbesuche.

```
. apc_ie Besuch V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

Iteration 0:   log likelihood = -25896.004
Intrinsic estimator of APC effects
Optimization   : ML
No. of obs    = 138399
Residual df   = 138203
Scale parameter = .085244
Deviance      = 11780.97766
(1/df) Deviance = .085244
Pearson       = 11780.97766
(1/df) Pearson = .085244

Variance function: V(u) = 1
Link function     : g(u) = u
[Gaussian]
[Identity]

Log likelihood   = -25896.00415
AIC              = .3770548
BIC              = -1624252
```

Besuch	OIM					[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.	z	P> z			
V5050	.0152641	.0015786	9.67	0.000	.0121701	.0183582	
V3030	-.0052524	.0007763	-6.77	0.000	-.0067739	-.0037309	
age_14	-.0372553	.0110234	-3.38	0.001	-.0588607	-.0156499	
age_15	-.0132231	.0096712	-1.37	0.172	-.0321783	.005732	
age_16	-.0372226	.0090342	-4.12	0.000	-.0549292	-.019516	
age_17	-.0134007	.0088663	-1.51	0.131	-.0307784	.003977	
age_18	-.0433728	.0079851	-5.43	0.000	-.0590234	-.0277223	
age_19	-.0345939	.0075047	-4.61	0.000	-.0493029	-.019885	
age_20	-.0317326	.0075891	-4.18	0.000	-.046607	-.0168583	
age_21	-.0329112	.0075868	-4.34	0.000	-.047781	-.0180414	
age_22	-.0335748	.0071708	-4.68	0.000	-.0476293	-.0195203	
age_23	-.0275149	.0069275	-3.97	0.000	-.0410925	-.0139372	
age_24	-.0245215	.0067436	-3.64	0.000	-.0377387	-.0113042	
age_25	-.0250647	.0066995	-3.74	0.000	-.0381954	-.0119339	
age_26	-.0238373	.006549	-3.64	0.000	-.0366731	-.0110015	
age_27	-.0143842	.006493	-2.22	0.027	-.0271103	-.0016581	
age_28	-.0120642	.0060292	-2.00	0.045	-.0238812	-.0002471	
age_29	-.0146026	.0062075	-2.35	0.019	-.0267691	-.0024361	
age_30	-.0122938	.0058644	-2.10	0.036	-.0237879	-.0007998	
age_31	-.0134261	.0064635	-2.08	0.038	-.0260945	-.0007578	
age_32	-.0150408	.0060753	-2.48	0.013	-.0269482	-.0031335	
age_33	-.0054644	.0061354	-0.89	0.373	-.0174895	.0065608	
age_34	-.02495	.0059823	-4.17	0.000	-.0366751	-.0132248	
age_35	-.0204574	.005662	-3.61	0.000	-.0315547	-.0093601	
age_36	-.014999	.0056087	-2.67	0.007	-.0259919	-.0040062	
age_37	-.0178648	.0058436	-3.06	0.002	-.0293181	-.0064114	
age_38	-.0129407	.0053686	-2.41	0.016	-.0234629	-.0024185	
age_39	-.0153067	.0055754	-2.75	0.006	-.0262343	-.004379	
age_40	-.0130724	.0051766	-2.53	0.012	-.0232184	-.0029264	
age_41	-.0189243	.00582	-3.25	0.001	-.0303313	-.0075173	
age_42	-.0190913	.0052807	-3.62	0.000	-.0294412	-.0087413	
age_43	-.0127473	.0056817	-2.24	0.025	-.0238832	-.0016114	
age_44	.0030659	.0057145	0.54	0.592	-.0081343	.0142661	
age_45	-.0095198	.0055213	-1.72	0.085	-.0203412	.0013017	
age_46	-.0039582	.0058325	-0.68	0.497	-.0153896	.0074732	
age_47	.0121972	.006057	2.01	0.044	.0003256	.0240687	
age_48	.0050641	.0056418	0.90	0.369	-.0059936	.0161219	
age_49	-.0058522	.0060856	-0.96	0.336	-.0177798	.0060754	
age_50	.0014289	.0054167	0.26	0.792	-.0091877	.0120454	

age_51	.0084676	.0063575	1.33	0.183	-.0039929	.020928
age_52	.0009537	.0058365	0.16	0.870	-.0104856	.0123931
age_53	.0127762	.0063246	2.02	0.043	.0003801	.0251722
age_54	.0091022	.0063567	1.43	0.152	-.0033566	.0215611
age_55	.0129665	.0063264	2.05	0.040	.0005671	.025366
age_56	.0075451	.0063848	1.18	0.237	-.0049688	.0200591
age_57	-.0012886	.0068576	-0.19	0.851	-.0147292	.012152
age_58	.0104501	.0062377	1.68	0.094	-.0017757	.0226758
age_59	.0161607	.0063956	2.53	0.012	.0036255	.0286959
age_60	.0123099	.0057761	2.13	0.033	.0009889	.0236309
age_61	.024897	.0066505	3.74	0.000	.0118622	.0379318
age_62	.01336	.0061905	2.16	0.031	.0012269	.0254931
age_63	.0157584	.0063636	2.48	0.013	.003286	.0282307
age_64	.0207115	.0065871	3.14	0.002	.0078011	.033622
age_65	.0270872	.0062024	4.37	0.000	.0149308	.0392436
age_66	.023826	.0067354	3.54	0.000	.0106248	.0370272
age_67	.0227449	.006813	3.34	0.001	.0093916	.0360981
age_68	.0068931	.0068013	1.01	0.311	-.0064373	.0202234
age_69	.0161134	.0072887	2.21	0.027	.0018277	.030399
age_70	.0277368	.006754	4.11	0.000	.0144991	.0409744
age_71	.0244294	.0080476	3.04	0.002	.0086565	.0402024
age_72	.0204952	.0078021	2.63	0.009	.0052034	.035787
age_73	.0303209	.0087148	3.48	0.001	.0132402	.0474015
age_74	.0365758	.0093793	3.90	0.000	.0181926	.0549589
age_75	.0417877	.0090983	4.59	0.000	.0239553	.0596201
age_76	.0206089	.0107051	1.93	0.054	-.0003727	.0415905
age_77	.0396816	.0115061	3.45	0.001	.0171301	.062233
age_78	.0568017	.011688	4.86	0.000	.0338937	.0797096
age_79	.048839	.0125527	3.89	0.000	.0242361	.0734418
age_80	.0253177	.0127493	1.99	0.047	.0003294	.0503059
period_1971	.0379289	.0055349	6.85	0.000	.0270807	.0487771
period_1972	.0194498	.0054342	3.58	0.000	.008799	.0301006
period_1973	.036723	.0057424	6.40	0.000	.0254681	.0479779
period_1974	.0020743	.005402	0.38	0.701	-.0085134	.0126619
period_1975	.012494	.0051751	2.41	0.016	.002351	.0226369
period_1976	.0136675	.0052058	2.63	0.009	.0034644	.0238706
period_1977	.0129893	.0052744	2.46	0.014	.0026517	.0233269
period_1978	-.0043226	.0051571	-0.84	0.402	-.0144303	.005785
period_1979	-.0034671	.0051768	-0.67	0.503	-.0136135	.0066792
period_1980	.0002331	.0049406	0.05	0.962	-.0094503	.0099164
period_1981	.0488725	.0048113	10.16	0.000	.0394425	.0583026
period_1982	.0418293	.0049574	8.44	0.000	.0321129	.0515457
period_1983	.0131077	.0051564	2.54	0.011	.0030014	.023214
period_1984	-.0055683	.0050299	-1.11	0.268	-.0154267	.0042902
period_1985	-.0097514	.0049491	-1.97	0.049	-.0194514	-.0000514
period_1986	-.0140052	.0049768	-2.81	0.005	-.0237596	-.0042509
period_1987	.0017939	.0046355	0.39	0.699	-.0072916	.0108794
period_1988	.0064628	.0044713	1.45	0.148	-.0023007	.0152263
period_1989	-.0033849	.0045046	-0.75	0.452	-.0122138	.005444
period_2000	-.0166836	.0038566	-4.33	0.000	-.0242423	-.0091248
period_2001	-.0172665	.0038124	-4.53	0.000	-.0247387	-.0097942
period_2002	-.0097103	.0037712	-2.57	0.010	-.0171017	-.002319
period_2003	-.0235283	.003787	-6.21	0.000	-.0309508	-.0161059
period_2004	-.0168582	.0038928	-4.33	0.000	-.0244879	-.0092284
period_2005	-.026178	.0038647	-6.77	0.000	-.0337527	-.0186034
period_2006	-.01506	.0038846	-3.88	0.000	-.0226737	-.0074462
period_2007	-.0149428	.0038716	-3.86	0.000	-.022531	-.0073545
period_2008	-.0178515	.0038911	-4.59	0.000	-.025478	-.0102251
period_2009	-.0197708	.0039615	-4.99	0.000	-.0275352	-.0120064
period_2010	-.0107355	.0039811	-2.70	0.007	-.0185384	-.0029326
period_2011	-.0089451	.0039766	-2.25	0.024	-.0167391	-.001151
period_2012	-.0095959	.0039991	-2.40	0.016	-.017434	-.0017579

cohort_1891	-.0681008	.1007859	-0.68	0.499	-.2656375	.1294358
cohort_1892	.0758752	.0857887	0.88	0.376	-.0922676	.244018
cohort_1893	.2049526	.0532467	3.85	0.000	.1005911	.3093142
cohort_1894	.1205165	.0448692	2.69	0.007	.0325745	.2084585
cohort_1895	.1192961	.0428117	2.79	0.005	.0353866	.2032056
cohort_1896	.0124665	.0338321	0.37	0.713	-.0538433	.0787762
cohort_1897	.0002156	.0307195	0.01	0.994	-.0599936	.0604248
cohort_1898	.0763147	.0268201	2.85	0.004	.0237483	.128881
cohort_1899	.0685775	.0250291	2.74	0.006	.0195213	.1176337
cohort_1900	.0202462	.0226989	0.89	0.372	-.0242429	.0647353
cohort_1901	.0786936	.0206546	3.81	0.000	.0382112	.1191759
cohort_1902	.0559505	.0180239	3.10	0.002	.0206242	.0912768
cohort_1903	.0355332	.0185963	1.91	0.056	-.0009149	.0719813
cohort_1904	.0752144	.0175757	4.28	0.000	.0407667	.1096622
cohort_1905	.0700175	.0161905	4.32	0.000	.0382847	.1017504
cohort_1906	.0453048	.014931	3.03	0.002	.0160407	.0745689
cohort_1907	.0652115	.0137414	4.75	0.000	.0382789	.0921441
cohort_1908	.0399366	.0127316	3.14	0.002	.0149831	.0648901
cohort_1909	.0209311	.0124884	1.68	0.094	-.0035456	.0454079
cohort_1910	-.0156685	.0119745	-1.31	0.191	-.0391381	.0078011
cohort_1911	.0154062	.0111755	1.38	0.168	-.0064973	.0373098
cohort_1912	.0266927	.0108163	2.47	0.014	.0054932	.0478921
cohort_1913	.0211324	.0104983	2.01	0.044	.0005562	.0417086
cohort_1914	-.0006636	.0102675	-0.06	0.948	-.0207875	.0194603
cohort_1915	-.0247185	.0110523	-2.24	0.025	-.0463806	-.0030564
cohort_1916	.0009822	.0110816	0.09	0.929	-.0207374	.0227017
cohort_1917	-.024756	.0105167	-2.35	0.019	-.0453683	-.0041438
cohort_1918	-.0316035	.0101833	-3.10	0.002	-.0515625	-.0116445
cohort_1919	-.0117033	.0087339	-1.34	0.180	-.0288214	.0054149
cohort_1920	-.0305514	.0082531	-3.70	0.000	-.0467271	-.0143757
cohort_1921	-.0265785	.008321	-3.19	0.001	-.0428875	-.0102696
cohort_1922	-.0207337	.0081224	-2.55	0.011	-.0366534	-.0048141
cohort_1923	-.0313128	.0080389	-3.90	0.000	-.0470688	-.0155568
cohort_1924	-.0348014	.0076074	-4.57	0.000	-.0497117	-.0198911
cohort_1925	-.0373494	.0072889	-5.12	0.000	-.0516354	-.0230634
cohort_1926	-.0440301	.007191	-6.12	0.000	-.0581242	-.029936
cohort_1927	-.043522	.0069138	-6.29	0.000	-.0570727	-.0299712
cohort_1928	-.0495738	.0067945	-7.30	0.000	-.0628907	-.0362569
cohort_1929	-.0282082	.0067386	-4.19	0.000	-.0414156	-.0150008
cohort_1930	-.0336054	.0066775	-5.03	0.000	-.0466931	-.0205177
cohort_1931	-.0449531	.0067248	-6.68	0.000	-.0581335	-.0317728
cohort_1932	-.0397366	.0067801	-5.86	0.000	-.0530253	-.0264478
cohort_1933	-.0380702	.0067826	-5.61	0.000	-.0513639	-.0247765
cohort_1934	-.0338546	.0066476	-5.09	0.000	-.0468836	-.0208256
cohort_1935	-.0487415	.0066512	-7.33	0.000	-.0617777	-.0357054
cohort_1936	-.0192848	.0065633	-2.94	0.003	-.0321487	-.0064209
cohort_1937	-.0381559	.00633	-6.03	0.000	-.0505626	-.0257493
cohort_1938	-.0370978	.006276	-5.91	0.000	-.0493985	-.024797

cohort_1939	-.034857	.0060941	-5.72	0.000	-.0468012	-.0229128
cohort_1940	-.0373108	.0059367	-6.28	0.000	-.0489465	-.0256751
cohort_1941	-.046234	.0060357	-7.66	0.000	-.0580637	-.0344043
cohort_1942	-.0428858	.0060315	-7.11	0.000	-.0547073	-.0310644
cohort_1943	-.0387608	.0060623	-6.39	0.000	-.0506426	-.026879
cohort_1944	-.0426144	.0062014	-6.87	0.000	-.0547689	-.0304599
cohort_1945	-.0304065	.0064262	-4.73	0.000	-.0430015	-.0178114
cohort_1946	-.0392517	.0063269	-6.20	0.000	-.0516523	-.0268512
cohort_1947	-.0315254	.0061714	-5.11	0.000	-.0436212	-.0194297
cohort_1948	-.0311738	.0060084	-5.19	0.000	-.0429501	-.0193976
cohort_1949	-.0362245	.0059328	-6.11	0.000	-.0478525	-.0245965
cohort_1950	-.0446218	.0057897	-7.71	0.000	-.0559694	-.0332742
cohort_1951	-.0319721	.0058364	-5.48	0.000	-.0434111	-.020533
cohort_1952	-.0293761	.0059167	-4.96	0.000	-.0409727	-.0177795
cohort_1953	-.0207572	.0058425	-3.55	0.000	-.0322084	-.0093061
cohort_1954	-.0281999	.0058302	-4.84	0.000	-.0396268	-.0167729
cohort_1955	-.0265789	.0058645	-4.53	0.000	-.0380732	-.0150847
cohort_1956	-.0265952	.0058113	-4.58	0.000	-.0379851	-.0152053
cohort_1957	-.0234996	.0059294	-3.96	0.000	-.035121	-.0118782
cohort_1958	-.0242176	.0059772	-4.05	0.000	-.0359327	-.0125025
cohort_1959	-.0287969	.0062108	-4.64	0.000	-.0409698	-.0166239
cohort_1960	-.012791	.0062204	-2.06	0.040	-.0249827	-.0005993
cohort_1961	-.0136156	.006582	-2.07	0.039	-.0265161	-.0007152
cohort_1962	-.0097735	.0066945	-1.46	0.144	-.0228946	.0033475
cohort_1963	-.0108206	.0068616	-1.58	0.115	-.024269	.0026278
cohort_1964	-.0183633	.0072166	-2.54	0.011	-.0325077	-.004219
cohort_1965	.0148527	.0075435	1.97	0.049	.0000678	.0296376
cohort_1966	.0011115	.0076605	0.15	0.885	-.0139029	.0161259
cohort_1967	.0076092	.0078971	0.96	0.335	-.0078689	.0230873
cohort_1968	-.0065595	.008191	-0.80	0.423	-.0226136	.0094946
cohort_1969	-.0018768	.0087715	-0.21	0.831	-.0190688	.0153151
cohort_1970	.0184843	.0085072	2.17	0.030	.0018106	.0351581
cohort_1971	.0262956	.0088508	2.97	0.003	.0089484	.0436429
cohort_1972	.0232144	.0095155	2.44	0.015	.0045643	.0418645
cohort_1973	.0165228	.0094764	1.74	0.081	-.0020507	.0350963
cohort_1974	.0249034	.0103789	2.40	0.016	.0045612	.0452456
cohort_1975	.0127763	.0108384	1.18	0.238	-.0084666	.0340193
cohort_1976	.0125269	.0106279	1.18	0.239	-.0083033	.0333571
cohort_1977	.0072812	.0117042	0.62	0.534	-.0156586	.0302211
cohort_1978	.0263552	.0121096	2.18	0.030	.0026208	.0500895
cohort_1979	.0388394	.0132681	2.93	0.003	.0128344	.0648443
cohort_1980	.028413	.0140279	2.03	0.043	.0009188	.0559072
cohort_1981	.0050044	.0156036	0.32	0.748	-.025578	.0355868
cohort_1982	.0222953	.0164134	1.36	0.174	-.0098745	.054465
cohort_1983	.0063537	.0187625	0.34	0.735	-.0304201	.0431275
cohort_1984	.0438296	.0239917	1.83	0.068	-.0031932	.0908524
cohort_1985	-.0060987	.0249957	-0.24	0.807	-.0550893	.0428919
cohort_1986	.021994	.032391	0.68	0.497	-.0414913	.0854792
cohort_1987	.0178671	.0379078	0.47	0.637	-.0564307	.0921649
cohort_1988	.0071373	.0589001	0.12	0.904	-.1083048	.1225794
_cons	.1141801	.0037952	30.09	0.000	.1067416	.1216186

Tabelle 97: Effektberechnung für Abenteuerreisen.

```
. apc_ie Abenteuer V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

Iteration 0:  log likelihood = 22634.58
Intrinsic estimator of APC effects
Optimization   : ML
Deviance       = 464.5721454
Pearson        = 464.5721454

No. of obs    = 32269
Residual df   = 32119
Scale parameter = .0144641
(1/df) Deviance = .0144641
(1/df) Pearson = .0144641

Variance function: V(u) = 1
Link function      : g(u) = u

[Identity]
[Gaussian]

Log likelihood = 22634.57963
AIC             = -1.393572
BIC             = -332990.5
```

Abenteuer	OIM					[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.	z	P> z			
V5050	-.0079777	.001351	-5.90	0.000	-.0106256	-.0053297	
V3030	-.0046234	.0006446	-7.17	0.000	-.0058867	-.0033601	
age_14	.0009572	.0116475	0.08	0.935	-.0218714	.0237858	
age_15	.0118655	.009172	1.29	0.196	-.0061113	.0298424	
age_16	-.0001329	.0084562	-0.02	0.987	-.0167068	.016441	
age_17	.0136857	.0079002	1.73	0.083	-.0017983	.0291697	
age_18	-.0008869	.0069599	-0.13	0.899	-.0145281	.0127543	
age_19	.0130196	.0067264	1.94	0.053	-.0001639	.026203	
age_20	.0160723	.0067248	2.39	0.017	.0028919	.0292526	
age_21	.009952	.0064758	1.54	0.124	-.0027403	.0226444	
age_22	.0061648	.0060506	1.02	0.308	-.0056941	.0180237	
age_23	.0217218	.0059115	3.67	0.000	.0101355	.0333081	
age_24	.0220376	.0055518	3.97	0.000	.0111562	.032919	
age_25	.0152729	.0055136	2.77	0.006	.0044664	.0260794	
age_26	.0149979	.0055148	2.72	0.007	.0041891	.0258066	
age_27	.0189196	.0055327	3.42	0.001	.0080757	.0297635	
age_28	.0165469	.0052411	3.16	0.002	.0062745	.0268194	
age_29	.0007183	.0056481	0.13	0.899	-.0103518	.0117885	
age_30	.0007819	.0052943	0.15	0.883	-.0095948	.0111586	
age_31	.0058718	.0056109	1.05	0.295	-.0051254	.016869	
age_32	.0039785	.0055307	0.72	0.472	-.0068615	.0148185	
age_33	.010207	.0057594	1.77	0.076	-.0010812	.0214953	
age_34	.0044904	.0056242	0.80	0.425	-.0065329	.0155136	
age_35	.0017559	.0055877	0.31	0.753	-.0091958	.0127077	
age_36	.0028015	.0056949	0.49	0.623	-.0083604	.0139634	
age_37	.0076552	.0060732	1.26	0.207	-.0042481	.0195585	
age_38	-.0061137	.0057821	-1.06	0.290	-.0174464	.0052191	
age_39	-.0040254	.0061368	-0.66	0.512	-.0160533	.0080024	
age_40	.0006384	.0056849	0.11	0.911	-.0105038	.0117806	
age_41	-.0040772	.0063053	-0.65	0.518	-.0164354	.008281	
age_42	-.0039936	.0058972	-0.68	0.498	-.015552	.0075647	
age_43	-.0024042	.0062855	-0.38	0.702	-.0147235	.0099152	
age_44	-.0117346	.0065038	-1.80	0.071	-.0244819	.0010126	
age_45	-.0037083	.0061925	-0.60	0.549	-.0158453	.0084287	
age_46	-.0020687	.0062876	-0.33	0.742	-.0143921	.0102548	
age_47	-.0013537	.0066818	-0.20	0.839	-.0144497	.0117424	
age_48	.0018645	.0063848	0.29	0.770	-.0106495	.0143785	
age_49	.0130371	.0068852	1.89	0.058	-.0004577	.0265319	
age_50	.0016844	.0063029	0.27	0.789	-.0106691	.0140379	

age_51	-.0085033	.0072314	-1.18	0.240	-.0226766	.0056699
age_52	-.0051157	.0068663	-0.75	0.456	-.0185671	.0083356
age_53	-.0054958	.0071522	-0.77	0.442	-.0195139	.0085222
age_54	-.0011057	.0072389	-0.15	0.879	-.0152938	.0130823
age_55	-.0051219	.0071581	-0.72	0.474	-.0191516	.0089078
age_56	-.0112331	.0071476	-1.57	0.116	-.0252422	.0027759
age_57	-.009393	.0074539	-1.26	0.208	-.0240023	.0052163
age_58	-.0038571	.0068602	-0.56	0.574	-.0173028	.0095886
age_59	-.0015	.0070079	-0.21	0.831	-.0152352	.0122351
age_60	-.0080726	.0064264	-1.26	0.209	-.0206682	.004523
age_61	-.0028493	.0072075	-0.40	0.693	-.0169757	.0112772
age_62	-.0056799	.0069017	-0.82	0.411	-.019207	.0078471
age_63	-.004838	.0069351	-0.70	0.485	-.0184305	.0087546
age_64	-.005074	.0070244	-0.72	0.470	-.0188415	.0086935
age_65	-.0090341	.006867	-1.32	0.188	-.0224932	.004425
age_66	-.0032033	.0074133	-0.43	0.666	-.0177331	.0113265
age_67	-.007857	.0068736	-1.14	0.253	-.021329	.005615
age_68	-.0067204	.0074029	-0.91	0.364	-.0212298	.0077891
age_69	-.0034567	.0080709	-0.43	0.668	-.0192753	.0123619
age_70	-.0099639	.0076727	-1.30	0.194	-.0250022	.0050744
age_71	-.0102993	.0098019	-1.05	0.293	-.0295106	.0089121
age_72	-.0065099	.0085842	-0.76	0.448	-.0233348	.0103149
age_73	-.0099258	.008997	-1.10	0.270	-.0275597	.0077081
age_74	-.009725	.0096083	-1.01	0.311	-.0285569	.0091068
age_75	-.0048712	.0089666	-0.54	0.587	-.0224455	.012703
age_76	-.0081707	.0108598	-0.75	0.452	-.0294555	.0131142
age_77	-.0081513	.0116198	-0.70	0.483	-.0309257	.014623
age_78	-.0067053	.0126755	-0.53	0.597	-.0315487	.0181382
age_79	-.007363	.0132601	-0.56	0.579	-.0333523	.0186263
age_80	-.0064033	.0139235	-0.46	0.646	-.0336929	.0208863
period_1981	.0009742	.0019283	0.51	0.613	-.0028052	.0047537
period_1982	-.0007608	.0019873	-0.38	0.702	-.0046558	.0031343
period_1983	.0028983	.0020343	1.42	0.154	-.0010888	.0068855
period_1984	.001158	.0019861	0.58	0.560	-.0027347	.0050508
period_1985	-.0003767	.0019578	-0.19	0.847	-.0042139	.0034605
period_1986	-.0011305	.0019695	-0.57	0.566	-.0049906	.0027297
period_1987	-.0052639	.0018518	-2.84	0.004	-.0088933	-.0016345
period_1988	.0019871	.0018098	1.10	0.272	-.0015601	.0055342
period_1989	.0005141	.0018454	0.28	0.781	-.0031028	.0041311

cohort_1901	-.0162445	.0594881	-0.27	0.785	-.1328391	.1003501
cohort_1902	-.009206	.0368099	-0.25	0.803	-.081352	.06294
cohort_1903	-.0113186	.022768	-0.50	0.619	-.0559432	.0333059
cohort_1904	-.0117734	.0212799	-0.55	0.580	-.0534813	.0299346
cohort_1905	-.0099887	.0184582	-0.54	0.588	-.0461661	.0261886
cohort_1906	-.0109029	.0158143	-0.69	0.491	-.0418983	.0200926
cohort_1907	-.0087246	.0128685	-0.68	0.498	-.0339465	.0164973
cohort_1908	-.008989	.0118502	-0.76	0.448	-.032215	.0142371
cohort_1909	-.0096732	.0103232	-0.94	0.349	-.0299063	.0105599
cohort_1910	-.0090122	.0097676	-0.92	0.356	-.0281563	.0101319
cohort_1911	-.008684	.0088405	-0.98	0.326	-.026011	.008643
cohort_1912	-.0049344	.0090172	-0.55	0.584	-.0226077	.0127388
cohort_1913	-.0055833	.0081584	-0.68	0.494	-.0215734	.0104069
cohort_1914	-.0020837	.0081235	-0.26	0.798	-.0180054	.0138381
cohort_1915	-.0090375	.0086292	-1.05	0.295	-.0259504	.0078755
cohort_1916	-.0050478	.0087477	-0.58	0.564	-.022193	.0120973
cohort_1917	-.0085417	.0083706	-1.02	0.308	-.0249478	.0078644
cohort_1918	-.0086857	.0082936	-1.05	0.295	-.0249409	.0075695
cohort_1919	-.0068344	.0073344	-0.93	0.351	-.0212095	.0075408
cohort_1920	-.005405	.0073733	-0.73	0.464	-.0198564	.0090464
cohort_1921	-.0094513	.007283	-1.30	0.194	-.0237259	.0048232
cohort_1922	-.0098197	.0072627	-1.35	0.176	-.0240543	.0044149
cohort_1923	-.0041456	.007224	-0.57	0.566	-.0183043	.0100131
cohort_1924	-.0032078	.0072793	-0.44	0.659	-.017475	.0110594
cohort_1925	-.0030833	.0073365	-0.42	0.674	-.0174626	.0112961
cohort_1926	-.0069934	.0073248	-0.95	0.340	-.0213498	.007363
cohort_1927	-.0006725	.0072986	-0.09	0.927	-.0149775	.0136325
cohort_1928	-.0021277	.0075375	-0.28	0.778	-.016901	.0126456
cohort_1929	.00399	.0072602	0.55	0.583	-.0102397	.0182197
cohort_1930	.0021903	.0076554	0.29	0.775	-.0128141	.0171946
cohort_1931	-.0076589	.0076482	-1.00	0.317	-.0226491	.0073313
cohort_1932	-.0034813	.0076158	-0.46	0.648	-.018408	.0114455
cohort_1933	-.0013288	.007567	-0.18	0.861	-.0161598	.0135022
cohort_1934	-.0010543	.0072864	-0.14	0.885	-.0153354	.0132267
cohort_1935	.0057201	.0069707	0.82	0.412	-.0079422	.0193824
cohort_1936	-.0027978	.0069646	-0.40	0.688	-.0164481	.0108525
cohort_1937	.0051156	.0068492	0.75	0.455	-.0083086	.0185398
cohort_1938	.0068841	.0068837	1.00	0.317	-.0066078	.020376

cohort_1939	-.0043453	.0064729	-0.67	0.502	-.017032	.0083413
cohort_1940	-.0000792	.006516	-0.01	0.990	-.0128504	.012692
cohort_1941	-.004514	.0064186	-0.70	0.482	-.0170942	.0080662
cohort_1942	.0160149	.0064838	2.47	0.014	.0033069	.0287229
cohort_1943	.0128273	.0063199	2.03	0.042	.0004405	.025214
cohort_1944	.0014323	.0064743	0.22	0.825	-.0112571	.0141218
cohort_1945	-.0043014	.0066757	-0.64	0.519	-.0173855	.0087827
cohort_1946	.0023077	.0064525	0.36	0.721	-.010339	.0149543
cohort_1947	.0069227	.0061641	1.12	0.261	-.0051588	.0190042
cohort_1948	.0110424	.0059855	1.84	0.065	-.000689	.0227737
cohort_1949	-.0018387	.0059096	-0.31	0.756	-.0134212	.0097439
cohort_1950	.0076194	.0057918	1.32	0.188	-.0037324	.0189712
cohort_1951	.0055503	.0057091	0.97	0.331	-.0056393	.0167399
cohort_1952	.0031563	.0058135	0.54	0.587	-.0082379	.0145505
cohort_1953	.0009354	.0055487	0.17	0.866	-.0099398	.0118107
cohort_1954	-.0053402	.005637	-0.95	0.343	-.0163885	.0057081
cohort_1955	.001944	.0055199	0.35	0.725	-.0088747	.0127628
cohort_1956	-.000594	.005453	-0.11	0.913	-.0112816	.0100937
cohort_1957	-.0009107	.0055604	-0.16	0.870	-.0118088	.0099874
cohort_1958	.0001903	.0054513	0.03	0.972	-.010494	.0108745
cohort_1959	.0124038	.005463	2.27	0.023	.0016965	.0231111
cohort_1960	.0072585	.0054685	1.33	0.184	-.0034595	.0179766
cohort_1961	.0022104	.0057493	0.38	0.701	-.009058	.0134787
cohort_1962	.0062745	.0055627	1.13	0.259	-.0046283	.0171772
cohort_1963	.0045085	.0055549	0.81	0.417	-.006379	.015396
cohort_1964	.0142039	.0058916	2.41	0.016	.0026567	.0257512
cohort_1965	.0056343	.0062493	0.90	0.367	-.0066142	.0178827
cohort_1966	-.0033564	.0064253	-0.52	0.601	-.0159498	.0092369
cohort_1967	-.0006715	.0068744	-0.10	0.922	-.014145	.0128021
cohort_1968	.006245	.0074468	0.84	0.402	-.0083504	.0208404
cohort_1969	.0239914	.0086334	2.78	0.005	.0070703	.0409125
cohort_1970	.0106986	.0088554	1.21	0.227	-.0066577	.0280548
cohort_1971	.0078417	.0099167	0.79	0.429	-.0115947	.0272781
cohort_1972	.0059799	.0127882	0.47	0.640	-.0190845	.0310443
cohort_1973	-.0016382	.0147225	-0.11	0.911	-.0304937	.0272174
cohort_1974	-.01346	.0203661	-0.66	0.509	-.0533769	.0264568
cohort_1975	.0664489	.0259667	2.56	0.010	.0155551	.1173427
_cons	.0365864	.0030325	12.06	0.000	.0306428	.0425299

Tabelle 98: Effekteberechnung für Pauschalreisen.

```
. apc_ie Pauschal V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

Iteration 0:   log likelihood = -92679.905
Intrinsic estimator of APC effects
Optimization   : ML
No. of obs     = 143163
Residual df    = 142975
Scale parameter = .2139921
(1/df) Deviance = .2139921
(1/df) Pearson = .2139921

Deviance       = 30595.51395
Pearson        = 30595.51395

Variance function: V(u) = 1           [Gaussian]
Link function    : g(u) = u           [Identity]

Log likelihood  = -92679.90521
AIC             = 1.297373
BIC             = -1666766
```

Pauschal	OIM					[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.	z	P> z			
V5050	.0140834	.002458	5.73	0.000	.0092657	.0189011	
V3030	-.0470501	.0012107	-38.86	0.000	-.049423	-.0446772	
age_14	-.0068602	.0173388	-0.40	0.692	-.0408437	.0271233	
age_15	.0150387	.0157893	0.95	0.341	-.0159077	.0459851	
age_16	.0253738	.0140213	1.81	0.070	-.0021073	.052855	
age_17	.0339247	.0143242	2.37	0.018	.0058498	.0619995	
age_18	.0438009	.0128262	3.41	0.001	.0186621	.0689397	
age_19	.0472798	.0118048	4.01	0.000	.0241428	.0704168	
age_20	.0111972	.0117548	0.95	0.341	-.0118418	.0342362	
age_21	.02416	.0119611	2.02	0.043	.0007167	.0476034	
age_22	.0474652	.0114862	4.13	0.000	.0249526	.0699777	
age_23	.0031926	.0109743	0.29	0.771	-.0183167	.0247018	
age_24	.0182232	.0105773	1.72	0.085	-.0025078	.0389543	
age_25	-.0033504	.0103636	-0.32	0.746	-.0236627	.0169619	
age_26	.0232245	.0101057	2.30	0.022	.0034177	.0430313	
age_27	.0061523	.0100115	0.61	0.539	-.0134699	.0257745	
age_28	.029504	.0092869	3.18	0.001	.011302	.047706	
age_29	.0229893	.0093871	2.45	0.014	.004591	.0413877	
age_30	.0162059	.008934	1.81	0.070	-.0013043	.0337162	
age_31	.0211422	.0098276	2.15	0.031	.0018805	.040404	
age_32	.0023439	.0093947	0.25	0.803	-.0160694	.0207573	
age_33	.0091826	.0094423	0.97	0.331	-.009324	.0276891	
age_34	.0188622	.0091867	2.05	0.040	.0008566	.0368678	
age_35	.0214243	.0088944	2.41	0.016	.0039916	.038857	
age_36	.0204464	.0087538	2.34	0.020	.0032893	.0376036	
age_37	.0064401	.0091543	0.70	0.482	-.0115019	.0243822	
age_38	.0179296	.0084319	2.13	0.033	.0014034	.0344559	
age_39	.0164447	.0086176	1.91	0.056	-.0004455	.033335	
age_40	.0143909	.0080508	1.79	0.074	-.0013884	.0301701	
age_41	.0070153	.009101	0.77	0.441	-.0108224	.0248529	
age_42	.0084221	.0082204	1.02	0.306	-.0076896	.0245338	
age_43	-.0046414	.0089207	-0.52	0.603	-.0221256	.0128428	
age_44	.0179733	.0088838	2.02	0.043	.0005613	.0353853	
age_45	.0111564	.0087472	1.28	0.202	-.0059879	.0283006	
age_46	.0025681	.0093942	0.27	0.785	-.0158442	.0209805	
age_47	.0008526	.0096213	0.09	0.929	-.0180048	.0197101	
age_48	-.0042201	.0090759	-0.46	0.642	-.0220084	.0135683	
age_49	.0152595	.0095871	1.59	0.111	-.0035309	.0340498	
age_50	.0033618	.0086942	0.39	0.699	-.0136784	.0204021	

age_51	.0198053	.0098013	2.02	0.043	.0005951	.0390156
age_52	-.0256444	.0092207	-2.78	0.005	-.0437166	-.0075721
age_53	-.0196358	.0098433	-1.99	0.046	-.0389283	-.0003433
age_54	-.0182974	.0097823	-1.87	0.061	-.0374704	.0008756
age_55	-.0354496	.0097387	-3.64	0.000	-.054537	-.0163621
age_56	-.0312669	.0097418	-3.21	0.001	-.0503605	-.0121733
age_57	-.0505106	.0103653	-4.87	0.000	-.0708262	-.0301951
age_58	-.0225756	.0095229	-2.37	0.018	-.0412402	-.0039111
age_59	-.0330753	.009799	-3.38	0.001	-.0522809	-.0138697
age_60	-.0266167	.0089139	-2.99	0.003	-.0440877	-.0091458
age_61	-.0300881	.0102642	-2.93	0.003	-.0502056	-.0099706
age_62	-.0513129	.0097004	-5.29	0.000	-.0703253	-.0323004
age_63	-.025461	.0100018	-2.55	0.011	-.0450641	-.0058579
age_64	-.0093527	.0103145	-0.91	0.365	-.0295687	.0108633
age_65	-.0215084	.0097687	-2.20	0.028	-.0406547	-.0023622
age_66	-.0017312	.0106699	-0.16	0.871	-.0226438	.0191814
age_67	-.0194388	.0110372	-1.76	0.078	-.0410714	.0021937
age_68	.004004	.010655	0.38	0.707	-.0168795	.0248875
age_69	-.0076526	.0113719	-0.67	0.501	-.0299412	.014636
age_70	-.003634	.0104063	-0.35	0.727	-.0240301	.016762
age_71	-.0270314	.0123828	-2.18	0.029	-.0513013	-.0027616
age_72	-.0101653	.0120509	-0.84	0.399	-.0337846	.0134541
age_73	-.0307301	.0138013	-2.23	0.026	-.0577802	-.0036801
age_74	-.0408374	.0147129	-2.78	0.006	-.0696743	-.0120006
age_75	-.0195155	.0146509	-1.33	0.183	-.0482306	.0091997
age_76	-.0076616	.0172822	-0.44	0.658	-.0415341	.0262108
age_77	.0140185	.0189275	0.74	0.459	-.0230788	.0511157
age_78	.0081492	.0189179	0.43	0.667	-.0289292	.0452276
age_79	-.0386046	.0207344	-1.86	0.063	-.0792432	.002034
age_80	-.002055	.0209686	-0.10	0.922	-.0431527	.0390426
period_1974	-.1056336	.0085582	-12.34	0.000	-.1224074	-.0888598
period_1977	-.0977567	.0082913	-11.79	0.000	-.1140074	-.081506
period_1978	-.1075428	.0081262	-13.23	0.000	-.1234699	-.0916157
period_1979	-.0743534	.0081958	-9.07	0.000	-.0904169	-.0582898
period_1980	-.0994803	.0078146	-12.73	0.000	-.1147966	-.084164
period_1982	-.0942664	.0078673	-11.98	0.000	-.1096861	-.0788468
period_1983	-.1041679	.0081078	-12.85	0.000	-.1200589	-.0882769
period_1984	-.0520165	.0079452	-6.55	0.000	-.0675889	-.0364442
period_1993	-.0614342	.0058847	-10.44	0.000	-.072968	-.0499004
period_1994	-.0427265	.0059007	-7.24	0.000	-.0542916	-.0311613
period_1995	-.0533459	.0058909	-9.06	0.000	-.0648919	-.0418
period_1996	-.0312868	.0062687	-4.99	0.000	-.0435733	-.0190003
period_1997	-.0358387	.0060185	-5.95	0.000	-.0476348	-.0240427
period_1998	-.0329904	.0058977	-5.59	0.000	-.0445496	-.0214312
period_1999	.005644	.0060234	0.94	0.349	-.0061617	.0174498
period_2000	.0130396	.0059765	2.18	0.029	.0013259	.0247533
period_2001	-.0012507	.0059341	-0.21	0.833	-.0128814	.01038
period_2002	-.0143625	.0058887	-2.44	0.015	-.0259041	-.0028208
period_2003	.0028028	.0058774	0.48	0.633	-.0087167	.0143222
period_2004	.0250986	.0060182	4.17	0.000	.0133031	.0368941
period_2005	.149861	.0060324	24.84	0.000	.1380376	.1616844
period_2006	.1443439	.0060545	23.84	0.000	.1324773	.1562105
period_2007	.1424218	.0060239	23.64	0.000	.1306152	.1542284
period_2008	.132014	.0060468	21.83	0.000	.1201625	.1438654
period_2009	.1220874	.0061495	19.85	0.000	.1100346	.1341402
period_2010	.0832116	.0061719	13.48	0.000	.0711149	.0953084
period_2011	.0942749	.0061541	15.32	0.000	.082213	.1063367
period_2012	.0936537	.0061781	15.16	0.000	.0815449	.1057626

cohort_1894	-.1863265	.1259886	-1.48	0.139	-.4332596	.0606065
cohort_1895	-.0219604	.1066523	-0.21	0.837	-.2309949	.1870742
cohort_1896	-.1675304	.079034	-2.12	0.034	-.3224343	-.0126266
cohort_1897	-.1301623	.0701406	-1.86	0.063	-.2676353	.0073107
cohort_1898	.0386893	.0593073	0.65	0.514	-.0775509	.1549295
cohort_1899	-.0429967	.0531686	-0.81	0.419	-.1472052	.0612119
cohort_1900	.0092536	.0424332	0.22	0.827	-.073914	.0924212
cohort_1901	-.039323	.0416535	-0.94	0.345	-.1209624	.0423164
cohort_1902	.0376581	.0408209	0.92	0.356	-.0423494	.1176657
cohort_1903	-.0135688	.0361861	-0.37	0.708	-.0844922	.0573546
cohort_1904	-.046847	.030868	-1.52	0.129	-.1073471	.0136531
cohort_1905	-.0536453	.0293523	-1.83	0.068	-.1111749	.0038842
cohort_1906	.0084463	.0276433	0.31	0.760	-.0457336	.0626261
cohort_1907	.0288223	.0252207	1.14	0.253	-.0206094	.078254
cohort_1908	-.0467508	.022345	-2.09	0.036	-.0905461	-.0029555
cohort_1909	-.0638232	.0211672	-3.02	0.003	-.1053101	-.0223363
cohort_1910	-.0180984	.0197547	-0.92	0.360	-.0568169	.0206201
cohort_1911	-.0110471	.0184577	-0.60	0.550	-.0472235	.0251293
cohort_1912	-.0047462	.0180537	-0.26	0.793	-.0401308	.0306384
cohort_1913	-.0212098	.017456	-1.22	0.224	-.055423	.0130035
cohort_1914	-.0377108	.0168766	-2.23	0.025	-.0707884	-.0046332
cohort_1915	-.0093676	.0161579	-0.58	0.562	-.0410365	.0223013
cohort_1916	-.0098489	.0156617	-0.63	0.529	-.0405453	.0208474
cohort_1917	.0288195	.0149052	1.93	0.053	-.0003942	.0580332
cohort_1918	.0181799	.0137811	1.32	0.187	-.0088306	.0451903
cohort_1919	.0205938	.0131523	1.57	0.117	-.0051842	.0463718
cohort_1920	.0170783	.0133156	1.28	0.200	-.0090197	.0431763
cohort_1921	.0001488	.0130069	0.01	0.991	-.0253443	.0256419
cohort_1922	.0458053	.0127866	3.58	0.000	.020744	.0708665
cohort_1923	.0396491	.0116401	3.41	0.001	.0168349	.0624632
cohort_1924	.0137675	.011328	1.22	0.224	-.008435	.03597
cohort_1925	.0112989	.0109892	1.03	0.304	-.0102396	.0328374
cohort_1926	.0133518	.0105815	1.26	0.207	-.0073875	.0340912
cohort_1927	.0304248	.0104996	2.90	0.004	.009846	.0510035
cohort_1928	.0161633	.0103249	1.57	0.117	-.0040733	.0363998
cohort_1929	.0337182	.0102687	3.28	0.001	.0135919	.0538445
cohort_1930	.0408163	.0102054	4.00	0.000	.0208142	.0608185
cohort_1931	.0169172	.0104347	1.62	0.105	-.0035344	.0373687
cohort_1932	.0191772	.010571	1.81	0.070	-.0015416	.039896
cohort_1933	.0119951	.0104127	1.15	0.249	-.0084134	.0324036
cohort_1934	.0020927	.0108735	0.19	0.847	-.0192189	.0234043
cohort_1935	.0162267	.01059	1.53	0.125	-.0045294	.0369828
cohort_1936	.0001776	.0102044	0.02	0.986	-.0198226	.0201778
cohort_1937	-.0068399	.0100459	-0.68	0.496	-.0265296	.0128498
cohort_1938	.0248466	.0098451	2.52	0.012	.0055506	.0441426

cohort_1939	.0244569	.0096367	2.54	0.011	.0055692	.0433445
cohort_1940	.011245	.0096803	1.16	0.245	-.007728	.0302179
cohort_1941	.0252145	.0097709	2.58	0.010	.0060638	.0443651
cohort_1942	.0206677	.0097053	2.13	0.033	.0016457	.0396897
cohort_1943	.022789	.0097869	2.33	0.020	.0036071	.041971
cohort_1944	.0007254	.0097807	0.07	0.941	-.0184444	.0198952
cohort_1945	.0298666	.0095945	3.11	0.002	.0110616	.0486715
cohort_1946	-.0010832	.009468	-0.11	0.909	-.0196402	.0174737
cohort_1947	.0139026	.0094452	1.47	0.141	-.0046096	.0324149
cohort_1948	-.0048837	.0091647	-0.53	0.594	-.0228462	.0130788
cohort_1949	-.0002856	.0090698	-0.03	0.975	-.0180622	.0174909
cohort_1950	-.0053967	.0089579	-0.60	0.547	-.0229539	.0121606
cohort_1951	.0264453	.0091711	2.88	0.004	.0084703	.0444203
cohort_1952	-.0002634	.0089286	-0.03	0.976	-.0177632	.0172364
cohort_1953	.0065012	.0088936	0.73	0.465	-.01093	.0239323
cohort_1954	-.008652	.0089132	-0.97	0.332	-.0261215	.0088176
cohort_1955	-.0012532	.008761	-0.14	0.886	-.0184244	.0159181
cohort_1956	.0049223	.0090145	0.55	0.585	-.0127457	.0225903
cohort_1957	.0196433	.0088934	2.21	0.027	.0022125	.037074
cohort_1958	-.0137732	.0094118	-1.46	0.143	-.0322201	.0046736
cohort_1959	.0121912	.0094412	1.29	0.197	-.0063132	.0306956
cohort_1960	.027989	.0098304	2.85	0.004	.0087218	.0472562
cohort_1961	.0090888	.010347	0.88	0.380	-.0111909	.0293685
cohort_1962	.0235583	.0109603	2.15	0.032	.0020765	.0450401
cohort_1963	.0159127	.0112792	1.41	0.158	-.0061941	.0380195
cohort_1964	.0164763	.0115462	1.43	0.154	-.0061538	.0391064
cohort_1965	.0072457	.0116618	0.62	0.534	-.015611	.0301024
cohort_1966	-.0333857	.012043	-2.77	0.006	-.0569895	-.0097819
cohort_1967	-.0064456	.0126643	-0.51	0.611	-.0312672	.018376
cohort_1968	-.0200853	.013413	-1.50	0.134	-.0463743	.0062037
cohort_1969	-.0217037	.0132738	-1.64	0.102	-.04772	.0043125
cohort_1970	.0024059	.0138902	0.17	0.862	-.0248184	.0296301
cohort_1971	.0208359	.0146805	1.42	0.156	-.0079373	.0496091
cohort_1972	.0459623	.0146085	3.15	0.002	.0173302	.0745945
cohort_1973	-.0134189	.0159676	-0.84	0.401	-.0447149	.017877
cohort_1974	.0421192	.0170459	2.47	0.013	.0087099	.0755285
cohort_1975	.0303524	.016721	1.82	0.069	-.0024201	.063125
cohort_1976	.0064591	.0184887	0.35	0.727	-.0297781	.0426964
cohort_1977	.0135866	.019098	0.71	0.477	-.0238448	.051018
cohort_1978	.0002818	.0209711	0.01	0.989	-.0408209	.0413844
cohort_1979	.0044769	.0221705	0.20	0.840	-.0389764	.0479303
cohort_1980	.030065	.0246857	1.22	0.223	-.0183182	.0784481
cohort_1981	-.0289495	.0259652	-1.11	0.265	-.0798404	.0219413
cohort_1982	.0650303	.0296926	2.19	0.029	.006834	.1232266
cohort_1983	-.0736501	.037981	-1.94	0.052	-.1480914	.0007912
cohort_1984	.0487809	.0395627	1.23	0.218	-.0287607	.1263224
cohort_1985	.0509475	.0512585	0.99	0.320	-.0495174	.1514125
cohort_1986	.012978	.0600564	0.22	0.829	-.1047303	.1306863
cohort_1987	-.0722086	.0932559	-0.77	0.439	-.2549868	.1105697
_cons	.4071793	.0057559	70.74	0.000	.395898	.4184606

Tabelle 99: Effekteberechnung für die Reisebegleiterzahl (ohne Kontrolle der Haushaltsgröße).

. apc_ie Begleitung V5050, age(Alter) period(Jahr)

Iteration 0: log likelihood = -291445.43
 Intrinsic estimator of APC effects No. of obs = 187719
 Optimization : ML Residual df = 187506
 Scale parameter = 1.307848
 Deviance = 245229.2785 (1/df) Deviance = 1.307848
 Pearson = 245229.2785 (1/df) Pearson = 1.307848

Variance function: V(u) = 1 [Gaussian]
 Link function : g(u) = u [Identity]

Log likelihood = -291445.4336 AIC = 3.107394
 BIC = -2031600

Begleitung	OIM					[95% Conf. Interval]
	Coef.	Std. Err.	z	P> z		
V5050	-.0037856	.0053058	-0.71	0.476	-.0141847	.0066135
age_14	.9528552	.0370514	25.72	0.000	.8802357	1.025475
age_15	.8648535	.033126	26.11	0.000	.7999277	.9297793
age_16	.7856941	.0303954	25.85	0.000	.7261203	.8452679
age_17	.705728	.0306096	23.06	0.000	.6457343	.7657217
age_18	.5298069	.0274139	19.33	0.000	.4760768	.5835371
age_19	.2638723	.0253182	10.42	0.000	.2142494	.3134951
age_20	.0609336	.025303	2.41	0.016	.0113406	.1105266
age_21	.0283705	.0254495	1.11	0.265	-.0215097	.0782507
age_22	-.1002605	.0241063	-4.16	0.000	-.147508	-.0530129
age_23	-.0954085	.0231993	-4.11	0.000	-.1408783	-.0499386
age_24	-.0646421	.0222713	-2.90	0.004	-.1082929	-.0209912
age_25	-.0530811	.0218562	-2.43	0.015	-.0959184	-.0102437
age_26	-.0186643	.0214106	-0.87	0.383	-.0606283	.0232998
age_27	-.0058468	.0212289	-0.28	0.783	-.0474547	.0357612
age_28	.0466119	.0197776	2.36	0.018	.0078485	.0853753
age_29	.1709933	.0201517	8.49	0.000	.1314967	.2104899
age_30	.2530691	.0189486	13.36	0.000	.2159305	.2902077
age_31	.3211365	.0207367	15.49	0.000	.2804933	.3617797
age_32	.3991936	.019745	20.22	0.000	.360494	.4378932
age_33	.4827851	.0198837	24.28	0.000	.4438137	.5217564
age_34	.5280903	.0195685	26.99	0.000	.4897368	.5664438
age_35	.5340585	.0187537	28.48	0.000	.497302	.5708151
age_36	.6043326	.0184618	32.73	0.000	.5681482	.640517
age_37	.6187793	.019384	31.92	0.000	.5807875	.6567712
age_38	.5689487	.0178021	31.96	0.000	.5340573	.6038401
age_39	.5693792	.018643	30.54	0.000	.5328395	.6059188
age_40	.5289321	.017183	30.78	0.000	.495254	.5626103
age_41	.4555339	.0195397	23.31	0.000	.4172368	.493831
age_42	.4158316	.0175939	23.64	0.000	.3813482	.4503149
age_43	.3616106	.0191368	18.90	0.000	.3241032	.399118
age_44	.3023741	.0193099	15.66	0.000	.2645274	.3402208
age_45	.1897989	.0186762	10.16	0.000	.1531942	.2264037
age_46	.1498864	.0198902	7.54	0.000	.1109023	.1888705
age_47	.0756854	.0204437	3.70	0.000	.0356165	.1157543
age_48	-.0034839	.0191536	-0.18	0.856	-.0410243	.0340565
age_49	-.0667521	.0205835	-3.24	0.001	-.1070951	-.0264091
age_50	-.1389185	.0181935	-7.64	0.000	-.1745772	-.1032599

age_51	-.1832139	.0211136	-8.68	0.000	-.2245959	-.141832
age_52	-.2182315	.0195702	-11.15	0.000	-.2565883	-.1798747
age_53	-.2258802	.0212346	-10.64	0.000	-.2674992	-.1842611
age_54	-.2785037	.0211395	-13.17	0.000	-.3199363	-.2370711
age_55	-.2963786	.0209507	-14.15	0.000	-.3374413	-.2553159
age_56	-.2981746	.0211036	-14.13	0.000	-.3395369	-.2568124
age_57	-.3316228	.0227245	-14.59	0.000	-.376162	-.2870837
age_58	-.3410405	.0207479	-16.44	0.000	-.3817057	-.3003753
age_59	-.3634653	.02146	-16.94	0.000	-.4055261	-.3214045
age_60	-.3874639	.0192052	-20.17	0.000	-.4251054	-.3498224
age_61	-.3673062	.0222915	-16.48	0.000	-.4109968	-.3236156
age_62	-.3980817	.0209669	-18.99	0.000	-.439176	-.3569874
age_63	-.396495	.0215643	-18.39	0.000	-.4387604	-.3542297
age_64	-.3617847	.0224572	-16.11	0.000	-.4057999	-.3177695
age_65	-.38855	.0210248	-18.48	0.000	-.429758	-.3473421
age_66	-.3865752	.0232329	-16.64	0.000	-.4321108	-.3410396
age_67	-.3669224	.023769	-15.44	0.000	-.4135088	-.320336
age_68	-.3741942	.0234323	-15.97	0.000	-.4201207	-.3282677
age_69	-.4389547	.0252383	-17.39	0.000	-.4884209	-.3894886
age_70	-.4317047	.023129	-18.67	0.000	-.4770367	-.3863727
age_71	-.3538409	.0277175	-12.77	0.000	-.4081663	-.2995156
age_72	-.4533769	.0270499	-16.76	0.000	-.5063937	-.40036
age_73	-.4570398	.0306033	-14.93	0.000	-.5170213	-.3970584
age_74	-.4604012	.0325952	-14.12	0.000	-.5242866	-.3965158
age_75	-.4323916	.0316889	-13.64	0.000	-.4945007	-.3702825
age_76	-.4662766	.0375464	-12.42	0.000	-.5398662	-.3926869
age_77	-.4501705	.0403457	-11.16	0.000	-.5292467	-.3710943
age_78	-.4002929	.0408221	-9.81	0.000	-.4803027	-.3202831
age_79	-.5043377	.0444953	-11.33	0.000	-.5915469	-.4171285
age_80	-.4094154	.0453885	-9.02	0.000	-.4983752	-.3204556
period_1971	.1052915	.0223456	4.71	0.000	.0614949	.1490881
period_1972	.0096229	.0215013	0.45	0.654	-.0325188	.0517646
period_1973	-.0537924	.0230069	-2.34	0.019	-.098885	-.0086998
period_1974	.0139133	.0215823	0.64	0.519	-.0283873	.0562139
period_1975	.0622811	.0205293	3.03	0.002	.0220444	.1025177
period_1976	.1188507	.0206583	5.75	0.000	.0783612	.1593401
period_1977	-.0672706	.0209357	-3.21	0.001	-.1083039	-.0262373
period_1978	-.0034798	.0204196	-0.17	0.865	-.0435014	.0365419
period_1979	-.0477715	.0205198	-2.33	0.020	-.0879895	-.0075535
period_1980	-.0379966	.0197932	-1.92	0.055	-.0767906	.0007973
period_1981	-.1683537	.0192922	-8.73	0.000	-.2061658	-.1305416
period_1982	-.0379663	.0196129	-1.94	0.053	-.0764069	.0004742
period_1983	-.0807983	.0202547	-3.99	0.000	-.1204967	-.0410998
period_1984	-.0363263	.0198427	-1.83	0.067	-.0752173	.0025648
period_1985	-.0483074	.0194928	-2.48	0.013	-.0865126	-.0101022
period_1986	-.0646609	.0195683	-3.30	0.001	-.1030141	-.0263078
period_1987	-.2285113	.0182312	-12.53	0.000	-.2642438	-.1927789
period_1988	-.0217352	.0175552	-1.24	0.216	-.0561428	.0126723
period_1989	-.0181502	.0176886	-1.03	0.305	-.0528192	.0165189
period_1990	-.0080568	.0167167	-0.48	0.630	-.0408209	.0247073
period_1991	-.050391	.0167266	-3.01	0.003	-.0831746	-.0176074
period_1992	-.5383928	.0165905	-32.45	0.000	-.5709095	-.5058761
period_1994	.0839769	.0146171	5.75	0.000	.0553279	.1126259
period_1995	.1478731	.0146317	10.11	0.000	.1191955	.1765507
period_1996	.1091579	.015627	6.99	0.000	.0785296	.1397862
period_1997	.1432433	.0150428	9.52	0.000	.11376	.1727267
period_1998	.1189242	.014783	8.04	0.000	.0899501	.1478983
period_1999	.0717888	.015138	4.74	0.000	.0421188	.1014588
period_2000	.0542148	.0150613	3.60	0.000	.0246953	.0837343

period_2001	.0857441	.0150008	5.72	0.000	.056343	.1151452
period_2002	.0536775	.014932	3.59	0.000	.0244113	.0829437
period_2003	.0629763	.0149441	4.21	0.000	.0336863	.0922662
period_2004	.0915927	.0153298	5.97	0.000	.0615467	.1216386
period_2005	.083171	.0154025	5.40	0.000	.0529827	.1133594
period_2006	-.0008311	.0154963	-0.05	0.957	-.0312032	.0295411
period_2007	.0127395	.0154577	0.82	0.410	-.0175571	.0430361
period_2008	.0327632	.0155533	2.11	0.035	.0022792	.0632472
period_2009	.016913	.0158352	1.07	0.285	-.0141235	.0479495
period_2010	.0312882	.0159235	1.96	0.049	.0000787	.0624978
period_2011	.0037768	.0159154	0.24	0.812	-.0274169	.0349705
period_2012	-.0009887	.0160147	-0.06	0.951	-.0323768	.0303995
cohort_1891	-.3934992	.4552173	-0.86	0.387	-1.285709	.4987103
cohort_1892	-.6768535	.3364216	-2.01	0.044	-1.336228	-.0174792
cohort_1893	-.2493679	.2122803	-1.17	0.240	-.6654297	.1666939
cohort_1894	-.2813969	.1779858	-1.58	0.114	-.6302427	.067449
cohort_1895	-.4068104	.1696565	-2.40	0.016	-.739331	-.0742899
cohort_1896	-.2107596	.1325807	-1.59	0.112	-.470613	.0490938
cohort_1897	-.193277	.1204052	-1.61	0.108	-.4292669	.0427128
cohort_1898	-.350931	.1059645	-3.31	0.001	-.5586177	-.1432443
cohort_1899	-.2004646	.0981064	-2.04	0.041	-.3927495	-.0081796
cohort_1900	-.3463537	.089476	-3.87	0.000	-.5217234	-.170984
cohort_1901	-.3648153	.0818957	-4.45	0.000	-.5253279	-.2043028
cohort_1902	-.3096004	.0709855	-4.36	0.000	-.4487293	-.1704714
cohort_1903	-.3318428	.0728863	-4.55	0.000	-.4746973	-.1889884
cohort_1904	-.0949732	.0691009	-1.37	0.169	-.2304085	.0404621
cohort_1905	-.1878208	.06423	-2.92	0.003	-.3137093	-.0619322
cohort_1906	-.2142444	.058657	-3.65	0.000	-.32921	-.0992789
cohort_1907	-.179153	.0539365	-3.32	0.001	-.2848666	-.0734394
cohort_1908	-.1628429	.0501843	-3.24	0.001	-.2612023	-.0644836
cohort_1909	-.1595116	.0492072	-3.24	0.001	-.2559561	-.0630672
cohort_1910	-.0809418	.0474032	-1.71	0.088	-.1738504	.0119667
cohort_1911	-.0983922	.0441193	-2.23	0.026	-.1848643	-.0119201
cohort_1912	-.0856288	.0436	-1.96	0.050	-.1710831	-.0001744
cohort_1913	-.1162223	.0416215	-2.79	0.005	-.1977989	-.0346457
cohort_1914	-.0998957	.0410662	-2.43	0.015	-.1803839	-.0194075
cohort_1915	-.0611743	.0457187	-1.34	0.181	-.1507814	.0284327
cohort_1916	-.1510737	.0479657	-3.15	0.002	-.2450849	-.0570626
cohort_1917	-.071638	.0448575	-1.60	0.110	-.159557	.016281
cohort_1918	-.0633921	.0429299	-1.48	0.140	-.1475332	.020749
cohort_1919	-.0590092	.0360563	-1.64	0.102	-.1296783	.0116599
cohort_1920	-.0551287	.0345716	-1.59	0.111	-.1228878	.0126303
cohort_1921	-.0202848	.033838	-0.60	0.549	-.0866059	.0460364
cohort_1922	.0119224	.0331892	0.36	0.719	-.0531274	.0769721
cohort_1923	-.025326	.0323248	-0.78	0.433	-.0886815	.0380295
cohort_1924	.0359557	.0316298	1.14	0.256	-.0260375	.0979489
cohort_1925	.0484263	.0298767	1.62	0.105	-.010131	.1069836
cohort_1926	.0306625	.0299886	1.02	0.307	-.0281142	.0894391
cohort_1927	.0799754	.0288014	2.78	0.005	.0235257	.1364252
cohort_1928	.0556085	.0283563	1.96	0.050	.0000313	.1111858
cohort_1929	.0790765	.0273677	2.89	0.004	.0254369	.1327161
cohort_1930	.0723914	.0273921	2.64	0.008	.0187039	.1260789
cohort_1931	.1144674	.0272801	4.20	0.000	.0609994	.1679353
cohort_1932	.0778303	.0265944	2.93	0.003	.0257063	.1299543
cohort_1933	.0971304	.0251187	3.87	0.000	.0478986	.1463622
cohort_1934	.0927298	.0239498	3.87	0.000	.045789	.1396707
cohort_1935	.1261868	.022747	5.55	0.000	.0816034	.1707701
cohort_1936	.0937064	.0221144	4.24	0.000	.0503629	.1370499
cohort_1937	.1121277	.0217171	5.16	0.000	.069563	.1546923
cohort_1938	.0980574	.0213834	4.59	0.000	.0561467	.1399681

cohort_1939	.1432898	.0209871	6.83	0.000	.1021558	.1844238
cohort_1940	.1055101	.0207685	5.08	0.000	.0648046	.1462156
cohort_1941	.0735173	.0212433	3.46	0.001	.0318811	.1151534
cohort_1942	.1261037	.0216177	5.83	0.000	.0837337	.1684736
cohort_1943	.0875615	.021547	4.06	0.000	.0453302	.1297929
cohort_1944	.0417427	.0225632	1.85	0.064	-.0024804	.0859657
cohort_1945	.0487207	.0230229	2.12	0.034	.0035967	.0938448
cohort_1946	.0622273	.0220755	2.82	0.005	.0189601	.1054945
cohort_1947	.0656051	.0216277	3.03	0.002	.0232157	.1079945
cohort_1948	.0802111	.0210509	3.81	0.000	.0389521	.1214701
cohort_1949	.0458355	.0207026	2.21	0.027	.0052592	.0864117
cohort_1950	.0626473	.0205362	3.05	0.002	.0223971	.1028975
cohort_1951	-.0015981	.0207041	-0.08	0.938	-.0421773	.0389812
cohort_1952	.0428689	.0204862	2.09	0.036	.0027167	.0830212
cohort_1953	.0630347	.0204788	3.08	0.002	.022897	.1031724
cohort_1954	.0441234	.0206405	2.14	0.033	.0036687	.0845781
cohort_1955	.0642408	.0206413	3.11	0.002	.0237845	.104697
cohort_1956	.0547221	.0204173	2.68	0.007	.014705	.0947393
cohort_1957	.0680252	.0204633	3.32	0.001	.027918	.1081325
cohort_1958	.0697375	.0201309	3.46	0.001	.0302817	.1091934
cohort_1959	.0477639	.0199462	2.39	0.017	.00867	.0868578
cohort_1960	.0507313	.0198672	2.55	0.011	.0117924	.0896702
cohort_1961	.0929573	.020467	4.54	0.000	.0528427	.1330719
cohort_1962	.0786454	.0200133	3.93	0.000	.03942	.1178708
cohort_1963	.0619882	.0198666	3.12	0.002	.0230504	.1009261
cohort_1964	.0472932	.0203068	2.33	0.020	.0074927	.0870937
cohort_1965	.0232267	.0204179	1.14	0.254	-.0167514	.0632853
cohort_1966	.0561709	.0209125	2.69	0.007	.0151831	.0971587
cohort_1967	-.0070007	.0212552	-0.33	0.742	-.0486601	.0346587
cohort_1968	-.0201004	.0223277	-0.90	0.368	-.0638617	.023661
cohort_1969	.018308	.0230209	0.80	0.426	-.0268121	.0634282
cohort_1970	-.0167357	.0240353	-0.70	0.486	-.0638441	.0303727
cohort_1971	.041427	.0254477	1.63	0.104	-.0084495	.0913036
cohort_1972	.0117602	.0271709	0.43	0.665	-.0414937	.0650141
cohort_1973	.0801557	.0278722	2.88	0.004	.0255271	.1347843
cohort_1974	.0338697	.0288548	1.17	0.240	-.0226847	.0904241
cohort_1975	.074615	.0290562	2.57	0.010	.0176658	.1315642
cohort_1976	.0616106	.0300617	2.05	0.040	.0026907	.1205305
cohort_1977	.081809	.0314022	2.61	0.009	.0202618	.1433562
cohort_1978	.1612879	.0332998	4.84	0.000	.0960215	.2265543
cohort_1979	.1714503	.0327544	5.23	0.000	.1072528	.2356477
cohort_1980	.0843069	.034287	2.46	0.014	.0171056	.1515083
cohort_1981	.0688071	.0362572	1.90	0.058	-.0022557	.1398698
cohort_1982	.1154931	.0360887	3.20	0.001	.0447606	.1862256
cohort_1983	.1325999	.0394595	3.36	0.001	.0552606	.2099391
cohort_1984	.2434779	.0421267	5.78	0.000	.1609111	.3260447
cohort_1985	.1514161	.0413236	3.66	0.000	.0704234	.2324088
cohort_1986	.2337845	.0456864	5.12	0.000	.1442409	.3233281
cohort_1987	.1899106	.0471959	4.02	0.000	.0974083	.2824129
cohort_1988	.1631518	.051825	3.15	0.002	.0615768	.2647269
cohort_1989	.2314107	.054774	4.22	0.000	.1240555	.3387658
cohort_1990	.1242192	.0610141	2.04	0.042	.0046337	.2438046
cohort_1991	.175381	.0641482	2.73	0.006	.0496528	.3011091
cohort_1992	.1682264	.0733738	2.29	0.022	.0244164	.3120365
cohort_1993	.0780961	.0938713	0.83	0.405	-.1058882	.2620804
cohort_1994	.0754968	.0977326	0.77	0.440	-.1160556	.2670493
cohort_1995	.1801393	.1266898	1.42	0.155	-.0681682	.4284468
cohort_1996	.4036488	.1481803	2.72	0.006	.1132208	.6940768
cohort_1997	-.2425959	.2299653	-1.05	0.291	-.6933196	.2081279
_cons	2.536635	.0116336	218.04	0.000	2.513833	2.559436

Tabelle 100: Effekteberechnung für die Reisebegleiterzahl (mit Kontrolle der Haushaltsgröße).

. apc_ie Begleitung V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

```

Iteration 0:   log likelihood = -269999.48
Intrinsic estimator of APC effects
Optimization   : ML
Deviance       = 195154.9028
Pearson        = 195154.9028

Variance function: V(u) = 1
Link function    : g(u) = u

AIC = 2.879053
BIC = -2081544
    
```

Begleitung	OIM					[95% Conf. Interval]
	Coef.	Std. Err.	z	P> z		
V5050	.0066588	.0047336	1.41	0.160	-.002619	.0159366
V3030	.5095053	.0023235	219.29	0.000	.5049514	.5140592
age_14	.2759133	.0331976	8.31	0.000	.2108472	.3409793
age_15	.1910835	.0297112	6.43	0.000	.1328507	.2493164
age_16	.135869	.0272773	4.98	0.000	.0824065	.1893314
age_17	.0682508	.0274612	2.49	0.013	.0144277	.1220738
age_18	.0702205	.0245457	2.86	0.004	.0221119	.1183291
age_19	-.0160341	.0226225	-0.71	0.478	-.0603734	.0283053
age_20	-.0806142	.0225821	-3.57	0.000	-.1248744	-.036354
age_21	.0322173	.0227036	1.42	0.156	-.012281	.0767156
age_22	-.0179807	.0215086	-0.84	0.403	-.0601368	.0241754
age_23	.0439994	.0207095	2.12	0.034	.0034096	.0845892
age_24	.0852138	.01988	4.29	0.000	.0462497	.1241779
age_25	.108519	.0195119	5.56	0.000	.0702764	.1467617
age_26	.1147674	.0191102	6.01	0.000	.0773121	.1522227
age_27	.087407	.0189432	4.61	0.000	.0502791	.124535
age_28	.1077202	.0176459	6.10	0.000	.0731349	.1423054
age_29	.1524427	.0179776	8.48	0.000	.1172072	.1876781
age_30	.1691836	.0169085	10.01	0.000	.1360436	.2023236
age_31	.2173535	.0185054	11.75	0.000	.1810837	.2536233
age_32	.2201613	.0176335	12.49	0.000	.1856002	.2547224
age_33	.2339094	.0177746	13.16	0.000	.1990718	.268747
age_34	.2513798	.0175027	14.36	0.000	.2170752	.2856844
age_35	.2432392	.0167848	14.49	0.000	.2103417	.2761368
age_36	.283388	.0165366	17.14	0.000	.2509769	.3157992
age_37	.2693895	.0173658	15.51	0.000	.2353532	.3034258
age_38	.2425386	.0159509	15.21	0.000	.2112753	.2738018
age_39	.2181141	.0167085	13.05	0.000	.185366	.2508621
age_40	.1804416	.015413	11.71	0.000	.1502327	.2106504
age_41	.1442436	.0174919	8.25	0.000	.1099601	.1785271
age_42	.1086926	.0157616	6.90	0.000	.0778004	.1395847
age_43	.0532487	.0171298	3.11	0.002	.0196749	.0868226
age_44	.0172076	.0172776	1.00	0.319	-.016656	.0510711
age_45	-.0375613	.0166954	-2.25	0.024	-.0702836	-.004839
age_46	-.0504809	.0177677	-2.84	0.004	-.0853049	-.015657
age_47	-.1035831	.0182562	-5.67	0.000	-.1393647	-.0678016
age_48	-.12719	.0170963	-7.44	0.000	-.1606982	-.0936818
age_49	-.1517304	.0183667	-8.26	0.000	-.1877286	-.1157323
age_50	-.1621586	.0162309	-9.99	0.000	-.1939705	-.1303467

age_51	-.1757018	.0188356	-9.33	0.000	-.2126188	-.1387847
age_52	-.1940275	.017459	-11.11	0.000	-.2282464	-.1598085
age_53	-.1695336	.0189452	-8.95	0.000	-.2066656	-.1324017
age_54	-.187232	.0188632	-9.93	0.000	-.2242032	-.1502608
age_55	-.1691176	.0186992	-9.04	0.000	-.2057675	-.1324678
age_56	-.1673906	.018836	-8.89	0.000	-.2043085	-.1304726
age_57	-.1605297	.0202876	-7.91	0.000	-.2002927	-.1207668
age_58	-.1473625	.0185304	-7.95	0.000	-.1836814	-.1110437
age_59	-.1498892	.0191693	-7.82	0.000	-.1874603	-.1123181
age_60	-.1523245	.0171666	-8.87	0.000	-.1859704	-.1186787
age_61	-.1146262	.0199197	-5.75	0.000	-.1536682	-.0755843
age_62	-.1312341	.0187442	-7.00	0.000	-.167972	-.0944962
age_63	-.1221977	.0192783	-6.34	0.000	-.1599824	-.084413
age_64	-.0732453	.0200773	-3.65	0.000	-.1125961	-.0338945
age_65	-.1125422	.0187985	-5.99	0.000	-.1493867	-.0756977
age_66	-.1027561	.0207665	-4.95	0.000	-.1434578	-.0620545
age_67	-.0842549	.0212436	-3.97	0.000	-.1258915	-.0426182
age_68	-.0747234	.0209486	-3.57	0.000	-.115782	-.0336649
age_69	-.1128756	.0225642	-5.00	0.000	-.1571007	-.0686505
age_70	-.1063161	.0206868	-5.14	0.000	-.1468614	-.0657707
age_71	-.0188885	.0247741	-0.76	0.446	-.0674448	-.0296678
age_72	-.1156945	.0241804	-4.78	0.000	-.1630873	-.0683017
age_73	-.1255987	.0273432	-4.59	0.000	-.1791903	-.0720071
age_74	-.1177334	.0291202	-4.04	0.000	-.174808	-.0606588
age_75	-.0849469	.0283142	-3.00	0.003	-.1404417	-.0294522
age_76	-.1234651	.0335318	-3.68	0.000	-.1891863	-.057744
age_77	-.0873198	.0360306	-2.42	0.015	-.1579385	-.0167011
age_78	-.0327596	.0364561	-0.90	0.369	-.1042122	.038693
age_79	-.1297235	.0397312	-3.27	0.001	-.2075951	-.0518518
age_80	-.0347708	.0405272	-0.86	0.391	-.1142027	.0446611
period_1971	-.0921908	.0199549	-4.62	0.000	-.1313018	-.0530798
period_1972	-.130883	.0191921	-6.82	0.000	-.1684988	-.0932672
period_1973	-.1667319	.0205501	-8.11	0.000	-.2070093	-.1264545
period_1974	-.0917082	.0192597	-4.76	0.000	-.1294566	-.0539599
period_1975	-.0382565	.01832	-2.09	0.037	-.0741631	-.00235
period_1976	.008829	.0184362	0.48	0.632	-.0273052	.0449632
period_1977	-.1321836	.0186792	-7.08	0.000	-.1687942	-.095573
period_1978	-.0557842	.018218	-3.06	0.002	-.0914908	-.0200776
period_1979	-.0942361	.018307	-5.15	0.000	-.1301171	-.058355
period_1980	-.0999135	.0176599	-5.66	0.000	-.1345261	-.0653008
period_1981	-.2785051	.017218	-16.18	0.000	-.3122519	-.2447584
period_1982	-.1899507	.0175105	-10.85	0.000	-.2242706	-.1556307
period_1983	-.1402364	.0180713	-7.76	0.000	-.1756556	-.1048172
period_1984	-.0774275	.0177028	-4.37	0.000	-.1121243	-.0427307
period_1985	-.0740243	.01739	-4.26	0.000	-.1081081	-.0399405
period_1986	-.1062592	.017468	-6.08	0.000	-.1404959	-.0720225
period_1987	-.179816	.0162656	-11.05	0.000	-.2116961	-.147936
period_1988	-.0280048	.0156611	-1.79	0.074	-.0587	.0026904
period_1989	-.0092741	.0157801	-0.59	0.557	-.0402026	.0216544
period_1990	-.0171355	.0149131	-1.15	0.251	-.0463646	.0120937
period_1991	-.0389718	.014922	-2.61	0.009	-.0682183	-.0097252
period_1992	-.4932113	.0148019	-33.32	0.000	-.5222224	-.4642002
period_1994	.1323635	.0130419	10.15	0.000	.1068019	.157925
period_1995	.185658	.0130541	14.22	0.000	.1600723	.2112436
period_1996	.1523662	.0139423	10.93	0.000	.1250398	.1796926
period_1997	.1727755	.0134204	12.87	0.000	.1464719	.199079
period_1998	.160621	.0131893	12.18	0.000	.1347704	.1864716
period_1999	.1294369	.0135073	9.58	0.000	.1029631	.1559106
period_2000	.1115731	.0134388	8.30	0.000	.0852336	.1379126

period_2001	.1675414	.0133875	12.51	0.000	.1413024	.1937805
period_2002	.1257071	.013325	9.43	0.000	.0995907	.1518236
period_2003	.1459621	.0133371	10.94	0.000	.1198219	.1721023
period_2004	.1736379	.0136809	12.69	0.000	.1468237	.200452
period_2005	.1433586	.0137434	10.43	0.000	.116422	.1702952
period_2006	.0802023	.0138292	5.80	0.000	.0530975	.1073071
period_2007	.1117138	.0137973	8.10	0.000	.0846716	.138756
period_2008	.1173501	.0138805	8.45	0.000	.0901447	.1445555
period_2009	.1107728	.0141332	7.84	0.000	.0830724	.1384733
period_2010	.1172636	.0142109	8.25	0.000	.0894108	.1451164
period_2011	.0907172	.0142038	6.39	0.000	.0628784	.1185561
period_2012	.0968545	.0142937	6.78	0.000	.0688394	.1248697
cohort_1891	-.1396228	.4061025	-0.34	0.731	-.9355691	.6563235
cohort_1892	-.5188116	.3001237	-1.73	0.084	-1.107043	.0694201
cohort_1893	.0149636	.1893799	0.08	0.937	-.3562141	.3861413
cohort_1894	-.0114857	.1587866	-0.07	0.942	-.3227018	.2997304
cohort_1895	-.1814368	.1513546	-1.20	0.231	-.4780864	.1152128
cohort_1896	.0242479	.1182805	0.21	0.838	-.2075777	.2560735
cohort_1897	-.0012957	.1074175	-0.01	0.990	-.2118301	.2092386
cohort_1898	-.2419312	.0945327	-2.56	0.010	-.4272119	-.0566506
cohort_1899	-.0540407	.0875236	-0.62	0.537	-.2255838	.1175023
cohort_1900	-.1534286	.0798267	-1.92	0.055	-.309886	.0030288
cohort_1901	-.1763646	.0730645	-2.41	0.016	-.3195683	-.0331609
cohort_1902	-.1370611	.0633313	-2.16	0.030	-.261188	-.0129341
cohort_1903	-.1501504	.0650274	-2.31	0.021	-.2776017	-.0226991
cohort_1904	.0678059	.0616496	1.10	0.271	-.0530252	.1886369
cohort_1905	-.0603894	.0573028	-1.05	0.292	-.1727008	.051922
cohort_1906	-.0786481	.0523317	-1.50	0.133	-.1812164	.0239202
cohort_1907	-.0572293	.0481202	-1.19	0.234	-.151543	.0370845
cohort_1908	-.042792	.0447729	-0.96	0.339	-.1305453	.0449613
cohort_1909	-.0559272	.0439005	-1.27	0.203	-.1419706	.0301162
cohort_1910	.0306123	.0422916	0.72	0.469	-.0522778	.1135023
cohort_1911	-.0138141	.0393608	-0.35	0.726	-.0909599	.0633317
cohort_1912	.0031676	.0388978	0.08	0.935	-.0730706	.0794059
cohort_1913	-.0212498	.0371332	-0.57	0.567	-.0940295	.0515299
cohort_1914	-.004031	.0366379	-0.11	0.912	-.0758399	.0677779
cohort_1915	.04154	.0407885	1.02	0.308	-.038404	.121484
cohort_1916	-.089918	.0427913	-2.10	0.036	-.1737874	-.0060485
cohort_1917	-.0249605	.0400181	-0.62	0.533	-.1033945	.0534734
cohort_1918	-.0114921	.0382987	-0.30	0.764	-.0865561	.0635719
cohort_1919	-.0340448	.0321662	-1.06	0.290	-.0970894	.0289998
cohort_1920	-.0260672	.0308417	-0.85	0.398	-.0865158	.0343814
cohort_1921	.0184133	.0301875	0.61	0.542	-.0407531	.0775796
cohort_1922	.0356671	.0296084	1.20	0.228	-.0223644	.0936986
cohort_1923	-.0148998	.0288371	-0.52	0.605	-.0714195	.04162
cohort_1924	.0272553	.0282171	0.97	0.334	-.0280491	.0825598
cohort_1925	.0096541	.0266537	0.36	0.717	-.0425862	.0618944
cohort_1926	.0127523	.0267531	0.48	0.634	-.0396828	.0651874
cohort_1927	.0466953	.0256943	1.82	0.069	-.0036646	.0970552
cohort_1928	.0185726	.0252973	0.73	0.463	-.0310092	.0681544
cohort_1929	.0185771	.024421	0.76	0.447	-.029287	.0664413
cohort_1930	.0067419	.0244384	0.28	0.783	-.0411565	.0546403
cohort_1931	.0460629	.0243482	1.89	0.059	-.0016588	.0937846
cohort_1932	.006102	.0237318	0.26	0.797	-.0404114	.0526154
cohort_1933	.0295906	.0224143	1.32	0.187	-.0143406	.0735219
cohort_1934	.0039752	.0213696	0.19	0.852	-.0379084	.0458588
cohort_1935	.0276048	.0202977	1.36	0.174	-.012178	.0673875
cohort_1936	.0114353	.0197319	0.58	0.562	-.0272386	.0501091
cohort_1937	.0322063	.0193773	1.66	0.097	-.0057726	.0701851
cohort_1938	.0205714	.0190795	1.08	0.281	-.0168237	.0579665

cohort_1939	.0627388	.0187263	3.35	0.001	.0260359	.0994416
cohort_1940	.0211009	.0185316	1.14	0.255	-.0152204	.0574223
cohort_1941	.01541	.0189551	0.81	0.416	-.0217414	.0525613
cohort_1942	.0482676	.0192885	2.50	0.012	.0104628	.0860724
cohort_1943	.0313711	.0192239	1.63	0.103	-.006307	.0690492
cohort_1944	-.0105	.0201301	-0.52	0.602	-.0499543	.0289543
cohort_1945	-.0082031	.0205404	-0.40	0.690	-.0484616	.0320554
cohort_1946	.0002007	.0196957	0.01	0.992	-.0384021	.0388035
cohort_1947	-.004228	.0192967	-0.22	0.827	-.0420489	.0335929
cohort_1948	.0131124	.0187821	0.70	0.485	-.0236998	.0499246
cohort_1949	-.0118532	.0184707	-0.64	0.521	-.0480551	.0243488
cohort_1950	-.003116	.018325	-0.17	0.865	-.0390323	.0328003
cohort_1951	-.0551899	.018474	-2.99	0.003	-.0913983	-.0189815
cohort_1952	-.0202215	.0182781	-1.11	0.269	-.0560458	.0156029
cohort_1953	-.0074098	.018272	-0.41	0.685	-.0432224	.0284027
cohort_1954	-.0209004	.0184159	-1.13	0.256	-.0569949	.0151941
cohort_1955	-.0093067	.0184173	-0.51	0.613	-.0454039	.0267905
cohort_1956	-.0087295	.0182166	-0.48	0.632	-.0444335	.0269744
cohort_1957	.0050203	.0182576	0.27	0.783	-.030764	.0408046
cohort_1958	.0141151	.0179607	0.79	0.432	-.0210872	.0493173
cohort_1959	-.0066131	.0177959	-0.37	0.710	-.0414924	.0282661
cohort_1960	-.0132723	.017726	-0.75	0.454	-.0480146	.02147
cohort_1961	.0330545	.0182608	1.81	0.070	-.0027359	.068845
cohort_1962	.0075324	.0178569	0.42	0.673	-.0274665	.0425313
cohort_1963	.0087326	.0177269	0.49	0.622	-.0260114	.0434767
cohort_1964	.0086551	.0181166	0.48	0.633	-.0268528	.0441629
cohort_1965	-.0129552	.0182157	-0.71	0.477	-.0486573	.0227468
cohort_1966	.0158289	.0186571	0.85	0.396	-.0207383	.0523961
cohort_1967	-.0201931	.0189619	-1.06	0.287	-.0573578	.0169717
cohort_1968	-.0251389	.0199186	-1.26	0.207	-.0641786	.0139009
cohort_1969	-.0079719	.0205374	-0.39	0.698	-.0482245	.0322806
cohort_1970	-.0353162	.0214422	-1.65	0.100	-.0773421	.0067097
cohort_1971	-.0001095	.0227028	-0.00	0.996	-.0446061	.0443871
cohort_1972	.0123053	.0242392	0.51	0.612	-.0352027	.0598132
cohort_1973	.0514808	.0248653	2.07	0.038	.0027458	.1002158
cohort_1974	.035484	.0257415	1.38	0.168	-.0149684	.0859364
cohort_1975	.0534453	.0259213	2.06	0.039	.0026404	.1042502
cohort_1976	.0401543	.0268184	1.50	0.134	-.0124087	.0927173
cohort_1977	.0485545	.0280144	1.73	0.083	-.0063527	.1034618
cohort_1978	.1218944	.0297074	4.10	0.000	.0636689	.1801198
cohort_1979	.1102742	.0292216	3.77	0.000	.0530009	.1675476
cohort_1980	.0310853	.0305885	1.02	0.310	-.0288672	.0910377
cohort_1981	.0209256	.0323459	0.65	0.518	-.0424712	.0843224
cohort_1982	.072593	.0321954	2.25	0.024	.0094911	.1356949
cohort_1983	.0437568	.0352043	1.24	0.214	-.0252424	.112756
cohort_1984	.1842181	.0375824	4.90	0.000	.110558	.2578781
cohort_1985	.0384681	.0368685	1.04	0.297	-.0337929	.110729
cohort_1986	.1235293	.0407601	3.03	0.002	.0436411	.2034176
cohort_1987	.0904177	.0421061	2.15	0.032	.0078913	.1729442
cohort_1988	.0618705	.0462355	1.34	0.181	-.0287496	.1524905
cohort_1989	.1055357	.0488675	2.16	0.031	.0097572	.2013142
cohort_1990	.0890332	.0544311	1.64	0.102	-.0176499	.1957163
cohort_1991	.1117711	.0572275	1.95	0.051	-.0003928	.2239351
cohort_1992	.1450722	.0654571	2.22	0.027	.0167786	.2733658
cohort_1993	-.0254006	.0837442	-0.30	0.762	-.1895362	.1387351
cohort_1994	.0334335	.0871878	0.38	0.701	-.1374514	.2043185
cohort_1995	.1550039	.1130205	1.37	0.170	-.0665121	.37652
cohort_1996	.2299651	.1321945	1.74	0.082	-.0291313	.4890615
cohort_1997	-.2419056	.2051528	-1.18	0.238	-.6439978	.1601866
_cons	1.325672	.0117562	112.76	0.000	1.30263	1.348713

Tabelle 101: Effekteberechnung für die Verkehrsträgerwahl: Flugzeug – von 1991 – 2012.

```

Iteration 0:    log likelihood = -84604.812
Intrinsic estimator of APC effects
Optimization    : ML
Deviance        = 28179.60911
Pearson         = 28179.60911
No. of obs     = 127027
Residual df    = 126851
Scale parameter = .2221473
(1/df) Deviance = .2221473
(1/df) Pearson = .2221473

Variance function: V(u) = 1
Link function      : g(u) = u
[Gaussian]
[Identity]

Log likelihood    = -84604.81152
AIC               = 1.334847
BIC              = -1462593
    
```

Flug	OIM		z	P> z	[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.				
V3030	-.0650443	.0013159	-49.43	0.000	-.0676234	-.0624652
V5050	-.0122155	.0026574	-4.60	0.000	-.0174238	-.0070071
age_14	-.0619629	.0195696	-3.17	0.002	-.1003185	-.0236072
age_15	-.0234769	.0181569	-1.29	0.196	-.0590637	.01211
age_16	-.0278835	.0159338	-1.75	0.080	-.0591133	.0033462
age_17	-.0160716	.0165496	-0.97	0.331	-.0485082	.0163651
age_18	.0315537	.0147258	2.14	0.032	.0026916	.0604159
age_19	.0599584	.0131017	4.58	0.000	.0342796	.0856372
age_20	.0603164	.0129773	4.65	0.000	.0348814	.0857515
age_21	.0770273	.0132909	5.80	0.000	.0509776	.103077
age_22	.1022043	.0126025	8.11	0.000	.077504	.1269047
age_23	.0882555	.0120895	7.30	0.000	.0645606	.1119504
age_24	.1068391	.0117168	9.12	0.000	.0838747	.1298036
age_25	.0961795	.0113404	8.48	0.000	.0739526	.1184063
age_26	.1100012	.0110671	9.94	0.000	.08831	.1316924
age_27	.118807	.0110339	10.77	0.000	.097181	.140433
age_28	.1151966	.010249	11.24	0.000	.095109	.1352843
age_29	.1012555	.01017	9.96	0.000	.0813227	.1211884
age_30	.0803091	.0098377	8.16	0.000	.0610275	.0995906
age_31	.0800041	.0107329	7.45	0.000	.0589681	.1010402
age_32	.0663012	.010319	6.43	0.000	.0460762	.0865261
age_33	.0643174	.0103437	6.22	0.000	.0440441	.0845907
age_34	.0477639	.0100762	4.74	0.000	.0280148	.0675129
age_35	.0642416	.009842	6.53	0.000	.0449517	.0835315
age_36	.0530385	.0096414	5.50	0.000	.0341416	.0719353
age_37	.0569002	.0100229	5.68	0.000	.0372556	.0765448
age_38	.0657519	.0092547	7.10	0.000	.0476129	.0838909
age_39	.0636183	.0094564	6.73	0.000	.045084	.0821525
age_40	.067751	.0089674	7.56	0.000	.0501752	.0853267
age_41	.0609776	.0099455	6.13	0.000	.0414847	.0804705
age_42	.065512	.0090506	7.24	0.000	.0477733	.0832508
age_43	.0485601	.0098829	4.91	0.000	.02919	.0679302
age_44	.0662259	.0097557	6.79	0.000	.047105	.0853468
age_45	.0600859	.0096318	6.24	0.000	.0412079	.0789639
age_46	.0626441	.0103692	6.04	0.000	.0423209	.0829673
age_47	.054134	.0104122	5.20	0.000	.0337264	.0745416
age_48	.0604411	.0099382	6.08	0.000	.0409626	.0799195
age_49	.0717135	.0104065	6.89	0.000	.0513171	.0921099
age_50	.0572126	.0095735	5.98	0.000	.038449	.0759763

age_51	.0494503	.0105227	4.70	0.000	.0288262	.0700744
age_52	.0441787	.0098826	4.47	0.000	.0248092	.0635483
age_53	.0414429	.0105591	3.92	0.000	.0207474	.0621385
age_54	.0198825	.0105286	1.89	0.059	-.0007532	.0405183
age_55	-.0064926	.0105981	-0.61	0.540	-.0272645	.0142792
age_56	.0164402	.0104659	1.57	0.116	-.0040726	.0369531
age_57	-.0325204	.0111968	-2.90	0.004	-.0544656	-.0105751
age_58	-.0108515	.0103978	-1.04	0.297	-.0312308	.0095277
age_59	-.0146712	.0106464	-1.38	0.168	-.0355378	.0061955
age_60	-.0305682	.0097144	-3.15	0.002	-.049608	-.0115284
age_61	-.0433249	.0110626	-3.92	0.000	-.0650072	-.0216425
age_62	-.0587543	.0104483	-5.62	0.000	-.0792326	-.038276
age_63	-.0467052	.0108049	-4.32	0.000	-.0678825	-.0255279
age_64	-.0671122	.0111816	-6.00	0.000	-.0890277	-.0451968
age_65	-.0595472	.0106147	-5.61	0.000	-.0803517	-.0387427
age_66	-.0717604	.0115714	-6.20	0.000	-.09444	-.0490808
age_67	-.0775336	.0121715	-6.37	0.000	-.1013893	-.0536779
age_68	-.0932322	.0116091	-8.03	0.000	-.1159855	-.0704788
age_69	-.1017823	.0123397	-8.25	0.000	-.1259677	-.0775968
age_70	-.1140578	.0112844	-10.11	0.000	-.1361749	-.0919407
age_71	-.1244457	.0133009	-9.36	0.000	-.150515	-.0983765
age_72	-.1229773	.0131418	-9.36	0.000	-.1487347	-.0972198
age_73	-.1345313	.0151502	-8.88	0.000	-.1642251	-.1048374
age_74	-.1693236	.0160964	-10.52	0.000	-.2008721	-.1377752
age_75	-.146845	.0159468	-9.21	0.000	-.1781003	-.1155898
age_76	-.1360207	.0187609	-7.25	0.000	-.1727914	-.0992499
age_77	-.1655557	.0207479	-7.98	0.000	-.2062208	-.1248906
age_78	-.1947467	.0204676	-9.51	0.000	-.2348625	-.1546309
age_79	-.2001591	.0227325	-8.80	0.000	-.244714	-.1556043
age_80	-.2035796	.0228982	-8.89	0.000	-.2484591	-.1587
period_1991	-.1298333	.0068522	-18.95	0.000	-.1432633	-.1164033
period_1992	-.0834749	.0068071	-12.26	0.000	-.0968165	-.0701333
period_1993	-.0730853	.0059938	-12.19	0.000	-.0848329	-.0613378
period_1994	-.0475628	.0060025	-7.92	0.000	-.0593275	-.0357981
period_1995	-.0321696	.0059869	-5.37	0.000	-.0439037	-.0204354
period_1996	-.0206358	.0063584	-3.25	0.001	-.0330981	-.0081735
period_1997	.0021568	.0061011	0.35	0.724	-.0098012	.0141148
period_1998	-.0015693	.0059718	-0.26	0.793	-.0132737	.0101352
period_1999	.0126047	.0060905	2.07	0.038	.0006676	.0245418
period_2000	.0301412	.0060359	4.99	0.000	.0183111	.0419713
period_2001	.0127569	.0059844	2.13	0.033	.0010277	.024486
period_2002	-.0062916	.0059317	-1.06	0.289	-.0179176	.0053344
period_2003	.0128628	.0059126	2.18	0.030	.0012742	.0244514
period_2004	.0448128	.0060498	7.41	0.000	.0329553	.0566702
period_2005	.0492207	.0060615	8.12	0.000	.0373403	.061101
period_2006	.0501833	.0060789	8.26	0.000	.038269	.0620977
period_2007	.0457493	.0060445	7.57	0.000	.0339024	.0575962
period_2008	.0293267	.0060657	4.83	0.000	.0174381	.0412152
period_2009	.0256932	.0061688	4.17	0.000	.0136027	.0377838
period_2010	.0254683	.006191	4.11	0.000	.0133341	.0376024
period_2011	.0265106	.0061729	4.29	0.000	.0144119	.0386094
period_2012	.0271354	.0061953	4.38	0.000	.0149928	.0392781

cohort_1911	.0458466	.1534403	0.30	0.765	-.2548908	.346584
cohort_1912	.0216398	.0985594	0.22	0.826	-.1715331	.2148127
cohort_1913	-.0541022	.0772317	-0.70	0.484	-.2054735	.0972692
cohort_1914	-.0483928	.0606573	-0.80	0.425	-.1672788	.0704933
cohort_1915	-.0986224	.0542397	-1.82	0.069	-.2049303	.0076855
cohort_1916	-.070546	.0584723	-1.21	0.228	-.1851496	.0440575
cohort_1917	-.0868165	.0492512	-1.76	0.078	-.1833471	.0097141
cohort_1918	-.0318885	.0478628	-0.67	0.505	-.1256979	.0619209
cohort_1919	-.0734363	.0330223	-2.22	0.026	-.1381588	-.0087138
cohort_1920	-.0641294	.028691	-2.24	0.025	-.1203628	-.0078961
cohort_1921	-.0542627	.0262365	-2.07	0.039	-.1056853	-.0028401
cohort_1922	-.0442533	.0239082	-1.85	0.064	-.0911125	.0026058
cohort_1923	-.0604492	.022645	-2.67	0.008	-.1048326	-.0160657
cohort_1924	-.0787772	.0203134	-3.88	0.000	-.1185908	-.0389636
cohort_1925	-.0909769	.0197915	-4.60	0.000	-.1297675	-.0521863
cohort_1926	-.0922991	.0180857	-5.10	0.000	-.1277465	-.0568518
cohort_1927	-.046528	.0176416	-2.64	0.008	-.0811048	-.0119512
cohort_1928	-.0465516	.0172064	-2.71	0.007	-.0802754	-.0128278
cohort_1929	-.0768858	.015806	-4.86	0.000	-.107865	-.0459067
cohort_1930	-.0607872	.0150148	-4.05	0.000	-.0902156	-.0313588
cohort_1931	-.069956	.01516	-4.61	0.000	-.0996691	-.0402429
cohort_1932	-.0659189	.0146307	-4.51	0.000	-.0945946	-.0372431
cohort_1933	-.0421326	.0142082	-2.97	0.003	-.0699801	-.0142851
cohort_1934	-.0584902	.0129676	-4.51	0.000	-.0839063	-.0330742
cohort_1935	-.050963	.0126229	-4.04	0.000	-.0757035	-.0262225
cohort_1936	-.0453813	.0120207	-3.78	0.000	-.0689414	-.0218212
cohort_1937	-.0525056	.0116592	-4.50	0.000	-.0753573	-.0296539
cohort_1938	-.0282799	.0114525	-2.47	0.014	-.0507263	-.0058335
cohort_1939	-.0329535	.0112274	-2.94	0.003	-.0549587	-.0109482
cohort_1940	-.025252	.0112415	-2.25	0.025	-.0472849	-.0032191
cohort_1941	-.0093949	.011194	-0.84	0.401	-.0313348	.0125449
cohort_1942	-.0023055	.0115495	-0.20	0.842	-.024942	.0203311
cohort_1943	-.0112862	.0117421	-0.96	0.336	-.0343003	.0117279
cohort_1944	-.0077116	.0116088	-0.66	0.507	-.0304644	.0150412
cohort_1945	.0074719	.0123604	0.60	0.546	-.0167541	.0316978
cohort_1946	-.0069375	.0120182	-0.58	0.564	-.0304928	.0166177
cohort_1947	-.0118897	.0115639	-1.03	0.304	-.0345546	.0107751
cohort_1948	-.0025292	.0113918	-0.22	0.824	-.0248568	.0197984
cohort_1949	.006695	.0112087	0.60	0.550	-.0152737	.0286636
cohort_1950	.0154916	.0108987	1.42	0.155	-.0058695	.0368527
cohort_1951	-.0027184	.0109228	-0.25	0.803	-.0241267	.0186899
cohort_1952	.0121892	.0108122	1.13	0.260	-.0090023	.0333808
cohort_1953	.0083247	.0106796	0.78	0.436	-.0126069	.0292562
cohort_1954	.000793	.010641	0.07	0.941	-.0200631	.021649
cohort_1955	.017527	.0107778	1.63	0.104	-.0035971	.0386512
cohort_1956	.0171928	.0106694	1.61	0.107	-.0037188	.0381044
cohort_1957	.0059253	.0105119	0.56	0.573	-.0146777	.0265283
cohort_1958	.0230776	.0104507	2.21	0.027	.0025946	.0435607
cohort_1959	.0013577	.0101824	0.13	0.894	-.0185994	.0213147
cohort_1960	.0087835	.0099179	0.89	0.376	-.0106552	.0282222
cohort_1961	.0029214	.0098492	0.30	0.767	-.0163826	.0222254
cohort_1962	.0299603	.0100997	2.97	0.003	.0101652	.0497553
cohort_1963	.0280217	.009717	2.88	0.004	.0089767	.0470668
cohort_1964	.0216804	.0096367	2.25	0.024	.0027929	.0405679
cohort_1965	.0232898	.0096316	2.42	0.016	.0044121	.0421674

cohort_1966	.0199894	.0095168	2.10	0.036	.0013368	.038642
cohort_1967	.0150716	.0097478	1.55	0.122	-.0040336	.0341769
cohort_1968	.0309139	.0096131	3.22	0.001	.0120726	.0497553
cohort_1969	.0193607	.0100795	1.92	0.055	-.0003948	.0391162
cohort_1970	.0276469	.0102106	2.71	0.007	.0076345	.0476592
cohort_1971	.0460718	.0105653	4.36	0.000	.0253643	.0667794
cohort_1972	.0231155	.0111904	2.07	0.039	.0011827	.0450483
cohort_1973	.0586199	.0117024	5.01	0.000	.0356836	.0815563
cohort_1974	.0375575	.0119643	3.14	0.002	.014108	.0610071
cohort_1975	.052722	.0120898	4.36	0.000	.0290265	.0764175
cohort_1976	.0381337	.0120581	3.16	0.002	.0145002	.0617672
cohort_1977	.0178137	.012359	1.44	0.149	-.0064094	.0420369
cohort_1978	.036254	.0129954	2.79	0.005	.0107835	.0617245
cohort_1979	.007303	.0137021	0.53	0.594	-.0195527	.0341586
cohort_1980	.0148277	.0135625	1.09	0.274	-.0117543	.0414098
cohort_1981	.0533237	.0141901	3.76	0.000	.0255116	.0811359
cohort_1982	.042494	.0149926	2.83	0.005	.0131091	.071879
cohort_1983	.065387	.0149193	4.38	0.000	.0361458	.0946282
cohort_1984	.0333518	.0163035	2.05	0.041	.0013976	.065306
cohort_1985	.07379	.017407	4.24	0.000	.0396729	.1079072
cohort_1986	.0781647	.0170808	4.58	0.000	.044687	.1116424
cohort_1987	.0560683	.0188851	2.97	0.003	.0190542	.0930824
cohort_1988	.0601004	.0195151	3.08	0.002	.0218514	.0983493
cohort_1989	.0707367	.021427	3.30	0.001	.0287406	.1127328
cohort_1990	.0300679	.0226655	1.33	0.185	-.0143556	.0744914
cohort_1991	.0436828	.025233	1.73	0.083	-.005773	.0931387
cohort_1992	.0576819	.0265471	2.17	0.030	.0056505	.1097132
cohort_1993	.117267	.0303594	3.86	0.000	.0577637	.1767702
cohort_1994	-.0157886	.0388189	-0.41	0.684	-.0918724	.0602951
cohort_1995	.0588471	.0404574	1.45	0.146	-.020448	.1381422
cohort_1996	.0644678	.0523609	1.23	0.218	-.0381576	.1670932
cohort_1997	.0775692	.0614322	1.26	0.207	-.0428356	.1979741
cohort_1998	-.0044913	.0952834	-0.05	0.962	-.1912433	.1822606
_cons	.5247291	.006203	84.59	0.000	.5125714	.5368868

Tabelle 102: Effekteberechnung für die Unterkunftswahl: Freunde und Verwandte – von 1991 – 2012.

. apc_ie VFR V5050 V3030, age(Alter) period(Jahr)

```
Iteration 0:   log likelihood = -26804.158
Intrinsic estimator of APC effects
Optimization   : ML
Deviance       = 11333.65379
Pearson        = 11333.65379
No. of obs    = 126858
Residual df   = 126682
Scale parameter = .0894654
(1/df) Deviance = .0894654
(1/df) Pearson = .0894654
Variance function: V(u) = 1
Link function    : g(u) = u
[AIC]
[Identity]
AIC              = .42536
BIC              = -1477284
Log likelihood   = -26804.15834
```

VFR	OIM		z	P> z	[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.				
V5050	.0132835	.0016875	7.87	0.000	.009976	.016591
V3030	-.0022823	.0008358	-2.73	0.006	-.0039205	-.0006441
age_14	-.0164998	.0124405	-1.33	0.185	-.0408827	.0078832
age_15	-.0189667	.0115317	-1.64	0.100	-.0415685	.003635
age_16	-.0140434	.0101277	-1.39	0.166	-.0338932	.0058065
age_17	.0084964	.0105373	0.81	0.420	-.0121565	.0291492
age_18	-.0208932	.0093729	-2.23	0.026	-.0392638	-.0025226
age_19	-.0150429	.0083208	-1.81	0.071	-.0313513	.0012656
age_20	-.0138808	.0082466	-1.68	0.092	-.0300439	.0022823
age_21	-.0112331	.0084437	-1.33	0.183	-.0277825	.0053162
age_22	-.0101725	.0080053	-1.27	0.204	-.0258627	.0055177
age_23	.0044824	.007683	0.58	0.560	-.0105761	.0195408
age_24	-.0026887	.0074454	-0.36	0.718	-.0172814	.011904
age_25	.0050685	.0072088	0.70	0.482	-.0090605	.0191976
age_26	.0002875	.0070304	0.04	0.967	-.0134918	.0140668
age_27	.0119614	.0070107	1.71	0.088	-.0017793	.0257021
age_28	.0079405	.0065122	1.22	0.223	-.0048232	.0207042
age_29	.0180988	.0064576	2.80	0.005	.0054421	.0307555
age_30	.0037251	.0062515	0.60	0.551	-.0085277	.0159778
age_31	.0110112	.0068166	1.62	0.106	-.0023492	.0243715
age_32	.0018629	.0065548	0.28	0.776	-.0109842	.01471
age_33	.0066413	.0065681	1.01	0.312	-.006232	.0195147
age_34	-.0052097	.0064015	-0.81	0.416	-.0177565	.0073371
age_35	.0011555	.0062492	0.18	0.853	-.0110928	.0134038
age_36	.0025614	.0061227	0.42	0.676	-.0094389	.0145617
age_37	-.0050376	.0063652	-0.79	0.429	-.0175132	.007438
age_38	.0022384	.005877	0.38	0.703	-.0092803	.0137571
age_39	-.0018359	.0060081	-0.31	0.760	-.0136115	.0099398
age_40	.0000294	.0056943	0.01	0.996	-.0111312	.01119
age_41	-.0026482	.0063124	-0.42	0.675	-.0150203	.0097239
age_42	-.0096681	.0057454	-1.68	0.092	-.020929	.0015927
age_43	-.0044319	.0062726	-0.71	0.480	-.016726	.0078622
age_44	.0015987	.0061942	0.26	0.796	-.0105416	.0137391
age_45	-.0041568	.0061143	-0.68	0.497	-.0161406	.0078269
age_46	-.0005298	.0065824	-0.08	0.936	-.0134311	.0123716
age_47	.0005268	.0066126	0.08	0.937	-.0124336	.0134872
age_48	.0104548	.0063075	1.66	0.097	-.0019077	.0228173
age_49	-.0112343	.0066062	-1.70	0.089	-.0241821	.0017135
age_50	-.0012762	.0060793	-0.21	0.834	-.0131915	.0106391

age_51	.0103583	.0066784	1.55	0.121	-.002731	.0234477
age_52	-.0023353	.0062781	-0.37	0.710	-.0146402	.0099695
age_53	.0067409	.0067029	1.01	0.315	-.0063967	.0198784
age_54	.0069427	.0066952	1.04	0.300	-.0061796	.020065
age_55	.0030911	.0067292	0.46	0.646	-.0100979	.01628
age_56	.0087882	.0066437	1.32	0.186	-.0042333	.0218096
age_57	.0102073	.0071078	1.44	0.151	-.0037237	.0241384
age_58	.0032827	.0066004	0.50	0.619	-.0096539	.0162193
age_59	.0123892	.0067613	1.83	0.067	-.0008628	.0256412
age_60	.0119193	.0061676	1.93	0.053	-.0001691	.0240076
age_61	.0091013	.007021	1.30	0.195	-.0046596	.0228622
age_62	.0114302	.0066312	1.72	0.085	-.0015667	.0244272
age_63	.0069984	.0068619	1.02	0.308	-.0064506	.0204475
age_64	-.0015447	.0071015	-0.22	0.828	-.0154633	.0123739
age_65	.0093388	.0067411	1.39	0.166	-.0038735	.0225512
age_66	-.0074338	.0073458	-1.01	0.312	-.0218313	.0069637
age_67	-.0037602	.007727	-0.49	0.627	-.0189048	.0113844
age_68	-.0086111	.0073714	-1.17	0.243	-.0230587	.0058364
age_69	-.0012389	.0078338	-0.16	0.874	-.0165929	.014115
age_70	-.0076123	.0071653	-1.06	0.288	-.0216561	.0064315
age_71	-.0037994	.0084502	-0.45	0.653	-.0203616	.0127627
age_72	-.0000741	.0083434	-0.01	0.993	-.0164269	.0162787
age_73	-.0219032	.0096279	-2.27	0.023	-.0407735	-.0030329
age_74	.0156341	.0102208	1.53	0.126	-.0043983	.0356664
age_75	-.0103068	.0101209	-1.02	0.309	-.0301434	.0095299
age_76	.008051	.0119067	0.68	0.499	-.0152857	.0313877
age_77	-.0010862	.0131802	-0.08	0.934	-.0269188	.0247464
age_78	.008569	.0129901	0.66	0.509	-.0168912	.0340292
age_79	-.0002836	.0144394	-0.02	0.984	-.0285842	.028017
age_80	-.0015444	.0145327	-0.11	0.915	-.0300279	.0269391
period_1991	.0336686	.0043507	7.74	0.000	.0251413	.0421959
period_1992	.0167632	.00432	3.88	0.000	.0082961	.0252302
period_1993	-.0541448	.0038509	-14.06	0.000	-.0616924	-.0465973
period_1994	.0024138	.0038094	0.63	0.526	-.0050525	.0098801
period_1995	.0118685	.0037995	3.12	0.002	.0044215	.0193155
period_1996	-.0094556	.0040353	-2.34	0.019	-.0173646	-.0015466
period_1997	-.0015778	.003872	-0.41	0.684	-.0091668	.0060112
period_1998	-.0024455	.0037899	-0.65	0.519	-.0098736	.0049826
period_1999	.0008234	.0038652	0.21	0.831	-.0067523	.008399
period_2000	-.0018322	.0038306	-0.48	0.632	-.0093399	.0056756
period_2001	-.0014604	.0037979	-0.38	0.701	-.0089041	.0059832
period_2002	.0106041	.0037645	2.82	0.005	.0032259	.0179824
period_2003	-.0111412	.0037524	-2.97	0.003	-.0184956	-.0037867
period_2004	-.0064966	.0038394	-1.69	0.091	-.0140217	.0010285
period_2005	-.0108924	.0038468	-2.83	0.005	-.0184321	-.0033527
period_2006	.0081062	.0038578	2.10	0.036	.0005449	.0156674
period_2007	.0039069	.003836	1.02	0.308	-.0036116	.0114254
period_2008	-.0104281	.0038495	-2.71	0.007	-.017973	-.0028831
period_2009	-.0045384	.0039149	-1.16	0.246	-.0122116	.0031347
period_2010	.0068361	.0039291	1.74	0.082	-.0008648	.0145369
period_2011	.0132645	.0039177	3.39	0.001	.005586	.0209429
period_2012	.0061579	.0039319	1.57	0.117	-.0015485	.0138643

cohort_1911	.0698185	.0973749	0.72	0.473	-.1210329	.2606698
cohort_1912	-.0135814	.0625478	-0.22	0.828	-.1361729	.1090101
cohort_1913	.0338215	.0490129	0.69	0.490	-.0622421	.1298851
cohort_1914	.0492445	.0388094	1.27	0.204	-.0268205	.1253096
cohort_1915	.0725125	.034422	2.11	0.035	.0050466	.1399784
cohort_1916	.0826919	.0373985	2.21	0.027	.0093922	.1559916
cohort_1917	.1041448	.0312561	3.33	0.001	.0428839	.1654057
cohort_1918	-.0044783	.0303754	-0.15	0.883	-.064013	.0550563
cohort_1919	.0424906	.0210048	2.02	0.043	.0013219	.0836593
cohort_1920	.1265962	.0183	6.92	0.000	.0907289	.1624635
cohort_1921	.0395302	.016674	2.37	0.018	.0068498	.0722107
cohort_1922	.0133145	.0152241	0.87	0.382	-.0165241	.0431532
cohort_1923	.0255547	.0143999	1.77	0.076	-.0026686	.0537779
cohort_1924	.0387752	.0129022	3.01	0.003	.0134872	.0640631
cohort_1925	.0002461	.0125785	0.02	0.984	-.0244073	.0248995
cohort_1926	.0146762	.0114919	1.28	0.202	-.0078475	.0371998
cohort_1927	.0042153	.0112031	0.38	0.707	-.0177423	.0261729
cohort_1928	-.0119322	.010932	-1.09	0.275	-.0333585	.0094941
cohort_1929	.002098	.0100442	0.21	0.835	-.0175882	.0217842
cohort_1930	-.00258	.0095401	-0.27	0.787	-.0212782	.0161181
cohort_1931	-.0257926	.0096226	-2.68	0.007	-.0446527	-.0069326
cohort_1932	.0081482	.0092867	0.88	0.380	-.0100535	.0263499
cohort_1933	-.0212577	.0090241	-2.36	0.018	-.0389446	-.0035708
cohort_1934	-.0261474	.008237	-3.17	0.002	-.0422917	-.0100031
cohort_1935	-.0245849	.0080146	-3.07	0.002	-.0402931	-.0088766
cohort_1936	-.0273687	.007632	-3.59	0.000	-.0423272	-.0124103
cohort_1937	-.0414062	.0074039	-5.59	0.000	-.0559175	-.026895
cohort_1938	-.0440289	.0072725	-6.05	0.000	-.0582828	-.0297751
cohort_1939	-.0332034	.0071368	-4.65	0.000	-.0471914	-.0192155
cohort_1940	-.0393583	.0071372	-5.51	0.000	-.053347	-.0253696
cohort_1941	-.0377809	.0071103	-5.31	0.000	-.0517169	-.023845
cohort_1942	-.0429143	.0073314	-5.85	0.000	-.0572836	-.028545
cohort_1943	-.0443405	.0074578	-5.95	0.000	-.0589575	-.0297235
cohort_1944	-.0472625	.0073703	-6.41	0.000	-.0617081	-.032817
cohort_1945	-.0377374	.0078458	-4.81	0.000	-.053115	-.0223598
cohort_1946	-.0195681	.0076333	-2.56	0.010	-.0345292	-.0046071
cohort_1947	-.0423934	.0073418	-5.77	0.000	-.056783	-.0280038
cohort_1948	-.0327029	.0072325	-4.52	0.000	-.0468784	-.0185275
cohort_1949	-.0340094	.0071174	-4.78	0.000	-.0479592	-.0200596
cohort_1950	-.0492448	.0069182	-7.12	0.000	-.0628043	-.0356853
cohort_1951	-.0384843	.0069347	-5.55	0.000	-.052076	-.0248926
cohort_1952	-.0359103	.0068633	-5.23	0.000	-.0493621	-.0224584
cohort_1953	-.0287308	.0067823	-4.24	0.000	-.0420239	-.0154378
cohort_1954	-.0342765	.0067609	-5.07	0.000	-.0475276	-.0210253
cohort_1955	-.0340285	.0068448	-4.97	0.000	-.0474441	-.0206129
cohort_1956	-.0363657	.0067758	-5.37	0.000	-.049646	-.0230853
cohort_1957	-.0314132	.0066768	-4.70	0.000	-.0444995	-.0183269
cohort_1958	-.0344621	.0066369	-5.19	0.000	-.0474703	-.021454
cohort_1959	-.034036	.0064672	-5.26	0.000	-.0467114	-.0213605
cohort_1960	-.0367091	.0062965	-5.83	0.000	-.04905	-.0243682
cohort_1961	-.0278038	.0062552	-4.44	0.000	-.0400638	-.0155437
cohort_1962	-.0265685	.0064137	-4.14	0.000	-.0391392	-.0139979
cohort_1963	-.0253253	.0061737	-4.10	0.000	-.0374255	-.013225
cohort_1964	-.0272975	.0061186	-4.46	0.000	-.0392898	-.0153052
cohort_1965	-.0330726	.0061187	-5.41	0.000	-.045065	-.0210801

cohort_1966	-.0288127	.0060448	-4.77	0.000	-.0406603	-.016965
cohort_1967	-.0320309	.0061909	-5.17	0.000	-.0441648	-.019897
cohort_1968	-.0298946	.0061078	-4.89	0.000	-.0418656	-.0179236
cohort_1969	-.0223226	.0064028	-3.49	0.000	-.0348719	-.0097734
cohort_1970	-.0049305	.0064865	-0.76	0.447	-.0176437	.0077827
cohort_1971	-.0110345	.0067096	-1.64	0.100	-.024185	.002116
cohort_1972	-.0029927	.0071073	-0.42	0.674	-.0169228	.0109373
cohort_1973	-.002586	.0074352	-0.35	0.728	-.0171587	.0119866
cohort_1974	.0023976	.0075977	0.32	0.752	-.0124937	.0172888
cohort_1975	.0258505	.0076887	3.36	0.001	.0107809	.0409201
cohort_1976	.0024322	.0076664	0.32	0.751	-.0125936	.017458
cohort_1977	.0093231	.0078511	1.19	0.235	-.0060647	.0247109
cohort_1978	.0061721	.0082507	0.75	0.454	-.0099989	.0223431
cohort_1979	.0113508	.0087038	1.30	0.192	-.0057084	.02841
cohort_1980	.024874	.0086072	2.89	0.004	.0080042	.0417437
cohort_1981	.0390682	.0090055	4.34	0.000	.0214178	.0567186
cohort_1982	.0238216	.0095147	2.50	0.012	.0051731	.0424701
cohort_1983	.0090809	.0094682	0.96	0.338	-.0094764	.0276382
cohort_1984	.0556951	.0103467	5.38	0.000	.035416	.0759741
cohort_1985	.0211238	.0110471	1.91	0.056	-.0005281	.0427757
cohort_1986	.0262172	.0108401	2.42	0.016	.004971	.0474635
cohort_1987	.0275792	.0119852	2.30	0.021	.0040886	.0510699
cohort_1988	.0092877	.0123852	0.75	0.453	-.0149867	.0335622
cohort_1989	.050691	.0135985	3.73	0.000	.0240384	.0773436
cohort_1990	.0278898	.0143848	1.94	0.053	-.0003038	.0560835
cohort_1991	.0097596	.0160142	0.61	0.542	-.0216277	.0411469
cohort_1992	.0337872	.0168482	2.01	0.045	.0007653	.0668092
cohort_1993	.0044875	.019268	0.23	0.816	-.033277	.042252
cohort_1994	.059986	.0246373	2.43	0.015	.0116977	.1082742
cohort_1995	.0076508	.0256768	0.30	0.766	-.0426749	.0579765
cohort_1996	.0036228	.0332306	0.11	0.913	-.061508	.0687536
cohort_1997	.0500696	.0389873	1.28	0.199	-.0263441	.1264834
cohort_1998	.0526659	.0604719	0.87	0.384	-.0658568	.1711886
_cons	.1048962	.0039396	26.63	0.000	.0971747	.1126176

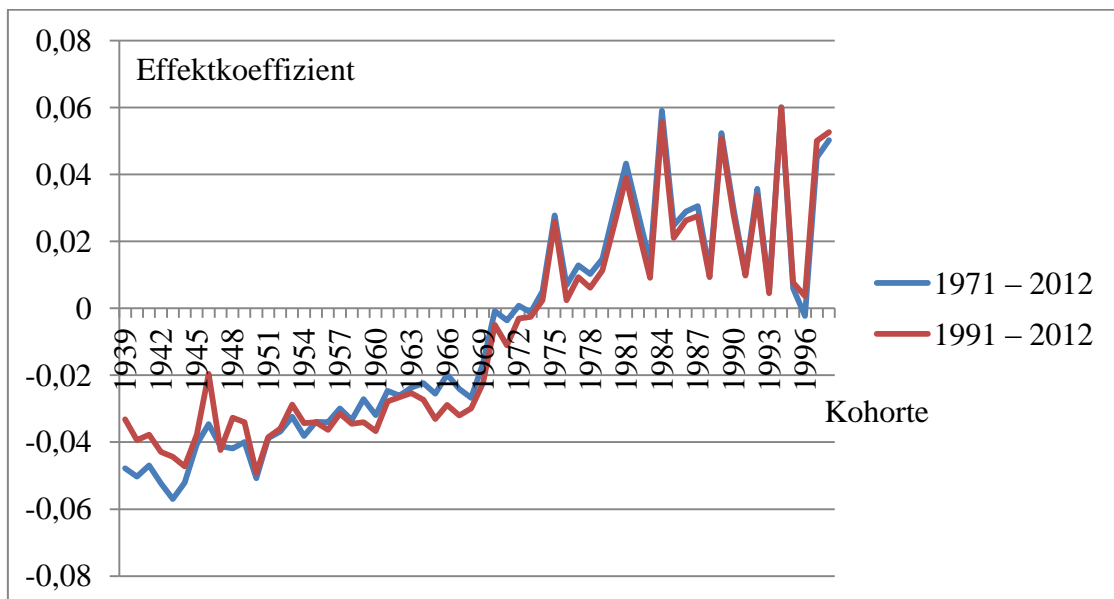


Abb. 27: Kohorteneffekte bei der Wahl von Freunden und Verwandten als Unterkunft. Vergleich der Schätzungen von 1971 – 2012 und von 1991 – 2012 (eigene Darstellung).