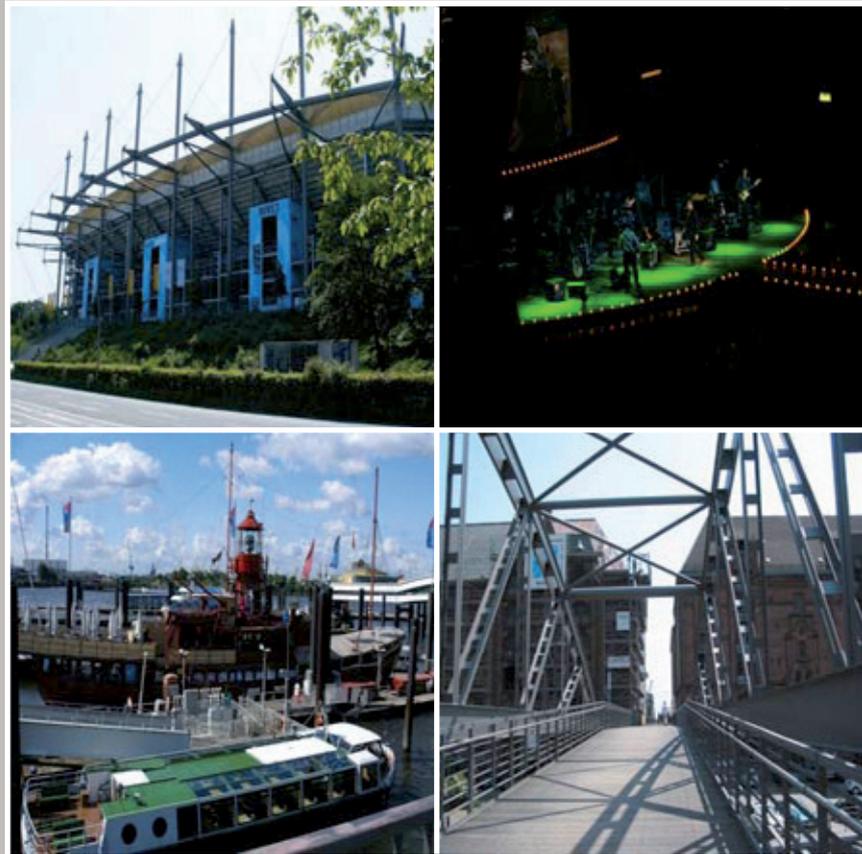


Studienprojekt Freizeit in der Stadt (Hrsg.)

# Freizeit und Kommune

Begriffe – Definitionen – Erläuterungen



Institut für Stadt- und Regionalplanung  
Technische Universität Berlin

ISR  
Graue Reihe

Heft 1



GRAUE REIHE DES  
INSTITUTS FÜR STADT- UND REGIONALPLANUNG  
Technische Universität Berlin

FORUM STADT- UND REGIONALPLANUNG E.V.  
Herausgeber der Schriftenreihe

Heft 1  
Berlin 2007



Projekt Freizeit in der Stadt (Hrsg.)

## **Freizeit und Kommune**

Begriffe – Definitionen – Erläuterungen



Die Beiträge der Grauen Reihe dienen der zeitnahen Publikation von Arbeiten im Internet, die aktuelle wissenschaftlich oder planungsbezogene relevante Themen angehen und sich mit unterschiedlichen Positionen in Politikbereichen der Stadt- und Regionalplanung, Stadtgeschichte und Stadtentwicklung, des Wohnungswesens und des Planungs- und Baurechts auseinandersetzen. In dieser Reihe finden Sie u. a. Diplomarbeiten, Tagungs- und Veranstaltungsdokumentationen oder Forschungsberichte.

*Herausgeber der Grauen Reihe:*

Forum Stadt- und Regionalplanung e.V.  
c/o Insitut für Stadt- und Regionalplanung  
Sekretariat B7  
Hardenbergstr. 40a  
10623 Berlin

[www.isr.tu-berlin.de](http://www.isr.tu-berlin.de)  
[publikationen@isr.tu-berlin.de](mailto:publikationen@isr.tu-berlin.de)

*Herausgeber:*

Hauptstudiumsprojekt „Freizeit in der Stadt“  
c/o Fachgebiet Stadt- und Regionalökonomie  
Hardenbergstr. 40a  
10623 Berlin

*Projektleitung:*

Prof. Dr. Dietrich Henckel

*AutorInnen:*

Sascha Acker, Uwe Barsch, Ruth Büchele, Monique Buro, Morgan Delaney, Beatrice Gladow, Vivien Kuhn, Silke Lindhof, Sebastian Mönch, Christian Persike, Juliane Poy, Katrin Roeper, Thorsten Schäperkötter, Annika Verhülsdonk, Rico Wernowsky, Qi Xie

*Redaktion:*

Karsten Foth  
Janin Spigalski

*Produktion, Satz und Umschlaggestaltung:*

Karsten Foth  
André Ruppert

Das Titelbild gestaltete Vivien Kuhn unter Verwendung eigener Aufnahmen.

*Verlag und Vertrieb*

Universitätsverlag der Technischen Universität Berlin  
Universitätsbibliothek im VOLKSWAGEN-Haus  
Fasanenstraße 88  
10623 Berlin

[publikationen@ub.tu-berlin.de](mailto:publikationen@ub.tu-berlin.de)

---

<b>Einleitung</b>	<b>1</b>
<b>1. Definition / Grundbegriffe</b>	<b>5</b>
1.1 Freizeit	5
1.1.1 Erholung / Muße	6
1.1.2 Erlebnis / Unterhaltung	9
1.2 Freizeitdimensionen	10
1.2.1 Tagesfreizeit	10
1.2.2 Wochenfreizeit	11
1.2.3 Jahresfreizeit	12
1.2.4 Zwangsfreizeit	12
1.2.5 Freie Zeit in einer Lebensphase	13
1.3 Freizeitformen	15
1.3.1 Häusliche / außerhäusliche Freizeit	15
1.3.2 Kommerzielle / nicht kommerzielle Freizeit	17
1.3.3 Kontinuierliche / nicht kontinuierliche Freizeit	19
1.3.4 Kollektive / individuelle Freizeit	20
1.3.5 Lokale / überregionale Freizeit	21
1.3.6 Hybride Freizeitformen	22
1.4 Freizeitbereiche	24
1.4.1 Kultur	24
1.4.2 Bildung	27
1.4.3 Sport	29
1.4.4 Shopping	32
1.4.5 Hobby	35
1.4.6 Event	37
1.4.7 Tourismus	38
1.4.8 Trends	41
1.5 Freizeitforschung	45

---

<b>2. Zeit</b>	<b>49</b>
2.1 Zeitbudget	49
2.1.1 Arbeitszeitentwicklung	51
2.1.2 Reproduktionszeit	57
2.1.3 Unbezahlte Arbeitszeit / Ehrenamt	59
2.2 Zeitvorgaben	62
2.2.1 Öffnungszeiten	62
2.2.2 Flexibilisierung	65
2.2.3 Globale Beschleunigung	69
<b>3. Ökonomische / Wirtschaftliche Zusammenhänge</b>	<b>79</b>
3.1 Freizeitmarkt	79
3.2 Arbeitsmarktentwicklung	84
3.3 Standortfaktor Innenwirkung	88
3.4 Standortfaktor Außenwirkung	90
3.5 Anbieter von Freizeit	93
3.6 Zielgruppen	98
3.7 Dienstleistung	101
3.8 Marketing	104
3.9 Subventionen	108
<b>4. Nutzer</b>	<b>112</b>
4.1 Lebensstil	112
4.2 Freizeitmobilität	116
4.3 Ehrenamt	119
4.4 Teilhabe	121
4.5 Generationen / demografischer Wandel / Alter	123
4.6 Familie	125
4.7 Multioptionaler Konsument	130

---

<b>5. Akteure</b>	<b>134</b>
5.1 Bund und Länder	134
5.2 Kommune	136
5.3 Vereine	143
5.4 Einzelhandel	146
5.5 Gastronomie	150
5.6 Public-Private-Partnerships	154
5.7 Investoren	157
5.8 Berater	159
5.9 Freizeitimmobilien und Makler	161
<b>6. Standorte und Angebotstypen</b>	<b>166</b>
6.1 Zentrum - Peripherie - ländlicher Raum	166
6.2 Angebotstypen	168
6.2.1 Freizeitgroßeinrichtungen	168
6.2.2 Urban Entertainment Center	172
6.2.3 Multiplex-Kino	176
6.2.4 Theater, Musical-Theater	179
6.2.5 Multifunktionale Großveranstaltungshallen (Arena)	181
6.2.6 Kommerzielle Freizeitparks	185
6.2.7 Kommunale Parks	188
6.2.8 Naturparks	193
6.2.9 Regionalparks	195
6.2.10 Ferienparks - Ferienlandschaften	198
<b>7. Auswirkungen</b>	<b>202</b>
7.1 Ökologische Auswirkungen	202
7.2 Verkehrliche Auswirkungen	206
7.3 Freizeit und Raum	212
7.4 Soziale Auswirkungen	217
7.5 Ökonomische Auswirkungen	220

---

<b>8. Planung / Konzepte / Strategien</b>	<b>226</b>
8.1 Standortfaktor	226
8.2 Politik	228
8.3 Public-Private-Partnerships	231
8.4 Daseinsvorsorge	236
8.5 Freizeitinfrastruktur	238
8.6 Integrierte Planung	241
<b>Stichwortverzeichnis</b>	<b>246</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b>	<b>252</b>
<b>Tabellenverzeichnis</b>	<b>255</b>

*Karsten Foth, Janin Spigalski*

## **Einleitung**

Freizeit ist ein großer Begriff und wird mit vielen Aktivitäten wie Reisen, Essen, Einkaufen, Sport treiben und Entspannen u.ä. assoziiert. Im Studienprojekt „Freizeit in der Stadt“ am Institut für Stadt- und Regionalplanung an der Technischen Universität Berlin ist das Freizeitthema neu untersucht worden. Das Hauptanliegen dabei ist, die kommunale Relevanz heraus zu kristallisieren und zu bewerten. In dieser Arbeit werden mit die wichtigsten Teilbereiche erläutert und unter anderem mit Daten untermauert.

Die kontinuierlichen Arbeitszeitverkürzungen der letzten 40 Jahren und gewandelte Werthaltungen haben zu nachhaltigen Veränderungen in der Bedeutung des Freizeitbereichs geführt (vgl. Kap. 1.1 Freizeit). War die Funktion der Freizeit bis in die 1960er Jahre als Zeitraum der Erholung von und für die Arbeit gekennzeichnet, so hat sich ihre Bedeutung heute grundlegend gewandelt (vgl. Kap. 1.2 Freizeitdimensionen). Der Freizeitbereich hat auf individueller Ebene seine residuale Funktion gegenüber dem Arbeitsbereich verloren und nimmt für viele Menschen heute eine zentrale Stellung ein. Aus dieser Entwicklung ergeben sich neue, differenzierte Lebensstile mit veränderten Formen und Inhalten der Freizeitgestaltung. In Zusammenhang mit der gewandelten Bedeutung des Freizeitbereichs steht ein verändertes Anspruchsniveau der Bevölkerung in Hinblick auf die Bewertung und Inanspruchnahme von Räumen zur Freizeitverbringung.<sup>1</sup> Während noch in den 1950er Jahren die Arbeitszeit den Tagesablauf weitgehend dominiert hat, zeigt sich heutzutage eine deutliche Gewichtsverlagerung zum Freizeitbereich hin.<sup>2</sup>

Die wissenschaftliche Diskussion im Bereich Freizeit ist durch eine Vielzahl von einander abweichenden Begriffsdefinitionen gekennzeichnet. Zu einer allgemein akzeptierten, jeden Teilaspekt beinhaltenden Formulierung ist man bis heute noch nicht gelangt. Erschwerend kommt hinzu, dass der Begriff Freizeit an sich bereits sowohl zeitliche als auch inhaltliche Aspekte enthält (vgl. Kap. 1.3 Freizeitformen).<sup>3</sup>

Freizeit ist die frei zur Verfügung stehende Zeit des Menschen, vor allem im Vergleich zur Arbeitszeit. Das Wort geht auf die spätmittelalterlichen Rechtsbegriffe "Freye-zeyt" und "frey zeit" und benannte damals die Zeit, in der kein Markt stattfand.

Eine strikte, auch räumliche (Städtebau) Trennung der Sphären von Arbeit und Freizeit ist ein Phänomen der Neuzeit.

Aber auch die Zufriedenheit mit der Arbeit und am Arbeitsplatz ist zurück gegangen. Dadurch verschlechterte Arbeitsbedingungen wie Automatisierung des Produktionsablaufes, Arbeit an Sichtgeräten und in Großbüros sind viele Arbeiter ihrem Produkt entfremdet. Sie fühlen weniger Befriedigung und

---

1 Susanne Schäflein, Freizeit als Faktor der Stadtentwicklungspolitik und –planung. Stadtmarketing für mehr Lebensqualität?, Frankfurt am Main 1994, S.1.

2 Dr. Walter Freyer, Tourismus – Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, München 1993, S. 33.

3 Susanne Schäflein, Freizeit als Faktor der Stadtentwicklungspolitik und –planung. Stadtmarketing für mehr Lebensqualität?, Frankfurt am Main 1994, S.6.

suchen ihre Erfolgserlebnisse vermehrt außerhalb des Arbeitsprozesses in der Freizeit (und im Urlaub).<sup>4</sup>

Freizeit dient der Entspannung und der persönlichen Entfaltung, sofern diese nicht mit oben erwähnter Arbeitszeit in Verbindung zu bringen ist. In seiner Freizeit widmet sich der Mensch häufig seiner Familie, seinen Freunden und Dingen, die ihm Freude bereiten: Hobbys wie zum Beispiel Spielen, Lesen, Sport treiben, Einkaufen, Musik, Kunst oder Wissenschaft. Er nützt die Zeit für das, was ihm persönlich wichtig ist (vgl. Kap. 1.4 Freizeitbereiche).<sup>5</sup>

Kritiker des allgemeinen Freizeitbegriffes sind der Meinung, dass die Freizeit keine wirklich freie Zeit sei. Sie bleibe der Arbeit untergeordnet. In der Freizeit könne man nicht tun, was man will, denn man müsse sich erholen. S. AGRICOLA sieht den Grund für den subjektiven Eindruck von abnehmender Freizeit im Konflikt verschiedener Zeitsysteme untereinander: persönliches Zeitsystem, Familienzeitsystem, Arbeitszeitsystem und Infrastrukturzeitsystem (vgl. Kap. 1.5 Freizeitforschung).<sup>6</sup>

## Geschichte

Bereits bei den Griechen in der Antike wurde zwischen Arbeit und Freizeit unterschieden, wobei Freizeit oder Muße mit „schole“ und die Arbeit mit der Negation von Muße „a-scholia“ bezeichnet wurde. Die höheren Schichten der griechischen Gesellschaft mussten dank ihrer Sklaven keine körperliche Arbeit verrichten und konnten daher durch Lernen, Nachdenken und Gespräche, Wissen und Weisheit erlangen.

Aber auch die Sklaven und die Unterschicht verfügten über freie Zeit, die sie an ca. 60 Tagen im Jahr bei Olympischen Spielen oder anderen Festen verbrachten. Für alle Griechen galt, dass Freizeit nicht individuell genutzt werden konnte, sondern im öffentlichen Interesse zum Wohl des Staates lag.

Ähnliche Ansichten vertraten die Römer: auch hier wurde der Begriff für Arbeit "neg-otium" aus dem Begriff für Muße "otium" abgeleitet (vgl. Kap. 1.1.1 Erholung/Muße). Die herrschende "Otium-Schicht" hatte die Aufgabe, den Staat zu lenken und konnte auch individuellen Annehmlichkeiten nachgehen.

Auch die Plebejer (lateinisch „plebs“ Menge, Volk waren in der römischen Republik das Volk, das nicht dem alten Adel, den Patriziern angehörte; bestand vor allem aus Bauern und Handwerkern) verfügten aufgrund der wirtschaftlichen Weiterentwicklung und der Sklavenhalterei über individuelle Freizeit. Um diese in ihrem Sinne zu kanalisieren, veranstalteten die Herrschenden im Sinne von "Brot und Spiele" beispielsweise Wagenrennen im „Circus maximus“, bauten öffentliche Bäder sowie Parks und Sportarenen und sie veränderten auch architektonisch sichtbar das Stadtbild von Rom.

Comenius (1592-1670) war ein Philosoph, Theologe und Pädagoge und beschäftigte sich dann im 17. Jahrhundert mit dem Begriff Freizeit und forderte beispielsweise Erholungspausen zwischen der täglichen Schularbeit. Er gab der Pädagogik eine neue Richtung indem er die Pädagogik vom Kind her

---

<sup>4</sup> Dr. Walter Freyer, *Tourismus – Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie*, München 1993, S. 34.

<sup>5</sup> <http://de.wikipedia.org/wiki/Freizeit>, Zugriff 15.06.2005.

<sup>6</sup> Susanne Schäflein, *Freizeit als Faktor der Stadtentwicklungspolitik und –planung. Stadtmarketing für mehr Lebensqualität?*, Frankfurt am Main 1994, S.15.

entwarf.<sup>7</sup> Somit war auch erstmals der Mensch an sich der Ausgangspunkt bei der Auseinandersetzung mit Freizeit.

Karl Marx sah in der Freizeit (disponible Zeit) einen "großen Wert für die Emanzipation des Menschen, für die Wiedergewinnung der Menschlichkeit aus der Entfremdung. Eine Gesellschaft, die es schafft disponible Zeiten hervorzubringen, schafft auch Reichtum und zeigt unverkennbar die dialektischen Zusammenhänge von Arbeit und Freizeit. Freie Zeit ist von der Arbeit befreite Zeit, in der sich jedes Individuum besonders gut entfalten kann."<sup>8</sup>

Dr. Horst Opaschowski, seit 1975 Professor für Erziehungswissenschaft an der Universität Hamburg sowie seit 1979 Gründer und Leiter des B.A.T. Freizeit-Forschungsinstituts beschreibt vier Phasen der Freizeitentwicklung im 20. Jahrhundert:

- Nach dem 2. Weltkrieg bis in die 1950er Jahre hinein galt Freizeit ausschließlich der Erholung nach getaner Arbeit.
- Die Konsumgesellschaft der 1960er und 1970er Jahre sah in der Freizeit primär die Befriedigung der sozialen Selbstdarstellung und des Geldausgebens.
- In den 1980er Jahren galt das Interesse der Bevölkerung nicht mehr so sehr der Bewältigung des Wohlstandskonsums, sondern verlagerte sich auf die Bedürfnisse des gemeinsamen Erlebens und der Entwicklung eines eigenen Lebensstils.
- Die hektische Phase der 1980er wurde in den 1990er Jahren von einem Bedürfnis nach Ruhe und innerer Muße abgelöst und äußert sich in der heutigen Zeit durch einen regelrechten „Wellnessboom“

## Zum Aufbau des Handbuchs

Im Vordergrund dieser Arbeit steht der komplette Zusammenhang im gesamten Freizeitbereich. Aus diesem Grund ist das Handbuch in acht inhaltlichen Teilen sowie einem Anhang mit einem Stichwortverzeichnis gegliedert.

Im ersten Teil werden grundlegende Definitionen und Grundbegriffe erläutert, die hier schon kurz angerissen sind. Im zweiten Teil wird die Zeit in ihren alltäglichen Einheiten gegliedert dargestellt, wobei auch von außen eindringende Zeitschemen das persönlichen Zeitmanagement beeinflussen. Im Teil drei werden die ökonomischen Zusammenhänge und der Freizeitmarkt dargelegt. Dabei wird auf die Säulen des Marktes genauer eingegangen, die in Bezug zur Freizeit gestellt werden; wie Standortfaktoren, Dienstleistung, Marketing und Subventionen. Letztendlich sind nicht alle Konsumenten, sondern sie sind auch Arbeitnehmer in der Freizeitbranche. Im vierten Teil geht es um den Hintergrund der Nutzer. Dabei handelt es sich um eine Auflistung von Unterschieden bei den Nutzern und deren verschiedenen Aktionsbereichen und Teilhabe. Auf der anderen Seite stehen die Akteure, die im fünften Teil diskutiert werden. Auch hier gibt es eine Vielzahl unterschiedlicher Träger und Initiatoren, die unterschiedliche Interessen und Ziele verfolgen. Unter sechstens werden Angebotstypen, die in unterschiedlichen Einzugsgebieten liegen, betrachtet. In den letzten zwei Kapiteln wird das Thema abgerundet, indem zuerst auf die Auswirkungen von Freizeit und dann auf Planungen, Konzepte und Strategien eingegangen wird.

---

<sup>7</sup> <http://de.wikipedia.org/wiki/Comenius>, Zugriff 15.06.2005.

<sup>8</sup> <http://de.wikipedia.org/wiki/Freizeit>, Zugriff 15.06.2005.

Jeder **Unterpunkt** ist in sich gegliedert. Als erstes wird in den einleitenden Teil eine Definition oder Klärung des Begriffes gestellt. Dem folgt inhaltlich die Problemstellung und evtl. die Entwicklung des Beschriebenen. Danach wird soweit möglich auf die kommunale Relevanz eingegangen. Zum Schluss sind die direkt dafür verwendeten Quellen sowie teilweise empfohlene Literatur angefügt.

Im **Stichwortverzeichnis** sind alle Kapitelüberschriften sowie wichtige Schlagworte alphabetisch aufgelistet, um beim thematischen Suchen und Begriffsklärungen auf genaue Seitenangaben zurückgreifen zu können.

Aus Gründen der Lesbarkeit und durch die zahlreichen unterschiedlichen Quellen werden im gesamten Glossar und den Anhängen keine Geschlechterdifferenzierungen oder „Innen“-Suffixe verwendet. Selbstverständlich gelten inhaltlich alle Berufs- und Personengruppenbezeichnungen mit ihren jeweiligen Attributen trotz der meist männlichen Schreibweise gleichermaßen und wertneutral für alle Geschlechter.

#### Quellen:

Freyer, Dr. Walter: Tourismus – Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. 4. aktualisierte Aufl., München, 1993

Schäflein, Susanne: Freizeit als Faktor der Stadtentwicklungspolitik und –planung. Stadtmarketing für mehr Lebensqualität? Rhein-Mainische Forschung, Frankfurt am Main, 1994

<http://de.wikipedia.org/wiki/Hauptseite>, Zugriff 15.06.2005

Ruth Büchele, Silke Lindhof, Juliane Poy

# 1. Definitionen / Grundbegriffe

## 1.1 Freizeit

Freizeit ist häufig durch eine Negativdefinition beschrieben. Da heißt es beispielsweise: „Freizeit ist die zur Verfügung stehende Zeit, die der Mensch neben der Arbeitszeit und anderen mit Stress verbundenen Verpflichtungen hat“<sup>9</sup>. Freizeit ist also das Gegenteil von Arbeit. Betrachtet man jedoch die heutigen gesellschaftlichen Entwicklungen, wird klar, dass einige Bevölkerungsgruppen von dieser Definition ausgeschlossen sind und demnach nie Freizeit haben. Dazu zählen Arbeitslose, Rentner, Hausfrauen, Kinder usw. Geprägt ist diese Art der Definition von geregelten Tagesabläufen mit verbindlichen Feierabenden und dem freien Wochenende, die freie Zeit dient dabei hauptsächlich der Regeneration der physischen und psychischen Kräfte, die während der Erwerbstätigkeit aufgebraucht wurden.

Aktuellere Definitionen beschreiben Freizeit als freie Zeit, frei von Verpflichtungen und frei für individuelle Betätigungen. Opaschowski versteht darunter die freie Zeit, „die durch freie Wahlmöglichkeiten, bewusste Entscheidungen und soziales Handeln charakterisiert ist“<sup>10</sup>. Nach seinem Konzept teilt sich die Lebenszeit in drei Zeitabschnitte:

- **Determinationszeit** - die durch äußere Zwänge bestimmt wird wie Erwerbsarbeit, Schule, unumgängliche Hausarbeit, Schlaf, Ernährung usw.
- **Obligationszeit** - in dieser werden nötige Arbeiten erledigt, die aber weniger zwanghaft sind wie der Besuch von Elternabenden, Steuererklärungen ausfüllen, die Pflege von Angehörigen usw.
- **Dispositionszeit** - während dieser Zeit können die Individuen frei über ihre Zeit bestimmen, dies ist also der Freizeit zuzuordnen.

Die genannten Beispiele zeigen, dass es zwischen den Zeiteinteilungen Überschneidungen geben muss und dass nicht jede Tätigkeit immer eindeutig zuordenbar ist.<sup>11</sup> Diese Uneindeutigkeit macht insbesondere die Freizeitforschung (vgl. Kap. 1.5 Freizeitforschung) schwierig.

Freizeit ist heute ein Ausdruck von Individualität und Freiheit. Einschränkungen dieser Errungenschaft der modernen Gesellschaft werden nur ungern hingenommen. Das geht sogar soweit, dass sich in den Vorstellungen vieler Bundesbürger Kinderwunsch und freizeitorientierter Lebensstil ausschließen<sup>12</sup>. Somit wirkt das Freizeitverhalten auf den demografischen Wandel, ebenso wie umgekehrt (vgl. Kap. 4.5 Generationen / demografischer Wandel / Alter).

Freizeit steht schon lange nicht mehr nur für Erholung und Muße, vielmehr ist es ein Synonym für **Lebensqualität** und Wohlbefinden geworden. Dies bedeutet Spaß haben, sich Wohlfühlen, in Eigenregie walten und soziale Kontakte pflegen. Für die sinnvolle Gestaltung der freien Zeit gibt es heute einen großen Markt, der durch kommerzielle Anbieter hart umworben wird. Damit wird Freizeit aber auch immer mehr zum Luxus, wer sich die Gestaltung seiner Freizeit leisten kann (zeitlich oder finanziell), gilt als privilegiert. Damit ist die Freizeitgestaltung abhängig von den herrschenden gesellschaftlichen Verhältnissen.

Die Fülle der Freizeitangebote, die heute auf die Individuen einprasselt, kann auch in eine zwanghafte Freizeitgestaltung ausarten. Man möchte nichts verpassen und möglichst überall mitreden können, die

---

<sup>9</sup> <http://de.wikipedia.org/wiki/Freizeit>, Zugriff 06.05.2005.

<sup>10</sup> <http://de.wikipedia.org/wiki/Freizeit>, Zugriff 06.05.2005.

<sup>11</sup> Hans-Werner Prah, Soziologie der Freizeit, Paderborn 2002, S. 139 ff.

<sup>12</sup> Horst W. Opaschowski, Einführung in die Freizeitwissenschaft, Opladen 1997, S. 62.

Leistungsanforderungen steigen auch im Freizeitbereich. Statt Ruhe und Entspannung gibt es feste Termine und möglichst jeden Tag Beschäftigung, so dass man von **Freizeitstress** sprechen kann.<sup>13</sup>

Dagegen führt fehlende gesellschaftliche Teilhabe, auch im Freizeitbereich, zu Frustrationen. Die eigene Erlebnisarmut in einer schnelllebigen und modernen Gesellschaft kann zu Gewaltbereitschaft führen, wie das seit der politischen Wende 1989 in Deutschland unter sozial schwächeren ostdeutschen Jugendlichen zu beobachten ist. Hier sind auch die Kommunen gefordert. Die Menschen müssen in die Lage versetzt werden, sich ihr Leben subjektiv schön gestalten zu können. Dazu zählen Maßnahmen im Wohnumfeld genauso wie die Verbesserung der Bildungsbedingungen.<sup>14,15</sup>

#### Quellen:

Opaschowski, Horst W., Einführung in die Freizeitwissenschaft, Opladen 1997

Prahl, Hans-Werner, Soziologie der Freizeit, Paderborn 2002

<http://de.wikipedia.org/wiki/Freizeit>, Zugriff 06.05.2005

<http://www.stadtentwicklung.berlin.de>, Zugriff 23.04.2005

#### 1.1.1 Erholung/Muße

“Muße nicht Arbeit ist das Ziel des Menschen.”<sup>16</sup> Glaubt man den Worten von Oscar Wilde, so wäre es das Ziel des Menschen in seinem ‚tätigen Nichtstun‘ aufzugehen.

Man kann die Muße als eine Handlung frei von fremdbestimmter Arbeit, frei von Forderung der Gesellschaft und frei vom Konsumzwang der Freizeitindustrie beschreiben. Aristoteles sah sie sogar als eine Voraussetzung für das staatspolitische Handeln, da sie uns den Raum für Selbstfindung und kreative Selbstverwirklichung bietet<sup>17</sup>.

Die Erholung im Gegensatz dazu beschreibt eher die Zeit, in der man seine verbrauchten körperlichen und seelischen Kräfte durch Schlaf, Ruhe und Ausgleichstätigkeiten, wie etwa Freizeit oder Urlaub zurückgewinnt<sup>18</sup>. Die Freizeit wird also als der Ort gesehen, an dem Erholung und Muße am ehesten anzutreffen sind. Gab es in den 1980ern noch ein unendliches Verlangen nach Freizeit und damit auch dem Wunsch nach Zeit für sich, so will man heute nicht mehr weniger sondern anders arbeiten.

---

13 Horst W. Opaschowski, Einführung in die Freizeitwissenschaft, Opladen 1997, S. 229 ff.

14 Horst W. Opaschowski, Einführung in die Freizeitwissenschaft, Opladen 1997, S. 281 f.

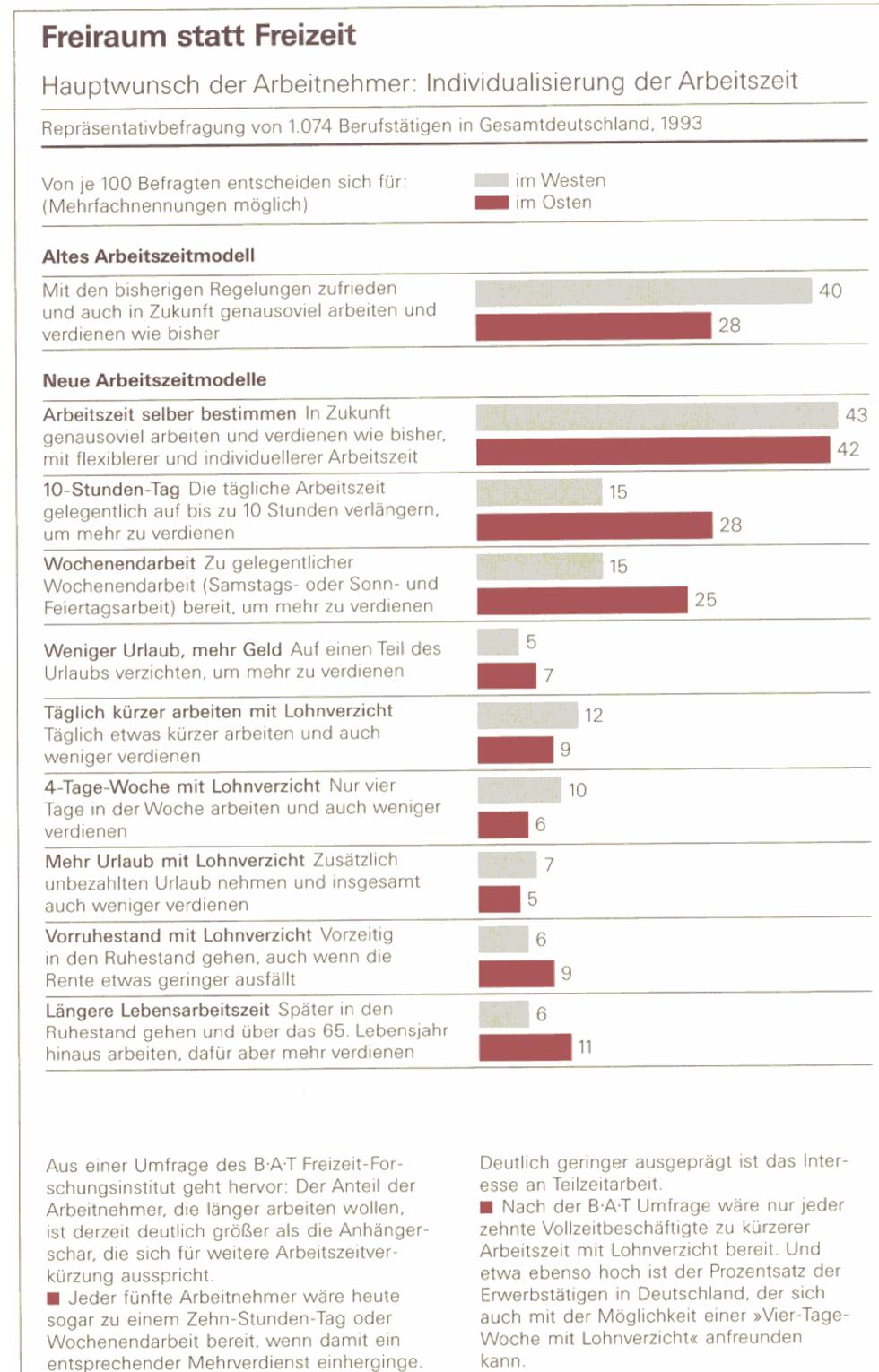
15 [http://www.stadtentwicklung.berlin.de/planen/forum2020/downloads/Doku\\_Soziale\\_Stadt.pdf](http://www.stadtentwicklung.berlin.de/planen/forum2020/downloads/Doku_Soziale_Stadt.pdf), Vortrag von Klaus Wermker, Zugriff 23.04.2005

16 Oscar Wilde [www.muskote.de/zitate](http://www.muskote.de/zitate), Zugriff 03.06.05.

17 F.A. Brockhaus GmbH, Brockhaus-Die Enzyklopädie in 24 Bänden, Leipzig 2001, Band 15, S. 281.

18 F.A. Brockhaus GmbH, Brockhaus-Die Enzyklopädie in 24 Bänden, Leipzig 2001, Band 6, S. 529.

Abb 1.: Freiraum statt Freizeit



Quelle: Opaschowski, Horst W., Schöne neue Freizeitwelt?, Hamburg 1994, S. 13

Zwei von fünf Personen wollen demnach genauso viel arbeiten wie bisher bei gleichbleibendem Lohn. Der einzige Wunsch heute liegt darin, die eigenen Zeit flexibler und individueller gestalten zu können. Mit sinkendem Alter wächst der Wunsch nach Individualität.<sup>19</sup>

Die einzigen Bevölkerungsgruppen, die bereit sind weniger zu arbeiten und zu verdienen sind die Großstädter, Besserverdienenden und Höhergebildeten. Dieser Trend ist vor allem darin begründet, dass man anscheinend das Mehr an Freizeit, was einem zur Verfügung steht, ohne eine bessere finanzielle Ausstattung nicht gebührend nutzen kann<sup>20</sup>. Ein weitere Aspekt ist, dass man sich heutzutage sogar verdächtig macht, wenn man viel Freizeit hat. So wird ein mehr an Freizeit häufig mit einem mehr an Armut gleichgesetzt<sup>21</sup>.

Zeit und Muße haben sind heute also auf den ersten Blick keine Statussymbole mehr. Dies ist darauf zurückzuführen, dass Erwerbsarbeit als Mangelware empfunden wird. Wer gestresst und ständig beschäftigt ist, erweckt also den Eindruck qualifiziert und gefragt zu sein<sup>22</sup>. Auf den zweiten Blick ist Zeit aber dennoch ein Statussymbol, da es sich nur wenig Leute leisten können freie Zeit in Anspruch zu nehmen, und diese dann auch nach ihren Wünschen zu gestalten.

Neben der Angst des ‚Gesichtsverlustes‘, gibt es aber noch ein anderes Phänomen, welches es uns erschwert unsere Freizeit zu genießen. Wir haben den Wunsch nach dreimal soviel Zeit für unser Leben, die persönlichen Interessen, Freizeitbeschäftigungen, Ausschlafen und Faulenzen als uns zur Verfügung steht. Denn je mehr Zeit wir parat haben, desto größere Freizeitwünsche entwickeln wir, und desto diverser werden die uns angebotenen Aktivitäten<sup>23</sup>. Da uns die Zeit aber zu fehlen scheint, alles in Ruhe zu genießen, reagieren wir mit größerer Betriebsamkeit<sup>24</sup>. Man hat also ständig den Eindruck etwas zu verpassen, bzw. nicht das tun zu können, was man eigentlich will. Die Freizeit als Eigenzeit scheint uns verloren gegangen zu sein (vgl. Kap. 2.2.3 globale Beschleunigung).<sup>25</sup>

Um diesem Trend entgegen zu steuern, nehmen sich bestimmte Personengruppen bewusst mehr Zeit zum Ausschlafen oder Faulenzen. Damit werden aber auch diese Aktivitäten zu gezielten Freizeitbeschäftigungen, die wir versuchen in unserem „Freizeiterninkalender<sup>26</sup>“ unterzubringen<sup>27</sup>. Wir haben es also verlernt innerlich abzuschalten und dem Ruf nach dem neuen Erlebnis zu widerstehen. Opaschowski meint dazu „Freizeit droht in Zukunft ihren Charakter als Eigenzeit zu verlieren, weil der rastlose Freizeitmensch kaum noch zur Ruhe kommt“<sup>28</sup>.

Aber warum kommen wir nicht mehr zur Ruhe? Die heutige Erlebnisgesellschaft bietet uns permanent neue Reize. Und wir folgen ihrem Ruf. Wir warten nicht auf unser Glück, sondern wollen es pausenlos erleben<sup>29</sup>, was zur Folge hat, dass unser Leben pausenlos wird. Wir werden zu „Freizeitkonsumenten im Erlebnisstress“<sup>30</sup>.

---

19 Horst W. Opaschowski, *Schöne, neue Freizeitwelt?* Hamburg 1994, S. 12.

20 Horst W. Opaschowski, *Schöne, neue Freizeitwelt?* Hamburg 1994, S. 14.

21 Horst W. Opaschowski, *Schöne, neue Freizeitwelt?* Hamburg 1994, S. 14.

22 Horst W. Opaschowski, *Freizeit 2001*, Hamburg 1992, S. 27.

23 Horst W. Opaschowski, *Freizeit 2001*, Hamburg 1992, S. 27.

24 Reinhard Klopffleisch, *Die Pflicht zur Faulheit*, Düsseldorf 1991, S. 52.

25 Horst W. Opaschowski, *Freizeit 2001*, Hamburg 1992, S. 27.

26 Reinhard Klopffleisch, *Die Pflicht zur Faulheit*, Düsseldorf 1991, S. 52.

27 Horst W. Opaschowski, *Freizeit 2001*, Hamburg 1992, S. 27.

28 Horst W. Opaschowski, *Freizeit 2001*, Hamburg 1992, S. 28.

29 Horst W. Opaschowski, *Freizeit 2001*, Hamburg 1992, S. 22.

30 Horst W. Opaschowski, *Freizeit 2001*, Hamburg 1992, S. 22.

Aber auch dieser Typus sucht die Entspannung in Wellness- und Spa-Centern, bei der Massage in der Mittagspause oder in der Yogastunde. Allerdings ist diese Entspannung nicht gleichzusetzen mit der Muße und Erholung, die es dem Menschen ermöglichen sollen sein „tätiges Nichtstun“<sup>31</sup> zu erleben.

#### Quellen:

F.A. Brockhaus GmbH (Hrsg.) Brockhaus- Die Enzyklopädie in 24 Bänden, Leipzig 2001, Band 6 und 15

Klopfleisch, Reinhard, Die Pflicht zur Faulheit: Freizeit zwischen Streß und Muße, Düsseldorf 1991

Opaschowski, Horst W., Freizeit 2001- Ein Blick in die Zukunft unserer Freizeitwelt, Hamburg 1992

Opaschowski, Horst W., Schöne, neue Freizeitwelt? Hamburg 1994

[www.muskote.de/zitate](http://www.muskote.de/zitate), Zugriff am 03.06.05

#### Weiterführende Literatur:

Tewes, Joseph (Hrsg.), Nichts Besseres zu tun- über Muße und Müßiggang, 2. Auflage, Oelde 1991

### 1.1.2 Erlebnis / Unterhaltung

Das Erlebnis ist ein Ereignis im individuellen Leben eines Menschen, das sich vom Alltag des Erlebenden so sehr unterscheidet, dass es ihm lange im Gedächtnis bleibt. Ein Erlebnis unterscheidet sich vom Ereignis dadurch, dass es subjektiv empfunden wird. Was für den einen ein aufregendes Erlebnis ist, langweilt den anderen.<sup>32</sup>

Jede Erscheinungsform populärer Kunst, die lustvollen Zeitvertreib gewährleistet ist Unterhaltung. Unterhaltung ist ein Phänomen der (Freizeit-)Kultur und bedient sich ihrer jeweiligen Medien. In der arbeitsteiligen Gesellschaft verheißt die Welt der Unterhaltung Genuss, Konsum und Ausfüllung der freien Zeit. Sie ist das Gegenbild der Arbeitswelt.<sup>33</sup>

Der Trend in der Freizeitentwicklung ist die Ausrichtung zahlreicher Aktivitäten in den Bereichen Tourismus, Medien, Kino, Sport, Kultur, Shopping und Gastronomie auf die Erlebnisqualität des Angebots. In dem neu entwickelten Erlebnismarkt geht es um fortwährende Neuinszenierungen.<sup>34</sup> Shopping Center werden z. B. regelmäßig neu ausgerichtet. Die vier Jahreszeiten finden sich in dem Center genauso wie in der Natur wieder. Selbst das Kino wird zum Erlebnis mit Laser-Show oder sogar in 3D mit passender Brille. Die Tourismusbranche bietet permanent die neusten Erlebniswelten an. Man hat die Auswahl zwischen Städtereisen inklusive Musical, Safari Urlaube, Camel Adventure Touren, oder Wellness Wochenende mit Candellight Dinner und anschließendem Theaterbesuch. Im Bereich der Kultur laden beispielsweise Museen vierteljährlich zur langen Nacht ein (vgl. Kap. 1.4.1 Kultur). In dieser Nacht kann man sich im Museum neben den eigentlichen Ausstellungen Musik anhören, vom Buffet kosten und die letzte Führung um Mitternacht miterleben.

Die vier **Erlebnisdimensionen** live, persönlich, sinnlich, und sozial lassen die Freizeitkultur zu einer Erlebniswelt zum Anfassen werden. Freizeitkulturelle Veranstaltungen lassen sich durch die Einbeziehung sinnlichen Erlebens wesentlich vom Angebot traditioneller Kultur- und Bildungsangebote unterscheiden. Im Zeitalter neuer Medien wächst der Mensch mit der Flut visueller Eindrücke auf. Die Fol-

---

31 F.A. Brockhaus GmbH, Brockhaus- Die Enzyklopädie in 24 Bänden, Leipzig 2001, Band 15, S. 281.

32 <http://de.wikipedia.org/wiki/Erlebnis>, Zugriff 15.07.2005.

33 [http://de.wikipedia.org/wiki/Unterhaltung\\_%28Freizeitbesch%C3%A4ftigung%29](http://de.wikipedia.org/wiki/Unterhaltung_%28Freizeitbesch%C3%A4ftigung%29), Zugriff 15.07.2005.

34 Wolfgang Isenberg, in Bensberger Protokolle, Kathedralen der Freizeitgesellschaft, 1998, S. 9.

ge ist, dass er auf optisch-akustische Feinessen nicht mehr verzichten kann. Besucher von freizeitkulturellen Veranstaltungen wollen primär unterhalten werden. Die Erlebnisarmut des Alltags lässt sich durch Schaffung einer stimmungsvollen Atmosphäre schnell vergessen. Die Hochstimmung eines solchen einmaligen Gemeinschaftserlebens wirkt bei dem Besucher noch über Tage hinaus.<sup>35</sup>

#### Quellen:

Isenberg, Wolfgang, in *Kathedralen der Freizeitgesellschaft*, 1998

Opaschowski, Horst, *Wir schaffen Glückseligkeit*, in *Kathedralen der Freizeitgesellschaft*, Bensberger Protokolle, 1998

[www.wikipedia.de](http://www.wikipedia.de), Zugriff 15.07.2005

## 1.2 Freizeitdimensionen

Nach dem Brockhaus stammt das Wort Dimension aus dem Lateinischen von *dimetiri*. Es beschreibt den Vorgang, etwas nach allen Seiten hin abzumessen. Heute wird mit Dimension die Ausdehnung bzw. das Ausmaß auf räumlicher, zeitlicher und begrifflicher Ebene bezeichnet.<sup>36</sup> So gibt es auch in der Freizeit verschiedene Dimensionen auf der die Freizeit an zu finden oder zu bestimmen ist.

Die hier zu Grunde liegende Bezugsgröße ist die Zeit, die sich auf verschiedenen Ebenen wiederfindet. So dienen sowohl ein Tag, also 24 Stunden, wie auch eine Woche, ein Jahr und ein ganzes Leben als Bezüge. Einzig die Zwangsfreizeit (vgl. Kap. 1.2.4 Zwangsfreizeit) unterscheidet sich von den anderen in diesem Abschnitt erläuterten Formen, da es in diesem Abschnitt eher darum geht, dass die Freizeit nicht immer selbständig verortet werden kann.

#### Quellen:

F.A. Brockhaus GmbH, *Brockhaus - Die Enzyklopädie in 24 Bänden*, Leipzig 2001, Band 5

### 1.2.1 Tagesfreizeit

Tagesfreizeit bezeichnet die Zeit des Tages, die einem Menschen an normalen Werktagen (also nicht am Wochenende oder an Feiertagen), außerhalb der von Verpflichtungen erfüllten Zeit, noch zur Verfügung steht. Im Bewusstsein Erwerbstätiger stellt sich die Tagesfreizeit daher schwerpunktmäßig als **Feierabend** dar.<sup>37</sup> Hinzu zählen darüber hinaus auch Freistunden, Pausen oder andere freie Zeiten, wobei diese kurze Zeiten meist keiner „sinnvollen“ Freizeitnutzung zugeführt werden können. Nicht hinzu zählen die Zeiten für Schlafen, Hygiene, Ernährung, Einkaufen, familiäre Pflichten, Wohnungspflege, Wegezeiten, Arbeitsvorbereitung und sonstige soziale Rollenpflichten einschließlich Krankheit und Pflege<sup>38</sup>. Es wird deutlich, dass die Tagesfreizeit meist in Zusammenhang mit **Regenerationszeiten** steht, um wieder fit für den nächsten Arbeitstag zu sein. Der so genannte Feierabend ist damit trotz Flexibilisierung der Arbeitszeiten und –abläufe nicht als historisch zu bezeichnen. Jedoch kann man sagen, dass eine Erhöhung von Erwerbszeiten, z.B. verursacht durch den Zwang mehrere Jobs

---

<sup>35</sup> Horst W. Opaschowski, *Wir schaffen Glückseligkeit*, in *Kathedralen der Freizeitgesellschaft*, 1998, S. 21.

<sup>36</sup> F.A. Brockhaus GmbH, *Brockhaus - Die Enzyklopädie in 24 Bänden*, Leipzig 2001, Band 5, S. 520.

<sup>37</sup> Deutsche Gesellschaft für Freizeit, *Freizeitlexikon*, Ostfildern 1986, vgl. S. 310.

<sup>38</sup> Hans-Werner Prah, *Soziologie der Freizeit*, Paderborn 2002, S. 135.

annehmen zu müssen oder durch branchenübliche Arbeitszeitverlängerungen (new economy), zuerst Einschränkungen bei Zeiten für Freizeit und Grundbedürfnissen bedeutet<sup>39</sup> (vgl. 2.2.2 Flexibilisierung).

## Quellen:

Deutsche Gesellschaft für Freizeit, Freizeitlexikon, Ostfildern 1986

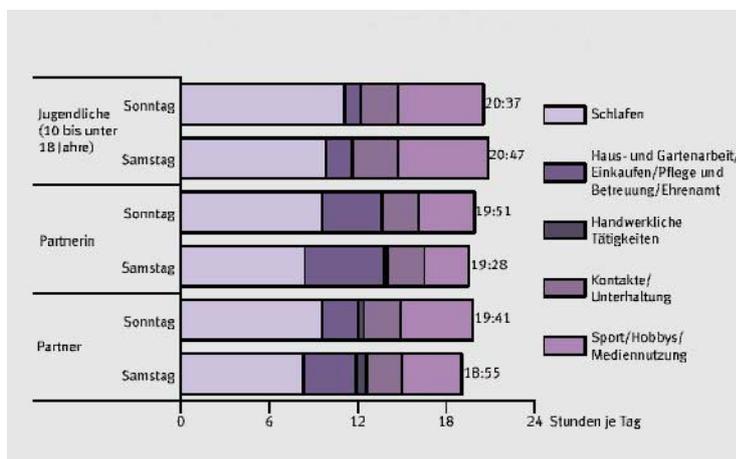
Müller-Wichmann, Christiane, Von wegen Freizeit, Frankfurt am Main, 1987

Prahl, Hans-Werner, Soziologie der Freizeit, Paderborn, 2002

## 1.2.2 Wochenfreizeit

Wochenfreizeit bezeichnet die Freizeit, die am Wochenende, an arbeits- bzw. schulfreien Tagen oder an Feiertagen stattfindet. Im Gegensatz zur Tagesfreizeit stehen hier nicht der Erholungs- bzw. Re-generationseffekt im Vordergrund sondern die aktive Freizeitgestaltung, die auch dadurch gekennzeichnet ist, dass mehr Zeit für zusammenhängende Tätigkeiten zur Verfügung steht als an normalen Wochentagen. Zu den bevorzugten Tätigkeiten gehören Sport, Handwerken, Kurzurlaube (auch regelmäßiges Campen bzw. Aufenthalt in Wochenendhäusern), Familienfeiern, Partys und sonstige Ausflüge (z.B. in Parks, Freizeitparks, Freibäder, Naherholungsgebiete usw.). Ebenfalls erhöht sich die Zeit zur Nutzung von Medien.<sup>40</sup> Die Zunahme von Arbeitszeiten oder anderer Verpflichtungen führt hier ähnlich wie bei der Tagesfreizeit zur Einschränkung der echten freien Zeit, da dann verstärkt am Wochenende die Tätigkeiten nachgeholt werden, die innerhalb der Woche nicht geschafft wurden. Dies betrifft vor allem Arbeiten im Haushalt, welche größtenteils von Frauen ausgeführt werden, während Männer sich häufiger eine Auszeit gönnen oder verstärkt Zeit für ihre berufliche Karriere aufwenden. Die nachstehende Abbildung 2 zeigt das sehr deutlich, vor allem ist ablesbar, dass die Zeitaufwendung für Hausarbeit bei Frauen deutlich auf Kosten der Freizeit geht. Es gibt also nach wie vor Unterschiede in der Freizeit von Frauen und Männern, auch was die Dauer der Freizeit betrifft.<sup>41</sup>

Abb. 2: Zeitverwendung am Wochenende



Quelle: „Wo bleibt die Zeit?“, Bundesministerium für Familien, Senioren, Frauen und Jugend, Statistisches Bundesamt, 2003

<sup>39</sup> Christiane Müller-Wichmann, Von wegen Freizeit, Frankfurt am Main 1987, S. 42.

<sup>40</sup> Deutsche Gesellschaft für Freizeit, Freizeitlexikon, Ostfildern 1986, vgl. S. 350.

<sup>41</sup> Christiane Müller-Wichmann, Von wegen Freizeit, Frankfurt am Main 1987, S. 42.

In dem bereits zitierten Gutachten zum Thema Arbeitszeitverkürzung heißt es dazu: „Mehr erwerbsfreie Zeit an Wochentagen entlastet – praktisch und gefühlsmäßig - das mit Eigenarbeit überfrachtete Wochenende.“ Die gesellschaftliche Teilhabe weiter Gruppen der Bevölkerung könnte so erhöht werden<sup>42</sup>.

#### Quellen:

Bundesministerium für Familien, Senioren, Frauen und Jugend, Statistisches Bundesamt, Wo bleibt die Zeit?, 2003

Deutsche Gesellschaft für Freizeit, Freizeitlexikon, Ostfildern 1986

Müller-Wichmann, Christiane, Von wegen Freizeit, Frankfurt am Main 1987

### 1.2.3 Jahresfreizeit

Jahresfreizeit bezeichnet die Gesamtheit der Freizeit im Laufe eines Jahres. Im Unterschied zur Tages- oder Wochenfreizeit wird hierunter „ein längerer, i.d.R. mehrwöchiger Block freier Tage ein- oder auch mehrmals jährlich verstanden, bekannt auch als so genannter Jahresurlaub“.<sup>43</sup> Es können auch Zeiten der Arbeitslosigkeit oder Kurzarbeit unter diesem Begriff gefasst werden, hier spielt jedoch die persönliche Wahrnehmung eine übergeordnete Rolle für die Kategorisierung<sup>44</sup>. Die Jahresfreizeit dehnt sich derzeit weiter aus, so haben einige Berufsgruppen mehr Urlaub als den festgesetzten Jahresurlaub. Im öffentlichen Dienst in Berlin wurden beispielsweise Arbeitszeit und Lohn mit dem derzeit geltenden Tarifvertrag herabgesetzt, dabei wurde auch eine besondere Vereinbarung zu Arbeitszeitkonten getroffen, so dass der Urlaub von Vollzeitbeschäftigten um bis zu achtzehn Tage im Jahr ausgedehnt werden kann (je nach Vergütungsgruppe)<sup>45</sup>. Für die Beschäftigten heißt das, dass sie mehr Freizeit aber weniger Geld zur Verfügung haben. Für die Arbeitgeber bringt die Regelung in erster Linie finanzielle Einsparungen, aber auch Probleme im Geschäftsablauf.

#### Quellen:

Deutsche Gesellschaft für Freizeit, Freizeitlexikon, Ostfildern 1986

Prahl, Hans-Werner, Soziologie der Freizeit, Paderborn 2002

Tarifvertrag zur Anwendung von Tarifverträgen des öffentlichen Dienstes (Anwendungs-TV Land Berlin) vom 31.07.2003

### 1.2.4 Zwangsfreizeit

Zwangsfreizeit ist, wie der Name sagt, die freie Zeit, die von den Individuen nicht freiwillig gewählt wird. Dies wird bedingt durch Krankheit, Behinderung, Invalidität, Arbeitslosigkeit und Kurzarbeit. Es wird deutlich, dass diese Situationen nicht für Freizeit im herkömmlichen Sinne stehen, vielmehr ist hiermit eine Notlage beschrieben. Der Zwangsfreizeit fehlen auch wesentliche Merkmale der regulären Freizeit, nämlich die Freiheit zur Selbstbestimmung und die Individualität. Zur Verdeutlichung seien hier pflegebedürftige Personen genannt, die z.B. in Heimen untergebracht sind und/oder bettlägerig

---

42 Christiane Müller-Wichmann, a.a.O., S. 59.

43 Deutsche Gesellschaft für Freizeit, Freizeitlexikon, Ostfildern 1986, vgl. S. 154.

44 Hans-Werner Prahl, Soziologie der Freizeit, Paderborn 2002, S. 135.

45 siehe Tarifvertrag zur Anwendung von Tarifverträgen des öffentlichen Dienstes (Anwendungs-TV Land Berlin) vom 31.07.2003.

sind. Für diese Personen und z.B. auch für Arbeitslose gilt, dass sie ständig den Betreuern (Pflegerpersonal, Agentur für Arbeit usw.) für Anwendungen, Rückfragen und zur Vermittlung zur Verfügung stehen müssen. Die wirklich freie Zeit schrumpft damit auf ein Minimum zusammen, so stehen beispielsweise Arbeitslosen nur drei Wochen Ferien im Jahr zu. Auch wenn diese Personen also scheinbar über jede Menge freie Zeit verfügen, so ist nur der geringste Teil davon wirklich Zeit ohne Verpflichtungen. Hinzukommt, dass dieser Personenkreis durch die mangelnde Erwerbstätigkeit finanziell meist schlechter gestellt ist, als die übrige Bevölkerung. Arbeit rhythmisiert in unserer Gesellschaft den Lebensfluss, sie bietet Orientierung und Perspektive und teilt auch der Freizeit ein Zeitfenster zu. Für Menschen die scheinbar ausschließlich Freizeit haben, kann damit schon allein der Tagesablauf zum Problem werden. Weiterhin leiden diese Personen unter der mangelnden gesellschaftlichen Anerkennung, die nur den „ehrlich Arbeitenden“ zuteil wird.<sup>46</sup>

Aus diesem Szenario leitet sich ein eher undankbarer Freizeitmarkt ab (vgl. Kap. 3.1 Freizeitmarkt), da er, um von dem beschriebenen Personenkreis genutzt werden zu können, möglichst kostenlos und wohnortnah angeboten werden müsste. Dies ist für private Träger, die meist gewinnorientiert arbeiten, also denkbar unattraktiv (vgl. Kap. 5 Akteure). Daraus lässt sich schließen, dass es hauptsächlich eine kommunale Aufgabe ist, hier Angebote zu schaffen. Auch wenn es nahezu keine Lobby für diese Menschen gibt, müssen für diese Gruppen Freizeitangebote geschaffen werden. Nur so kann einer andauernden gesellschaftlichen Isolation vorgebeugt werden. Darüber hinaus muss Freizeit einen höheren Stellenwert gewinnen, damit Menschen die zwangsweise viel freie Zeit haben, dennoch in der Lage sind diese auszufüllen und nicht mehr dauerhaft stigmatisiert werden. Das bedeutet auch, dass die Menschen in die Lage versetzt werden müssen ihre freie Zeit zu nutzen.

#### Quellen:

Engler, Wolfgang, Bürger, ohne Arbeit – Für eine radikale Neugestaltung der Gesellschaft, Berlin 2005

### 1.2.5 Freie Zeit in einer Lebensphase

Neben der uns alltäglich zur Verfügung stehenden Freizeit (vgl. Kap. 1.1), stellt die freie Zeit einer Lebensphase, eine besondere Form da. Sie gilt nicht nur für einen längeren Zeitabschnitt sondern ist auch sehr prägend für diesen.

Die Freizeit ist inzwischen ein Sozialwert für uns geworden. Sie ist ein selbständiger Lebensbereich mit einem gewissen Eigenwert. Die hohe Bedeutung der Freizeit lässt sich daran messen, dass wir in ihrer Ausübung egozentrisch sind, nicht zu verwechseln mit egoistisch. Es heißt lediglich, dass ich mich selbst als wichtig, aber nicht als das Wichtigste ansehe.<sup>47</sup> Dadurch lässt es sich unter anderem erklären, dass einige von uns im Laufe ihres Lebens einen längeren Abschnitt freier Zeit für sich beanspruchen. Da die Formen sehr verschieden sind, sollen sie im Folgenden kurz beschrieben werden.

Die Bezeichnung **Sabbatjahr** stammt ursprünglich aus dem Alten Testament. Darin wird das Sabbatjahr sowohl der Schuldenerlass und die Freilassung der israelitischen Schuldklaven beschrieben<sup>48</sup>. Ebenso wird damit das Brachliegen eines Ackers im siebten Jahr bezeichnet. Innerhalb dieses Jahres soll sich der Boden regenerieren und zu besseren Erträgen führen.

Der Bogen zur Arbeitswelt ist relativ leicht zu schlagen. Ab dem siebten Jahr hat der Arbeitnehmer die Möglichkeit eine Pause von drei bis zwölf Monaten zu beantragen. Wichtig bei der Antragstellung ist, dass der Arbeitnehmer darlegen kann, dass es für beide Seiten profitabel ist. Für den Arbeitnehmer ist es nicht schwer einen solchen Grund zu finden. Er hat im Laufe dieser freien Zeit die Möglichkeit sich selbst weiter zu bilden, bzw. sich so zu erholen, dass er danach mit neuer Energie weiter arbeiten

---

<sup>46</sup> vgl. Wolfgang Engler, Bürger, ohne Arbeit, Berlin 2005, S. 51ff.

<sup>47</sup> [http://www.wienerjournal.at/2005/6/14/WJ1106\\_Buch.pdf](http://www.wienerjournal.at/2005/6/14/WJ1106_Buch.pdf), Zugriff 14.07.2005, S.7-8.

<sup>48</sup> F.A. Brockhaus GmbH, Brockhaus-Die Enzyklopädie in 24 Bänden, Leipzig 2001, Band 18, S.719.

wird.<sup>49</sup> Für den Arbeitgeber hingegen kann eine solche Auszeit zum Beispiel eine gute Alternative zu Kündigungen in auftragsschwachen Zeiten sein.<sup>50</sup>

Eine weitere Möglichkeit, die relativ selbstbestimmt festgelegt werden kann, ist das **Urlaubssemester**. Die rechtlichen Grundlagen sind im §90 des Universitätsgesetzes verankert.<sup>51</sup> Es kann ein Urlaubssemester aus den verschiedensten Gründen beantragt werden. Neben der durch ein Attest belegten Krankheit, gibt es folgende weitere Gründe für eine Beurlaubung:

- Ein Pflichtpraktikum, welches in der Prüfungsordnung vorgesehen ist
- Ein freiwilliges Praktikum, dessen Förderlichkeit für das Studium durch den Studiendekan bestätigt werden muss
- Ein Auslandsaufenthalt, z. B. im Rahmen des europäischen ERASMUS Programms
- Die Leistung des Wehr- und Zivildienstes
- Schwangerschaft und Erziehungsurlaub
- Eine Freiheitsstrafe
- Und sonstige schwerwiegende Gründe.<sup>52</sup>

Während eines Urlaubssemesters können Prüfungen abgelegt werden, die genauen Bedingungen dazu sind in den entsprechenden Studien- und Prüfungsordnungen festgelegt. Die Dauer von zwei Semestern soll in der Regel nicht überschritten werden.<sup>53</sup>

Der **Erziehungsurlaub** wurde 1986 eingeführt, um es sowohl Müttern wie auch Vätern zu ermöglichen Familie und Erwerbstätigkeit zu vereinbaren.<sup>54</sup> Er wurde zusammen mit dem Erziehungsgeld durch das Erziehungsgeld-Gesetz vom 06. 12.1985 festgesetzt. Bis zur Vollendung des dritten Lebensjahres eines Kindes (geboren nach dem 31.12.1991) hat ein Arbeitnehmer damit befristeten Anspruch auf Beurlaubung. „Weitere Voraussetzungen sind, dass 1) der andere Elternteil erwerbstätig oder arbeitslos ist oder er sich in einer Ausbildung befindet, 2) der andere Elternteil keinen Erziehungsurlaub in Anspruch nimmt, 3) kein Beschäftigungsverbot für erwerbstätige Mütter besteht. Während des Erziehungsurlaubs ist Erwerbstätigkeit nur zulässig, wenn die wöchentliche Arbeitszeit 19 Stunden nicht übersteigt.“<sup>55</sup> Ein weiterer sehr wichtiger Punkt ist, dass man innerhalb dieser Zeit einem gewissen Kündigungsschutz unterliegt.

Neben den angeführten Beispielen, bei denen man sich in allen Fällen mehr oder weniger freiwillig in eine Lebensphase mit viel freier Zeit begibt, besteht heutzutage bei den hohen Arbeitslosenzahlen auch das Problem, das einige Personen unfreiwillig über mehr freie Zeit als üblich verfügen. Diesen Leuten gilt es Angebote zu machen, die das zu viel an freier Zeit ähnlich wie in den angeführten Beispielen mit einer sinnvollen Aufgabe erfüllen. Ein Ansatz dafür sind beispielsweise Weiterbildungsangebote, die durch das Arbeitsamt vermittelt werden.

---

49 <http://hr-online.de/website/rubriken/ratgeber/index.>, Zugriff 14.07.2005.

50 <http://hr-online.de/website/rubriken/ratgeber/index.>, Zugriff 14.07.2005.

51 <http://www.usta.de/info/SozialInfo/2000/Urlaub.html>, Zugriff 18.07.2005.

52 <http://www.usta.de/info/SozialInfo/2000/Urlaub.html>, Zugriff am 18.07.2005.

53 <http://www.usta.de/info/SozialInfo/2000/Urlaub.html>, Zugriff am 18.07.2005.

54 <http://www.statistik.baden-wuerttemberg.de/BevoelkGebiet/FaFo/fafErziehungsurlaub.asp>, Zugriff am 18.07.2005.

55 F.A. Brockhaus GmbH, Brockhaus-Die Enzyklopädie in 24 Bänden, Leipzig 2001, Band 6, S.586.

## Quellen:

F.A. Brockhaus GmbH, Brockhaus-Die Enzyklopädie in 24 Bänden, Leipzig 2001, Band 6 und Band 18

<http://hr-online.de/website/rubriken/ratgeber/index.>, Zugriff 14.07.2005

<http://www.statistik.baden-wuerttemberg.de/BevoelkGebiet/FaFo/fafoErziehungsurlaub.asp>, Zugriff 18.07.2005

[http://www.wienerjournal.at/2005/6/14/WJ1106\\_Buch.pdf](http://www.wienerjournal.at/2005/6/14/WJ1106_Buch.pdf), Zugriff 14.07.2005

<http://www.usta.de/info/SozialInfo/2000/Urlaub.html>, Zugriff 18.07.2005

## 1.3 Freizeitformen

Der folgende Abschnitt beschreibt verschiedene Formen von Freizeit bzw. stellt sie gegenüber. Dazu zählen Orte an denen Freizeit betrieben wird ebenso wie der finanzielle oder gesellschaftliche Rahmen. Es werden dabei gesellschaftliche Entwicklungen dargestellt und Trends aufgezeigt, die zu dem heutigen Freizeitverhalten führen. Die Betrachtung dieser Bereiche bildet unter anderem die Grundlage für Thesen über Freizeitbedürfnisse und den daraus abzuleitenden Aufgaben für die Kommunen.

### 1.3.1 Häusliche/außerhäusliche Freizeit

Freizeit lässt sich in häusliche und außerhäusliche Freizeit einteilen. Computer spielen, sich mit Familie und Kindern beschäftigen, Fernsehen, Lesen, im Internet surfen sind Aktivitäten, die vorwiegend im Haus stattfinden. Außerhäusliche Freizeit verbringt man z. B. im Kino, Café, Theater, beim Sport, mit spazieren gehen oder Kursen der Volkshochschule.

Wann Freizeit im Haus bzw. außer Haus verbracht, wird ist die eigentliche Frage. Freizeit wird an Samstagen sowie Sonn- oder Feiertagen am häufigsten für außerhäusliche Aktivitäten genutzt. Das sind die Tage, an denen auch ein größeres **Zeitbudget** (vgl. Kap. 2.1) als an den anderen Wochentagen zur Verfügung steht. Dies spiegelt sich auch in der Verteilung der Freizeitwege (vgl. Kap. 4.2 Freizeitmobilität) auf die einzelnen Wochentage wider. Freizeitwege werden häufiger an Wochenenden als an Werktagen unternommen; an den Werktagen nimmt der Freitag, als Übergangstag zum Wochenende - eine Sonderstellung ein. Insgesamt werden am Wochenende deutlich mehr Freizeitwege durchgeführt und es wird mehr Freizeit außer Haus verbracht.<sup>56</sup>

Auch das British American Tobacco (B.A.T) – Freizeitforschungsinstitut konnte im Vergleich von häuslicher und außerhäuslicher Freizeit die Dominanz der häuslichen Freizeit feststellen.<sup>57</sup> Im Jahr 2001 deutete sich im Freizeit-Monitor ein Ende des Trends zur Erlebnis- und Spaßgesellschaft an. Im Wertesystem und Freizeitverhalten drang die Familie wieder in den Vordergrund. Bei einer 1999 vom B.A.T. – Freizeitforschungsinstitut durchgeführten Repräsentationsbefragung der Bevölkerung ab 14 Jahren gaben 44% der Befragten an, sich in der letzten Woche bzw. am Wochenende mit der Familie beschäftigt zu haben. 2000 waren es 47 % und ein Jahr darauf stieg die Anzahl um weitere 4 %. Ebenso wie die Familie haben auch die Gartenarbeit und das Heimwerken wieder an Beliebtheit gewonnen.<sup>58</sup> Simultan konnte festgestellt werden, dass Singles überdurchschnittlich freizeitaktiv sind. Im Vergleich zur Familienhaushalten besuchen Singles offensichtlich mehr Kneipen (40 % - Familien 16 %) und gehen öfter ins Kino (15 % - Familien 6 %). Auch die Zeit für gemeinsame Unternehmungen mit Freunden überwiegen gegenüber den Familien mit 29 %. 21 % der Singles gehen regelmäßig in die Disco und 30 % leisten sich als wöchentliches Freizeitvergnügen Essen zu gehen.

---

<sup>56</sup> <http://www.alert2000.de/ALERT-Leitfaden.pdf>, Zugriff 17.07.2005.

<sup>57</sup> B.A.T. Freizeit Forschungsinstitut 2002, [www.dssw.de/download/dl\\_hddssw\\_8.pdf](http://www.dssw.de/download/dl_hddssw_8.pdf), Zugriff 29.08.2005.

<sup>58</sup> [http://www.dssw.de/downloads/dl\\_hd\\_dssw\\_8.pdf](http://www.dssw.de/downloads/dl_hd_dssw_8.pdf), Zugriff 29.08.2005.

Tab. 1: Außerhausaktivitäten, die in der letzten Woche oder am Wochenende ausgeübt wurde (Angaben in % der Befragten ab 14 Jahre)

Freizeitaktivität	1993	2002	Veränderung in Prozentpunkten
Außer Haus kulturelle Angebote nutzen...			
Volksfest / Kirmes besuchen	13	16	+ 3
Ins Kino gehen	9	12	+ 3
Oper / Konzert / Theater besuchen	4	5	+ 1
Museum / Kunstaussstellung besuchen	5	5	+/- 0
Rock- /Pop- /Jazzkonzert besuchen	3	3	+/- 0
Außer Haus Kontakte pflegen und sich sozial engagieren...			
Mit Freunden etwas unternehmen	35	40	+ 5
Einladen, eingeladen werden	27	30	+ 3
In die Kneipe gehen	21	18	- 3
Gottesdienst / Kirche besuchen	15	16	+ 1
Im Freundeskreis handwerklich tätig sein	5	8	+ 3
Ehrenamtlich tätig sein (Kirche, Partei, Verein...)	6	6	+/- 0
Sich in einer Bürgerinitiative engagieren	1	2	+ 1

Quelle: B.A.T. Freizeit – Forschungsinstitut, Freizeit – Monitor 2002

Die kulturellen außerhäuslichen Aktivitäten verzeichneten von 1991 bis 2002 überwiegend Wachstumsraten. Zutreffend ist dies auch auf die Aktivitäten der Kontaktpflege und Geselligkeit. Die Aktivitäten im Freundeskreis verzeichnen das größte Wachstum. Hier wird auch der Trend zur Singlegesellschaft noch einmal sichtbar. Die Freunde ersetzen zunehmend den klassischen Familienbund.

Seit Beginn der 1990iger Jahre hat sich der Freizeitanlagenmarkt stark expansiv entwickelt. Die Marktentwicklung war u. a. durch folgende **Trends** (vgl. Kap. 1.4.8.) gekennzeichnet:

- Trend zum Flächen- und Kapazitätswachstum (Fitness, Discotheken, Kinos etc)
- Trend zu neuen Betriebstypen wie z. B. im Erlebnissportbereich, medialen Erlebniswelten, Funsportangeboten
- Entwicklung von Indoor-Konzepten für klassische Outdoor-Aktivitäten (Beachhallen, Skihallen),
- Trend zu Centern mit Multiplexkinos und weiteren Entertainmentangeboten
- Wellness- und Fitnessangebote in unterschiedlichen Ausprägungen,
- inländische Kurzurlaubsdestinationen (Center Parcs),<sup>59</sup>

<sup>59</sup> [http://www.dssw.de/downloads/dl\\_hd\\_dssw\\_8.pdf](http://www.dssw.de/downloads/dl_hd_dssw_8.pdf), Zugriff 29.08.2005.

## Quellen:

www.alert2000.de, Zugriff 17.07.2005

www.dssw.de, Zugriff 29.08.2005

### 1.3.2 Kommerzielle/nicht kommerzielle Freizeit

Als kommerziell bezeichnet man Unternehmungen jeglicher Art, deren Motivation und Zweck die direkte oder indirekte wirtschaftliche Gewinnerzielung ist.<sup>60</sup> Nicht kommerzielle Unternehmungen werden nicht aus hauptsächlich wirtschaftlicher Gewinnerzielungsabsicht getätigt.<sup>61</sup> Der Begriff des Gewinns bezeichnet in seiner allgemeinen Verwendung den Erfolg autonomer einzelwirtschaftlicher Tätigkeit. Das Streben nach Gewinn ist ein konstituierendes Merkmal des Betriebes in der Marktwirtschaft. Das Gewinnstreben motiviert den Unternehmer dazu, die Bedürfnisse potentieller Kunden zu erkennen und zu befriedigen sowie sich im Wettbewerb den veränderlichen Marktverhältnissen anzupassen. Der Gewinn ist der Teil der Wertschöpfung, der den Eigentümern des Unternehmens als Einkommen bzw. Vermögenssteigerung zuwächst. Gewinnmaximierung ist oftmals eines der Oberziele von Unternehmen. Andere Oberziele sind unter anderem die Unternehmenserhaltung, Wirtschaftlichkeit und langfristige Einzelkundenbindung.<sup>62</sup>

Die **Kommunen** (vgl. Kap. 5.2) nehmen ihre Aufgaben in vielfältigen öffentlichrechtlichen und privatrechtlichen Rechts- und Organisationsformen wahr. Anders als bei privaten Unternehmen ist das Ziel der Kommunen nicht Gewinnmaximierung, sondern die Gemeinwirtschaftlichkeit. Insbesondere das Kostendeckungsprinzip verhindert eine Gewinnmaximierung bei den Abgaben. Das Kostendeckungsprinzip ist im kommunalen Abgabenrecht ein Gebührengrundsatz, nachdem die Verwaltungs- und Benutzungsgebühren die Ausgaben für die voraussichtlichen Kosten der Einrichtung oder Anlage nicht übersteigen sollen.<sup>63</sup>

Seit den 1990er Jahren ist eine starke Ausdifferenzierung des Freizeitangebots festzustellen. Die Freizeit kommerzialisierte sich immer stärker und es entstanden neue Anlagenkonzepte. Erlebniskonsum, Spaßgesellschaft und „Freizeitpark Deutschland“ wurden zu Schlagwörtern.<sup>64</sup>

Ein Großteil der Freizeitausgaben eines Privathaushaltes fließt heute in kommerzielle Freizeitanlagen. Auch wenn kommerzielle Freizeitanlagen insgesamt seit Jahren kontinuierlich ein Wachstum vorweisen können, zeichnet sich der Freizeitanlagenmarkt doch durch eine sehr heterogene Struktur aus, so dass die Aussage vom „boomedenen“ **Freizeitmarkt** (vgl. Kap. 3.1.) nicht generell auf den Freizeitanlagenmarkt zutrifft. Prognosen der Westdeutschen Immobilienbank erwarten bis Ende 2005 ein Investitionsvolumen von 7 bis 9 Mrd. €, das allein durch umfangreiche Neustrukturen der Freizeitwirtschaft ausgelöst wird. So geben neue Freizeittrends und verändertes Freizeitverhalten Anstöße zur Weiterentwicklung der Branche, denn Freizeit braucht Freizeitanlagen mit dem immer deutlicheren Trend (vgl. Kap. 1.4.8.) hin zu kompletten Freizeitsystemen.<sup>65</sup>

Zu den wichtigsten Kriterien eines kommerziellen Betriebes zählen:

- Frequenzlage,
- Attraktive Erreichbarkeit,

---

<sup>60</sup> <http://de.wikipedia.org/wiki/Kommerziell>, Zugriff 15.07.2005.

<sup>61</sup> <http://de.wikipedia.org/wiki/Nichtkommerzialit%C3%A4t>, Zugriff 15.07.2005.

<sup>62</sup> <http://de.wikipedia.org/wiki/Gewinnmaximierung>, Zugriff 15.07.2005.

<sup>63</sup> <http://www.ratgeberrecht.de/worte/rw01592.html>, Zugriff 15.07.2005.

<sup>64</sup> [http://www.dssw.de/downloads/dl\\_hd\\_dssw\\_8.pdf](http://www.dssw.de/downloads/dl_hd_dssw_8.pdf), Zugriff 29.08.2005.

<sup>65</sup> [http://www.bbeberatung.com/bbe\\_neu/index.html?bbe\\_cms/news/freizeit.php](http://www.bbeberatung.com/bbe_neu/index.html?bbe_cms/news/freizeit.php), Zugriff 15.07.2005.

- Verbindung zu anderen Entertainmentangeboten,
- Hohes Einwohnerpotential im Einzugsbereich,
- Hohes touristisches Aufkommen im Einzugsbereich.<sup>66</sup>

Es haben sich aber auch weitere Erlebnissportarten entwickelt, die unorganisiert, frei in der Natur oder mit Nutzung öffentlicher Freizeitinfrastruktur stattfinden. Beispiele hierfür sind: Inlining, Skating, Kite-Surfen, Wakeboarding, Nordic Walking.<sup>67</sup>

Abb. 4: Entwicklung der Konsumneigung im Freizeitbereich



Quelle: B.A.T. Freizeit – Forschungsinstitut, Freizeit – Monitor 2002

Private Haushalte gaben im Jahr 2002 mehr als 180 Mrd. € für Freizeit aus, der jährliche Gesamtumsatz für Waren und Dienstleistungen zur Freizeitgestaltung wird von Branchenkennern mittlerweile auf rund 235 Mrd. € geschätzt. Damit macht der Freizeitmarkt (vgl. Kap. 3.1) rund 12 Prozent des Brutto-sozialprodukts aus. Es gibt mindestens 1,3 Millionen Anbieter, Anlagen und Einrichtungen für die Freizeit mit über 5 Millionen Beschäftigten.<sup>68</sup>

Tendenziell dominiert gegenwärtig die häusliche Freizeit (vgl. Kap. 1.3.1) gegenüber der außerhäuslichen. Diesen Trend konnte das British American Tobacco (B.A.T.) Forschungsinstitut mit der Studie Freizeit-Monitor 2002 feststellen. Konsumintensive Freizeitangebote bekommen heute die Knappheit der Haushaltsbudgets am meisten zu spüren.<sup>69</sup>

#### Quellen:

www.wikipedia.de, Zugriff 15.07.2005

www.dssw.de, Zugriff 29.08.2005

<sup>66</sup> [http://www.dssw.de/downloads/dl\\_hd\\_dssw\\_8.pdf](http://www.dssw.de/downloads/dl_hd_dssw_8.pdf), Zugriff 29.08.2005.

<sup>67</sup> [http://www.dssw.de/downloads/dl\\_hd\\_dssw\\_8.pdf](http://www.dssw.de/downloads/dl_hd_dssw_8.pdf), Zugriff 29.08.2005.

<sup>68</sup> [http://www.bbeberatung.com/bbe\\_neu/index.html?/bbe\\_cms/news/freizeit.php](http://www.bbeberatung.com/bbe_neu/index.html?/bbe_cms/news/freizeit.php), Zugriff 15.07.2005.

<sup>69</sup> [http://www.dssw.de/downloads/dl\\_hd\\_dssw\\_8.pdf](http://www.dssw.de/downloads/dl_hd_dssw_8.pdf), Zugriff 29.08.2005.

Weiterführende Literatur:

Moxter, A.: Bedeutung und Methodik betriebswirtschaftlicher Gewinnermittlung, in: Die Betriebswirtschaft, 36.Jg., 1983, S. 133-134.

Chmielewicz, Klaus: Rechnungswesen, Band 2: Pagatorische und kalkulatorische Erfolgsrechnung, 4. Aufl., Bochum 1994

### 1.3.3 Kontinuierliche / nicht- kontinuierliche Freizeit

Bei der Betrachtung der kontinuierlichen bzw. nicht kontinuierlichen Freizeit geht es einerseits darum zu erfassen, in welcher Form die Nutzer die Freizeitangebote in Anspruch nehmen und andererseits auch, wie die Anbieter auf diese Nachfrage eingehen, bzw. versuchen diese zu steuern.

Kontinuierlich bedeutet in diesem Zusammenhang, dass etwas mit einer Beständigkeit ausgeübt wird. Oder es einem ständig zur Verfügung steht und wir darauf zurückgreifen können, wenn wir den Bedarf haben. Für beide Seiten sind die Begriffe: ‚regelmäßig‘ und ‚stetig‘ eine gute Umschreibung.

Für die Nachfrageseite ist besonders der Umgang mit der Zeit (vgl. Kap. 2.2.3 globale Beschleunigung) bedeutend für die Freizeitgestaltung. Die Flexibilität der Zeitverwendung nimmt stetig zu. Wir haben eine sogenannte **Zeitsouveränität** erreicht durch die Deregulierung von **Zeitmustern**. Dies ermöglicht es uns unsere Zeit individueller zu nutzen. Unsere persönlichen Zeitmuster werden damit desynchronisiert. Durch diese Entwicklungen gehen uns gewisse Regelmäßigkeiten (also Kontinuität) und Sicherheiten verloren. Es wird schwieriger soziale Kontakte zu pflegen oder gemeinschaftlich etwas zu erleben.<sup>70</sup>

Es kann in zwei Arten von Zeitbindungen bei Freizeitangeboten unterschieden werden: die mit hoher und die mit geringer Zeitbindung. Eine hohe Zeitbindung existiert bei Sport im Verein, oder Veranstaltungen mit festem Termin. Im Gegensatz dazu bietet einem der Sport bei privaten Anbietern häufig die Möglichkeit ohne zeitliche Bindungen zu trainieren, oder es wird selbst organisierter Sport getrieben. Aber auch kulturelle Veranstaltungen passen sich diesen neuen Entwicklungen an, indem sie z.B. wie die lange Nacht der Museen in Berlin ein offenes Ende haben.<sup>71</sup> Trotz diesen Zugeständnissen der Anbieter, kann man immer noch festhalten, dass die **außerhäusliche Freizeit** über eine hohe Zeitbindung verfügt, und die **häusliche Freizeit** (vgl. Kap. 1.3.1 häusliche/ außerhäusliche Freizeit) über eine niedrige Zeitbindung.<sup>72</sup>

Bevor auf die Anbieter eingegangen wird, sollen zuerst die Nutzer genauer betrachtet werden, um anschließend nachvollziehen zu können warum sich das Angebot dementsprechend ausbildet. Der Konsument wünscht sich ein unbegrenztes Angebot, das ihm 24-7, also 24 Stunden an sieben Tagen der Woche zur Verfügung steht<sup>73</sup>. Dies ist dem Nutzer wichtig, da er je nach Situation andere Präferenzen haben kann. Er möchte sich möglichst viele Handlungs- und Konsumoptionen offen halten. Dies erklärt auch, warum die Multifunktionsgesellschaft von uns als positives Gut eingeschätzt wird.<sup>74</sup> Neben der freien Wahl ist aber auch der Zeitpunkt der Nutzung entscheidend. Es hat sich eine sogenannte Verpaß-Kultur etabliert, die dazu drängt alle Bedürfnisse sofort zu befriedigen. Dieses Phänomen der unmittelbaren Erfüllung wird auch als **Instant-Konsum** bezeichnet.<sup>75</sup>

---

<sup>70</sup> Jochen Franck, Trends des innerstädtischen Freizeitmarktes, DSSW- Studie, Berlin 2004, S. 21-23.

<sup>71</sup> Jochen Franck, Trends des innerstädtischen Freizeitmarktes, DSSW- Studie, Berlin 2004, S. 24.

<sup>72</sup> Jochen Franck, Trends des innerstädtischen Freizeitmarktes, DSSW- Studie, Berlin 2004, S. 24.

<sup>73</sup> [http://www.wienerjournal.at/2005/6/14/WJ1106\\_Buch.pdf](http://www.wienerjournal.at/2005/6/14/WJ1106_Buch.pdf), Zugriff 14.07.2005, S.8.

<sup>74</sup> Jochen Franck, Trends des innerstädtischen Freizeitmarktes, DSSW- Studie, Berlin 2004, S.25.

<sup>75</sup> Horst W. Opaschowski, Schöne, neue Freizeitwelt? Hamburg 1994, S.41.

Als gutes Beispiel kann man den Sport anführen. Da man im **Verein** (vgl. Kap. 5.3) sehr stark an **Öffnungszeiten** (vgl. Kap. 2.2.1), bzw. die Trainingszeiten gebunden ist, haben die Vereine in den letzten Jahren stark an Mitgliedern verloren. Die Gewinner hierbei sind privat betriebene Fitnessstudios, die über ausgedehntere Öffnungszeiten verfügen und bei denen man nicht an feste Kurse gebunden ist, sondern je nach Bedürfnis trainieren kann. Die Anbieter passen sich also den Ansprüchen der Nutzer an. Wichtig hierbei ist zu beachten, dass die Politik den Freizeitschub größtenteils verpasst hat. Die Privatwirtschaft hingegen nicht.<sup>76</sup> „Dort wo man mit der Entwicklung Geld machen konnte, wurde sie natürlich verstanden, interpretiert und entsprechende Angebote wurden aufbereitet.“<sup>77</sup>

Einer der größten Vorteile der privaten Einrichtungen liegt in der Ausdehnung der Öffnungszeiten. Diese antworten ideal auf die veränderte Zeitnutzung. Die Angst etwas zu verpassen wird insofern genutzt, als dass man bestimmte Angebote als **Event** (vgl. Kap. 1.4.6) anpreist, und somit die Nutzer den Eindruck haben es unbedingt besuchen zu müssen. Aber auch den selbst organisierten Sport, der meist draußen stattfindet, versucht man an sich zu binden. Hallen für Outdoor-Aktivitäten werden gebaut, da sie den Vorteil haben wetterunabhängig zu sein.<sup>78</sup>

Trotz diesem scheinbaren eingehen auf die sinkende Kontinuität der Benutzer, versuchen auch die Anbieter, mit sogenannte Kundenkarten eine Bindung an ihre Einrichtung zu erreichen. Der Kunde scheint durch das Gutschreiben von Bonuspunkten oder den elften Kaffee gratis zu profitieren. Somit bindet auch der Anbieter den Kunden an seine Einrichtung und ruft damit eine gewisse Regelmäßigkeit des Besuchers hervor.

Wie schon erwähnt ist es vorrangig die Privatwirtschaft, die die entsprechenden Angebote schafft. Was dazu führt das einige Bevölkerungsgruppen nicht an dem Gebotenen teilnehmen können, da dieser besondere ‚Service‘ natürlich auch bezahlt werden muss. „90 Prozent der Umsätze der Freizeit- und Tourismuswirtschaft werden mit knapp einem Drittel der Bevölkerung gemacht. Die anderen zwei Drittel leben auch in und mit dieser gesellschaftlichen Entwicklung, bleiben aber was Konsumverhalten und Freizeitgesellschaft betrifft, stets außen vor.“<sup>79</sup> Hier ist es an der Kommune entsprechende Angebote zu schaffen und /oder steuernd einzugreifen.

#### Quellen:

Franck, Jochen, Trends des innerstädtischen Freizeitmarktes, DSSW- Studie, Berlin 2004

Opaschowski, Horst W., Schöne, neue Freizeitwelt? Hamburg 1994

[http://www.wienerjournal.at/2005/6/14/WJ1106\\_Buch.pdf](http://www.wienerjournal.at/2005/6/14/WJ1106_Buch.pdf), Zugriff 14.07.2005

#### 1.3.4. kollektive/individuelle Freizeitformen

Ein Kollektiv beschreibt eine Lebens- oder Arbeitsgruppe, in der die Gruppenaufgaben gemeinschaftlich angegangen werden.<sup>80</sup> Der Anglizismus Team bezeichnet gleichermaßen einen Zusammenschluss von mehreren Personen zur Erreichung eines bestimmten Ziels. Kollektive Freizeitformen sind vor allem im Sport zu finden. Hier wird z. B. die Mannschaft eines Vereins (Vgl. Kapitel 5.3) sowie der Trainer und das begleitende Personal auch als Team bezeichnet.

Die Individualität ist im weitesten Sinne die Einzigartigkeit und Besonderheit von Dingen und damit gleichzeitig deren Abgrenzung zu ähnlichen aber nicht identischen Dingen. In der Philosophie existiert

<sup>76</sup> [http://www.wienerjournal.at/2005/6/14/WJ1106\\_Buch.pdf](http://www.wienerjournal.at/2005/6/14/WJ1106_Buch.pdf), Zugriff 14.07.2005, S.6-7.

<sup>77</sup> [http://www.wienerjournal.at/2005/6/14/WJ1106\\_Buch.pdf](http://www.wienerjournal.at/2005/6/14/WJ1106_Buch.pdf), Zugriff 14.07.2005, S.7.

<sup>78</sup> Jochen Franck, Trends des innerstädtischen Freizeitmarktes, DSSW- Studie, Berlin 2004, S. 43.

<sup>79</sup> [http://www.wienerjournal.at/2005/6/14/WJ1106\\_Buch.pdf](http://www.wienerjournal.at/2005/6/14/WJ1106_Buch.pdf), Zugriff 14.07.2005, S.7.

<sup>80</sup> <http://de.wikipedia.org/wiki/Kollektiv>, Zugriff 17.07.2005

für das Individuelle auch der Begriff "Einzelnes".<sup>81</sup> Der einzelne steht bei der individuellen Freizeit im Vordergrund. Er allein bestimmt seine Freizeit. Für ihn gibt es keine Richtlinien, Regeln oder Abstimmungen wie in einer kollektiven Freizeitform, z. B. dem Verein. Die Entscheidung wann er und wie lange er Freizeit hat und was er damit anfängt bleibt ihm überlassen. Eine Form von individueller Freizeit ist z. B. Fitness. Es liegt im eigenen Ermessen wie häufig oder wie lange man dort seine freie Zeit verbringt.

#### Quellen:

www.wikipedia.de, Zugriff 17.07.2005

### 1.3.5 Lokale / überregionale Freizeit

Die Stadtentwicklungspolitik unterscheidet häufig in lokale und überregionale Freizeitinfrastruktur. Dabei meint lokal vor allem wohnortnahe Angebote, die möglichst fußläufig erreichbar sind. Diese haben eine besonders hohe Bedeutung für Menschen mit eingeschränkter Mobilität wie Kinder, Senioren und Behinderte. Doch nicht nur für diese Menschen sind die wohnortnahen Einrichtungen wichtig. So heißt es, dass Menschen die meiste freie Zeit in oder in der Nähe ihrer Wohnung verbringen.<sup>82</sup> Dies wird in Umfragen bestätigt (z.B. BAT - Freizeit Monitor 2003). Demnach verbringen immer mehr Menschen ihre Zeit aus finanziellen Gründen zu Hause (vgl. Kap. 1.3.1 Häusliche / außerhäusliche Freizeit). Ein attraktives Wohnumfeld, das zur Freizeitnutzung einlädt, bekommt damit einen neuen Stellenwert. Es ermöglicht Aufenthalt, Bewegung, Ruhe, Kommunikation, Selbstbestimmung aber auch Gruppenaktivität.

Die Rolle der Stadtplanungsämter muss in diesem Zusammenhang hervorgehoben werden. Die Schaffung von wohnortnahen Freizeitangeboten kann von hier aus entscheidend gesteuert werden. Denkbare Maßnahmen wären z.B.:

- die Umnutzung von Flächen und Gebäuden,
- die Entsiegelung von Flächen,
- die Zulassung stärkerer Nutzungsmischung in Wohngebieten (z.B. durch Bebauungspläne),
- die Entwicklung von Grünflächen und -verbindungen sowie von Sport-, Spielplätzen und Radwegen.

Die Beispiele zeigen, dass lokale Angebote also zumeist für den Nutzer kostenlos sind. Die Kommune muss jedoch die Kosten für die Anschaffung- und dauerhafte Bereitstellung tragen (vgl. Kap. 5.2 Kommune). Aber auch Wohnungsbaugesellschaften, die heute mehr und mehr privatisiert werden, stehen in der Verantwortung. Ein angenehmes **Wohnumfeld** steigert die Freizeitqualität und damit auch die Wohn- und Lebensqualität. Was für den privaten Unternehmer letztendlich auch höhere Mieteinkünfte bedeutet. Damit Planungen für lokale Freizeitangebote nicht am Bedarf vorbeigehen, muss eine intensive Beteiligung der Bewohner am Planungsprozess stattfinden. Im Quartiersmanagement werden damit bereits gute Erfahrungen gemacht.

Die überregionale Freizeitinfrastruktur ergänzt das lokale Angebot. Sie richtet sich jedoch nicht nur an die Anwohner sondern an einen größeren Einzugskreis bzw. auch an Touristen. Dieser Freizeitbereich ist daher attraktiv für private Unternehmer, demzufolge sind die Angebote meist kostenintensiv für die Nutzer (vgl. Kap. 5.7 Investoren). Die Angebote sind größtenteils in Städten bzw. deren Umland angesiedelt, um einen möglichst großen Nutzerkreis ansprechen zu können. Ballungszentren dienen aus diesem Grund auch häufig als Testgebiete für neue Freizeittrends (vgl. Kap. 3.6 Zielgruppen von Frei-

---

<sup>81</sup> <http://de.wikipedia.org/wiki/Individualit%C3%A4t>, Zugriff 17.07.2005

<sup>82</sup> Deutsche Gesellschaft für Freizeit, Freizeit und kommunale Planung (Tagesdokumentation), Essen 1993, Vortrag von Hr. Kniola.

zeitgütern). Nur so ist es den inzwischen auch weltweit agierenden Freizeitkonzernen möglich, ständig neue Trends zu produzieren und anzubieten und dabei noch wirtschaftlich zu bleiben (vgl. Kap. 1.4.8 Trend).<sup>83</sup>

Überregionale Angebote können und müssen jedoch auch kommunal geleistet werden. Hier ist der Zweck im Gegensatz zu den privaten Angeboten jedoch ein anderer. Statt Gewinnmaximierung steht auf der Finanzseite die Verlustminimierung an erster Stelle. Vor allem Angebote in ländlichen Gegenden werden zusammengefasst und präsentieren sich nur noch an einem Ort in der Region. Dies entspricht dem System der Zentralen Orte, wonach Gemeinden bzw. Ortsteile, über die Versorgung der eigenen Bevölkerung hinaus entsprechend ihrer jeweiligen Funktion im zentralörtlichen System überörtliche Versorgungsaufgaben für die Bevölkerung des Verflechtungsbereichs wahrnehmen<sup>84</sup>. Das betrifft Theater genauso wie Sportstätten. Kulturelle Angebote sind dabei abhängig von der wirtschaftlichen und sozialen Struktur der Regionen und der davon abgeleiteten kulturhistorischen Substanz. Daher sind die Unterschiede der regionalen Angebote häufig historisch gewachsen und begründet. Einige Regionen haben versucht eigene Images zu erzeugen und arbeiten dabei meist mit Events, welche aber ebenfalls auf den regionalen Gegebenheiten bzw. Besonderheiten aufbauen (z.B. Prignitzsommer, Störtebeker-Festspiele usw.).<sup>85</sup>

Das Aufgabenfeld der Kommunen beschränkt sich aber nicht nur auf die Bereitstellung von überregionalen Angeboten. Vielmehr müssen die Kommunen auch steuernd tätig werden, um eine angemessene Versorgung der Bevölkerung zu erreichen. Das heißt, sie müssen die eigenen und die privaten Angebote koordinieren, das vermeidet einerseits eine Überversorgung in bestimmten Bereichen, wie durch den Kinobauboom der letzten Jahre verursacht, andererseits kann so die Wirtschaftlichkeit der kommunalen Versorgung erhöht werden. Das Problem hierbei ist, dass die Koordinierung nur über wenige rechtliche Grundlagen erfolgen kann. Zu nennen wären das Bau- und Planungsrecht, die Festlegung der Höhe der Gewerbesteuer sowie die Bereitstellung oder eben Nichtbereitstellung von kommunalen Grundstücken.

#### Quellen:

Deutsche Gesellschaft für Freizeit, Freizeit und kommunale Planung (Tagungsdokumentation), Essen 1993

<http://www.brandenburg.de>, Zugriff 02.08.2005

<http://www.bbr.bund.de>, Zugriff 02.08.2005

### 1.3.6 Hybride Freizeitformen

Die hybriden Formen der Freizeit sind ein relativ junger Trend. Es handelt sich dabei um Mischformen von Freizeiteinrichtungen und –aktivitäten die zur gleichen Zeit am gleich Ort stattfinden. Hybrid bezeichnet ursprünglich „ein aus unterschiedlichen Arten oder Prozessen zusammengesetztes Ganzes“.<sup>86</sup> Das Entscheidende daran ist, dass durch die Kombination von den für sich schon kompletten Elementen, neue Ansprüche befriedigt werden können.<sup>87</sup>

Von der Nachfrageseite sind diese neuen Ansprüche vor allem auf den Trend der **Verdichtung** (vgl. Kap. 2.2.3 globale Beschleunigung) zurückzuführen. Wir haben also den Anspruch unsere Zeit so zu

<sup>83</sup> Deutsche Gesellschaft für Freizeit, Freizeit und kommunale Planung (Tagesdokumentation), Essen 1993, Vortrag von Hr. Kniola.

<sup>84</sup> [http://www.bbr.bund.de/raumordnung/raumentwicklung/zentrale\\_orte.htm#Anfang](http://www.bbr.bund.de/raumordnung/raumentwicklung/zentrale_orte.htm#Anfang), Zugriff 02.08.2005.

<sup>85</sup> [http://www.brandenburg.de/cms/detail.php?id=121984&\\_siteid=30](http://www.brandenburg.de/cms/detail.php?id=121984&_siteid=30), Zugriff 02.08.2005.

<sup>86</sup> <http://de.wikipedia.org/wiki/Hybrid>, Zugriff 28.06.2005.

<sup>87</sup> <http://de.wikipedia.org/wiki/Hybrid>, Zugriff 28.06.2005.

verwenden, dass wir mehrere Aktivitäten simultan ausführen können.<sup>88</sup> Das Erlebte soll zu einem **Erlebnis** (vgl. Kap. 1.1.2 Erlebnis / Unterhaltung) werden, was uns auch emotional bewegt. Wichtig hierbei ist zu betonen, dass das Erlebnis nicht unbedingt mit Aktion in Verbindung stehen muss, sondern hier auch die Genussorientierung eine sehr große Rolle zu spielen scheint. Man kann sogar von einer Renaissance von Passivität und Ruhe<sup>89</sup> sprechen (vgl. Kap. 1.1.1 Erholung / Muße).<sup>90</sup>

Aufgrund des hohen Konkurrenzdrucks auf dem Freizeitmarkt, versuchen die Anbieter möglichst standortspezifische und authentische Konzepte auf den Markt zu bringen, die weniger leicht zu kopieren sind.<sup>91</sup> Da vor allem der Gastronomiemarkt (vgl. Kap. 5.5 Gastronomie) eine negative wirtschaftliche Entwicklung aufzeigt,<sup>92</sup> könnte dies eine Erklärung dafür sein, dass gerade hier eine große Anzahl von hybriden Angeboten zu finden ist.

Da der Begriff relativ schwer zu fassen ist, werden im folgenden Abschnitt einige Beispiele beschrieben, um zu verdeutlichen welche Formen die hybride Freizeit annehmen kann.

In Berlin gibt es für unterschiedliche Zielgruppen hybride Gastronomieeinrichtungen. So verknüpft z. B. das Pomp Duck and Circumstance hochwertige Küche mit Artistik. Der Gast befindet sich also an seinem Tisch und rund um ihn herum finden kleine Aufführungen statt. Das Konzept der Mischung von visuellen Reizen mit Gourmet Küche haben sich die Produzenten Walter Feucht und Hans-Peter Wodarz entwickelt. Mit Preisen zwischen 110 und 120€ für eine Veranstaltung mit einer Dauer von ca. 3,5 Stunden sprechen sie aber eindeutig ein finanziell gut ausgestattetes Klientel an.<sup>93</sup>

Kommt es bei Pomp Duck and Circumstance zu einer Verknüpfung zweier Sinne, so wird bei dem Dunkelrestaurant Nocti Vagus bewußt der Sehsinn ausgeschaltet. Man befindet sich als Gast in einem komplett dunklen Raum und wird von stark sehbehinderten oder blinden Kellnern bedient. Es findet also eine Konzentration auf das Schmecken, Tasten, Riechen und Hören statt.<sup>94</sup>

Die Kaufbar in Berlin hingegen ist nicht so stark auf die Sinne ausgerichtet, sondern verknüpft das Kaffeetrinken mit dem Konsum. Der Kunde kann also sowohl seine eigene Cappuccinotasse, wie auch den Aschenbecher oder den Stuhl seines Nachbarn kaufen.<sup>95</sup>

Neben diesen Ideen aus dem Gastronomiemarkt, gibt es aber auch in anderen Bereichen hybride Freizeitangebote. So bietet einem das Liquidrom in Berlin eine Verknüpfung vom herkömmlichen Schwimmen mit Musik hören. Man befindet sich schwebend in einem körperwarmen solehaltigen Wasser und hört über ein Liquid-Sound-System unter Wasser Musik. Das Programm wechselt hier zwischen klassischer und moderner Musik, die entsprechend durch Videoprojektionen an den Wänden untermalt werden. Allerdings ist auch dieses Angebot mit Eintrittspreisen von 15 € für zwei Stunden eher teuer.<sup>96</sup>

Bei den angeführten Beispielen fällt auf, dass es immer eine **Primäraktivität** gibt, die den Ort bestimmt, und die durch eine **Sekundäraktivität** ergänzt wird. Durch die Kombination der Beiden entstehen interessante Mischungen.

Der Nachteil einer solchen Verknüpfung kann unter anderem darin liegen, dass es zu Qualitätsverlusten einer der beiden Aktivitäten kommen kann. So ist bei den sogenannten Edutainment-Angeboten

---

88 Jochen Franck, Trends des innerstädtischen Freizeitmarktes, DSSW- Studie, Berlin 2004, S. 24.

89 Jochen Franck, Trends des innerstädtischen Freizeitmarktes, DSSW- Studie, Berlin 2004, S. 27.

90 Jochen Franck, Trends des innerstädtischen Freizeitmarktes, DSSW- Studie, Berlin 2004, S. 27.

91 Jochen Franck, Trends des innerstädtischen Freizeitmarktes, DSSW- Studie, Berlin 2004, S. 25.

92 Jochen Franck, Trends des innerstädtischen Freizeitmarktes, DSSW- Studie, Berlin 2004, S. 132.

93 [www.pomppduck.de](http://www.pomppduck.de), Zugriff 17.07.2005.

94 [www.noctivagus.de](http://www.noctivagus.de), Zugriff 17.07.2005.

95 [www.kaufbar-berlin.de](http://www.kaufbar-berlin.de), Zugriff 17.07.2005.

96 [www.liquidrom.de](http://www.liquidrom.de), Zugriff 17.07.2005.

häufig ein Qualitätsverlust bei der Wissensvermittlung zu beobachten. Aber auch diese Abnahme der Qualität hat ihre guten Seiten. Da z. B. die Kultur häufig zum Entertainment wird, wird sie auch für neue Personenkreise attraktiv.<sup>97</sup>

Neben diesen Eigenschaften sind die hybriden Freizeitformen häufig durch Kurzlebigkeit geprägt. Was nicht unbedingt von Nachteil für den Investor ist, da seine Einrichtung somit eine Art Event-Charakter (vgl. Kap. 1.4.6 Event) erhält und er sie für eine Zeitraum auf Nachfrage und Interesse testen kann bevor er sie etabliert. Dies beinhaltet für den Investor aber trotz allem häufig eine hohes finanzielles Risiko.

Abschließend lässt sich vermuten, dass die hybriden Freizeitformen in Zukunft zunehmen werden, da der Nutzer immer höhere Ansprüche an seine Freizeit stellt, und ein speziell auf seine Interessen abgestimmtes Freizeitangebot nutzen möchte ( Vgl. Kap. 4.1 Lebensstil und Kap. 3.6 Zielgruppen von Freizeitgütern).<sup>98</sup>

#### Quellen:

Franck, Jochen, Trends des innerstädtischen Freizeitmarktes DSSW Studie, Berlin 2004

Neumann, Julia und Schriewer, Bettina, hybride Freizeit -Seminar Freizeit in Berlin Prof. D. Henckel, Berlin 2004

[www.kaufbar-berlin.de](http://www.kaufbar-berlin.de), Zugriff 17.07.2005

[www.liquidrom.de](http://www.liquidrom.de), Zugriff 17. 07.2005

[www.noctivagus.de](http://www.noctivagus.de), Zugriff 17.07.2005

[www.pompduck.de](http://www.pompduck.de), Zugriff 17.07.2005

<http://de.wikipedia.org/wiki/Hybrid>, Zugriff 28.06.2005

## 1.4 Freizeitbereiche

Der folgende Abschnitt stellt die Bereiche dar, in denen Freizeit schwerpunktmäßig betrieben wird. Behandelt werden die klassischen Bereiche Kultur, Sport und Hobby ebenso wie die Entwicklung neuer Trends zu denen auch verstärkt die Bildung in der Freizeit oder Shopping zählen. Die Ausführungen zeigen, welche Bereiche von verschiedenen Personenkreisen bevorzugt werden und welche Auswirkungen dies auf die Freizeitpolitik der Kommunen hat. Des Weiteren soll aufgezeigt werden, welche Wege es gibt, die Freizeitbereiche für alle Bürger wahrnehmbar zu machen und welche kommunalen Leistungen dazu noch nötig sind.

### 1.4.1 Kultur

Kultur ist die „Gesamtheit der typischen Lebensformen einer Bevölkerung, einschließlich der sie tragenden Geistesverfassung, insbesondere der Wert-Einstellungen“.<sup>99</sup> Damit geht der Kulturbegriff weit über das hinaus, was durch die Freizeit abgedeckt werden könnte. Vielmehr zählen zur Kultur auch der Lebensstil, Bildung (vgl. Kap. 1.4.2), gesellschaftliches und politisches Leben, Umweltschutz, Arbeit usw. Die nachfolgenden Ausführungen können daher nur einen Teilbereich dessen, was wir heute unter Kultur verstehen, aufzeigen. Als Schwerpunkte des Kultur- und Freizeitbereichs können dabei folgende Komplexe angesehen werden:

---

<sup>97</sup> Bettina Schriewer, Julia Neumann, hybride freizeit, Berlin 2004, S. 16.

<sup>98</sup> Bettina Schriewer, Julia Neumann, hybride freizeit, Berlin 2004, S. 19.

<sup>99</sup> Wilhelm E. Mühlmann, Wörterbuch der Soziologie, Stuttgart 1969, S. 598.

- der engere Kulturbereich (Weiterbildung, Musik, Theater, Museen, Bibliotheken usw.),
- soziokulturelle Angebote (Stadtfeite, Zielgruppenarbeit für Ausländer, Senioren, Jugendliche usw.),
- Sport-, Spiel- und Badeeinrichtungen,
- naturbezogene Freizeiteinrichtungen (Parks, Gartenanlagen usw.)
- Stadtbild- und Denkmalpflege,
- Tourismus und Freizeitwohnen (Wochenendhäuser, Städtereisen usw.).<sup>100</sup>

Die Frage nach der Wahrnehmung der verschiedenen Freizeitangebote wird durch den Geschmack oder das Interesse der Bürger bestimmt. Das Interesse wiederum bildet sich aus folgenden Faktoren:

- Zeitbudget,
- Geldbudget,
- Bildungsgrad,
- Sozialisierung,
- Erholungsbedürfnis (abgeleitet aus der Arbeitstätigkeit) usw.<sup>101</sup>

Sieht man sich diese Faktoren genauer an, so wird deutlich, dass es darauf ankommt, die Menschen in die Lage zu versetzen, an Kultur teilzunehmen. Sei es durch Weiterbildungsangebote oder finanzielle Hilfen. Meist ist es jedoch so, dass nicht die Menschen sondern die kulturellen Institutionen diese Unterstützung erfahren. So meint, wer an Kultur im Freizeitbereich denkt, meist die **Hochkultur**, also Literatur, klassische Musik, Architektur und Kunst. Das Erleben der Hochkultur ist jedoch in zunehmendem Maße nur Eliten zugänglich. Dies ist einerseits durch den Bildungsgrad dieser gesellschaftlichen Schicht bedingt, die dadurch leichter den Zugang zur Materie findet. Andererseits ist dies aber auch finanziell bedingt, ein Theaterbesuch, wenn auch staatlich nicht unwesentlich subventioniert, ist eben dennoch nicht billig.

---

<sup>100</sup> vgl. Markus Hug, Kultur- und Freizeitpolitik in der Mittelstadt, Tübingen 1986, S. 111 f.

<sup>101</sup> vgl. ebenda, S. 146 ff.

Tab. 2: Zuschüsse pro Besucher von Opern, Balletten, Operetten, Musicals, Schauspielen, Kinder- und Jugendstücken sowie Konzerten

Bundesländer	Zuschuss pro Besucher in € (2002/2003)
Baden-Württemberg	92,46
Bayern	86,00
Berlin	97,55
Brandenburg	108,55
Bremen	68,58
Hamburg	99,84
Hessen	100,46
Mecklenburg-Vorpommern	79,81
Niedersachsen	86,80
Nordrhein-Westfalen	95,60
Rheinland-Pfalz	81,46
Saarland	97,94
Sachsen	111,40
Sachsen-Anhalt	101,25
Schleswig-Holstein	91,79
Thüringen	110,49

Quelle: [www.buehnenverein.de/7presse7statistik\\_thstatistik.php](http://www.buehnenverein.de/7presse7statistik_thstatistik.php), Verhältniszahlen für Besucher, Einspielergebnisse, Zuschüsse 2002/2003

Die Tabelle zeigt Durchschnittswerte der **Subventionierung** kultureller Veranstaltungen. Die Zuschüsse werden an die einzelnen Spielstätten jedoch unterschiedlich verteilt. So erhielten beispielsweise im Jahre 2002 die Berliner Einrichtungen Maxim Gorki Theater 8.738 € die Staatsoper dagegen 42.574 € an Zuschüssen zum Spielbetrieb.<sup>102</sup> Hier wird bei verglichenen Eintrittspreisen (Maxim Gorki Theater: 12-30 €, Staatsoper: 5-120 €) deutlich, dass die elitäreren Einrichtungen höher bezuschusst werden, als die „gerade noch erschwinglichen“. Dies reicht dennoch nicht aus, um diese Stätten allen Bevölkerungsgruppen zugänglich zu machen. Das heißt, subventioniert werden zumeist die Reichen. Berlin hat versucht diesen Missstand zu beheben und bietet seit Mai 2005 den Empfängern von Arbeitslosengeld und Sozialhilfe verbilligte Rest-Theaterkarten (3 €) an. Dies kann aber nur als Tropfen auf den heißen Stein gesehen werden und berücksichtigt auch wieder nur eine Bevölkerungsgruppe.

Zur Kultur zählt aber auch die so genannte **Alltagskultur**, dazu zählen Mode, Fernsehen, Sprache, Esskultur usw. Diese Medien bzw. Angebote erreichen breitere Teile der Bevölkerung und häufig auch die als „kulturferne Schichten“ beschimpften Gruppen. Die **Massenkultur** ist dabei nicht auf die Erweiterung des Horizonts ausgelegt sondern ist auf den Verkauf/den Konsum gerichtet.<sup>103</sup> Die daraus abgeleiteten unverbindlichen Freizeitangebote für die Massen erreichen nun wiederum selten die bürgerlichen Schichten. An der kulturellen Freizeitbeschäftigung kann also die Teilung der Gesellschaft abgelesen werden. Ungleichheiten im Kultur- und Freizeitbereich lassen sich also auf die Benachteiligung bestimmter Bevölkerungsgruppen zurückführen, sei es durch mangelnde Bildung, mangelndes Einkommen oder unterschiedliche Arbeitsbelastungen. Die Beispiele zeigen aber auch, dass diese Un-

<sup>102</sup> Haushaltsplan von Berlin für die Haushaltsjahre 2002/2003.

<sup>103</sup> Deutsche Gesellschaft für Freizeit, Freizeitlexikon, Ostfildern 1986, S. 183.

gleichheiten durch Teile der Gesellschaft durchaus gewünscht sind oder erfahrungsbedingt hingenommen werden.

Die Kultur übernimmt also gesellschaftsbildende Funktion und stellt daher politisch eine ernstzunehmende Aufgabe dar. Für die lokalen Akteure können folgende Zielsetzungen formuliert werden:

- kulturelle und kommunikative Angebote auch in Peripherien fördern,
- regionale Benachteiligungen vermeiden,
- Bildung von stadtteilbezogener Öffentlichkeit unterstützen,
- kulturelle Eigeninitiativen in den Stadtteilen stärken,
- stärkere Einbindung der Bevölkerung in Planungsprozesse.<sup>104</sup>

#### Quellen:

Deutsche Gesellschaft für Freizeit, Freizeitlexikon, Ostfildern 1986

Haushaltsplan von Berlin für die Haushaltsjahre 2002/2003

Hoffmann, Hilmar, Kultur für alle, Frankfurt am Main 1981

Hug, Markus, Kultur- und Freizeitpolitik in der Mittelstadt, Tübingen 1986

[http://www.buehnenverein.de7presse7statistik\\_thstatistik.php](http://www.buehnenverein.de7presse7statistik_thstatistik.php), Verhältniszahlen für Besucher, Einzelergebnisse, Zuschüsse 2002/2003, Zugriff 09.08.2005

### 1.4.2 Bildung

Bildung und Freizeit, das klingt zunächst paradox. Die folgende Definition zeigt jedoch, dass sich Bildung nicht nur auf den Schul- und Arbeitsbereich beschränkt. „Der moderne und ganzheitliche Bildungsbegriff steht für den lebensbegleitenden Entwicklungsprozess des Menschen, bei dem er seine geistigen, kulturellen und lebenspraktischen Fähigkeiten und seine personalen und sozialen Kompetenzen erweitert.“<sup>105</sup> Bildung hat also mit persönlichem Interesse zu tun, welches der Bundesbürger vor allem in der Freizeit entdeckt und weiterentwickelt. Die Motivationen dafür sind vielseitig. Es kann aus persönlichem Interesse ein Buch gelesen oder ein Museum besucht werden. Es kann aber auch seinen Führerschein in der Fahrschule oder die Fähigkeit zum Fotografieren in der Volkshochschule erworben werden. Alle diese Tätigkeiten sind durch die Freiwilligkeit und Individualität gekennzeichnet, in der sie von jedermann ausgeübt werden können. Das Lernen unterwirft sich somit den Strukturprinzipien der Freizeit. Lernen in der Freizeit unterscheidet sich vom Lernen, bedingt durch äußere Zwänge, häufig dadurch, dass es sehr realitätsorientiert abläuft. Es ist für weite Kreise leicht verständlich und konkret handhabbar, es stellt ein Angebot dar und ist frei von äußerem Druck wählbar und vor allem frei von Leistungsdruck zu erleben. Dabei kann man zwei verschiedene Lernformen unterscheiden. Zunächst das Lernen in der Freizeit, dazu zählen der Besuch von Sprachschulen und wie bereits genannt von Fahrschulen. Weiterhin gibt es das Lernen für die Freizeit, hierbei kann z.B. ein Hobby gepflegt werden (Koch-, Tanzschule, Töpferkurs usw.) (vgl. Kap. 1.4.5 Hobby). Die außerberufliche Bildung dient dabei vor allem der Freizeit- und **Persönlichkeitsbildung**. In ungezwungener Atmosphäre können sich auf diese Weise wichtige Sozialisationsprozesse vollziehen, die im Endeffekt in allen Lebensbereichen hilfreich sind. So ist Bildung die Voraussetzung für die Teilnahme am kulturellen Leben, an Kunst und Musik (vgl. Kap. 1.4.1 Kultur). Für viele Freizeitaktivitäten ist ein gewisses Bildungsniveau oder ein Ausbildungsstand auch zwingende Voraussetzung, so z.B. bei der ehrenamtlichen Arbeit in der Freiwilligen Feuerwehr (vgl. Kap. 4.3 Ehrenamt). Bildung ebnet somit Wege für

---

<sup>104</sup> vgl. Markus Hug, a.a.O., S. 257.

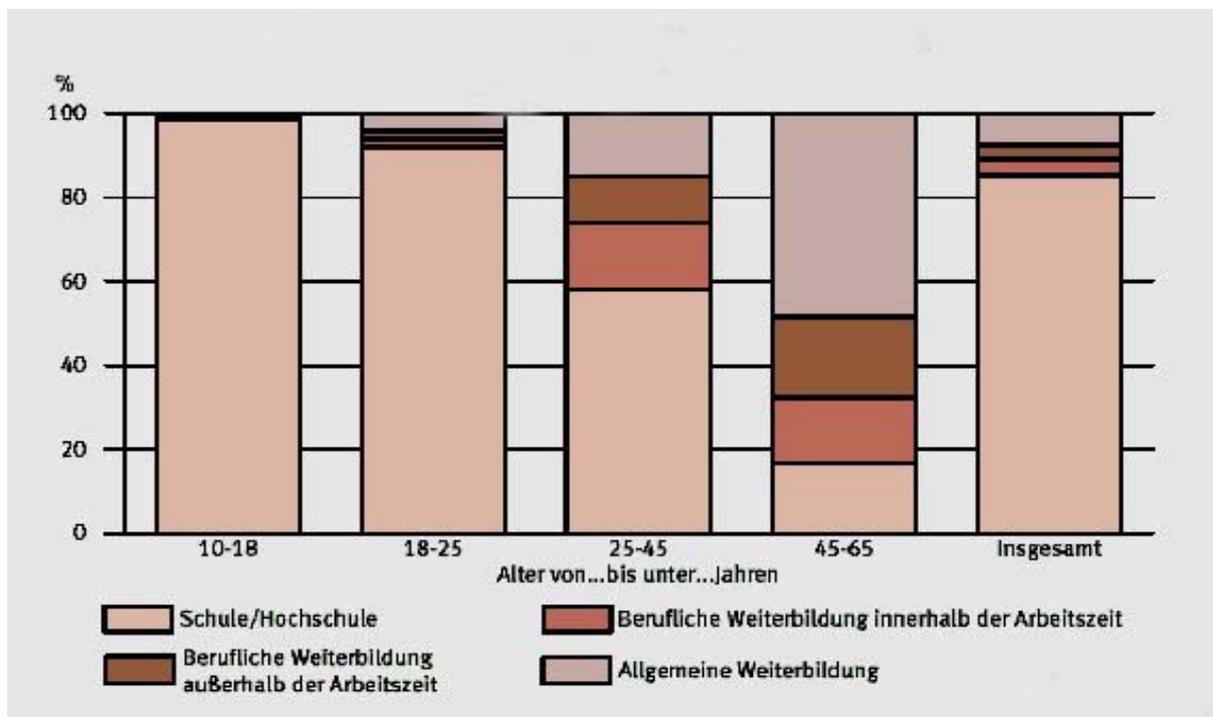
<sup>105</sup> <http://de.wikipedia.org7wiki/Bildung>, Zugriff 06.05.2005.

oder in die Freizeit. Nur wer in die Lage versetzt wurde, sich in freier Zeit zu beschäftigen, wird in Freizeit etwas Positives sehen. Denn der Mensch übernimmt in der Freizeit für sich selbst Verantwortung, er ist dabei nicht in feste Strukturen eingebunden. Demzufolge ist die Planung von Aktivitäten notwendig, um die Zeit nicht zu „verplempern“. Selbstbestimmung und Eigeninitiative müssen jedoch erlernt werden. Dies wird auch in Zeiten wachsender Arbeitslosenzahlen immer grundlegender.<sup>106</sup>

Wichtige Elemente der Bildung in der Freizeit sind Spiel und Kreativität, dieses findet bereits häufig im Freizeitbereich der Schule in den so genannten Arbeitsgemeinschaften seine Anwendung (bspw.: Theater- oder Bastelgruppe). Hierbei werden spielerisch handwerkliche und künstlerische Fähigkeiten trainiert oder geschichtliche sowie kulturelle Zusammenhänge vermittelt. Was auch dann immer entscheidender wird, wenn Kinder und Jugendliche in der Freizeit zunehmend auf sich selbst gestellt sind.

Der Begriff Bildung in der Freizeit – auch **freizeitkulturelle Bildung** - wertet deren Bedeutung auf und die so verbrachte Zeit wird als sinnvolle Beschäftigung erachtet<sup>107</sup>. Das hat zur Folge, dass Bildung immer mehr als Bedürfnis des „**lifelong learning**“ angesehen wird. So widmen sich verstärkt Menschen in der nachberuflichen Phase der freiwilligen Bildung, „frei von materiellen Erwägungen und beruflichen Verwertungsabsichten“, wie in Abbildung 5 dargestellt.

Abb. 5: Zeitaufwand für Bildung und Lernen nach Art der Bildung



Quelle: „Wo bleibt die Zeit?“, Bundesministerium für Familien, Senioren, Frauen und Jugend, Statistisches Bundesamt, 2003

Im Diagramm nimmt der Anteil der allgemeinen Weiterbildung mit dem Alter ständig zu. Faktoren, die sich ebenso auf das Lernverhalten auswirken sind beispielsweise Arbeitszeitverkürzung, mehr frei verfügbare Lebenszeit und eine höhere Lebenserwartung. Die Folgen sind, „dass das lebenslange Lernen weniger auf den speziellen Job und mehr auf das private und öffentliche Leben ausgerichtet ist.“<sup>108</sup>

<sup>106</sup> vgl. Johannes Fromme, Freizeit als Lernzeit, Köln 1985, S. 144ff.

<sup>107</sup> Deutsche Gesellschaft für Freizeit, Freizeitlexikon, Ostfildern 1986, vgl. S. 107.

<sup>108</sup> vgl. Horst W. Opaschowski, Einführung in die Freizeitwissenschaft, Opladen 1997.

Aufgabe der Kommunen muss dabei hauptsächlich die Unterstützung bereits vorhandener oder in Gründung befindlicher persönlichkeitsbezogener Bildungsträger sein. Das betrifft vor allem die wohnungsnahen, preiswerten oder sogar kostenlosen Angebote. Dazu zählen Lebenshilfen ebenso wie Nachbarschaftszentren mit diversen Kursangeboten und Gesprächskreisen. So kann die Kommune beispielweise Räumlichkeiten zur Verfügung stellen, die Treffpunkte und Freizeitorte sein sollen. Solche Engagements können jedoch auch von privaten Unternehmen wie Wohnungsbaugesellschaften gefordert werden. Wo solche Angebote bereits vorhanden sind, sind sie stärker publik zu machen, so dass Helfer und Interessierte den Weg dorthin finden. Darüber hinaus kann es Aufgabe der Kommunen sein, Kooperationen zu fördern, also als Vermittler aufzutreten. Das kann die Organisation eines Tags der offenen Tür im eigenen Hause sein, der Bücherbus, der im Park Station macht oder einfach nur ein anspruchsvolles Straßenfest.

### Quellen:

Fromme, Johannes, Freizeit als Lernzeit, Köln 1985

Gesellschaft für Freizeit, Freizeitlexikon, Ostfildern 1986

Opaschowski, Horst W., Einführung in die Freizeitwissenschaft, Opladen 1997

<http://de.wikipedia.org>, Zugriff 06.05.2005

### 1.4.3 Sport

Das Wort „Sport“ stammt aus dem Englischen und fand 1828 durch den Reiseschriftsteller H. L. H. Fürst zu Pückler-Muskau Eingang in die deutsche Sprache. Das englische Wort „disport“ bedeutet „Zerstreuung, Vergnügen, Zeitvertreib, Spiel“, und war wiederum abgeleitet aus dem Französischen „deporter“ und dem Lateinischen „deportare“ (fortbringen)<sup>109</sup>. Aus der Vielfalt von Bedeutungsgehalten sowohl aus der Umgangssprache sowie der Fachsprache wurde u. a. folgende Definition für den Begriff Sport festgelegt: „Sport ist eine besondere Ausprägungsform menschlichen Bewegungsverhaltens. Zielsetzung, die am Sport beteiligten Personenkreise, Zeit und Ort zeigen eine große Vielfalt, womit die zentrale gesellschaftliche Bedeutung dieser Erscheinung gekennzeichnet ist. Sport ist ein Ausdruck kultureller Leistung des Menschen. Er unterliegt daher den für kulturelle Leistungen typischen Tendenzen der Ideologisierung, Professionalisierung, Organisierung, Pädagogisierung und Verwissenschaftlichung. Sport ist ein Kulturgut internationaler Prägung, wobei entsprechend der soziokulturellen Verschiedenheit spezifische geographische Ausprägungsformen die Vielfalt dieser Erscheinungen zusätzlich erhöhen. Konkretisierung erfährt Sport in zahlreichen Sportarten, denen je nach dem Handlungsfeld unterschiedliche Bedeutung zukommt.“<sup>110</sup>

Aber warum treiben wir Sport und was bedeutet Sport für uns? Was tun wir sportliches in der uns zur Verfügung stehenden Zeit? Spiel und Freizeit sind seit jeher als Gegensatz der Arbeit bestimmt. Sport macht Spaß, ist ungezwungen, gesellig, man kann sich frei bewegen, man kann spielen. Die Gelöstheit und Bewegungsfreiheit, die genormte Minimalwohnungen, Zwänge in Fabrik und Büro, städtische Missstände und verstopfte Straßen vermissen lassen sucht man in Freiräumen die weit ab von der Notwendigkeit des täglichen Broterwerbes und häuslicher Notdurft stehen.<sup>111</sup> Sport bietet für jedermann eine sinnvolle Möglichkeit der **Bewegung**. Hinzu kommt, dass der Mensch bewusster Leben will, **Unterhaltung** (vgl. Kap. 1.1.2. Erlebnis/Unterhaltung) allein reicht nicht mehr aus, die Gesundheit spielt eine immer größere Rolle. Sport gehört auch immer mehr zu den Freizeitaktivitäten von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Im Vordergrund steht bei dieser Zielgruppe der Spaß. Vor allem neue Sportarten von Beachvolleyball über Kick-boarding bis Kitesurfing beinhalten einen hohen

<sup>109</sup> Herbert Haag, *Bewegungskultur und Freizeit*, Edition Interfrom, Zürich 1986, S. 30.

<sup>110</sup> Herbert Haag, *Bewegungskultur und Freizeit*, Edition Interfrom, Zürich 1986, S. 30.

<sup>111</sup> Brigitte und Rudolf Wormbs, *Freizeit und Freiraum*, Architekturwettbewerb Karl Kärmer Verlag, 1974, S. 4 ff.

Spaßfaktor. Aber das allein ist es nicht, denn gewisse Sportarten sind heutzutage schick. Bis heute werden bis zu 150 Sportarten betrieben und der Trend neue und extremere Sportarten zu erfinden setzt sich fort.

Außer in grundlegenden Bewegungsmöglichkeiten vollzieht sich Sport, als Form der Realisierung von Bewegung, vor allem in so genannten **Sportarten**. Zum Beispiel als Wettkampfsport (Amateursport, Leistungssport, Spitzensport, Berufssport), Schulsport, unter vorwiegend gesundheitlichen Aspekten als Erholungssport, Ausgleichssport, Fitnesssport, aus spielerischem Interesse als Jedermannsport, Breitensport, Freizeitsport, Volkssport, Lifetimesport, Urlaubssport. Es gibt auch Formen von künstlerischer Bewegungsgestaltung als Tanz, Gesellschaftstanz, Ballett, Jazztanz, Gymnastik u. a. m.<sup>112</sup>

Bewegungs-, Gesundheits- und Freizeitverhalten können auf der **Zielebene** mit Sport in Verbindung gebracht werden.<sup>113</sup> Man unterscheidet zwischen folgenden Ebenen.

- **personellen Ebene:** hier stehen die merkmaltypischen Personengruppen im Vordergrund, Kinder-, Schüler-, Jugend-, Erwachsenen-, Studenten-, Frauen-, Männer-, Senioren- und Behindertensport, die Bandbreite ist groß und wächst weiter
- **zeitlichen Ebene:** bei Betrachtung der zeitlichen Ebene wird deutlich wie vielfältig die zeitlichen Möglichkeiten zum Betreiben von Sport sind. Die gesamte Sportpalette wird zeitlich sehr flexibel angeboten. Man kann wählen zwischen Frühsport, Pausensport, Feierabendsport, Wochenendsport, Urlaubssport oder wenn möglich Berufssport. Abgesehen von dem Berufssport sind alle genannten Formen dem Freizeitsport zuzuordnen.
- **örtliche Ebene:** diese befasst sich mit den Institutionen die Sport anbieten. Beispiele hierfür sind: Schulen, Universitäten, Vereine, Hochschulen, Militär, Polizei, Gefängnisse, Betriebe, sowie in konfessionellen Vereinigungen wie z. B. der Kirche.<sup>114</sup>

Abgesehen von den bisherigen Unterteilungen des Sports gibt es zusätzlich die Einteilungen in Aktive Sport-Ausübungen und Passives Sport-Erleben.

---

<sup>112</sup> P. Röthig, Sportwissenschaftliches Lexikon, 5. Auflage, Schorndorf (Hoffmann) 1983.

<sup>113</sup> O. Gruppe, Einführung in die Theorie der Leibeserziehung und des Sports, 5 Auflage, Schorndorf (Hofmann) 1980.

<sup>114</sup> Herbert Haag, Bewegungskultur und Freizeit, Edition Interfrom, Zürich 1986, S. 33.

Tab. 3: Aktiv / Passiv Sport

Aktive Sport-Ausübungen	Unterstützung des Sports	Passives Sport-Erleben
Aktiv-Sportler (Amateur, Profi) Training Wettkampf Pflicht	Aktiv-Sport Trainer Mediziner Funktionäre Geräte	Zuschauer (live, Medien) Wettkämpfe Training Events Prominente
Freizeit-Sportler Fun Fitness Begegnung „freiwillig“	Passiv-Sport Organisatoren Funktionäre Medien Sponsoren	Sport-Attraktionen Sportstätten Sport-Orte Sport-Museen Ex-Sportler Großveranstaltungen

Quelle: Freyer 2002

Aktive Sport-Ausübungen haben mit Bewegung zu tun, passives Sport-Erleben bildet dazu den Gegensatz und ist oft mit Untätigkeit verbunden. Passiv erlebt man Sport als Zuschauer, sowohl live als auch in den Medien. Wie die Darstellung zeigt beschäftigen sich Akteure des Sports passiv als auch aktiv. Aktive Unterstützung bieten u. a. Trainer und Mediziner. Aber auch im passiven Sport Bereich sind Akteure tätig. Hier sind Organisatoren, Sponsoren etc. zu nennen. Die Unterstützung des Sports durch Akteure auf aktiver wie auch auf passiver Seite kann auf ehrenamtlicher (vgl. Kap. 4.3 Ehrenamt) oder auf bezahlter Basis erfolgen.<sup>115</sup>

Kommunale Freizeitflächen (vgl. Kap. 5.2) wie Sportanlagen, Freibäder, Kleingärten, Campingplätze und große Parks (vgl. Kap. 6.2.7), haben einen unmittelbaren Funktionszusammenhang mit den Wohnbereichen. Das damit auftretende Verkehrsvolumen (vgl. Kap. 4.2 Freizeitmobilität) solcher Anlagen darf jedoch nicht vergessen werden. Eine enge und direkt räumliche Verflechtung mit dem innerstädtischen Betrieb lassen die Anlagen häufig nicht zu. Oftmals ist es die Lösung solche Anlagen an den Rand kompakter Baugebiete oder in geeignete Zonen zwischen solchen Gebieten zu verweisen.<sup>116</sup> Eine bessere Einbindung und Vernetzung in die Innenstadt sollte angestrebt werden, um der gesamten Bevölkerung die Nutzung der Einrichtungen und Anlagen zu ermöglichen. Auch zukünftig sollte die Kommune Ihre Aufgaben wie die Schaffung von Sporträumen, die Unterhaltung von Sporträumen, die Förderung von Vereinsmaßnahmen sowie die finanzielle Förderung der Sportvereine wahrnehmen. Nur so kann garantiert werden, dass der Allgemeinheit keine finanziellen Schranken gesetzt werden sich in der Freizeit sportlich zu betätigen, wie es bei privaten Anbietern der Fall wäre.

## Quellen:

Architektur Wettbewerb, Freizeit-Sport-Erholung, Karl Krämer Verlag, Stuttgart 1974

Franke, Elk, Sport und Freizeit, Rowohlt Taschenbuch Verlag, 1983

Haag, Herbert, Bewegungskultur und Freizeit, Fromm, Osnabrück 1986

[www.tu-dresden.de](http://www.tu-dresden.de), Zugriff 15.07.2005

<sup>115</sup> <http://www.tu-dresden.de/vkiwv/vwitou/downloads/Regensburg.pdf>, Zugriff 15.07.2005.

<sup>116</sup> Herbert Haag Bewegungskultur und Freizeit, Edition Interfrom, Zürich 1986, S. 34.

### Weiterführende Literatur:

Sobotka, Raimund: „Sport und Bewegungskultur als bestimmende Elemente einer mensch-orientierten Stadtplanung“ in: Beiträge zur Stadtforschung, Stadtentwicklung und Stadtgestaltung, Band 57, „Sport in der Stadt“, Wien 1995

#### 1.4.4 Shopping

Einkaufengehen hat in der zunehmend auf Freizeit ausgerichteten Gesellschaft einen besonderen Stellenwert gewonnen. Daher ergibt sich die Frage nach der Funktion. Ist es eine Möglichkeit die freie Zeit zu verbringen oder ist es lediglich eine Versorgungstätigkeit die erledigt werden muss. Grundsätzlich unterscheidet man zwischen dem Erlebnis- und Versorgungseinkauf. Wobei der **Versorgungseinkauf** dem Erwerb lebensnotwendiger Güter dient, bei dem die Kaufentscheidung aufgrund eines rationalen Entscheidungsprozesses erfolgt. Beim **Erlebniskauf** hingegen steht der Vergnügungsaspekt im Vordergrund, Einkaufen ist also eine Freizeitbeschäftigung die dem Kaufenden Spaß bereitet ohne versorgungsrelevante Notwendigkeiten zu unterliegen. Wünsche werden während des Einkaufsbesuchs produziert, das Verhalten ist zufällig und von Spontaneität geprägt. Es handelt sich um ein zeitkonsumierendes Schlendern.

Carr (1990) deutet an, dass die verschiedenen Einkaufsaktivitäten auf einer Skala zwischen Shopping als Versorgungstätigkeit und Shopping als Freizeitbeschäftigung liegen. Er unterscheidet in folgende Phasen:

- quartermastering: extreme Versorgungsfunktion, lebensnotwendige Güter werden routinemäßig erworben;
- technical shopping: Güter wie Videorecorder, Hifi-Anlagen, Cds u. ä. werden erworben, diese sind in ihrer Besonderheit geplant, bereiten beim Kauf dennoch ein Vergnügen, das oft auch noch bei der Benutzung der erworbenen Waren anhält;
- expressive shopping: liegt höher auf der Vergnügungsskala und umfasst den Kauf von Bekleidung und Schmuck, diese Waren werden gekauft um ein bestimmtes Image zu verkörpern, eine Mode oder einen Lebensstil auszudrücken;
- recreational shopping: ist Einkaufengehen als reine Freizeitbeschäftigung, ohne die Notwendigkeit Besorgungen erledigen zu müssen oder andere Zwängen zu unterliegen.

Diese Einteilung wird als ein **Kontinuum** bezeichnet, damit werden die fließenden Übergänge zwischen den einzelnen Einkaufsformen verdeutlicht, dennoch bleibt die Beschreibung der einzelnen Formen ungenau und die Abgrenzungsschwierigkeiten nehmen mit wachsender Freizeitverbundenheit der Einkaufsgänge zu.

Die verschiedenen Eigenschaften, die Freizeit- Shopping vom Versorgungseinkauf trennen sind in folgender Tabelle übersichtlich dargestellt.

Tab. 4: Gegenüberstellung von Erlebnishopping und Versorgungseinkauf

Erlebnishopping	Versorgungseinkauf
Zeitkonsumierend/zeitaufwendig	Zeiteffizient
Zielloses Schlendern durch eine größere Zahl von Läden	Gezieltes Aufsuchen von Läden
Keine geplanten Einkäufe, sondern spontanes, impulsives Kaufverhalten (Impulsivkäufe)	Geplante Einkäufe
Nicht unbedingt hohes Ausgabenvolumen	Relativ hohes Ausgabenvolumen (Vorratseinkäufe)
Kauf von Waren, die begehrt aber nicht unbedingt gebraucht werden	Kauf von Gebrauchs- und Verbrauchsgütern
Abwesenheit von Zwängen/Verpflichtungen	Notwendigkeit
Häufig in Begleitung von Verwandten und Bekannten	Häufig allein
Hohe Erlebnis- und Vergnügungskomponente	--
Verbunden mit einem Imbiss/Kaffee	--
Shopping für sich selbst, nicht für andere	Shopping insbesondere für andere
Verbunden mit bestimmten Einzelhandelsbranchen	Eher verbunden mit Lebensmitteln, technischen Geräten
Geringe Preisorientierung	Starke Preisorientierung
Attraktive Umgebung ausschlaggebend	Auto-orientierte Lage, nicht unbedingt attraktive Umgebung
Atmosphäre wichtig	Atmosphäre nicht wichtig

Quelle: eigene Darstellung

Ein wichtiger Aspekt ist, ob tatsächlich Wareneinkäufe bei den Einkaufsgängen getätigt werden. Ein Besuch eines Einkaufszentrums aus reinen freizeitorientierten Gründen, zieht nicht unbedingt den Einkauf von Konsumgüter mit sich. Besonderes Merkmal solcher Einkaufsgänge ist der Verzehr eines Snacks oder eines Getränkes. Kennzeichnend sind relativ geringe Ausgaben und eine längere Verweildauer. Auch die Frage nach der Häufigkeit von Einkaufsgängen kann Aufschluss über den Stellenwert als Freizeit- oder Versorgungstätigkeit geben. Ältere Menschen z. B. sehen einen Besuch im Einkaufszentrum als tägliche Gelegenheit ihre Wohnung zu verlassen, spazieren zu gehen oder bekannte Gesichter zu treffen. Erlebniskäufen ist außerdem häufig mit bestimmten Einzelhandelsbranchen verbunden. Bestimmte Waren besitzen einen höheren Freizeitwert.

Bisherige Versuche Freizeitshopping zu definieren sind fehlgeschlagen, da keine eindeutigen Kriterien getestet wurden, was wann, wo und warum Shopping als Freizeiterfahrung charakterisiert.

Beim Shopping wird die Befriedigung durch den Symbolwert der Waren vermittelt. Die Beschäftigung selbst steht nicht im Mittelpunkt, sondern das Zeichen, das von einer Ware ausgedrückt wird. Das Glücksgefühl ist nur sehr kurzlebig, während des Kaufaktes werden Gefühle wie Kompetenz, Macht im weitesten Sinne und Entscheidungsfreiheit frei werden. Der Gebrauchswert der Ware ist jedoch häufig weniger wichtig. Durch den Wechsel von Moden und Trends wird die Bedeutung der Waren zusätzlich noch geschmälert. Der Gegenstand verliert nach kürzester Zeit seinen Nutz- und Symbolwert. Die ursprünglichen Glücksgefühle gehen vollständig verloren. Beim Einkaufen kann von persönlichen Problemen abgelenkt werden, dennoch können überfüllte Kaufhäuser, lange Warteschlangen, Termindruck zu Konsumstress ausarten.

Mit den Waren werden Werte und Botschaften vermittelt, die durch den Kauf eingelöst werden sollen. Der Genuss- und Erlebniswert steht im Vordergrund. Werden die Waren fast ausschließlich aus rein emotionalen Wunschen erworben, ohne utilitären Erwägungen zu unterliegen wird in der Konsumentenforschung von hedonistischem Konsum gesprochen. Die Kaufentscheidung folgt dabei dem reinen Lustprinzip und der ausschließliche Nutzen der Ware ist es Vergnügen zu bereiten. Ein wesentliches Kriterium für das Empfinden von Freizeitunzufriedenheit ist außerdem die Abwesenheit von Langeweile. Langeweile entsteht dann, wenn Individuen das Gefühl haben einer bedeutungslosen Freizeitroutine nicht entkommen zu können. Der Alltag wird trivialisiert, Symbole und Zeichen zählen und Entertainment sowie Vergnügen sind oberste Maxime des Alltags. Problembewältigung ist Teil des Arbeitslebens.

Einkaufszentren sowie Innenstadt Einzelhandel stellen mit aufwendigen Passagen und Galerien sich speziell auf Freizeit Aspekt von Shopping ein. Dabei werden verschiedene Strategien zur Umsetzung von Erlebnis Komponenten angewendet. Diese sind auf bestimmte Lebensstilgruppen ausgerichtet und verfolgen somit einen zielgruppenorientierten Ansatz. Wichtigstes Kriterium für den Erlebnis Aspekt ist die Atmosphäre während des Einkaufsbummels. Vermittelt wird Atmosphäre durch attraktives Design, Ausrichtungen auf bestimmte Bevölkerungs- und Lebensstilgruppen, thematische Abstimmungen auf ein bestimmtes Angebotskonzept und freundliche Bedienung. Shopping Center sowie themenbezogene Einkaufs-, Erlebnis- und Freizeitwelten gewinnen an Bedeutung. Der Konzentrationsgrad und die Betriebsgrößen nehmen stetig zu. Die Kunden sollen sich wohl fühlen und durch visuelle Stimulierung zum Kauf angeregt werden. Konsum und Freizeit gehen ineinander über, Konsumgewohnheiten werden flexibler und beziehen sich auf ein größeres Einzugsgebiet.

Abb. 6: Erlebnisstrategien im Einzelhandel



Quelle: Gerhard, Ulrike, Erlebnis-Shopping oder Versorgungseinkauf?

Durch den Erfolg der großflächigen Anbieter sowie die Freizeitfunktionen der Einkaufszentren fällt es der Innenstadt schwer, ihre Funktion zu behaupten. Viele Städte versuchen durch Revitalisierungskonzepte, Erlebnismarketing und Eröffnung von Passagen und Galerien ihre Attraktivität aufrecht zu halten. Hohe Fluktuation und Mieterschwund bleiben dennoch nicht aus. Eine wichtige städtebauliche Folge des Erlebnis Trends ist der Bedeutungsverlust des öffentlichen Raums und eine Privatisierung von Einkaufs- und Geschäftsbereichen. Plätze und Fußgängerzeilen werden in private Einrichtungen verlegt, der Straße wird der belebende Fußgängerverkehr entzogen. Durch die Fragmentierung des Einzelhandels hat die Innenstadt insgesamt an Attraktivität und Bedeutung verloren.

Für die Planung sollten neben objektiv-planbaren Kriterien zur Auswahl eines Einkaufsziels auch Überlegungen zur subjektiven Wertvorstellungen der Nutzer miteingeschlossen werden. Das klassische zentrale Orte Modell sollte so erweitert werden, dass auch dezentrale Einzelhandelsstandorte berücksichtigt werden.

Wie kann nun die Attraktivität der Innenstadt durch Erhaltung und Förderung gesteigert werden? Ein Mittelwert zwischen wünschenswerter Stadt- und Einzelhandelsentwicklung zu finden, stellt ein besonderes Problem dar. Stadtmarketing wird heutzutage als notwendig angesehen. Es gilt ein gemeinsames Konzept für die Stadt zu entwickeln in dem die Innenstadt zum Erlebnisraum umgestaltet wird. Ein besonderer Aspekt ist die Qualität der Innenstadt hervorzuheben statt der Aufmachung eines Einkaufszentrums nachzueifern. Die Last darf dabei nicht komplett auf dem Einzelhandel liegen. Die City sollte durch eine Funktionserweiterung gestärkt werden. Dazu zählt der Ausbau der Wohnfunktion, die der Innenstadt auch nach Geschäftsschluss Lebendigkeit gewährleistet. Weitere Freizeit- und Kulturangebote zählen ebenfalls dazu. Bei Vorhandensein von Theatern, Kinos, Bars und Restaurants wird die Innenstadt von einem größeren Besucherkreis genutzt und ihre Attraktivität erhöht.

#### Quellen:

Gerhard, Ulrike, Erlebnis-Shopping oder Versorgungseinkauf?, Marburger Geographischen Gesellschaft e. V., Marburg/Lahn 1998

Quack, Heinz-Dieter, Freizeit und Konsum im Inszenierten Raum, Paderborner Geographisches Studien, Paderborn 2001

#### 1.4.5 Hobby

Das Wort ‚Hobby‘ bezeichnet eine „Beschäftigung, der man in seiner Freizeit (aus Interesse oder als Ausgleich zur berufl. Tätigkeit) nachgeht“<sup>117</sup>. Diese Beschreibung könnte noch dadurch ergänzt werden, dass die Ausübung des Hobbys relativ regelmäßig stattfindet.

Es ist der Bereich in dem man selbst aktiv ist und sich selbst betätigt, was also ein Gegensatz zu der strengen Organisation und den Verpflichtungen innerhalb der Arbeitszeit darstellt. Auch ist hier Raum für Selbstentfaltung, die sonst häufig durch institutionelle Regeln eingeschränkt wird.

Bei der Definition des Begriffs ‚Hobby‘ ist darauf zu achten, dass es hier eine sehr weit gefasste ist. Denn häufig verbindet man mit Hobby auch eine Art Verpflichtung die man eingeht. Diese kann sowohl finanziell sein, indem man für sein Hobby sehr viel Geld ausgibt und einplant, oder auch sozialer Art. So hat derjenige, der ein Ehrenamt übernimmt eine gewisse Verantwortung zu tragen.

Häufig werden soziale Isolation und Vereinsamung beim Hobby abgelöst durch Gemeinsamkeit und Sozialkontakte. Es gibt jedoch auch Hobbys, die sich gerade dadurch auszeichnen, dass man sie allein ausübt.

Das Hobby hat also den Anspruch, dass man sich bei seiner Ausübung wohl fühlt, sich entspannen oder auspowern kann und Spaß hat.<sup>118</sup>

---

117 F.A. Brockhaus GmbH, Brockhaus-Die Enzyklopädie in 24 Bänden, Leipzig 2001, Band 10, S. 128.

118 Bundesministerium für Soziale Sicherheit und Generationen, 3. Bericht zur Lage der Jugend in Österreich Themenauszug: Freizeit, Wien 1999, S. 4.

Tab. 5: Hobby – Hitparade (30.500 Befragte)

Hobby	1992	2002
Musik hören	41,1 %	41,0 %
Fernsehen	32,4 %	36,1 %
Tageszeitung lesen	31,2 %	31,4 %
Gut essen gehen	25,6 %	27,4 %
Treffen mit Freunden	19,7 %	24,0 %
Auto fahren	21,2 %	20,1%
Bücher lesen	19,2 %	19,0 %
Zeitschriften lesen	16,5 %	17,6 %
Rad fahren	16,6 %	15,5 %
Gartenarbeit	12,0 %	14,0 %
Ausgehen	10,8 %	13,3 %
Sport treiben	12,9 %	12,2 %
Briefmarken sammeln	k. A.	1,3 %
Münzen sammeln	k. A.	1,2 %

Quelle: Eigene Darstellung nach [www.sueddeutsche.de/panorama/artikel/100/13087](http://www.sueddeutsche.de/panorama/artikel/100/13087), Zugriff am 14.07.2005

In der Tabelle zu erkennen ist, dass neben der Musik das Fernsehen das größte Hobby des Deutschen ist. Es ist eine klare Dominanz der **häuslichen Freizeit** (Vgl. Kap. 1.3.1 Häusliche/ außerhäusliche Freizeit) abzulesen. Auffällig ist, dass trotz großer Zunahmen bei Trendsportarten wie Nordic Walking, Snowboarden oder auch dem einfachen Besuch im Fitnessstudio, Sport als Hobby erst an zwölfter Stelle auftritt.

Diese Dominanz der häuslichen Freizeit bei den Hobbys spielt bei den **Zeitbudgets** (Vgl. Kap. 2.1 Zeitbudget) eine sehr große Rolle. Denn hier sehen gerade die Investoren von Freizeiteinrichtungen noch ein großes Potential. Sie versuchen entsprechend attraktive Angebote zu schaffen, um eine größere Gewichtung der **außerhäuslichen Freizeit** zu erreichen. Da dies mit der Bereich ist, aus dem sie Profit schlagen können.<sup>119</sup>

Eine Aufgabe der Kommune könnte es an dieser Stelle sein zu überprüfen, ob so viele Hobbys der Leute im häuslichen Bereich liegen, weil die Nachfrager sich dort am wohlsten fühlen, oder ob es nicht genügend passende bzw. ausreichend attraktive Angebote im näheren Wohnumfeld bzw. der Umgebung gibt. Ein weitere Erklärung wäre die Bequemlichkeit der Nutzer.

#### Quellen:

Bundesministerium für Soziale Sicherheit und Generationen, 3. Bericht zur Lage der Jugend in Österreich Themenauszug: Freizeit, Wien 1999

<http://www.sueddeutsche.de/panorama/artikel/100/13087/print.html>, Zugriff am 14.07.2005

---

<sup>119</sup> Vgl. Protokoll vom 09.06.2005, F-Con, siehe Anhang

### 1.4.6 Event

Unter dem zeitgeistlichen Modebegriff Event werden heute verschiedensten Veranstaltungen mit unterschiedlichsten Zielen verstanden und vermarktet. Übersetzt bezeichnet der englische Begriff Event eine besondere Veranstaltung oder ein besonderes Ereignis. Events sind Veranstaltungen mit Erlebnischarakter (vgl. Kap. 1.1.2 Erlebnis/Unterhaltung). Die Einzigartigkeit in den Augen der Besucher steht hierbei im Vordergrund. Da dieser Begriff sehr subjektiv empfunden wird, soll eine genauere Abgrenzung versucht werden.

Charakteristische Merkmale eines Events sind u. a.:

- es findet höchstens einmal im Jahr statt
- es ist öffentlich
- Hauptziel ist das Feiern oder die Darstellung eines bestimmten Themas
- es hat festgelegte Eröffnungs- und Abschlussdaten
- es gibt keine permanenten Strukturen
- das Programm kann aus verschiedenen unabhängigen Aktivitäten bzw. Veranstaltungen bestehen
- alle Aktivitäten/Veranstaltungen finden am selben Ort statt
- die Größenordnung einer Veranstaltung ist kein Kriterium für ein Event<sup>120</sup>

Events finden im professionellen, kommerziellen, öffentlichen, ehrenamtlichen und privaten Bereich statt. Als Beispiele sind folgende Events zu benennen:

- EXPO in Hannover,
- Oktoberfest in München,
- Europa-Biennalen,
- Filmfestspiele in Cannes,
- Love Parade in Berlin,
- Lange Nacht der Museen und der Wissenschaft.

Die Auswirkungen solcher Events hängen von der Größe und der Zielrichtung ab. Die Filmfestspiele in Cannes zielen nur auf bestimmte Personenkreise ab, ebenso wie die Love Parade oder die Lange Nacht der Museen. Damit verbunden variiert auch das Einzugsgebiet von Events. Das Oktoberfest in München und die Expo in Hannover haben/hatten sicherlich ein größeres Einzugsgebiet als die Lange Nacht der Museen in Berlin. Je nach Ausrichtung des Events sind auch die Kosten für die Veranstalter, die räumlichen und ökologischen Folgen, die Umsätze und Erträge sowie die Verkehrsfolgen (vgl. Kap. 4.2 Freizeitmobilität) unterschiedlich.

Unter dem Aspekt der verstärkten Konkurrenz der Städte untereinander werden seit einigen Jahren besondere Veranstaltungen verstärkt für den Städtetourismus genutzt und unter dem Begriff Event vermarktet. Für die Inszenierung von Events im Tourismus hat sich ein eigener Begriff herausgebildet, man spricht hier vom Event-Tourismus, unter dem folgendes zu verstehen ist: „The systematic planning, development and marketing of festivals and special events as tourist attractions, development catalysts, and image builders for attractions and destination areas.“<sup>121</sup>

---

120 <http://www.geogr.uni-goettingen.de/kus/lehre/wm2000/wm2000-def-event.pdf>, Zugriff 26.08.2005.

121 <http://www.geogr.uni-goettingen.de/kus/lehre/wm2000/wm2000-def-event.pdf>, Zugriff 26.08.2005.

Seit einigen Jahren wird sowohl an den Universitäten als auch als Ausbildung der Beruf des Eventmanagers angeboten. Die Hauptaufgaben eines Eventmanagers liegen in der Organisation und erfolgreichen Umsetzung von Veranstaltungen. Strategische Planung, Checklisten zu erarbeiten und die operative Durchführung und Steuerung werden in der Ausbildung und im Studium vermittelt. Konzepte wie Projekt- und Prozessmanagement, Risikomanagement, Logistik und Marketing gehören zum Repertoire eines guten Eventmanagers.

#### Quellen:

www.geogr.uni-goettingen.de, Zugriff 26.08.2005

### 1.4.7 Tourismus

„Tourisme“ und „touriste“ wurden als offizielle Begriffe erstmals von der Société des Nations<sup>122</sup> verwendet, um Reisende zu beschreiben, die länger als 24 Stunden im Ausland verbringen. Laut der Definitionen der EU ist Tourismus die Tätigkeit von Personen, die zu Orten außerhalb ihrer gewohnten Umgebung reisen und sich dort höchstens ein Jahr lang zu Urlaubs-, geschäftlichen oder anderen Zwecken aufhalten. Tourismus ist eine Unterkategorie des Reisens, wenn Reisen im weitesten Sinne als Bewegung von einem Ort zum anderen verstanden wird.<sup>123</sup> Zur weiteren Spezifizierung des Tourismus hat es sich eingebürgert, ihn durch bestimmte Attribute nach verschiedenen Tourismusarten und Tourismusformen zu unterscheiden. Formen des Tourismus können folgende sein:

- Tagesausflüge (maximal 24h ohne Übernachtung),
- Kurzreisen (Reise von 2 bis 4 Tagen Dauer),
- Urlaubsreisen (alle Reisen mit mehr als 4 Tagen Dauer),
- Langzeitreisen (alle Reisen mit mehr als 3 Monaten Dauer).

Bei den Tourismusformen wird zusätzlich nach verursachenden oder abgrenzenden äußeren Merkmalen differenziert. Beispiele hierfür sind:

- Auslandstourismus,
- Individualtourismus,
- Senientourismus,
- Massentourismus,
- Stadttourismus.<sup>124</sup>

Unter Tourismus wird aber auch das inländische Reisen subsumiert. Beispielsweise verreisen in Deutschland mehr Menschen innerhalb des Landes als ins Ausland. Auch Geschäftsreisen werden zum Tourismus gezählt, da die Reisenden oft in der verbleibenden freien Zeit die Städte erkunden.<sup>125</sup>

---

122 Der Völkerbund (französisch: Société des Nations) nahm im Januar 1920, kurz nach Ende des Ersten Weltkrieges, seine Arbeit auf, um den Frieden dauerhaft zu sichern.

123 Europäische Kommission (DG XXIII, Eurostat), 1998.

124 Iwerson-Sioltsidis/Iwerson 1997)

125 <http://de.wikipedia.org/wiki/Tourismus>, Zugriff 16.07.2005

Privatleute reisen aus verschiedenen **Motivationen** heraus. Eine klare Trennung der einzelnen Motivationen ist jedoch nicht immer möglich, oft überschneiden sich die Motivationen mit einander:

- physische Motivation: diese Menschen reisen, um sich zu erholen und zu entspannen;
- psychische Motivation: hier zählt die Selbstfindung oder auch Abenteuerlust;
- interpersonelle Motivation: gesellige Menschen gehen auf Reisen, um Gruppenerfahrung zu sammeln;
- kulturelle Motivation: reisen Menschen, die sich während ihres Reisens bilden und an dem Kennen lernen fremder Kulturen interessiert sind;
- Status- oder Prestigemotivation: bezeichnet diejenigen, die durch ein bestimmtes Reiseverhalten ihr Ansehen oder ihre Anerkennung steigern wollen.<sup>126</sup>

Die Reiselust ist in den letzten 100 Jahren grundsätzlich auf die technischen und sozialen Veränderungen der Gesellschaft zurückzuführen. Durch den technischen Fortschritt ist die Welt, im übertragenen Sinne, kleiner geworden.<sup>127</sup> (vgl. Kap. 2.2.3 Globale Beschleunigung). Durch die rapide Motorisierung kommt der Trend (vgl. Kap. 1.4.8.) immer häufiger und immer kürzer in den Urlaub zu fahren. Städtereisen und Wellness-Wochenenden boomen wie nie zu vor. Billigreisen finden einen hohen Absatz aber auch teure Luxusreisen werden nachgefragt. Die alt bewährten Pauschalreisen verlieren langsam ihre Attraktivität. Aber auch höhere Lebenserwartung und die zunehmende individuelle Mobilität haben neben dem veränderten Freizeitverhalten zu einer explosionsartigen Zunahme des Reiseverkehrs geführt.

Eine Region wird heute durch die infrastrukturelle Erschließung der Tourismusziele industrialisiert. Der Ausbau der Bettenkapazität, der Restauration, der verkehrstechnischen Voraussetzungen und der entsprechenden Verkehrsmittel und Versorgungsstrukturen gehören dazu. Verbunden damit ist ein intensiver Landschaftsverbrauch bis hin zur Überlastung und den entsprechenden ökologischen Folgen.<sup>128</sup>

### Trend im Tourismus

48,1 Mio. Deutsche (ab 14 Jahren) haben im Jahr 2004 mindestens eine Urlaubsreise unternommen. Das entspricht einer Urlaubsreiseintensität von 74,4 %. Insgesamt wurden 65,4 Mio. Urlaubsreisen durchgeführt – gegenüber 2003 ist ein leichter Rückgang in Höhe von 0,7 Mio. Reisen zu verzeichnen.<sup>129</sup>

---

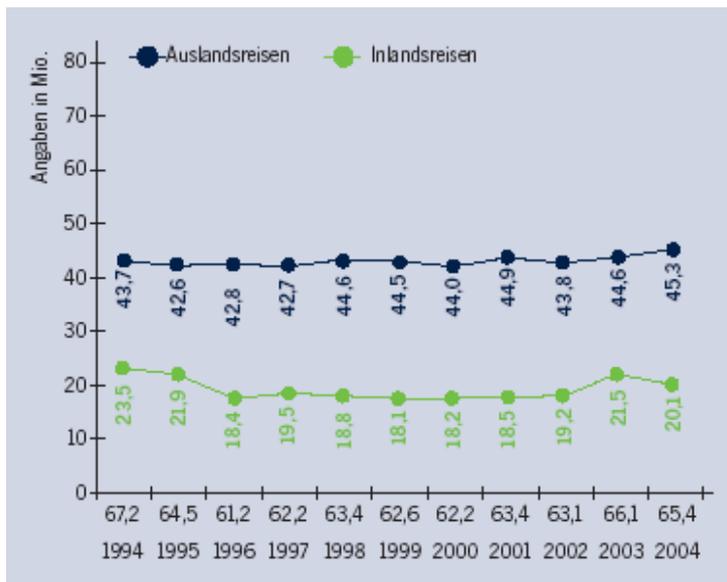
126 <http://de.wikipedia.org/wiki/Tourismus>, Zugriff 16.07.2005.

127 <http://de.wikipedia.org/wiki/Tourismus>, Zugriff 16.07.2005.

128 <http://de.wikipedia.org/wiki/Tourismus>.

129 Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (F.U.R.), Reiseanalyse RA 1995-2005, Kiel 1995-2005. [www.fur.de](http://www.fur.de).

Abb. 7: Reiseziele der Urlaubsreisen



Quelle: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (F.U.R.), Reiseanalyse RA 1995-2005

Mit einem Marktanteil von 30,8 % war Deutschland auch im Jahr 2004 das bedeutendste Urlaubsziel der Deutschen. 20,1 Mio. Urlaubsreisen verbrachten die Deutschen im eigenen Land. Die Zahl der Auslandsurlaube der Bundesbürger lag mit 45,3 Mio. auf einem Rekordhoch.<sup>130</sup>

Die durchschnittliche Reisedauer bei Urlaubsreisen ist im Vergleich zu 2003 von 12,8 auf 12,9 Tage leicht gestiegen (vgl. Kap. 2.1 Zeitbudget). Urlaubsreisen zu inländischen Destinationen hatten eine Dauer von durchschnittlich 11 Tagen, zu ausländischen Reisezielen 13,7 Tagen. Der Pkw und das Reisemobil waren trotz leichter Rückgänge bedingt durch die Billigflieger bei allen Reisen das wichtigste Verkehrsmittel. Der Billigflug-Boom der vergangen 2 Jahre setzt sich fort. Der Anteil an deutschen Billigfluggutzern zu in- und ausländischen Zielen stieg von 3,4 % auf (2002) auf 10,0 % (2004).<sup>131</sup>

Laut Aussage des Deutschen Tourismusverbands im Mai 2005 sind die wachsenden Urlaubsformen in den nächsten 3 Jahren Kulturreisen und Kreuzfahrten mit 12 %, Wellnessreisen mit 16%, Kuren mit 17% Städtereisen mit 17 % und All-Inklusiv Reisen mit 44 %.<sup>132</sup>

<sup>130</sup> Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (F.U.R.), Reiseanalyse RA 1995-2005, Kiel 1995-2005. [www.fur.de](http://www.fur.de).

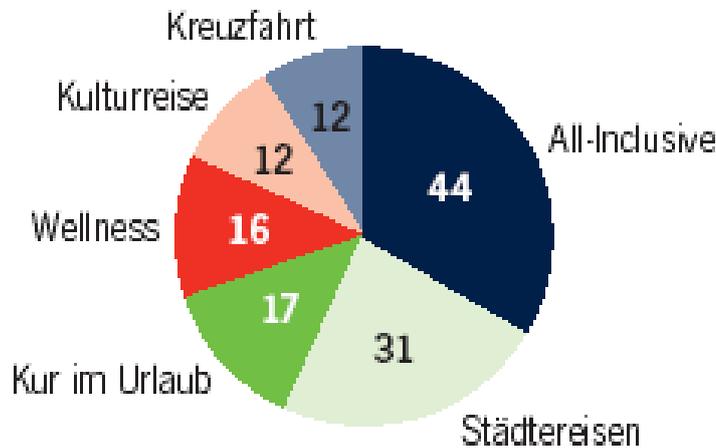
<sup>131</sup> Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (F.U.R.), Reiseanalyse RA 1995-2005, Kiel 1995-2005. [www.fur.de](http://www.fur.de).

<sup>132</sup> Zahlen. Daten. Fakten. Tourismus in Deutschland, DTV e. V. 2005.

Abb. 8: Urlaubsformen im Aufwind

## Marktpotenzial 2005-2007 – „ziemlich sichere“ oder „wahrscheinliche“ Urlaubsform in den nächsten 3 Jahren

Angaben in %



Quelle: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (F.U.R.), Reiseanalyse RA 1995-2005

### Quellen:

[www.wikipedia.de](http://www.wikipedia.de), Zugriff 16.07.2005

[www.geogr.uni-goettingen.de](http://www.geogr.uni-goettingen.de), Zugriff 22.08.2005

[www.deutschertourismusverband.de](http://www.deutschertourismusverband.de), Deutscher Tourismusbund, Zugriff 22.08.2005

### Weiterführende Literatur:

Isenberg, Wolfgang, Bensberger Protokolle, Kathedralen der Freizeitgesellschaft, Kurzurlaube in Erlebniswelten. Trends, Hintergründe, Auswirkungen. 1998

### 1.4.8 Trend

Allgemein beschreibt ein Trend die Grundrichtung einer Entwicklung. In den Sozialwissenschaften wird diese Definition noch eindeutiger dargestellt. Hier beschreibt der Trend die „Ausbildung einer bestimmten Richtung des Verhaltens oder des Verlaufs einer Entwicklung (z.B. Mode, polit. Präferenzen)“. Man bezieht diese beobachtete Entwicklung immer auf einen bestimmten Zeitabschnitt.<sup>133</sup>

Für die Freizeit bedeutet dies, dass man bezogen auf ein Jahr, eine Saison oder bestimmte Jahrzehnte Trends ausmachen kann. So war z.B. in den 1950er Jahren die Freizeit vor allem für die **Regeneration** und **Erholung** (vgl. Kap. 1.1.1 Erholung/Muße) da. In den 1960ern kam das Fernsehen als Massenmedium hinzu und hat hier also seinen Ursprung in der Freizeitgestaltung der Menschen. Die 1970er waren weiterhin stark von dem Fernseher geprägt, aber auch hier spielte das Ausruhen und Nichtstun immer noch eine große Rolle. Auch in den 1980ern ist das Fernsehen weiter ständig präsent. Die Leute

<sup>133</sup> F.A. Brockhaus GmbH, Brockhaus-Die Enzyklopädie in 24 Bänden, Leipzig 2001, Band 22, S. 285.

schauen sich z.B. Sportgroßveranstaltungen an, die mit Boris Becker und Steffi Graf ihre großen Stars feiern. Es beginnt aber auch die Zeit, in der sich die Zuschauer durch den ständigen Informationsfluss überfordert fühlen.<sup>134</sup>

In den 1990er kommt es dann letztendlich zu einer Kommerzialisierung der Freizeit, was zu der großen Ausdifferenzierung des Freizeitangebots führte, so wie man es heute kennt. Trotz der immer größeren Möglichkeiten seine Freizeit zu gestalten, dominiert bereits in den 1990er die **häusliche Freizeit** (vgl. Kap. 1.3.1 Häusliche/außerhäusliche Freizeit).<sup>135</sup>

Für die heutige Zeit ist es schwierig einen genauen Trend zu bestimmen, man kann jedoch klar die Faktoren benennen, die unser Freizeitverhalten und die Herausbildung neuer Freizeitformen in den nächsten Jahren bestimmen werden. Unsere (Lebens-)Arbeitszeit verkürzt sich unter anderem dadurch, dass wir durch die verlängerte Bildungsphase erst später ins Berufsleben eintreten. Zudem steigt die Lebenserwartung der Menschen stetig an (vgl. Kap. 4.5 demographischer Wandel).<sup>136</sup>

Des weiteren verlieren die klassischen Moralinstanzen, wie Kirche und Politik stetig an Bedeutung. An ihre Stelle treten häufig die Medien. Diese verbreiten die neuen Trends und beeinflussen somit häufig die Einstellungen der Leute. Neben diesem vor Augen führen, geht es aber auch so weit, dass von den Medien selbst neue Trends geschaffen werden.<sup>137</sup> Diese neuen Trends sind teilweise davon geprägt, dass sie nicht nur für einen Kulturraum gelten, sondern durch die bestehenden globalen Märkte auch globale Werte und Trends entstehen.<sup>138</sup>

Diese globalen Trends werden aber nicht ausschließlich durch die Medien vermittelt, sondern durch die steigende Mobilität selbst entdecken. Hierbei führt nicht allein das Auto zu einer Erhöhung der **Individualmobilität**, sondern auch die sogenannten Billig-Flieger erweitern den Aktionsradius. Trotzdem dominiert auch heute immer noch die häusliche Freizeit. Hierbei fallen Singles und Frauen raus, da sie sich dadurch auszeichnen, dass sie in der ihnen zur Verfügung stehenden Zeit sehr aktive Nutzer der **außerhäuslichen Freizeit** sind und in ihrer Freizeit überdurchschnittlich aktiv sind.<sup>139</sup>

---

134 Jochen Franck, Trends des innerstädtischen Freizeitmarktes, DSSW- Studie, Berlin 2004, S. 29.

135 Jochen Franck, Trends des innerstädtischen Freizeitmarktes, DSSW- Studie, Berlin 2004, S. 29.

136 Jochen Franck, Trends des innerstädtischen Freizeitmarktes, DSSW- Studie, Berlin 2004, S. 4.

137 Jochen Franck, Trends des innerstädtischen Freizeitmarktes, DSSW- Studie, Berlin 2004, S. 25.

138 Jochen Franck, Trends des innerstädtischen Freizeitmarktes, DSSW- Studie, Berlin 2004, S. 25.

139 Jochen Franck, Trends des innerstädtischen Freizeitmarktes, DSSW- Studie, Berlin 2004, S. 17.

Für die gesamte Bevölkerung lassen sich folgende Trends darstellen:

Tab. 6: Megatrends

<b>Basistrends</b>	Hedonismus - Askese/ Minimalismus
	Eventismus - Sinnsuche
	Betroffenheit/Engagement - Spaß
	Virtualität - High Touch <sup>140</sup>
<b>Lebensgestaltungstrends</b>	Freizeit in der Arbeit - Arbeit in der Freizeit
	Sparen und Kultivieren
	Cocooning und Mobilität
	Sicherheit und Erlebnis
	Fitness und Genießen
	Egonomics <sup>141</sup> und Networking
	Gemeinschaft und Freiheit

Quelle: <http://www.kommwiss.fu-berlin.de/433.html>, Zugriff 14.07.2005

Aus der Tabelle geht hervor, dass teilweise sehr gegenläufige Trends bestehen. So ist auf der einen Seite das Bedürfnis ständig etwas zu erleben zu beobachten, verknüpft mit steigender Mobilität. Auf der anderen Seite zeichnet sich aber der Wunsch nach Sicherheit z. B. in den eigenen ‚vier Wänden‘ ab.

Abschließend lässt sich sagen, dass es in den letzten 15 Jahren keine großen Veränderungen auf dem Freizeitmarkt gab, bzw. sich die Veränderungen eher innerhalb der einzelnen Sektoren vollzogen. In jedem dieser Sektoren kam es zu einem explosionsartigen Anstieg der Angebote. Der Sportler wurde aber trotzdem nicht zum Museumsbesucher, sondern wechselte eventuell eher von den Skiern zum Snowboard.<sup>142</sup>

Sogenannte **Megatrends** bilden sich nur langsam heraus. Sie zeichnen sich dadurch aus, dass sie den Sprung von der Urlaubs – und Wochendbeschäftigung in den Alltag schaffen. Ein solcher Trend ist der outdoor-orientierte Sport. Man treibt also nicht mehr in der Halle zusammen mit den anderen Vereinsmitgliedern Sport, sondern geht allein oder mit Freunden raus zum Radfahren und Wandern.<sup>143</sup> Wobei hier anzumerken ist, dass sich dieser Trend bereits wieder umgekehrt hat, und z.B. klassische Outdoor-Sportarten, wie Skifahren in Hallen verlegt werden, um sie unabhängiger vom Wetter zu machen. Der verlässlichste Megatrend für die nächsten 20 Jahre bleibt der Medienkonsum und das Home-Entertainment, wobei es auch hier eine Veränderung gibt. Die Medien werden immer mehr zu ‚Nebenbeimedien‘.<sup>144</sup>

140 „High Touch“ heisst echte Nähe zum Kunden. Emotionale individualisierte Dienstleistung im direkten Eins- zu-Eins-Verhältnis.“ <http://66.102.9.104/search?q=cache:.../Rede%2520Horx.pdf+Erk%C3%A4rung+high+touch>, Zugriff am 06.08.2005.

141 „Egonomics“, Verhaltenstrend, der die Abgrenzung zu anderen Personen durch differenzierten Konsum zum Ziel hat. Aus dem Trend resultiert eine Fraktualisierung der Zielgruppen und ihrer Bedürfnisse mit der Chance für Anbieter zur Marktsegmentierung und zum Nischen-Marketing. Hierbei kann ein wichtiges Strategieelement die Personifizierung des Angebots durch interaktive Produktgestaltung (...) sein.“ Thorsten Hader, Eggert Winter, Gabler Wirtschaftslexikon, 15. Auflage, Wiesbaden 2000, S. 819.

142 [http://www.wienerjournal.at/2005/6/14/WJ1106\\_Buch.pdf](http://www.wienerjournal.at/2005/6/14/WJ1106_Buch.pdf), Zugriff am 14.07.2005, S. 7-8.

143 [http://www.wienerjournal.at/2005/6/14/WJ1106\\_Buch.pdf](http://www.wienerjournal.at/2005/6/14/WJ1106_Buch.pdf), Zugriff 14.07.2005, S. 9.

144 [http://www.wienerjournal.at/2005/6/14/WJ1106\\_Buch.pdf](http://www.wienerjournal.at/2005/6/14/WJ1106_Buch.pdf), Zugriff 14.07.2005, S. 9.

Nachdem hier nun ein Überblick gegeben wurde der sich vorrangig der Nutzerseite zugewendet hat, soll an dieser Stelle noch ein kurzer tabellarischer Exkurs zu den Trends des Freizeitanlagenmarktes gemacht werden.

Tab. 7: Allgemeine Trends des Freizeitanlagenmarktes

Anlagenbezogene Trends	<p>Flächen- und Kapazitätswachstum</p> <p>Ausdifferenzierung des Freizeitanlagenmarktes mit neuen Betriebstypen</p> <p>Entwicklung von Indoor-Konzepten für klassische Outdoor-Aktivitäten</p> <p>Entstehung neuer medialer Erlebniswelten (z.B. Simulation Rides)</p> <p>Multiplexkinos und Entertainmentangeboten</p> <p>Entstehung neuer multisensueller Konzepte</p> <p>Stärkere Verbindung von Einkaufen und Freizeit</p> <p>Trend zu Centern der Umternehmens-kommunikation und Edu-tainmentangeboten</p> <p>Nutzung der Freizeitgroßanlagen als Marketinginstrument</p> <p>Trend zu Wellness- und Fitnessangeboten, inländische Kurzurlaubdestinationen, Indoor- Spielangebote, Funsportangeboten, Varietés und Kabarets, Veranstaltungszentren mit attraktiven Mantelnutzungen, Golfanlagen und Golfressorts, Wassersport- und Reitanlagen</p>
Betriebsbezogene Trends	<p>Kettenbetriebe und Freizeitgroßunternehmen</p> <p>Kürzere Lebenszyklus der Anlagen</p> <p>Internationalisierung und Imitation erfolgreicher Konzepte</p> <p>Hohe Marktdurchdringung im Rahmen der schnellen Multiplikation</p> <p>Cross- Marketingaktivitäten und abgestimmte Angebotspakete</p> <p>Zunehmende Bedeutung von starken Vertriebspartnern, wie Reiseveranstaltern</p> <p>Zunehmende Anforderungen der Finanzinstitute an die Eigenkapitalausstattung</p>
Marktbezogene Trends	<p>Erhebliche Ausweitung des Anlagebestandes in vielen Marktsegmenten</p> <p>Marktkonzentration in Verbindung mit dem o.a. Trend zu Freizeitgroßanlagen</p> <p>Kommerzialisierung und Professionalisierung des Freizeitanlagenmarktes</p> <p>Zurückgehende Bedeutung der öffentlichen Hand aufgrund der kommunalen Finanzsituation</p> <p>Sehr hohe Markttransparenz über Freizeitangebote durch die Verbreitung neuer Medien</p> <p>Steigende Zahl an Übernahmen und Beteiligungen</p>

Quelle: eigene Darstellung nach: Jochen Franck, Trends des innerstädtischen Freizeitmarktes, DSSW- Studie, Berlin 2004, S.42-44.

Der Tabelle 7 ist zu entnehmen, dass es trotz der relativen Kurzlebigkeit der Anlagen einen Trend hin zu einem Flächen- und Kapazitätswachstum gibt. International erfolgreiche Konzepte werden kopiert. So haben vor allem der Wellness- und Edutainment-Bereich Zuwächse erfahren. Da eine sichere Position auf dem Freizeitmarkt aber hart umkämpft ist, ist ein hoher Grad an Professionalität von großer Bedeutung,

#### Quellen:

F.A. Brockhaus GmbH, Brockhaus-Die Enzyklopädie in 24 Bänden, Leipzig 2001, Band 22

Franck, Jochen, Trends des innerstädtischen Freizeitmarktes, DSSW- Studie, Berlin 2004

Hadeler, Thorsten; Winter, Eggert, Gabler Wirtschaftslexikon , 15. Auflage, Wiesbaden 2000

[http://www.wienerjournal.at/2005/6/14/WJ1106\\_Buch.pdf](http://www.wienerjournal.at/2005/6/14/WJ1106_Buch.pdf), Zugriff 14.07.2005

<http://www.kommwiss.fu-berlin.de/433.html>, Zugriff 14.07.2005

<http://66.102.9.104/search?q=cache:.../Rede%2520Horx.pdf+Erkl%C3%A4rung+high+touch>, Zugriff 06.08.2005

## 1.5 Freizeitforschung

Entsprechend dem weit gestreuten Feld der Freizeit mit ihren diversen Einrichtungen, Typen und Ausprägungen ist auch die Freizeitforschung ein breites Gebiet.

Ihre Anfänge liegen in Deutschland im Jahr 1893, dort wurde untersucht, inwiefern sich eine Ausdehnung der Freizeit negativ auf die Arbeiter und ihre Leistungen ausprägt. Heute bestimmen die Frage nach dem Sinn und Nutzen von Freizeit die Forschung. Aber auch andere Bereiche, wie pädagogische, planerische und politische Fragestellungen treten auf<sup>145</sup>. Freizeitforschung ist also eine „Umschreibung der wissenschaftlichen Gesamttätigkeit in bezug auf Freizeit<sup>146</sup>“.

Man kann die Freizeitforschung also in den unterschiedlichsten Bereichen, wie Zeitforschung, Erlebnisforschung, Werteforschung, Zielgruppenforschung und seit einiger Zeit auch der Kommunikations- und Medienforschung finden<sup>147</sup>.

Nachdem 1951 durch Jean Fourastié<sup>148</sup> eine neue Phase der Freizeitforschung ins Leben gerufen wurde, setzte auch in der BRD eine hauptsächlich vom Bund subventionierte Grundlagenforschung ein. Eine Kontinuität wurde allerdings auf Bundesebene nicht erreicht. Lediglich Nordrhein-Westfalen betrieb mit seinem Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung (ILS) mit Sitz in Dortmund regelmäßige Freizeit- und Zeituntersuchungen<sup>149</sup>.

War die Forschung früher teilweise noch öffentlich (bzw. mit öffentlichen Geldern betreiben), so ist sie heute vorwiegend im privat finanzierten Bereich zu suchen.

---

145 Sigurd Agricola, Freizeit professionell, Erkrath 1997, Kapitel 4.1, S. 1.

146 Sigurd Agricola, Freizeit professionell, Erkrath 1997, Kapitel 4.2, S. 1.

147 Sigurd Agricola, Freizeit professionell, Erkrath 1997, Kapitel 4.2, S. 2 - 20.

148 Anmerkung des Autors: „Fourastié, Jean, frz. Soziologe und Volkswirtschaftler(...), beschäftigt sich bes. mit dem Zusammenhang zw. Arbeitsproduktivität, Konsumbedürfnis, Bevölkerungswachstum(...) wobei er zu optimistischen Schlussfolgerungen gelangte (→ Dreisektorenhypothese)“ (F.A. Brockhaus GmbH, Brockhaus – Die Enzyklopädie in 24 Bänden, Leipzig 2001, Band 7, S. 518). „Die Zukunft der Freizeit wird Arbeit sein, die Spaß macht und jemanden nützlich ist.“ (Fourastié) [www.waldkultur.de/waldkultur\\_ev.htm](http://www.waldkultur.de/waldkultur_ev.htm), Zugriff 02.07.05.

149 Sigurd Agricola, Freizeit professionell, Erkrath 1997, Kapitel 4.1, S. 1.

Die heutigen Forschungsvorhaben stammen meist aus Auftragsforschungen oder Marktforschungen. Aber auch Sponsorenprojekte von Marktforschungsinstituten und Arbeiten im Namen von Public-Relationsabteilungen großer Unternehmen finden sich in dieser Sparte. So auch das British. American. Tabaco (B.A.T.) Freizeitforschungsinstitut mit Sitz in Hamburg. Es zählt zu den bekanntesten Einrichtungen in der Freizeitforschung.

Aber auch die Universitäten tragen mit diversen wissenschaftlichen Arbeiten zu einer Wissensanhäufung bei. Es gibt sogar spezialisierte Studienrichtungen, wie beispielsweise das Starnberger Institut für Freizeitforschung. Oder Studienschwerpunkte, wie etwa Freizeit Geographie. Da die Ziele des Erkenntnisgewinns aber so divers sind, und teilweise sehr stark durch den Gedanken der Gewinnoptimierung bestimmt sind, ist leider ein Rückgang in der Grundlagenforschung gegenüber dem enormen Zuwachs in der Marktforschung zu verzeichnen<sup>150</sup>. Eine immer bedeutender Stelle nehmen Berater ein, wie etwa Wenzel Consult oder ähnliche Einrichtungen, die im Freizeitbereich tätig sind.

Neben dem Mangel an Grundlagenforschung, ist es auch sehr schwierig, ein wissenschaftliches Gesamtbild der Freizeit zu erhalten, da meist nur der Blickwinkel einer Wissenschaft dargestellt wird<sup>151</sup>, und eine Zusammenführung der Ergebnisse aufgrund der unterschiedlichen Erhebungsmethoden erschwert werden kann. Diese für eine vergleichende Wissenschaft problematischen Abweichungen werden in den jeweiligen Institutionen wie dem B.A.T. Freizeitforschungsinstituts aber auch selbst erkannt. Durch diese fehlende Verknüpfungsmöglichkeit zu anderen Disziplinen und Theorien wird eine Überprüfung der Richtigkeit der Daten erschwert.

Dies ist bedauernswert, da in der Freizeitforschung, die stärker als andere Forschungsbereiche durch die subjektiven Einstellungen der Forscher geprägt ist, eine solche Rückkopplung sinnvoll wäre.<sup>152</sup> Diese subjektive Einstellung hat häufig zur Folge, dass die Veröffentlichungen einen normativen statt empirischen Sinn widerspiegeln: „Nicht: ‚Freizeit kann sein‘, sondern ‚Freizeit ist‘, der ‚hat zu‘, ‚muss erfüllen!‘“<sup>153</sup>. Sigrud Agricola spricht in diesem Zusammenhang von einer ‚Glaubenswahrheit‘, also einer stark ideologisch geprägten Ansicht<sup>154</sup>.

Ob dieses hier angeführte Manko der starken Beeinflussung durch subjektive Einstellungen so ausschlaggebend ist, kann in Frage gestellt werden, da in jeder Form der Forschung die subjektive Meinung des Forschenden eine Rolle spielen kann.

Um zu überprüfen, ob die genutzte Quelle glaubwürdig ist, sollte man darauf achten, dass die ihr zugrunde liegende Erhebung, zum Beispiel eine Meinungsumfrage in Bezug zu Beobachtungen, Bestandsaufnahmen, Gutachten, Expertengesprächen etc. gesetzt wurde<sup>155</sup>.

Trotz dieser Schwierigkeit mit dem Umgang von Freizeitdaten gibt es Institutionen, wie das Archiv für Sozialwissenschaften Köln, die ‚Trierer Kartei‘ an der Universität Trier oder die von der Technischen Universität Dresden übernommene Bibliothek des Studienkreises Tourismus, die die Forschungsergebnisse im Freizeitbereich nach den Fachgebieten geordnet aufbewahren.

Nicht zu vergessen hierbei ist die ‚Deutsche Gesellschaft für Freizeit‘, deren Ziel es ist die vorhandenen, vielfältigen Forschungsergebnisse zu erfassen und zu strukturieren. Hierbei ist als ein wichtiges umfangreiches Werk das ‚DGF Freizeitlexikon‘ von 1986 zu nennen. In ihm sind Begriffe des Freizeitwesens gesammelt und definiert<sup>156</sup>.

---

150 Sigrud Agricola, Freizeit professionell, Erkrath 1997, Kapitel 4.1, S. 1-2.

151 Sigrud Agricola, Freizeit professionell, Erkrath 1997, Kapitel 4.1, S. 2.

152 Sigrud Agricola, Freizeit professionell, Erkrath 1997, Kapitel 4.1, S. 2.

153 Sigrud Agricola, Freizeit professionell, Erkrath 1997, Kapitel 4.1, S. 2.

154 Sigrud Agricola, Freizeit professionell, Erkrath 1997, Kapitel 4.1, S. 3.

155 Sigrud Agricola, Freizeit professionell, Erkrath 1997, Kapitel 4.1, S. 3.

156 Sigrud Agricola, Freizeit professionell, Erkrath 1997, Kapitel 4.1, S. 2.

**Quellen:**

Agricola, Sigrud, Freizeit professionell, Erkrath 1997

Nahrstedt, Wolfgang, Freizeit und Forschung, in: Nahrstedt, Wolfgang (Hrsg.), Freizeit in Schweden, Düsseldorf 1975, S. 121

[www.waldkultur.de/waldkultur\\_ev.htm](http://www.waldkultur.de/waldkultur_ev.htm), Zugriff 02.07.2005

**Weiterführende Literatur:**

Deutsche Gesellschaft für Freizeit, Freizeitlexikon, Neue Begriffe aus Politik Wissenschaft Praxis, Ostfildern, 1986



*Vivien Kuhn, Sebastian Mönch*

## 2. Zeit

### 2.1 Zeitbudget

Jeder Tag hat 24 Stunden, doch jeder Mensch erledigt unterschiedliche Dinge am Tag und verschiedene Menschen benötigen unterschiedliche Zeiten für identische Tätigkeiten. Aus diesem Grund sollen die individuellen Zeitbudgets der einzelnen Bundesbürger in diesem Kapitel zu einem Durchschnittsbudget zusammengefasst werden.<sup>157</sup> Dieses Budget umfasst den Durchschnitt aller Tage, d.h. es sind Wochentage und Wochenenden zusammengefasst. Tatsächlich sind in der Statistik Personen mit inbegriffen, die einer vollen Erwerbstätigkeit nachgehen, die gar nicht oder nur als Teilzeitarbeitskräfte arbeiten, es wird also ein absoluter Durchschnittswert der Bevölkerung erzeugt.

Eine Zeitbudgetierung kann für verschiedene Zeiträume erfolgen. Im Folgenden ist ein Tageszeitbudget dargestellt, welches sich in durchschnittliche Anteile von sechs Tätigkeitsfeldern aufgliedert.

Die Anteile der Zeitbudgets der deutschen Bevölkerung haben sich bereits in der Vergangenheit stark verschoben, die zu beobachtende Verschiebung der einzelnen Budgetanteile scheint sich auch in Zukunft weiter fortzusetzen. Generell hält der Trend, der abnehmenden Arbeitszeit an, während das Freizeitbudget weiter zunimmt.

Angesichts eines in der Gesellschaft vorhandenen Wunsches nach einer Ausdehnung der freien Zeitgestaltung und einer in der Wirtschaft praktizierten Ausdehnung der Betriebszeiten, werden zunehmend immer mehr unterschiedliche Arbeitszeitmodelle entwickelt. Gleichzeitig rücken hierbei auch Öffnungszeiten der einzelnen Infrastruktureinrichtungen sowie des Einzelhandels ins Interessenfeld der Konsumenten, da die klassischen Kernzeiten für das Arbeiten immer variabler gestaltet werden (vgl. Kap. 2.2.1 Öffnungszeiten).<sup>158</sup>

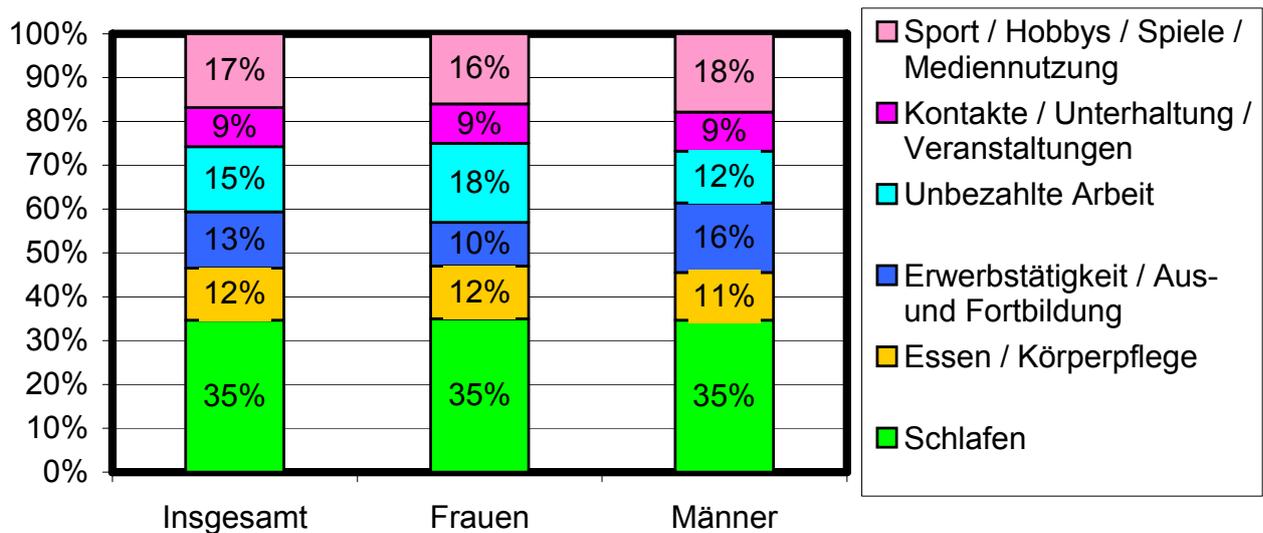
Eine genaue nach Tageszeiten untergliederte Verteilung der einzelnen Anteile ist jedoch nur schwer möglich. Um trotzdem eine Übersicht über die „täglichen“ Tätigkeiten zu schaffen, ist die durchschnittliche Verteilung der Zeitbudgets für Personen ab zehn Jahren in nachfolgender Abbildung dargestellt:

---

<sup>157</sup> Vgl. <http://www.destatis.de/presse/deutsch/pk/2003/wbdz.pdf>, Zugriff 18.06.05.

<sup>158</sup> Henckel, Arbeitszeit, Betriebszeit, Freizeit Auswirkungen auf die Raumentwicklung, Stuttgart, 1988, S. 67.

Abb. 9: Durchschnittliche Zeitverwendung von Personen ab 10 Jahren 2001 / 2002



Quelle: Eigene Darstellung nach <http://www.destatis.de/presse/deutsch/pk/2003/wbdz.pdf>, Zugriff 18.06.05

Den größten Zeitanteil am Tag nimmt das Schlafen ein. Im Durchschnitt verschläft jeder Bundesbürger ca. ein Drittel des Tages. Der durchschnittlich für Bildung und Erwerbstätigkeit zu berücksichtigende Wert liegt dagegen nur bei ca. drei Stunden pro Person am Tag. Der Anteil unbezahlter Arbeit für Haushalt, Familie und Ehrenamt übersteigt diesen Anteil ca. um eine halbe Stunde. Ein weiteres Viertel des Tages steht für Freizeitaktivitäten, wie Sport, Hobbys, Spielen oder sozialen Kontakten zur Verfügung. Für die persönlichen Dinge, wie Essen oder Körperpflege benötigt der Bundesbürger im Durchschnitt etwa  $2\frac{3}{4}$  Stunden.<sup>159</sup> Bei getrenntem Betrachten der Geschlechter fällt auf, dass Frauen im Durchschnitt nach wie vor mehr unbezahlte Arbeit leisten und gleichzeitig weniger Zeit mit der eigentlichen Erwerbstätigkeit verbringen als Männer.

Im Vergleich von Deutschland, Großbritannien, Belgien und Finnland ist zu erkennen, dass die Zeitbudgets grundsätzlich sehr ähnlich sind. Generell ist in den untersuchten Ländern der Unterschied in der Verteilung zwischen den Geschlechtern zu beobachten. Frauen haben in der Regel einen geringeren zeitlichen Anteil an der Erwerbsarbeit, Männer üben hingegen durchschnittlich weniger unbezahlte Arbeit aus.<sup>160</sup>

Aktuell verwenden die Deutschen grob gerechnet demnach ungefähr ein Drittel ihres Zeitbudgets für das Schlafen (35 %), gut ein weiteres Drittel (28 %) für bezahlte und unbezahlte Arbeit und das letzte Drittel für Freizeitaktivitäten und Essen sowie Körperpflege. Der Rückgang des Arbeitszeitvolumens (vgl. Kap. 2.1.1 Arbeitszeitentwicklung) wird durch eine seit 1950 gesunkene Wochenarbeitszeit begründet. 1950 betrug die wöchentliche Arbeitszeit noch 48 Stunden<sup>161</sup>, während 2004 noch 37,9 Stunden in der Woche<sup>162</sup> gearbeitet wurde. Parallel zum Rückgang der Erwerbstätigkeit stieg die erwerbsfreie Zeit an. Alleine zwischen 1964 und 1980 stieg der Anteil um ca. 30 % auf 7,5 Stunden täglich an.<sup>163</sup> Zu berücksichtigen ist jedoch, dass die Zunahme der erwerbsfreien Zeit auch die Zunahme der Wegezeiten für die Erwerbstätigkeit beinhaltet, die Pendelerwege zum Arbeitsplatz gewinnen eine immer größere Bedeutung.

<sup>159</sup> <http://www.destatis.de/presse/deutsch/pk/2003/wbdz.pdf>, Zugriff 18.06.05.

<sup>160</sup> <http://www.destatis.de/presse/deutsch/pk/2003/wbdz.pdf>, Zugriff 18.06.05.

<sup>161</sup> Henckel, Arbeitszeit, Betriebszeit, Freizeit Auswirkungen auf die Raumentwicklung, Stuttgart, 1988, S. 72.

<sup>162</sup> [www.doku.iab.de/werkber/2005/wb\\_arbeitszeit.pdf](http://www.doku.iab.de/werkber/2005/wb_arbeitszeit.pdf), Zugriff 18.06.05.

<sup>163</sup> Henckel, Arbeitszeit, Betriebszeit, Freizeit Auswirkungen auf die Raumentwicklung, Stuttgart, 1988, S. 72.

Der Anstieg der arbeitsfreien Zeit erklärt sich nicht nur durch den Rückgang der Arbeitszeit, unterstützt wird diese Entwicklung auch durch eine Verringerung der Frauenarbeit in der Familie und bei der Kinderbetreuung. Begründet wird dies durch eine zunehmende **Technisierung** der Haushalte und eine seit den sechziger Jahren veränderte Haushaltsstruktur (vgl. Kap. 2.1.3 Unbezahlt Arbeitszeit/Ehrenamt).<sup>164</sup>

Der Begriff Freizeit unterliegt subjektiven Einschätzungen. Die tatsächliche Freizeit, ist die Zeit, die Menschen nach freier Entscheidung für persönliche Zwecke einsetzen. Die Betrachtung des Durchschnittswertes dieser freien Zeit ergibt einen deutlichen Unterschied zwischen Männern und Frauen: Männern steht mit sechs Stunden und 13 Minuten pro Tag im Durchschnitt mehr Freizeit zur Verfügung als Frauen, ihnen stehen nur fünf Stunden und 44 Minuten zur Verfügung, also etwa eine halbe Stunde weniger. Diese Werte sind jedoch Durchschnittswerte, tatsächlich steht bedeutend mehr Freizeit am Wochenende zur Verfügung, als an den Werktagen. Die Nutzung der Freizeit erfolgt zwischen den Geschlechtern ebenfalls in unterschiedlicher Aufteilung. Männer verbringen deutlich mehr Zeit mit Fernsehen und Hobbys, während Frauen mehr Zeit für soziale Kontakte aufbringen, obwohl ihnen insgesamt weniger Freizeit zur Verfügung steht.<sup>165</sup>

Die Entwicklung individueller Zeitbudgets lässt sich in der gewählten Durchschnittsbetrachtung nur schwer darstellen. Die allgemeine Tendenz zur **Individualisierung** der Erwerbstätigkeit sowie der Freizeitgestaltung lässt jedoch erkennen, dass Anpassungen in verschiedenen Bereichen notwendig sind und in der Vergangenheit bereits verwirklicht wurden. Die Ausdehnung der Öffnungszeiten und der Ausbau der Verkehrsinfrastruktur sind Teilbereiche, die erheblich durch die Veränderung von Zeitstrukturen geprägt sind. Eine zunehmende Suburbanisierung erzeugt längere Zeitkosten für Wegstrecken. Eine der zukünftig durch die Kommunen zu leistenden Aufgaben muss es in Zukunft sein, die zunehmende Suburbanisierung einzudämmen und damit indirekt eine Steuerung der Zeitbudgetentwicklung vorzunehmen.

#### Quellen:

Henckel, Dietrich (Hrsg.), Arbeitszeit, Betriebszeit, Freizeit Auswirkungen auf die Raumentwicklung, Stuttgart/Berlin/Köln/Mainz, 1988

<http://www.destatis.de/presse/deutsch/pk/2003/wbdz.pdf>, Zugriff 18.06.05

[www.doku.iab.de/werkber/2005/wb\\_arbeitszeit.pdf](http://www.doku.iab.de/werkber/2005/wb_arbeitszeit.pdf), Zugriff 18.06.05

### 2.1.1 Arbeitszeitentwicklung

Die **Arbeitszeit** ist die durch einen oder mehrere Arbeitgeber bezahlte Tätigkeit von Arbeitnehmern. In dieser Zeit werden nur die für den Arbeitgeber erbrachten Leistungen gezählt, Pausen- oder Ruhezeiten zählen in der Regel nicht zur Arbeitszeit.

Die Arbeitszeitgestaltung erfolgt äußerst unterschiedlich, es existieren unterschiedliche Teil- und Vollzeit-arbeitsmodelle, die sowohl durch die Belange der Arbeitgeber, als auch durch die Interessen der Arbeitnehmer geprägt sind.

**Vollzeitbeschäftigte** sind Arbeitnehmer, die bedingt durch eine tarifliche oder betriebseigene Festsetzung eine ungefähre **Wochenarbeitszeit** von 37,5 Stunden in Westdeutschland und 39,1 Stunden in Ost-

---

<sup>164</sup> Henckel, Arbeitszeit, Betriebszeit, Freizeit Auswirkungen auf die Raumentwicklung, Stuttgart, 1988, S. 72.

<sup>165</sup> <http://www.destatis.de/presse/deutsch/pk/2003/wbdz.pdf>, Zugriff 18.06.05.

deutschland im Jahr 2004 haben. Im Durchschnitt wurden im Jahr 2004 pro Arbeitnehmer 1.665 Arbeitsstunden geleistet, dies entspricht einem Zuwachs von 20 Stunden im Vergleich zum Vorjahr.<sup>166</sup>

Zu den Teilzeitarbeitskräften gehören alle Beschäftigten mit geringeren Wochenarbeitszeiten sowie alle in so genannten Mini-Jobs beschäftigten Personen. Die **Jahresarbeitszeit** der **Teilzeitbeschäftigten** betrug im Jahr 2004 durchschnittlich 651 Stunden und ist gegenüber dem Vorjahr unverändert geblieben. Die durchschnittliche Wochenarbeitszeit für Teilzeitarbeitskräfte lag in Ostdeutschland im Jahr 2004 bei 16,3 Stunden und in Westdeutschland bei 13,6 Wochenarbeitsstunden.<sup>167</sup>

Die Entwicklung der **Wochenarbeitszeiten** ist in Westdeutschland durch eine seit ungefähr 1970 andauernde Verkürzung der Arbeitszeiten geprägt. Bis etwa zum Jahr 1984 wurde die Verkürzung der Arbeitszeit zu einer 40-Stundenarbeitswoche angestrebt, danach erfolgte allmählich eine weitere Absenkung, erst seit Mitte der 1990er Jahre sind die Änderungen in der Wochenarbeitszeit als geringfügig einzustufen. In Ostdeutschland liegt die Wochenarbeitszeit bei 39,1 Stunden und damit immer noch 1,6 Stunden über der westdeutschen Wochenarbeitszeit. Seit Anfang der neunziger Jahre ist in Ostdeutschland jedoch eine stärkere Verkürzung der Wochenarbeitszeit zu beobachten, zwischen 1991 und 2004 sank die Wochenarbeitszeit bedingt durch vereinigungsbedingte Anpassungsprozesse um 1,8 Stunden.<sup>168</sup>

Tab. 8: Entwicklung der Arbeitszeit in Deutschland

Westdeutschland				Ostdeutschland	
1970	1980	1991	2004	1991	2004
Tarifliche/betriebsübliche Wochenarbeitszeit – in Stunden					
Vollzeit	41,5	40,2	38,3	37,5	40,9
Teilzeit	20,5	18,5	15,1	13,6	21,8
Effektive Jahresarbeitszeit – in Stunden					
Voll- und Teilzeit	1.878,7	1.668,5	1.467,0	1.340,6	1.497,6
Vollzeit	1.938,5	1.767,5	1.641,4	1.656,2	1.533,7
Teilzeit	989,1	825,3	668,2	637,1	931,9
Teilzeitquote (ohne Erziehungsurlaub und Altersteilzeit)					
Teilzeitquote	6,3 %	10,5 %	17,2 %	29,7 %	5,8 %
					24,0 %

Quelle: Eigene Darstellung nach Susanne Wagner, u.a., Arbeitszeit in Deutschland – Entwicklung und Aktueller Stand, in Bundesarbeitsblatt 03-2005, S. 5.

**Teilzeitarbeit** hat in Deutschland einen wachsenden Anteil. Mehr als ein Viertel aller Erwerbstätigen (28,8 %) war im Jahr 2004 teilzeitbeschäftigt, die Quote stieg damit im Vergleich zum Vorjahr um 1,5 % an. In Ostdeutschland (Teilzeitquote Ost: 24 %) ist die Teilzeitarbeit weniger verbreitet als in Westdeutschland (Teilzeitquote West: 29,7 %). Die generelle Zunahme der Teilzeitarbeit führte hingegen zu einer leichten Verkürzung der durchschnittlichen Jahresarbeitszeit aller Arbeitnehmer auf 1.360 Stunden.<sup>169</sup>

<sup>166</sup> Susanne Wagner, u.a., Arbeitszeit in Deutschland – Entwicklung und Aktueller Stand, in Bundesarbeitsblatt 03-2005, S. 4 f.

<sup>167</sup> Susanne Wagner, u.a., Arbeitszeit in Deutschland – Entwicklung und Aktueller Stand, in Bundesarbeitsblatt 03-2005, S. 4 f.

<sup>168</sup> Susanne Wagner, u.a., Arbeitszeit in Deutschland – Entwicklung und Aktueller Stand, in Bundesarbeitsblatt 03-2005, S. 4 f.

<sup>169</sup> Susanne Wagner, u.a., Arbeitszeit in Deutschland – Entwicklung und Aktueller Stand, in Bundesarbeitsblatt 03-2005, S. 4.

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit beschreibt derzeit insgesamt sieben verschiedene Teilzeitmodelle, die Arbeitnehmern eine bessere Balance zwischen Arbeit und Familie und Arbeitgebern eine Möglichkeit geben soll, das Unternehmen kundenfreundlich und effizient zu führen.<sup>170</sup>

Tab. 9: Teilzeitmodelle

Teilzeit Classic	täglich stundenweise reduzierte Arbeitszeit
Teilzeit Classic Vario	wöchentliche Arbeitszeit auf zwei bis fünf Tage verteilt
Teilzeit Jobsharing	Eigenverantwortliche Teilung einer Arbeitsstelle durch zwei Arbeitnehmer
Teilzeit Invest / Sabbatical	Vollzeitarbeit bei Teilzeitbezahlung, Differenz dient z.B. für lange Urlaubsphasen
Teilzeit Team	Abstimmung persönlicher Arbeitszeiten im Team
Teilzeit Saison	Ausgleich bei Unterlastung in Saisonbetrieben
Teilzeit Home	Arbeit in Teilzeit von zuhause

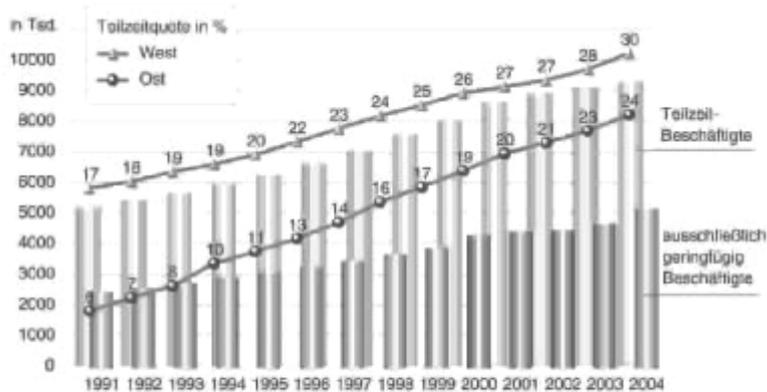
Quelle: Eigene Darstellung nach <http://www.bmwa.bund.de/Navigation/Beruf-und-Karriere/Teilzeit/Arbeitszeit-Modelle/teilzeitmodelle.html>, Zugriff 03.07.2005.

Frauen sind generell häufiger teilzeitbeschäftigt als Männer. Etwa 50 % der Frauen arbeiten weniger als 35 Stunden, mehr als ein Viertel aller Frauen arbeiten sogar weniger als 21 Stunden in der Woche. Bei den Männern arbeiten hingegen fast 90 % der Beschäftigten mehr als 35 Stunden in der Woche.<sup>171</sup>

<sup>170</sup> <http://www.bmwa.bund.de/Navigation/Beruf-und-Karriere/Teilzeit/Arbeitszeit-Modelle/teilzeitmodelle.html>, Zugriff am 03.07.2005.

<sup>171</sup> Tatjana Fuchs, Flexible Arbeitsformen, Dortmund/Berlin/Dresden, 2003, S. 73.

Abb. 10: Entwicklung der Teilzeitbeschäftigung 1991 bis 2004



Anmerkung: Bis 1999 Schätzung der geringfügig Beschäftigten auf Basis der IAB-Erhebung zum gesamtwirtschaftlichen Stellenangebot. Ab 2000 Daten der Bundesagentur für Arbeit zu den geringfügig entlohnten Beschäftigten (einschl. kurzfristig Beschäftigte ohne geringfügig Beschäftigte im Nebenjob), 2004 vorläufig.

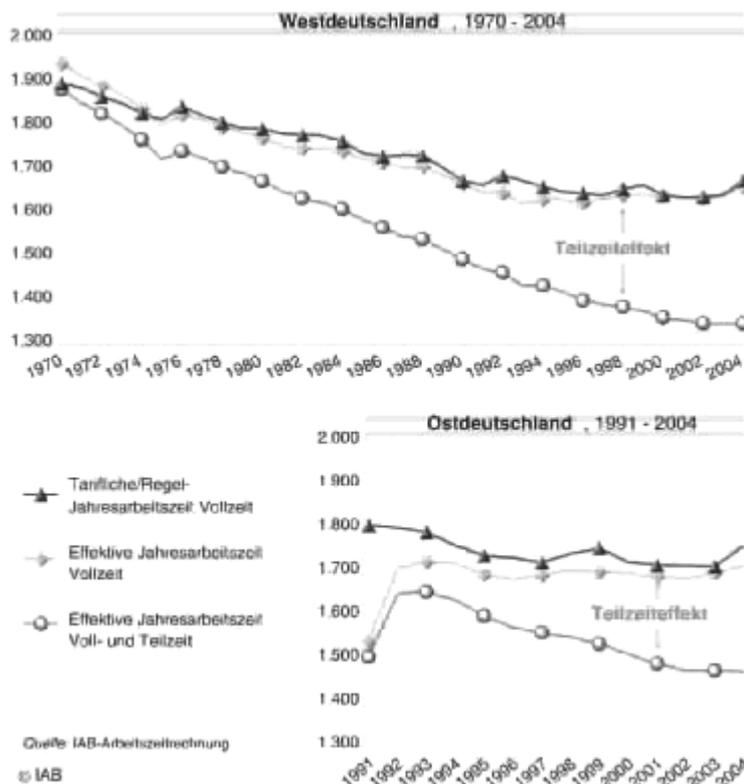
Quelle: Susanne Wagner, u.a., Arbeitszeit in Deutschland – Entwicklung und Aktueller Stand, in Bundesarbeitsblatt 03-2005, S. 6.

Neben der unter den Geschlechtern unterschiedlichen Verteilung zwischen Vollzeit- und Teilzeitarbeitsverhältnissen ergibt sich aus der Betrachtung der Qualifikation der Arbeitskräfte ein weiteres interessantes Betrachtungsfeld. Hochqualifizierte haben generell eine längere Wochenarbeitszeit als Beschäftigte anderer Qualifikationsgruppen, dies begründet sich vor allem durch die hohe Anzahl an geleisteten bezahlten und nicht bezahlten Überstunden.<sup>172</sup>

Die Jahresarbeitszeit in Deutschland hat in Westdeutschland seit den 1970er Jahren stetig abgenommen, wobei sich die Entwicklung seit den 1990er Jahren deutlich verlangsamt hat. In Ostdeutschland konnte diese Entwicklung erst seit 1991 untersucht werden, tatsächlich ist auch hier nur eine langsame Entwicklung der Verkürzung zu beobachten.

<sup>172</sup> Tatjana Fuchs, Flexible Arbeitsformen, Dortmund/Berlin/Dresden, 2003, S. 76.

Abb. 11: Durchschnittliche Jahresarbeitszeit der beschäftigten Arbeitnehmer



Quelle: Susanne Wagner, u.a., Arbeitszeit in Deutschland – Entwicklung und Aktueller Stand, in Bundesarbeitsblatt 03-2005, S. 6.

Die westdeutsche Entwicklung beruht auf den seit den 1970er Jahren deutlich veränderten unterschiedlichen Einflussfaktoren, die ostdeutsche Entwicklung ist entsprechend seit Beginn der 1990er Jahre geprägt: die bezahlten Urlaubstage haben in den 1970er und Anfang der 1980er Jahre stark zugenommen. 1970 hatte jeder Beschäftigte im Durchschnitt 20 Tage bezahlten Urlaub zur Verfügung, 1985 waren es bereits 28,3 Tage, seit Mitte der 1990er Jahre beträgt die **Urlaubszeit** im Durchschnitt unverändert 29,8 Tage. In Ostdeutschland werden seit Mitte der neunziger Jahre bereits 29,3 Urlaubstage bezahlt, also nur ein halber Tag weniger als in Westdeutschland.

Der **Krankenstand** übt zusätzlich erhebliche Auswirkungen auf die erbrachte jährliche Arbeitszeit aus, auch wenn im Jahr 2004 mit einem historischen Tiefstand von 1,55 Mrd. Krankheitsstunden eine geringere Belastung als in den Vorjahren erbracht wurde.

Die **Kurzarbeit**, d.h. die Arbeitszeit die Unternehmen anmelden müssen um mangelnde Auftragszahlen abzufangen, sorgte im Jahr 2004 für einen Ausfall 107 Mio. Arbeitsstunden, auch hier ist der Trend im Vergleich zum Vorjahr rückläufig.

Bezahlte **Überstunden** tragen mit einem Volumen von ungefähr 1,55 Mrd. Arbeitsstunden erheblich zur Jahresarbeitszeit bei. Der seit dem Jahr 2001 andauernde Rückgang der geleisteten Überstunden wurde 2004 durch die Belebung der Konjunktur erstmals wieder aufgefangen.

Kalenderbedingt gab es in Deutschland im Jahr 2004 insgesamt 4,5 Arbeitstage mehr als im Jahr 2003, die Auswirkungen dieser Tage werden jedoch zum Teil durch im Vergleich weniger geleistete Überstunden ausgeglichen.<sup>173</sup>

Die **Arbeitszeitlage** resultiert aus den Anforderungen der betrieblichen Produktionsabläufe der Unternehmen, d.h. die Arbeitszeiten werden in Form von Schichtdiensten, Bereitschaftsdiensten und anderen Formen erfüllt. Die Entwicklung dieser flexiblen Arbeitszeitlagen hat sich in den letzten Jahren wieder verstärkt durchgesetzt.

Tab. 10: Verteilung verschiedener Arbeitszeitformen (regelmäßig / gelegentlich) unter den abhängig Beschäftigten in Deutschland

	Arbeitszeitlage	1993	1999	2001
Männer	Samstagsarbeit	34,5 %	40,3 %	42,7 %
	Sonn- und/oder Feiertagsarbeit	19,4 %	22,1 %	23,2 %
	Nachtarbeit	17,9 %	17,3 %	18,0 %
	Wechselschicht	14,9 %	16,0 %	17,5 %
Frauen	Samstagsarbeit	32,9 %	34,6 %	36,4 %
	Sonn- und/oder Feiertagsarbeit	16,0 %	18,2 %	18,9 %
	Nachtarbeit	8,0 %	7,5 %	8,2 %
	Wechselschicht	9,1 %	10,5 %	12,3 %
Gesamt	Samstagsarbeit	33,8 %	37,7 %	39,8 %
	Sonn- und/oder Feiertagsarbeit	17,9 %	20,3 %	21,3 %
	Nachtarbeit	13,7 %	12,9 %	13,6 %
	Wechselschicht	12,4 %	13,6 %	15,1 %

Quelle: Eigene Darstellung nach Fuchs, Tatjana, Flexible Arbeitsformen, S. 78.

Aus der oben stehenden Tabelle wird deutlich, dass die flexiblen Arbeitsformen häufiger von Männern wahrgenommen werden (vgl. Kap.2.2.2 Flexibilisierung). In der Gesamtbetrachtung zeigt sich, dass außer der Nachtarbeit alle genannten flexiblen Arbeitszeitformen unter den abhängig Beschäftigten einen wachsenden Anteil seit 1993 verbuchen können. Es zeigt sich also ein Bedeutungszuwachs bei flexiblen Arbeitszeitmodellen.

Befristete Arbeitsverhältnisse machen in Westdeutschland gegenwärtig mit 2 Mio. Beschäftigten einen Anteil von etwa 8,5 % aus, in Ostdeutschland sind gegenwärtig ca. 750.000 Beschäftigte in befristeten Arbeitsverhältnissen angestellt, dies macht hier einen Anteil von 14 % aus. Frauen sind generell häufiger befristet beschäftigt als Männer und etwa die Hälfte aller befristeten Beschäftigungsverhältnisse endet bereits wieder nach einem Jahr. Der wachsende Anteil dieser befristeten Beschäftigungsverhältnisse in

173 Susanne Wagner, u.a., Arbeitszeit in Deutschland – Entwicklung und Aktueller Stand, in Bundesarbeitsblatt 03-2005, S. 4ff.

Gesamtdeutschland seit Mitte der 1990er Jahre ist ebenfalls Ausdruck einer fortschreitenden Flexibilisierung, die auch seitens der Unternehmen betrieben wird. Die höchste Dynamik bei der Entwicklung von **Beschäftigungsverhältnissen** findet sich in den **Leiharbeiterverhältnissen** wieder. Im Juni des Jahres 2000 gab es insgesamt etwa 340.000 Beschäftigte bei Zeitarbeitsfirmen, die ihrerseits etwa 786.900 Beschäftigungsverhältnisse in diesem Jahr eingingen.<sup>174</sup>

Die Strukturveränderungen auf dem Arbeitsmarkt haben in den letzten Jahren insgesamt zu einer erheblichen Verkürzung der Arbeitszeit geführt. Während in der Vergangenheit noch tarifliche Vorgaben und Vermehrung bei den Urlaubstagen maßgebend für die Veränderungen waren, so ist in jüngster Vergangenheit die Entwicklung mehr auf strukturelle Umgestaltungen zurückzuführen. Die Zunahme von Teilzeitbeschäftigungsverhältnissen und befristeten Arbeitsverhältnissen zeigen deutlich eine zunehmende Flexibilisierung des Arbeitsmarktes. Hinsichtlich der Ausdehnung der Arbeitszeiten in Zeitbereiche, die in der Vergangenheit nicht durch Erwerbstätigkeit bestimmt waren, müssen Anpassungen an Versorgungsleistungen vorgenommen werden. Die Ausdehnung von Öffnungszeiten (vgl. Kap. 2.2.1 Öffnungszeiten) ist eine erste Möglichkeit, um auch für Erwerbstätige aus dem Schicht- oder Nachtdienst bessere Angebote zu schaffen. Gleichzeitig gilt es auch die Leistungen des öffentlichen Personennahverkehrs besser an die Schichtzeiten der Unternehmen anzupassen, damit möglichst viele Beschäftigte einen Anreiz finden, den ÖPNV zu nutzen.

Letztendlich muss auch die Kinderbetreuung in Deutschland flexibler gestaltet werden, damit erwerbstätige Eltern eine Möglichkeit finden ihre Kinder angemessen betreuen zu lassen. Nur durch solche Maßnahmen kann auch auf kommunaler Ebene ein größerer Anreiz geschaffen werden, Erwerbstätigkeit und das „Kinder-Bekommen“ miteinander in Einklang zu bringen.

#### Quellen:

Fuchs, Tatjana, Flexible Arbeitsformen, Arbeitsbedingungen, -belastungen und Beschwerden – eine Analyse empirischer Daten, Hrsg. Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin, Dortmund/Berlin/Dresden, 2003

Wagner, Susanne u.a., Arbeitszeit in Deutschland – Entwicklung und Aktueller Stand, in Bundesarbeitsblatt 03-2005, Hrsg. Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (BMWA), Stuttgart, 2005

<http://www.bmwa.bund.de/Navigation/Beruf-und-Karriere/Teilzeit/Arbeitszeit-Modelle/teilzeitmodelle.html>, Zugriff 03.07.2005

### 2.1.2 Reproduktionszeit

„Moderne“ Haushalte sind von einer **Technisierung** und **Rationalisierung** gekennzeichnet. Immer mehr Geräte ermöglichen es uns gleichzeitig Dinge zu erledigen, die früher stundenlange Einzeltätigkeiten voraus setzten. Die Arbeit scheint aus den heimischen vier Wänden an den Arbeitsplatz im Büro oder in der Fabrik verdrängt zu werden.

---

<sup>174</sup> Fuchs, Tatjana, Flexible Arbeitsformen, Dortmund/Berlin/Dresden, 2003, S. 65 ff.

Vielfach wird in der Öffentlichkeit vom „modernen“ Haushalt als reinem Konsum- oder Freizeitorat gesprochen. Die Realität zeigt jedoch, dass trotz aller technischen Entwicklungen weiterhin Arbeiten im Haushalt erledigt werden müssen.<sup>175</sup>

Wann auch immer im Haushalt unbezahlte Tätigkeiten erbracht werden, fallen sie unter die Reproduktionszeit. Zur Reproduktionsarbeit gehören also die Führung des Haushalts, die Reinigung von Wohnung und Wäsche, die Betreuung und Erziehung von anderen Personen oder Kindern und die Nahrungszubereitung. Anzumerken ist jedoch, dass nicht alle Tätigkeiten unbedingt als Zwang aufgefasst werden müssen. Ein gutes Beispiel stellt die Gartenarbeit da, die zwar als unbezahlte Arbeitszeit (vgl. Kap. 2.1.3 Unbezahlte Arbeitszeit/Ehrenamt) anzusehen ist, jedoch von Hobbygärtnern nicht unbedingt als Belastung angesehen wird, vielmehr kann hier ein Ausgleich zum gesellschaftlichen Alltag in Form von körperlicher Arbeit erlangt werden.

Die Führung des Haushalts mit allen dazu gehörigen Tätigkeiten stellt eine enorme zeitliche Belastung für alle Haushaltsmitglieder dar, die Anteile an dieser Tätigkeit sind bei weitem jedoch nicht gleichmäßig verteilt. Etwa dreieinhalb Stunden wenden Personen in Deutschland am Tag für unbezahlte Arbeit in Familie, Haushalt und Ehrenamt auf<sup>176</sup>, die Verteilung zwischen den einzelnen Haushaltsmitgliedern zeigt jedoch Besonderheiten auf. Generell wird die unter der **Reproduktionsarbeit** zu verbuchende Zeit nicht mit der entsprechenden Gewichtung im Vergleich zur Erwerbsarbeit eingeschätzt. Frauen leisten im Vergleich zu Männern im Durchschnitt pro Woche 11 ½ Stunden mehr unbezahlte Arbeit als Männer.

Die bereits angesprochene Technisierung der Haushalte hat vielfältige zeitliche Auswirkungen auf die tatsächlich zu erbringende Reproduktionszeit. Die Einführung neuer Technologien hat gleichzeitig zu einer Erhöhung des Anspruchsniveaus geführt. Wäschebearbeitung und Nahrungszubereitung werden zwar durch Maschinen unterstützt und erleichtert, allerdings hat sich die Zeitaufwendung nicht oder kaum verringert. Gerade im Bereich der Wäschebearbeitung erklärt sich dies dadurch, dass in immer kürzeren Intervallen gewaschen wird und deshalb wieder mehr Zeit aufgewendet werden muss.<sup>177</sup> Gleichzeitig führt die Technisierung zu einer Verdrängung der Hausarbeiten in die Unsichtbarkeit. Arbeiten werden nicht wahrgenommen, die Verpflichtung zur Mithilfe scheint nicht vorzuliegen und so werden auch verbleibende manuelle Vorgänge mit geringerer Wertigkeit eingestuft.<sup>178</sup>

Bestimmend für die Zeitgestaltung in Deutschland ist die Erwerbstätigkeit, alle weiteren zeitlichen Anforderungen müssen sich der Erwerbsarbeit unterordnen.<sup>179</sup> Die Reproduktionszeit wird also direkt durch die Zeiten der Erwerbsarbeit beeinflusst. Die Ausweitung und Ausdehnung der Arbeitszeiten (vgl. Kap. 2.1 Zeitbudget und Kap. 2.1.1 Arbeitszeitentwicklung) führen zu einer Veränderung der einzelnen Haushaltslebensweisen, da gewohnte Zeitvorgaben nicht mehr eingehalten werden können und somit auch die Reproduktionszeit „ausweichen“ muss. Um die Bedeutung dieser Entwicklungen zu verdeutlichen und damit eine verstärktes öffentliches Interesse zu entwickeln, müsste die Reproduktionszeit zumindest in einzelnen Bereichen eine Anerkennung als tatsächlich erbrachte Arbeitszeit erlangen.<sup>180</sup> Kinderbetreuung, die Pflege

175 Barbara Methfessel, ...entscheidend bleibt die Arbeitskraft der Frau. Zu den Grenzen der Rationalisierbarkeit und Technisierbarkeit der Hausarbeit, In: Gerda Tornieporth (Hg.), Arbeitsplatz Haushalt Zur Theorie und Ökologie der Hausarbeit, S. 55.

176 <http://www.destatis.de/presse/deutsch/pk/2003/wbdz.pdf>, Zugriff 18.06.05.

177 Barbara Methfessel, ...entscheidend bleibt die Arbeitskraft der Frau. Zu den Grenzen der Rationalisierbarkeit und Technisierbarkeit der Hausarbeit, In: Gerda Tornieporth (Hg.), Arbeitsplatz Haushalt Zur Theorie und Ökologie der Hausarbeit, S. 60.

178 Barbara Methfessel, ...entscheidend bleibt die Arbeitskraft der Frau. Zu den Grenzen der Rationalisierbarkeit und Technisierbarkeit der Hausarbeit, In: Gerda Tornieporth (Hg.), Arbeitsplatz Haushalt Zur Theorie und Ökologie der Hausarbeit, S. 61.

179 Anneli Rüling, Arbeitszeit und Reproduktionsarbeit Zusammenhänge und Wechselwirkungen am Beispiel der Teilzeitarbeit, S.70.

180 Anneli Rüling, Arbeitszeit und Reproduktionsarbeit Zusammenhänge und Wechselwirkungen am Beispiel der Teilzeitarbeit, S.71.

von Familienmitgliedern, Erziehungsurlaube und ähnliche Dinge stellen Querschnittsaufgaben da, die auch im Bereich der Kommunen neu diskutiert werden müssen.

Private Haushalte waren in der Vergangenheit im Vergleich zur restlichen Gesellschaft weniger den ökonomischen Zwängen einer rationalen Zeitgestaltung unterworfen. Die Veränderungen in den sozialen Strukturen, vor allem die Veränderung der Rolle der Frau haben jedoch zu neuen Zwängen in den Zeitstrukturen der privaten Haushalte geführt. Berufstätige Alleinerziehende sind nur ein Beispiel für Personengruppen, die mit am stärksten von den Problemen der Vereinbarkeit von Beruf, Familie und Haushaltsführung betroffen sind.<sup>181</sup>

Die anhaltende Entwicklung neuer Beschäftigungsmodelle sowie die Veränderung in den gesellschaftlichen Strukturen werden weiter zu einem Konflikt zwischen Arbeitszeit und Reproduktionszeit führen. Die Abhängigkeit der Gesellschaft von der Erwerbstätigkeit der einzelnen Personen wird jedoch dazu führen, dass die Reproduktionszeit nicht die Beachtung erfährt, die ihr tatsächlich zu steht.

### Quellen:

Methfessel, Barbara, ...entscheidend bleibt die Arbeitskraft der Frau. Zu den Grenzen der Rationalisierbarkeit und Technisierbarkeit der Hausarbeit, In: Gerda Tornieporth (Hg.), Arbeitsplatz Haushalt Zur Theorie und Ökologie der Hausarbeit

Rüling, Anelli, Arbeitszeit und Reproduktionsarbeit Zusammenhänge und Wechselwirkungen am Beispiel der Teilzeitarbeit, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, Querschnittsaufgabe Arbeit und Ökologie

<http://www.destatis.de/presse/deutsch/pk/2003/wbdz.pdf>, Zugriff 18.06.05

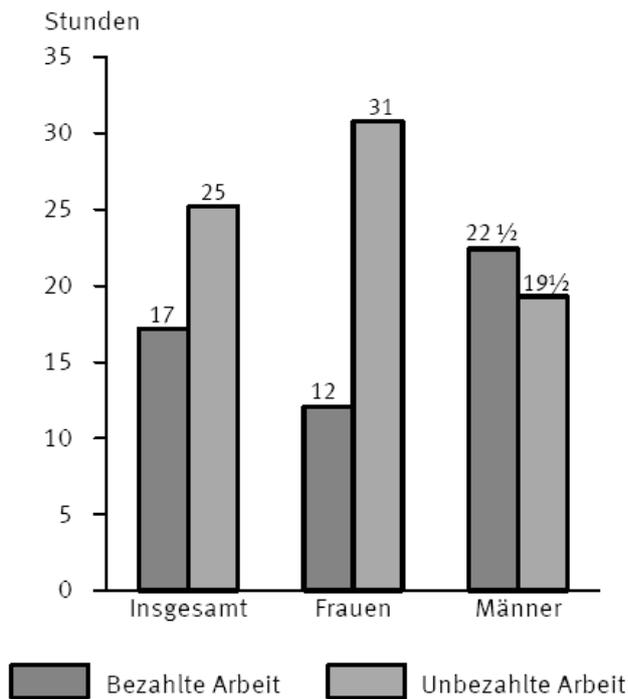
### 2.1.3 Unbezahlte Arbeitszeit / Ehrenamt

Zentraler Bestandteil des Lebens ist die **Erwerbstätigkeit**. Durch bezahlte Arbeitsstunden verdienen wir Geld und leisten unseren Beitrag zum **Bruttoinlandsprodukt**. Längst nicht alle Arbeitsleistungen werden auch bezahlt. In Deutschland umfassen die **unbezahlten Tätigkeiten** gegenwärtig mehr Wochenstunden als die **bezahlten Tätigkeiten**. Alle Personen im Alter ab zehn Jahren leisten in Deutschland 25 unbezahlte Arbeitsstunden pro Woche, während gleichzeitig nur 17 Stunden pro Woche bezahlt werden.

---

<sup>181</sup> Barbara Methfessel, ...entscheidend bleibt die Arbeitskraft der Frau. Zu den Grenzen der Rationalisierbarkeit und Technisierbarkeit der Hausarbeit, In: Gerda Tornieporth (Hg.), Arbeitsplatz Haushalt Zur Theorie und Ökologie der Hausarbeit, S. 70.

Abb. 12: Bezahlte und unbezahlte Arbeitszeit in einer Woche im Jahr 2001 /2002



Quelle: <http://www.destatis.de/presse/deutsch/pk/2003/wbdz.pdf>, Zugriff 18.06.05.

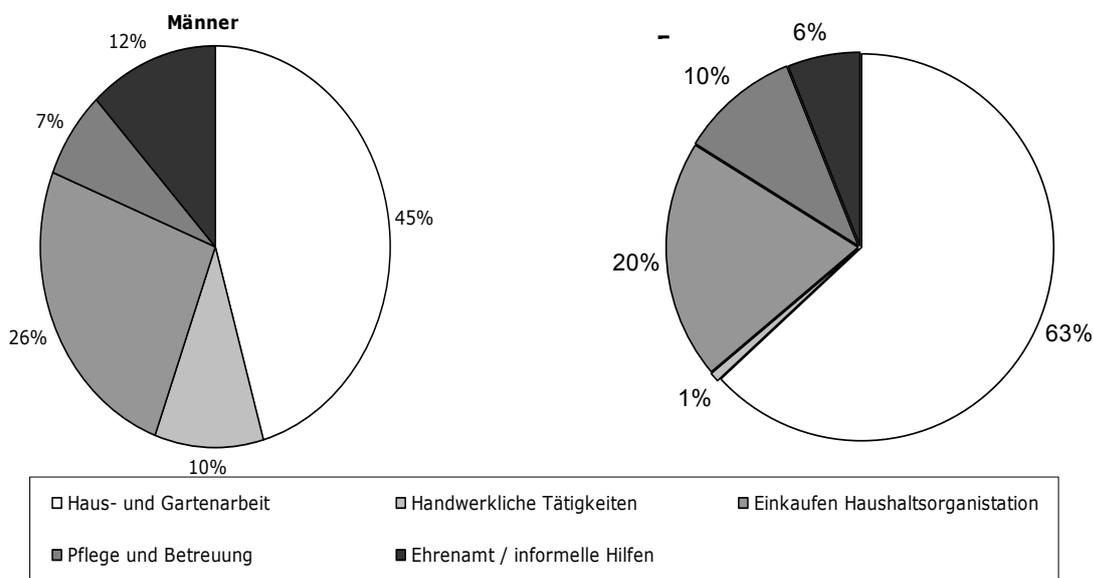
Frauen leisten mit 31 Stunden in der Woche insgesamt 11 1/2 Stunden mehr unbezahlte Arbeit als Männer. Beim Hinzuziehen der bezahlten Arbeitsstunden zeigt sich, dass Frauen mit insgesamt 43 Stunden pro Woche insgesamt eine Stunde mehr als Männer arbeiten.<sup>182</sup>

Zu den unbezahlten Tätigkeiten gehören vielfältige Aufgaben aus den Bereichen Haus- und Gartenarbeit, Pflege und Betreuung, Handwerkliche Tätigkeiten, Ehrenämter und informelle Hilfen sowie das Einkaufen und die Haushaltsorganisation. Die Verteilung der einzelnen Bereiche ist stark abhängig von der Familienstruktur, so müssen z. B. Alleinerziehende für die Betreuung und Pflege deutlich mehr Zeit aufbringen als Kinderlose. Im Allgemeinen kann jedoch ein deutlicher Unterschied zwischen Männern und Frauen aufgezeigt werden, der im Folgenden betrachtet werden soll.<sup>183</sup>

<sup>182</sup> <http://www.destatis.de/presse/deutsch/pk/2003/wbdz.pdf>, Zugriff 18.06.05.

<sup>183</sup> Vgl. Erlend Holz, *Zeitverwendung in Deutschland - Beruf, Familie, Freizeit* - , Wiesbaden, 2000, S. 106 ff.

Abb. 13: Unbezahlte Arbeit nach Arbeitsbereichen 2001 / 2002



Quelle: Eigene Darstellung nach: <http://www.destatis.de/presse/deutsch/pk/2003/wbdz.pdf>, Zugriff 18.06.05.

Die Haus- und die Gartenarbeit stellen den größten Anteil der unbezahlten Tätigkeiten. Bei Frauen macht dieser Anteil 63% und bei Männern 45 % aus. Zu den häufigsten Tätigkeiten aus diesem Bereich zählen das Kochen und Spülen sowie die Reinigung von Haus und Wohnung, weiterhin fallen noch die Wäsche sowie die Pflege von Pflanzen und Haustieren unter diesen Bereich.<sup>184</sup>

Die Pflege sowie die Betreuung von Kindern und erwachsenen Menschen im Haushalt (vgl. Kap. 2.1.2 Reproduktionszeit) werden überwiegend durch Frauen getragen, der prozentuale Anteil liegt um drei Prozent höher als bei den Männern. Für ehrenamtliche Engagements (vgl. Kap. 4.3 Ehrenamt), handwerkliche Tätigkeiten sowie dem Einkauf und der Haushaltsorganisation wenden Männer hingegen mehr Zeitanteile auf als Frauen.<sup>185</sup>

Das Gesamtvolumen unbezahlter Arbeitszeit ist ebenso wie das Gesamtvolumen bezahlter Arbeitszeit zwischen 1992 und 2001 zurückgegangen, obwohl die absolute Zahl der in dieser Statistik betrachteten Bevölkerungsgruppe der über Zwölf-jährigen zugenommen hat. Tatsächlich wurden 2001 insgesamt 96 Mrd. Stunden unbezahlter Arbeit und 56 Mrd. Stunden bezahlter Arbeitszeit erbracht.<sup>186</sup>

Im Rahmen ehrenamtlicher Arbeit werden in Deutschland unzählige Arbeitsstunden geleistet. Die Tätigkeiten in Ehrenämtern umfassen überwiegend soziale Bereiche, nicht selten wird Ehrenamt auch mit bürgerschaftlichem Engagement gleichgesetzt.<sup>187</sup> Gleichzeitig werden auch höchstgradig sicherheitsrelevante Bereiche, wie der Katastrophenschutz fast ausschließlich durch Organisationen ehrenamtlicher Kräfte betreut. Das Europäische Jahr des Ehrenamtes 2001 sowie bundesweit stattfindende Freiwilligen Tage spiegeln die wachsende Bedeutung des Ehrenamtes wider, die auch durch die Politik erkannt wird.

184 <http://www.destatis.de/presse/deutsch/pk/2003/wbdz.pdf>, Zugriff 18.06.05.

185 <http://www.destatis.de/presse/deutsch/pk/2003/wbdz.pdf>, Zugriff 18.06.05.

186 <http://www.destatis.de/presse/deutsch/pk/2003/wbdz.pdf>, Zugriff 18.06.05.

187 Vgl. <http://de.wikipedia.org/wiki/Ehrenamt>, Zugriff 16.07.2005.

## Quellen:

Holz, Erlend, Zeitverwendung in Deutschland - Beruf, Familie, Freizeit -, in Band 13 der Schriftenreihe Spektrum Bundesstatistik, Wiesbaden, 2000

<http://www.destatis.de/presse/deutsch/pk/2003/wbdz.pdf>, Zugriff 18.06.05

<http://de.wikipedia.org/wiki/Ehrenamt>, Zugriff 16.07.2005

## 2.2 Zeitvorgaben

Um Freizeitangebote nutzen zu können, gibt es verschiedene Grundvoraussetzungen. So gehört gerade in Bezug auf kommerzielle Freizeiteinrichtungen zweifellos ein gewisses finanzielles Budget dazu. Zum anderen jedoch, spielt die zur Verfügung stehende Zeit eine große Rolle. Ein bekanntes Problem in der heutigen Gesellschaft ist, dass zur Nutzung von Freizeitangeboten entweder aufgrund von Arbeitslosigkeit oder einer niedrig vergüteten Tätigkeit das notwendige Geld nicht vorhanden ist oder im Falle einer gut bezahlten Arbeit, evtl. in einer Führungsposition, schlicht die Zeit für Freizeitaktivitäten fehlt.

Die theoretisch für die Nutzung von Freizeitangeboten zur Verfügung stehende Zeit wird dabei durch gesetzlich vorgegebene Zeitfenster (z.B. Öffnungszeiten) sowie Bestimmungen und zum anderen durch bestimmte zeitliche Entwicklungen (Flexibilisierung, Vergleichzeitigung, Beschleunigung), die das gesellschaftliche Leben in den vergangenen Jahrzehnten zunehmend beeinflusst haben, eingeengt. Wie die Entwicklung der genannten Vorgaben und Tendenzen verlaufen ist und wie sich diese auf unterschiedliche Bereiche des Lebens und die verfügbare Zeit eines jeden Einzelnen auswirken, soll im folgenden Kapitel näher betrachtet werden.

### 2.2.1 Öffnungszeiten

Nahezu jeder Bereich des öffentlichen Lebens ist durch Öffnungszeiten reglementiert. Es besteht der Wunsch, einkaufen zu gehen? Gern! Allerdings nur montags bis samstags von 6:00 Uhr bis 20:00 Uhr. Die Kleinsten werden im Kindergarten und die größeren Kinder in der Schule auf das spätere Leben vorbereitet – das jedoch zumeist nur an den Werktagen bis 15:00 Uhr. Die Öffnungszeiten von Ämtern ermöglichen es Vollzeitbeschäftigten kaum, die notwendigen Verwaltungsangelegenheiten ohne einen Urlaubstag zu erledigen und spät in der Nacht muss schon mal auf ein Taxi zurückgegriffen werden, wenn der ÖPNV bereits Betriebsschluss hat. Dies sind nur einige wenige Beispiele dafür, in welchen Bereichen und inwiefern Öffnungszeiten im gesellschaftlichen Leben wirken.

In der aktuellen Debatte spielen Öffnungszeiten insbesondere im Zusammenhang mit der Aufhebung bzw. Lockerung des **Ladenschlussgesetzes** im Rahmen der Fußball Weltmeisterschaft 2006 eine Rolle.

1996 fand erstmals nach sehr kontroverser Diskussion zwischen Wirtschaft, **Gewerkschaft** und Kirchen eine Ausweitung der Ladenöffnungszeiten statt. Demnach war es nunmehr grundsätzlich gestattet, Geschäfte an den Werktagen von 6:00 Uhr bis 20:00 Uhr und an den Samstagen bis 16:00 Uhr zu öffnen. Im Juni 2003 wurden die Ladenöffnungszeiten nochmals in die Abendstunden ausgedehnt. Unverändert geblieben ist das Verbot der Sonn- und Feiertagsarbeit mit Ausnahme der Betriebe, die für die Aufrechterhaltung des gesellschaftlichen und sozialen Lebens unerlässlich sind.<sup>188</sup> Diese Schritte waren bereits verhältnismäßig schwer umsetzbar, da Kirche, Gewerkschaften (Verdi) und kleinere Händler die Ausdeh-

---

<sup>188</sup> [http://www.tifs.de/pdf/MyTime\\_de.PDF](http://www.tifs.de/pdf/MyTime_de.PDF), Zugriff 15.07.2005.

nung der Öffnungszeiten scharf kritisierten. Verdi sah den damaligen Vorschlag zur Verlängerung der Ladenöffnungszeiten „als Angriff auf ihre betrieblichen und tariflichen Arbeitszeitsysteme“<sup>189</sup> und kleinere Einzelhändler argumentierten, dass die Kundschaft nach 18:00 Uhr nicht mehr in ausreichendem Maße vorhanden wäre.<sup>190</sup> Es dürfte also auch schwer werden, die aktuelle Forderung der einzelnen Bundesländer bzw. der Wirtschaft umzusetzen, zumindest in den beteiligten Städten während der Fußball Weltmeisterschaft 2006 das Ladenschlussgesetz aufzuheben. Verdi spricht sich grundsätzlich dagegen aus, wäre jedoch bereit, eine Öffnung an den Sonntagen zum doppelten Lohn zu akzeptieren.<sup>191</sup>

Die Umsetzung der längeren Öffnungszeiten erfolgte in den Betrieben durch **flexible Arbeitszeitmodelle** wie Schichtdiensten, wechselnden **Arbeitszeitlagen** und einem höheren Anteil an geringfügig und Teilzeitbeschäftigten (vgl. Kap. 2.1.1 Arbeitszeitentwicklung). Neben den Nachteilen, die eine solche Form von Flexibilisierung nach sich ziehen kann (vgl. Kap. 2.2.2 Flexibilisierung), ist dadurch jedoch auch die Entstehung von längeren Freizeitblöcken ermöglicht worden.<sup>192</sup>

Auch wenn die verlängerten Öffnungszeiten auf dem **Arbeitsmarkt** nicht die durch die Politik erhofften Effekte gezeigt haben – das Gegenteil ist der Fall, denn die Beschäftigtenzahlen gingen im Einzelhandel von 1996 bis 1999 um ca. 6 % zurück<sup>193</sup> – so haben sie doch laut einer Untersuchung der Bundesarbeitsgemeinschaft der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels e.V. (BAG) eine positive Wirkung auf die Innenstädte. Darin wird ausgeführt, dass seit dem Jahr 2000 in den Innenstädten eine steigende Anzahl an Verbrauchern aus dem Umland zu verzeichnen ist und seit der Verlängerung der Öffnungszeiten der Samstag zunehmend zu den verkaufsstärksten Tagen zählt.<sup>194</sup> Diese Erfahrung wird auch durch das Beispiel USA bestätigt, wo sehr ausgedehnte Öffnungszeiten an allen Wochentagen bis in die Nacht eine Selbstverständlichkeit sind. Dabei sind der Samstag und Sonntag für den dortigen Einzelhandel ebenfalls die umsatzstärksten Tage.<sup>195</sup>

Ein weiterer Bereich, in welchem Öffnungszeiten immer wieder stark diskutiert werden, ist in Bezug auf Kindertagesstätten bzw. die Einführung der Ganztagschule. Gründe hierfür sind zum einen, dass sich die Rolle der Frau verändert hat; sie ist lange nicht mehr nur Mutter und Hausfrau, sondern ist in die Gruppe der Erwerbstätigen fest eingebunden. Zum anderen herrschen neue und flexiblere Arbeitsformen vor (vgl. Kap. 2.1.1 Arbeitszeitentwicklung). Aufgrund dieser Bedingungen wird die Vereinbarkeit von Beruf und Familie immer mehr zu einer Notwendigkeit – wenn Familien überhaupt noch gegründet werden.

In Deutschland ist für jedes Kind im Kindergartenalter ein Betreuungsplatz gesetzlich garantiert. In der Realität kann dieses Ziel in den Vormittagsstunden zu einem großen Teil auch erreicht werden. Bezogen auf den Nachmittag ergeben sich jedoch beträchtliche Defizite. Die üblichen Öffnungszeiten von Kindergärten sind kaum mit den sehr variablen Arbeitszeiten der Eltern vereinbar.<sup>196</sup> Teilzeitarbeit hat insbesondere für Frauen eine hohe Bedeutung. Für die Verrichtung von Teilzeitarbeit ist eine Halbtagsbetreuung der Kinder am Vormittag jedoch dennoch nicht ausreichend, da die Arbeitszeitlagen innerhalb einer Wo-

---

189 Statt der Ausnahme bald die Regel?, Stuttgarter Nachrichten v. 05.12.2002.

190 Statt der Ausnahme bald die Regel?, Stuttgarter Nachrichten v. 05.12.2002.

191 Ladenschluss zur WM 2006, <http://www.spiegel.de/wirtschaft/0,1518,352624,00.html>, Zugriff 15.07.2005.

192 Heike Jacobsen, Ellen Hilf, Beschäftigung und Arbeitsbedingungen im Einzelhandel vor dem Hintergrund neuer Öffnungszeiten, Gutachten im Auftrag des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales, Dortmund 1999, Kapitel 2.3.

193 Heike Jacobsen, Ellen Hilf, Beschäftigung und Arbeitsbedingungen im Einzelhandel vor dem Hintergrund neuer Öffnungszeiten, Gutachten im Auftrag des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales, Dortmund 1999, Kapitel 2.1.

194 BAG, Untersuchung Kundenverkehr 2004, Berlin 2005, S. 2.

195 Sonntagsausflug in die Mall, Handelsblatt vom 22.09.1999.

196 Stadt Nürnberg, Bündnis für Familie, Wohin mit den Kindern?, Nürnberg 2003, S. 6, 7.

che stark variieren können. Es ist deshalb unbedingt notwendig, dass von Seiten der Länder und Kommunen mehr Flexibilität und an Arbeitszeiten angepasste Öffnungszeiten in den Kindergärten gewährleistet werden.

Starre Öffnungszeiten betreffen dabei nicht nur die vorschulische Betreuung von Kindern, sondern gleichermaßen die schulische. Hier werden von den Eltern insbesondere die fehlenden Möglichkeiten der Betreuung während der Schulferien bemängelt.<sup>197</sup> Mehr als 50 % der Deutschen würden daher ein umfassendes Ganztagsangebot in Schulen begrüßen. Der erste Schritt in diese Richtung wurde durch den Bund mit dem Programm „Zukunft Bildung und Betreuung“ genommen. Neben dem Auf- und Ausbau von Ganztagschulen geht es auch als Reaktion auf die Ergebnisse der PISA-Studie um die allgemeine Verbesserung des Bildungssystems in Deutschland.<sup>198</sup>

In dem einführenden Absatz ist bereits angedeutet, dass neben diesen sehr öffentlichwirksamen Auseinandersetzungen über Laden-, Kindergarten- bzw. Schulöffnungszeiten Öffnungszeiten auch in dem Bereich der Freizeit eine große Bedeutung haben. Dabei gibt es Unterschiede zwischen kommerziellen und nicht-kommerziellen Freizeiteinrichtungen.

Einrichtungen, die sich in privater Hand befinden sind in der Handhabung ihrer Öffnungszeiten relativ flexibel. Sie unterliegen lediglich dem Arbeitszeitgesetz, in welchem jedoch für Freizeiteinrichtungen Abweichungen der gewöhnlichen Arbeitszeiten (höchstens 8 Stunden in einer Schicht) zugelassen sind. Darüber hinaus müssen sich private Freizeitanbieter an geltenden (Landes-) Verordnungen zum Lärmschutz bzw. Sonn- und Feiertagsschutz halten.<sup>199</sup> Aber auch hier kommt Freizeiteinrichtungen eine Sonderstellung zu. Sie sind von dem allgemeinen Arbeitsverbot an Sonn- und gesetzlichen Feiertagen ausgeschlossen (§ 4 FTG). An welchen Tagen und wie lange eine Einrichtung geöffnet ist, wird also unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten entschieden, d.h. die Öffnungszeiten müssen dem tatsächlichen Nutzungsbedarf angepasst werden.

Etwas anders stellt es sich bei nicht-kommerziellen Einrichtungen, wie z.B. Museen, Schwimmbädern oder Bibliotheken dar. Diese unterliegen aufgrund dessen, dass sie sich in kommunaler Hand befinden und z.T. dem öffentlichen Dienst zugeordnet sind (z.B. Bibliotheken) relativ strikten zeitlichen Beschränkungen.<sup>200</sup> In der Regel bewegen sich die Öffnungszeiten von ca. 09:00 Uhr bis 18:00 Uhr; Schwimmbäder öffnen gewöhnlich bereits um ca. 07:00 Uhr. Dort besteht jedoch die Einschränkung, dass nur ein Teil der Öffnungszeiten von zahlenden Besuchern genutzt werden kann, da die öffentlichen Bäder den Vereinen und Schulen zur Verfügung stehen und diese die Bäder bevorzugt nutzen können. Eine optimale Anpassung an den Bedarf, z.B. in Form einer Verlängerung der Öffnungszeiten an ein oder zwei Tagen in der Woche in die Nachtstunden ist also schwierig.

Eine weitere Frage ist, ob der Bedarf für sehr ausgedehnte Öffnungszeiten in kommunalen Freizeiteinrichtungen überhaupt gegeben ist. Museen beispielsweise, haben bereits Schwierigkeiten, unter den gegebenen Bedingungen genügend Besucher zu akquirieren und nicht von einer Schließung bedroht zu sein.<sup>201</sup> Beispiele aus Berlin haben gezeigt, dass dies nicht mit zu kurzen Öffnungszeiten begründet war. Dort wurden Versuche, die Öffnungszeiten bis spät in den Abend auszudehnen, aufgrund Besuchermangels wieder

---

197 Stadt Nürnberg, Bündnis für Familie, Wohin mit den Kindern?, Nürnberg 2003, S. 7.

198 [www.ganztagschulen.org/131.php](http://www.ganztagschulen.org/131.php), Zugriff 15.07.2005.

199 Gespräche mit Frau Hanisch, Senatsverwaltung für Gesundheit, Soziales und Verbraucherschutz und Frau Schulz, IHK Berlin am 03.08.2005.

200 Dietrich Henckel u.a., Zeitstrukturen und Stadtentwicklung, Stuttgart 1989, S. 171 ff.

201 [www.steinroex.de/0/a/grafik/nl2.pdf](http://www.steinroex.de/0/a/grafik/nl2.pdf), Zugriff 15.07.2005.

eingestellt.<sup>202</sup> Museen lastet häufig immer noch ein „verstaubtes“ traditionelles Image an, welches es schwer macht, für diese gerade in jungen Menschen Interesse zu wecken.

Eine Überlegung der Kommunen könnte sein, ihre Einrichtungen in Form von Events (vgl. Kap. 1.4.6 Events) besser zu vermarkten und interessanter zu gestalten. Beispiele, wie die „Lange Nacht der Museen“, die MOMA, Tage der offenen Türen oder andere „Nacht-Events“ haben in der Vergangenheit große Besucherzahlen verbuchen können.

#### Quellen:

BAG, Untersuchung Kundenverkehr 2004, Berlin 2005

Handelsblatt, Sonntagsausflug in die Mall, 22.09.1999

Henckel, Dietrich u.a., Zeitstrukturen und Stadtentwicklung, Stuttgart 1989

Jacobsen, Heike, Ellen Hilf, Beschäftigung und Arbeitsbedingungen im Einzelhandel vor dem Hintergrund neuer Öffnungszeiten, Gutachten im Auftrag des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales, Dortmund 1999

Stadt Nürnberg, Bündnis für Familie, Wohin mit den Kindern?, Nürnberg 2003

Stuttgarter Nachrichten, Statt der Ausnahme bald die Regel?, 05.12.2002

[www.ganztagsschulen.org](http://www.ganztagsschulen.org), Zugriff 15.07.2005

[www.spiegel.de](http://www.spiegel.de), Zugriff 15.07.2005

[www.steinroex.de](http://www.steinroex.de), Zugriff 15.07.2005

[www.tifs.de](http://www.tifs.de), Zugriff 15.07.2005

Gespräche mit Frau Hanisch, Senatsverwaltung für Gesundheit, Soziales und Verbraucherschutz und Frau Schulz, IHK Berlin am 03.08.2005.

### 2.2.2 Flexibilisierung

Die Flexibilisierung - der Übergang von vormals starren Strukturen zu anpassungsfähigen Lebens- und Arbeitsformen - ist heute ein Begriff, der in vielfältigen sozialen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Zusammenhängen auftaucht. Flexibilisierung bedeutet **Heterogenität** statt Homogenität, **Individualität** statt Kollektivität und Flexibilität statt Starrheit. An dieser Stelle sollen insbesondere die Flexibilisierung der Arbeit bzw. der Arbeitszeiten sowie der Lebensstile interessieren.

Die während der Zeit des **Fordismus** etablierten Arbeitsbedingungen und -zeiten beginnen sich seit den 1960er Jahren zunehmend aufzulösen oder zu verändern. Die unbefristete Vollzeitarbeit – das fordistische Normalarbeitsverhältnis –, klar strukturierte Hierarchien, Regelarbeitszeit und tarifvertraglich festgelegte Bezahlung nach Arbeitsplatz werden im **Postfordismus** durch nachfrageorientierte Arbeitsstandards abgelöst. Unternehmen legen zunehmend Wert darauf, die Arbeitszeiten mit flexiblen Arbeitszeitmodellen dem momentanen Bedarf nach Arbeit anzupassen und somit das Personal effektiver einzusetzen und

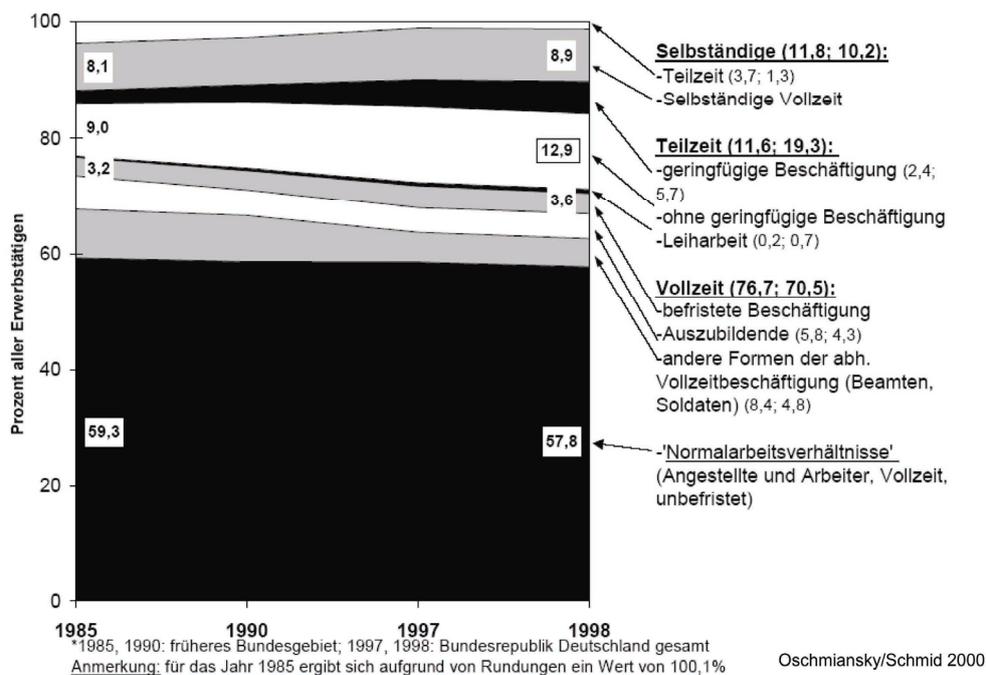
---

202 Dietrich Henckel u.a., Zeitstrukturen und Stadtentwicklung, Stuttgart 1989, S. 171.

Kosten zu sparen.<sup>203</sup> Dabei finden Veränderungen sowohl in der Dauer, als auch in der Lage der Arbeitszeiten statt.

Bezogen auf die **Dauer der Arbeitszeit** kann grundsätzlich eine Verkürzung festgestellt werden, wobei jedoch die z.T. sehr unterschiedlichen Entwicklungen bei Voll- und Teilzeitbeschäftigten, hochqualifizierten und unqualifizierten Arbeitnehmern sowie Frauen und Männern beachtet werden müssen. So kann beispielsweise bei hochqualifizierten Beschäftigten – hier insbesondere bei Männern – seit Mitte der 1980er Jahre eine Ausdehnung der Arbeitszeit festgestellt werden.<sup>204</sup> Ein weiterer Aspekt der veränderten Arbeitszeitdauer ist die Zunahme von **Teilzeitarbeitsverhältnissen**. In der nachstehenden Abbildung ist zu erkennen, dass im Untersuchungszeitraum 1985 bis 1998 der Anteil der Beschäftigten im Teilzeitsektor von 9,0 % auf 12,9 % angestiegen ist, während der Anteil der befristeten wie auch unbefristeten Vollzeitarbeitsformen zurückgegangen ist. Das bedeutet, anderes als vor 40 bis 50 Jahren, durchläuft ein Mensch in seinem Leben heute zahlreiche Arbeitsstellen in z.T. unterschiedlichen Tätigkeitsfeldern. Das wiederum erfordert eine ständige Weiter- und Fortbildung – ein weiteres Merkmal des Postfordismus. Das „Lebensmodell“ des Fordismus, Schule → Berufsausbildung → Beruf → Pensionierung, existiert heute nur in sehr wenigen Fällen.

Abb. 14: Wandel der Erwerbsformen in Deutschland 1985 - 1998



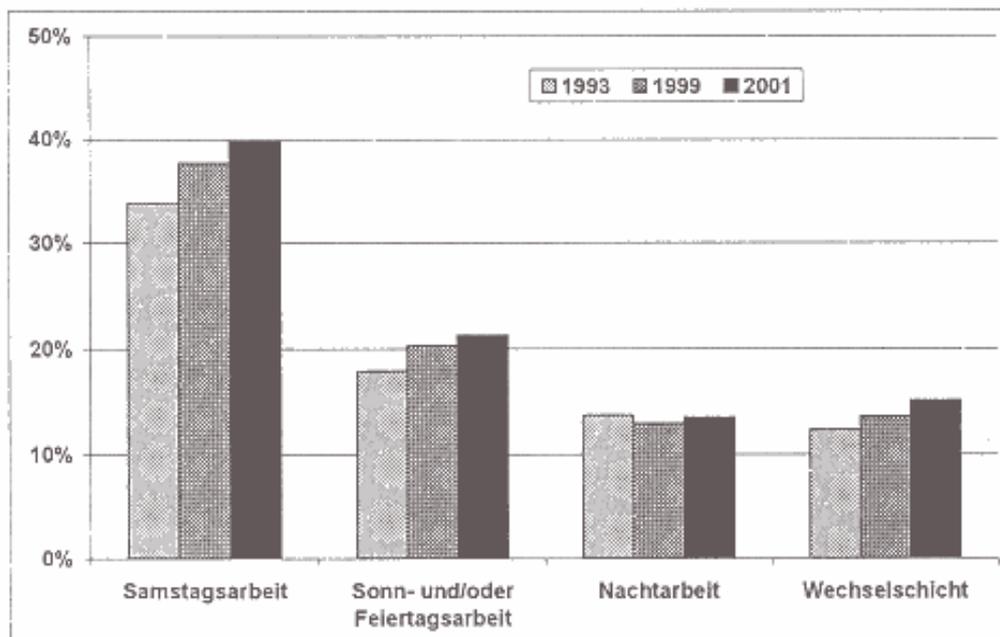
Quelle: Heidi Oshmiansky, Günther Schmid, Wandel der Erwerbsformen, Berlin 2000, S. 15.

Auch bei der Lage der **Arbeitszeit** haben sich im Postfordismus zunehmend Veränderungen vollzogen. **Arbeitszeitlagen** wie die Nacht-, Wochenend- oder Schichtarbeit hat es zwar immer schon gegeben, nur hat der Anteil der außerhalb der „Normalarbeitszeit“ (Montag bis Freitag 08:00 Uhr bis 18:00 Uhr) liegenden Arbeitsformen zugenommen. Diese Entwicklung betrifft, wie der nachfolgenden Grafik zu entnehmen ist, insbesondere die Wochenendarbeit.

203 Conrads Fuchs, Flexible Arbeitsformen, Dortmund/Berlin/Dresden, 2003, S. 77ff.

204 Conrads Fuchs, Flexible Arbeitsformen, Dortmund/Berlin/Dresden, 2003, S. 76.

Abb. 15: Entwicklung verschiedener Arbeitszeitformen in Deutschland



Quelle: Conrads Fuchs, Flexible Arbeitsformen, Dortmund/Berlin/Dresden, 2003, S. 78.

Zusätzlich zu den bereits vorhandenen, außerhalb der Kernzeit liegenden, Arbeitsformen, sind weitere sehr flexible Arbeitszeitmodelle wie die Arbeitszeitkonten oder die Vertrauensarbeitszeit entstanden. Bei der **Vertrauensarbeitszeit** als Extremfall der Flexibilisierung von Arbeitszeiten, verzichtet der Arbeitgeber vollständig auf die Kontrolle der Dauer der Anwesenheit des Angestellten und überlässt die Erfüllung der Aufgaben und die Bewältigung des Arbeitsaufwandes eigenverantwortlich dem Mitarbeiter bzw. dem Team, dem er angehört. Es zählt nicht die Zeit, die der Mitarbeiter auf Arbeit verbracht hat, sondern die zeitgerechte und qualitative Erfüllung der Aufgaben.<sup>205</sup> Auf diese Weise wird dem Beschäftigten seine Rolle am Erfolg oder Misserfolg des Unternehmens bewusst gemacht und der „Druck des Marktes“ wird unmittelbar an ihn weitergegeben.<sup>206</sup> Vertiefende Informationen zur Entwicklung von Arbeitszeiten finden sich in Kap. 2.1.1.

Flexible Arbeitsformen können Vor- und Nachteile für Arbeitgeber wie Arbeitnehmer beinhalten, wobei die Vorteile für das Unternehmen vorerst deutlicher sind. Die direkte Anpassung der Arbeitszeit an die Nachfrage dient vor allem der Reduzierung von Kosten, indem sie zum einen gewährleistet, dass ein bloßes „Absitzen“ der Arbeitszeit entfällt und zum anderen durch einen optimalen Personaleinsatz auf die Nachfrage effektiv und schnell reagiert werden kann. Aber auch auf der Seite der Beschäftigten ergeben sich Vorteile, wie z.B. die Anpassung der Arbeitszeit an die individuellen Zeitbedürfnisse, die sich aus der Lebensgestaltung ergeben. Somit kann ein gewisses Maß an **Zeitsouveränität** erlangt werden.<sup>207</sup> Darüber hinaus ist es Frauen durch flexible Arbeitsformen und **Teilzeitarbeit** überhaupt erst möglich geworden, neben der Reproduktionsarbeit (siehe Kap. 2.1.2) arbeiten zu gehen. Zu Zeiten des „Normalarbeitsverhältnisses“ war dies kaum möglich. Die „Normalfamilie“ bestand aus dem vollzeiterwerbstätigen Mann, der mit seinem Einkommen die Frau und Kinder versorgte. Damals sprach man auch vom Leitbild der

<sup>205</sup> <http://www.ebz-beratungszentrum.de/organisation/themen/arbeitszeitmodelle.html>, Zugriff 14.06.2005.

<sup>206</sup> Conrads Fuchs, Flexible Arbeitsformen, Dortmund/Berlin/Dresden, 2003, S. 15.

<sup>207</sup> Martina Heitkötter, Manuel Schneider, Zeitpolitisches Glossar, München, 2004, S. 3.

„Ernährerehe“.<sup>208</sup> Wie oben bereits ausgeführt, bedeutet die Flexibilisierung durch den häufigen Wechsel des Arbeitsplatzes aber auch eine fehlende Kontinuität im Lebensverlauf. Daraus können sich Probleme bei der Planung des eigenen Lebens, z.B. in Bezug auf die Gründung einer Familie und die Abstimmung gemeinsamer Frei-Zeiten mit dem Partner sowie die Ungewissheit über das Einkommen ergeben.

Ähnliche Aspekte wie sie bei der Flexibilisierung der Arbeitsformen beschrieben wurden, treten auch in Bezug auf die Veränderung der Lebensformen auf. So nimmt individualisiertes Handeln zu, flexible Arbeitsformen ermöglichen es, auch im privaten Leben die individuellen Zeitbedürfnisse flexibel auszuleben und es bilden sich sehr heterogene Lebensformen und neue Haushaltstypen heraus. Die bereits erwähnte „Ernährerehe oder -familie“, bestehend aus einem Ehepaar sowie einem bis zwei Kindern, wird durch Lebensformen abgelöst, die so modern sind wie ihre Bezeichnungen: Singles, Patchwork-Familien und „Partnerschaften auf Zeit“. Diese neuen Haushaltstypen haben dabei einen erheblichen Einfluss auf den Wohnungsmarkt und die demografische Entwicklung. Die sinkende Fertilitätsrate (verbunden mit Migrationsbewegungen) hat und wird auch zukünftig einen Rückgang der Bevölkerungszahlen nach sich ziehen. Trotz dieser Entwicklung sind aber durch die Zunahme von Singlehaushalten und weiteren flexiblen Lebensformen steigende Haushaltszahlen zu verzeichnen. Das bedeutet u.a. für die Kommunen, eine Anpassung des Angebots auf dem Wohnungsmarkt an die veränderten Bedingungen vorzunehmen.

Die Flexibilisierung wirkt sich aber nicht nur in arbeitsmarktpolitischer und sozialer Sicht aus, sondern auch auf die Rolle des Staates und der Kommunen. Ein wichtiger Aspekt ist die Übertragung ehemals kommunaler Bereiche auf Private bzw. eine ausgeweitete Zusammenarbeit mit privaten Unternehmen (Public Private Partnership, siehe Kap. 5.6). Beispielhaft kann hier der Freizeitmarkt genannt werden, welcher zunehmend von privaten Unternehmen und Investoren gesteuert wird. Grund für dieses Vorgehen, sind u.a. die immer stärker werdenden finanziellen Restriktionen, denen Staat und Kommunen unterliegen und denen sie mit entsprechenden Rationalisierungs- und Flexibilisierungsmaßnahmen entgegentreten.

Flexibilisierungstendenzen treten also in vielen Bereichen, d.h. auch im Bereich der Freizeit, auf. Aus den anfangs als Merkmale der Flexibilisierung gegenübergestellten Wortpaaren ergibt sich für die Akteure auf dem **Freizeitmarkt**, d.h. u.a. die Kommunen, ein Handlungsbedarf. So erfordert die zunehmende Heterogenität eine Ausweitung der Angebotspalette auf dem Freizeitmarkt. Es gibt vielfältige Ansprüche von Nutzern an Freizeitanlagen, auf die reagiert werden muss. So bestehen beispielsweise zunehmend Trends zu Funsportaktivitäten, attraktiven witterungsunabhängigen Freizeitmöglichkeiten (z.B. Indoor-Spielangebote, Indoorskifahren) oder Wellnessangeboten.<sup>209</sup> Die traditionellen Freizeiteinrichtungen, wie Schwimmhallen, mit ihren traditionellen (sehr eingeschränkten) Öffnungszeiten genügen diesen Ansprüchen nicht mehr. Auch Vereine, die nach wie vor einen herausragenden Anteil am Freizeitmarkt einnehmen, unterliegen in ihrer traditionellen Form dem Veränderungsdruck, der durch Flexibilität und Individualität ausgelöst wird.<sup>210</sup> Die Bereitschaft der Menschen, sich dauerhaft an einen Verein zu binden, Verpflichtungen einzugehen und festen Terminen zu unterliegen nimmt ab (vgl. Kap. 1.4.3 Sport). Kommerzielle Fitnessstudios als flexiblere Form der sportlichen Betätigung im Team stehen heute in Konkurrenz zu den traditionellen Vereinen. Es ist also an den kommunalen Freizeitanbietern, sich diesen neuen Anforderungen zu stellen.

---

208 Karin Schulze Buschoff, *Arbeitszeiten – Wunsch und Wirklichkeit in Ost- und Westdeutschland*, Berlin, 1997, S. 3

209 Gespräch mit Herrn Franck, Firma F-CON, Hamburg am 09.06.2005.

210 F. Specht, *Landeskunde*, 2001.

## Quellen:

<http://www.ebz-beratungszentrum.de/organisation/themen/arbeitszeitmodelle.html>,  
Zugriff 14.06.2005

Fuchs, Conrads, Flexible Arbeitsformen, Dortmund/Berlin/Dresden, 2003

Heitkötter, Martina, Manuel Schneider, Zeitpolitisches Glossar, München, 2004

Oschmiansky, Heidi, Günther Schmid, Wandel der Erwerbsformen, Berlin 2000

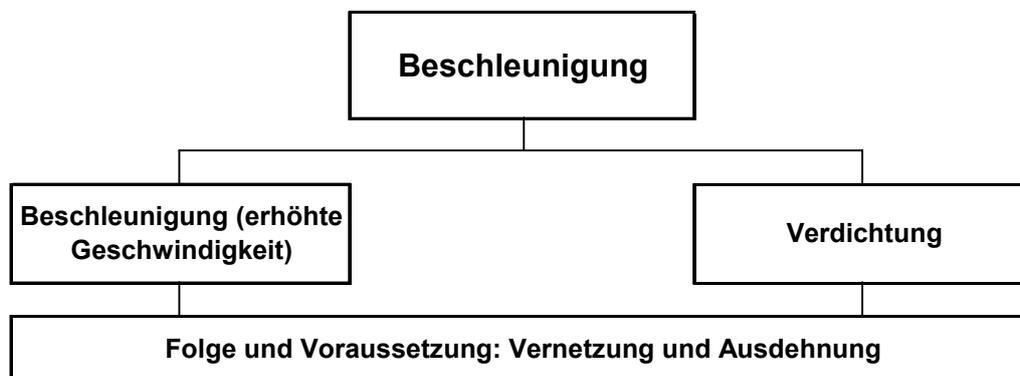
Schulze Buschoff, Karin, Arbeitszeiten – Wunsch und Wirklichkeit in Ost- und Westdeutschland, Berlin, 1997

Specht, F., Landeskunde, 2001

### 2.2.3 Globale Beschleunigung

„Fast Food“, Coffee to go, der Transrapid Shanghai mit einer Fahrtgeschwindigkeit von 430 km/h, Anzeigen für Shopping-Kurzurlaube nach London für 50 € oder „last minute-Angebote“ sind ausgewählte Beispiele, die es uns zeigen: Wir leben in einer eiligen, kurzfristigen und verdichteten Gesellschaft. Diese Tendenzen lassen sich unter dem Oberbegriff der Beschleunigung zusammenfassen, wobei sich die Beschleunigung wiederum aus den beiden Aspekten der Steigerung von Geschwindigkeiten (Beschleunigung) und der **Verdichtung** bzw. **Simultanität** von Handlungen und Abläufen zusammensetzt. Die Durchsetzung dieser Tendenzen war und ist jedoch nur unter gewissen Voraussetzungen möglich, wozu zum einen die **Ausdehnung** und zum anderen die weltweite **Vernetzung** zählen.

Abb. 16: Beschleunigung



Quelle: eigene Darstellung

Auf die genannten Begriffe soll nachfolgend näher eingegangen und deren Zusammenwirken deutlich gemacht werden.<sup>211</sup>

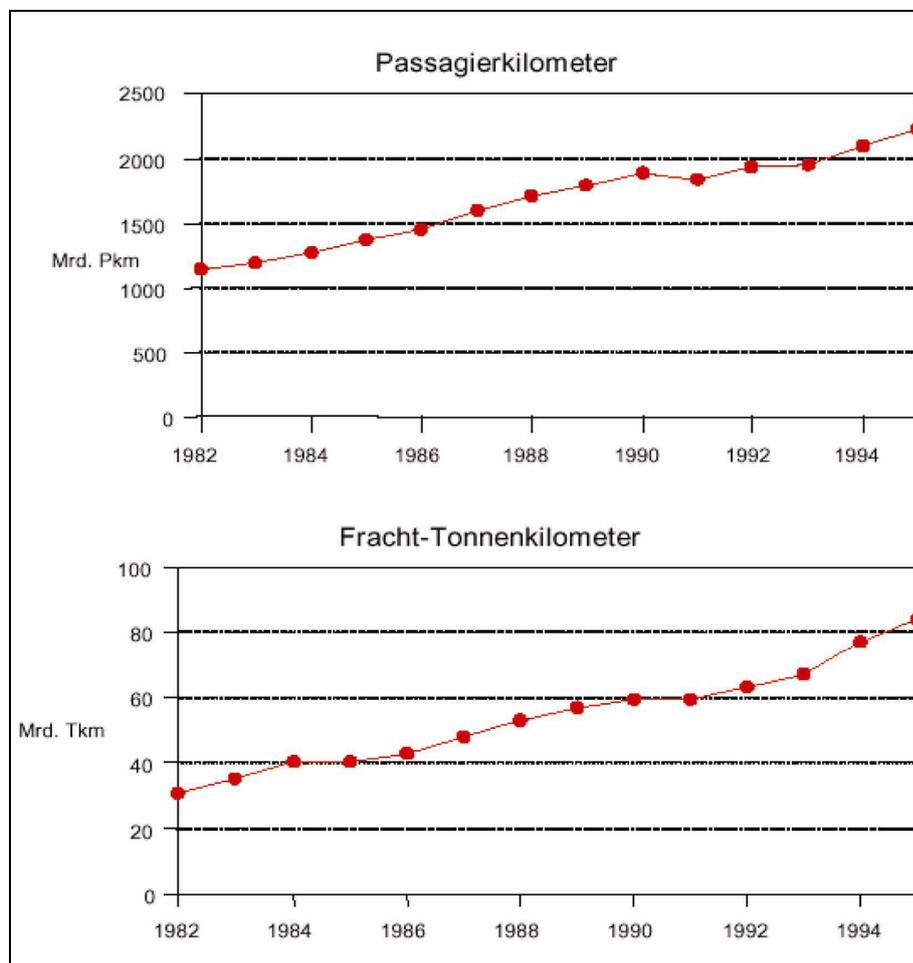
<sup>211</sup> Wenn nachfolgend von Beschleunigung die Rede ist, ist die erhöhte Geschwindigkeit gemeint.

## Beschleunigung

Die Bundesregierung nennt die Beschleunigung an erster Stelle der wegweisenden Trends für die Zukunftsgesellschaft.<sup>212</sup> Die Steigerung von Geschwindigkeiten schlägt sich nicht nur, wie es nach einem ersten Gedanken vielleicht geschlussfolgert werden könnte, im Bereich des öffentlichen und privaten Verkehrs nieder. So findet die Beschleunigung in hohem Maße auch in der Informationsbeschaffung und -übertragung ihren Ausdruck, ebenso wie in den Bereichen des Wissenstransfers und der -produktion, der Lebenszyklen von Produkten und der individuellen, privaten Lebensgestaltung.<sup>213</sup> Schnelligkeit ist gefragt, um im vorgegebenen (zügigen) Lauf der Zeit mithalten zu können. Diese Ausprägungen bringen jedoch auch Probleme für Mensch, Umwelt und Wirtschaft mit sich.

Die **Verkehrserzeugung** hat in den vergangenen Jahrzehnten stark zugenommen. So stieg die Anzahl der PKW pro 1.000 Einwohner in Europa zwischen 1985 bis 2001 um ca. 58 % an.<sup>214</sup> Wie den nachfolgenden Grafiken zu entnehmen ist, gab es ebenfalls große Zuwächse im Luftverkehr. Innerhalb von 12 Jahren haben sich die Passagierkilometer verdoppelt und die Fracht-Tonnenkilometer sogar fast verdreifacht.

Abb. 17: Entwicklung des Flugverkehrs von 1982 – 1994 weltweit



Quelle: [www.umweltdaten.de/verkehr/entwflug.pdf](http://www.umweltdaten.de/verkehr/entwflug.pdf), Zugriff 27.06.2005.

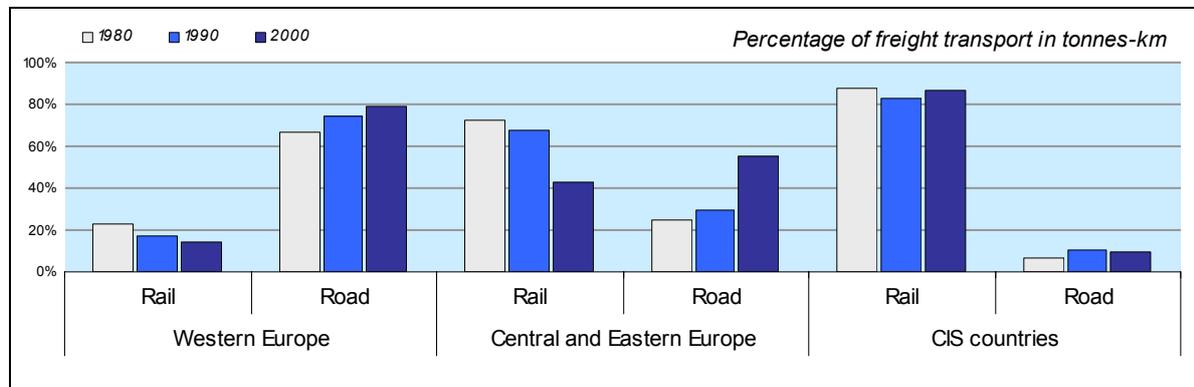
212 Hartmut Rosa, Zeitraffer und Fernsehparadoxon oder: Von der Schwierigkeit, Zeitgewinne zu realisieren, in: fast forward, Hartmut Rosa, Hamburg, 2004, S. 20.

213 Dietrich Henckel, Vorlesung zum Thema „Strukturwandel“, TU-Berlin, Wintersemester 2004/2005.

214 [www.unecce.org/stats/trends/ch8/8.1.xls](http://www.unecce.org/stats/trends/ch8/8.1.xls), Zugriff 27.06.2005.

Die Nutzung der Bahn – insbesondere im Frachtverkehr – ist zwar rückläufig, die Beschleunigung macht aber auch hier keinen Halt, wie mit dem Bau von Brücken oder Tunneln über weite Entfernungen als Ersatz oder Ergänzung von Schiffen, wie in Deutschland erst kürzlich mit der Strecke Hamburg – Berlin in 1 ½ h deutlich gemacht wurde.

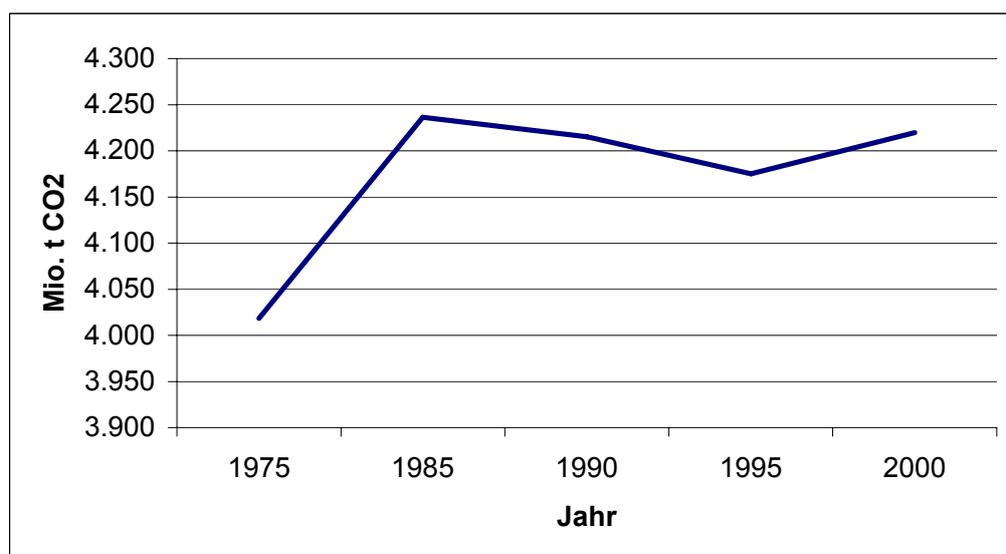
Abb. 18: Trends in der Nutzung von Transportmitteln



Quelle: [www.unece.org/stats/trends/ch8/8.10.xls](http://www.unece.org/stats/trends/ch8/8.10.xls), Zugriff 27.05.2005.

Der Schnellzug „Shinkansen“ in Japan oder die Magnetschwebbahn Transrapid Shanghai in China, mit welchen aufgrund der Fahrtgeschwindigkeiten von über 300 km/h bzw. 430 km/h innerhalb kürzester Zeit große Distanzen überwunden werden können, sind weitere extreme Beispiele für die Beschleunigung im Transportwesen. Diese Verkehrsentwicklung hat jedoch zur Folge, dass trotz der Modernisierung von Flug- und Kraftfahrzeugen sowie neuen ökologischen Kraftstoffen die Belastung für Mensch und Umwelt durch den Schadstoffausstoß nach wie vor hoch ist. Der Anteil des Transportwesens (hier insbesondere des Straßenverkehrs) am CO<sub>2</sub>-Ausstoß in Europa liegt durchschnittlich bei ca. 21 %. Das entspricht in etwa dem Anteil, den die Bauindustrie und das produzierende Gewerbe verursachen (19 %).<sup>215</sup>

Abb. 19: Entwicklung CO<sub>2</sub>-Ausstoß pro Jahr in Europa



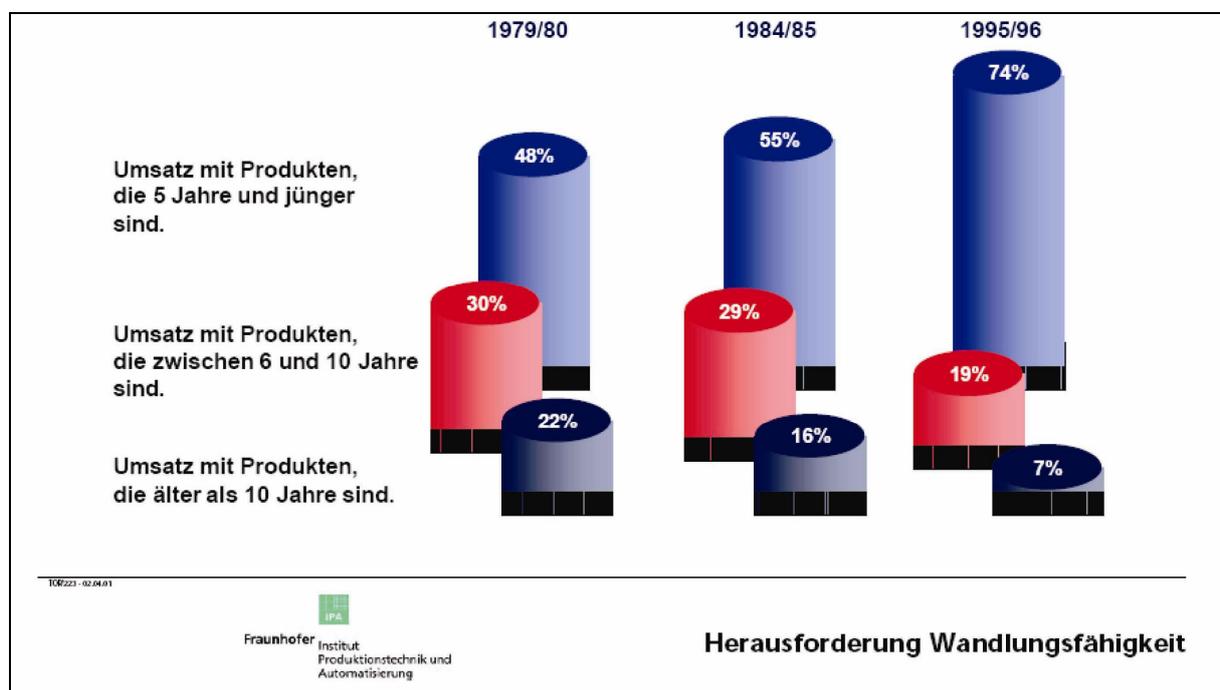
Quelle: [www.unece.org/stats/trends/ch10/10.3.xls](http://www.unece.org/stats/trends/ch10/10.3.xls), Zugriff 27.06.2005.

215 [www.unece.org/stats/trends/ch10/10.5.xls](http://www.unece.org/stats/trends/ch10/10.5.xls), Zugriff 27.06.2005.

Die Schnelligkeit der Verkehrsmittel ermöglicht es den Menschen (denen, mit den entsprechenden finanziellen Voraussetzungen), an einem Tag in verschiedenen Orten der Welt zu sein, um beispielsweise Termine wahrzunehmen.<sup>216</sup> In großen Unternehmen ist es sicherlich keine Seltenheit, von einem morgendlichen Termin in Frankfurt a. M. zum Mittagsmeeting nach London zu fliegen und am Abend den Chef einer Firma in New York zu treffen. Möglich ist es jedenfalls.

Ein weiterer Aspekt der Beschleunigung ist die **Innovation**. Die Lebenszyklen von Produkten, und hier insbesondere im technischen Sektor, haben sich stark verkürzt.<sup>217</sup> Unternehmen in diesen Branchen unterliegen einem ständigen Innovationsdruck, um ihre Produkte weiterhin marktfähig zu halten. Wie in der nachstehenden Grafik zu erkennen ist, ist die Notwendigkeit, neue Produkte auf den Markt zu bringen 1996 weitaus wichtiger, als es 1979/1980 der Fall war.

Abb. 20: Umsatzanteil in Abhängigkeit vom Produktalter



Quelle: aus Rist, IPA, 2001.

Im Bereich der MP3-Player ist es heutzutage beispielsweise notwendig, mehrmals im Jahr mit einer neuen Version auf den Markt zu kommen und entsprechende Werbung zu betreiben. Die Firma Apple hat in den letzten sechs bis sieben Monaten zwei neue Versionen ihres iPods herausgebracht. Auch die Produktlebenszyklen der Freizeitprodukte, insbesondere im Erlebnissportsegment nehmen ab. Der Freizeitmarkt unterliegt dem Zwang, sich den schnell wechselnden Trends anzupassen, was aber insofern ein Problem sein kann, als die Nach- bzw. Umnutzung von bestehenden Einrichtungen sehr kostenintensiv oder baulich problematisch ist.

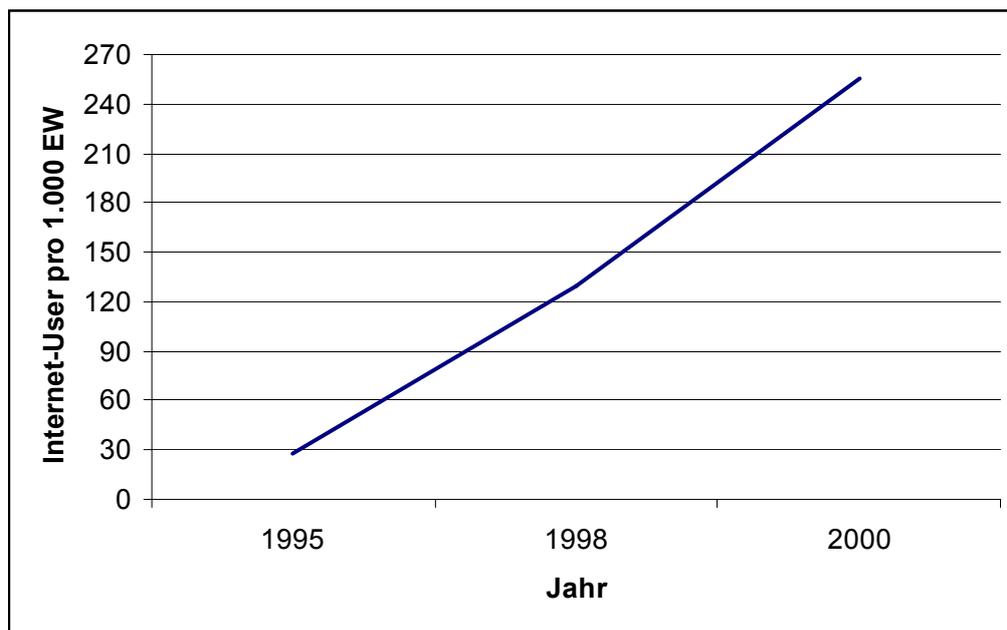
Die **Informations- und Kommunikationstechnologie** soll hier noch als ein abschließender Aspekt der Beschleunigung angesprochen werden. Internet, E-mail, Laptop und Mobiltelefon sind Dinge, ohne die

<sup>216</sup> Peter Sturm, „Um die Wette leben“ – Geschwindigkeit, Raum und Zeit, in: „Um die Wette leben“ – Geschwindigkeit, Raum und Zeit, Vereinigung für Stadt-, Regional- und Landesplanung e.V. (SRL), Bochum, 1994, S. 9.

<sup>217</sup> Dietrich Henckel, Vorlesung zum Thema „Strukturwandel“, TU-Berlin, Wintersemester 2004/2005.

ein Leben und Arbeiten für zumindest die Menschen in den Industrienationen dieser Welt heute undenkbar ist. Die ständige Erreichbarkeit, völlig unabhängig vom Aufenthaltsort, ist durch diese neuen Medien gewährleistet. Die Welt ist miteinander vernetzt; es ist möglich, in sehr kurzer Zeit mit weit entfernten Städten der Welt verbunden zu sein und mit deren Menschen zu kommunizieren<sup>218</sup>. Die Möglichkeiten, an Wissen und Informationen zu gelangen bzw. diese „Güter“ zu transportieren, sind durch das **Internet** nahezu unbegrenzt. Und Datenübertragungen wie DSL gewährleisten die Nutzung auch noch in einem rasend schnellen Tempo. Im Jahr 2000 ist davon ausgegangen worden, dass in Westeuropa<sup>219</sup> jede vierte Person das Internet privat oder beruflich nutzt. Wie in der nachstehenden Grafik zu erkennen ist, hat sich die Verbreitung des Internets in den vergangenen Jahren massiv ausgeweitet.

Abb. 21: Internet-User in Westeuropa<sup>220</sup> pro 1.000 Einwohner



Quelle: [www.unecce.org/stats/trends/ch11/11.5.xls](http://www.unecce.org/stats/trends/ch11/11.5.xls), Zugriff 27.06.2005.

Die Informationstechnologie hat außerdem einen großen Einfluss auf die Freizeitnutzung von insbesondere Kindern und jungen Erwachsenen. In einer Studie der Universität Erlangen zum Freizeitverhalten von 7- bis 9-jährigen Kindern in Nürnberg, wurde von den Kindern insgesamt „Fernsehen/Video“ an zweiter von elf bevorzugten Aktivitäten und „Computerspiele/Playstation“ an sechster Stelle genannt. Bei den Jungen spielte der Computer eine größere Rolle, als bei den Mädchen (4. Stelle).<sup>221</sup> Später spielen bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen das Handy und Internet (SMS, chatten, Musik und Filme downloaden) eine überaus hohe Rolle in der Kommunikation und Freizeitgestaltung.

### Ausdehnung

218 Peter Sturm, „Um die Wette leben“ – Geschwindigkeit, Raum und Zeit, in: „Um die Wette leben“ – Geschwindigkeit, Raum und Zeit, Vereinigung für Stadt-, Regional- und Landesplanung e.V. (SRL), Bochum, 1994, S. 8.

219 Anm.: EU plus Andorra, Island, Türkei, Norwegen, Schweiz.

220 Anm.: EU plus Andorra, Island, Türkei, Norwegen, Schweiz.

221 [www.sozioologie.wiso.uni-erlangen.de](http://www.sozioologie.wiso.uni-erlangen.de), Zugriff 01.05.2005.

In diesem Zusammenhang steht auch der Begriff der „**Non-Stop-Gesellschaft**“. Bei dieser Ausdehnungstendenz handelt es sich nicht nur um das Fernsehen und Radio, welche die Bevölkerung 24 Stunden am Tag mit mehr oder weniger wichtigen Informationen versorgen. Auch der 24-Stunden-Service am Telefon, der heute von jeder größeren Firma als Servicedienstleistung erwartet wird, das rund-um-die-Uhr-Einkaufen im Internet oder an Tankstellen gehören inzwischen zum Alltag. In Deutschland sind die Öffnungszeiten von „nichtmedialen“ Einrichtungen noch relativ restriktiv durch Gesetze, wie das Ladenschlussgesetz geregelt. Dennoch ließen sich auch hier in der Vergangenheit Veränderungen erkennen. So ist durch § 3 Ladenschlussgesetz die Möglichkeit gegeben worden, Verkaufsstellen für den geschäftlichen Verkehr mit Kunden von Montag bis Samstag von 06:00 Uhr bis 20:00 Uhr zu öffnen (siehe Kap. 2.2.1 (Öffnungszeiten)). Die Ausweitung von Betriebszeiten betreffen aber auch andere wirtschaftliche Bereiche, wie etwa den öffentlichen Personennahverkehr, der mit seinem Nachtnetz auch die Ausdehnung des Gesellschaftslebens gewährleistet oder Baustellen, die nachts in Betrieb sind. Feiertage, Wochenenden, Nächte werden zunehmend in Form von flexiblen Arbeitszeitmodellen (siehe Kap. 2.1.1 (Arbeitszeitentwicklung) für wirtschaftliches Handeln genutzt.<sup>222</sup>

Aus wirtschaftlichem Gesichtspunkt bzw. zur Gewinnmaximierung der Unternehmen kann die Ausdehnung sicherlich positiv bewertet werden. Durch die Ausweitung der aktiven Zeit des Menschen auf den ganzen Tag ergeben sich aber auch gesundheitliche Schäden, da der biologische Rhythmus durcheinander gerät oder es häufiger durch Übermüdung zu Unfällen kommt. Kollektiv verbrachte Frei-Zeiten von Familienmitgliedern oder Freunden/Bekanntem sind zunehmend schwer zu realisieren, da die individuellen Zeiterfordernisse der Menschen inzwischen stark variieren. In der Produktion kommt es durch die „kontinuierliche Aktivität des Betriebs zu einer wachsenden Umweltverschmutzung“ und zu Fehlproduktionen<sup>223, 224</sup>

Man sollte meinen, dass uns Menschen durch all diese beschleunigten Entwicklungen ein immenser Zeitvorrat erwachsen müsste, den wir ganz individuell für erholsame Tätigkeiten oder „Nichtstun“ nutzen können. Theoretisch ist dem auch so, in der Realität aber wird die gewonnene Zeit nur sehr selten in Freizeit und Erholungszeit umgesetzt.<sup>225</sup> Vielmehr wird jede Sekunde, die gespart wurde sogleich in neue Aktivitäten umgesetzt und somit noch schneller durch das Leben „gerannt“. Dieses Symptom wird durch einen weiteren Aspekt der Beschleunigung – der Verdichtung – noch verstärkt. Nun stellt sich hier die Frage, ob dieses non-stop-Leben, die Fluten an Informationen und Wissen, das ständige Erreichbarsein sowie die Beschleunigung im allgemeinen von den Menschen überhaupt bewältigt werden können. Dass die Grenzen der Belastbarkeit häufig überschritten sind, zeigt, dass Stress und das Gefühl, „keine Zeit zu haben“ zugenommen haben.<sup>226</sup>

Bei allen genannten Beschleunigungstendenzen, wird doch auch immer wieder die Forderung nach **Entschleunigung** laut. So gibt es einen Verein zur Verzögerung der Zeit, welcher steigende Mitgliederzahlen verzeichnet<sup>227</sup>, die Werbung verlangt „Slow down. Pleasure up!“ und in der Freizeit gibt es laut dem Freizeitberatungsunternehmen F-CON eine Tendenz zu Ruhe und Muße. Darüber hinaus darf nicht

222 Matthias Eberling, Nonstop-Gesellschaft, in: Zeitpolitisches Glossar, Martina Heitkötter, Manuel Schneider, München, 2004, S. 5.

223 Dietrich Henckel, Vorlesung zum Thema „Strukturwandel“, TU-Berlin, Wintersemester 2004/2005.

224 Matthias Eberling, Nonstop-Gesellschaft, in: Zeitpolitisches Glossar, Martina Heitkötter, Manuel Schneider, München, 2004, S. 5.

225 Peter Sturm, „Um die Wette leben“ – Geschwindigkeit, Raum und Zeit, in: „Um die Wette leben“ – Geschwindigkeit, Raum und Zeit, Vereinigung für Stadt-, Regional- und Landesplanung e.V. (SRL), Bochum, 1994, S. 8ff.

226 Hartmut Rosa, Zeitraffer und Fernsehparadoxon oder: Von der Schwierigkeit, Zeitgewinne zu realisieren, in: fast forward, Hartmut Rosa, Hamburg, 2004, S. 21.

227 Hartmut Rosa, Zeitraffer und Fernsehparadoxon oder: Von der Schwierigkeit, Zeitgewinne zu realisieren, in: fast forward, Hartmut Rosa, Hamburg, 2004, S. 20.

unerwähnt bleiben, dass die Beschleunigungsentwicklungen in verschiedenen Kulturkreisen unterschiedlich ausgeprägt sind.<sup>228</sup> So kann davon ausgegangen werden, dass die beschriebenen Entwicklungen hauptsächlich in den Industriestaaten stattfinden.

### Verdichtung

Es gilt als erwiesen, dass Frauen eher als Männer in der Lage sind, mehrere Tätigkeiten gleichzeitig zu verrichten. Vorrangig Frauen kümmern sich seit Anbeginn der Menschheit um die Kinder und den Haushalt und diese Aufgaben erfordern eine gewisse Eignung, Dinge gleichzeitig auszuführen. In der modernen Welt wird diese Fähigkeit als „**Multitasking**“ bezeichnet.<sup>229</sup> In der Postmoderne ist die „**Vergleichzeitigung**“ aber keinesfalls nur mehr eine geschlechtsspezifische Sache, die sich aus einer Notwendigkeit heraus ergibt. Das Erfordernis, Dinge gleichzeitig zu bearbeiten, zu erleben und zu erledigen ist zwar zunehmend im Arbeitsleben gefordert und damit durchaus eine Notwendigkeit, aber auch im privaten Leben wird Multitasking – obwohl nicht zwingend erforderlich – betrieben. Diese Entwicklungen betreffen Frauen und Männer gleichermaßen. Es findet eine Verdichtung der Tage, Wochen oder Jahre statt, in dem nicht nur viele Tätigkeiten, wie bereits beschrieben, beschleunigt, sondern zusätzlich gleichzeitig ausgeführt werden.

„Zeit ist Geld“. Diese Redewendung ist jedermann bekannt und sie gilt insbesondere in der Wirtschaft heute mehr denn je. In Unternehmen wird nicht nur versucht, die Kosten durch eine Technisierung und Rationalisierung zu senken, sondern auch durch die Anforderung an ihre Mitarbeiter, Zeit durch die gleichzeitige Bearbeitung mehrerer Arbeitsvorgänge zu sparen. Es kann z.B. das gerade fertig gestellte Dokument kopiert werden, während der Angestellte gleichzeitig mit einem Kunden telefoniert, etwas faxt und eine E-mail an den Chef weiterleitet. In aktuellen Stellenanzeigen ist die Multitaskingfähigkeit häufig als eine zusätzliche Anforderung an zukünftige Angestellte aufgelistet.<sup>230</sup>

Eine wichtige Voraussetzung, dass eine Vergleichzeitigung von Arbeitsvorgängen überhaupt möglich ist, ist die weitestgehende Automatisierung von Geräten und Maschinen. Der Drucker sortiert, locht, heftet und zählt selbständig, nachdem ihm einmal der Auftrag dafür gegeben wurde. Das Cockpit eines Flugzeugs ist so multifunktional ausgestattet und hoch technisiert, dass es im Zweifel auch ohne (menschlichen) Piloten fliegen kann. So angenehm und bequem dieser technische Fortschritt ist, so bedeutet es aber auch die Einsparung von Arbeitskräften.<sup>231</sup>

Wie bereits angesprochen, betrifft der Drang zur Verdichtung der Zeit aber nicht nur die Arbeitswelt, in der sie gefordert wird, sondern auch die individuelle, private (Frei-)Zeit der Menschen. Auch hier gilt als oberstes Prinzip, seine Zeit bzw. sein Leben zu nutzen oder wie Karlheinz A. Geißler in seinem Buch „Alles. Gleichzeitig. Und zwar sofort.“ schrieb, mehr als nur ein Leben im Leben zu leben. Die Menschen streben danach, zwei oder drei Leben in ihrem einen unterzubringen. Eine sehr weit verbreitete Ausprägung der Vergleichzeitigung in der häuslichen Freizeit ist z.B. das Laufen des Fernsehschäfers (und dort das Senden der Nachrichten und parallel das Durchlaufen eines Infobandes mit weiteren Informationen) und/oder Radios neben der Verrichtung einer Tätigkeit wie essen, arbeiten oder der Hausarbeit. Auch ist es dank Handy möglich, während des Auto- oder Bahnfahrens zu telefonieren und dank Internetanschlusses im Flugzeug, sich dort während des 8-stündigen Fluges mit seinen E-mails oder dem world wide web

---

228 Michel Baeriswyl, Beschleunigung/Entschleunigung, in: Zeitpolitisches Glossar, Martina Heitkötter, Manuel Schneider, München, 2004, S. 1.

229 Nick Davidson, Kampf der Geschlechter, Dokumentation, Großbritannien 2002, Erstausstrahlung auf ARTE, 21.06.2005, 14:00 Uhr.

230 Karlheinz A. Geißler, Alles. Gleichzeitig. Und zwar sofort., Freiburg, 2004, S. 145.

231 Karlheinz A. Geißler, Alles. Gleichzeitig. Und zwar sofort., Freiburg, 2004, S. 146ff.

die Langeweile zu vertreiben. Dieses durch die simultane Durchführung von Vorgängen realisierte Streben nach optimaler Zeitausnutzung führt aber auch zu einem ständigen Zeitdruck, Aufmerksamkeitsdefiziten und Oberflächlichkeit.<sup>232</sup> Wenn man telefoniert und gleichzeitig am Computer arbeitet, verwundert die Frage, „Hörst du mir überhaupt zu?“ nicht. Wenn viele Tätigkeiten gleichzeitig und schnell ausgeführt werden müssen, bleibt der Tiefgang auf der Strecke.

Geißler schrieb in einem Aufsatz: „Wir sparen Zeit durch Automatisierung und Rationalisierung, durch Computer, durch Telefon (statt Briefe), durch Kurzzeitpädagogik (statt Bildung), durch Fast-Food (statt Essen), durch Fernsehen (statt Lesen)“<sup>233</sup>. Dieser kurze kritische Absatz macht eines deutlich: Die Beschleunigung und Verdichtung fordern ihren Tribut nicht nur in der Überbelastung der Umwelt, dem erhöhten Verbrauch von Ressourcen, der Gesundheitsschädigung und Überlastung des Menschen, sondern vor allem auch in der Qualität und der Intensität des Lebens.<sup>234</sup>

Die Vergleichzeitung von Vorgängen erfordert ein hohes Maß an Fähigkeit, seine Zeit managen zu können. Diese Fähigkeit ist nicht jedem „vergönnt“ und muss erlernt werden. Die parallelen Vorgänge wollen organisiert und geplant sein und nicht selten kommt es vor, dass am Ende des Tages vor lauter Organisation der zur Verfügung stehenden 24 Stunden eines Tages keine Zeit mehr für die eigentlichen Aufgaben bleibt.<sup>235</sup> „Wir überleben die Zeit, aber wir leben sie nicht; gefüllte nicht erfüllte Zeit ist unser Streben“<sup>236</sup>

## Fazit

Was bedeuten diese Entwicklungen nun für den Freizeitmarkt? Die beschriebenen Trends der Beschleunigung, Ausdehnung und Vergleichzeitung sind offenbar allgegenwärtig und nicht aufzuhalten. Vor allem Computer und Home-Entertainment-Anlagen sind zu Konkurrenten außerhäuslicher, kommerzieller oder nicht kommerzieller Freizeit geworden. Es wird bereits versucht, diesen Trend z.B. dadurch zu kompensieren, den Kinobesuch mit Lasershows u.ä. zum Erlebnis zu machen. Die Erfolge müssen bislang jedoch eher als mäßig eingeschätzt werden.<sup>237</sup>

Es stellt sich die Frage, warum TV & Co. so attraktiv auf die Bevölkerung wirken und warum nicht statt dessen der Besuch einer Freizeiteinrichtungen vorgezogen wird. Zum einen spielt der finanzielle Aspekt eine Rolle. Die Nutzung des Internets, das Spielen von Computerspielen oder das Fernsehen sind Beschäftigungen, denen mit einem verhältnismäßig geringem finanziellen Aufwand nachgegangen werden kann und welche den jeweiligen Nutzer für einen langen Zeitraum unterhalten können – und dies unabhängig von der Tageszeit und Witterung. Offenbar ist es also das finanzierbare Neue und Abwechslungsreiche sowie das Flexible, was das Fernsehen und den Computer so interessant machen. Als Umkehrschluss bedeutet das für die Freizeitindustrie, sich den genannten Entwicklungen durch Innovation und ausgedehnte Öffnungszeiten (insbesondere auf dem Sektor der nicht kommerziellen Freizeit) stärker an-

232 Karlheinz A. Geißler, Vergleichzeitung, in: Zeitpolitisches Glossar, Martina Heitkötter, Manuel Schneider, München, 2004, S. 11.

233 Karlheinz A. Geißler, „Schützt die Chronotopel“ Die versöhnte Verschiedenheit zwischen Schnelligkeit und Langsamkeit, in: „Um die Wette leben“ – Geschwindigkeit, Raum und Zeit, SRL, Bochum, 1994, S. 9., S. 38., S. 38.

234 Michel Baeriswyl, Beschleunigung/Entschleunigung, in: Zeitpolitisches Glossar, Martina Heitkötter, Manuel Schneider, München, 2004, S. 1.

235 Karlheinz A. Geißler, „Schützt die Chronotopel“ Die versöhnte Verschiedenheit zwischen Schnelligkeit und Langsamkeit, in: „Um die Wette leben“ – Geschwindigkeit, Raum und Zeit, SRL, Bochum, 1994, S. 9., S. 38.

236 Karlheinz A. Geißler, „Schützt die Chronotopel“ Die versöhnte Verschiedenheit zwischen Schnelligkeit und Langsamkeit, in: „Um die Wette leben“ – Geschwindigkeit, Raum und Zeit, SRL, Bochum, 1994, S. 9., S. 38., S. 45.

237 Gespräch mit Herrn Franck, Firma F-CON, Hamburg am 09.06.2005

zupassen.<sup>238</sup> So stellte die Firma Wenzel Consulting AG fest, dass die Witterungsabhängigkeit von Einrichtungen (z.B. von Tierparks) eines der Hauptprobleme für Freizeiteinrichtungen ist. Am Beispiels eines Tierparks hielt es Wenzel Consulting deshalb für notwendig, diesen durch eine Überdachungen oder eine Besonderheit (z.B. einen Haitunnel) aufzuwerten. Indoor-Aktivitäten, wie Klettern, Ski fahren oder Skatehallen erfahren einen steigenden Zulauf, da sie unabhängig von der Witterung sind und dem Trend entsprechend interessante Nutzungsmöglichkeiten anbieten<sup>239</sup>

Im Gegensatz zu diesen von Aktivität und Schnelligkeit geprägten Anforderungen an den Freizeitmarkt steht die bereits angesprochene Tendenz durch Entschleunigung, d.h. das Verlangen nach Ruhe und Muße. In diesem Zusammenhang spielen die zumeist durch die Kommunen zur Verfügung gestellten Parks, Bäder und Erholungsflächen eine große Rolle. Diese gilt es weiterhin nicht nur zur Verfügung zu stellen, sondern insbesondere auch für deren Pflege aufzukommen und sie attraktiv für alle Bevölkerungsschichten zu gestalten. Auch an Parks werden von Seiten der Bevölkerung höhere Ansprüche gestellt. Es reichen – vor allem in großen Erholungsparks – nicht mehr nur die grüne Fläche mit einigen Sitzgelegenheiten aus. Ein Park soll auch erlebt und bei Bedarf für Freizeitaktivitäten genutzt werden können. Der Volkspark Friedrichshain in Berlin macht es vor. Dort gibt es offizielle Grillplätze, ein Freiluftkino, Spielplätze, Wege für ausschließlich Radfahrer und Skater, Läufer bzw. Fußgänger und große Grünflächen.

Es gilt also auch für Freizeitanbieter, mit der Beschleunigung und den Veränderungen Schritt zu halten, um den Freizeitbedürfnissen der Bevölkerung gerecht zu werden.

#### Quellen:

Geißler, Karlheinz A., Alles. Gleichzeitig. Und zwar sofort., Freiburg 2004

Heitkötter, Martina, Manuel Schneider, Zeitpolitisches Glossar, München 2004

Henckel, Dietrich, Vorlesung zum Thema „Strukturwandel“, TU-Berlin, Wintersemester 2004/2005

Rist, IPA, 2001.

Rosa, Hartmut, fast forward, Hamburg 2004

Vereinigung für Stadt-, Regional- und Landesplanung e.V. (SRL), „Um die Wette leben“ – Geschwindigkeit, Raum und Zeit, Bochum 1994

Davidson, Nick, Kampf der Geschlechter, Dokumentation, Großbritannien 2002, Erstausstrahlung auf ARTE

[www.unece.org/stats/trends/ch8/8.1.xls](http://www.unece.org/stats/trends/ch8/8.1.xls), Zugriff 27.06.2005

[www.unece.org/stats/trends/ch8/8.10.xls](http://www.unece.org/stats/trends/ch8/8.10.xls), Zugriff 27.05.2005

[www.unece.org/stats/trends/ch10/10.3.xls](http://www.unece.org/stats/trends/ch10/10.3.xls), Zugriff 27.06.2005

[www.unece.org/stats/trends/ch10/10.5.xls](http://www.unece.org/stats/trends/ch10/10.5.xls), Zugriff 27.06.2005

[www.unece.org/stats/trends/ch11/11.5.xls](http://www.unece.org/stats/trends/ch11/11.5.xls), Zugriff 27.06.2005

[www.soziologie.wiso.uni-erlangen.de](http://www.soziologie.wiso.uni-erlangen.de), Zugriff 01.05.2005

[www.umweltdaten.de/verkehr/entwflug.pdf](http://www.umweltdaten.de/verkehr/entwflug.pdf), Zugriff 27.06.2005

---

<sup>238</sup> Gespräch mit Herrn Franck, Firma F-CON, Hamburg am 09.06.2005.

<sup>239</sup> Gespräch mit Wenzel Consulting AG, Hamburg am 08.06.2005.



*Christian Persike, Thorsten Schüperkötter*

## **3. Ökonomische / Wirtschaftliche Zusammenhänge**

### **3.1 Freizeitmarkt**

Der Freizeitmarkt ist wie andere ökonomische Märkte den obwaltenden Marktgesetzen von Angebot und Nachfrage unterworfen. Die von den Anbietern bereitgestellten Güter und Dienstleistungen werden von den Nachfragern zur Befriedigung bestimmter Bedürfnisse konsumiert<sup>240</sup>. Der Unterschied im Vergleich zu anderen Märkten besteht darin, dass neben dem „limitierten Faktor Geld, zusätzlich die Zeitrestriktion“<sup>241</sup> zum Konsum von Freizeit besteht.

Neben den von Unternehmen gegen Entgelt bereitgestellten Güter und Dienstleistungen auf dem Freizeitmarkt, existieren zahlreiche Angebote im Bereich der unentgeltlichen Freizeitverbringung. Auf der kommerziellen Marktebene geht es primär um Gewinnerzielung. Die angebotenen Freizeitartikel und Dienstleistungen sind nachfrageorientiert. Auf der nichtkommerziellen Marktebene steht nicht der materielle Aspekt des Angebots im Vordergrund, hier ist eher die ideale Plattform von Bedeutung.<sup>242</sup>

Bestehend aus einer Summe unterschiedlicher Teilmärkte, ist es dem subjektiven Urteil der Konsumenten überlassen, über die Nutzung oder den Gebrauch eines Freizeitangebotes oder Artikels zu entscheiden.<sup>243</sup> Die Teilmärkte beinhalten unterschiedliche Arten von Angeboten von Freizeitprodukten und Freizeitdienstleistungen sowie verschiedene Formen des Freizeitanlagenmarktes<sup>244</sup>.

Die subjektiven Interpretationen des Freizeitbegriffes ermöglichen oftmals keine eindeutige Zurechnung von Waren und Dienstleistungen zum Freizeitmarkt. Daher kommt es vor, dass Statistiken und Einschätzungen z.T. voneinander abweichen. So ist nicht eindeutig klar, ob beispielsweise ein Fahrrad ausschließlich der Freizeitnutzung dient, da es gleichfalls als Arbeitsvehikel u.a. von Briefträgern genutzt werden kann.

„Das 20. Jahrhundert könnte als das Zeitalter der Freizeit in die Geschichte der modernen Arbeit eingehen“<sup>245</sup>. Die stetig gestiegene Lebenserwartung und dem zugleich verbunden Rückgang der Berufsarbeit, die als Folge erhöhter Arbeitsproduktivität gesunkene Wochenarbeitszeit und schließlich die Einführung von Urlaub, sind Gründe für die Freizeitvermehrung (vgl. Kapitel 2.1 Zeitbudget).

Neben der hinzugewonnenen Freizeit, stiegen die durchschnittlichen Einkommen der Arbeitnehmer stetig an. Lag der jährliche Bruttolohn im Jahr 1970 bei 19.429 € je Arbeitnehmer, kletterte dieser bis zum Jahr

---

<sup>240</sup> Volker Buddrus, Holger Grabbe, Wolfgang Nahstedt, Freizeit in der Kritik, Alternative Konzepte zur Freizeit- und Kulturpolitik, Sport, Arbeit, Gesellschaft, Band 13, Herausgebergruppe „Freizeit“ Pahl-Rugenstein, 1980, S. 199.

<sup>241</sup> Claude Kaspar, Claudia Frey, Freizeit, Mobilität und Tourismus aus sozioökonomischer Sicht, Bern, 1993, S. 6.

<sup>242</sup> edition agrippa (Hrsg.), Stoffers, Manfred, Wirtschaftsfaktor Freizeit, Entwicklungen auf dem deutschen Freizeitmarkt, S. 11.

<sup>243</sup> Horst W. Opaschowski, Freizeitökonomie: Marketing von Erlebniswelten, Opladen, 1995, S. 35.

<sup>244</sup> Horst W. Opaschowski, Freizeitökonomie: Marketing von Erlebniswelten, Opladen, 1995, S. 24.

<sup>245</sup> Horst W. Opaschowski, Freizeitökonomie: Marketing von Erlebniswelten, Opladen, 1995, S. 15ff.

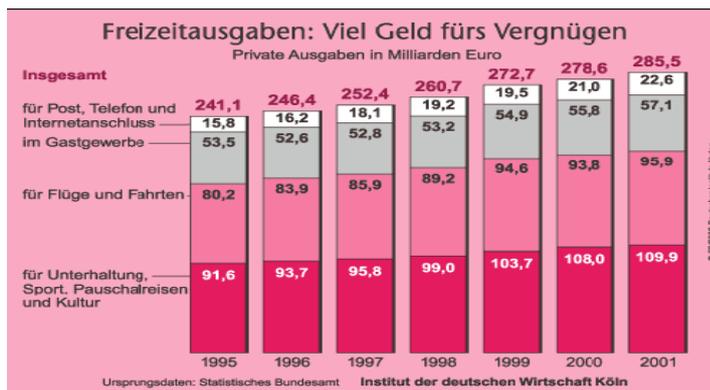
2002 auf 27.313 €. Das entspricht einer Lohnsteigerung von ca. 40 % in dreißig Jahren.<sup>246</sup> Der zusätzliche Zeitgewinn und der Anstieg der Einkommen führte zu neuem Freizeitbewusstsein und zu einer erhöhten Nachfrage von Freizeitgütern und Dienstleistungen.

Die gestiegene Bedeutung des Freizeitbereiches wird daran deutlich, dass die Freizeitausgaben privater Haushalte bei allen Einkommensgruppen stetig und ungebrochen gewachsen sind. So hat sich zum Beispiel das Freizeitbudget der Haushalte mit mittleren Einkommen zwischen 1970 und 1990 fast verfünffacht.<sup>247</sup>

Im Laufe der letzten drei Jahrzehnte hat die **Freizeitindustrie** einen zunehmend höheren Stellenwert erreicht. Mit der in der nachfolgenden Abbildung ermittelten 285,5 Mrd. € Konsumausgaben der privaten Haushalte für das Jahr 2001, übertrifft der Freizeitbereich die Ausgaben für Nahrungsmittel, Tabakwaren und Getränke und liegt knapp unterhalb der Ausgaben für Wohnung, Wasser und Strom<sup>248</sup>. Darüber hinaus hat sich die entstandene Freizeitindustrie entgegen anderer Märkte „als eine widerstandsfähige Wachstumsindustrie“<sup>249</sup> erwiesen und ist bisher weniger konjunkturanfällig als andere Branchen.

In der nachstehenden Abbildung vom Institut der Deutschen Wirtschaft sind die konkreten Ausgaben privater Haushalte für den Freizeitbereich dargestellt. So stiegen die Freizeitausgaben der privaten Haushalte seit 1995 bis zum Jahr 2001 um fast 20 %

Abb. 22: Freizeitausgaben



Quelle: Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft (DSSW) im Deutschen Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e. V. (Hrsg.), Franck, Jochen, Trends des innerstädtischen Freizeitmarktes, Berlin, 2004, S. 13.

<sup>246</sup> [www.dia-vorsorge.de/downloads/df010105.pdf](http://www.dia-vorsorge.de/downloads/df010105.pdf), Zugriff 24.06.2005.

<sup>247</sup> Horst W. Opaschowski, Freizeitökonomie: Marketing von Erlebniswelten, Opladen, 1995, S. 35.

<sup>248</sup> Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft (DSSW) im Deutschen Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e. V. (Hrsg.), Franck, Jochen, Trends des innerstädtischen Freizeitmarktes, Berlin, 2004, S. 11.

<sup>249</sup> Horst W. Opaschowski, Freizeitökonomie: Marketing von Erlebniswelten, Opladen, 1995, S. 23.

Der Unterhaltungsbereich umfasst mit knapp 110 Mrd. € den größten Anteil der Freizeitausgaben mit einer Steigerung von 20 % seit 1995. Um nahezu ein fünftel auf knapp 96 Mrd. € im Jahr 2001 stiegen die Ausgaben im Bereich der Flüge und Fahrten. Das Gastgewerbe nimmt trotz eines Anstieges von 7 % auf 57 Mrd. € den dritten Platz ein. Nicht einmal 10 % der gesamten Freizeitausgaben wurden im Jahr 2001 für Telekommunikation aufgewendet. Die zunehmende Bedeutung wird aber im rasanten Umsatzanstieg deutlich. So konnte dieser Bereich seit 1995 ein Umsatzplus von 40 % erreichen. Der Anteil der Kommunikationsausgaben hat sich nunmehr von 1,3 % im Jahr 1995 auf knapp 8 % im Jahr 2001 erhöht.

Abweichend von vorangestellter Grafik ermittelte die Deutsche Gesellschaft für Freizeit im Bereich Freizeitmarkt für das Jahr 2001 eine Summe von 245 Mrd. € und liegt damit mit mehr als 40 Mrd. € unterhalb der Angaben des Institut der Deutschen Wirtschaft. Nach deren Angaben konnte der Freizeitmarkt in Deutschland seit 1970 innerhalb von 31 Jahren den Umsatz nahezu verzehnfachen.<sup>250</sup>

Die Entwicklung des Freizeitmarktes ist vom Freizeitverhalten und der Nachfrage der Kunden abhängig. Standen in den 1950er Jahren Arbeit, Wohnen und Familiengründungen im Vordergrund, so avancierte das Massenmedium Fernsehen seit Ende der 1950er Jahre zur dominierenden Freizeitaktivität. Weiter verstärkt durch die 1970er Jahre, wurde das Medienangebot im folgenden Jahrzehnt um ein Vielfaches erweitert. In den 1990er Jahren begann die kommerzialisierte Freizeit mit Angeboten der neuen Freizeitmedien. Gleichzeitig entwickelte sich der Erlebniskonsum in bisher unbekanntem Maße durch eine Vielzahl unterschiedlichster Angebote.<sup>251</sup> Entertainmentanlagen und verschiedenste Arten gastronomischer Einrichtungen sowie Freizeitparks und Urlaubsanlagen sind derzeit auf dem Freizeitmarkt gefragt.

Positive Impulse bezüglich der künftigen Nachfrage nach Freizeitgütern und Dienstleistungen erhofft sich die Freizeitindustrie von der wachsenden Zahl von Singles, die in erster Linie ihre Freiheit und Freizeit genießen und auf nichts verzichten wollen. So übertrifft die Reisefreudigkeit der Singles durchaus die gutverdienender Familien.<sup>252</sup>

Die von einer breiten Schicht der jüngeren Bevölkerung entdeckte gesundheitlich motivierte Fitnesssportwelle, die zu einem neuen Gesundheits- und Körperbewusstsein führte, verspricht auch in Zukunft hohe Zuwachspotenziale.

Zudem werden, begünstigt durch das hohe Bildungsniveau in Deutschland, die Freizeitangebote in den Segmenten Weiterbildung, Edutainment, kulturelle Unterhaltung (vgl. Kap. 1.4.1 Kultur) und Wellness überproportional steigen<sup>253</sup>.

Abzuwarten bleibt, inwieweit die verbesserte Ausstattung der Haushalte mit Home-Entertainment und Informationstechnologie, die veränderten Familienstrukturen und Lebensformen sowie finanzielle Mittel Einfluss auf das Freizeitverhalten und den Freizeitmarkt nehmen.<sup>254</sup>

Angesichts der zunehmenden Ungleichverteilung des Kapitals und die zum Teil erheblichen Unterschiede bezüglich der Einkommen, werden bereits heute aber in extremerer Form zukünftig einkommenschwa-

---

250 Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft (DSSW) im Deutschen Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e. V. (Hrsg.), Franck, Jochen, Trends des innerstädtischen Freizeitmarktes, Berlin, 2004, S. 13.

251 Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft (DSSW) im Deutschen Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e. V. (Hrsg.), Franck, Jochen, Trends des innerstädtischen Freizeitmarktes, Berlin, 2004, S. 29.

252 Horst W. Opaschowski, Freizeitökonomie: Marketing von Erlebniswelten, Opladen, 1995, S. 38.

253 Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft (DSSW) im Deutschen Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e. V. (Hrsg.), Franck, Jochen, Trends des innerstädtischen Freizeitmarktes, Berlin, 2004, S. 17.

254 Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft (DSSW) im Deutschen Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e. V. (Hrsg.), Franck, Jochen, Trends des innerstädtischen Freizeitmarktes, Berlin, 2004, S. 18.

che Bevölkerungsschichten von kommerziellen Angeboten des Freizeitsektors vermutlich nur in sehr geringem Maße partizipieren können (vgl. Kap. 1.2.4 Zwangsfreizeit).

Darüber hinaus wird neben der individuellen Nachfrage die **demografische Entwicklung** (vgl. Kap. 4.5) den Freizeitmarkt erheblich beeinflussen. Insbesondere der Rückgang der Bevölkerungszahlen in Deutschland lässt teilweise enorme Nachfrageverschiebungen bestimmter Güter und Dienstleistungen vermuten.

So wird der Geburtenrückgang zunächst die Zahl der jungen freizeitaktiven Konsumenten in den nächsten Jahren und Jahrzehnten drastisch vermindern. Gleichzeitig wird es, bedingt durch die höhere Lebenserwartung und den gestiegenen Anteil der älteren Bevölkerung, zu einer Verschiebung des Bedarfs innerhalb des Freizeitsektors kommen. Mittlerweile ist die Gruppe der Senioren als ein interessanter Marktfaktor erkannt worden. Bereits jetzt können Teil- und Freizeitanlagemärkte wie Tourismus und Gesundheit von der Entwicklung profitieren. Langfristig ist von einer Zunahme der Nachfrage auf diesem Freizeitsektor auszugehen.

Zukünftig wird das für den Konsumenten breit angelegte und positiv empfundene Angebot an Freizeitgütern und Dienstleistungen zum Problem für die Anbieter werden. Die stetig zunehmende Angebotserweiterung und der Rückgang der Nachfrage aus o.g. Gründen wird zu einem zunehmend enger werdenden Markt für die Anbieter werden.

Neben den privaten Unternehmen ist auch die Kommune ein anbietender Akteur von Freizeitangeboten auf dem Freizeitmarkt. Die Angebote der Kommune liegen zumeist im Bereichen Sport, Bildung und Kultur.

Ein Großteil der auf dem kommerziellen Markt von den Kommunen bereitgestellten Angebote liegen im Anlagenbereich wie Schwimmbäder, Museen, und Theatern sowie Friedhöfen. Zum überwiegenden Teil arbeiten die betriebenen Anlagen stark defizitär. Die Bereitstellung von Kunst, Kultur und Freizeit für jede Bevölkerungsgruppe und weniger die marktwirtschaftlichen Erwägungen standen und stehen bis heute im Vordergrund der kommunalen Freizeitangebote.

Im nichtkommerziellen Bereich unterhalten die Kommunen zahlreiche Anlagen wie beispielsweise **Parks** (vgl. Kap. 6.2.7) und bieten häufig ihre Unterstützung verschiedenen Einrichtungen wie **Vereinen** (vgl. Kap. 5.3) an. Zahlreiche Subventionen und Zuschüsse hielten die Angebote über Jahre und Jahrzehnte – zwar mit teilweise erheblichen Qualitätsdefiziten – aufrecht.

Ob die aus der Mitte der 1960er Jahre entstandene Freizeitplanung, verbunden mit der Zielsetzung, für eine „flächendeckende Versorgung der Bevölkerung mit Freizeit und Sportgelegenheiten“<sup>255</sup> zu sorgen, bleibt angesichts desolater Finanzlagen abzuwarten.

- Besteht für Kommunen die Notwendigkeit, bisher kostenfreie Angebote zu kommerzialisieren um zumindest kostendeckend zu arbeiten?
- Wird die Kommune zukünftig in der Lage sein, die Subventionierung von Eintrittsgeldern weiterhin zu tragen?

---

255 Magdalena Kaiser, Freizeit und Stadtentwicklungsplanung, Osnabrücker Studien zur Geographie, Band 15, Osnabrück, 1994, S. 9.

So beschränkt sich der Handlungsspielraum der finanziell geschwächten Kommunen nach wie vor auf die dringende Notwendigkeit, für die Ansiedlung von Unternehmen zu sorgen, um finanzielle Einnahmen zu erwirtschaften. Die kommunale Wirtschaftspolitik ist ein Politikfeld zur Verbesserung von Rahmenbedingungen, zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit des Standortes und für die Ansiedlung und Entwicklung für die Zielgruppe der Unternehmer.<sup>256</sup> Von geringerer Bedeutung ist, ob es sich um Einrichtungen im Freizeitbereich oder sonstige Institutionen handelt.

Neben den „klassischen“ Standortfaktoren wie Verkehrsinfrastruktur sind die nicht direkt betriebsbezogenen Standortbedingungen wie z.B. das Image, das soziale und kulturelle Umfeld des Standortes im Blickpunkt der Investoren und somit von kommunaler Relevanz<sup>257</sup> (vgl. Kapitel 3.3 Standortfaktor). Subventionen in Form von finanziellen Mitteln sind seitens der Kommunen oftmals nicht möglich, andere Arten von Zuschüssen sind nicht ausgeschlossen. Vorstellbar sind wie im Fall der Color-Line-Arena in Hamburg, Beihilfen in Form von günstigen Grundstückspreisen, um neue Freizeitangebote anzulegen.

So werden bei einer positiven Standortentscheidung seitens des Investors beispielsweise notwendige Infrastrukturen staatlich finanziert und durch rechtlich-administrative Maßnahmen (Abschreibung von Freizeitzentren, Gewerbefreiheit) abgesichert.<sup>258</sup> Im Anschluss profitieren Bund, Länder und Kommunen durch neue Steuereinnahmen, sinkende Arbeitslosigkeit, steigende Kaufkraft und gesteigertem Angebot. So wird beispielsweise die Spielgerätewirtschaft neben dem vom Konsumenten einzufordernden gesetzlichen Mehrwertsteuer die sogenannte Vergnügungssteuer fällig.

#### Quellen:

Buddrus, Volker, Holger Grabbe, Wolfgang Nahstedt, Freizeit in der Kritik, Alternative Konzepte zur Freizeit- und Kulturpolitik, Sport, Arbeit, Gesellschaft, Band 13, Pahl-Rugenstein 1980

difu (Hrsg.), Eberling, Matthias, Dietrich Henckel, , Busso Grabow, Zukunft der Arbeit in der Stadt, Stuttgart u. a. 1999

Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft (DSSW) im Deutschen Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e. V. (Hrsg.), Franck, Jochen, Trends des innerstädtischen Freizeitmarktes, Berlin 2004

edition agrippa (Hrsg.), Stoffers, Manfred, Wirtschaftsfaktor Freizeit, Entwicklungen auf dem deutschen Freizeitmarkt, Köln

Kaiser, Magdalena, Freizeit und Stadtentwicklungsplanung, Osnabrücker Studien zur Geographie, Band 15, Osnabrück 1994

Kaspar, Claude, Claudia Frey, Freizeit, Mobilität und Tourismus aus sozioökonomischer Sicht, Bern 1993

Opaschowski, H. W., Freizeitökonomie: Marketing von Erlebniswelten, Opladen 1995

www.dia-Vorsorge.de, Zugriff 24.06.2005

---

256 nach difu (Hrsg.), Eberling, Matthias, Dietrich Henckel, Busso Grabow, Zukunft der Arbeit in der Stadt, Stuttgart u. a. 1999, S. 25.

257 Magdalena Kaiser, Freizeit und Stadtentwicklungsplanung, Osnabrücker Studien zur Geographie, Band 15, Osnabrück, 1994, S. 11.

258 Volker Buddrus, Holger Grabbe, Wolfgang Nahstedt, Freizeit in der Kritik, Alternative Konzepte zur Freizeit- und Kulturpolitik, Sport, Arbeit, Gesellschaft, Band 13, Herausgebergruppe „Freizeit“ Pahl-Rugenstein, 1980, S. 200.

## 3.2 Arbeitsmarktentwicklung

Ein Kennzeichen der Marktwirtschaft ist das Verhältnis von Angebot und Nachfrage von Gütern oder Dienstleistungen. Entsprechend trifft das für den Markt der Arbeit zu. Der Arbeitsmarkt ist notwendig, da die Herstellung von Erzeugnissen und die Verrichtung von Dienstleistungen ein Konglomerat von Qualifikation, Kompetenz, Organisation sowie materiellen- und finanziellen Mitteln beinhaltet.

Der komplette Produktionsablauf, beginnend mit der Beschaffung der nötigen Ressourcen, über die eigentliche Produktion bis hin zum Verkauf an den Endverbraucher, ist von Einzelpersonen kaum zu realisieren. Oft fehlt es den Einzelpersonen bereits an finanziellen Mitteln für die Produktionsmittel.

Die für den kompletten Produktionsablauf benötigten Arbeitskräfte bieten sich auf dem Arbeitsmarkt an. Dort verkaufen Menschen gegen Arbeitsentgelt ihre Arbeitskraft zur Verrichtung konkreter Tätigkeiten an Arbeitgeber, für die sie bestimmte Produkte oder Dienstleistungen herstellen.<sup>259</sup>

Der Arbeitsmarkt umfasst nicht die Allgemeinheit, sondern nur die erwerbsfähige Bevölkerung. Es wird innerhalb des Arbeitsmarktes zwischen Erwerbspersonen und sozialversicherungspflichtig Beschäftigten unterschieden. Zu den Erwerbspersonen zählen alle Menschen, die eine Arbeit ausüben oder suchen einschließlich der Selbständigen. Die Zahl der Erwerbstätigen betrug im Jahr 2001 36.816 Millionen. Menschen mit einem Arbeitsvertrag und mindestens 401 € monatlichen Bruttoarbeitseinkommen zählen zu den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten. Derzeit wird von knapp 27 Millionen sozialpflichtig beschäftigten Personen ausgegangen.<sup>260</sup>

Neben der gestiegenen Zahl an erwerbsfähiger Bevölkerung hat zudem der Strukturwandel vom Sekundären zum Tertiären Sektor Spuren auf dem Arbeitsmarkt hinterlassen. Von einem „ursprünglichen Nachfrageüberhang“<sup>261</sup>, hat sich seit Mitte der 1960er Jahre ein Überangebot an Arbeitskräften auf dem bundesdeutschen Arbeitsmarkt entwickelt, dessen Ungleichgewichtssituation mit einem „heutigen Angebotsüberhang auf dem Arbeitsmarkt von fast sieben Millionen Arbeitlosen“<sup>262</sup> seinen Höhepunkt erreicht hat.

Bedingt durch die ungebremsten Wachstumsraten hat der deutsche **Freizeitmarkt** (vgl. Kap. 3.1) der letzten drei Jahrzehnte zunehmend an Bedeutung gewonnen. Neben den stetig gestiegenen Umsatzzahlen werden die positiven Auswirkungen (vgl. Kap. 7.5 ökonomische Auswirkungen) auch im Bereich des Arbeitsmarktes deutlich. Zu den zahlreich neu entstandenen Arbeitsplätzen im direkten Freizeitbereich, konnten gleichzeitig die mit der Freizeit verbundenen Branchen von der positiven wirtschaftlichen Entwicklung partizipieren (Multiplikatoreffekt) und ggf. Arbeitsplätze sichern bzw. schaffen.

So profitieren neben den eigentlichen Freizeitberufen wie Animator und Reiseleiter ect., ebenso wie in anderen Branchen, beratende, vermittelnde, betreuende und anleitende Berufe sowie weitere zahlreiche Freizeitdienstleistungsberufe und Freizeitanbieter (vgl. Kap. 3.5) von den gestiegenen Ausgaben der privaten Haushalte (vgl. Kap. 3.1 Freizeitmarkt).

Die gestiegene Zahl an Beschäftigungsverhältnissen zeigt ferner, dass die Arbeitgeber der Freizeitindustrie seit den letzten Jahrzehnten erheblich an Bedeutung gewonnen haben. So stieg die Anzahl Voll-, Teilzeit

---

259 [www.wikipedia.org/wiki/Arbeitsmarkt](http://www.wikipedia.org/wiki/Arbeitsmarkt), Zugriff 10.06.2005.

260 [www.ilexikon.com/Arbeitsmarkt.html](http://www.ilexikon.com/Arbeitsmarkt.html), Zugriff 10.06.2005.

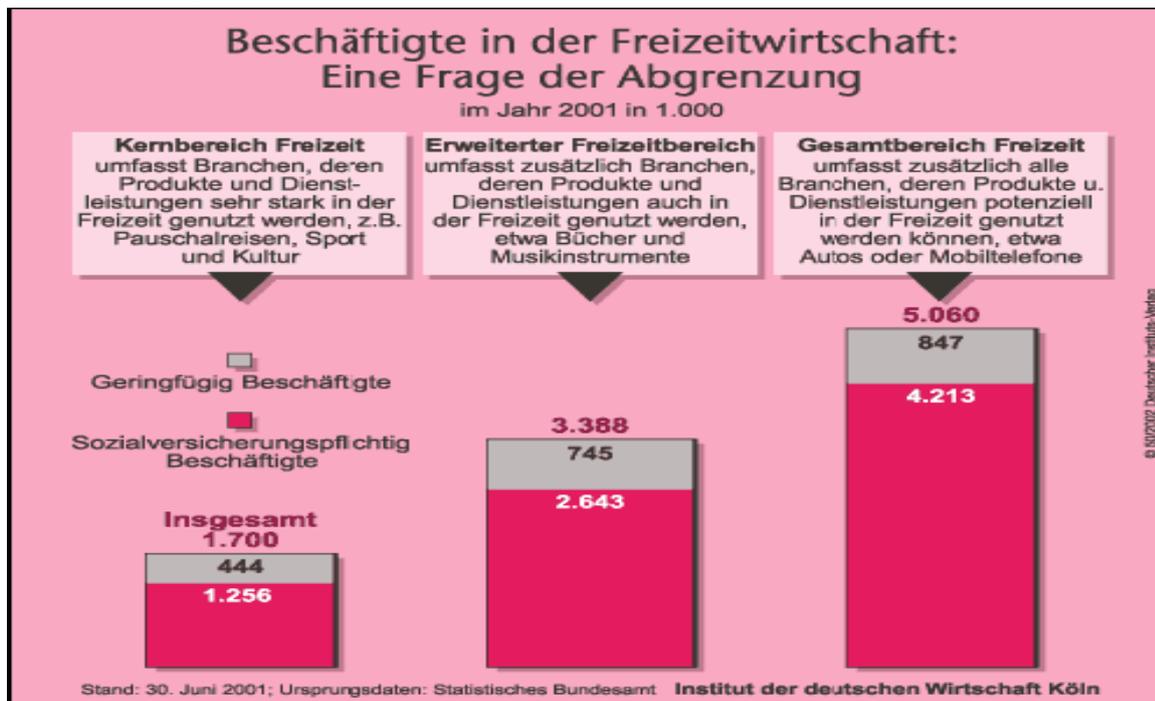
261 nach difu (Hrsg.), Dietrich Henckel, Matthias Eberling, Busso Grabow, Zukunft der Arbeit in der Stadt, Stuttgart u.a. 1999, S. 51.

262 nach difu (Hrsg.), Dietrich Henckel, Matthias Eberling, Busso Grabow, Zukunft der Arbeit in der Stadt, Stuttgart u.a. 1999, S. 51.

und geringfügig Beschäftigter des Freizeitsektors von 3.900.000 im Jahr 1982 auf 6.942.000 im Jahr 2000.<sup>263</sup>

Die nachstehende Grafik des Institut der deutschen Wirtschaft stellt die Anzahl der Beschäftigten der Freizeitwirtschaft unterteilt in Kern, Erweiterter und Gesamtbereich Freizeit für das Jahr 2001 dar. Die Darstellung weist im Vergleich zur Deutschen Gesellschaft für Freizeit differenzierte Werte aus und kommt auf Beschäftigtenzahlen von rund fünf Millionen im Gesamtbereich Freizeit.<sup>264</sup>

Abb. 23: Beschäftigte in der Freizeitwirtschaft



Quelle: Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft (DSSW) im Deutschen Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e. V. (Hrsg.), Franck, Jochen, Trends des innerstädtischen Freizeitmarktes, Berlin, 2004, S. 13.

Im Vergleich zur Beschäftigtenstruktur der Gesamtwirtschaft, weist die Freizeitbranche eine Divergenz aus. So liegt der Anteil ausländischer Beschäftigter mit 17 % mehr als doppelt so hoch wie in der Gesamtwirtschaft. Fast 60 % der Beschäftigten und damit 15 % höher als in der Gesamtwirtschaft ist der Frauenanteil im Freizeitbereich. Von denen im Freizeitbereich beschäftigten Mitarbeiter können weniger als die Hälfte eine abgeschlossene Berufsausbildung vorweisen, das sind 20 % mehr als in der Gesamtwirtschaft.<sup>265</sup>

Der Grund könnte darin liegen, dass die oft geforderten hohen Qualifikationsanforderungen, für viele Bereiche der Dienstleistungs- und Wissensbranchen, in einigen Teilen der Freizeitindustrie nicht erforderlich sind, das heißt die Freizeitindustrie bietet praktisch Einfacharbeitsplätze.

<sup>263</sup> Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft (DSSW) im Deutschen Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e. V. (Hrsg.), Franck, Jochen, Trends des innerstädtischen Freizeitmarktes, Berlin, 2004, S. 14.

<sup>264</sup> Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft (DSSW) im Deutschen Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e. V. (Hrsg.), Franck, Jochen, Trends des innerstädtischen Freizeitmarktes, Berlin, 2004, S. 15.

<sup>265</sup> Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft (DSSW) im Deutschen Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e. V. (Hrsg.), Franck, Jochen, Trends des innerstädtischen Freizeitmarktes, Berlin, 2004, S. 15.

Darin besteht für die Zukunft die Möglichkeit, die „Niedrig oder Geringqualifizierten“, diejenigen mit Fehlen eines formalen berufsqualifizierenden Abschluss, in den ersten Arbeitsmarkt zu integrieren. Das würde ca. eine Million Erwerbsfähige im Alter von 25 bis 64 Jahren betreffen<sup>266</sup>.

Möglich ist aber auch, dass viele Einfacharbeitsplätze in Abhängigkeit von der generellen Arbeitsmarktlage von Qualifizierten besetzt werden, die dann für Arbeitnehmer und Arbeitnehmerinnen ohne Berufsqualifikation verschlossen bleiben.<sup>267</sup>

Die Freizeitwirtschaft ist ein erheblicher Ausbildungsfaktor. Im Jahr 2001 lernte jeder zehnte Auszubildende seinen künftigen Beruf in einem freizeitnahen Gewerbe. Des Weiteren ist der Anteil der geringfügig Beschäftigten im Freizeitbereich vergleichsweise hoch.<sup>268</sup>

Wie derzeit vielfach praktiziert, wird es zunehmend „eine abgegrenzte Stammebelegschaft und in eine Randbelegschaft“, die „je nach Konjunktur- und Auftragslage ergänzt oder reduziert“ geben. Eine Arbeit auf Abruf, die sich zwangsläufig in veränderter Entlohnung niederschlagen wird.<sup>269</sup> So beispielsweise praktiziert im Disneyland. Zudem sind oft auch zunehmend schlechtere Arbeitsbedingungen feststellbar (vgl. Kap. 2.2.2 Flexibilisierung).

Für die Familienplanung und den -zusammenhalt wirken sich die Arbeitszeiten der Beschäftigten der Freizeitindustrie nachteilig aus. Gehen sie zumeist ihrer Beschäftigung nach, wenn der andere Teil der Bevölkerung Freizeit hat.

Zudem wird, ähnlich anderen Branchen der Industrie und Dienstleistung, die zunehmende Spezialisierung und Konzentration von Unternehmen auf die Kernkompetenz (outsourcing) auch in der Freizeitindustrie zunehmen. Die Bildung neuer Organisationsformen helfen bestimmte Prozesse zu optimieren und führen zu Kosteneinsparungen.<sup>270</sup> Als ein Beispiel ist die Color-Line-Arena in Hamburg zu nennen. Lediglich 14 Mitarbeiter arbeiten direkt für den Betreiber der Veranstaltungshalle, deren maximale Zuschauerkapazität bei 17.500 liegt. Alle zum Betrieb erforderlichen Dienstleistungen wie Restaurantbetrieb und Sicherheit werden von Fremdfirmen getätigt.

Die Freizeitbranche ist wie jeder wirtschaftliche Bereich dem Angebot und der Nachfrage unterworfen. Beschäftigungsrückgänge sind oftmals die Folge von Umsatzrückgängen oder die mit Technik und Organisationskonzepten zusammenhängenden Rationalisierungspotentiale wie bei Banken und Versicherungen<sup>271</sup>. Im Vergleich zu den Dienstleistungsbereichen außerhalb des Freizeitbereiches und im industriellen Sektor, sind diese im überwiegenden Teil des Freizeitbereiches vorerst nicht zu erwarten. Einzig der konventionelle Einzelhandel hat personelle Einsparpotentiale und ist zudem durch den zunehmenden Internethandel in starke wirtschaftliche Bedrängnis gekommen.

Der Einfluss der Kommunen auf den Arbeitsmarkt ist äußerst begrenzt. Es ist ihnen nicht möglich, die Ursachen der Arbeitslosigkeit weder entscheidend zu beeinflussen noch zu ändern. Am allerwenigsten sind sie in der Lage, die Arbeitslosigkeit abzubauen.<sup>272</sup> Das Engagement der Kommune hinsichtlich der

266 Deutscher Bundestag (Hrsg.), Schlussbericht der Enquete-Kommission, Globalisierung der Weltwirtschaft, Opladen, 2002, S. 214ff.

267 Deutscher Bundestag (Hrsg.), Schlussbericht der Enquete-Kommission, Globalisierung der Weltwirtschaft, Opladen, 2002, S. 219.

268 Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft (DSSW) im Deutschen Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e. V. (Hrsg.), Franck, Jochen, Trends des innerstädtischen Freizeitmarktes, Berlin, 2004, S. 15.

269 nach difu (Hrsg.), Dietrich Henckel, Matthias Eberling, Busso Grabow, Zukunft der Arbeit in der Stadt, Stuttgart u. a. 1999, S. 19.

270 [www.ilexikon.com/Arbeitsmarkt.html](http://www.ilexikon.com/Arbeitsmarkt.html), Zugriff 10.06.2005.

271 nach difu (Hrsg.), Dietrich Henckel, Matthias Eberling, Busso Grabow, Zukunft der Arbeit in der Stadt, Stuttgart u. a. 1999, S. 125.

272 nach difu (Hrsg.), Dietrich Henckel, Matthias Eberling, Busso Grabow, Zukunft der Arbeit in der Stadt, Stuttgart u. a. 1999, S. 24.

Arbeitsmarktpolitik liegt im gesamtwirtschaftlichen Bereich und ist daher für den Freizeitsektor nicht explizit nachweisbar.

In Anbetracht der allgemein angeschlagenen Haushaltslage der Kommunen sind dennoch negative Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt zu vermuten. Galt die Kommune gemeinhin oftmals als großer Investor einer Region, fehlen diese finanziellen Mittel heute fast vollständig. Diese Reduzierung der Mittel bekommen u.a. die kommunalen Grünflächenämter zu spüren. Neben dem Verfall städtischer Grünanlagen äußern sich diese Einsparmaßnahmen zum Beispiel in fehlenden Aufträgen für private Planungsbüros. In letzter Konsequenz mit Stellenstreichungen der Privatwirtschaft und zusätzlichen Arbeitslosen auf dem Arbeitsmarkt.

Die Entwicklung des Arbeitsmarktes in der Freizeitbranche ist mit diversen Dienstleistungsangeboten aus Tourismus und Gastgewerbe aber auch in Freizeitgüter-Angeboten wie Telekommunikation usw. ebenso wie andere wirtschaftliche Branchen abhängig vom Wachstum des jeweiligen Unternehmens. Nur durch gestiegene Einnahmen aus erhöhter Nachfrage oder gestiegenen Preisen werden Arbeitsplätze von den Unternehmen bereitgestellt.

Zwar weist „Deutschland nach Dänemark die zweitniedrigste Armutsquote in der EU auf“<sup>273</sup>, allerdings ist ein Anstieg der Armutsgrenze im Jahr 2003 um 12 % gegenüber dem Vorjahr zu verzeichnen und bewirkt u.a., dass immer mehr Familien die Miete nicht bezahlen können<sup>274</sup>. So bleibt bei gleichbleibender Tendenz die Frage offen, wie wachsende Armut für zusätzliche Nachfrage nach Freizeitgütern und Dienstleistungen sorgen soll oder wird das Angebot ausschließlich der „betuchten“ Bevölkerung vorbehalten sein.

#### Quellen:

Deutscher Bundestag (Hrsg.), Schlussbericht der Enquete-Kommission, Globalisierung der Weltwirtschaft, Opladen 2002

Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft (DSSW) im Deutschen Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e. V. (Hrsg.), Franck, Jochen, Trends des innerstädtischen Freizeitmarktes, Berlin 2004

difu (Hrsg.), Eberling, Matthias, Dietrich Henckel, , Busso Grabow, Zukunft der Arbeit in der Stadt, Stuttgart u. a. 1999

Opaschowski, H. W., , Deutschland 2020, Wie wir morgen leben – Prognosen der Wissenschaft, Wiesbaden 2004

[www.illexikon.com](http://www.illexikon.com), Zugriff 10.06.2005

[www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org), Zugriff 10.06.2005

---

273 Horst W. Opaschowski, Deutschland 2020, Wie wir morgen leben – Prognosen der Wissenschaft, Wiesbaden, 2004, S. 69.

274 Horst W. Opaschowski, Deutschland 2020, Wie wir morgen leben – Prognosen der Wissenschaft, Wiesbaden, 2004, S. 43.

### 3.3 Standortfaktor – Innenwirkung

Die Innenwirkung von Standortfaktoren bezieht sich im Freizeitmarkt auf Freizeiteinrichtungen, die für den lokalen Markt vorhanden sind. Der Fokus der Einrichtung liegt vordergründig auf der Nutzung durch die ansässige Bevölkerung, wobei der Einzugsradius je nach Einrichtung und Größe der Stadt/Kommune unterschiedlich sein kann. Neben den alltäglich benutzbaren Freizeiteinrichtungen (vgl. Kap. 6.2 Angebotstypen), wie zum Beispiel Spielplätze oder Parks (vgl. Kap. 6.2.7) gehören auch die speziellen Einrichtungen dazu, die nicht auf die Benutzung externer Nutzer angewiesen sind, zum Beispiel Bowlingbahnen oder Billardsalons. Das heißt alle Einrichtungen des Freizeitmarktes, die vordergründig gebaut werden um Aktivitäten von Touristen zu bedienen, besitzen nicht den Aspekt der Innenwirkung. Die Möglichkeit besteht, dass Anlagen mit dem Ziel der **Innenwirkung** errichtet werden, sich aber entsprechend gut entwickeln und auch externe Nutzer anziehen. Bei einigen zoologischen Anlagen ist dies der Fall.

Es ist eine Ausgeglichenheit zwischen Freizeiteinrichtungen mit Innen- und Außenwirkung anzustreben. Bei einem Übermaß an Einrichtungen mit **Außenwirkung** besteht die Möglichkeit, dass die Stadt/Kommune ihre Identität verliert. Anders ausgedrückt, ist es schwieriger die lokale Bevölkerung zu versorgen, als neue Einwohner zu gewinnen. Natürlich ist es für eine Kommune wichtig, Investoren zu gewinnen und damit neue finanzielle Mittel frei zu erhalten (vgl. Kap. 3.4 Standortfaktor – Außenwirkung), aber langfristig wird der lokale Markt die nötige finanzielle Stabilität bringen.

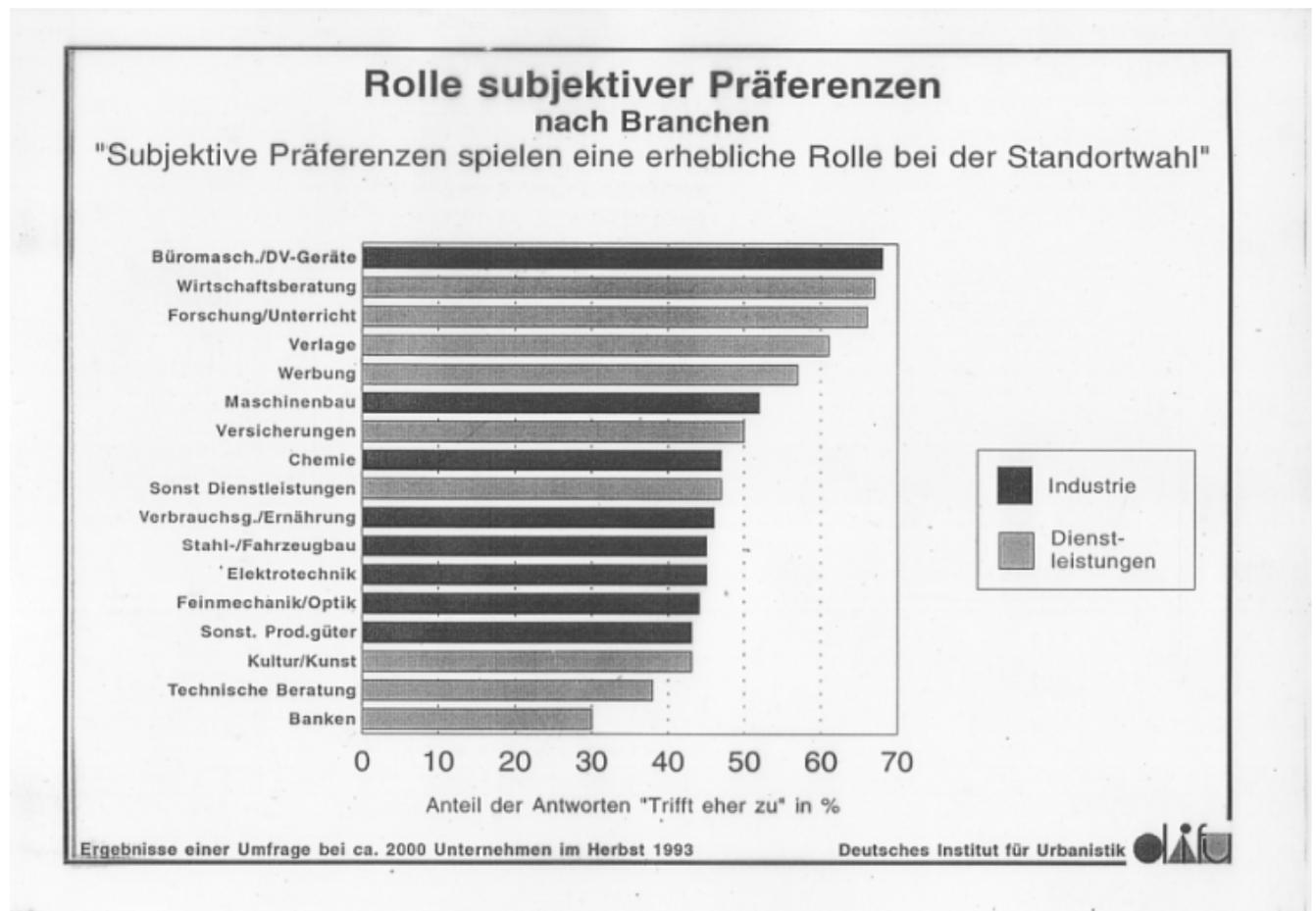
Ein anderer wichtiger Aspekt ist, dass der Mangel bestimmter Freizeiteinrichtungen auch zu einem **Push-Faktor** (vgl. Kap. 3.4 Außenwirkung) werden kann. Beispielsweise präferieren junge Eltern Parks und Spielplätze in der unmittelbaren Umgebung des Wohnortes. Sind diese Einrichtungen nicht zu finden, ist dies oft ein Entscheidungsgrund für einen Umzug in ein besser ausgestattetes Wohnumfeld. Somit zählen diese Freizeiteinrichtungen zu den Qualitätsmerkmalen des Wohnumfeldes und sind unmittelbar mit der Wohnung verknüpft. Überspitzt dargestellt ist somit jeder Mieter ein „kleiner“ Investor, der auch auf ganz bestimmte Standortfaktoren achtet, wenn er sich mit der Suche nach einer neuen Wohnung beschäftigt. Auch der Mieter unterscheidet zwischen harten Faktoren, wie Miete oder Zustand des Hauses, und weichen Faktoren, wie Wohnumfeld oder Störfaktoren (z.B. Lärm).

Ein anderer wichtiger Aspekt ist die Wirkung auf Investoren und Unternehmen, die einen neuen Standort suchen. Bei der Standortwahl dominieren die **harten Standortfaktoren** wie Boden oder Arbeitskräfte zwar deutlich, aber es wird verstärkt auch auf weiche Faktoren Wert gelegt. Insbesondere wenn es sich um personenbezogene **weiche Standortfaktoren** handelt, beachten Unternehmen Bezugsgrößen wie Kulturangebot, Freizeitmöglichkeiten oder Landschafts- und Stadtqualitäten. Das bedeutet, dass es Unternehmen gibt, die ihre Suche an den Lebensbedingungen ihrer zukünftigen Mitarbeiter orientieren (mit der Außenwirkung als Standortfaktor von Freizeiteinrichtungen beschäftigt sich Kap. 3.4 ausführlicher). Nach einer Studie des Deutschen Instituts für Urbanistik (DIfU) aus dem Jahr 1993 achten Dienstleistungsunternehmen mehr auf weiche Faktoren als die klassischen produzierenden Gewerbe<sup>275</sup>. Als Vermutung könnte daraus geschlossen werden, dass die weichen Standortfaktoren bei der voranschreitenden Tertiärisierung der Gesellschaft immer wichtiger werden. Die folgende Grafik versucht dies anhand der Rolle subjektiver Präferenzen bei der Standortentscheidung zu verdeutlichen. Der Großteil der Unternehmen, bei denen es eher zutrifft, dass subjektive Präferenzen bei der Standortwahl eine erhebliche Rolle gespielt haben, sind Dienstleistungsunternehmen.

---

275 vgl. Grabow, Weiche Standortfaktoren, Berlin 1995, S. 276.

Abb. 25: Rolle subjektiver Präferenzen bei Standortentscheidungen



Quelle: Grabow, Weiche Standortfaktoren, Berlin, 1995, S. 276

In einer Umfrage des DIfU von 1995 bezeichneten Unternehmen die weichen Standortfaktoren bei einer Standortentscheidung als das „Zünglein an der Waage“.<sup>276</sup>

Die kommunale Relevanz spielt bei Freizeiteinrichtungen mit Innenwirkung eine wesentlich größere Rolle als bei Einrichtungen mit Außenwirkung. Besonders bei Einrichtungen des täglichen Bedarfs und kulturellen Einrichtungen steht die Kommune als Akteur im Vordergrund. Das hat zum einen mit der Fürsorge und zum anderen mit dem gemeinnützigen Charakter solcher Einrichtungen zu tun. Jedem sollte bewusst sein, dass der Großteil kommunaler Spielplätze keine Gewinne erzielen kann, daher wird eine solche Anlage immer von kommunalen Trägern oder der Kommune selbst errichtet und verwaltet. Andererseits existieren Anlagen privater Unternehmen, welche nicht defizitär arbeiten, für die allerdings Eintritt verlangt wird. Wohnungsunternehmen treten im verstärkten Maße als Bauherren von wohnortnahen Spielplätzen auf, die sie auch pflegen und verwalten. Aufgrund der zunehmenden Probleme der finanziellen Situation der Kommunen, ist es unbedingt notwendig sich näher mit dem Thema der Freizeitplanung auseinanderzusetzen. Es ist zu erwarten, dass Kommunen bei ihren Ausgaben den Freizeitsektor betreffend zuerst einsparen werden, wodurch die flächendeckende Versorgung mit kommunalen Freizeitangeboten leiden wird. Was Einrichtungen, wie öffentliche Parks, Friedhöfe oder Spielplätze anbelangt, ist es wichtig sich die soziale Verantwortung von Kommunen vor Augen zu halten (vgl. Kap. 3.1 Freizeitmarkt).

<sup>276</sup> vgl. Grabow, Bedeutung weicher Standortfaktoren in ausgewählten Städten, Fallstudien zum Projekt „Weiche Standortfaktoren“, 1995, S. 63.

Das heißt, dass es diese Einrichtungen geben muss, dass allerdings nur ein verschwindend geringer Anteil von privaten Investoren übernommen wird, da sie keine Gewinne erzielen.

Ein weiteres Thema, mit dem sich die Stadt/Kommune befassen muss, ist die **soziale Segregation**. Besonders die Errichtung von Anlagen für Kinder als Nutzer, die von finanziell schwachen Gruppen und von der mittleren und der oberen Schicht gleichermaßen akzeptiert werden, ist problematisch. Eine der schwierigsten Aufgaben, mit der sich Städte/Kommunen zukünftig beschäftigen müssten, sind Einrichtungen zu erschaffen, welche eine Akzeptanz in der breiten Öffentlichkeit finden. Möglichkeiten bestehen darin, Freizeiteinrichtungen zu errichten, die eine sehr geringe Gebühr kosten würden, die aber ausreicht um die Anlagen in einem guten Zustand zu halten und „Randalierer“ davon abhält die Anlage zu beschädigen.<sup>277</sup>

Zusammenfassend wird die Notwendigkeit der wohnortnahen Freizeiteinrichtungen deutlich. Die Beseitigung oder Einsparung dieser Einrichtungen zieht weite Kreise und hat teilweise schwere Folgen für das soziale Zusammenleben innerhalb der unterschiedlichen betroffenen Wohngefüge (vgl. Kap. 7.4 soziale Auswirkungen). Daher ist es unbedingt notwendig nicht nur die Kosten solcher Einrichtungen zu betrachten, sondern auch die gesellschaftliche Bedeutung.

#### Quellen:

Grabow, Busso, Weiche Standortfaktoren, Berlin 1995

Grabow, Busso, Bedeutung weicher Standortfaktoren in ausgewählten Städten, Fallstudien zum Projekt „Weiche Standortfaktoren“, Berlin 1995

### 3.4 Standortfaktor – Außenwirkung

Um den besten Standort für eine Neuansiedlung zu finden, vergleichen Unternehmen die Standortfaktoren (vgl. Kap. 3.3) verschiedener Städte/Kommunen. Dabei fungieren sowohl harte als auch weiche Standortfaktoren als Instrumente. Während Standortfaktoren mit Außenwirkung darauf abzielen neue Bewohner und Unternehmen (Investoren) anzulocken, zielen Standortfaktoren mit Innenwirkung darauf ab die lokale Bevölkerung mit den alltäglichen Einrichtungen zu versorgen. Betrachtet werden im folgenden vordergründig Standortmerkmale mit Außenwirkung, das heißt Faktoren, welche einen Standort nach außen reflektieren. Für Unternehmen ist es beispielsweise interessant zu beobachten, welchen Bildungsstand die Bevölkerung inne hat, welche Branchen sich bereits an dem Standort befinden oder welches Image die Region besitzt.

Die **harten Standortfaktoren**, also die messbaren und unmittelbar auf den Produktionsprozess Einfluss nehmenden Faktoren, spielen eine größere Rolle bei der Standortwahl, als die weichen, eher personenbezogenen und subjektiv empfundenen, Faktoren.

**Weiche Standortfaktoren** werden nur zu 28 % bei den Standortentscheidungen gewichtet, wobei nur 9 % auf die weichen, personenbezogenen Faktoren entfallen. Dies sind Faktoren, die persönliche Präferenzen von Arbeitgebern und Arbeitnehmern in Bezug auf ihren Arbeits- und Wohnort widerspiegeln.<sup>278</sup>

---

<sup>277</sup> Gespräch mit Herrn Baumgarten vom 07.06.05

<sup>278</sup> vgl. Grabow, Weiche Standortfaktoren, Berlin 1995, S. 221.

Wenn also von Freizeiteinrichtungen als Standortfaktor mit Außenwirkung die Rede ist, handelt es sich in erster Linie um Kultureinrichtungen. In zweiter Linie können auch das Landschaftsbild prägende Merkmale oder naturräumliche Gegebenheiten eine Rolle spielen.

Andererseits können auch die Wohnumfeldeinrichtungen hinzugezogen werden, da sie Einfluss auf die Wohnqualität und somit indirekten Einfluss auf das Arbeitsklima nehmen. Demnach sind die, hier weiterhin betrachteten, weichen Standortfaktoren grundlegend für den subjektiven Einfluss bei Standortentscheidungen. Es sind genau die Faktoren, die erklären sollen, warum Standortentscheidungen wider Erwarten anders ausfallen, als angenommen.<sup>279</sup>

Im Jahr 2003 wurde von mehreren Institutionen eine Umfrage in 25 Städten Deutschlands durchgeführt. Befragt wurden Unternehmen mit bis zu 500 Mitarbeitern, wobei pro Stadt mindestens 100 Unternehmen verwertbare Antworten gegeben haben. Unter anderem wurde die Bedeutung unterschiedlicher Faktoren für die Standortentscheidung abgefragt. Das Ergebnis ähnelte den oben genannten Zahlen und bestätigte die Annahme, dass harte Faktoren überwiegen. Unter den fünf wichtigsten Nennungen war nur ein weicher Standortfaktor und das war die wirtschaftsfreundliche Stadtverwaltung. Erst an zehnter Stelle wurde die Lebensqualität am Standort erwähnt und an elfter Stelle, dass es sich um eine lebendige und kreative Stadt handelt. Diese Statistik bekräftigt die Aussage, dass weiche Standortfaktoren bei der Standortwahl keine Schlüsselrolle spielen und insbesondere der Sektor der Freizeit keine tiefer gehende Berücksichtigung erfährt.

„Weiche Standortfaktoren sind eher **Pull- als Push- Faktoren**<sup>280</sup>: Sie spielen als anziehende Faktoren eine wesentlich größere Rolle denn als „treibende“ Faktoren für eine Standortaufgabe oder Standort schrumpfung.“<sup>281</sup> Anders gesagt, ist das Fehlen einer bestimmten Wohnqualität oder eines Kulturangebots an einem bereits bestehenden Standort nicht so entscheidend, wie bei der Gründung eines neuen Standorts.

Die Standortwahl eines Unternehmens kann in drei Phasen unterschieden werden, in denen die weichen Standortfaktoren jeweils differenzierte Rollen spielen. Bei der Vorauswahl bestimmter Standorte können die weichen Faktoren eine übergeordnete Stellung einnehmen. In dieser Phase spielen Bilder und Vorstellungen, beispielsweise das Image, das Landschaftsbild und naturräumliche Gegebenheiten einer Region, eine wichtige Rolle. In der zweiten Phase, in der Standortalternativen bewertet werden, zählen eher Zahlen und Fakten, somit eher die harten Standortfaktoren. Während der Letzten, der so genannten Entscheidungsphase, ist es möglich, dass „weiche Faktoren - ausgedrückt durch subjektive Präferenzen - wieder stärker ins Gewicht fallen“<sup>282</sup>. Somit wird die Entscheidung eher für den einen Standort gefällt, als für einen anderen. Andererseits können die harten Faktoren auch überwiegen und die Weichen ihre geringe Stellung behalten.<sup>283</sup> Im folgenden wird dieser Prozess in einer Grafik verdeutlicht.

---

279 vgl. Godau, Bedeutung weicher Standortfaktoren bei Auslandsinvestitionen mit besonderer Berücksichtigung des Fallbeispiels Thailand, Frankfurt am Main 2001, S. 33.

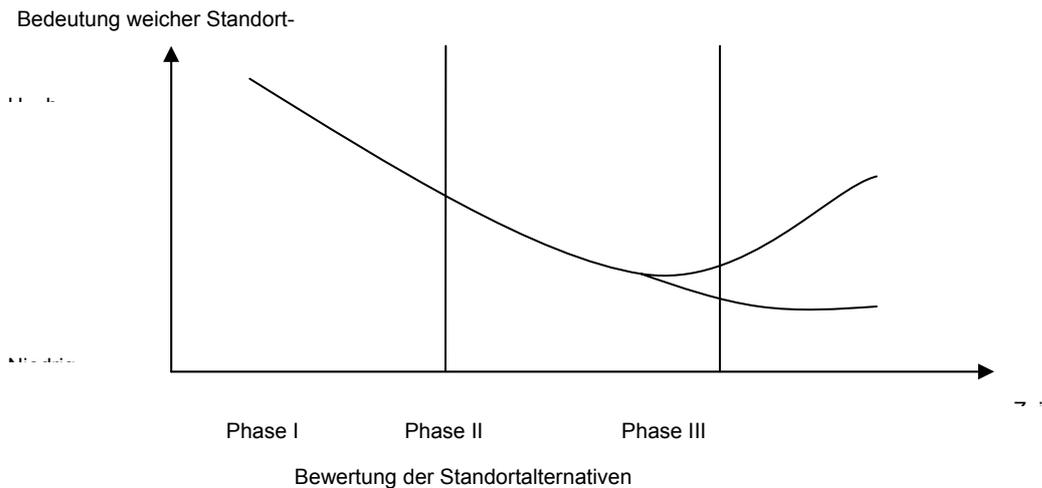
280 Pull-Faktoren (pull = ziehen) sind Faktoren, welche ein Unternehmen zu einem ganz bestimmten Ort ziehen. Beispielsweise ist an einem anderen Ort die Miete günstiger, aber alle anderen Faktoren ähneln dem aktuellem Standort. Dann wird das Unternehmen vom aktuellen Standort weggezogen. Anders ist es bei Push-Faktoren (push = drücken). Wenn der aktuelle Standort nicht mehr ausreicht, z.B. nicht die Erweiterungsfläche bietet, die ein Unternehmen benötigt, wird das Unternehmen von dem Standort weggedrückt.

281 Grabow, Bedeutung weicher Standortfaktoren in ausgewählten Städten, Fallstudien zum Projekt „Weiche Standortfaktoren“, Berlin 1995, S.18f.

282 Godau, Bedeutung weicher Standortfaktoren bei Auslandsinvestitionen mit besonderer Berücksichtigung des Fallbeispiels Thailand, Frankfurt am Main 2001, S. 39.

283 vgl. Godau, Bedeutung weicher Standortfaktoren bei Auslandsinvestitionen mit besonderer Berücksichtigung des Fallbeispiels Thailand, Frankfurt am Main 2001, S. 39f.

Abb. 25: Bedeutung weicher Standortfaktoren in unterschiedlichen Phasen



Quelle: eigene Darstellung nach Grabow, Weiche Standortfaktoren, Berlin 1995, S. 148

Für die Kommunen spielt dieses Hintergrundwissen in dem Sinne eine Rolle, als dass sie ganz im Speziellen wissen, wo sie in diesem Entscheidungsprozess Einfluss nehmen können. In vorangestellter Grafik ist gut zu erkennen, dass der größte Einfluss weicher Standortfaktoren in der ersten Phase stattfindet. Somit ist das Image der Kommune ein wichtiger Einflussfaktor. Dazu gehört auch der erste Eindruck, während eines Besuchs, aber auch der Internetauftritt der Kommune ist mit inbegriffen. Auf den Freizeitfaktor bezogen, spielt das Kulturangebot die größte Rolle. In einer Studie des Deutschen Institut für Urbanistik (DIfU) aus dem Jahr 1995 über die Bedeutung weicher Standortfaktoren, wird die Kultur von den befragten Unternehmern mit einem „optionalen Charakter“ beschrieben. „Das heißt, dass ein Standort zumindest die Option für die Nutzung anspruchsvoller Kulturveranstaltungen oder –einrichtungen bieten sollte, auch wenn diese Optionen vielfach gar nicht in Anspruch genommen werden.“<sup>284</sup> Insgesamt wird der Kulturwert einer Stadt/Kommune bei der Standortwahl als nachrangig betrachtet. Allerdings wird dem Faktor mehr Bedeutung beigemessen, umso größer das Angebot ist. „Auf die Dauer führt das dazu, dass Unternehmen in Städten mit einem guten Kulturangebot im Durchschnitt dieses auch für wichtiger halten.“<sup>285</sup> Dabei muss der Unterschied zwischen Freizeiteinrichtungen mit Außenwirkung und mit Innenwirkung (vgl. Kap. 3.3) klar unterschieden werden, was nicht immer einfach erscheint.

Insgesamt kann festgestellt werden, dass bei der Standortwahl die harten Standortfaktoren stark überwiegen. Allerdings besteht immer häufiger die Chance für Kommunen, Defizite auf Seiten der harten Faktoren mit einem guten Imagekonzept und abwechslungsreichem Kulturangebot zu kompensieren. Besonders im Bereich der Dienstleistungsunternehmen nehmen weiche Standortfaktoren im Vergleich zu den Harten eine höhere Stellung ein, da sie von den harten Faktoren etwas unabhängiger sind als das produzierende Gewerbe.

<sup>284</sup> Grabow, Bedeutung weicher Standortfaktoren in ausgewählten Städten, Fallstudien zum Projekt „Weiche Standortfaktoren“, Berlin 1995, S. 33.

<sup>285</sup> Grabow, Bedeutung weicher Standortfaktoren in ausgewählten Städten, Fallstudien zum Projekt „Weiche Standortfaktoren“, Berlin 1995, S. 62.

## Quellen:

Grabow, Busso, Bedeutung weicher Standortfaktoren in ausgewählten Städten, Fallstudien zum Projekt „Weiche Standortfaktoren“, Berlin 1995

Godau, Martin, Bedeutung weicher Standortfaktoren bei Auslandsinvestitionen mit besonderer Berücksichtigung des Fallbeispiels Thailand, Frankfurt am Main 2001

## 3.5 Anbieter von Freizeit

Anbieter lassen sich derzeit am besten so beschreiben:

„Nimm 3 zahle 2!“,

„Geiz ist geil“,

„Nimm drei Schuhe, bekommst du das günstigste Paar umsonst!“

„Kinder unter 3 bezahlen nichts!“.

Unter dem Begriff **Angebot** sind die auf dem Markt zur Verfügung stehenden Waren und Dienstleistungen zu verstehen. Neben Sonderangeboten mit den zeitlich begrenzt zum Verkauf gestellten Waren und Dienstleistungen (o.g.) gibt es weiterhin Kostenvoranschläge, eine auf den Interessenten zugeschnittene Zusammenstellung von Waren, Dienstleistungen und Preisen. Am häufigsten ist mit dem Begriff Angebot, die Gesamtheit aller in einem bestimmten Markt zum Verkauf stehenden Waren oder Dienstleistungen gemeint. Dem Angebot in diesem Sinne steht die Nachfrage gegenüber.<sup>286</sup>

Innerhalb des Marktes der Freizeitanbieter kann in kommerzielle und nichtkommerzielle Anbieter von Produkten, Gütern oder Dienstleistungen unterschieden werden.

Die von den kommerziell operierenden Unternehmen angebotenen Güter sind entweder unmittelbar auf den Freizeitmarkt zugeschnitten oder multifunktionell angelegt und können daher sowohl Erwerbs- als auch Freizeit Zwecken dienen<sup>287</sup>. Fungieren Fernseher zumeist den privaten Haushalten ausschließlich dem Freizeitvergnügen, können Computer indessen ein breites Spektrum von Unterhaltungsspielen und weiterer Freizeitnutzung bis hin zur professionellen und gewerblichen Nutzung anbieten.

Zu den nichtkommerziellen Anbietern zählen vornehmlich Einrichtungen oder Organisationen, die vollständig subventioniert und durch die öffentliche Hand kontrolliert sind. Sporteinrichtungen, Theater, Museen, Parks (vgl. Kap. 6.2.7) und Jugendeinrichtungen sind Beispiele hierfür. Ferner können neben Vereinen (vgl. Kap. 5.3) auch Wirtschaftsunternehmen zu den nichtkommerziellen Anbietern gehören, vorausgesetzt, diese stellen den Mitarbeitern beispielsweise Freizeitanlagen, Bildungs- oder Sportangebote oder ähnliches kostenfrei zur Verfügung.<sup>288</sup>

---

<sup>286</sup> [www.wikipedia.org/wiki/Anbieter](http://www.wikipedia.org/wiki/Anbieter), Zugriff 30.06.2005.

<sup>287</sup> edition agrippa (Hrsg.), Stoffers, Manfred, Wirtschaftsfaktor Freizeit, Entwicklungen auf dem deutschen Freizeitmarkt, S. 12.

<sup>288</sup> edition agrippa (Hrsg.), Stoffers, Manfred, Wirtschaftsfaktor Freizeit, Entwicklungen auf dem deutschen Freizeitmarkt, S. 12.

Das Verhalten der **Verbraucher** hat sich in den letzten 60 Jahren grundlegend gewandelt. Gegen Ende der 1940er Jahre mussten noch  $\frac{3}{4}$  des Einkommens für Essen und Kleidung aufgebracht werden. Nach dieser Zeit der materiellen Entbehrungen, begann in den 1960er Jahren die erste große Konsumwelle mit u.a. neuen technischen Geräten. Vom Kühlschrank und Staubsauger zur Lebens- und Haushaltserleichterung bis zu Luxusgütern wie Fernseher und Auto zur individuellen Freizeitgestaltung reichten die Angebote dieser Zeit. Steigende Bevölkerungszahlen, wachsende Kaufkraft und zunehmende Freizeit führten in den 1970er Jahren zur Entstehung einer großen Freizeitindustrie (vgl. Kap. 3.1 Freizeitmarkt). Während die „no-name,-Produkte Einzug in die Konsumszene der 1980er Jahren hielten, bildeten sich in der Folgezeit neue Trendgruppen heraus. Neue Konsumgewohnheiten vom Schlagwort „Lifestyle“ entstanden und wurden von Personen mit überdurchschnittlichem Einkommen in den 1990er Jahren nachgefragt. Das erste Jahrzehnt des 21. Jahrhunderts ist von der Polarisierung von Versorgungskonsum und Erlebniskonsum gekennzeichnet (vgl. Kap. 1.4.4 Shopping).<sup>289</sup>

Der **Versorgungskonsum** umfasst die Deckung des Bedarfs mit lebensnotwendigen Gütern und Dienstleistungen. Inbegriffen sind einerseits Waren des täglichen Bedarfs wie Lebensmittel als auch Bekleidungsstücke.<sup>290</sup>

Zum **Erlebniskonsum** werden Güter und Dienstleistungen des gehobenen Bedarfs, die über das Existenzminimum hinaus gehen, zugerechnet.<sup>291</sup> „Der Erlebniskonsum meint den Konsum kommerziell angebotener Güter, die durch ihre emotionale Qualität imponieren und gezielt für diesen Zweck aufbereitet sind“<sup>292</sup>. Die emotionale Qualität kann sich unter anderem in Form von Wohlbefinden, Unterhaltung oder Genuss äußern. Zunehmend wird der Erlebniskonsum als Lebensqualität empfunden. Nicht mehr der materielle Bedarf sondern der erlebnispsychologische Wunsch nach ‚sich-verwöhnen-wollen‘ ist die entscheidende Motivation<sup>293</sup>.

Die Polarisierung von Versorgungskonsum und Erlebniskonsum äußert sich in dem Versuch der Verbraucher, keinen Bereich dem Anderen zu opfern, denn Konsumententscheidungen fallen immer schwer.<sup>294</sup>

Der „Erlebniskonsum verspricht den Kunden Erlebnisse und Erfahrungen, die sie glücklicher machen“<sup>295</sup>, nicht zuletzt geht es dabei auch um das Neue. Festzustellen ist, dass der Freizeitmarkt im Vergleich zu anderen Märkten, trotz gigantischer Wachstumsraten, ein außerordentlich dynamischer und kurzlebiger Markt ist. Ständig besteht für die Unternehmen die dringende Notwendigkeit, neben den bereits etablierten Leistungen, permanent neue Angebote, Ideen und Attraktionen für den begierigen Kunden auf dem Markt bereitzustellen, um auf längere Zeit bestehen zu können. Waren kürzlich Bungeejumping, Walkman und Tierpark Favoriten der Freizeitgestaltung, sind mittlerweile Wasserski, DVD und science-center gefragte Güter und Dienstleistungen der solventen Kunden.

Resultierend aus der Bandbreite und den ständig steigenden Anforderungen, haben neben den Anbietern für Freizeit, ebenso die von ihnen nachgefragten und unterstützenden Anbieter ihre wirtschaftliche Berechtigung. Wie jede Branche wird der Freizeitbereich durch beratende, vermittelnde und betreuende Un-

289 Horst W. Opaschowski, Deutschland 2020: Wie wir morgen leben – Prognosen der Wissenschaft, Wiesbaden, 2004, S. 140ff.

290 Horst W. Opaschowski, Freizeitökonomie: Marketing von Erlebniswelten, Opladen, 1995, S. 29ff.

291 Horst W. Opaschowski, Freizeitökonomie: Marketing von Erlebniswelten, Opladen, 1995, S. 29ff.

292 Klaus Thien, Irmtraud Voglmayer, Urbane Strukturen und Neue Freizeittrends, Wien 1999, S. 22.

293 Klaus Thien, Irmtraud Voglmayer, Urbane Strukturen und Neue Freizeittrends, Wien 1999, S. 22.

294 Horst W. Opaschowski, Deutschland 2020: Wie wir morgen leben – Prognosen der Wissenschaft, Wiesbaden, 2004, S. 140.

295 Horst W. Opaschowski, Deutschland 2020: Wie wir morgen leben – Prognosen der Wissenschaft, Wiesbaden, 2004, S. 141.

ternehmen unterstützt. Da sind u.a. Freizeitberatungsunternehmen, Reisebüros oder Freizeitmanagementunternehmen zu nennen. Reiseleiter und animateure sind typische Freizeitberufe, die für das seelische Wohl der Touristen sorgen. Weiterhin bieten Musiklehrer, Veranstalter, Entertainer und Künstler ihre Leistung direkt dem Kunden an. Eng mit dem Freizeitsektor verbunden sind Bereiche der Freizeitforschung und Wissenschaft.<sup>296</sup> So erfolgt die Wissensvermittlung durch Pädagogen gerade bei erlebnisorientierter Wissensvermittlung, in sogenannten science center.

Ergänzend kommen diejenigen hinzu, die Güter für den Freizeitmarkt produzieren und verteilen. Designer und Manager, Planer und Konstrukteure von Freizeitinfrastruktureinrichtungen, sowie Berufe der technischen Unterhaltung zählen dazu. Auch Werbe- und Marketingfachleute versuchen durch Marketinganstrengungen Kunden für den Initiator zu gewinnen. Nicht zu vergessen die bauliche Struktur, Ästhetik und die Gestaltung der Architektur. Diese können ebenso wie das eigentliche Freizeitangebot einen hohen Aufmerksamkeitswert erzielen. Insofern sind Architekten und Handwerker ebenso zu nennen, wie Freizeitdienstleistungsberufe sowie Berufe des Gastgewerbes für den Tourismus.<sup>297</sup>

Da eine Vielzahl von Freizeit Anbietern in den verschiedensten Bereichen existieren, wird in nachfolgender Tabelle nur kurz auf die großen Kategorien der Freizeitgüter und Dienstleistungen mit einigen Beispielen eingegangen. Diese Aufstellung hat das Statistische Bundesamt im Jahr 1993 nach dem prozentualen Anteil am gesamten Freizeitbudget erstellt. Es sei in diesem Zusammenhang darauf hingewiesen, dass weder Vollständigkeit, noch komplette Analogien für die heutige Zeit garantiert sind.

Tab. 11: Freizeitanbieter nach Kategorien

Kategorie	mögliche Anbieter von Güter und Dienstleistungen
Urlaub	Gastgewerbe, Reiseveranstalter u.a.
Auto	Mineralölkonzerne u.a.
Sport und Camping	Bekleidungsfirmen, Sportveranstalter u.a.
Radio und Fernsehen	Hersteller, Medienfirmen u.a.
Bücher, Zeitungen und Zeitschriften	Verlage u.a.
Gartenpflege und Tierhaltung	Baumärkte u.a.
Spiele und Spielwaren	Spielzughersteller, Kaufhäuser u.a.
Foto und Film	Hersteller u.a.
Kultur und Unterhaltung	Veranstalter, Aussteller u.a.
Werkzeuge	Baumärkte u.a.
sonstige Freizeitgüter und Dienstleistungen	Bildungsanbieter u.a.

Quelle: eigene Darstellung, nach Freizeitökonomie: Marketing von Erlebniswelten, Opaschowski, 1995, S. 31ff.

<sup>296</sup> edition agrippa (Hrsg.), Stoffers, Manfred, Wirtschaftsfaktor Freizeit, Entwicklungen auf dem deutschen Freizeitmarkt, S. 19.

<sup>297</sup> edition agrippa (Hrsg.), Stoffers, Manfred, Wirtschaftsfaktor Freizeit, Entwicklungen auf dem deutschen Freizeitmarkt, S. 19.

Aus der Tabelle ist zu entnehmen, dass die möglichen Anbieter vorwiegend im kommerziellen Bereich angesiedelt sind. Lediglich in den Kategorien Kultur und Unterhaltung sowie sonstigen Freizeitgütern und Dienstleistungen können nichtkommerzielle Angebote beinhaltet sein.

Bedeutungsvoller als die möglichen speziellen Anbieter der Freizeitbranche sind die Probleme die auf die Unternehmungen Einfluss nehmen. Eines der Hauptprobleme mit dem unsere Gesellschaft in Zukunft konfrontiert sein wird und in erheblichem Maße auch die Freizeitbranche betreffen wird, ist die demografische Entwicklung (vgl. Kap. 4.5). Der Rückgang der Bevölkerungszahlen wird vermutlich weniger Nachfrage zur Folge haben. Gleichzeitig wird es eine Verschiebung der Nachfrage zu altersgerechten Freizeitgütern und Dienstleistungen aufgrund der zunehmenden Zahl der älteren Bevölkerung geben.

Sowohl der gigantische Umsatz und die hohen Wachstumsraten der Freizeitbranche seit den 1970er Jahren bergen neben hohen Gewinnaussichten auch nicht minder einzuschätzende Risikofaktoren für die Freizeitanbieter. Dabei spielt gerade in der Freizeitbranche die Kurzlebigkeit von Angeboten und Projekten aber auch die allgemein kurzen Produktzyklen von Gütern eine wesentliche Rolle. Dementsprechend müssen die Anbieter ständig neue Produkte und Attraktionen bereitstellen, permanent modernisieren und auf verändertes Freizeitverhalten der Bevölkerung in kürzester Zeit reagieren, um auf dem Markt bestehen zu können.

Ebenso wichtig wie die Anpassung an das Freizeitverhalten der Konsumenten ist der visuelle Verkauf und die Darstellung des Produktes nach Außen. Insofern darf der notwendige Bereich Marketing (vgl. Kap. 3.8) nicht unterschätzt und keinesfalls vernachlässigt werden. Eine wichtige Rolle im Marketingsektor spielen die Bereiche Tourismus, Medien, Kultur, Sport und Konsum<sup>298</sup>.

Wie in anderen Branchen, werden viele Produkte erlebnisorientierter Freizeitgestaltung zunehmend durch „global player“ bestimmt. Weltweit agierende Unternehmen im Unterhaltungsbereich oder im Gast- und Hotelgewerbe, Reiseveranstalter und Sportartikelhersteller sowie Fluggesellschaften sind in der Bundesrepublik positioniert.

Diesbezüglich ist eine Reduktion des Anteils kleinteiliger kommerzieller Nutzung zugunsten der großen Angebote, seitens des Budgets der Konsumenten, zu erwarten. Die negativen Auswirkungen werden insbesondere dann für kleinteilige Freizeiteinrichtungen spürbar, wenn die verfügbaren Freizeiteinkommen nicht weiter steigen.<sup>299</sup>

Angesichts der hohen Wachstumsraten und der hohen Investitionsbereitschaft im Freizeitmarkt, ergibt sich neben der Konkurrenz die Möglichkeit von Überangeboten.<sup>300</sup> Mit der fehlenden Nachfrage ergäben sich denkbare Insolvenzen von Unternehmungen und gleichzeitig würde die Gefahr von künftigen Freizeitruinen bestehen.

Unabhängig von den vorhersehbaren, zu berechnenden oder gar zu beeinflussenden Faktoren, gibt es im Freizeitbereich Parameter, die in keinster Weise steuerbar sind. So können Unternehmungen, die dem Kunden Waren und Dienstleistungen ausschließlich unter freiem Himmel anbieten, durch das Wetter oder saisonbedingt entscheidend beeinträchtigt werden. Galopprennbahnen und Freibäder sowie Anbieter von Segeldienstleistungen oder Museen und Skipisten sind nur einige Beispiele der Palette, die - sofern keine alternativen Möglichkeiten geschaffen - den natürlichen Gewalten ausgesetzt sind. Auch gewisse Abhängigkeitsverhältnisse spielen eine nicht zu unterschätzende Rolle. Beispielsweise sind Kinos nicht unerheblich vom allgemeinen Filmangebot der Verleiher abhängig. Verfehlen die angebotenen „Streifen“ den

---

298 Horst W. Opaschowski, Freizeitökonomie: Marketing von Erlebniswelten, Opladen, 1995, S. 144ff.

299 Klaus Thien, Irmtraud Voglmayer, Urbane Strukturen und Neue Freizeittrends, Wien 1999, S. 21.

Trend, so wird die Nachfrage vermutlich rückläufig, mit Konsequenzen für den Kinobetreiber. Auch gegenüber der teilweise schleppenden Nachfrage während der Urlaubszeit für einige Segmente der Freizeitindustrie, sind die Betreiber nahezu machtlos.

Aus der Sicht der Nachfrage bleibt ferner zu berücksichtigen, dass die Nutzung von Freizeit oftmals mit Kosten für den Kunden verbunden und demzufolge vom privaten Haushalteinkommen abhängig ist. An ihm „entscheidet sich wesentlich, welche Möglichkeiten in der Freizeit genutzt werden können“<sup>301</sup> und folgerichtig vom Kunden nachgefragt und in Anspruch genommen werden. Dennoch profitieren die Freizeitanbieter seit geraumer Zeit von einer ungewöhnlichen Erscheinung.

Die Priorität der Bevölkerung scheint derzeit eher auf der Erlebniskultur als auf dem Versorgungssektor zu liegen. Da den privaten Haushalten zunehmend weniger Geld zur Verfügung steht, wird im alltäglichen Leben gespart um ausreichend finanziellen Mittel für den Erlebnisbereich zur Verfügung zu haben. So befinden sich viele Menschen in einem ständigen Wechsel zwischen Sparen und Verschwenden.<sup>302</sup> Begleitet wird die Maximierung von Vergnügen und Erfahrung vom Konsum im Hinblick auf eine Akkumulation von Statussymbolen<sup>303</sup>. Ist es heute eine teure Uhr, morgen die modernste Musikanlage, so muss es übermorgen eine außergewöhnliche Reise sein. Ungeachtet des übertriebenen Szenarios ist davon auszugehen, „Freizeit bleibt Konsumzeit“<sup>304</sup>, auch zukünftig.

Die Bedeutung der Kommune als Freizeitanbieter wird sich analog zu den ihr zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel für die Freizeit und Freizeiteinrichtungen entwickeln (vgl. Kapitel 3.1 Freizeitmarkt). Ein Großteil der auf dem kommerziellen Markt von den Kommunen bereitgestellten Angebote liegen im Anlagenbereich wie Schwimmbäder, Museen, und Theatern sowie Friedhöfen. Die Bereitstellung von Kunst, Kultur und Freizeit für jede Bevölkerungsgruppe und weniger die marktwirtschaftlichen Erwägungen standen und stehen bis heute im Vordergrund der kommunalen Freizeitangebote. Inwieweit auch soziale Gruppen mit geringen finanziellen Mitteln am kommerziellen Erlebniskonsum partizipieren können bleibt ebenso fraglich, wie die Aufrechterhaltung von kommunalen Freizeitangeboten.

Es ist vielmehr davon auszugehen, dass ähnlich anderen Bereichen, die öffentliche Hand, Freizeiteinrichtungen wie Bäder und Museen ebenso in private Trägerschaft übergibt, wie teilweise bereits mit Kindertagesstätten geschehen.

## Quellen:

Beckmann, K., Wolfgang Nahrstedt, Ilona Stehr, Freizeit - Barometer, Bielefeld 1992

Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft im Deutschen Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e. V. (Hrsg.), Frank, Jochen, DSSW-Studie, Berlin 2004

Opaschowski, H. W., Freizeitökonomie: Marketing von Erlebniswelten, Opladen, 1995

Opaschowski, H. W., Deutschland 2020: Wie wir morgen leben – Prognosen der Wissenschaft, Wiesbaden 2004

---

300 Klaus Thien, Irmtraud Voglmayer, Urbane Strukturen und Neue Freizeittrends, Wien 1999, S. 21.

301 Ilona Stehr, Wolfgang Nahrstedt, Katrin Beckmann, Freizeit – Barometer, in: Schriftreihe, Band 10, Bielefeld, 1992, S. 29.

302 Horst W. Opaschowski, Deutschland 2020: Wie wir morgen leben – Prognosen der Wissenschaft, Wiesbaden, 2004, S. 135.

303 Klaus Thien, Irmtraud Voglmayer, Urbane Strukturen und Neue Freizeittrends, Wien 1999, S. 106.

304 Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft im Deutschen Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e. V. (Hrsg.), Frank, Jochen, DSSW-Studie, Berlin, 2004, S. 27.

Stoffers, Manfred, Wirtschaftsfaktor Freizeit, Entwicklungen auf dem deutschen Freizeitmarkt, Köln  
 Thien, K., Voglmayer, I., Urbane Strukturen und Neue Freizeittrends, Wien 1999

### 3.6 Zielgruppen

In der Literatur existieren keine Definitionen zu dem Begriff der Zielgruppen. Dieser Begriff könnte im Bereich der **Nachfrage** beziehungsweise der Nachfrager einzuordnen sein. Die Nachfrage ist das Verlangen nach Gütern, welche durch die menschlichen Bedürfnisse veranlasst werden. Wirtschaftlich bedeutsam ist nur die mit Kaufkraft ausgestattete, auf einem Markt auftretende wirksame Nachfrage<sup>305</sup>. Folglich sind damit die in Geld ausgedrückten Bedürfnisse gemeint. Abhängig ist die Nachfrage nach einem bestimmten Gut von dem Preis des nachgefragten Gutes, dem Preis aller anderen Güter, dem Einkommen des Individuums, der individuellen Bedürfnisstruktur, dem Vermögen sowie den Kreditmöglichkeiten.<sup>306</sup> Demnach gelten diejenigen Personen als Zielgruppen für die Freizeitanbieter, die die angebotenen Freizeitgüter und Dienstleistungen eventuell in Anspruch nehmen beziehungsweise nachfragen würden.

Zwar gehören „Bloße Erholung, wie Nichtstun, Ausschlafen und passives Freizeitverhalten aller Art“<sup>307</sup> ebenso zur Freizeitgestaltung wie Basteln, Dichten, Gespräche, Kirchenbesuch, Sex und Pflanzenpflege. Diese Freizeitprofile sind jedoch für die Freizeitanbieter gemäß der oben genannten Definition uninteressant.

In den vorangegangenen Kapiteln wurde bereits eingehend geschildert, dass der Begriff Freizeit ein sehr subjektiver ist und folglich unterschiedlichste Freizeitmuster und Verhaltensweisen, Präferenzen sowie Freizeitaktivitäten beinhaltet. Insofern ist es für die Investoren wichtig und notwendig, zuvor eine Festlegung der Zielgruppen zu treffen, um die Wirtschaftlichkeit des angestrebten Projektes zu gewährleisten.

In der Literatur sind unterschiedliche Einteilungen der Zielgruppen zu finden. Kann beispielsweise das Lebensalter als ein Parameter für die Einteilung der Nachfrager gelten, so bieten sich weiterhin Kategorien von Freizeitstilen und Lebenseinstellungen an (vgl. Kap. 4.1 Lebensstil).

Die Einordnung kann zum Beispiel nach Lebensabschnitten oder Lebensalter in Kinder, Jugendliche, Erwachsene und Senioren erfolgen.

Empfehlenswert ist die Einteilung nach Lebensalter überwiegend bei Aktivitäten von Kindern, da die Interessen in der Kindheit gleichartig in den Bereichen Spiel und Sport sowie Familie zugeordnet werden können. So werden Kinder u.a. durch das „natürlich-kulturelle Zeitmaß, durch die von der Arbeit bestimmte Zeitorganisation der Erwachsenen beziehungsweise der sozialen Einheit, in der er aufwächst“<sup>308</sup> mit betroffen. In dem überwiegenden Teil der Freizeit erfolgen familiäre oder sportliche Aktivitäten, darüber hinaus gilt die Mediennutzung als Hauptinteressen der Kinder.<sup>309</sup> Eine Vielzahl von Freizeiteinrichtungen sind auf die Bedürfnisbefriedigung der Kinder ausgerichtet und versuchen diese als mögliche Zielgruppe zu erreichen. Als Beispiele wären Tier- und Freizeitparks, Sportvereine und Medienunternehmen zu nennen.

---

305 [www.wikipedia.org/wiki/Nachfrage](http://www.wikipedia.org/wiki/Nachfrage), Zugriff 11.07.2005.

306 [tools.ba-ca.com/l\\_de/glossar.html](http://tools.ba-ca.com/l_de/glossar.html), Zugriff 11.07.2005.

307 Christine Wessely, Mensch und Freizeit, Wien, 1977, S. 88.

308 Christine Wessely, Mensch und Freizeit, Wien, 1977, S. 122.

309 Christine Wessely, Mensch und Freizeit, Wien, 1977, S. 122.

Mit zunehmenden Alter variieren die Interessen schon wegen der freien Zeit, des Berufes und den sozialen Verhältnissen. So können Erwachsene beispielsweise verheiratet oder ledig, mit oder ohne Kind, häuslich engagiert oder erwerbstätig sein.

Der Mangel an der Einteilung nach dem Lebensalter wird aber an anderen Gruppen deutlich. Wenn zum Beispiel der finanziell abgesicherte, wohlhabende bis reiche, körperlich und geistig agile, für Kultur und modernen Konsum aufgeschlossene sechzigjährige Senior und der pflegebedürftige 90jährige Mindestrentner unter demselben Begriff des Alters thematisiert werden.<sup>310</sup>

Dementsprechend sind für eine Vielzahl von Freizeitbereichen andere Kategorien vorteilhafter. Die in der nachfolgenden Tabelle kurz dargestellte Einteilung in die verschiedenen Lebensstile und –ziele beinhalten weit mehr Vorteile, bieten dennoch keine Garantie auf Vollständigkeit (vgl. Kap. 4.7 Multioptionaler Konsument). Bei den Freizeitlebensstilen werden die Zielvorstellungen umschrieben, die der Einzelne in seinem Leben verwirklicht oder zu verwirklichen sucht. Sie verkörpern individuelle Werte, auf die jeder sein Leben ausrichtet, auf die er „zulebt“<sup>311</sup>.

Tab. 12: Freizeitlebensstile

Freizeitlebensstile	Im Vordergrund steht die ...
junge freizeitorientierte Konsumenten (17 %)	Selbstentfaltung und der Lebensgenuss → Freizeit und Konsum
häuslich und familienzentrierte Bundesbürger (16 %)	Freizeitgestaltung mit der Familie → Entspannung, Fernsehen, Radio hören, Freizeit daheim
passive anpassungsfähige Arbeitnehmer (16 %)	Ausrichtung der Lebensplanung auf den Arbeitsplatz und die Zurückhaltung in Mode und Konsum → Entspannung, Fernsehen, Radio hören
normierte Durchschnittsbürger (15 %)	soziale Anerkennung und das Zusammensein mit anderen Menschen → Aktivitäten in der Freizeit, Familienleben
motiviert, engagierte Jüngere (15 %)	aktive Freizeitbeschäftigung und kulturelles Interesse sowie soziales Engagement → Weiterbildungen, Sport, Vereine, Parteien
etablierte, beruflich Erfolgreiche (11 %)	Priorität des Berufes → knappe Freizeit, zeigt Einsatz „will etwas leisten“
zurückgezogene ältere Menschen (10 %)	Erhaltung des bisher Erreichten → Entspannung, Kontakte mit der Familie und Geselligkeit

Quelle: eigene Darstellung nach: Wirtschaftsfaktor Freizeit, Stoffers, S.7

310 Klaus Thien, Irmtraud Voglmayer, Urbane Strukturen und Neue Freizeittrends, Wien 1999, S. 110.

311 Horst W. Opaschowski, Freizeitökonomie: Marketing von Erlebniswelten, Opladen, 1995, S. 47.

Die verschiedenen Freizeitlebensstile lassen erkennen, dass Freizeit je nach Lebenseinstellung und Organisation unterschiedliche Wertigkeiten und Funktionen haben kann<sup>312</sup>. Danach können sich KonsumEinstellungen und Freizeitaktivitäten stark voneinander unterscheiden.

Ergänzend zu den oben genannten Freizeitlebensstilen gibt die Beschreibung des **Konsumverhaltens** interessanten Aufschluss über die möglichen Zielgruppen für die Freizeitanbieter. Die nachstehende Tabelle gibt Hinweise zu den unterschiedlichen Konsumentenarten.

Tab. 13: Konsumenten

Konsumenten	Konsum ...
Normalkonsument 44 %	ist der Kauf dessen, „was notwendig ist“, es genügt eine Sorte Bier und Cola, 17 verschiedene Geschmacks-Linien sind nicht nötig → weder Kaufrausch noch Konsumaskese
Anspruchskonsument 21 %	ist ein brauchbares Hilfsmittel auf dem Weg zu einem schöneren Leben → individuelle Lebensart und persönlicher Lebensstil
Sparkonsument 15 %	ist für die Mehrheit der Haushalte mit niedrigem Einkommen kaum möglich → Konsumeinschränkung und Konsumverzicht
Anpassungskonsument 8 %	ist der Schutz vor dem „out-sein“ → mitunter mehr Wünsche als Geld und leben oft über die Verhältnisse
Geltungskonsument 8 %	Geld sowie Geltung hängen für sie zusammen → außergewöhnliches erleben öfters was Neues kaufen
Luxuskonsument 4 %	ist verbunden mit ausgeprägtem Qualitätsbewusstsein und intensivem Lebensgenuss → können das Leben intensiv genießen

Quelle: eigene Darstellung nach: Deutschland 2020, Opaschowski, 2004, S. 140ff

312 edition agrippa (Hrsg.), Stoffers, Manfred, Wirtschaftsfaktor Freizeit, Entwicklungen auf dem deutschen Freizeitmarkt, S. 7ff.

Abhängig von der Lebenssituation oder Lebensphase wechseln die Konsumenten ihre Identitäten. Ordnen sich die Jugendlichen in einer Freizeitclique der Gruppe der „Anpassungskonsumenten“ zu, so spielen Singles gerne den „Geltungskonsumenten“. Mit der eigenen Familiengründung steigt der Zwang zumeist „Normalkonsum“ zu praktizieren und im Rentenalter ist es angesichts des sinkenden Einkommens möglich, zum Sparkonsum gezwungen zu werden.<sup>313</sup>

Angesichts der Vielfältigkeit des Freizeitsektors hat jedwede Einteilung Vor- und Nachteile sowie einen eingeschränkten Anwendungsbereich. Fällt die Einteilung der Zielgruppe bei Kaffeefahrten und Seniorenheimen oftmals in den Altersbereich und sind Freizeitangebote im Frauenfitness ebenso leicht einzuordnen, gibt es zahlreiche Freizeitangebote, in denen es sich günstiger darstellt, die Freizeitstile und Konsumentenarten zu berücksichtigen (vgl. Kap. 1.4.3 Sport).

Dass eine aktive sportliche Betätigung wie Bungeejumping hauptsächlich die Gruppe der Jugendlichen und Erwachsenen beziehungsweise die „motivierten, engagierten Jüngeren“ oder die „jungen freizeitorientierten Konsumenten“ ansprechen soll ist unbestritten. Demnach sind die Hochbetagten aufgrund des Lebensalters als Zielgruppe von dieser sportlichen Freizeitaktivität ausgeschlossen. Gleichzeitig können aber beispielsweise diejenigen Jugendlichen, die wegen niedrigem Einkommen zum Sparkonsum gezwungen sind, an dieser Freizeitgestaltung ebenfalls nicht teilhaben.

Zusammenfassend bleibt festzustellen, dass die Einteilung der Zielgruppen in Lebensalter, Zielgruppen oder Konsumenten abhängig von den angebotenen Freizeitgütern und Dienstleistungen ist. Unabhängig davon, ob es sich um einen privaten Investor oder die Kommune handelt. Generell bleibt zudem festzuhalten, dass bei der Freizeitplanung neben einer eingehenden Analyse des Angebotes die Sicht auf die Zielgruppe - die sogenannte Nachfragegruppe - unbedingt hinzugezogen werden sollte, um eine Nachhaltigkeit des Projektes zu erwirken.

## Quellen:

Opaschowski, H. W., Freizeitökonomie: Marketing von Erlebniswelten, Opladen 1995

Opaschowski, H. W., Deutschland 2020: Wie wir morgen leben – Prognosen der Wissenschaft, Wiesbaden 2004  
Stoffers, M., Wirtschaftsfaktor Freizeit, Entwicklungen auf dem deutschen Freizeitmarkt, Köln

Thien, K., Voglmayer, I., Urbane Strukturen und Neue Freizeittrends, Wien 1999

Wessely, C., Mensch und Freizeit, Wien 1977

[www.wikipedia.de](http://www.wikipedia.de), Zugriff 11.07.2005

[www.tools.ba-ca.com/l\\_de/glossar.html](http://www.tools.ba-ca.com/l_de/glossar.html), Zugriff 11.07.2005

## 3.7 Dienstleistung

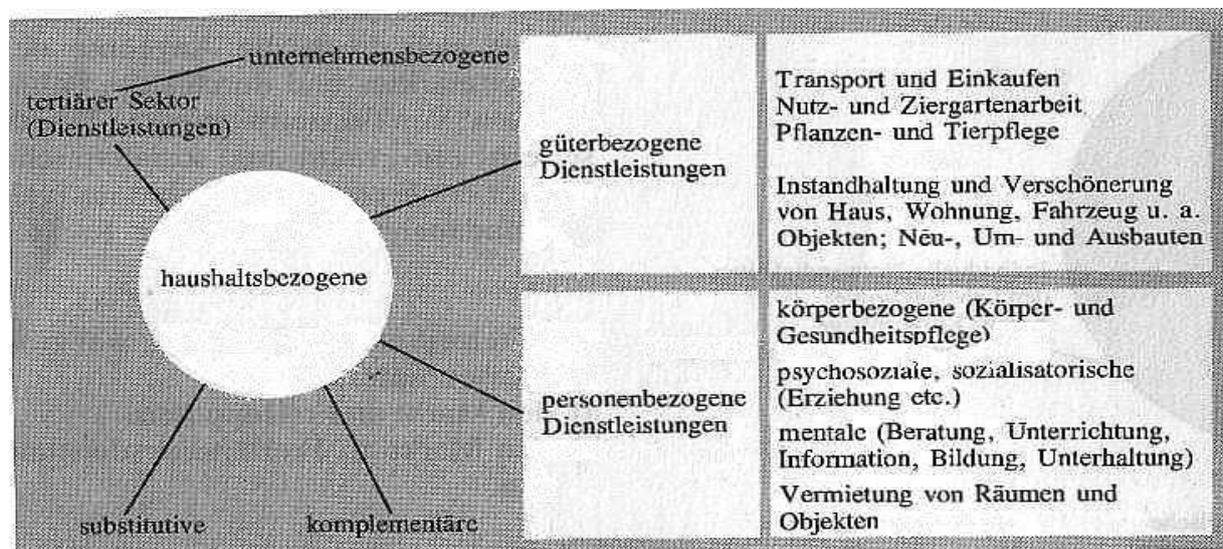
Es existieren unterschiedliche Formen, Freizeit auf dem Markt anzubieten. Dabei wird zwischen **Freizeitdienstleistungen** und **Freizeitgütern** (vgl. Kap. 3.1 Freizeitmarkt) differenziert. Des Weiteren findet eine genauere Unterscheidung der Freizeitdienstleistungen in unternehmensbezogene und haushaltsbezogene Dienstleistungen statt. Unternehmensbezogene Leistungen werden nicht weiter betrachtet. Freizeitdienstleistungen, die den Haushalt betreffen, können noch mal in güterbezogene und personenbezogene Dienstleistungen unterteilt werden. Die **personenbezogenen Dienstleistungen** beziehen sich auf zwi-

---

313 Horst W. Opaschowski, Freizeitökonomie: Marketing von Erlebniswelten, Opladen, 1995, S. 68.

schenmenschliche Aktivitäten und solche, die auch alleine ausgeführt werden (beispielsweise Weiterbildung, Erziehung, Unterhaltung, usw.). Diese Dienstleistungen weisen spezielle Charakteristika auf. Es wird beim Konsumieren vom „uno-actu-Prinzip“<sup>314</sup> gesprochen, was bedeutet, dass Produktion und Konsum gleichzeitig geschehen. Zusätzlich ist die Leistung standortgebunden, denn nach dem uno-actu-Prinzip kann sie nur dort konsumiert werden, wo sie auch produziert wird. Erschwerend kommt hinzu, dass die erbrachten Dienstleistungen nicht gelagert werden können, daher muss sich der Anbieter auf etwaige Nachfrageschwankungen einstellen. **Güterbezogene Dienstleistungen** (beispielsweise Instandhaltungs- und Reparaturarbeiten in der Wohnung, Gartenarbeit, Einkaufen, usw.) besitzen auch spezielle Merkmale. Der Markt dieser Dienstleistungen hat sich mit einer individualisierten Nachfrage auseinander zu setzen. Außerdem fungieren „der Konsument und sein „häusliches Objekt“ [...] als externe Produktionsfaktoren; es kann nicht produziert werden ohne deren Anwesenheit.“<sup>315</sup> Um die feine Unterteilung besser zu verdeutlichen wird im Folgenden eine Grafik den Inhalt zusammenfassen.<sup>316</sup>

Abb. 26: Typologie der Dienstleistungen



Quelle: ILS NRW, S. 8

Im Unterschied zum „normalen“ Konsum, konkurrieren Anbieter von Freizeitdienstleistungen nicht nur um das Geld der Nachfrager, sondern im verstärkten Maße auch um die vorhandene Zeit (vgl. Kap. 2.1 Zeitbudget). Da sich im Durchschnitt die frei verfügbare Zeit des Bundesbürgers in den letzten Jahren erhöht hat und der Umsatz auf dem Freizeitmarkt in den letzten Jahren im erheblichen Maße gesteigert werden konnte, ergibt sich daraus auch ein höherer Konkurrenzdruck für die Anbieter von Freizeitdienstleistungen.

Besonders im Bereich des Arbeitsmarktes sind die Folgen der wachsenden Branche nicht nur positiv zu bewerten. Die Nachfrage nach Teilzeitkräften im Dienstleistungsbereich steigt stetig an und die Belastung für Vollzeitkräfte erhöht sich gleichermaßen (vgl. Kap. 3.2 Arbeitsmarktentwicklung). Die aktuellen Diskussionen um die Öffnungszeiten (vgl. Kap. 2.2.1) der Läden erhitzen die Gemüter der Arbeitnehmer der

<sup>314</sup> ILS, Freizeitmarkt Dienstleistungen und häuslicher Freizeitpfad, 1988, S. 8.

<sup>315</sup> ILS, Freizeitmarkt Dienstleistungen und häuslicher Freizeitpfad, 1988, S. 8.

<sup>316</sup> ILS, Freizeitmarkt Dienstleistungen und häuslicher Freizeitpfad, 1988, S. 8.

betroffenen Branchen zunehmend. Hinzu kommt die Angst arbeitslos zu werden, was Arbeitnehmer dazu bringt, Arbeitsverträge anzunehmen, welche sie an ihre körperlichen und psychischen Grenzen stoßen lässt. In letzter Zeit dominiert repräsentativ das Motto: „Überall, zu jeder Zeit“ in verschiedenen Anwendungsbereichen.

Tab. 14: Beschäftigtenentwicklung auf dem Freizeitmarkt

Branche	1982	1994	2000
Tourismus	1.500.000	1.100.000	2.000.000
Freizeitmobilität	1.200.000	1.230.400	1.230.000
Sport	66.000	518.000	615.000
Printmedien	458.000	472.000	555.000
Kulturbetrieb	76.000	157.500	400.000
Elektronische Medien, Film Foto	244.000	283.100	437.000
Grün und Tiere	179.000	166.800	155.000
Heimwerk	62.000	166.100	210.000
Spielen	47.000	102.700	103.000
Beschäftigte insgesamt	3.900.000	4.254.100	6.942.000

Quelle: eigene Darstellung nach: Deutsche Gesellschaft für Freizeit; Freizeitdaten 2000

Der **Freizeitmarkt** und somit auch der Dienstleistungsbereich, ist sehr dynamisch und hat, möglicherweise schneller als andere Märkte auf gesellschaftliche Veränderungen zu reagieren. Um Qualitätsstufen in diesem schnelllebigen Prozess beizubehalten, ist die regelmäßige Weiter- und Fortbildung der Mitarbeiter nötig (vgl. Kap. 3.3 Innenwirkung).

Die Freizeitbranche ist geprägt von „Trendsettern“, die immer wieder versuchen den Markt mit neuen Attraktionen und Angeboten zu bedienen (vgl. Kap. 1.4.8 Trend). Nicht alles findet den nötigen Zuspruch durch die Nutzer, allerdings etablieren sich einmal angenommene Angebote schnell auf dem Markt. In letzter Zeit spielen besonders sozialstrukturelle Veränderungen, wie die demographische Entwicklung (vgl. Kap. 4.5) oder die Verkleinerung der Haushalte, aber auch ökologische Aspekte eine große Rolle. Insbesondere die Entwicklung der „Überalterung“ der Gesellschaft gilt es seitens der Freizeitanbieter zu berücksichtigen. Die Zahl der Neueröffnungen für Natur- und Heilthermen können als Reaktion auf diese Veränderung der Gesellschaft interpretiert werden. Eine weitere wichtige Rolle spielt die Entwicklung der Arbeitslosenzahlen. Auch in diesem Segment müssen Angebote geschaffen werden, die ohne Probleme der betreffenden Nachfrager wahrgenommen werden können.

Natürlich gibt es nicht nur die privaten Anbieter von Freizeitdienstleistungen, auch die traditionellen, **kommunalen Angebote** sollten nicht außer Acht gelassen werden. In vielen Bereichen spielt das öffentlich verwaltete Angebot von Freizeit noch immer eine große Rolle, obwohl ein Trend zur Privatisierungen erkennbar ist. Beispielsweise erhöht sich die Zahl von privat betriebenen Bädern und Kulturanbietern, während sich die kommunale Verwaltung aus finanziellen Gründen teilweise aus diesen Bereichen zurückzieht. Dies zieht Vor- und Nachteile mit sich. Zum einen wird in der Regel die Qualität von Einrichtungen bei einer Privatisierung verbessert, zum anderen wird aber aufgrund der Rentabilität von Einrichtungen meistens im gleichen Moment der Nutzungspreis erhöht. Bäder beispielsweise stoßen immer mehr in den

Sektor der Wellness vor, da sich diese beiden Bereiche gut miteinander kombinieren lassen. Nur selten werden die relativ hohen Kosten für die Anpassung der Bäder an die vorherrschende Nachfrage, von der Kommune getragen. Da sie allerdings eine Versorgungspflicht gegenüber der lokalen Bevölkerung besitzt, wird häufig in die Bereitstellung der Anlagen von privaten Unternehmen eingegriffen. Private Eigentümer können sowohl gefördert werden (Subventionen (vgl. Kap. 3.9)), als auch mit Auflagen belegt werden (Mindestbereitstellungsdauer). Eine andere Variante um Kosten zu sparen wäre die Ausgliederung von Teilen solcher Einrichtungen. In einer intensiven Zusammenarbeit mit einem privaten Betreiber könnten daher Vorteile für beide Seiten entstehen (vgl. Kap. 5.6 Public Private Partnership). Somit würde die Kommune einerseits ihre fürsorglichen Pflichten nicht vernachlässigen, aber andererseits zusätzlich Geld sparen.

Insgesamt muss aber betont werden, dass die Freizeitdienstleistungen nur einen kleinen Teil am Gesamtwachstum des Freizeitmarktes ausmachen. Eine viel größere Bedeutung kommt in den letzten Jahren den Freizeitgütern für den häuslichen Bereich zu. Insbesondere der Bereich von güterbezogenen Dienstleistungen zum Handwerken hat einen regelrechten Boom erfahren. Das Motto „Do-it-yourself“ hat sich zu einem Trend entwickelt, was sehr deutlich an der gesteigerten Anzahl von Baumärkten erkennbar ist. Als Folge daraus werden angebotene Dienstleistungen im haushaltsbezogenen Bereich weitaus weniger nachgefragt.<sup>317</sup>

Einen weiteren Bedeutungsschub haben wohnortnahe nutzbare Freizeitdienstleistungen erfahren (vgl. Kap. 3.3 Innenwirkung).<sup>318</sup>

#### Quellen:

Institut für Landes und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen (ILS), Freizeitmarkt Dienstleistungen und häuslicher Freizeitpfad, Dortmund 1988

### 3.8 Marketing

Der Begriff Marketing existiert bereits seit mehr als 100 Jahren. Er ist allerdings so schwer fassbar, dass es mindestens genauso viele Definitionen, wie wissenschaftliche Abhandlungen des Themas gibt. Aufgekommen ist die Bedeutung des Marketings mit der industriellen Produktion von Konsumgütern. Durch die erhöhten Produktionsmengen, optimierte Produktionsabläufe und die Mehrzahl an Anbietern auf dem Markt, konnte ein geringerer Preis verlangt werden. Das heißt, dass die Kunden nicht mehr das günstigste Produkt auf dem Markt kauften, sondern andere Einflussfaktoren ihre Kaufentscheidung beeinflussten. Daher entstanden Anfang des 20. Jahrhunderts an einigen Universitäten Kurse, welche die verschiedenen Mittel des Warenvertriebs zum Inhalt hatten.<sup>319</sup>

Um die verschiedenen Ebenen des Marketingbegriffs zu verdeutlichen, werden exemplarische einige Definitionen im Folgenden wiedergegeben.

---

317 ILS, Freizeitmarkt Dienstleistungen und häuslicher Freizeitpfad, 1988, S. 39.

318 ILS, Freizeitmarkt Dienstleistungen und häuslicher Freizeitpfad, 1988, S. 39.

319 Colbert, Francois, Kultur- und Kunstmarketing, Wien 1999, S. 9.

- Marketing ist „das Verhalten von Personen oder Institutionen bei der Anbahnung und Durchführung von Austauschvorgängen, an denen diese Beteiligten interessiert sind.“<sup>320</sup>
- „Unter Marketing versteht man die Planung, Organisation, Durchführung und Kontrolle sämtlicher Unternehmensaktivitäten, welche darauf abzielen, durch eine konsequente Ausrichtung des eigenen Leistungsprogramms an den Wünschen der Kunden die absatzmarktorientierten Unternehmensziele zu erreichen.“<sup>321</sup>
- Marketing ist ein „Managementprozess, der notwendig ist, um die Ansprüche des Kunden zu erkennen, vorweg zu nehmen und mit eigenem Profit zu erfüllen.“<sup>322</sup>

Der Marketingbegriff wird von der Bevölkerung in erster Linie mit dem Vertrieb von Produkten in Verbindung gebracht. Diese Auffassung wird sich in naher Zukunft nicht ändern, allerdings wird Marketing seit einiger Zeit zunehmend vom Dienstleistungssektor angewendet und auf diesem Gebiet zukünftig noch stärker hervortreten.

**Dienstleistungen** unterliegen unterschiedlichen Marketingproblemen, die im Produktmarketing nicht auftreten. Dienstleistungen sind immateriell, das heißt ihre Qualität kann erst beurteilt werden, nachdem sie erworben wurden. Außerdem sind Dienstleistungen nicht lager- und transportfähig, was zur Folge hat, dass sie nicht auf Vorrat produziert werden können und der Anbieter mit starken Auswirkungen bei Nachfrageschwankungen zu rechnen hat. Meistens werden Dienstleistungen durch Personen erbracht, daher ist die Weiterbildung und Schulung des Personals für die Umsatzentwicklung sehr wichtig. Da die Qualität abhängig ist von dem „Zusammenspiel“ des Nachfragers mit dem Anbieter, kann es zu Qualitätsschwankungen kommen. Daher wird die angestrebte Qualität meistens durch qualifizierte Mitarbeiter und Standardisierung der Arbeitsabläufe erreicht.<sup>323</sup>

Das Marketing kann in zwei Untergruppen unterteilt werden, wobei sich im weiteren Text hauptsächlich auf eine der beiden Stränge konzentriert wird. Unterschiede im kommerziellen und nicht kommerziellen Marketing sind nicht von der Hand zu weisen. Im kommerziellen Marketing prägen erwerbswirtschaftliche Bestrebungen das Verhalten des Anbieters. Im nicht kommerziellen Bereich sind nicht erwerbswirtschaftliche Institutionen, wie öffentliche Versorgungsbetriebe oder karitative Vereinigungen beteiligt. Da sich der vorliegende Glossar im Wesentlichen an Städte/Kommunen richtet, befindet sich das Augenmerk des folgenden Textes in erster Linie auf den nicht kommerziellen Bereich.<sup>324</sup>

Das zentrale Element im Marketingprozess ist eine Zieldefinition, das gilt sowohl für Produktmarketing als auch für Dienstleistungsmarketing und den kommerziellen sowie dem nicht kommerziellen Bereich. Die Ziele im Marketing werden häufig in vier unterschiedliche Gruppen unterteilt, wie in der nachstehenden Tab. 15 aufgezeigt wird.

---

320 Steffenhagen, Hartwig, Marketing, Eine Einführung, Stuttgart Berlin Köln 1994, S. 17.

321 Scharf, Andreas und Schubert, Bernd, Marketing, Einführung in Theorie und Praxis, Stuttgart 2001, S. 4.

322 Colbert, Francois, Kultur- und Kunstmarketing, Wien 1999, S. 8.

323 Scharf, Andreas und Schubert, Bernd, Marketing, Einführung in Theorie und Praxis, Stuttgart 2001, S. 61.

324 Steffenhagen, Hartwig, Marketing, Eine Einführung, Stuttgart Berlin Köln 1994, S. 19.

Tab. 15: Zielgruppeneinteilung während des Marketingprozesses

Ziele	Eigenschaften
Ober- und Unterziele	unterschiedliche Auslegung der Begriffe, weshalb immer eine eigene Angabe des Inhalts erfolgen sollte
ökonomische, quantitative Ziele	in enger Verbindung mit dem Kaufverhalten von Nachfragern – Absatzmenge, Marktanteil, Umsatz
außerökonomische, qualitative Ziele	die psychische Prägung von Nachfragern betreffend
monetäre und nicht-monetäre Ziele	betrifft die Messbarkeit in Geldeinheiten
operationale und nicht-operationale Ziele	<u>Nachprüfbarkeit</u> : operational, wenn eine Angabe über die Messvorschrift bei der Zielpräzisierung vorhanden ist
	<u>Umsetzbarkeit</u> : Operationalität ist als Handlungsnähe zu verstehen, globale Ziele wirken eher handlungsfern

Quelle: eigene Darstellung nach Steffenhagen, S. 82ff.

Um im nicht-kommerziellen Bereich zu bleiben und die kommunale Relevanz des Marketings darzustellen wird im Folgenden die Besonderheit von Marketing an ausgewählten Bereichen der Kultur aufgezeigt.

Das Marketing auch für Städte/Kommunen durchaus relevant ist, konnte eindrucksvoll an der Ausstellung der Objekte des „Museum of modern art“ in Berlin im Jahr 2004 erkannt werden. Dieses Ereignis erlangte einen Besucherstrom, der seinesgleichen in den letzten Jahren vergebens suchte. Das Marketingkonzept dieser Veranstaltung brachte einen großen Anteil am öffentlichen Interesse hervor. Auf dieses Beispiel soll nicht weiter eingegangen werden, es zeigt aber sehr deutlich, wie die Bevölkerung für Veranstaltungen begeistert werden kann, für die sie sonst kein Interesse hervorgebracht hätte.

Vielmehr soll auf ein anderes kommunales Betätigungsfeld eingegangen werden, auf Schlösser, Parks und Gärten. „Die Erhaltung und Pflege dieser Anlagen bedarf insbesondere in Zeiten knapper öffentlicher Mittel einer professionellen Vermarktung. Nur wenn die Anlagen einem größeren Publikum zugänglich sind, können sie wirtschaftlich verwaltet werden.“<sup>325</sup> Das Zitat soll verdeutlichen, dass Marketing die Zugänglichkeit vieler kulturell und geschichtlich bedeutender Anlagen ermöglichen oder gar verbessern kann.

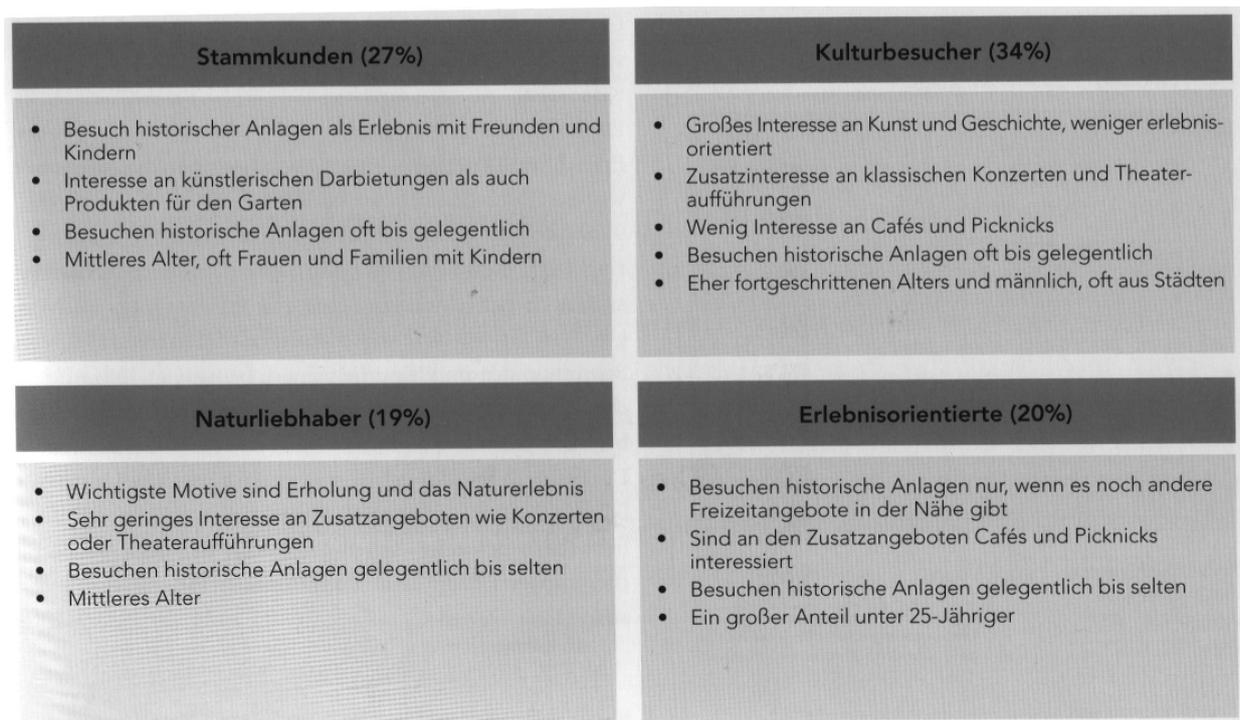
In den letzten Jahren wurde erkannt, dass historische Garten- und Schlossanlagen über eine besondere imagebildende Kraft verfügen und somit einen wichtigen Bestandteil der „weichen“ Standortfaktoren ausmachen, insbesondere wegen ihrer Einzigartigkeit (vgl. Kap. 3.3. Standortfaktor Innenwirkung). Die Anlagen dienen nicht mehr nur der Naherholung und dem alltäglichen Nachmittagsspaziergang, sondern rücken immer mehr in touristisches Interesse. Daraus erwächst bereits ein Problem, welches sehr oft Eigenschaft von kommunal verwalteten Anlagen ist. „Die Entwicklung und auch Umsetzung eines maßgeschneiderten Marketingkonzepts, um nicht nur mehr, sondern auch die „richtigen“ Besucher möglichst kontinuierlich in die Anlagen zu locken, verlangt darüber hinaus jedoch auch betriebswirtschaftliche

<sup>325</sup> Brandt, Arno, von Bothmer, Wilken und Rhode, Michael, Marketing für Gärten und Schlösser, Touristische Nutzungskonzepte für Gärten, Parks, Herrenhäuser und Schlösser, Leipzig 2004, S. 6.

Kenntnisse und Kapazitäten, über die nur die wenigsten Einrichtungen verfügen.“<sup>326</sup> Aber nicht nur die fehlenden Fachkräfte sind ein Problem, sondern auch das Konzept als solches stellt oft eine Herausforderung dar. Es klingt im Zitat bereits durch, dass Wachstum um jeden Preis nicht das richtige Konzept ist, was im Übrigen nicht nur auf Schloss- und Parkanlagen anzuwenden ist. Daher ist ein ausgeglichenes Zielsystem angestrebt, in dem nicht nur die Ökonomie, sondern auch qualitative Ziele, wie Bildung, Vermittlung von Kulturstätten, Umweltbedingungen, Nachhaltigkeit oder auch soziale Aspekte eine Rolle spielen. Als Folge daraus sind genaue Kenntnisse des Marktes erforderlich und ein speziell an die Kultureinrichtung angepasstes Marketingkonzept notwendig. Auch die Umsetzung des Konzepts und somit die Zufriedenheit der Kunden ist essentiell für die Einrichtung, denn die so genannte „Mundpropaganda“ spielt eine große Rolle auch in heutigen Marketingprogrammen.

Somit spielen Fragen, wie: „Welche Besucher kommen? Welche Besucher sollen kommen und wie kann deren Zahl erhöht werden?“ für historische Anlagen eine wichtige Rolle. Als Beispiel wurden bei einer Telefonumfrage von 1000 Menschen der Nord/LB und dem IMUG-Institut im Jahr 2003, Fragen zur Nutzung historischer Anlagen gestellt. In diesem Zusammenhang wurde die Nutzungshäufigkeit, die Motive, Interesse an ergänzenden Angeboten und Kritiken abgefragt. Aus den Ergebnissen wurde ein Cluster erstellt, welches vier unterschiedliche Nutzergruppen mit verschiedenen Bedürfnissen darstellt.<sup>327</sup>

Abb. 27: Cluster von Nutzergruppen



Quelle: Brandt, Arno, von Bothmer, Wilken und Rhode, Michael, Marketing für Gärten und Schlösser, Touristische Nutzungskonzepte für Gärten, Parks, Herrenhäuser und Schlösser, Leipzig 2004, S. 23

Aus diesem Cluster können die verschiedenen Betreiber und Verwalter von historischen Anlagen ihre Schlüsse ziehen, auf die spezielle Gruppe reagieren und damit deren Besuchshäufigkeit erhöhen.

<sup>326</sup> Brandt, Arno, von Bothmer, Wilken und Rhode, Michael, Marketing für Gärten und Schlösser, Touristische Nutzungskonzepte für Gärten, Parks, Herrenhäuser und Schlösser, Leipzig 2004, S. 8.

<sup>327</sup> Brandt, Arno, von Bothmer, Wilken und Rhode, Michael, Marketing für Gärten und Schlösser, Touristische Nutzungskonzepte für Gärten, Parks, Herrenhäuser und Schlösser, Leipzig 2004, S. 17ff.

Am Beispiel von Schloss- und Parkanlagen ist dargestellt, wie umfangreich und „maßgeschneidert“ ein Marketingkonzept auf eine kulturelle Einrichtung sein sollte. Dass dies keine leichte Aufgabe darstellt, ist deutlich geworden. Daher ist es meistens notwendig sich Expertenmeinungen einzuholen, oder sogar die Arbeit komplett Experten zu überlassen. Die Ergebnisse dieser Darstellung können auf viele Bereiche des öffentlichen Lebens angewendet werden und sind nicht auf Schloss- und Parkanlagen beschränkt. Die Betonung liegt darauf, dass es keine Standardlösung eines Marketingprogramms gibt, denn jede Einrichtung ist einzigartig und bedarf entsprechender Verfahrensweisen.

#### Quellen:

Brandt, Arno, von Bothmer, Wilken und Rhode, Michael, Marketing für Gärten und Schlösser, Touristische Nutzungskonzepte für Gärten, Parks, Herrenhäuser und Schlösser, 2. Auflage, Leipzig 2004

Colbert, Francois, Kultur- und Kunstmarketing, Wien 1999

Scharf, Andreas und Schubert, Bernd, Marketing, Einführung in Theorie und Praxis, 3. Auflage, Stuttgart 2001

Steffenhagen, Hartwig, Marketing, Eine Einführung, 3. Auflage, Stuttgart Berlin Köln 1994

### 3.9 Subventionen

Subventionen sind finanzielle Hilfen ohne unmittelbare Gegenleistung, die von staatlichen Institutionen an private Haushalte oder an private Unternehmen gegeben werden<sup>328</sup>. Die Leistungen können in Form von Zuschüssen, Zuzahlungen, Zins- und/oder Steuervergünstigungen, Prämien, Beihilfen usw. gewährt werden. Ziel von Subventionen ist die Unterstützung bzw. Erhaltung von Einkommen, Produktion und/oder eine Beeinflussung der jeweiligen Marktpreise. Zusätzlich sollen sie den Strukturwandel versuchen abzufedern und Beschäftigungsmöglichkeiten erhalten oder schaffen.<sup>329</sup>

Die in der Literatur auftretenden Subventionsleistungen sind überwiegend auf Bundesebene dargestellt. Zudem ist es problematisch, Subventionen auf dem Freizeitmarkt zu differenzieren, da sich die Leistungen überwiegend auf die großen Posten der deutschen Wirtschaft beziehen. Hauptsächlich werden die durch den Strukturwandel betroffenen Bereiche des Bergbaus und der Landwirtschaft gefördert, aber auch Maßnahmen im Bereich des Wohnungswesens. Einer der größten Posten der vom Bund bereitgestellten Finanzhilfen ist die Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur. Allerdings ist nicht klar erkennbar, ob diese Leistungen unter anderem Auswirkungen auf den Freizeitmarkt nach sich ziehen. Erst an 12. Stelle der 20 größten Finanzhilfen der Bundesrepublik stehen „Zinszuschüsse und Erstattungen von Darlehensausfällen im Rahmen des Eigenkapitalhilfeprogramms zur Förderung selbstständiger Existenzen“<sup>330</sup>. Zusammen mit der 13. Position, den „Maßnahmen zur Förderung von kleinen und mittleren

---

328 <http://de.wikipedia.org/wiki/Subvention>, Zugriff 13.07.2005.

329 [http://www.wirtschaftundschule.de/Lexikon/C/Corporate\\_Identity.html;jsessionid=20A4E7](http://www.wirtschaftundschule.de/Lexikon/C/Corporate_Identity.html;jsessionid=20A4E7), Zugriff 14.07.2005.

330 Deutscher Bundestag (Hrsg.), Bundesregierung Deutschland, Drucksache 15/1635, S. 22.

Unternehmen und freien Berufen sowie zur Stärkung der beruflichen Bildung<sup>331</sup>, sind dies die beiden einzigen Leistungsarten, die eventuell auf den Freizeitbereich angewendet werden könnten.<sup>332</sup>

Es kann in drei verschiedene Arten von Subventionen unterschieden werden. Zum einen gibt es **Förderungssubventionen**, die ausschließlich der Förderung von Unternehmensneugründungen dienen. Zum anderen wird die Erhaltung wirtschaftlicher, kultureller und landeskultureller Strukturen (beispielsweise Landwirtschaft und Bergbau) durch **Erhaltungssubventionen** gefördert. Des weiteren existieren zur Vereinfachung von Anpassungsprozessen, denen Betriebe ausgesetzt sein können, **Anpassungssubventionen**.<sup>333</sup>

Eine weitere Unterteilung hinsichtlich von Subventionsmitteln ist in nachstehender Tabelle dargestellt.

Tab. 16: Subventionsmittel

Subventionsmittel	Beispiele
Finanzhilfen	Zuschüsse
Steuerermäßigungen, Steuerbefreiungen	Wegfall oder Verringerung einiger Steuerarten unter speziellen Voraussetzungen
Kreditverbilligungen	Investitionszulagen, günstigere Zinsen als die Marktüblichen
Übernahme externer Kosten	Infrastrukturbereitstellungen, Zollverzicht, Konkurskostenübernahme

Quelle: <http://de.wikipedia.org/wiki/Subvention>

Es gibt unterschiedliche Einschätzungen hinsichtlich des Umfangs der geleisteten Subventionen. Während Subventionen seitens der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2001 mit nahezu 58 Mrd. € angegeben wurden, ermittelten unabhängige Wissenschaftler in einer Untersuchung des Kieler Instituts für Weltwirtschaft (IfW) einen mehr als 2,5fach höheren Wert. Die Gründe für die enormen Abweichungen liegen in der unterschiedlichen Einschätzung der Leistungen auf kommunaler und Länderebene. Über drei Viertel der vom IfW ermittelten 156 Mrd. € Subventionen, werden zum einen in die schrumpfenden Sektoren Bergbau und Landwirtschaft investiert und zum anderen werden Verkehrsprojekte und das Wohnungswesen finanziert.<sup>334</sup>

Ein weiterer Grund für die große Differenz der oben genannten Summen, ist neben der fehlenden Transparenz die Berücksichtigung der **indirekten Subventionen**. Dazu werden Befreiungen, Ermäßigungen und Verzicht sowie Begünstigungen gezählt, die schließlich zu Steuermindereinnahmen führen. Im Gegensatz dazu stellen **direkte Subventionen** in der Regel Finanzhilfen, also Zuwendungen an private Unternehmen und Haushalte dar.

Unter anderem existieren Subventionen, die nicht gesetzlich geregelt sind, sondern durch die Politik vorgegeben werden und daher kommunal unterschiedlich ausfallen können. So ist die Bereitstellung kommunaler Flächen für private Investoren ein Beispiel für politisch motivierte Wirtschaftsförderung. Einherge-

331 Deutscher Bundestag (Hrsg.), Bundesregierung Deutschland, Drucksache 15/1635, S. 22.

332 Deutscher Bundestag (Hrsg.), Bundesregierung Deutschland, Drucksache 15/1635, S. 22.

333 <http://de.wikipedia.org/wiki/Subvention>, Zugriff 13.07.2005.

334 [http://www.wirtschaftundschule.de/Lexikon/C/Corporate\\_Identity.html;jsessionid=20A4E7](http://www.wirtschaftundschule.de/Lexikon/C/Corporate_Identity.html;jsessionid=20A4E7), Zugriff 14.07.2005.

hend werden die gesetzliche Erschließung und oftmals zusätzliche Infrastrukturmaßnahmen für ein Grundstück, von einem Investor erwünscht. Dazu kann unter anderem der Ausbau bisheriger Verbindungen (ÖPNV) und die Entwicklung von ausreichend Parkraum gezählt werden. Ein dieses Thema aufgreifendes Beispiel kann in der Color Line Arena in Hamburg gesehen werden. Dort wurde sowohl für die Verkehrsanbindung, als auch für die günstige Bereitstellung eines Grundstücks, seitens der Kommune, gesorgt. Neben den neu entstandenen Freizeitangeboten für die Hamburger Bevölkerung, stellt die Color Line Arena gleichzeitig eine Verbesserung des Standortes Hamburgs dar. In diesem Fall haben sowohl die Kommune als auch der Investor positive Effekte aus diesem Projekt erfahren. Solche Wirtschaftsförderungsmaßnahmen können indirekt als Subventionen verstanden werden.

Die Subventionsmaßnahmen in den Bereichen Kultur, Sport und in Bildungseinrichtungen sind allgemein bekannt, allerdings lassen sich darüber kaum repräsentative Aussagen über die Höhe der bereitgestellten Mittel finden. Unbestritten ist, dass derzeit noch öffentlich betriebene Museen, Opernhäuser, Zoologische und Botanische Gärten, kommunale Parks (vgl. Kap. 6.2.7), Bibliotheken, Volkshochschulen, u.v.m. aus dem laufenden kommunalen Haushalt finanziert werden. Neben den von der öffentlichen Hand betriebenen kulturellen und Fortbildungseinrichtungen, gibt es eine Vielzahl privater Unternehmen, welche durch öffentliche Mittel unterstützt werden. Dazu zählen Erlebnisdienstleistungen, wie die Teilnahme in Vereinen (vgl. Kap. 5.3) oder die Inanspruchnahme von Theatern (vgl. Kap. 1.4.1 Kultur) und Veranstaltungshallen (vgl. Kap. 6.2.5). Es sei darauf hingewiesen, dass in der Vergangenheit bei fehlenden finanziellen Mitteln der öffentlichen Hand, vornehmlich in diesen Bereichen (Kultur, Sport) Einsparungen vorgenommen wurden.

Weitere umfangreiche Subventionen werden für den Arbeitsmarkt bereitgestellt. Beispielsweise können Unternehmen, die „Langzeitarbeitslose“ einstellen, mit finanziellen Mitteln unterstützt werden. Das heißt, die Wiedereingliederung von Arbeitskräften in den wirtschaftlichen Prozess erfährt sowohl indirekte (Steuervergünstigungen) als auch direkte (Lohnkostenzuschuss für den Langzeitarbeitslosen) Subventionierungen.

Nicht nur öffentliche Einrichtungen und private Unternehmen profitieren von Subventionen, sondern auch private Haushalte. Etwa ein Drittel aller Subventionen auf Bundesebene fließt an private Haushalte. Sie umfassen Steuervergünstigungen durch Eheschließungen, Wohngeldzuschüsse, Bau- förderung, Steuerbefreiung der Nachtarbeitszuschläge, Bafög und viele mehr.<sup>335</sup> Direkte Subventionen für private Haushalte, die den Freizeitbereich betreffen, sind nicht feststellbar.

Aktuell werden, angesichts der schlechten finanziellen Lage des Bundes, der Länder und Kommunen, Diskussionen über Subventionen, bzw. deren Abbau geführt (Subventionsabbau). Da darüber keine detaillierten Informationen vorliegen, werden im Folgendem die allgemeinen Vor- und Nachteile der Subventionen aufgezeigt.

Tab. 17: Pro Subventionen

Ziel	Subventionen ...
Einkommen	stützen Einkommen oder die Produktion
Politischer Zweck	fördern politisch erwünschten Zweck
Standort	erzielen Vorteile für Unternehmen im internationalen Vergleich

<sup>335</sup> <http://www.mehr-freiheit.de/faq/subvent.html>, Zugriff 11.07.2005.

Bereitstellung von fürsorglichen Angeboten	ermöglichen kommunale kulturelle und sportliche Einrichtungen
Strukturwandel	erhalten Beschäftigungsmöglichkeiten

Quelle: eigene Darstellung nach: <http://de.wikipedia.org/wiki/Subvention>

Tab. 18: Contra Subventionen

Auswirkungen	Subventionen ...
Eingriff in das Marktgeschehen	greifen in das natürliche Marktgeschehen ein und bringen es aus dem Gleichgewicht
Reform des Sozialstaates	hemmen die Eigeninitiative von Unternehmen
Globalisierung	werden von abwandernde Unternehmen nicht zurück gezahlt
Verschwendung	halten Unternehmen am Leben, deren Produkte am Markt nicht mehr gewünscht werden
„Gießkannenprinzip“	werden unabhängig von Bedarf verteilt

Quelle: eigene Darstellung nach: <http://de.wikipedia.org/wiki/Subvention>

Zusammenfassend betrachtet ist der Umfang der Subventionen, die den Freizeitmarkt betreffen, nicht transparent. Die Subventionierungen in anderen Wirtschaftsbereichen sind im Vergleich zum Freizeitbereich klarer erkennbar. Um die Steuerungsmöglichkeiten und die unzureichende Transparenz in der Subventionspolitik zu erhöhen, sollen in Zukunft Subventionen nur noch als Finanzhilfen gewährt werden<sup>336</sup>. Grundsätzlich sollte bei Vergünstigungen und Beihilfen bedacht werden, dass diese durch Steuern und Abgaben zuvor aufgebracht werden müssen, bevor eine großzügige Vergabe erfolgt. So wurden beispielsweise im Jahr 2000, ca. 200 Mrd. € an Steuern eingenommen und im darauffolgendem Jahr ca. 156 Mrd. € an Zuwendungen ausgegeben.<sup>337</sup>

#### Quellen:

Deutscher Bundestag (Hrsg.), Bundesregierung Deutschland, Drucksache 15/1635, Berlin 2003

<http://de.wikipedia.org>, Zugriff 13.07.2005

<http://www.mehr-freiheit.de>, Zugriff 11.07.2005

<http://www.wirtschaftundschule.de>, Zugriff 14.07.2005

<sup>336</sup> Deutscher Bundestag (Hrsg.), Bundesregierung Deutschland, , Drucksache 15/1635, S. 7.

<sup>337</sup> [http://www.wirtschaftundschule.de/Lexikon/C/Corporate\\_Identity.html;jsessionid=20A4E7](http://www.wirtschaftundschule.de/Lexikon/C/Corporate_Identity.html;jsessionid=20A4E7), Zugriff 14.07.2005.

Monique Buro, Beatrice Gladow

## 4. Nutzer

### 4.1 Lebensstil

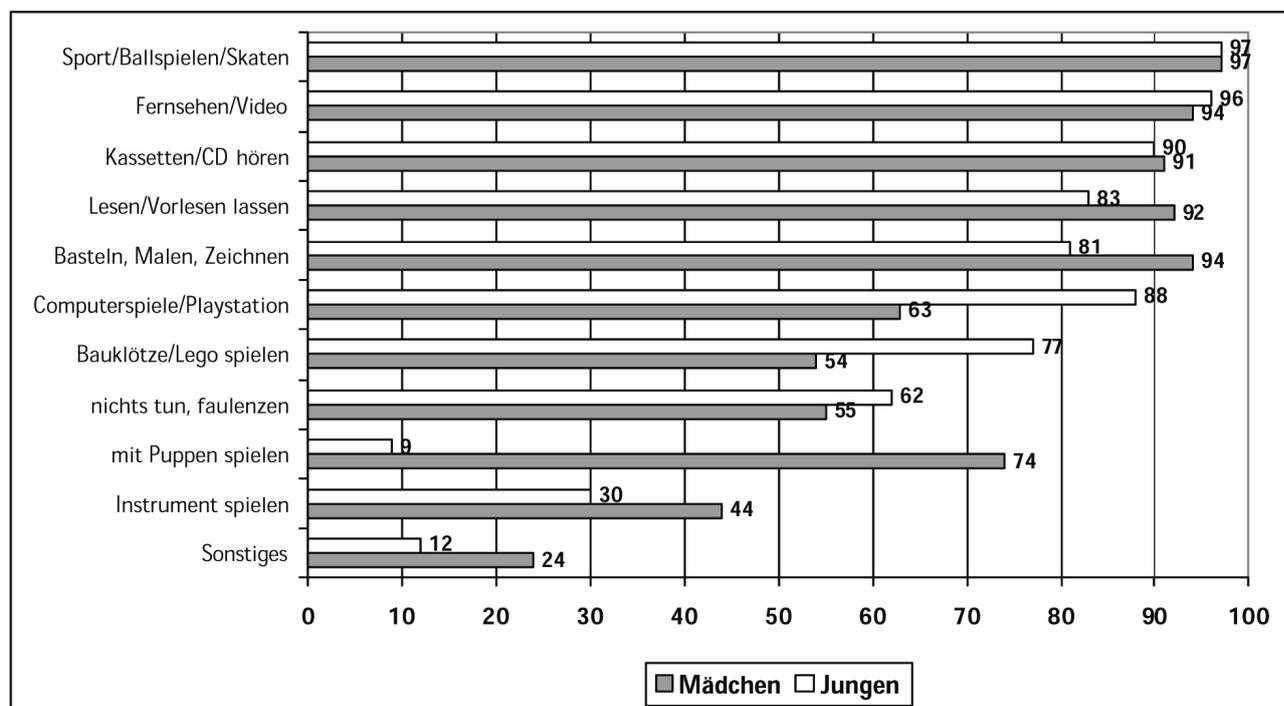
Lebensstile bezeichnen persönliche Lebensarrangements, die Familie, Freizeit, Kultur und Lebensorientierung umspannen. Von Lebensstilen spricht man bevorzugt im Hinblick auf die Lebensgestaltung von modernen, gut ausgebildeten Menschen.

Der genaue **Bedarf** an Freizeiteinrichtungen ist relativ schwer zu ermitteln. Eine Möglichkeit zur ungefähren Bestimmung der Freizeitbedürfnisse der Menschen ist die Unterscheidung der **Zielgruppen** nach Alter. Hierbei ergeben sich die Zielgruppen:

- Kinder,
- Jugendliche,
- Erwachsene,
- Senioren.

Der wichtigste Freizeitbereich bei Kindern ist der Sport (s. Abb. 28 Kinder - Aktivitäten). Die Mitgliedschaft in Vereinen hat einen sehr hohen Stellenwert. Auch die Medien (Fernsehen, Musik hören usw.) spielen bei der Freizeitgestaltung von Kindern eine große Rolle.

Abb. 28: Kinder - Aktivitäten



Quelle: [www.sozioogie.wiso.uni-erlangen.de](http://www.sozioogie.wiso.uni-erlangen.de)

Die Einstellung zur Freizeit und das Freizeitverhalten ändern sich mit den verschiedenen Lebensphasen. Die jüngeren verbringen noch einen großen Teil ihrer Freizeit mit der Familie. Die gemeinsam mit der

Familie unternommenen Freizeitaktivitäten werden mit zunehmendem Alter aber immer seltener. Die Jugendlichen erhalten mit höherem Alter mehr Freiraum: Sie dürfen alleine weggehen und später nach Hause kommen. Für ältere Jugendliche werden abendliche Außer-Haus-Aktivitäten wie der Besuch von Partys oder Discotheken zunehmend relevant. Die eigenständige Freizeitgestaltung gewinnt immer mehr an Bedeutung.

Die Nutzung der Freizeit von Jugendlichen ist vielfach sozial geprägt. So ist es für die meisten Jugendlichen wichtig, sich in der Freizeit mit Freunden zu treffen und mit ihnen etwas zu unternehmen. Damit hängen natürlich auch entsprechende Freizeitaktivitäten zusammen, wie etwa Ausgehen, Disco, Café, Kino, Shoppen (vgl. Kap. 1.4.4), sportliche Aktivitäten (vgl. Kap. 1.4.3) oder der Besuch von Jugendhäusern. Bei vielen Jugendlichen spielt sich die Freizeit auch im Rahmen von Vereinen (vgl. Kap. 5.3) oder Organisationen ab.

Die Infrastrukturausstattung spielt in der Jugendfreizeit eine große Rolle. Freizeiteinrichtungen, die mit den öffentlichen Verkehrsmitteln günstig zu erreichen sind, haben bei Kindern und Jugendlichen einen höheren Stellenwert als schlecht erreichbare Einrichtungen. Älteren Jugendlichen, die bereits einen Führerschein und die Möglichkeit der Nutzung eines Autos haben, bietet sich aufgrund der größeren Mobilität wesentlich mehr Vielfältigkeiten zur Freizeitgestaltung. Mit höherem Alter werden somit auch Freizeitangebote außerhalb der Stadt attraktiver (vgl. Kap. 4.2 Freizeitmobilität).

Mit dem Übergang ins Erwachsenenalter bekommt die Freizeit einen anderen Stellenwert. Beruf und Partnerschaft sowie die eigene Familiengründung rücken bei jungen Erwachsenen meist in den Vordergrund. Vereine und Jugendhäuser verlieren mit zunehmendem Alter immer mehr an Bedeutung. Junge Erwachsene bevorzugen eher individualistisch ausgerichtete Aktivitäten, die sich flexibel an die Beanspruchung durch Beruf und Familie anpassen, wie z.B. der Besuch im Fitnessstudio. Mit zunehmendem Alter gewinnen auch kulturelle Tätigkeiten wie Theaterbesuche an Bedeutung. Weiterhin spielen bei vielen Erwachsenen wieder die Freizeitgestaltung mit der Familie – nämlich mit der neu gegründeten, eigenen Familie – eine Rolle.

Der in frühen Lebensphasen gewonnene Lebensstil wird so lange wie möglich beibehalten. Das Freizeitverhalten aus den mittleren Lebensphasen wird also meist ins Alter übernommen. Man darf die Freizeitgestaltung dieser einzelnen Zielgruppen aber auf keinen Fall verallgemeinern. Die bevorzugten Freizeitaktivitäten sind bei jedem individuell verschieden. Eine weitere Möglichkeit zur ungefähren Ermittlung des Freizeitbedarfs ist die Einteilung der Freizeitnutzer nach Lebensstilen. Die Freizeitorientierung im Leben hat in den letzten Jahren kontinuierlich zugenommen, so dass sich Lebensstil und Freizeitstil immer ähnlicher werden und schon fast identisch sind, wie in Abb. 29 zu erkennen ist.

Abb. 29: Lebens- und Freizeitstile von verschiedenen Lebensstiltypen

<u>Lebensstiltyp</u>	<u>Lebensstil</u>	<u>Freizeitstil</u>
Niveau-Typ	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bewahren gewachsener Strukturen und Traditionen</li> <li>• Anerkennung in der Gesellschaft</li> <li>• Materieller Erfolg</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bildung, Kunst, Reisen, Musik</li> <li>• Teilnahme am gesellschaftlichen Leben</li> </ul>
Selbstverwirklichungstyp	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erfolg, hoher Lebensstandard</li> <li>• konsumorientiert, Leben genießen</li> <li>• Freiheit, Ungebundenheit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lese-, Musik-, Kulturinteresse</li> <li>• Abschalten, Freiheit, Abwechslung, Lebensfreude, Spaß, Genuss</li> </ul>
Integrationstyp	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beruflicher und sozialer Aufstieg als zentraler Lebensinhalt</li> <li>• aufgeschlossen, mobilitätsbereit</li> <li>• konsum- und prestigeorientiert</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erholung, Entspannung, Ausgleich zum Beruf</li> <li>• Freizeit als Bereich von Freiheit, Genuss, Action und Kommunikation</li> </ul>
Harmonietyp	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Traditionelle Werte: Pflichterfüllung, Ordnung, Verlässlichkeit, Disziplin</li> <li>• Materielle Sicherheit,</li> <li>• Ausbau des Lebensstandards</li> <li>• Geordnete Verhältnisse, Absicherung des Erreichten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• überwiegend im Rahmen der Familie</li> <li>• Private „Idyllen“ (Verein, Schrebergarten, Hobbykeller)</li> <li>• Sicherung des materiellen Lebensstandards (Hausbau/-ausbau, Reparaturen, Nutzgarten)</li> </ul>
Unterhaltungstyp	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anschluss halten an Konsumstandards der breiten Mittelschicht</li> <li>• Anerkannt werden, mithalten können</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erlebnisorientiert (Action, Abwechslung)</li> <li>• Flucht vor Alltag</li> <li>• Intensiver Medienkonsum</li> </ul>

Quelle: eigene Darstellung nach [http://www.learn-line.nrw.de/angebote/uekontaktschulen/medio/Fortbildung/automob\\_data/lebensstile.pdf](http://www.learn-line.nrw.de/angebote/uekontaktschulen/medio/Fortbildung/automob_data/lebensstile.pdf)

Die genaueste Art zur Bestimmung des Freizeitbedarfs ist jedoch eine Mischung der beiden oben genannten Möglichkeiten, nämlich die Betrachtung der Lebensstile nach Lebensphasen.

Abb. 30: Verteilung der Lebensstile nach Lebensphasen

8	Zurückgezogener Typ							
7	Politisch-engagierter Typ							
2	Häuslicher Harmonietyp							
5	Aufgeschlossener Integrations- typ							
4	Hochkultur-Niveautyp							
1	Gesellschaftlich-distanzierter Typ							
6	Moderner Selbstverwirkli- chungstyp							
3	Erlebnis-Unterhaltungstyp							
	Lebensstil /  Lebensphase	Allein- lebend  ≤ 40 J.	Paar ohne Kinder  ≤ 40 J.	Junge Familie  ≤ 40 J.	Familie  41-59 J.	Paar ohne Kinder  > 40 J.	Allein- lebend  41-59 J.	Allein- lebend  ≥ 60 J.
	N	285	178	650	367	911	193	415



Quelle: ALLBUS 1998, N = 3.183, Ost-West gewichtete Daten.

In Abb. 30 wird deutlich, dass unter den Familien die größte Vielfalt von Lebensstilen (und somit auch Freizeitstilen) zu finden ist. Wer nicht in einer Familie lebt, wählt typischerweise ganz bestimmte Lebensstile. So sind beispielsweise jüngere Alleinstehende häufig im so genannten "Unterhaltungstyp" oder im "Selbstverwirklichungstyp" zu finden, ältere Singles dagegen konzentrieren sich auf einen häuslichen Lebensstil oder zählen zu den "aufgeschlossenen Sicherheitsorientierten". Familien dagegen nutzen fast das ganze Spektrum an Varianten, wobei das Alter, also die Lebensphase eine sehr wichtige Rolle spielt: Mit zunehmendem Alter werden anstelle moderner, erlebnis- und selbstverwirklichungsorientierter Formen eher kulturelles Interesse, Harmoniebedürfnis oder auch Zurückgezogenheit in die Privatsphäre bestimmend für die Lebensführung.

Dennoch kann nicht jeder Mensch einem reinen Lebensstil-Typ zugeordnet werden. Oft gibt es auch „Mischformen“, also Lebens- und Freizeitstile, die nach sehr unterschiedlichen Wertmustern und Verhaltensweisen kombiniert werden. Die Individualität der einzelnen Freizeitnutzer darf folglich nicht außer Acht gelassen werden.

Der Trend geht zu einer zunehmenden Ausdifferenzierung der Freizeitaktivitäten. Steigende Bedürfnisse und Ansprüche der Freizeitnutzer stellen immer neue Anforderungen an den Freizeitbereich.

Um diesen Anforderungen gerecht zu werden, sollte die Kommune ein vielfältiges Angebot an Freizeiteinrichtungen und Erlebnismöglichkeiten bereitstellen. Angebote für individuelle, spezifische Bedürfnisse ganz bestimmter Zielgruppen werden dabei immer wichtiger. Es wäre daher von Nutzen, wenn die Kommune sich für eine stärkere Multifunktionalität der Freizeiteinrichtungen in ihrer Stadt einsetzen würde.

#### Quellen:

Bauer, N.: Das Außenraumverhalten und die Mediennutzung 8- bis 12-jähriger und die Konsequenzen für die Wohnungsumfeldgestaltung, Berlin 2001

Becker, W.: Konsum- und Freizeitverhalten im Alter. Theoretische Grundlagen für die Verbraucherpolitik, Aachen 1998

Deutsche Gesellschaft für Freizeit (Hrsg.); Senioren und Freizeit. Aktuelle Daten und Fakten zur Altersfreizeit, Erkrath 1998

Henckel, D.; Grabow, B.; Kunert-Schroth, H.; Nopper, E.; Rauch, N.: Zeitstrukturen und Stadtentwicklung, Stuttgart, Berlin, Köln 1989

Opaschowski, Horst W.: Herausforderung Freizeit, BAT Freizeitinstitut Schriftenreihe Band 10, Hamburg 1990

Padberg, H.: Freizeitverhalten und Freizeitgestaltung von Grundschulkindern, Bonn 1985

Thien, K.; Voglmayer, I.: Urbane Strukturen und Neue Freizeittrends, Wien 1999

Tokarski, W.; Schmitz-Scherzer, R.: Freizeit, Stuttgart 1985

Springer, KidsVerbraucherAnalyse 2003

Statistisches Bundesamt, Wo bleibt die Zeit, Wiesbaden 2003

Stehr, Ilona (u.a.): Freizeit-Barometer, IFKA Schriftenreihe Band 10, Bielefeld 1992

[http://www.daf.uni-mainz.de/landeskunde/2000\\_2/Freizeit/Images](http://www.daf.uni-mainz.de/landeskunde/2000_2/Freizeit/Images), Zugriff 12.7.05

[http://www.learn-line.nrw.de/angebote/uekontaktschulen/medio/Fortbildung/automob\\_data/lebensstile.pdf](http://www.learn-line.nrw.de/angebote/uekontaktschulen/medio/Fortbildung/automob_data/lebensstile.pdf), Zugriff 14.7.05

<http://www.soziologie.wiso.uni-erlangen.de>, Zugriff 12.7.05

[http://www.uni-essen.de/pressestelle/oktober2002/seite3/kinder\\_und\\_jugendliche.htm](http://www.uni-essen.de/pressestelle/oktober2002/seite3/kinder_und_jugendliche.htm), Zugriff 12.7.05

## 4.2 Freizeitmobilität

**Mobilität** ist die generelle Möglichkeit zur Ortsveränderung, unabhängig vom benutzten Verkehrsmittel und den zurückgelegten Distanzen. In der Freizeitmobilität spielen Freiheit, Flexibilität und Funktionalität eine große Rolle.

Die Freizeitmobilität lässt sich in zwei Hauptkategorien unterteilen. Der eine Bestandteil der Freizeitmobilität ist der **alltägliche Freizeitverkehr**. Hierbei werden Wege hauptsächlich im alltäglichen Umfeld zu-

rückgelegt. Der andere Bestandteil der Freizeitmobilität ist der **nicht-alltägliche Freizeitverkehr**, der den Tagesausflugsverkehr, den Kurzreiseverkehr sowie den Urlaubsverkehr beinhaltet.

In der Freizeit- und Erlebnismobilität ist eine sehr dynamische Entwicklung zu verzeichnen. Der Freizeit- und Urlaubsverkehr weist in den letzten Jahrzehnten die höchsten Zuwachsraten auf. Dies ist vor allem auf verringerte Arbeitszeiten und damit verbundenen erhöhten Freizeitbudgets zurückzuführen. Aktionsräume des **Event-Tourismus** zu Freizeitparks, Konzertveranstaltungen etc. werden immer größer und auch die Häufigkeit dieser Erlebnismobilität nimmt als Folge hoher gesellschaftlicher Wertschätzung zu. Der Freizeitverkehr macht etwa 54% der gesamten Pkw-Verkehrsleistungen im gesamten Bundesgebiet aus, während vergleichsweise der Berufsverkehr mit nur etwa 37% der gesamten Pkw-Verkehrsleistungen im Bundesgebiet vertreten ist.

Etwa die Hälfte aller Freizeitwege in Deutschland wird mittels motorisierten Individualverkehrs zurückgelegt. Bei den zurückgelegten Distanzen entfallen sogar 81% auf den motorisierten Individualverkehr. Folglich werden bei Freizeitaktivitäten im Umland oder Ausland besonders häufig Pkws genutzt, während bei Freizeitgestaltung im alltäglichen Umfeld auch öffentliche Verkehrsmittel eine große Rolle spielen. Die Verkehrsmittelwahl unterscheidet sich also je nach Freizeitaktivität sowie entsprechend alltäglicher oder nicht-alltäglicher Freizeitgestaltung.

Für die Planung von Freizeitangeboten ist es möglich, die Freizeitnutzer in Mobilitätsgruppen einzuordnen, um eine optimale Nutzungsmöglichkeit für die jeweilige Zielgruppe zu gewährleisten.

Die Mobilität der Nutzer von Freizeiteinrichtungen ist natürlich individuell verschieden. Jeder Freizeitnutzer hat also einen individuellen **Bewegungsradius**. So kann auch ein älterer Mensch noch sehr gut zu Fuß sein, während ein junger Mensch – zum Beispiel aufgrund einer Behinderung – in seinem Bewegungsradius enorm eingeschränkt sein kann.

Kinder haben – wenn sie ohne ihre Eltern unterwegs sind – nur einen sehr eingeschränkten Bewegungsradius. Sie haben nicht die Möglichkeit Freizeiteinrichtungen mit dem Auto zu erreichen und oft besitzen sie auch keine Fahrkarte, um öffentliche Verkehrsmittel zu benutzen. Für Kinder sind somit hauptsächlich Freizeitangebote in unmittelbarer Umgebung von Bedeutung.

Die Mobilität von Jugendlichen ohne Führerschein ist ebenfalls eingeschränkt. Die Infrastrukturausstattung spielt in der **Jugendfreizeit** daher eine große Rolle. Freizeiteinrichtungen, die mit den öffentlichen Verkehrsmitteln günstig zu erreichen sind, haben bei Jugendlichen einen höheren Stellenwert als schlecht erreichbare Einrichtungen.

Älteren Jugendlichen sowie jungen Erwachsenen, die bereits einen Führerschein und die Möglichkeit der Nutzung eines Fahrzeuges haben, bietet sich aufgrund der größeren Mobilität wesentlich mehr Vielfältigkeiten zur Freizeitgestaltung. Mit höherem Alter werden somit auch Freizeitangebote außerhalb der Stadt attraktiver.

Für Familien mit Kindern sind oft auch überregionale Angebote wie Disneyland, Serengeti Park, Legoland usw. interessant. Aufgrund der meist langen Anfahrtszeit werden solche Angebote jedoch oft nur am Wochenende oder in den Ferien genutzt. Daher sind auch familienfreundliche Einrichtungen in Wohnnähe von enormer Wichtigkeit.

Die Mobilität von Familien – vor allem mit mehreren kleinen Kindern – ist eher eingeschränkt. Häufiges Umsteigen mit mehreren kleinen Kindern in Bus und Bahn gestaltet sich meist schwierig, besonders wenn ein Kinderwagen mitgeführt werden muss, denn viele U-Bahn Stationen haben noch keinen Fahrstuhl.

Lange Fußwege von den Haltestellen oder von Parkplätzen zu den Freizeiteinrichtungen sind ebenfalls problematisch. Kleine Kinder sind nicht sehr schnell zu Fuß, so dass selbst relativ kurze Wege viel Zeit in

Anspruch nehmen können. Wenn die Kinder den ganzen Weg über quengeln, ist es für die ganze Familie mehr Stress als Erholung.

Auch die Mobilität von Senioren ist teilweise stark eingeschränkt. Die Freizeiteinrichtungen sollten deshalb mit den öffentlichen Verkehrsmitteln ohne weite Fußwege gut zu erreichen sein. Parkplätze direkt vor Ort sind für Senioren besonders wichtig, da viele ältere Menschen die Anreise mit dem Auto bevorzugen. Gerade für ältere Menschen spielen die Wege, die innerhalb der Freizeiteinrichtung zurückgelegt werden müssen, eine große Rolle. Je nach Art der Freizeiteinrichtung sollten daher eventuell kostenlose Rollstühle für Gehbehinderte zur Verfügung gestellt werden. Ein gutes Beispiel hierfür ist die Buga in Berlin, in der sich alte und gehbehinderte Menschen für Ihren Aufenthalt im Park einen Rollstuhl ausleihen und so von ihren Angehörigen bequem durch die ganze Anlage geschoben werden können.

Auch sollten beispielsweise in Zoos ausreichend Sitzplätze angeboten werden, da ältere Leute meist nicht mehr allzu weite Strecken ohne Pause zurücklegen können. Auf Bänken im Zoo können sie sich ausruhen und die Tiere beobachten um danach erholt ihren Weg durch den Zoo fortzusetzen.

Die Kommune/Stadt sollte besonders darauf achten, dass genügend gleichmäßig verteilte Freizeitangebote für die alltägliche Freizeitgestaltung vorhanden sind. Dies ist besonders von Bedeutung für Freizeitnutzer, die weder ein Auto noch die Möglichkeit haben, weiter entfernte Freizeitangebote mit den öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen.

Die Kommune/Stadt sollte darauf achten, dass ein Grossteil dieser Freizeiteinrichtungen vor Ort auch für Familien mit Kindern attraktiv ist, damit diese für die alltägliche Freizeitnutzung nicht zu weite Wege zurücklegen müssen. Dennoch dürfen die anderen Freizeitnutzer nicht vernachlässigt werden. Für jeden Freizeittyp sollten attraktive Angebote im alltäglichen Umfeld bereitgestellt werden. Weiterhin sollte die Kommune eine gut ausgebaute Infrastruktur gewährleisten. Öffentliche Verkehrsmittel sollten behindertengerecht ausgestattet sein, um auch bislang in der Freizeitmobilität benachteiligte Gruppen mit anderen Freizeitnutzern weitgehend gleichzustellen.

Eine gute Verbindung mit Haltestellen so dicht wie möglich an der jeweiligen Freizeiteinrichtung ist wünschenswert. Auch Parkplätze sollten in unmittelbarer Nähe der Freizeitanlage zur Verfügung gestellt werden.

Bei der Planung von Freizeiteinrichtungen sollte die Kommune immer die Mobilität ihrer potentiellen Nutzer berücksichtigen, und zwar sowohl bei der Erreichbarkeit der Einrichtung selbst als auch bei der Ausstattung innerhalb der Freizeiteinrichtung.

#### Quellen:

Opaschowski, H.W.: Freizeit und Mobilität. Analyse einer Massenbewegung vom BAT Freizeit-Forschungsinstitut. 1995

Lanzendorf, M.: Freizeitmobilität. Unterwegs in Sachen sozial-ökologischer Mobilitätsforschung. Trier. 2001

[http://www.bbr.bund.de/raumordnung/verkehr\\_energie/mobilitaet.htm](http://www.bbr.bund.de/raumordnung/verkehr_energie/mobilitaet.htm)

difu: Stadtökologie. Wissenschaft und kommunale Praxis im Dialog. Freizeitmobilität – Entwicklungen und Handlungsmöglichkeiten. Berlin. 1998

Deutsche Gesellschaft für Freizeit (Hrsg.), Unerledigt – DGF Dokumentation zu 40 Jahren Freizeitpolitik in Bund, Ländern und Gemeinden. 1998

Nohl, Werner; Richter, Ursula: Umweltverträgliche Freizeit, freizeitverträgliche Umwelt. Ansätze für eine umweltorientierte Freizeitpolitik im Rahmen der Stadtentwicklungspolitik. ILS Schriften 16, Dortmund, 1998

Opaschowski, Horst W.: Freizeit und Umwelt. Der Konflikt zwischen Freizeitverhalten und Umweltbelastungen. Ansätze für Veränderungen in der Zukunft. Band 6 der Schriftenreihe zur Freizeitforschung, Hamburg, 1985

### 4.3 Ehrenamt

Das Ehrenamt bezeichnet ein öffentliches unbezahltes Amt, das durch gesellschaftliche Anerkennung vergolten wird. Dies kann als Pflicht (traditionelles Ehrenamt) oder auf freiwilliger Basis (neues Ehrenamt, auch Freiwilligenarbeit) ausgeübt werden und wird dann häufig mit dem Begriff des **bürgerschaftlichen Engagements** weiter umfasst. Ehrenamt hat auch mit Verantwortung zu tun.

Es gibt die Möglichkeit, in der Freizeit ein Ehrenamt zu bekleiden sowie die Möglichkeit, sich für die Freizeit ehrenamtlich zu engagieren.

**Ehrenamtliche** nennt man Mitarbeiter von Organisationen, Vereinen, sozialen Diensten oder Staatlichen Organen (z.B. Gemeinden), die ihre Tätigkeit ohne Bezahlung verrichten.

Oft sind Ehrenamtliche Jugendliche, Rentner oder Arbeitslose. Aber auch für andere Leute wird das Ehrenamt zunehmend interessanter. Immer mehr Menschen fühlen sich zum Ehrenamt hingezogen, weshalb eine steigende Beachtung des ehrenamtlichen Engagements zu beobachten ist. 1999 wurde durch das Freiwilligen-Survey der Bundesregierung herausgefunden, dass zwei Drittel der Bevölkerung in Deutschland an ehrenamtlichen Tätigkeiten beteiligt sind. Manche Dienste könnten ohne Ehrenamtliche kaum mehr existieren. Dazu gehören unter anderem Sport- und andere Vereine sowie zahlreiche kommunale Freizeiteinrichtungen.

Es gibt eine große Anzahl von Beispielen für ehrenamtliche Tätigkeiten in der Freizeit und gleichzeitig für die Freizeit. Ein Beispiel sind freiwillige Helfer für Menschen mit Behinderungen in der Freizeit. Sportvereine, Musikgruppen und andere Freizeitorganisationen sind wichtige Gemeinschaften in Dörfern und Stadtteilen. Menschen mit Behinderungen finden oft schwer Anschluss und bleiben deshalb häufig von diesen Initiativen ausgeschlossen. Das muss aber nicht so sein. Ehrenamtlich engagierte Helfer können dafür sorgen, dass auch Menschen mit Behinderungen die Möglichkeit haben, am Gemeinschaftsleben dieser Organisationen teilzunehmen und selbst in angemessener Form Aufgaben übernehmen zu können. Die freiwilligen Helfer können Unsicherheiten bei den behinderten Menschen abbauen, indem sie aufzeigen, wie Freizeiteinrichtungen ihre Aktivitäten auch diesen Menschen besser zugänglich machen. Außerdem können die ehrenamtlichen Helfer Menschen mit Behinderungen zu Freizeiteinrichtungen oder Freizeitveranstaltungen begleiten, da diese solche Angebote mit einer Begleitung wesentlich einfacher wahrnehmen können (vgl. Kap. 4.2 Freizeitmobilität).

Ein Ehrenamt kann auch die verschiedenen Generationen untereinander näher bringen. So könnten bevorzugt Jugendliche als ehrenamtliche Helfer in Senioreneinrichtungen eingesetzt werden. Weiterhin könnten ältere Menschen als zusätzliche freiwillige Betreuer in Freizeiteinrichtungen für Kinder und Jugendliche zum Einsatz kommen. Dies würde auf beiden Seiten positive Auswirkungen haben.

Ein weiteres Beispiel für das Ehrenamt ist das Organisationsprojekt „Freiwilliges Engagement in Großschutzgebieten“ für die Naturwacht Brandenburg. Die Naturwacht Brandenburg und der Dachverband EUROPARC Deutschland wollten Möglichkeiten für bürgerschaftliches Engagement schaffen und in

ihren Großschutzgebieten Freiwillige einsetzen. Seit 2003 besteht nun eine Zusammenarbeit mit Freiwilligen im Nationalpark Unteres Odertal, in den drei Biosphärenreservaten und elf Naturparks Brandenburgs.

Die 15 Brandenburger Großschutzgebiete fördern eine naturverträgliche Nutzung, beispielsweise durch angepassten Tourismus oder durch ökologische Land- und Forstwirtschaft. Freiwillige Ranger – ehrenamtliche Mitarbeiter der hauptamtlichen Naturwacht Brandenburg – helfen in den Großschutzgebieten die Naturschätze Brandenburgs zu bewahren.

Aufbauend auf den Erfahrungen in den Brandenburger Großschutzgebieten wurde das Freiwilligenprogramm von EUROPARC Deutschland Anfang 2004 im Folgeprojekt „Aufbau eines Freiwilligenprogramms in deutschen Großschutzgebieten“ auf bundesweit 15 Modellgebiete ausgeweitet. Vom Wattenmeer-Nationalpark bis zum Nationalpark Bayerischer Wald wird nun Freiwilligen die Mitarbeit in verschiedenen Naturschutzprojekten angeboten. Die ehrenamtlichen Mitarbeiter in den Parks sind unfall- und haftpflichtversichert.

Ein Ehrenamt verschafft Einblick ins Leben und auch in die Arbeitswelt - es können wertvolle Erfahrungen gesammelt werden und es besteht die Gelegenheit des sozialen Engagements. Außerdem stellt man unter Beweis, dass man motiviert und engagiert ist. Bei bestimmten Ehrenämtern qualifiziert man sich sogar unmittelbar für bestimmte Aufgaben (zum Beispiel bei der Telefonseelsorge für eine beratende Tätigkeit). Das Ehrenamt ist eine Chance für jeden einzelnen sich einzumischen und mitzugestalten. Freiwilliges Engagement ist nicht nur Hilfe für andere, sondern bedeutet auch persönliche Weiterentwicklung.

Das Jahr 2001 war das internationale Jahr der Freiwilligen. In diesem Zusammenhang haben zahlreiche Aktionen auf Bundes- und Landesebene stattgefunden. Aber auch die Kommunen versuchen auf vielfältige Weise die Freiwilligenarbeit bzw. das Ehrenamt zu stärken.

Das kann durch die Gründung von Freiwilligenzentren oder Freiwilligenagenturen geschehen. Diese informierenden und vermittelnden Anlaufstellen ermöglichen interessierten Menschen den Einstieg ins freiwillige Engagement.

Die Einführung eines „Tag des Ehrenamtes“ könnte das Ehrenamt ebenfalls stärken. Ein „Tag des Ehrenamtes“ würde für das Ehrenamt werben und es publik machen. Organisationen und Vereine könnten sich und ihre Arbeit vorstellen, während die Bürger die Gelegenheit hätten, die vielfältigen Möglichkeiten, sich zu engagieren, kennen zu lernen. Das Bezirksamt Berlin Charlottenburg-Wilmersdorf führt schon seit 1997 jährlich einen solchen „Tag des Ehrenamtes“ als Markt der Möglichkeiten durch.

Die ehrenamtlichen Tätigkeiten sollten von der Kommune anerkannt und gefördert werden. Denn gerade das ehrenamtliche Engagement braucht Ermutigung und Bestätigung.

Eine Möglichkeit der Auszeichnung ist ein jährlich verliehener Ehrenamtspreis. Mit dem Preis sollten besonders vorbildliche gemeinwesenorientierte Leistungen gewürdigt werden, die freiwillig ehrenamtlich, d.h. ohne finanzielle Gegenleistungen, erbracht werden. Mögliche Preisträger sind Menschen, die zur Stärkung und Vernetzung nachbarschaftlicher Beziehungen beitragen, umweltfördernd arbeiten, einen generationenübergreifenden Ansatz verfolgen oder sich für die Förderung von Menschen mit Behinderungen engagieren. Das Bezirksamt Berlin Charlottenburg-Wilmersdorf verleiht bereits seit dem Jahr 2000 jährlich einen Ehrenamtspreis.

#### Quellen:

Balke, Klaus : Ehrenamt, Freiwilligenarbeit, Selbsthilfe. 1997

Behr, Christina: Ehrenamtliches und bürgerschaftliches Engagement in unserer Gesellschaft. 2001

<http://volontariat.social-bz.net/14v213d222.html>, Zugriff 10.07.2005

<http://www.berlin.de/buerger-aktiv>, Zugriff 09.07.2005  
<http://www.charlottenburg-wilmersdorf.de>, Zugriff 10.07.2005  
<http://www.ehrenamt.de>, Zugriff 10.07.2005  
<http://www.europarc-deutschland.de>, Zugriff 08.07.2005  
<http://www.faz.net>, Zugriff 09.07.2005  
<http://www.ilexikon.com>, Zugriff 08.07.2005  
<http://www.naturwacht.de>, Zugriff 08.07.2005  
<http://www.pro-ehrenamt.de>, Zugriff 10.07.2005

#### Weiterführende Literatur:

Rosenkranz, Doris; Weber, Angelika: Freiwilligenarbeit. 2002  
Stiehr, Katrin: Ehrenamtlich Helfen. 2003  
Wadsack, Ronald: Ehrenamt attraktiv gestalten. 2003

## 4.4 Teilhabe

Teilhabe - das heißt Mitmachen, Mitbestimmen, Mitgestalten. Die gesellschaftliche Teilhabe ist rechtlich im Sozialgesetzbuch IX verankert. Voraussetzung für eine gerechte Teilhabe aller ist das Miteinandersein auf gleicher Augenhöhe.<sup>338</sup> „Der Soziabilität“<sup>339</sup> als ein Ausdruck menschlicher Wesenhaftigkeit wurde bislang im Hinblick auf Menschen, die als behindert gelten wenig Aufmerksamkeit zuteil Angebote für Menschen mit Behinderung liegen oft neben den Wünschen der Menschen mit Unterstützungsbedarf.

Jahrzehnte nach dem Verankerung des Normalisierungsprinzips<sup>340</sup> ist heute immer noch festzustellen, dass Integration insbesondere im außerschulischen Bereich kaum stattgefunden hat. Nach dem Normalisierungsprinzip sollen nicht Menschen mit Behinderungen, sondern Lebensbedingungen normalisiert werden, um ein weitgehend normales Leben zu ermöglichen. Damit stellt das Normalisierungsprinzip einen Gegenpol zu dem traditionellen Prinzip der Be- und Aussonderung dar. Vor allem die Situation im Freizeitbereich ist hier beispielhaft zu nennen. Teilhabe bedeutet Dazugehören und am allgemeinen Leben teilnehmen. Sie meint die soziale Integration und kann als eine Dimension der Lebensqualität behinderter Menschen angesehen werden. Freizeit dient der Überwindung von Grenzen. Jeder kann seine frei verfügbare Zeit nutzen, wie er möchte, wann er möchte und mit wem er möchte. Freizeit heißt Kommunikation. Sie ist ein Zeitraum, in dem Teilnehmer einer gemeinsamen Aktivität Erfahrungen machen und austauschen können. Dieses Miteinander und dieser Erfahrungsaustausch sind besonders wichtig für die persönliche Entwicklung und Individualität sowie für die Steigerung individuellen Wohlbefindens eines jeden. In unserer Gesellschaft müssen grundlegend integrativ ausgerichtete Angebote im Bereich der Freizeit be-

---

338 Ole Lünemann, Kongress zur Teilhabe von Menschen mit Behinderung Dortmund, 26.08.2003.

339 Begriff für die individuell verschieden ausgeprägte Begabung, sich in eine Gemeinschaft einzufügen und mit anderen zusammenzuarbeiten; auch das Kontaktbedürfnis, die Geselligkeit.

340 Die grundlegende Aussage des Normalisierungsprinzips lautet: „den geistig Behinderten ein so normales Leben wie möglich zu gestatten“ (Bank-Mikkelsen, zit. nach Thimm 1994, 4).

hinderter Menschen geschaffen werden. Es besteht grundsätzlich kein Unterschied zwischen Freizeitbedürfnissen von Menschen, die als behindert gelten und jenen der übrigen Bevölkerung. Leider mangelt es bislang weitestgehend an einer integrativen Landschaft im Freizeitbereich.<sup>341</sup>

Auf den Weg zu einer gesicherten Teilhabe ist die ab 01.01.2006 geforderte Barrierefreiheit von Internetseiten öffentlicher Träger und Bundesbehörden in der BRD. Das heißt, dass die genannten Behörden sicherzustellen haben, dass ab dem genannten Zeitpunkt behinderte Menschen, z.B. Blinde oder Sehbehinderte, mit entsprechenden technischen Hilfsmitteln ihre Internetseiten lesen und benutzen können.

Für viele Menschen mit Behinderung ist die Teilhabe am sozialen Leben ihres Umfelds erheblich erschwert, weil sowohl die baulichen Strukturen als auch die inhaltlichen Angebote und sozialen Abläufe ihre Bedürfnisse nicht einbeziehen. Ebenso Familien oder einkommensschwache Haushalte fällt es schwer. In unserer Gesellschaft ist der Zugang zu Kultur ungleich verteilt. Je nach Bildungsgrad, Wohnort, finanzieller Ausstattung bestehen für Familien unterschiedliche Möglichkeiten der aktiven Teilhabe am kulturellen Angebot. Es sollte folglich darüber nachgedacht werden, den Zugang zur Kultur für alle Familien besser und einfacher zu gestalten, um allen das selbe Angebot zu ermöglichen.<sup>342</sup> Hierbei ist die Hauptstadt Paris als Vorbild zu nennen. Kinder und Jugendliche bis Vollendung des 18. Lebensjahres haben in vielen Museen der Stadt (z.B. Louvre) freien Eintritt.

Alle gesellschaftlichen Gruppen sind daher aufgefordert, integrative Angebote einzurichten. Neben den behindertengerechten Ausbau des Verkehrsnetzes als auch öffentlicher Einrichtungen, müssen Kultur- und Sportangebote, die die Integration von Menschen mit Behinderung fördern, entwickelt und öffentlich unterstützt werden. Moderne technische Hilfsmittel wie beispielsweise PC, Bildschirmtext, Bildtelefon sind bei Bedarf bereitzustellen, um den Zugang zu Freizeit- und Kulturangeboten für alle zu ermöglichen.<sup>343</sup>

## Quellen:

Lünnemann, Ole, Kongress zur Teilhabe von Menschen mit Behinderung Dortmund, Pressemitteilung Informationsdienst Wissenschaft, 26.08.2003.

Markowetz, R./Cloerkes, G. (Hrsg.): Freizeit im Leben behinderter Menschen. Theoretische Grundlagen und sozialintegrative Praxis. Heidelberg 2000.

Niehoff, Ulrich, Mitmachen und Mitbestimmen! Wie geht es weiter nach dem Dortmund-Kongress, Lebenshilfe-Zeitung 2/2004 vom 17.06.04.

<http://www.familienfreundliche-kommune.de/FFKom/05/ueberblick02.asp>

<http://www.gemeinsamleben-gemeinsamlernen.de/freizeit%20und%20kultur.htm>

---

341 Reinhard Markowetz, G. Cloerkes (Hrsg.): Freizeit im Leben behinderter Menschen. Theoretische Grundlagen und sozialintegrative Praxis. Heidelberg 2000.

342 <http://www.familienfreundliche-kommune.de/FFKom/05/ueberblick02.asp>, Zugriff 04.08.05.

343 <http://www.gemeinsamleben-gemeinsamlernen.de/freizeit%20und%20kultur.htm>, Zugriff 04.08.05.

## 4.5 Generationen/ Demographischer Wandel/ Alter

Demographie ist im engeren Sinne die Beschreibung von Zustand und Veränderungen der Bevölkerungszahl und Bevölkerungszusammensetzung; heute gleichbedeutend mit Bevölkerungswissenschaft, die sich hauptsächlich mit den äußeren Ursachen für Veränderungsvorgänge auseinandersetzt.<sup>344</sup>

Seit vielen Jahrhunderten führt der Staat Bevölkerungsstatistiken. Diese Erhebungen stellen Entscheidungshilfen für öffentliches Handeln dar. 1955 führte Guillard den Begriff der Demographie ein.

Die **Altersgliederung** einer Bevölkerung wird in Form einer Summenkurve für ein Stichjahr dargestellt. Einzelne Jahrgänge werden, getrennt nach Geschlecht, in liegenden Säulen aufgetragen, die dann zu Altersgruppen summiert werden. Ist jeder neue Geburtenjahrgang größer als der vorige, so entsteht das Bild einer Pyramide, die für junge wachsende Bevölkerung steht. Werden genauso viele Menschen geboren wie sterben, im gleichen geschlechtlichen Verhältnis, so ergibt sich im Laufe der Jahre ein Säulendiagramm mit dem Bild einer Glocke. Sie steht für Stagnation und eine ausgewogene Altersgliederung. Werden weniger Menschen geboren, zeigt das Säulendiagramm eine schrumpfende, alternde Bevölkerung. Die Säulen ergeben dann das Bild einer Urne.<sup>345</sup>

Deutschland ist heute, nach Japan, Italien und der Schweiz, weltweit das Land mit dem vierthöchsten Durchschnittsalter der Bevölkerung. Dazu ist Deutschland auch, nach Italien und Japan, das Land mit dem dritthöchsten Anteil der Bevölkerung ab 60 Jahren. Die Lebenserwartung bei der Geburt liegt für Männer bei etwa 75 Jahren und für Frauen bei über 80 Jahren. In den alten Bundesländern ist sie etwas höher als in den neuen Bundesländern.<sup>346</sup>

Wie in allen Mitgliedsstaaten der OECD ist auch in Deutschland der Anteil der älteren Menschen an der Gesamtbevölkerung in den vergangenen Jahrzehnten kontinuierlich gestiegen und wird auch in Zukunft weiter ansteigen, begleitet von einer Abnahme der Gesamtbevölkerungszahl.<sup>347</sup>

Das Verhältnis zwischen älteren und jüngeren Menschen in Deutschland wird sich in den nächsten 20 Jahren drastisch verschieben. Im Jahr 2050, so die neuesten Berechnungen des Statistischen Bundesamts, wird die Hälfte der Bevölkerung älter als 48 Jahre und ein Drittel 60 Jahre oder älter sein.<sup>348</sup> Das Statistische Bundesamt rechnet damit, dass die Anzahl älterer Menschen ab 60 Jahren in den nächsten 50 Jahren von gegenwärtig etwa 19 Millionen auf ca. 25 Millionen zunehmen wird.

Die Zahl der Hochaltrigen (80-Jährige und Ältere) wird in den nächsten Jahrzehnten kräftig zunehmen. Gegenwärtig sind in Deutschland rund 2,9 Millionen Menschen (3,6%) der Bevölkerung 80 Jahre und älter. In 20 Jahren werden es ca. 5,1 Millionen (6,3%) sein. Für das Jahr 2050 rechnet das Statistische Bundesamt mit knapp acht Millionen Menschen im Alter von 80 und mehr Jahren. Gut elf Prozent der Bevölkerung werden dann hochaltrig sein.<sup>349</sup>

---

344 F.A. Brockhaus, dtv-Lexikon, Band 4, Deutscher Taschenbuch Verlag, Mannheim 1997.

345 Hotzan, Jürgen: dtv-Atlas Stadt, Von den ersten Gründungen bis zur modernen Stadtplanung. München 1994, S. 53.

346 Holger Adolph, DZA-Diskussionspapier Nr. 37 Juli 2002, Zur Lebenssituation älterer Menschen in Deutschland. Ausgewählte Daten und Kurzinformationen. Berlin 2002.

347 ebenda

348 Statistisches Bundesamt, Pressemitteilung vom 06.05.2003, Wiesbaden.

349 Hotzan, Jürgen: dtv-Atlas Stadt, Von den ersten Gründungen bis zur modernen Stadtplanung. München 1994, S. 53.

Da die **Bevölkerungszahl** in Deutschland, trotz voraussehbaren Zuwanderungssalden aus dem Ausland insgesamt von 82 auf etwa 70 Millionen sinken wird, bedeutet dies eine merkliche Zunahme des Anteils älterer Menschen an der Gesamtbevölkerung. Ursache für den **Bevölkerungsrückgang** insgesamt ist die rückläufige Bevölkerung im Familiengründungsalter und bei anhaltend niedrigen Geburtenraten. Es sterben pro Jahr mehr Menschen, als geboren werden. Somit entsteht ein negativer Saldo, der sich laut Berechnungen in den nächsten fünf Jahrzehnten nicht wesentlich verändern wird.<sup>350</sup>

Der demographische Wandel hat starke Auswirkungen auf die finanzielle Situation einer Kommune und sollte deshalb in der Kommunalverwaltung nicht unberücksichtigt bleiben. Geringer Bevölkerungszuwachs oder sogar Bevölkerungsrückgang bedeuten langfristig gesehen auch ein Sinken des Personalbedarfes in kommunalen Verwaltungen und in öffentlichen Einrichtungen, die sich in kommunaler Trägerschaft befinden.

Für jeden Einwohner weniger, fehlen der Kommune etwa 500 Euro im kommunalen Haushalt infolge ausbleibender Steueranteile und Zuwendungen, die auf Basis der Einwohnerzahl berechnet werden. Die Veränderungen der Bevölkerungsdichte beeinflussen die Kosten der Unterhaltung öffentlicher Einrichtungen ebenso. Bei gleichbleibenden Aufwendungen für die Unterhaltung und Rückgang der Nutzerzahl muss je Einwohner der Kommune deutlich mehr gezahlt werden, als das heute der Fall ist. Folglich steigt der Aufwand je Nutzer. Regionale und lokale Infrastruktureinrichtungen werden bereits innerhalb ihrer normalen Lebensdauer von immer weniger Menschen genutzt. Die langfristigen Zinslasten von schuldenfinanzierten Einrichtungen müssen von immer weniger Nutzern/Steuerzahlern getragen werden. Künftige Generationen werden mehr denn je belastet. Die regionalen Unterschiede beim demographischen Wandel bewirken wachsende Gefälle beim Einkommen und der Wirtschaftskraft. Die Nachfrage nach altersspezifischen Dienstleistungen wird sich verschärfen (Gesundheit, Kultur, Bildung etc.).<sup>351</sup>

Die **Wohnbedürfnisse** der Bevölkerung werden sich verändern. Es wird weniger Familiengründungen geben. Damit besteht auch nicht mehr der große Wunsch nach einem „kleinen Häuschen im Grünen“. Der Trend zum Wohnen im Grünen, fernab der Zentren, in ruhiger Lage, wird der Alterung der Gesellschaft zum Opfer fallen. Innerortslagen in Groß-, Mittel- und Kleinstädten werden wieder für die individuelle Mobilität interessant.

„Der demographische Wandel wird unsere Gesellschaft sozial, technologisch und mentalitätsmäßig ähnlich stark verändern wie die Industrialisierung im vorvergangenen Jahrhundert.“<sup>352</sup>

#### Quellen:

F.A. Brockhaus, dtv-Lexikon, Band 4, Deutscher Taschenbuch Verlag, Mannheim 1997

Hotzan, Jürgen: dtv-Atlas Stadt. Von den ersten Gründungen bis zur modernen Stadtplanung, München 1994

Holger Adolph, DZA-Diskussionspapier Nr. 37 Juli 2002, Zur Lebenssituation älterer Menschen in Deutschland. Ausgewählte Daten und Kurzinformationen. Berlin 2002

Statistisches Bundesamt, Pressemitteilung vom 06.05.2003, Wiesbaden

---

350 ebenda

351 Schmidt, Kerstin: Bevölkerungsentwicklung und kommunale Finanzplanung, Bertelsmann Stiftung, Studieninstitut Soest 2004.

352 Metzger, Oswald: Konsequenzen des demographischen Wandels. Die fetten Jahre sind vorbei.

Schmidt, Kerstin: Bevölkerungsentwicklung und kommunale Finanzplanung, Bertelsmann Stiftung, Studieninstitut Soest 2004

Metzger, Oswald: Konsequenzen des demographischen Wandels. Die fetten Jahre sind vorbei.

## 4.6 Familie

Für den Begriff Familie gibt es keine allgemeingültige Definition, weder in der Wissenschaft, noch im allgemeinen Sprachgebrauch. Im Laufe der Zeit hat sich der Begriff Familie, genauso wie auch die Gesellschaft mit ihren Werten und Normen, gewandelt und entwickelt. Daher richtet sich heutzutage die gewählte Definition vielmehr nach dem jeweiligen Zweck. Die rechtliche Definition bezeichnet vor allem die verantwortliche Elternschaft, wobei eine Rechtsbeziehung ihrer Mitglieder, z.B. durch Ehe, Abstammung oder Adoption bestehen muss. Darüber hinaus wird im allgemeinen Sprachgebrauch unter Familie verstanden: eine Gruppe von Menschen, die miteinander verwandt, verheiratet oder verschwägert ist, unabhängig davon, ob sie zusammen oder getrennt leben. Die Schwierigkeit, eine allgemeingültige Definition zu finden, liegt vor allem darin, dass sich mit der Zeit eine Vielzahl unterschiedlicher Formen des Zusammenlebens gebildet hat, so dass Familien sehr unterschiedlich aussehen können.

In den 1950er und 1960er Jahren hat sich eine Familienform, die sogenannte moderne Kleinfamilie, verbreitet. Die moderne Kleinfamilie meint das klassische Muster Eltern mit mindestens zwei Kinder und hat sich in den 1950er und 1960er Jahren vor allem in Westdeutschland mit so ungewöhnlicher Dominanz verbreitet, dass sie in der Gesellschaft zur einzig gültigen Norm wurde, die Alternativen weitgehend ausschloss.<sup>353</sup>

Heute schließt der Begriff Familie auch alleinerziehende Mütter und Väter mit ein. Das verwandtschaftliche Netz bietet gegenseitige Solidarität und ist erster Ansprechpartner bei Hilfeleistungen.

Das Scheitern von Beziehungen, die zunehmenden Belastungen im Berufsleben – vor allem der Kampf gegen die Arbeitslosigkeit – wirken sich auf das Familienleben aus und erschweren zum Teil das Leben miteinander. Und dies, obwohl Familien das Rückgrat der Gesellschaft bilden.<sup>354</sup>

Freizeit bietet den meisten Menschen Raum für Tätigkeiten, Erlebnisse und Erfahrungen, die sie in anderen Lebensbereichen nicht haben können. Freizeit zielt nicht auf die Sicherung der Existenz ab, sondern auf die Verbesserung der Lebensqualität. „Aus gesellschaftlicher Sicht ist Freizeit nicht nur wachsender Anteil des Bruttosozialproduktes, sondern eine Steigerung des Freiheitsgrades mit belebender Wirkung für Selbstbestimmung, soziale Beziehungen, Kultur und Wirtschaft.“<sup>355</sup> In der Bewertung von Freizeit ist es wichtig die folgenden Komponenten im Zusammenhang zu sehen: Arbeit, Eigen- und Familienarbeit, Essen, Erholung, Gesundheitspflege, soziale Beziehungen und gesellschaftliche Aufgaben. Freizeit, Fitness und Gesundheit werden heutzutage vor allem mit Wohlbefinden als **Wert der Lebensqualität** verbunden.<sup>356</sup>

Freizeitgestaltung (vgl. Kap 1.3) zählt zu den wichtigsten Bereichen in der Familie. Dazu gehören nicht nur gemeinsame Mahlzeiten, sondern auch gemeinsame Gespräche. Durch unterschiedliche Zeitstrukt-

---

353 Grundstudiumsprojekt Familien- und Kinderfreundlichkeit als Standortfaktor, Zwischenbericht, TU Berlin, ISR, Fachgebiet Bestandsentwicklung WS 2003/04, S.27f.

354 [http://www.familienhandbuch.de/cmain/f\\_Programme/a\\_Aktivitaeten\\_mit\\_Kindern/s\\_187.html](http://www.familienhandbuch.de/cmain/f_Programme/a_Aktivitaeten_mit_Kindern/s_187.html), Zugriff 14.07.2005.

355 [http://www.familienhandbuch.de/cmain/f\\_Programme/a\\_Aktivitaeten\\_mit\\_Kindern/s\\_187.html](http://www.familienhandbuch.de/cmain/f_Programme/a_Aktivitaeten_mit_Kindern/s_187.html), Zugriff 14.07.2005.

356 [http://www.familienhandbuch.de/cmain/f\\_Programme/a\\_Aktivitaeten\\_mit\\_Kindern/s\\_187.html](http://www.familienhandbuch.de/cmain/f_Programme/a_Aktivitaeten_mit_Kindern/s_187.html), Zugriff 14.07.2005.

ren ist die gemeinsam verfügbare Zeit eingeschränkt. Schule, Erwerbsarbeit, Hobbys (vgl. Kap. 1.4.5) oder ehrenamtliche Aufgaben (vgl. Kap. 4.3) geben das Zeitbudget (vgl. Kap. 2.1 Zeitbudget) in der Familie vor. Unter der Woche muss häufig ein genauer Zeitplan eingehalten werden. Hinzu kommen die entgegengesetzten Interessen der Familienmitglieder, die es schwierig machen, die freie und gemeinsame Zeit richtig zu gestalten. Jüngere Kinder wollen etwas mit den Eltern zusammen erleben. Darunter fallen u.a. die folgenden Freizeitaktivitäten: spielen, schwimmen, Rad fahren, sich im Freien bewegen. Die Kinder erwarten, dass sich ihre Eltern Zeit für sie nehmen. Jugendliche hingegen weisen schon ein abgewandeltes Verhalten mit anderen Bedürfnissen auf. Sie haben eigene Vorstellungen von Freizeitgestaltung, die nicht selten sehr gegensätzlich gegenüber denen der Eltern sind.<sup>357</sup>

Eltern brauchen ebenfalls Freizeit für sich. Der berufstätige Elternteil sucht in dieser Zeit gerade das Zusammensein im Familienkreis, das es durch seine Berufstätigkeit nur selten miterleben kann. Der Elternteil, der jedoch täglich zu Hause ist und die Kinder den größten Teil des Tages um sich hat, möchte sich wohl eher in seiner Freizeit einmal gerade von dieser Familie erholen. Auf diesem Hintergrund basierend kann es zu Konflikten über die übereinstimmende Gestaltung der gemeinsamen Zeit kommen. Dies gilt auch für den Familienurlaub, an den oft überhöhte Erwartungen im Hinblick auf Gespräche, Harmonie und Gemeinschaft gestellt werden.<sup>358</sup>

Mobilität ist ein Kennzeichen des Freizeitverhaltens geworden (vgl. Kap. 4.2). In erster Linie geht es um Fahrten zu bestimmten Anlässen wie Ausflüge, Besuche, Tagestouren und Reisen (vgl. Kap. 1.4.7 Tourismus). Aber auch das Fahren an sich wird als Erlebnis beschrieben. Kinder und Jugendliche werden vielfach von den Eltern zu Freizeitaktivitäten gebracht. Die Entfernungen zwischen Wohnort, Arbeitsstätte und Freizeit-Orten haben dazu geführt, dass in vielen Familien zwei Autos vorhanden sind (vgl. Kap. 1.3.1 außerhäusliche Freizeit).

Die Strecken sind häufig zu lang, als dass man sie zu Fuß oder per Rad zurücklegen kann. Die ÖPNV-Verbindungen sind nicht ausreichend ausgebaut, so dass Eltern die Rolle des ‚Taxis‘ übernehmen. Hinzu kommt die negative Beurteilung des ÖPNV, vor allem von Kindern und Jugendlichen. Jugendliche halten Busse und Bahnen für unattraktiv, einschränkend, unbequem und unsicher. Ständige Verspätungen, schlechte Verbindungen und zu geringe Frequenzen werden von den Jugendlichen bemängelt. Das Personal erscheint ihnen auch kinder- und jugendunfreundlich. Etwa 35% der jugendlichen Schüler in Deutschland nutzen zwar den ÖPNV zur Schule, aber nur 15% nutzen den ÖPNV auch in der Freizeit.<sup>359</sup>

In den letzten Jahren häuften sich kriminelle Delikte, bei denen Kinder auf dem Weg zur Schule oder zum Verein überfallen wurden. Um die bestmögliche Sicherheit zu gewährleisten, ziehen es Eltern heutzutage vor, ihre Kinder persönlich zum Freizeit-Ort zu bringen.

Die Freiluftaktivitäten erfreuen sich stets großer Beliebtheit. Wandern, Radtouren, Besuche in Freizeitparks, Zoos und Tierparks oder die gemeinschaftliche sportliche Betätigung beschreiben die Familienfreizeit. Vor allem Freizeitparks in Deutschland und im angrenzenden Ausland, wie beispielsweise Disneyland Resort Paris, erfreuen sich bei Familien mit Kindern großer Beliebtheit (vgl. Kap. 6.2.6 kommerzielle Freizeitparks). Hier gibt es an einem Tag oder auch an einem Wochenende mit Übernachtung Abenteuer, Sport, Spiel und Spaß.<sup>360</sup> Größere Familien mit mehreren Kindern können solche Freizeitangebote jedoch nur selten oder gar nicht wahrnehmen, da ihnen häufig die finanziellen Mittel fehlen.

---

357 [http://www.familienhandbuch.de/cmain/f\\_Programme/a\\_Aktivitaeten\\_mit\\_Kindern/s\\_187.html](http://www.familienhandbuch.de/cmain/f_Programme/a_Aktivitaeten_mit_Kindern/s_187.html), Zugriff 14.07.2005.

358 *Frei-Zeit-Kultur. Herausforderungen für Kolpingsfamilien und Kolpingwerk. Werkblatt 8, Kolpingwerk Deutschland, Köln.*

359 Beatrice Gladow, *Verkehrssicherheit von Kindern und Jugendlichen im Straßenverkehr*, wissenschaftliche Hausarbeit, Berlin Juli 2004.

360 [http://www.familienhandbuch.de/cmain/f\\_Programme/a\\_Aktivitaeten\\_mit\\_Kindern/s\\_187.html](http://www.familienhandbuch.de/cmain/f_Programme/a_Aktivitaeten_mit_Kindern/s_187.html), Zugriff 14.07.2005.

Aus einer Umfrage zum Mobilitätsverhalten der Familienbewegten<sup>361</sup> wurde deutlich, dass die Beschäftigung mit Kindern, die Gartenarbeit oder das Bücherlesen eher in der Familienfreizeit durchgeführt werden, als Restaurantbesuche, Treffen mit Freunden und gemeinsames Fernsehen. Fahrradfahren und Spaziergänge gehören auch zu den häufigsten Aktivitäten der Familien. Bezüglich der Verkehrsmittel steht nicht die schnelle Verbindung von Ort A nach Ort B, sondern eher die Erlebnisqualität im Vordergrund sowie der Spaß und die Erholung und die körperliche Bewegung. Bei der Umfrage der Familienbewegten handelte es sich vorrangig um Frauen (56%).<sup>362</sup>

Zur Thematik „Freizeit in der Familie“ gehört auch der Tourismus bzw. der Urlaub (vgl. Kap. 1.4.7). **Urlaub** außerhalb der eigenen vier Wände machen, ist Tradition vieler Familien in Deutschland. Der Urlaub hat einen hohen Stellenwert, man erwartet eine harmonische und entspannende Zeit mit der Familie. Häufiger als bei Singles und Senioren reicht es bei Familien nur zu einem längeren Urlaub im Jahr. In fast 40% der Familien mit Kindern wird jedoch erst gar keine Urlaubsreise durchgeführt. Der Familienurlaub führt vorrangig ins Inland. Sie fahren überwiegend mit dem Auto und bevorzugen Ferienwohnungen oder Campingplätze. Bei Flugreisen werden Pauschalangebote bevorzugt, die in Ferienzentren oder Clubs mit ihren vielfältigen Angeboten führen.<sup>363</sup>

In den Familien-Ferienstätten ist Urlaub für die ganze Familie möglich. Angebote wie Kindergärten und Spielaktionen lassen besonders Familien mit kleinen Kindern zur Ruhe kommen. Das Zusammensein mit anderen Familien lässt ein Erlebnis von Gemeinschaft entstehen. Die unterschiedlichsten Bedürfnisse von Kindern und Eltern können dort erfüllt werden. In einzelnen Bundesländern gibt es sogar Zuschüsse<sup>364</sup> für Familienferien. Eine Reihe von gemeinnützigen Organisationen wie Arbeiterwohlfahrt, Caritas-Verbände, Diakonisches Werk, Deutsches Rotes Kreuz und Deutscher Paritätischer Wohlfahrtsverband haben Familien-Ferienangebote eingerichtet, die sich vor allem an kinderreiche Familien, Alleinerziehende sowie Familien mit behinderten Kindern wenden. Für einen gemeinsamen Familienurlaub können Zuschüsse zu den Aufenthaltskosten beantragt werden. Die Zuschussleistungen sind an Einkommensgrenzen gebunden. Familien, welche die Einkommensgrenze erheblich unterschreiten, sowie Alleinerziehende und Familien mit behinderten Kindern erhalten erhöhte Zuschüsse.<sup>365</sup>

Zu den sonstigen Freizeitaktivitäten von Familien gehören vor allem Sport treiben und Bewegung. Dazu zählen neben dem gemeinsamen Ausflug mit den Fahrrädern auch die Mitgliedschaft im Sportverein, Besuche der Freibäder und Spaßbäder sowie die Wandertage mit anderen Familien. Bei Kindern und Jugendlichen gehören Fahrrad fahren, Schwimmen und Fußball zu den beliebtesten sportlichen Betätigungen. In vielen Städten und Gemeinden gibt es Ermäßigungen für Familien, z.B. einen Familienpass, der den Eintritt ins Schwimmbad oder ins Theater reduziert.

„Vielfach sind sportliche Aktivitäten der Kinder mit Fahrdiensten der Eltern verbunden. Wenn dann die Kinder auch noch wettkampfmäßig gefordert sind, verbringen Mama und Papa so manches Wochenende

---

361 bezeichnet die Mobilitätsgruppe der Familie.

362 Lanzendorf, Martin, Freizeitmobilität: unterwegs in Sachen sozial-ökologischer Mobilitätsforschung, Trier 2001.

363 vgl. Pieper 1998.

364 Weitere Informationen u.a.: Freie und Hansestadt Hamburg, Behörde für Soziales und Familie, Amt für Familie, Jugend und Sozialordnung, Globalrichtlinie GR J 5 / 04 „Förderung der Familienerholung und Familienfreizeit“ vom 21.12.2004

365 <http://www.campus-eltern.de/frei1/frei1.html>

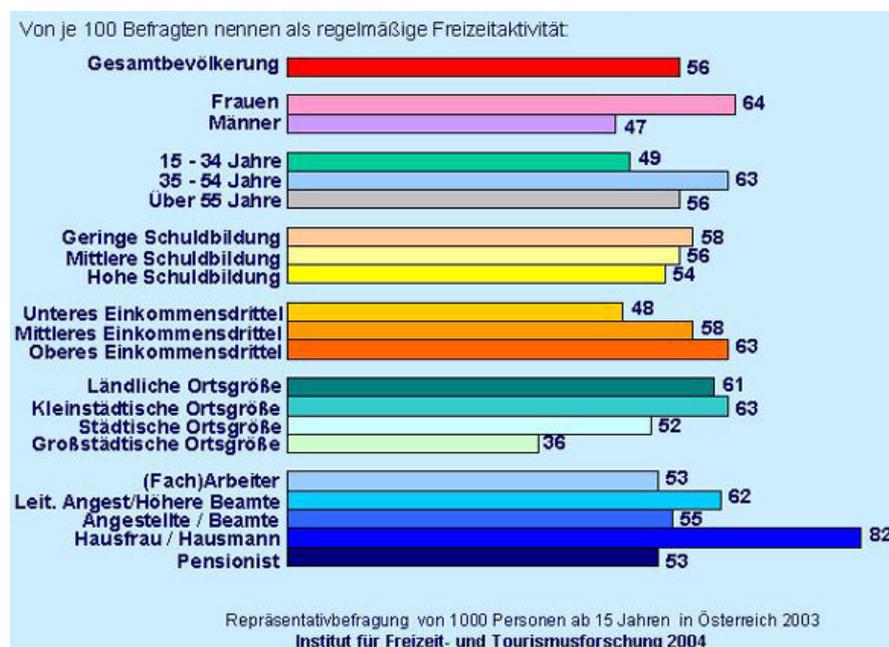
auf dem Fußballplatz oder am Beckenrand des Schwimmbades. Hier gilt es ein gesundes Maß zu finden, damit alle Beteiligten Freude am Sport behalten.“<sup>366</sup>

Das Spielen erfreut sich immer noch großer Beliebtheit. In der Familie gehört es nach dem Fernsehen zu der häufigsten gemeinsamen Tätigkeit von Eltern mit Kindern. Besonders bei Familientagen oder Wochenenden sind neue Gemeinschaftsspiele oder auch das Erzählen von Geschichten und Märchen sehr beliebt.

Rund um Brauchtum und Tradition hat sich im Freizeitsektor ein vielfältiges Angebot entwickelt. In den Familien werden Feiertage, runde Geburtstage, Ehejubiläen und Familienfeste gefeiert. Die Städte und Gemeinden veranstalten Stadtfeste, Kirmes, Schützenfeste und Jahrmärkte, die sich um eine Vielzahl von Traditionen ranken. In der Adventszeit und zu Weihnachten verbringt die Familie viel Zeit miteinander. Entweder geht man gemeinsam über den Weihnachtsmarkt oder es wird zu Hause zusammen gebacken, erzählt und musiziert. Auch zum Karneval, zu Ostern und Pfingsten nehmen sich häufig die erwerbstätigen Elternteile sog. Brückentage, um mit der Familie für ein verlängertes Wochenende einen Ausflug zu machen.

Eine Umfrage in Österreich ergab, dass sich von 100 Befragten (Gesamtbefragung n= 1000) mehr als die Hälfte regelmäßig mit der Familie beschäftigt; Tendenz steigend. Sowohl Großeltern und Eltern als auch Kinder und Enkelkinder werden den immer notwendigeren Sozialkontakt innerhalb der Familie zu schätzen wissen.<sup>367</sup> Die Befragungen wurden face-to-face durch 218 geschulte und kontrollierte SPECTRA-Interviewer im Rahmen des SPECTRA-Bus durchgeführt.

Abb. 31: Freizeitaktivität „Sich mit der Familie beschäftigen“, Umfrage in Österreich 2003



Quelle: P. Zellmann/ B. Haslinger, Forschungstelegramm 1/04. 4. Freizeitmonitor 2003

<sup>366</sup> [http://www.familienhandbuch.de/cmain/f\\_Programme/a\\_Aktivitaeten\\_mit\\_Kindern/s\\_187.html](http://www.familienhandbuch.de/cmain/f_Programme/a_Aktivitaeten_mit_Kindern/s_187.html), Zugriff 14.07.2005.

<sup>367</sup> P. Zellmann/ B. Haslinger, Forschungstelegramm 15/03. 4. Freizeitmonitor 2003. Die Freizeitorientierung der Lebensstile hält an Aktivitäten nehmen wieder zu – die Sparbereitschaft auch. 2003.

Ähnliche Ergebnisse gab es im Freizeit-Monitor 2001 vom B.A.T. Freizeit-Forschungsinstitut in Deutschland. Dort deutete sich auch ein Ende bzw. eine Pause des Trends zur Erlebnis- und Spaßgesellschaft an. Die Familie stand im Wertesystem und im Freizeitverhalten wieder im Vordergrund, auch wenn die empirische Untersuchung der Lebensformen in Deutschland absolut einen gegenläufigen Trend andeutet. Im Jahr 1999 gaben 44 % der Befragten an, sich in der letzten Woche bzw. am Wochenende mit der Familie beschäftigt zu haben, im Jahr 2000 waren es bereits 47 % und im Jahr 2001 dann 51 %.<sup>368</sup>

Die Familie verliert als sozialer Verbund an Bedeutung. Die Ein-Personen-Haushalte nehmen durch bewusstes Alleinleben, Scheidung, Tod des Partners und durch die Zunahme älterer Menschen zu. Sozial-ethische Grenzen werden verschoben. Dies führt zu Orientierungsproblemen und Unsicherheit im Zusammenleben mit der Folge von Rückzug, Ausstieg und Aggression. Dies hat folgende Auswirkungen auf die Freizeit: Die Freizeitgestaltung außerhalb von Gemeinschaften und Organisationen nimmt zu. Die Akzeptanz von Clubangeboten für zwanglose Geselligkeit und Aktivität wächst. Es entsteht ein Bedarf nach Freizeitmöglichkeiten für Randgruppen. Für die Kommune bedeutet das, dass offene Angebotsformen kommunal unterstützt werden sollten. Die Kommune sollte Vereinen durch Marketingseminare eine Hilfestellung geben und Aktivitäten von Alleinstehenden fördern.<sup>369</sup>

Auch wenn die Zahl der Familienhaushalte an der Gesamtbevölkerung durch den demographischen Wandel sinken wird, vor allem im großstädtischen Umfeld, ist es wichtig, Familienangebote im Freizeit-, Kultur- und Sportbereich aufrechtzuerhalten. Ermäßigungen oder Familienvergünstigungen sollten bestehen bzw. erweitert werden. Zuschüsse für Familienferien sollte es nicht nur in einzelnen Bundesländern, sondern flächendeckend in Deutschland geben.

#### Quellen:

Deutsche Gesellschaft für Freizeit, Politische Leitlinien für kommunale Freizeitentwicklung, Erkrath 1993

DSSW-Studie, Trends des innerstädtischen Freizeitmarktes. Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft im Deutschen Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e. V., Berlin 2004

Gladow, Beatrice; Verkehrssicherheit von Kindern und Jugendlichen im Straßenverkehr, wissenschaftliche Hausarbeit, Berlin Juli 2004

Grundstudiumsprojekt Familien- und Kinderfreundlichkeit als Standortfaktor, Zwischenbericht, TU Berlin, ISR, Fachgebiet Bestandsentwicklung WS 2003/04

Kolpingwerk Deutschland, Frei-Zeit-Kultur. Herausforderungen für Kolpingsfamilien und Kolpingwerk. Werkblatt 8, Köln 2000

Lanzendorf, Martin; Freizeitmobilität: unterwegs in Sachen sozial-ökologischer Mobilitätsforschung, Trier 2001

Zellmann, P. /B. Haslinger; Forschungstelegramm 15/03. 4. Freizeitmonitor 2003. Die Freizeitorientierung der Lebensstile hält an Aktivitäten nehmen wieder zu – die Sparbereitschaft auch. 2003

Zellmann, P. /B. Haslinger; Forschungstelegramm 1/04. 4. Freizeitmonitor 2003. Auszug unserer umfassenden Detailanalyse anhand der beiden Beispiele: Handy und Familienorientierung

---

<sup>368</sup> DSSW-Studie, Trends des innerstädtischen Freizeitmarktes. Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft im Deutschen Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e. V., Berlin 2004, S.30.

<sup>369</sup> Deutsche Gesellschaft für Freizeit, Politische Leitlinien für kommunale Freizeitentwicklung, Erkrath 1993.

[www.familienhandbuch.de/cmain/f\\_Programme/a\\_Aktivitaeten\\_mit\\_Kindern/s\\_187.html](http://www.familienhandbuch.de/cmain/f_Programme/a_Aktivitaeten_mit_Kindern/s_187.html), Zugriff 14.07.2005

Weiterführende Literatur:

Bundesministerium für Familie und Senioren (Hrsg.); Wo bleibt die Zeit? Die Zeitverwendung der Bevölkerung in Deutschland. Wiesbaden 1994

Deutsche Gesellschaft für Freizeit (Hrsg.); Freizeit in Deutschland - Freizeittrends 2000 plus. Erkrath 2000

Freie und Hansestadt Hamburg; Behörde für Soziales und Familie, Amt für Familie, Jugend und Sozialordnung, Globalrichtlinie GR J 5 / 04 „Förderung der Familienerholung und Familienfreizeit“ vom 21.12.2004

Opaschowski, Horst W.; Deutschland 2010. Hamburg 2001

Pieper, Iris; Kinder, Jugendliche und Freizeit. Erkrath 1998

## 4.7 Multioptionaler Konsument

Die Bevölkerungszahl der Bundesrepublik Deutschland schrumpft. Das Durchschnittsalter steigt stetig an. Die Gegenwart ist grundsätzlich von einem demographischen Wandel gekennzeichnet (vgl. Kap. 4.5 Demographischer Wandel). Der Wirtschaft droht zukünftig ein Mangel an Fachpersonal. Die Zahl der Einkommensschwachen wird zunehmend, verbunden damit ist eine Abnahme der Konsumkraft des Einzelnen.<sup>370</sup> Wirtschaftliche Unternehmen werden heute einer zunehmenden Dynamik und Komplexität ausgesetzt. Sowohl das Anbieterverhalten als auch die Konsumentenbedürfnisse ändern sich ständig. Die heutige Gesellschaft ist geprägt durch Individualisierung. Die Kunden haben ein neues Selbstverständnis. Sie bleiben den Marken nicht mehr unbedingt treu. Die Medien- und Informationslandschaft hat sich stark verändert und entwickelt.

Deshalb muss sich das Marketing und der Vertrieb neuen Anforderungen stellen. Die heutige Gesellschaft lässt sich immer weniger in feste Lebens- und Orientierungsmuster einteilen. Die Bedürfnisse unterschiedlicher Personengruppen sowie das Anspruchsprofil des Einzelnen unterscheiden sich mit steigender Tendenz. Die Individualisierung führt zu einem immer differenzierten Produkt- und Informationsbedürfnis jedes Einzelnen und äußert sich in einem nicht eindeutig definierbaren Konsumverhalten. Das hybride Kaufverhalten des Einzelnen nimmt zu. Das heißt, dass ein und der selbe Konsument durchaus ein unterschiedliches Kaufverhalten zeigt: Zum einen werden teure Produkte erworben, aber ebenso wird intensiv nach preiswerten Produkten Ausschau gehalten. Dieses Mischverhalten ist für den Anbieter schwerer kalkulierbar. Preisintensive Produkte des täglichen Bedarfs im Niedrigpreisniveau werden stärker nachgefragt. Aber auch die Frage nach erlebnisorientiertem Luxuskonsum sowie die Nachfrage nach individuellen Produkten steigen.<sup>371</sup>

---

<sup>370</sup> H. Mefferl, Konsumverhalten im Wandel, Skript zur Vorlesung „Ausgewählte Kapitel des Marketing, Marketing Centrum Münster, Universität Münster, 2004, S.8.

<sup>371</sup> <http://www.data-mining.de/dbmwandel.htm>, Zugriff 03.08.05.

Niedriges Einkommen begünstigt hybrides Verhalten. Innerhalb einer Warengruppe greifen demnach durchschnittlich 13,5% der Käufer einmal nach einem teuren, dann wieder nach einem preiswerten Produkt. Beim Kauf von Joghurt, Marmelade und Geschirrspülmitteln ist der Anteil hybriden Verhaltens mit 20% besonders hoch. Größtenteils handelt es sich dabei um Konsumenten mit einem unterdurchschnittlichen Einkommen. Alle anderen Haushalte blieben entweder den Niedrig-, Mittel- oder Hochpreisprodukten treu.<sup>372</sup> Aufgrund des erhöhten Wettbewerbs und dem damit verbundenen Warenüberangebot sind sich die Konsumenten ihrer Macht als Käufer immer bewusster. Die Konsumenten von heute sind kritischer geworden. Beanstandungen von Mängeln an Produkten oder schlechtem Service, z.B. bei Urlaubsreisen, gehören zum Alltag und werden oft mit Abbruch der Geschäftsbeziehung quittiert. Der Verbraucherschutz ist in aller Munde, nicht nur Interessenvertretungen treten heute dafür ein, auch politische Parteien verankern ihn heute in ihren Wahlprogrammen, um damit die Wählerschaft zu mobilisieren.<sup>373</sup>

Der globale Markt führt durchaus auch zu schwindender Bedeutung von Marken der einzelnen Produkte. Mittlerweile sind nach einer internationale Studie, zwei Drittel der Konsumenten der Meinung, dass es zwischen den Markenartikeln keine Qualitätsunterschiede mehr gibt.

Der multioptionale Konsument erwartet in allen Bereichen ein vielfältiges Angebot: Eine Vielfalt an Waren und Produkten, eine Vielfalt an Möglichkeiten, seine Konsumwünsche erfüllen zu können (Sofortkauf, Ratenkauf, sofortige Warenauslieferung, Kauf auf Bestellung usw.).

Multioptionaler Konsument heißt aber auch, dass der Konsument die verschiedensten Dinge konsumieren möchte: Waren des täglichen Bedarfs, Luxusgüter, aber auch Kultur- und Bildungsangebote. Hier erwartet der Konsument, dass ihm diese Bereiche ebenso vielfältig angeboten werden, je nach seinen Wünschen und Bedürfnissen: saisonal unterschiedlich, altersgerecht usw.

„Auf dem Hintergrund großer Möglichkeiten in Gesellschaft, Konsum und bei der Wahl von Lebensstilen wird auch im Reiseverhalten ein multioptionaler Kunde postuliert.“<sup>374</sup> Reisende möchten sich kurzfristig aus einem sehr umfangreichen Programm eine große Zahl an Aktivitäten aussuchen. Das aktuelle Nachfrageverhalten von Gästen erfordert **zielgruppengerechte Angebote**. Diese können durchaus sehr gegensätzlich sein. Zum einen sind qualitativ hochwertige und imagerträchtige Angebote gefragt (z.B. Wellness-Wochenende in Bad Saarow), zum anderen werden preisgünstige All-inklusive-Angebote gewünscht (z.B. Reise nach Mallorca mit TUI). Der Reise- oder Freizeit- Konsument ist multioptional. Vielfalt ist wichtig.<sup>375</sup>

Eine repräsentative Erhebung in der Schweiz jedoch zeigte, dass der Bevölkerung die konservativen Aktivitäten, beispielsweise Spaziergänge, Zeit mit der Familie verbringen und shoppen immer noch die wichtigsten sind. Ähnliches ergab sich bei den Sportaktivitäten. Es wird deutlich, dass multioptionale Möglichkeiten mehr als Optionen gelten. Das eigentliche Freizeitverhalten jedoch ist relativ konservativ gestaltet. Es wird an „alten Traditionen“ festgehalten.<sup>376</sup> Diese repräsentative Erhebung zeigt, dass die Entwicklung zum multioptionalen Konsumenten noch in den Anfängen steht. Junge Menschen haben ihr Freizeit- und

---

372 Gabriele Brambach, Betriebswirtschaft: Hybrides Kaufhalten. Die meisten Käufer bleiben beständig. Mediendienst Forschung Nr. 585 vom 04.01.2001.

373 <http://www.data-mining.de/dbmwandel.htm>, Zugriff 03.08.05.

374 Thomas Bieger, Christian Laesser. (1999). Sage mir, wie du reist, und ich sage dir, wie du bist - Den 'Standardtouristen' gibt es nicht mehr. In: Neue Zürcher Zeitung, Nr. 287, Tourismus Neue Zürcher Zeitung, Zürich 1999, S. 83.

375 Haimayer Projektbegleitung (Hrsg.). Regionale Entwicklungsstudie Bregenzerwald. Raumkultur und Tourismus. Schwerpunkt Tourismus. Endbericht Bregenz März 2003, Kapitel 3.2., S. 6.

376 Thomas Bieger, Christian Laesser. (1999). Sage mir, wie du reist, und ich sage dir, wie du bist - Den 'Standardtouristen' gibt es nicht mehr. In: Neue Zürcher Zeitung, Nr. 287, Tourismus Neue Zürcher Zeitung, Zürich 1999, S. 83.

Konsumverhalten noch nicht konkret festgelegt. Sie probieren viele Angebote, vor allem neue Trends gern aus, legen sich aber nicht fest. Da die Bevölkerung in Deutschland veraltert, wird es immer weniger junge Menschen geben. Die älteren Menschen haben ein konkretes Konsumverhalten, das sie über viele Jahre ausüben. Viele Menschen haben nicht mehr das Bedürfnis daran etwas zu verändern und halten an traditionellen Aktivitäten fest.

#### Quellen:

Bieger, Thomas; Laesser, Christian; Sage mir, wie du reist, und ich sage dir, wie du bist - Den 'Standardtouristen' gibt es nicht mehr. In: Neue Zürcher Zeitung, Nr. 287, Tourismus Neue Zürcher Zeitung, Zürich 1999.

Brambach, Gabriele; Betriebswirtschaft: Hybrides Kaufverhalten. Die meisten Käufer bleiben beständig. Mediendienst Forschung Nr. 585 vom 04.01.2001

Mefferl, H.; Konsumverhalten im Wandel, Skript zur Vorlesung „Ausgewählte Kapitel des Marketing, Marketing Centrum Münster, Universität Münster, 2004

<http://www.data-mining.de/dbmwandel.htm>, Zugriff 03.08.05



Rico Wernowsky, Qi Xie

## 5. Akteure

### 5.1 Bund und Länder

Die Bundesrepublik Deutschland ist ein Bundesstaat und besteht aus 16 Bundesländern. Im Grundgesetz, Art. 20 GG, sind die normativen Staatsformmerkmale der BRD festgelegt. Dazu zählen Demokratie, Republik, Rechtsstaat und Sozialstaat. Dieses Staatsprinzip führt zu einer Aufgabenteilung zwischen Bund (Oberstaat) und den Ländern (Gliederstaaten). Die so genannte „vertikale **Gewaltenteilung**“<sup>377</sup> ermöglicht es, wichtige Aufgaben auch auf eine untere Ebene zu verlagern. Dadurch können vor allem regionale Besonderheiten stärker berücksichtigt und die **Dezentralisation** erleichtert werden.<sup>378</sup>

Die Hauptaufgabe des Bundes liegt in der Gesetzgebung. Diese Kompetenz steht zwar grundsätzlich den Ländern zu, wird aber in der Praxis fast ausschließlich umgekehrt praktiziert (Regel-Ausnahme-Verhältnis). Um ein Mitspracherecht der Länder bei der Gesetzgebung zu gewährleisten, müssen die Bundesgesetze neben dem Parlament noch den Bundesrat, der aus Mitgliedern der verschiedenen Landesregierungen besteht, passieren. Dadurch können auch die Länder, die sich um die Ressorts Polizei, Verwaltung, Kultur und Bildung kümmern, ihre Interessen auf Bundesebene wahrnehmen.<sup>379</sup>

Durch die Trennung von Gesetzgebung und Ausführung fällt den Ländern die Hauptaufgabe zu. Art. 83 GG legt fest, dass die Länder neben den Landesgesetzen auch die Bundesgesetze, als eigene Angelegenheiten ausführen. Nur bei den im Grundgesetz, Art. 87 GG, aufgeführten Fällen (z.B. auswärtiger Dienst, Bundesfinanzverwaltung, Bundesgrenzschutz) führt der Bund die Gesetze durch bundeseigene Verwaltungen, Körperschaften oder Anstalten des öffentlichen Rechts aus.<sup>380</sup>

Verwaltungsorganisation:

- Bundesministerien (ermöglichen die Handlungsfähigkeit des Bundesministers)
- Bundesbehörden (für gesamtes Bundesgebiet zuständig / Wahrnehmung der zentralen Bundesaufgaben)
- Mittelbehörden und Unterbehörden (werden immer seltener, da Aufgaben an Länder übertragen werden)

Die Verwaltungsorganisation in den Ländern ist in der Regel ebenfalls dreistufig gegliedert:

- Ministerien
- Mittelbehörden
- Unterbehörden<sup>381</sup>

---

<sup>377</sup> G. Schmidt-Eichstaedt, Städtebaurecht, Stuttgart, Berlin, Köln 1998, S. 33 ff.

<sup>378</sup> [www.infobest.org/DE/DEFINITIONS\\_DE/INFOS\\_ADMIN/admin\\_allemande](http://www.infobest.org/DE/DEFINITIONS_DE/INFOS_ADMIN/admin_allemande), Zugriff 11.07.2005.

<sup>379</sup> [www.infobest.org/DE/DEFINITIONS\\_DE/INFOS\\_ADMIN/admin\\_allemande](http://www.infobest.org/DE/DEFINITIONS_DE/INFOS_ADMIN/admin_allemande), Zugriff 11.07.2005.

<sup>380</sup> [www.infobest.org/DE/DEFINITIONS\\_DE/INFOS\\_ADMIN/admin\\_allemande](http://www.infobest.org/DE/DEFINITIONS_DE/INFOS_ADMIN/admin_allemande), Zugriff 11.07.2005.

<sup>381</sup> G. Schmidt-Eichstaedt, Städtebaurecht, Stuttgart, Berlin, Köln 1998, S. 33 ff.

Diese Gliederung wird durch die Landesregierung bzw. Minister (Oberstufe), die Regierungspräsidenten (Mittelstufe) und die Landratsämter oder die Stadtkreise (Unterstufe) bestimmt. Während die Ministerien gleichzeitig Regierungs- und Verwaltungsinstanz sind, wirken die Regierungspräsidenten als Mittler zwischen der landesweiten politischen Führung und der ortsnahen Verwaltung. Gleichzeitig bündeln sie alle wesentlichen Verwaltungsbereiche unter einem Dach.<sup>382</sup> Die unteren Behörden wiederum sind eng Verknüpft mit den kommunalen Selbstverwaltungskörperschaften (vgl. Kap. 5.2 Kommunen).

Typisch für diesen Behördenaufbau ist das Hierarchieprinzip. Anweisungen der jeweils höheren Behörde müssen von der Untergeordneten befolgt werden, solange diese im Rahmen und aufgrund von Gesetzen erfolgen (Gesetzmäßigkeit der Verwaltung).<sup>383</sup>

Bund und Länder stellen einen Großteil allgemein zugänglicher Freizeitangebote und –infrastrukturen bereit. Durch Gesetze, Bestimmungen und Regelungen schaffen sie neben der materiellen Seite die entsprechenden Rahmenbedingungen, innerhalb derer sich die Aktivitäten der einzelnen Freizeitverbände, kirchlichen Organisationen, Arbeitgebern und privaten Anbietern abspielen. Die konkrete Umsetzung vollzieht sich jedoch materiell und inhaltlich auf der kommunalen Ebene.<sup>384</sup>

Bis Anfang der 1970er Jahre bezog sich die Freizeitpolitik auf Bundesebene nur auf Maßnahmen der Infrastrukturpolitik. Erst in den folgenden Jahren wurden grundsätzliche Regelungen zur Koordinierung der unterschiedlichen Aufgaben im Freizeitbereich geschaffen. Heute lässt sich feststellen, dass fast alle Bundesministerien (BM) einen Teilbereich dieses großen Aufgabenfeldes behandeln.

Tab. 19: Zuständigkeitsverteilung auf Bundesebene (Legislaturperiode 1990 – 1994)

Bundesministerium	Zuständigkeit
des Inneren (BMI)	Förderung des Hochleistungssports und der Sportwissenschaften
für Wirtschaft (BMWi)	Fremdenverkehr, Erhöhung des Wohn- und Freizeitwertes, Freizeitindustrie
für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (BML)	Naturschutz, Landschaftsschutz
für Verkehr (BMV)	Förderung des Wasser- und Luftsports, Freizeit- und Erholungsverkehr
für Bildung und Wissenschaft (BMBW)	Schule und Wissenschaft, Hochschulsport, Weiterbildung
für Raumordnung, Bauwesen, Städtebau (BMBau)	raumordnungspolitische Belange der Freizeit und des Fremdenverkehrs

Quelle: S. Schäflein, Freizeit als Faktor der Stadtentwicklungspolitik und –planung, Frankfurt am Main 1994

Die hier abgebildete Tabelle zeigt in Auszügen die Zersplitterung und teilweise Überschneidung bei der inhaltlichen Zuständigkeits- und Aufgabenverteilung in der Freizeitpolitik auf Bundesebene, die sich in jeder Legislaturperiode wieder ändern kann.

<sup>382</sup> [www.infobest.org/DE/DEFINITIONS\\_DE/INFOS\\_ADMIN/admin\\_allemande](http://www.infobest.org/DE/DEFINITIONS_DE/INFOS_ADMIN/admin_allemande), Zugriff 11.07.2005.

<sup>383</sup> G. Schmidt-Eichstaedt, Städtebaurecht, Stuttgart, Berlin, Köln 1998, S. 33 ff.

<sup>384</sup> S. Schäflein, Freizeit als Faktor der Stadtentwicklungspolitik und –planung, Frankfurt am Main 1994, S. 66.

Ein ähnlich aufgesplittertes Bild spiegelt sich auch auf der Landesebene wieder. Hier findet sich in keinem Bundesland eine eigene und umfassende Zuständigkeit für Freizeitbelange und Planungen, obwohl die Länder für die Freizeit-, Kultur- und Sportpolitik zuständig sind. Auch die Verteilung der Mittel für Freizeitwecke und die Erarbeitung von Förderprogrammen fällt in den Zuständigkeitsbereich der Bundesländer.<sup>385</sup>

Weitere freizeitpolitische Aufgabenfelder der Bundesländer:

- Bestandssicherung der Freizeiteinrichtungen
- Aufbau eines Vereinssystems (vgl. Kap. 5.3 Vereine)
- Sicherung vorhandener Daten und Unterlagen über Freizeitinfrastruktur (vgl. Kap. 8.5 Freizeitinfrastruktur)
- Entwicklung von Trägerschaften für Freizeiteinrichtungen<sup>386</sup>

Die Herstellung der notwendigen Bedingungen für vielfältige Freizeitaktivitäten und die Verbindung mit anderen Bereichen wie Wirtschaft, Wohnungs- und Städtebau, Verkehr, Landwirtschaft, etc. gehört zur Zielsetzung der Landes- und Gebietsentwicklung. Dabei spielt eine gezielte Freizeitpolitik jedoch eher eine untergeordnete Rolle.<sup>387</sup>

Quellen:

Schäfflein, S., Freizeit als Faktor der Stadtentwicklungspolitik und –planung, Frankfurt am Main 1994

Schmidt-Eichstaedt, Gerd, Städtebaurecht, Stuttgart, Berlin, Köln 1998

www.infobest.org, Zugriff 11.07.2005

## 5.2 Kommune

Kommune wird häufig als ein Oberbegriff für Gemeinde, Kreis und andere Gemeindeverbände wie Samtgemeinden, Gemeindeverwaltungsverbände, Verbandsgemeinden, Verwaltungsgemeinschaften und Nachbarschaftsverbände verwendet. Kommunen sind Gebietskörperschaften mit verfassungsgemäßer Selbstverwaltungsgarantie und mit genereller Zuständigkeit für alle lokalen öffentlichen Aufgaben.<sup>388</sup> Die kommunalen Aufgaben werden in den Gemeindeordnungen der jeweiligen Bundesländern geregelt. Die Kommunen erfüllen sowohl die Aufgaben, die sie erfüllen sollen, als auch Aufgaben, die sie erfüllen können. Das heißt, dass der Charakter der kommunalen Aufgaben aus zwei Seiten besteht. Zum einen können induktiv die notwendigen Aufgaben gezählt und aufgelistet werden. Zum anderen besteht die Möglichkeit einer deduktiven Vorgehensweise, die Kommunen können auf inhaltliche Kriterien bzw. Dimensionen kommunaler Aufgaben abstellen, innerhalb derer einzelne kommunale Aufgaben betrachtet werden kön-

---

<sup>385</sup> S. Schäfflein, Freizeit als Faktor der Stadtentwicklungspolitik und –planung, Frankfurt am Main 1994, S. 69.

<sup>386</sup> S. Schäfflein, Freizeit als Faktor der Stadtentwicklungspolitik und –planung, Frankfurt am Main 1994, S. 70.

<sup>387</sup> S. Schäfflein, Freizeit als Faktor der Stadtentwicklungspolitik und –planung, Frankfurt am Main 1994, S. 69.

<sup>388</sup> www.de.wikipedia.org/wiki/kommune, Zugriff vom 04.07.05.

nen, dabei kann der Gesamtbereich kommunaler Aufgaben erschöpfend beschrieben werden.<sup>389</sup> Folgende Tabelle zeigt einen groben Überblick der kommunalen Aufgaben sowohl mit induktivem als auch mit deduktivem Charakter:

Tab. 20: Kommunalen Aufgabenkatalog

Selbstverwaltungsaufgaben	Pflichtaufgaben
...aus dem Dienstleistungsbereich: öffentliche Verkehrsmittel, Gas, Wasser, Strom, Abwasser, Müllentsorgung, Straßenreinigung und –beleuchtung Pflege der Kultur durch Schulen, Büchereien, Museen, Theater, Orchester, Erwachsenenbildung Soziale Aufgaben wie Kindergärten, Krankenhäuser, Altersheime, Sozialsta- tionen und Sportstadien Bautätigkeiten wie Straßenbau, Wohnungsbauförderung, Stadt- und Ver- kehrsgestaltung	Polizei- und Ordnungs- wesen Gewerbeaufsichtswesen Bauordnungswesen Sozialhilfwesen
...aus der Stadtplanung Flächennutzungs- und Bebauungsplanung Stadtentwicklungsplanung	

Quelle: vgl. Roentgen, F., 2000, S. 29

Ein solcher Aufgabenkatalog kann nicht für alle Kommunen gelten und die Aufgaben erschöpfend beschreiben. Außerdem sind die kommunalen Aufgaben ständig im Wandel mit der Zeit. Der Katalog zeigt jedoch eine Differenzierung in Selbstverwaltungs- und Pflichtaufgaben, eine Differenzierung der Charakter der kommunalen Aufgaben. Meist werden die Selbstverwaltungsaufgaben noch zusätzlich in freiwillige und pflichtige Selbstverwaltungsaufgaben unterteilt.<sup>390</sup> Bei den Pflichtaufgaben ist die Art der Aufgabenerfüllung durch die jeweiligen übergeordneten Gesetzgeber Bund und Land weitgehend determiniert, so dass den einzelnen Kommunen fast kein Entscheidungsspielraum gewährt wird.<sup>391</sup> Die pflichtigen Selbstverwaltungsaufgaben müssen von den Gemeinden ebenfalls wahrgenommen werden, bei der Art der Aufgabenerfüllung existieren jedoch größere kommunale Entscheidungsspielräume.<sup>392</sup> Die freiwilligen Selbstverwaltungsaufgaben stellen Aufgaben dar, bei denen die Gemeinde unter Berücksichtigung ihrer finanziellen Leistungsfähigkeit nach eigenem Ermessen und unter Berücksichtigung der konkreten lokalen Bedürfnisse entscheiden kann, ob sie eine Aufgabe wahrnimmt, und wie sie diese wahrnimmt, hier aus ergeben sich bei der Erfüllung dieser Aufgaben die vergleichsweise größten kommunalen Entscheidungsspielräume.<sup>393</sup> In die freiwilligen Selbstverwaltungsaufgaben fällt die **Freizeitpolitik** der Kommunen. In der Regel manifestiert sich Freizeitpolitik fast ausschließlich als **Freizeitinfrastrukturpolitik** durch die Pla-

389 Roentgen, F.:Public-Private-Partnership, 2000, S. 28.

390 Roentgen, F.:Public-Private-Partnership, 2000, S. 30.

391 Roentgen, F.:Public-Private-Partnership, 2000, S. 30.

392 Roentgen, F.:Public-Private-Partnership, 2000, S. 30.

393 Roentgen, F.:Public-Private-Partnership, 2000, S. 30.

nung, Bereitstellung und Unterhaltung von freizeitrelevanten Einrichtungen.<sup>394</sup> Für die Kommunen steckt die Aufgabe der Absicherung und Planung der Freizeitinfrastruktur sowohl im **kommerziellem** als auch im **nicht kommerziellem** Bereich (siehe auch Kap. 1.3.2).

Seit 1970 gewinnt das Thema Freizeit zunehmende Bedeutung in den kommunalen Selbstverwaltungsaufgaben, Freizeit wird verwaltungsintern als kommunalpolitische Aufgabe betrachtet. Es ist zwar keineswegs selbstverständlich Freizeit als Gegenstand und Anlass der Politik zu sehen, Freizeit gilt als Privatangelegenheit, in die niemand hineinzureden und die jedermann selbst zu organisieren hat, aber nichtsdestotrotz ist Freizeit eine Sozialleistung der Gesellschaft und somit Teil unserer Zeitordnung, der Zeitkultur, des gesellschaftlichen Zeitsystems.<sup>395</sup> Die inhaltliche, materielle und planerische Umsetzung freizeitpolitischer Vorstellung der öffentlichen Hand vollzieht sich auf kommunaler Ebene. Die Kommunen sollen die **Freizeitgerechtigkeit** ständig überprüfen und durch Planung die Freizeitinfrastruktur absichern und sinnvoll gestalten, wofür es Gründe aus drei unterschiedlichen Ebenen gibt. Diese bleiben auch bestehen, egal wie die **Freizeittätigkeiten** der Menschen sich in Zukunft verändern:

Zum Ersten wächst die persönliche Bedeutung der Freizeit für den einzelnen Menschen immer weiter. „Die wachsende Freizeitorientierung des Lebens muss mit einer wachsenden Freizeitorientierung der Gesellschaftspolitik einhergehen – sonst verlieren die Menschen das Interesse an Politik“<sup>396</sup>. Das politische Interesse der einzelnen Menschen wird steigen, wenn sich das freizeitpolitische Handeln der Kommunen auf die Freizeitanforderung der Menschen entsprechend orientiert, weil sowohl für den Einzelnen als auch die Gesellschaft erfüllt Freizeit sehr wichtige Funktionen in menschlichem Alltagsleben:

---

394 Vgl. Schäflein, S.: Freizeit als Faktor der Stadtentwicklungspolitik und -planung..., 1994, S. 72

395 Deutsche Gesellschaft für Freizeit (DGF), Unerledigt, DGF-Dokumentation..., 1999, S. 103.

396 Opaschowski, H. W.: Herausforderung Freizeit Perspektiven..., 1990, S. 66.

Tab. 21: wichtige Funktionen der Freizeit im Alltagsleben

<b>Erholung/Muße</b> (siehe auch Kapitel 1.1.1)	Nach der Arbeit bzw. Anforderungen in anderen Lebensbereich sucht man Erholung und Muße
<b>Erlebnis/Unterhaltung</b> (siehe auch Kapitel 1.1.2)	Je nach den vielfältigen Lebensstilen der Menschen, und je nach den verschiedenen <b>Freizeitverhalten</b> haben die Menschen ein „starkes Motiv für die Teilnahme an Freizeitangeboten und für die Ausübung vieler Freizeittätigkeiten“ <sup>397</sup> , um sich wohl zu fühlen und das Leben zu genießen.
Selbstverwirklichung /Anerkennung	In der Psychologie werden Selbstverwirklichung und Anerkennung als Grundbedürfnisse der Menschen betrachtet. Besonders in der Freizeit haben die Menschen die Möglichkeit, ihre individuellen Talente, Wünsche und Sehnsüchte durch die Freizeittätigkeit (soziales Engagement, kulturelle, intellektorientierte, produktive und kreative Freizeittätigkeit) auszuschöpfen.
Gesundheitspflege	Die Menschen können durch Freizeittätigkeiten körperlich und geistig gesund bleiben.

Quelle: eigene Darstellung

Zum zweiten ist Freizeit als Gegenstand wirtschaftlicher Tätigkeit für den ökonomischen Erfolg einer Kommune von großer Bedeutung. Die Freizeit bestimmt nicht nur einen **Freizeitmarkt** (vgl. Kap. 3.1) bzw. einen **Freizeitmarkt** (vgl. Kap. 3.2) sondern sie produziert auch positive **weiche Standortfaktoren** (vgl. Kap. 3.3) für die Ansiedlung attraktiver Gewerbebetriebe, wenn man den **Freizeitwert** einer Kommune betrachtet.

Zum dritten ist Freizeit ein Indiz für **Lebensqualität**. Freizeit ist ein Zeichen sowohl für Wohlstand, hohe Produktivität, hohe soziale, kulturelle und ökonomische Entwicklungsstufe der Gesellschaft, als auch ein Maßstab für den Freiheitsgrad der Einwohner eines Landes.<sup>398</sup> Damit ist Freizeitpolitik eine Gesellschaftspolitik für die Zukunft.<sup>399</sup>

Auf die Freizeitanforderung haben die deutschen Kommunen nicht zögernd reagiert. Gerade auf kommunaler Ebene wird bereits seit Anfang der 70er Jahre eine verwaltungsinterne Koordinationsstelle gefordert.<sup>400</sup> Die Einrichtung des „Amtes für Freizeit“ sollte in der Regel das Freizeitangebot organisieren und die Freizeitbelange in politischer und planerischer Hinsicht koordiniert tangieren. Bei genauer Beschäftigung mit der Literatur muss jedoch festgestellt werden, dass sich dieses Amt auch nur mit Teilaspekten des **Freizeitbereichs** (vgl. Kap. 1.4) befasste.<sup>401</sup> Die Idee und teilweise Realisierung, die freizeitpolitische Kompetenz auf kommunaler Ebene in einem koordinierenden Dezernat bzw. Amt administrativ zu vereinigen, wurde im Laufe der Zeit vom Deutschen Städtetag und der DGF abgelehnt. Statt dessen wird die „Querschnittsaufgabe“ der Freizeitpolitik betont, d. h. in allen Ämtern, die einschlägige Entscheidungen

<sup>397</sup> DGF, Freizeitlexikon, 1986, S. 69.

<sup>398</sup> Vgl. DGF, Unerledigt, DGF-Dokumentation zu 40 Jahren Freizeitpolitik in Bund..., 1999, S. 103.

<sup>399</sup> DGF, Unerledigt, DGF-Dokumentation zu 40 Jahren Freizeitpolitik in Bund..., 1999, S. 104.

<sup>400</sup> Schäflein, S.: Freizeit als Faktor der Stadtentwicklungspolitik und -planung..., 1994, S. 71.

<sup>401</sup> Schäflein, S.: Freizeit als Faktor der Stadtentwicklungspolitik und -planung..., 1994, S. 71.

treffen, sollen Freizeitbelange der Bevölkerung berücksichtigt werden.<sup>402</sup> Somit wird das Freizeitthema auf eine Vielzahl von Ämtern (Liegenschaftsämter, Kulturämter, Sozialämter, Jugendämter, Sportämter, Stadtplanungsämter, Hoch- und Tiefbauämter, Grünflächen- und Friedhofsämter, Forstämter, Wirtschaftsförderungsämter, Verkehrsämter) verteilt, in Teilaspekte aufgespalten und mit sehr vielen und verschiedenen Sachverhalten verknüpft. Die Ämter können auch in verschiedenen kommunalen Verwaltungsgliederungen unterschiedlich sein. Die „Zuständigkeits- und Kompetenzaufsplitterung“<sup>403</sup> wird hier als erstes Problem der Freizeitaufgabe in der kommunalen Verwaltung angesehen. Das Problem erschwert bzw. verzögert einerseits Planungsprozesse, andererseits besteht der Gefahr, dass die wichtigen Gesichtspunkte der Freizeitaufgabenstellung ressortmäßig aufgesplittet werden und immer nur einen Aspekt von den jeweilig beteiligten Ämtern mitberücksichtigt wird.

Als Lösung für das erste Problem wird hier eine koordinierende städtebauliche Konzeption vorgeschlagen, welche die Ansprüche der Freizeit mit dem Schwerpunkt der Arbeit der jeweilig beteiligten Ämter in eine Symbiose bringen soll. Die Grundinformationen (Flächenverbrauch, Standort, Beziehung der Freizeit zu Wirtschaft, Arbeit und Wohnen, Verteilung der Freizeitinfrastruktur, Tourismus) werden dabei analysiert. Ein politischer Rahmen der Freizeitaufgabenstellung für eine Kommune bzw. einige zusammenhängende Kommunen wird dadurch geschaffen.

Wie vorhin schon erwähnt, manifestiert sich die Freizeitpolitik der Kommunen in der Regel fast ausschließlich als Infrastrukturpolitik durch die Planung, Bereitstellung und die Unterhaltung von freizeitrelevanten Einrichtungen. Die Freizeitgerechtigkeit einer Kommune drückt sich in der materiellen und immateriellen Freizeitinfrastruktur aus. Während die „materielle Freizeitinfrastruktur“ die „Gesamtheit aller für die Freizeit außer Haus nutzbaren Einrichtungen“ umfasst, die sich in öffentlicher oder privater Trägerschaft befinden, werden unter „immaterieller Freizeitinfrastruktur“ Programme, Informationen, Betreuungsdienste und andere Dienstleistungen verstanden.<sup>404</sup> Vornehmliches Ziel kommunaler Freizeitinfrastrukturpolitik ist es, einen möglichst hohen Versorgungsgrad der Bevölkerung mit den entsprechenden Angeboten bzw. eine möglichst große Wahlmöglichkeit in der Freizeitgestaltung zu erreichen.<sup>405</sup> Nach allen Erfahrungen sind die Kommunen hier mit zwei weiteren Problemen konfrontiert. Wie kann man die vielfältigen kommunalen Freizeitinfrastruktureinrichtungen sinnvoll klassifizieren? Was ist unter Freizeitinfrastruktur (siehe dazu Kapitel 8.5) zu verstehen? Bei der Bestandsermittlung der Freizeitinfrastruktur ergeben sich Schwierigkeiten, weil unter statistischen Gesichtspunkten Freizeitinfrastruktur keine klar definierte Gruppe innerhalb der Infrastruktur darstellt und Einrichtungen aus nahezu allen Infrastrukturbereichen mehr oder weniger in der Freizeit genutzt werden können.<sup>406</sup> Die Klassifizierung kommunaler Infrastruktureinrichtungen können wegen der Differenziertheit dieser nicht alle Freizeiteinrichtungen und –institutionen des öffentlichen Freizeitbereiches erfassen. Anschließend taucht das Problem bei der **Bedarfsermittlung** auf. Das ständig wandelnde Freizeitverhaltensmuster und ständig neue Freizeittätigkeiten machen die Bedarfsermittlung sehr schwierig und unsicher. Auch die Anbieter sind ständig mit neuen Freizeitanforderungen, Wandel des Freizeitverhaltens der Menschen und Kurzlebigkeit der Freizeiteinrichtungen konfrontiert und kämpfen ständig mit der Unsicherheit auf dem **Freizeitmarkt** (vgl. Kap. 3.2).

Wenn die beiden Probleme genau betrachtet werden, kann festgestellt werden, dass sowohl bei **Bestandsermittlung** als auch Bedarfsermittlung Unsicherheit herrscht. Zumindest für die Bestandsermitt-

---

402 Schäflein, S.: Freizeit als Faktor der Stadtentwicklungspolitik und –planung..., 1994, S. 71.

403 Schäflein, S.: Freizeit als Faktor der Stadtentwicklungspolitik und –planung..., 1994, S. 72.

404 Schäflein, S.: Freizeit als Faktor der Stadtentwicklungspolitik und –planung..., 1994, S. 73.

405 Vgl. Bodenstedt, W. u.a.: Die materielle Infrastruktur in der Bundesrepublik Deutschland, 1976.

406 Schäflein, S.: Freizeit als Faktor der Stadtentwicklungspolitik und –planung..., 1994, S. 73.

lung wird daher die Relevanz der **Freizeitforschung** (vgl. Kap. 1.5) deutlich, welche Aussagen darüber macht, nach welche Kriterien die Einrichtungen und Dienstleistungen unter Freizeitangeboten verstanden werden können.

Die Lösung für die Unsicherheit bei der Bedarfsermittlung besteht aus zwei Komponenten, sie müssen miteinander verknüpft werden. Diese zwei Teile können als passiv und aktiv bezeichnet werden. Bei passiver Vorgehensweise kann die Kommune vordringlich solche Freizeiteinrichtungen in die Planung aufnehmen, welche die Mehrzweck- und Mehrfachnutzung ermöglichen, die wandlungsfähig sind und den Einfluss der Wohnenden, Arbeitenden und der Gäste vorsehen sowie Fehlerkorrekturen ermöglichen.<sup>407</sup> Bei der aktiven Vorgehensweise ist eine stärker fortlaufende Beteiligung von Interessenten und Gruppierungen an der kommunalen Planung für Freizeit erforderlich.<sup>408</sup> Forschungen zum Freizeitmarkt (siehe dazu Kapitel 3.2) und Stadtmarketing bzw. Landschaftsmarketing sollten dabei mit einbezogen werden. Bei der Marktforschung wäre es richtiger von einer „Nachfrage aufgrund von Freizeitwünschen“<sup>409</sup> zu sprechen, anstatt bedarfsorientiert vorzugehen. Die Ergebnisse der Marktforschung dienen als Basis für die Ansiedelung eines bestimmten Angebots in einem bestimmten Einzugsbereich.

In der Regel agiert die kommunale Freizeitpolitik sowohl im **nicht kommerziellem** als auch im **kommerziellem** (siehe dazu Kapitel 1.3.2) Bereich. Seit den 1980er Jahren ist ein verstärktes Aufkommen kommerzieller Angebote im Freizeitbereich zu beobachten, die Freizeitindustrie boomt ebenfalls. Es besteht schon seit langem in der Kommerzialisierungs-Diskussion das Problem, dass der Kommerz nur an Geldwerte und Gewinn gebunden ist und nur Verdienst beabsichtigt. Die ideell und uneigennützig, frei von existenziellen Absichten gedachte Freizeitgestaltung wird vergessen.<sup>410</sup> Die Kommune als öffentliche Hand und Sachwalter der sozialen Gerechtigkeit soll den Freizeitbereich nicht gänzlich dem Kommerz überlassen. Die kommunale Relevanz scheint aber im kommerziellen Freizeitbereich sehr beschränkt zu sein. Es gibt sogar Freizeiteilbereiche (z. B. Spielhallen, Geldspielautomaten etc.), in denen die Kommunen als öffentliche Hand kaum Zugriffmöglichkeiten haben.

Als Reaktion auf dieses Problem soll die Kommune vorerst verstehen, dass sie nicht in Konkurrenz mit zum kommerziellen Sektor steht. Sondern es sollte Kommunikation und Kooperation mit dem Kommerz stattfinden. Es ergibt sich für die öffentliche Hand die Notwendigkeit einer neuen Sichtung und veränderten Gewichtung vorhandener Freizeitdaten sowie die Erhebung neuer Freizeitinformationen, um ihre Angebote den neuen Bedürfnisstrukturen stärker anzupassen. Die notwendigen Grundlageninformationen dürfen sich dabei nicht nur auf die quantitative Planung (z. B. Standort, Fläche und Verteilung von Einrichtungen) beschränken, sondern müssen auch die Strukturierung, die Angebote und Leitvorstellungen von Einrichtungen umfassen.<sup>411</sup> Somit schafft die kommunale Freizeitpolitik den politischen Rahmen und Struktur für das Entstehen von Freizeiteinrichtungen und -angeboten in privater sowie gemeinnütziger Trägerschaft. Angesicht der finanziellen Krise der deutschen Kommunen sollten diese neue Finanzierungsmodelle in Kooperation mit den privaten Akteuren versuchen. Eine typische Kooperationsform ist die der **Public-Private-Partnerships** (siehe dazu Kapitel 5.6 sowie Kapitel 8.3). Beispielweise Freibäder, kulturelle Einrichtungen, Sport- und Stadthallen können als Gegenstand der Privatisierung kommunaler

---

407 Vgl. DGF, Unerledigt, DGF-Dokumentation zu 40 Jahren Freizeitpolitik in Bund..., 1999, S. 106.

408 DGF, Unerledigt, DGF-Dokumentation zu 40 Jahren Freizeitpolitik in Bund..., 1999, S. 115.

409 DGF, Unerledigt, DGF-Dokumentation zu 40 Jahren Freizeitpolitik in Bund..., 1999, S. 106.

410 Vgl. Schäflein, S.: Freizeit als Faktor der Stadtentwicklungspolitik und -planung..., 1994, S. 76.

411 Schäflein, S.: Freizeit als Faktor der Stadtentwicklungspolitik und -planung..., 1994, S. 77

Freizeiteinrichtungen genannt werden. Einerseits werden viele bislang öffentliche Aufgaben in private Trägerschaft übergehen, doch bleiben auch öffentliche Beteiligungen und Mischformen.<sup>412</sup>

Zusammenfassend können die Probleme und hier vorgeschlagene Lösungen noch einmal übersichtlich aufgelistet werden.

Tab. 22: Probleme in der kommunalen Freizeitaufgabestellung und Lösungen

<b>Probleme in der kommunalen Freizeitaufgabestellung</b>	<b>Mögliche Lösungen</b>
Zuständigkeits- und Kompetenzaufspaltung der Ämter	Koordinierende städtebauliche Konzeptionen erstellen
Unsicherheit bei Bestandsermittlung der Freizeitinfrastruktur	Freizeitforschung inkl. Kriterien der Ermittlung
Unsicherheit bei Bedarfsermittlung der Freizeitinfrastruktur	Fortlaufende Beteiligung von Interessenten und Gruppierungen an der kommunalen Planung für Freizeit, Freizeitmarkt- und Stadtmarketing-Forschung
Relevanz im kommerziellen Freizeitbereich	Kommunikation und Kooperation mit den privaten Akteuren
Finanzkrise der Kommunen	Public-Private-Partnership

Quelle: eigene Darstellung

### Quellen:

Bodenstedt, W. u. U. Matthes: Die materielle Infrastruktur in der Bundesrepublik Deutschland, Schriftenreihe des BMJFG, Bd. 106, Stuttgart 1976

Denkel, M.: Die zukünftige Integration der Funktion Freizeit in die Konzepte der Stadtplanung, 1991

DGF: Freizeitlexikon, Neue Begriffe aus Politik Wissenschaft Praxis, Ostfildern 1986

DGF: Unerledigt. DGF-Dokumentation zu 40 Jahren Freizeitpolitik in Bund Ländern und Gemeinden, Erkrath 1999

Opaschowski, H. W.: Herausforderung Freizeit, Perspektiven für die 90er Jahre, B.A.T Freizeitforschungsinstitut, Hamburg 1990

Roentgen, F.: Public-Private-Partnership, Shaker Verlag, Aachen 2001

Schäfflein, S.: Freizeit als Faktor der Stadtentwicklungspolitik und -planung. Stadtmarketing für mehr Lebensqualität?, Frankfurt am Main 1994

[www.de.wikipedia.org/wiki/kommune](http://www.de.wikipedia.org/wiki/kommune), Zugriff vom 04.07.05

---

<sup>412</sup> DGF, Unerledigt, DGF-Dokumentation zu 40 Jahren Freizeitpolitik in Bund..., 1999, S. 115.

weiterführende Literatur:

Difu: Umweltgerechte Gestaltung von Freizeit, Naherholung und Tourismus, Handlungsansätze für Kommunen, Berlin 1998

Eberling, M. u. Henckel, D.: Alles zu jeder Zeit? Die Städte auf dem Weg zur kontinuierlichen Aktivität, Berlin 2002

Opaschowski H. W.: Deutschland 2020, Wie wir morgen leben – Prognosen der Wissenschaft, Wiesbaden 2004

## 5.3 Vereine

Das Vereinsrecht wird in Deutschland im Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB) §§ 21ff. geregelt. Es gibt in diesem aber keine genaue Begriffsbestimmung. Aus juristischer Sicht wird der Verein wie folgt definiert: „Der Verein ist eine auf die Dauer berechnete Verbindung einer größeren Anzahl von Personen zur Erreichung eines gemeinsamen Zwecks, die nach ihrer Satzung körperschaftlich organisiert ist, einen Gesamtnamen führt und auf einen wechselnden Mitgliederbestand angelegt ist“.<sup>413</sup> Diese formaljuristische Definition ist aber auch nicht auf alle Forschungen übertragbar, da in ihr nicht alle Merkmale erfasst werden. Abhilfe schafft hier nur die Betrachtung mehrerer Begriffsbestimmungen des Freizeitvereins: Der Verein ist eine soziale Gruppe, er ist vom Mitgliederwechsel unabhängige, freiwillige Personenvereinigung, die auf Dauer angelegt ist, einen bestimmten Zweck mittels und aufgrund organisierter Willensbildung verfolgt. Freizeitverein bezeichnet die im **Freizeitbereich** (Kultur, Sport, Bildung, Hobby, Shopping, Event, Tourismus etc. ) tätigen Personenvereinigungen zur Gestaltung und Planung der Freizeit, zur Förderung von bestimmter Freizeittätigkeit sowie zur Schaffung von **Freizeiteinrichtungen, Freizeitangeboten** und **Freizeitinformationsdiensten**.<sup>414</sup>

Merkmale des Freizeitvereins:

- Freiwilligkeit der Mitgliedschaft / keine Ausübung von Zwang
- Für jeden Bürger zugänglich
- Mindestens ein gemeinsames Ziel, das primär der Gestaltung der Freizeit dient
- Begrenzt sich räumlich auf die lokale Ebene
- Ist auf Dauer angelegt

Deutschland ist „Vereins-Weltmeister“. Es gibt in Deutschland 150.000 Vereine. Mehr als die Hälfte aller Deutschen sind Mitglieder in mindestens einem Verein. Die wichtigsten Freizeitvereine sind die Sportvereine. 25 Millionen Deutsche sind Mitglieder in einem Sportverein, das ist fast jeder Dritte Einwohner

---

413 H. Kempfle: Wie gründe und leite ich einen Verein?, München 1975, S. 9.

414 Vgl. Deutsche Gesellschaft für Freizeit (DGF), Freizeit Lexikon, 1986, S. 124.

Deutschlands.<sup>415</sup> Neben dem Sport- und Spielverein gibt es noch andere vielfältige wichtige Freizeitvereine: Tourismusvereine, Fördervereine, Geselligkeitsvereine (Kegelclub, Karnevalsverein, Schützenverein), Misch-kulturelle Vereine (Gesangverein, Laienmusikverein), Hobbyvereine, Traditions- und Weltanschauungsvereine. Damit ist das Vereinswesen mit seiner großen Entwicklungsfähigkeit eines der wichtigsten Freizeitangebote in Deutschland.

Eine Umfrage<sup>416</sup> vom B.A.T Freizeit-Forschungsinstitut zeigt, dass die Großstädter generell vereinsmüder als die meisten Landbewohner sind (52% der Großstädter und 78% der Landbewohner sind Mitglieder in einem Verein). Die Umfrageergebnisse machen auch sehr deutlich, dass das Interesse am Vereinsleben sinkt, die eigene Aktivität in einem Verein nachlässt oder ganz eingestellt wird. „Jedes fünfte Mitglied im Sportverein (22%) ist nicht mehr aktiv und begnügt sich mit passiver Mitgliedschaft. In den Schützen- und Gesangsvereinen haben bereits ein Viertel (27%) der Mitglieder die Lust am Schießen und Singen verloren. In den Bürger- und Heimatvereinen bleibt gar die Hälfte der Mitglieder (50%) zu Hause wenn der Vereinsvorstand ruft. Einen hohen Aktivitätsgrad wiesen nur noch solche Freizeitvereine auf, deren Mitgliederzahlen klein und überschaubar sind (z. B. Kegelclubs), in denen auch individuelle Wünsche Berücksichtigung finden (z. B. Hobbyclubs, Wander- und Kleingartenvereine), in denen ein persönliches Engagement eingebracht werden kann ohne einverleibt zu werden (z. B. Bürgerinitiativen) und in denen die eigene Lebenssituation und der lokale Bezug in die Vereinsarbeit integriert sind (z. B. Landfrauen- und Landjugendvereine).“<sup>417</sup> Opaschowski geht auch in Zukunft von einem sich weiterhin positiv entwickelndem Vereinswesen mit Tendenzen zu weniger Zwang zur Mitgliedschaft bzw. weniger Mitglieder-Anforderungen aus. Außerdem wurde inzwischen auch von den Vereinen anerkannt, dass mehr Vereinsangebote gemacht werden müssen, die man zeitweilig nutzen kann, sich damit aber nicht zwangsläufig an den Verein bindet.<sup>418</sup>

So haben z. B. viele Sportvereine neue Breitensportprogramme ohne Termin- und Gruppenverpflichtungen eingeführt, um in der Konkurrenz zu den kommerziellen Sport- und Fitnessstudios bestehen zu können. Ein gutes Beispiel dafür ist der innovative Verein „Sportspass“, der sich durch ein sich ständiges wechselndes und an neue Trends anpassendes Sportangebot über wachsende Resonanz freuen kann. Mit dieser Entwicklungstendenz werden in Zukunft die Vereine weiterhin konfrontiert sein.

Neue Entwicklungspotenziale werden aber auch in den selbständigen Ausländer- bzw. **Migrantenvereinen** gesehen. Heutzutage gibt es schon viele solcher Freizeitvereine (Sportvereine, Kulturvereine, politische Vereine, Familien- und Elternvereine usw.), die sich auch mit der Lebenssituation von Migranten beschäftigen. Es bestehen allerdings enorme Unterschiede zwischen den verschiedenen Zuwanderungsnationalitäten, die sich dann in den ungleichen Freizeitvereinstypen widerspiegeln. Dieses Potenzial wird heutzutage von der Politik zunehmend erkannt und aufgegriffen. „Die Migrantenvereine spielen eine wichtige Rolle im Integrationsprozess in Deutschland und leisten als „Basiselement der Demokratie“, damit auch einen wichtigen Beitrag zur Stärkung der aktiven Bürgergesellschaft in Deutschland.“<sup>419</sup>

Innerhalb der Kommune stellen die Vereine eines der wichtigsten Freizeitangebote. Die Vereine übernehmen kommunale Aufgaben, die von der Gemeinde aufgrund der sehr schwierigen finanziellen Lage

---

415 F. Specht: Landeskunde, 2001.

416 Opaschowski, Herausforderung Freizeit, Perspektiven für die 90er Jahre, 1990, S. 28f.

417 Opaschowski, Herausforderung Freizeit, Perspektiven für die 90er Jahre, 1990, S. 28f.

418 Vgl. Opaschowski, Herausforderung Freizeit, Perspektiven für die 90er Jahre, 1990.

419 Vgl. A. Zimmer: Vereine – Basiselement der Demokratie, 1996.

nicht mehr erfüllt werden können. Sie formulieren Interessen und fordern Unterstützung von der Kommune für die Erfüllung dieser Aufgaben. Sowohl die Vereine nehmen Einfluss auf die Kommunen, als auch umgekehrt die Kommune auf die Vereine. Hier unterscheiden sich die Vereine in zwei verschiedene Arten.

Als wesentlicher Faktor für die politische Wirkung von Vereinen wird die personelle Verknüpfung von Vereinen, Parteien und Vertretern der Kommunalpolitik hervorgehoben.<sup>420</sup> Die Vereine haben erhebliche politische Bedeutung, wenn unter den Gesangvereinen, den Sportvereinen, den Hobbyvereinen kommunalpolitische Entscheidungsträger als Mitglieder sitzen. Solche Vereine werden zur „Plattform der Einfluss-Kommunikation“<sup>421</sup> und üben einerseits Einfluss auf den Kommunalvertreter und so auch auf die Kommunalpolitik aus. Andererseits verfügen sie über sehr interessante Mitgliedschaftsstruktur bzw. bestimmte Größen, die von den lokalen politischen Eliten als „örtliche Honoratiorenvereine“<sup>422</sup> angesehen werden, in denen man Mitglied sein muss, um in Kontakt mit Eliten zu gelangen bzw. um seine Wählergruppe zu gewinnen. Solche Vereine sind groß und reich. Sie haben ein sehr hohes lokales Ansehen und auf sie wird bei politischen Entscheidungen „ganz automatisch“<sup>423</sup> Rücksicht genommen.

Es gibt auch Vereine, die weder von der Mitgliederstruktur, noch von der Größe, noch von der gesellschaftlich anerkannten positiven Zielsetzung ein politisches Beitrittsmotiv ergeben. Typische Beispiele dafür sind Laienmusikvereine, Migrantenvereine (z. B. ausländische Sport- Familien- Kulturvereine) und Vereine, die von ihrer Mitgliederstruktur her sehr klein und uninteressant sind. Ihnen fehlt der unmittelbare Zugang zur lokalen Politik, häufig werden sie in der kommunalen Politik unzureichend berücksichtigt. Der Mangel an kommunalpolitischem Einfluss hat eine aus der Sicht der Vereine nur unzureichende materielle, finanzielle und ideelle Förderung seitens der Kommune zur Folge. Solche Vereine können zwar nicht auf die gleichen finanziellen und organisatorischen Mittel wie die großen Vereine zurückgreifen, sie spielen aber häufig eine wichtige Rolle im Integrationsprozess in Deutschland, und sie sind ein wichtiger Beitrag zur Stärkung der aktiven Bürgergesellschaft.<sup>424</sup> Solche Vereine erfüllen die Aufgaben, die besonders für die Kommunen wichtig, aber von ihnen selbst nur schwierig zu erfüllen sind. Die Kommunen sollen Freizeitkonzepte unter Einbeziehung solcher Vereine entwerfen, da sonst Qualitätssteigernde Veränderungen in den Vereinen nicht möglich sind, was letztlich auch zu einem „politischen Bedeutungsverlust“<sup>425</sup> beiträgt.

## Quellen:

Deutsche Gesellschaft für Freizeit, Freizeitlexikon, Neue Begriffe aus Politik Wissenschaft Praxis, Ostfildern 1986

Frevel, B.: Funktion und Wirkung von Laienmusikvereinen im kommunalen System, München 1993

Kempfler, H.: Empirische Daten zum Vereinswesen, in: Bühler, W./ Kanitz, H. / H. J. Siewert: Lokale Freizeitvereine, St. Augustin 1978, S. 85-114

---

420 Vgl. R. Wiengarn: Anbindungsstrukturen des Vereinswesens ..., 1986, S. 79.

421 B. Frevel: Funktion und Wirkung von Laienmusikvereinen..., 1993, S. 209.

422 B. Frevel: Funktion und Wirkung von Laienmusikvereinen..., 1993, S. 209.

423 B. Luckmann: Politik in einer deutschen Kleinstadt, 1970, S. 172.

424 Vgl. A. Zimmer: Vereine – Basiselement der Demokratie, 1996.

425 B. Frevel: Funktion und Wirkung von Laienmusikvereinen..., 1993, S. 235.

Luckmann, B.: Politik in einer deutschen Kleinstadt, Stuttgart 1970

Opaschowski, H. W.: Herausforderung Freizeit, Hg.: B.A.T. Freizeit-Forschungsinstitut, Hamburg 1990

Specht, F.: Landeskunde, 2001

Zimmer, A.: Vereine – Basiselement der Demokratie, Opladen 1996

## 5.4 Einzelhandel

Im Einzelhandel werden verwendungsfähige Waren und entsprechende Dienstleistungen an den Endverbraucher abgegeben, er ist ein wesentlicher Bestandteil des städtischen Systems, in dem ein Großteil der wirtschaftlichen Aktivitäten der Bevölkerung stattfindet.<sup>426</sup> Einzelhandelsbetriebe sind aber nicht nur Einrichtungen, die die Versorgung mit Waren gewährleisten, sondern sie sind auch Orte, an denen Freizeit erlebt und verbracht wird.<sup>427</sup> In den **Freizeitbereichen** (siehe dazu Kapitel 1.4) hat der Einzelhandel fast überall bestimmte Freizeitrelevanz. Die **Freizeitrelevanz** von **Einzelhandel** kann hier auf zwei Ebenen betrachtet und analysiert werden:

- Anbieten von Produkten und Dienstleistungen, die Freizeitfunktionen haben.
- Einkaufen wird zum Erlebnis. Das Einkaufsverhalten wird insbesondere mit dem Schlagwort „**Erlebnishopping**“ bezeichnet, die Einzelhandelseinrichtungen werden zur **Erlebniswelt**. Hier werden zwei sehr interessante Fragen an diese Einkaufsbeschäftigung formuliert: Wo sind im Vergleich zu anderen **Freizeitaktivitäten** die Merkmale der Einkaufsbeschäftigung als Freizeitbeschäftigung bzw. wie ist die Freizeitbedeutung der Einkaufsbeschäftigung? Und ist der Trend der erlebnisorientierten Einzelhandelseinrichtungen eine aus Sicht der Stadtplanung erwünschte Entwicklung? Zur Antwort der ersten Frage benötigt man eine empirische Freizeitforschung. Zur Antwort der zweiten Frage müssen die städtischen Auswirkungen (siehe auch Kapitel 7) des Einzelhandels analysiert werden.

Auf der ersten Ebene kann man feststellen, dass entsprechend der Vielfalt von **Freizeittätigkeiten** auch zahlreiche Branchen des Einzelhandels am Angebot beteiligt sind z. B. Sportartikel, Automobile, Motorräder, Fahrräder, Freizeitkleidung, Elektrogeräte, Bücher, Zeitschriften, Musikalien, Musikinstrumente, Spielwaren, Handarbeit, Heimwerker- und Bastelbedarf, Pflanzenzucht und Gartenbedarf, Tiere und Tierhaltung, Sammelbedarf, Fotografie, Film, Andenken, Sexshops, Körperpflege, Lebensmittel (Spezialitäten, Feste, Feiern, Hobby-Kochen), Kunstgewerbe, Kunst, Floristik usw..<sup>428</sup> Erwähnenswert ist heutzutage, dass viele Einzelhandelsbetriebe immer mehr Freizeitangebote machen, wie beispielweise Beratung und Vermittlung für/von Reisen und Ausflügen, Informationen über Freizeittätigkeiten (Konzerte, Kunstausstellungen, Sportaktionen, Volksfeste, Auto, Sammeln, Basteln, Sexualität etc.).<sup>429</sup>

Ein unverkennbarer Trend im Laufe des 20. Jahrhunderts ist ein anhaltender Rückgang der **Arbeitszeiten** (siehe dazu Kapitel 2.1.1) und somit ein quantitativer Anstieg der freien Zeit.<sup>430</sup> Obwohl die **Dispositi-**

<sup>426</sup> Vgl. Gerhard, U.: Erlebnis-Shopping oder Versorgungseinkauf? 1998, S. 10.

<sup>427</sup> Gerhard, U.: Erlebnis-Shopping oder Versorgungseinkauf? 1998, S. 10.

<sup>428</sup> Deutsche Gesellschaft für Freizeit (DGF), Freizeitlexikon, 1986, S. 63

<sup>429</sup> Vgl. DGF, Freizeitlexikon, 1986, S. 63.

<sup>430</sup> Gerhard, U.: Erlebnis-Shopping oder Versorgungseinkauf? 1998, S. 20.

**onszeit** (siehe dazu Kapitel 1.1) nicht im gleichen Maße wie die freie Zeit angestiegen ist, haben die Menschen heutzutage unbestritten ein verändertes Freizeitverhalten und verfügen über ein erhebliches Budget an Freizeit. Es hat eine Freizeitorientierung der Gesellschaft stattgefunden, in der Freizeit zum Mittelpunkt des Lebens geworden ist.<sup>431</sup> Eine zunehmende Freizeitorientierung führt zu einer Erlebnisorientierung des Alltagslebens, „statt für das Überleben zu arbeiten, lebt man, um zu erleben“<sup>432</sup>. Freizeit ergibt sich aus dem **Wohlstand**, sie beruht auf einer hohen Produktivität der Gesellschaft. In einer Freizeitorientierten Gesellschaft wird ein hedonistischer **Lebensstil** in den Vordergrund des Alltagslebens gestellt. Die Berufsarbeit wird nicht mehr als Mittelpunkt des Lebens angesehen und die Menschen wollen immer etwas tun, was Spaß macht. Sie wollen ihre Freizeit sinnvoll nutzen und sie gestalten die Freizeit nach dem **Lustprinzip**. Lustgewinn wird zur Triebfeder, ein schönes Leben wollen eigentlich alle haben. Die Mischung aus Freizeit, Wohlstand und Lebensstil hält den Markt in Bewegung, der Erlebniskonsum nimmt zu und das Einkaufgehen ist nicht nur eine Versorgungstätigkeit.<sup>433</sup> „Die Philosophie des Erlebniskonsumenten lautet: ‘Ich will. Ich will es haben. Ich habe es mir verdient.’ Die entscheidende Motivation ist nicht der Bedarf, sondern der Wunsch nach Erleben- und Sich-verwöhnen-Wollen.“<sup>434</sup>

Mit der obigen Einführung wird hier in die zweite Ebene der Freizeitrelevanz der Einzelhandelseinrichtungen eingestiegen. Das Einzelhandelssystem reagiert auf die zunehmende Freizeitorientierung der Gesellschaft, Einzelhandel und Freizeit werden vermischt. Es entstehen Einzelhandelseinrichtungen, die sich speziell auf Freizeitaspekte von **Shopping** (siehe dazu Kapitel 1.4.4) einstellen und sich um Erlebnissteigerung bemühen. Als typische Beispiele für solche Einzelhandelseinrichtungen sind großflächige **Urban Entertainment Center** (siehe dazu Kapitel 6.2.2), regionale **Einkaufszentren** sowie der Innenstadteinzelhandel mit Galerie zu nennen. Zusammenfassend können die Strategien zur Erlebnissteigerung und die möglichen Maßnahmen wie folgt dargestellt werden:

Tab. 23: Strategien und mögliche Maßnahmen zur Erlebnissteigerung des Einzelhandels

Zielgruppenorientierung	z. B. Waren, Veranstaltungen und Events, Kommunikationsmöglichkeit für bestimmte Bevölkerungs- und Lebensstilgruppen wie junge Erwachsene, Singles und kinderlose Paare anbieten
Erlebnisatmosphäre erzeugen	z. B. durch moderne Architektur, Design, Musik, Events und Veranstaltung sowie Thematisierung der Betriebsformen sollen sich die Konsumenten wohl fühlen und mehr konsumieren.
Gemütliche Atmosphäre beim Einkaufsbummel sichern	Durch z. B. strikte Hausordnung, Platzverweisung gegen Randgruppen, und Sauberkeit
Aufenthaltsdauer verlängern	Integrieren von Restaurants, Imbiss, Musikkonzert usw.
Multifunktionalität	z. B. das Einkaufszentrum beherbergt verschiedene Möglichkeiten für Freizeittätigkeit wie Kinobesuch, Diskothekenbesuch,

431 Gerhard, U.: Erlebnis-Shopping oder Versorgungseinkauf? 1998, S. 20.

432 Gerhard, U.: Erlebnis-Shopping oder Versorgungseinkauf? 1998, S. 21.

433 Vgl. Opaschowski, H. W.: Herausforderung Freizeit, 1990, S. 45.

434 Opaschowski, H. W.: Deutschland 2020, 2004, S. 55.

	Restaurantbesuch, Fitness
Neue Trends befolgen	Es ist in einer erlebnisorientierten Gesellschaft ganz wichtig, immer etwas Neues anzubieten. z.B. durch ständig wechselnde Themen: Ethnische Themen, Musik, Kinder
Kundenfreundlichkeit	Freundliche Bedienung, Einbindung der Kunden durch z. B. Zettelkasten, Verlosung

Quelle: eigene Darstellung

Dieser Entwurf ist nicht ausschließend, zeigt jedoch eine Reihe von wichtigen Strategien für Erlebnissteigerung des Einzelhandels.

Warum ist Einkaufen eine Freizeitaktivität? Wo liegt seine Freizeitbedeutung? Die empirische Forschung geht hier in zwei Richtungen, einerseits kann man psychologisch analysieren, ob Einkaufsgehen eine Zufriedenheit in der Freizeit hervorrufen kann, andererseits können Konsumententypologien zur Bestimmung des Einkaufsverhaltens empirisch erarbeitet werden, um die Freizeitaspekte bei dem Einkaufsgehen abzuleiten. Als typische Vorgehensweise in der ersten Richtung ist zu betrachten, ob die Konsumenten beim Einkaufen Gefühle von **Erholung/Muße** (siehe dazu Kapitel 1.1.1) haben und ob Langeweile vermieden wird. Eine klare und absolute Antwort auf diese Frage zu geben ist kaum möglich. Das Gefühl von Erholung und Muße ist eine subjektive Empfindung und bei jeder Konsumentengruppe (Gruppen nach Geschlecht, Alter, sozialer Status, Bildungsniveau, ethnische Besonderheit usw.) anders. Außerdem kann ein solches Gefühl schnell zu Stress und Langeweile umschlagen, wenn unter Umständen bestimmte Zwänge (lange Warteschlangen, Termindruck, Stress bei Entscheidung, usw.) auftauchen. Wie Jacobs in seiner Untersuchung zu sozialen Aspekten in Einkaufszentren darlegt, stellt gerade der Bummel in einem Shopping Centre lediglich eine Ablenkung von Alltagsroutine und Langeweile dar. Einkaufen bezeichnet er als eine Art „to kill time“, bei der die Menschen ihre Sorgen verdrängen und ihre freie Zeit mit bedeutungslosen Beschäftigungen füllen, ohne dadurch wirklich Zufriedenheit zu fühlen. Es handelt sich somit um einen „solitary escape mechanism“, durch den die soziale Isolierung der Individuen noch vergrößert wird.<sup>435</sup> In der zweiten Forschungsrichtung wird die Kategorisierung bestimmter Verhaltensmuster als Hilfsmittel benutzt, um das Verhalten von Konsumenten näher zu untersuchen.<sup>436</sup> Für die Kategorisierung benötigt man bestimmte Verhaltensmerkmale unterschiedlicher Einkäufer wie z. B. Verweildauer, verschiedene Motivationen des Einkaufens oder subjektive Einstellung zu Shopping. Nach Opaschowski sind für das Konsumentenverhalten die unterschiedlichen **Lebensstile** verantwortlich, denen sich die Individuen zugehörig fühlen. Allerdings ändern im Laufe der Jahre viele Menschen ihren Lebensstil, so dass auch die Konsumententypen einem Wandel unterliegen.<sup>437</sup>

Für die Frage, ob der Trend der erlebnisorientierten Einzelhandelseinrichtungen eine aus Sicht der Stadtplanung erwünschte Entwicklung ist, müssen die städtischen **Auswirkungen** (siehe auch Kapitel 7) des Einzelhandels betrachtet werden. Vorerst muss erkannt werden, dass eine Polarisierung im Einzelhandel stattfindet: Versorgungseinzelhandel versus Erlebniseinzelhandel. Entsprechend der Polarisierung entsteht eine „neue Zwei-Klassen-Gesellschaft“ von Sparkonsumenten und Erlebniskonsumenten.<sup>438</sup>

<sup>435</sup> Jacobs, J.: The Mall: An Attempted Escape from Everyday Life, 1984, S. 109f.

<sup>436</sup> Gerhard, U.: Erlebnis-Shopping oder Versorgungseinkauf? 1998, S. 39.

<sup>437</sup> Gerhard, U.: Erlebnis-Shopping oder Versorgungseinkauf? 1998, S. 39.

<sup>438</sup> Opaschowski, H. W.: Deutschland 2020, 2004, S. 55.

Speziell bei versorgungsorientierten Einzelhandelseinrichtungen gibt es die Tendenz zu immer großflächigeren Betriebsformen. Dabei rücken sie den Preis, die Qualität, das Warenangebot und die Erreichbarkeit der Anlagen in den Mittelpunkt.<sup>439</sup> Neue Betriebsformen für Versorgungseinkäufe sind großflächige Verbraucher- und Fachmärkte, superstores, power centres und Fabrikläden, die insbesondere in dezentralen, randstädtischen Lagen eine enorme Anziehungskraft auf die Konsumenten ausüben.<sup>440</sup> Dabei werden Kunden angesprochen, die aufgrund von Zeitknappheit, Berufstätigkeit und Familienverbundenheit ihre Einkäufe möglichst schnell und effizient erledigen wollen.<sup>441</sup> Somit entsteht eine Konkurrenz zwischen den vorhandenen Zentren und neuen Einzelhandelstandorten. Auch die schnelle Bodenversiegelung durch den hohen Flächenverbrauch wirkt sich für die Kommune eher negativ aus. Der alltägliche Versorgungseinkauf wird an den Stadtrand verlagert, und die Verbraucher verwenden für den Versorgungseinkauf immer weniger Zeit. Es entstehen sowohl ökologische Risiken als auch das Risiko der Entmischung der städtischen Funktionen und eine Gefährdung vorhandener Zentren.

Auch der Erlebniseinzelhandel hat seine bevorzugte Lage am Stadtrand. Aber eine wichtige städtebauliche Folge des Erlebnistrends ist der Bedeutungsverlust des öffentlichen Raums und eine Privatisierung von Einkaufs- und Geschäftsbereichen.<sup>442</sup> Somit hat der Trend negative Auswirkung auf die Sozialstruktur der Stadt. Durch strikte Hausordnung bzw. Platzverweisung wird beispielweise die Randgruppe aus der Innenstadt verdrängt, obwohl ihre Überlebensressourcen und soziale Netze auf die Innenstadt angewiesen sind. Die Einkaufsgalerien symbolisieren mit ihrer Material- und Formensprache (Messing, Silber, Marmor, glitzernde Lämpchen etc.) die Paläste der Gegenwart, dort sollten alle Leute in einer gemütlichen Atmosphäre viel konsumieren und ihr Stadtzentrum genießen. Die Randgruppen verfügen über kein finanzielles Kapital, sondern sind weitgehend mittellos. Ohne finanzielles Kapital ist eine Aneignung des innerstädtischen Raums jedoch weder durch Eigentum noch durch Kaufkraft möglich. Ob man sich einen Raum richtig aneignet, hängt vom seinen (finanziellen, intellektuellen, religiösen) Kapital ab. Nach Bourdieu ist zwar ohne das notwendige Kapital eine physische Verortung (Lokalisation) möglich, nicht jedoch eine soziale Etablierung (Positionierung).<sup>443</sup> Ist der Einzelne lediglich an einem Ort lokalisiert, ohne über das vom sozialen Raum vorausgesetzte Kapital zu verfügen, so ist er dort deplaziert. Es entsteht hier das Risiko einer klaren räumlichen Segregation von Stadtbewohnern mit verschiedenem sozialen Status.

Die kommunale Relevanz liegt hier bei den Stadtplanungsaufgaben. Sehr häufig wird ein regionales Einzelhandelskonzept bzw. ein Stadtentwicklungsplan als Lösung für die Unsicherheit der Entwicklung erarbeitet. Ziel eines solchen Einzelhandelskonzeptes und STEPs ist die Erarbeitung von Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandel. Sie dienen als Steuerungsinstrument und Entscheidungshilfe für die Kommunen. Die Ansiedlung der großflächigen Einzelhandelseinrichtungen soll dabei stärker mitberücksichtigt und Kriterien für die Einzelfallprüfung der Ansiedlung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen außerhalb der Zentren hergestellt werden. Wie oben schon erwähnt, ist die Verhaltensweise der Konsumenten beim Einkaufen zunehmend durch subjektive Empfindungen, durch den Lebensstil und eigene Vorstellungen von Einkauf beeinflusst. Für die Planung sollten neben objektiv-planbaren Kriterien zur Auswahl des Einkaufsziels auch Überlegungen zu subjektiven Wertvorstellungen der Nutzer miteingeschlossen werden.<sup>444</sup> Durch Planung sollte der Trend im Einzelhandels- und Freizeitsektor für Stadtent-

---

439 Gerhard, U.: Erlebnis-Shopping oder Versorgungseinkauf? 1998, S. 40f.

440 Gerhard, U.: Erlebnis-Shopping oder Versorgungseinkauf? 1998, S. 41.

441 Gerhard, U.: Erlebnis-Shopping oder Versorgungseinkauf? 1998, S. 41.

442 Vgl. Gerhard, U.: Erlebnis-Shopping oder Versorgungseinkauf? 1998, S. 41.

443 Xie, Q.: Sicherheit in der Stadt..., unveröffentlicht, 2005, S. 22.

444 Vgl. Gerhard, U.: Erlebnis-Shopping oder Versorgungseinkauf? 1998, S. 42.

wicklung genutzt werden, die Auswirkung des Trends sollten positiv auf die Attraktivität und Nutzungsvielfalt der städtischen Zentren gesteuert werden.

#### Quellen:

Deutsche Gesellschaft für Freizeit, Freizeitlexikon, Neue Begriffe aus Politik Wissenschaft Praxis. Ostfildern 1986

DGF: Unerledigt. DGF-Dokumentation zu 40 Jahren Freizeitpolitik in Bund Ländern und Gemeinden. Erkrath 1999

Gerhard, U.: Erlebnis-Shopping oder Versorgungseinkauf? Eine Untersuchung über den Zusammenhang von Freizeit und Einzelhandel am Beispiel der Stadt Edmonton, Kanada. Marburg/Lahn 1998

Opaschowski, H. W.: Herausforderung Freizeit, Perspektiven für die 90er Jahre. B.A.T Freizeitforschungsinstitut, Hamburg 1990

Opaschowski, H. W.: Deutschland 2020, Wie wir morgen leben – Prognosen der Wissenschaft. Wiesbaden 2004

Xie, Q.: Sicherheit in der Stadt, Sicherheitsstrategien der kommunalen Politik, Sicherheitsstrategien der Stadtplanung. Wissenschaftliche Hausarbeit, unveröff., Technische Universität Berlin 2005

#### Weiterführende Literatur:

ECON-CONSULT, Regionales Einzelhandelskonzept für das Östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche, 2000

Eberling, M. u. Henckel, D.: Alles zu jeder Zeit? Die Städte auf dem Weg zur kontinuierlichen Aktivität, Berlin 2002

Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Industrie- und Handelskammer zu Berlin (Hrsg.): Stadtentwicklungsplan Zentren 2020, Standorte für Einzelhandel und Freizeit. Berlin 2005

## 5.5 Gastronomie

Gastronomie ist der Sammelbegriff für die Gesamtheit der Gaststätten, Gastbetriebe sowie deren Angebote. Sie ist Teil des Gastgewerbes.<sup>445</sup> Die Gastronomie hat eine traditionell starke Bedeutung für die Freizeitgestaltung der einzelnen Menschen und stellt einen wichtigen Bestandteil von Freizeiteinrichtungen, der Fremdenverkehrsinfrastruktur sowie von Veranstaltungen aller Art dar.<sup>446</sup> Heutzutage sind zahlreichen Gaststätte mit neuen und interessanten Konzepten entstanden, sie entdecken bzw. entwickeln neue Trends, um insbesondere die Freizeitansprüche und Lebensstile ihrer Zielgruppe zu erfüllen.

Die traditionelle Form der Gastronomie ist die **Versorgungsgastronomie**<sup>447</sup>, ihre Leistungen sind hauptsächlich auf die Versorgung der Gäste mit Speisen und Getränken ausgerichtet. Neue Formen von Gast-

---

<sup>445</sup> Deutsche Gesellschaft für Freizeit (DGF), Freizeitlexikon, 1986, S. 133.

<sup>446</sup> Vgl. DGF, Freizeitlexikon, 1986, S. 133.

<sup>447</sup> Deutsche Gesellschaft für Freizeit(DGF), Freizeitlexikon, 1986, S. 133.

ronomie werden heutzutage von kreativen Betreibern konzipiert. Sie bieten außer Speisen und Getränken auch Erlebnisse, Unterhaltung, Atmosphäre und Ambiente. Im Gegensatz zur traditionellen gastronomischen Form können dadurch auch andere Freizeitwünsche bei Gastronomiebesuchen befriedigt werden. Diese neue Form der Gastronomie kann unter dem Begriff **Erlebnisgastronomie**<sup>448</sup> zusammengefasst werden.

Unter den Punkt der Erlebnisgastronomie fällt die **Event-Gastronomie**. Sie bietet den Gästen von Unternehmen inszenierte Ereignisse bzw. Veranstaltungen, um definierte Zielgruppen im Sinne eigener Marketing- bzw. Kommunikationsziele zu aktivieren. Für die Organisation dieser Veranstaltungen werden häufig Agenturen eingeschaltet. Der Begriff Event-Gastronomie umfasst z.B. die stationäre, mobile und ambulante Event-Gastronomie, Blind-Date-Events, Dinner-Theater, After-Work-Parties, Volksfeste und vieles mehr.

Auch **Themen-Restaurants**, die eine Persönlichkeit, eine Geschichte, ein Ereignis oder ein Ausland thematisieren, gehören zu den neuen Formen der Gastronomie. Generell ist Themenorientierung seit Mitte der 1990er auch ein Trend in der Entwicklung von Einkaufswelten bis hin zu themenorientierten **Urban Entertainment Centern** (siehe Kapitel 6.2.2). In diesen Centern spielt das Themen-Restaurant eine ergänzende Rolle, die sowohl zur Erhöhung des Erlebniswertes und der Aufenthaltsdauer als auch zu einer erhöhten Konsumausgabe der Gäste beitragen kann.

Ein gastronomischer Betrieb unterliegt zahlreichen einschränkenden Bedingungen wie z. B. ungünstigen oder unregelmäßigen Arbeitszeiten, die den Beschäftigten in dieser Branche wenige Möglichkeiten für die eigene Freizeitgestaltung lassen. Ein gastronomischer Betrieb ist stark abhängig von Stoßzeiten, Saisons, Wochenenden, Abenden, Mittagen, Veranstaltungen, Wetter und wechselnden Wünschen der Gäste. Dies führt zu großen Unterschieden zwischen den einzelnen Betrieben der Gastronomie, wodurch sich kaum allgemeine Vorschriften (Hygiene- oder Jugendschutzbestimmungen) für dieses Gewerbe aufstellen lassen.<sup>449</sup>

Ob ein gastronomischer Betrieb erfolgreich ist bzw. wird, hängt von vielfältigen Faktoren ab. Drei Faktoren können jedoch als entscheidend angesehen werden:

- Standort, Umgebung des Betriebs
- Gastronomisches Konzept
- Die gesamte wirtschaftliche Lage

---

448 „Unter dem Begriff Erlebnisgastronomie versteht man Ideen und Konzepte, mit denen Gaststätten versuchen, ihre Gäste durch besondere Zusatz-Aktionen zu unterhalten. Neben dem Essen und trinken soll der Besuch des Lokals etwa durch das besondere Ambiente oder durch Varieté-Vorfürungen reizvoll wirken und dadurch entweder Gäste anlocken oder höhere Preise rechtfertigen.“ So definiert [www.Wikipedia.org.de](http://www.Wikipedia.org.de).

449 Deutsche Gesellschaft für Freizeit(DGF), Freizeitlexikon, 1986, S. 133.

Der Standort und die Umgebung, in die ein gastronomischer Betrieb eingebettet ist, sind sehr wichtig für den Erfolg. Nach der Deutschen Gesellschaft für Freizeit (DGF) gibt es auch typische Umgebungen für bestimmte gastronomischen Betriebe:

- Wohnbereich - Kneipen, Stammlokale und Quartiergastronomie
- Innenstadt / Vergnügungsviertel - Feinschmeckerlokale, Tanzcafés, Bars und Diskotheken
- Bildungs- und Arbeitsstätten - Mensa und Kantine

In Freizeiteinrichtungen, Einkaufszentren, Kaufhäusern, an Ausflugs-, Naherholungs- und Fremdenverkehrsorten gibt es jeweils verschiedene Arten von Gastronomie.<sup>450</sup> Der Betreiber muss sich daher schon im Vorfeld überlegen, welches gastronomische Konzept in welcher Umgebung umgesetzt werden soll, auf welche Konsumgruppe es abzielt und ob es gut zu finden bzw. zu erreichen ist. Ein gutes Konzept ist daher bei diesem harten Konkurrenzkampf, der natürlich auch den Wettbewerb fördert, in der Gastronomie überlebensnotwendig.

Traditionell lassen sich die gastronomischen Konzepte wie folgt unterteilen:

- Zielgruppenorientierte Konzepte (Vegetarische Restaurants, Themen-Restaurants, After-Work-Parties, Spitzenköche und ihre Kochbücher, Blind-Dates usw.)
- Getränkeorientierte Konzepte (Kaffee-Bars, Bier-Pubs, Saftbars, Cocktail-Bars, Milch-Bars, Hochwertige Weine usw.)
- Speisenorientierte Konzepte (Fingerfood, Suppen-Bars, indische Spezialität, Sushi und Sashimi usw.)

Kreative Konzepte bringen häufig den gewünschten Erfolg. Relativ gute Chancen werden heutzutage der Erlebnisgastronomie prophezeit, deren Formel „Mehr tun in gleicher Zeit“<sup>451</sup> aufzugehen scheint. Dieses veränderte Zeitbewusstsein der Menschen beschreibt auch Opaschowski in seiner Freizeitforschungsstudie: „Das Zeitbudget wird genauso kostbar wie das Geldbudget und die Menschen versuchen die Konsumzeit zu steigern und immer mehr in gleicher Zeit zu erleben. Deshalb werden Konsumwünsche häufiger mit einander kombiniert.“<sup>452</sup> In diesem Zusammenhang wird hier eine neue konzeptionelle Orientierung erwähnt: Freizeitherausforderungsorientierte Konzepte. „Früher galt der Grundsatz: Eine Sache zu einer Zeit, daraus ist heute die Gewohnheit: Mehr tun in gleicher Zeit geworden. Wir gehen einer Zukunft entgegen, in der mehr Konsumgüter vorhanden sind als Zeit zum Genießen des Konsums. Das Überangebot macht die Freiheit der Wahl zur Qual der Wahl.“<sup>453</sup> Die individuelle Konsumzeit hat ihre Grenze. Durch die Fortschritte in der Technologie können die Menschen Zeit sparen, wodurch sie jedoch unter Druck geraten, bei nicht sinnvoller Zeitnutzung die ersparte Zeit wieder zu verlieren. In der Freizeit wollen die Menschen ihre Zeit immer besser einteilen und planen, um mehr Angebote zu nutzen. Sie kämpfen heutzutage mit dem „**Zeithunger**“<sup>454</sup>.

---

450 Vgl. DGF, Freizeitlexikon, 1986, S. 133.

451 H. W. Opaschowski: Herausforderung Freizeit..., 1990, S. 48.

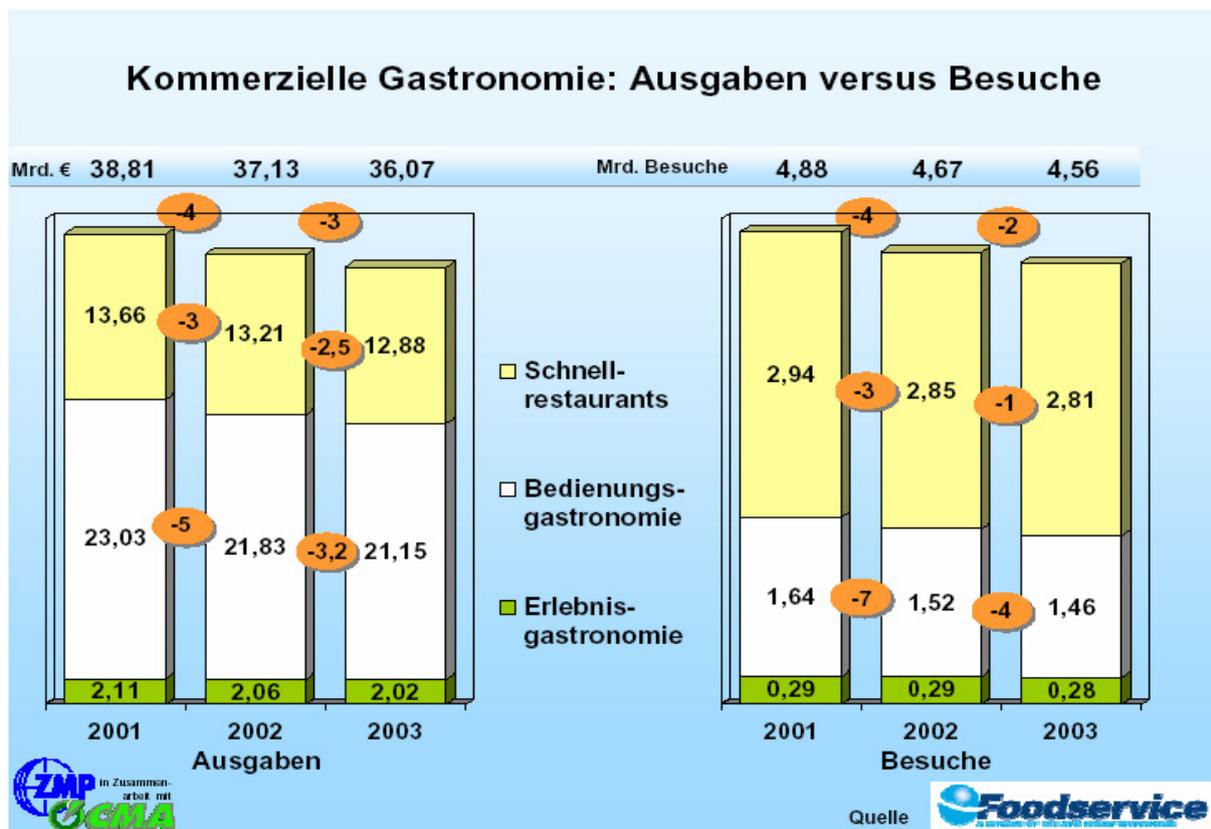
452 H. W. Opaschowski: Herausforderung Freizeit..., 1990, S. 48.

453 H. W. Opaschowski: Herausforderung Freizeit..., 1990, S. 49.

454 H. W. Opaschowski: Herausforderung Freizeit..., 1990, S. 49.

Die gesamte wirtschaftliche Lage kann auch die Entwicklungstendenz der Gastronomie beeinflussen. Beispielweise war das Jahr 2002 und 2003 geprägt durch die wirtschaftliche Rezession in Deutschland. Generell zeigt die gastronomische Entwicklung vor dem Hintergrund der schwachen wirtschaftlichen Lage sowohl beim Umsatz als auch bei den Gästezahlen negative Tendenzen. In der Bedienungsgastronomie ist die negative Entwicklung am offensichtlichsten.

Abb. 32: Gastronomische Entwicklung 2001, 2002, 2003



Quelle: www.zmp.de

Im Schnellrestaurant- und Imbissbereich sind die Negativentwicklungen deutlich verhaltener, Schnellrestaurant- und Imbissbereich reagierten auf die Preissensibilität der Konsumenten bereits früher als die Bedienungsgastronomie und steuerten mit günstigen Angeboten gegen.<sup>455</sup> Die Entwicklung in der Erlebnisgastronomie stagniert.

Es gibt heutzutage in der Gastronomie eine Polarisierung vom Niedrigpreissektor (schnell-preiswert-problemlos) zum Hochpreissektor (Luxus, Snob-Effekt, Statussymbole). Die Form der System- und Ketten-gastronomie<sup>456</sup> und die Kleinformen wie Café und Schnellimbiss erfreuen sich zunehmender Bedeutung. Die Erlebnisgastronomie, die den Freizeitanforderungen der Menschen entspricht, wird sich in der Zukunft weiterhin entwickeln. Die kommunalen Handlungsmöglichkeiten in der Gastronomie begrenzen sich weitgehend auf die Rahmensetzung. Die Kommunen bzw. der Staat können nur durch rechtliche Mittel wie z. B. die Arbeitszeit bzw. Öffnungszeit in das Gastronomiegewerbe regelnd eingreifen und Einfluss ausüben. Aber auch durch die Festlegung von Gebietstypen in der Bauleitplanung können die Kommunen stadtplanerisch auf die räumliche Entwicklung der Gastronomie einwirken.

<sup>455</sup> www.zmp.de, Zugriff 30.06.2005.

<sup>456</sup> „Systemgastronomie betreibt, wer entgeltlich Getränke und/oder Speisen abgibt, die an Ort und Stelle verzehrt werden können, und über ein standardisiertes und multipliziertes Konzept verfügt, welches Zentral gesteuert wird“ (Auszug aus dem Buch „Systemgastronomie in Theorie und Praxis“ von Harald Dettmer, 2000, S. 2).

### Quellen:

Deutsche Gesellschaft für Freizeit: Freizeitlexikon, Neue Begriffe aus Politik Wissenschaft Praxis, Ostfildern 1986

Opaschowski, H. W.: Herausforderung Freizeit, Perspektiven für die 90er Jahre, Hg.: B.A.T.-Freizeit-Forschungsinstitut, Hamburg 1990

[www.abseits.de/gastronomie.htm](http://www.abseits.de/gastronomie.htm), Zugriff 25.06.2005

[www.zmp.de](http://www.zmp.de), Zugriff 30.06.2005

[www.de.wikipedia.org](http://www.de.wikipedia.org), Zugriff 02.07.2005

### Weiterführende Literatur:

Dettmar, H.: Systemgastronomie in Theorie und Praxis, 2000

Fizzz (Fachmagazin im Gastronomie-Segment)

Gastronomie-Report (Fachzeitschrift in München)

## 5.6 Public-Private-Partnerships (siehe auch Kapitel 8.3)

Der Begriff Public-Private-Partnership (PPP) bezeichnet unterschiedliche Formen der Zusammenarbeit zwischen öffentlichen Stellen und kapitalkräftigen privaten Unternehmen.<sup>457</sup> Das breite Spektrum unterschiedlicher Ansätze erfasst zum einen die Intensität der Zusammenarbeit, die vom kontinuierlichen Informations- und Erfahrungsaustausch reichen kann und zum anderen gemeinsame Projekte in vertraglich geregelter Form.<sup>458</sup> Diese auf Dauer angelegte Form der Interaktion zielt unmittelbar auf die Erfüllung kommunaler Aufgaben ab.<sup>459</sup> Bei diesen Aufgaben handelt es sich meistens um wirtschaftliche Betätigungen im Zusammenhang mit städtebaulichen Entwicklungsmaßnahmen, Infrastrukturinvestitionen, Technologiezentren und dergleichen.<sup>460</sup>

Bei PPP – Projekten wird unterschieden zwischen:

- Finanzierungsmodellen, die verschiedene Formen der Kapitalbeteiligung beinhalten
- Kooperationsmodellen, bei denen die Aufgabenerfüllung an eine Privatrechtliche Gesellschaft, an der sowohl die öffentliche Hand als auch Private beteiligt sind, übertragen wird
- Betreibermodellen, die vorliegen, wenn isoliert oder zusätzlich zu sonstigen Leistungsinstrumenten der Betrieb, die Instandhaltung, Wartung oder sonstige ähnliche Aufgaben übernommen werden

---

<sup>457</sup> H. Bals, H. Hack, Die neue Kommunalverwaltung - Verwaltungsreform: Warum und wie, München und Berlin 2000, S. 172.

<sup>458</sup> H. Werner, Public Private Partnerships – ein neuer Weg zur Stadtentwicklung, Stuttgart u.a. 1993, S. 33.

<sup>459</sup> F. Roentgen, Public Private Partnership, Aachen 2001, S. 85.

<sup>460</sup> H. Bals, H. Hack, Die neue Kommunalverwaltung - Verwaltungsreform: Warum und wie, München und Berlin 2000, S. 172.

- Konzessionsmodellen, bei denen sich der Private dazu verpflichtet, bestimmte Leistungen direkt für Bürger mit dem Recht zu erbringen, seine Kosten über entrichtete Gebühren der Bürger zu finanzieren<sup>461</sup>

Beim PPP bleibt die Identität der Partner erhalten, die Kosten und natürlich auch die Verantwortung werden geteilt und die Zusammenarbeit bei der „Lösung komplexer lokaler, bestenfalls regionaler Probleme“<sup>462</sup> vertraglich formuliert. Neben den gemeinsam ausgearbeiteten, projektbezogenen Zielen wie beispielsweise die Durchführung großer Vorhaben mit hohem Prestigewert oder der Stärkung und Verbesserung der wirtschaftlichen Funktions- und Wettbewerbsfähigkeit einzelner Stadtgebiete oder ganzer Städte gibt es auch noch spezifische, in der besonderen Funktion der einzelnen Akteure begründete Ziele.<sup>463</sup>

Die privaten Partner zeigen vorrangig und naturgemäß eher Interesse am Zugang zu kommunalen Ressourcen (z.B. Grundstücken), planungsrechtlich gesicherter, risikoarmer Durchführung und hoher Rendite. Die Kommune hingegen kann ihren Aktionsradius und ihre Handlungsformen über die traditionellen Formen des Verwaltungshandelns hinaus erweitern, neue Managementprinzipien kennen lernen und zusätzliche Finanzmittel Privater mobilisieren.<sup>464</sup>

„Die Diskussion der unterschiedlichen Formen von Public-Private-Partnership lässt sich allerdings nicht völlig isoliert vornehmen, da sie in ein Gesamtspektrum unterschiedlicher Formen kommunaler Aufgabenerfüllung eingebettet sind. Dies bedeutet, dass die unterschiedlichen Formen von Public-Private-Partnership als Teilmenge bezüglich aller Formen kommunaler Aufgabenerfüllung betrachtet werden können, die von der vollständigen verwaltungsinternen Eigenerstellung bis hin zum vollständigen Fremdbezug über einen anonymen Markt reichen können. Der kommunale Verwaltungsträger muss hinsichtlich einer Gesamtbewertung bei der Entscheidung für eine Public-Private-Partnership zum einen Entscheidungen darüber treffen, welche Aufgaben er auf eine erwerbswirtschaftliche Unternehmung überträgt, und zum anderen, wie er die extern übertragenen Aufgaben optimal in den Gesamtprozess der kommunalen Aufgabenerfüllung integriert. Die make or buy Entscheidung im öffentlichen Sektor entspricht der Entscheidung über die optimale Leistungstiefe und die Art und Intensität der Zusammenarbeit mit externen Partnern.“<sup>465</sup>

Die Zusammenarbeit zwischen öffentlicher Hand und Privaten hat in bundesdeutschen Städten vor allem ab der zweiten Hälfte der 1980 Jahre stark an Bedeutung gewonnen. Die knappen kommunalen Haushaltsmittel und die damit verbundenen Probleme (Liquiditätsengpässe / Personalabbau) begünstigten die neuen Formen der Zusammenarbeit, die nicht allein Zugang zu privaten Kapital und damit eine Entlastung der leeren Kassen zu versprechen scheinen, sondern auch eine professionelle und effizientere Aufgaben- und Leistungserfüllung. Zunächst standen größere Vorhaben zur Stadterneuerung und Stadtentwicklung im Vordergrund, während es inzwischen verstärkt um das Management, die Realisierung und Finan-

---

461 [www.graeffe-rechtsanwälte.de/docs/it-vergabe/public\\_private\\_partnership.pdf](http://www.graeffe-rechtsanwälte.de/docs/it-vergabe/public_private_partnership.pdf), Zugriff 29.06.2005.

462 R. Kestermann, Public Private Partnership, In: RaumPlanung, Nr. 62, 1993, S. 205.

463 H. Werner, Public Private Partnerships – ein neuer Weg zur Stadtentwicklung, Stuttgart u.a. 1993, S. 9.

464 H. Bals, H. Hack, Die neue Kommunalverwaltung - Verwaltungsreform: Warum und wie, München und Berlin 2000, S. 172.

465 F. Roentgen, Public Private Partnership, Aachen 2001, S. 85.

zierung vielfältiger, bisher öffentlich erbrachter Dienstleistungen geht.<sup>466</sup> Die öffentliche Hand versteht sich heute vielmehr als Initiator, Moderator und Koordinator von Entwicklungsvorhaben.<sup>467</sup>

PPPs eignen sich hauptsächlich bei Projekten zum Ausbau der Infrastruktur, bei Umweltschutz- und Modernisierungsmaßnahmen:

- Schulen, Krankenhäuser, Gefängnisse
- Kanalisation, Klär- und Entwässerungsanlagen
- Recycling- und Müllverbrennungsanlagen, Deponien
- Kommunale Verkehrsinfrastruktur (öffentlicher Nahverkehr)

Aber auch im Freizeitsektor werden PPPs immer häufiger durchgeführt. Zum Beispiel bei der Sanierung bzw. beim Neubau von öffentlichen Gebäuden und Plätzen wie z.B. Sporthallen, Spielplätzen oder beim Betreiben öffentlicher Einrichtungen wie Bädern und Thermen. Der Bedarf an solchen Projekten (Erlebnisswelten, Museen) und der damit eventuell verbundene Impuls für einige Kommunen werden auch künftig zur Zusammenarbeit im Freizeitsektor führen.<sup>468</sup>

Doch trotz der zunehmenden Bedeutung von Public Private Partnerships, stehen im Vordergrund meist nur isolierte Vorhaben oder relativ pauschale Erfolgsmeldungen. Die meisten Projekte gelangen nicht an die Öffentlichkeit. Dies könnte einerseits an einem nicht existierenden allgemeinen, einfachen Verfahrenskonzept, welches auch eine Erfolgsgarantie für das Gelingen solcher Vorhaben gibt, und zum anderem an der noch vorhandenen Skepsis in den Kommunen liegen.<sup>469</sup>

Immer mehr Kommunen teilen heute die Befürchtung, „durch zunehmende Privatisierungs-, Teilprivatisierungs- und Outsourcing-Vorhaben an Einfluss zu verlieren. Die kommunale Entwicklung wird nach ihrer Einschätzung immer weniger durch die Kommunalpolitik, sondern immer mehr durch Sachzwangargumente der Verwaltung und Vorabsprachen mit dem Privatsektor bestimmt.“<sup>470</sup>

Potentielle Probleme und Gefahren für die Kommune:

- Rückgang an Kontrolle und Steuerung
- Verzicht auf langfristige, strategische Perspektiven
- Reduzierung lokaler Kompetenzen und Handlungsspielräume
- Ungleiche Verteilung von Risiken
- Zunehmende Unschärfe der spezifischen Rolle und Zuständigkeit

---

466 W. Heinz, C. Scholz, Public Private Partnership im Städtebau, Berlin 1996, S. 13.

467 H. Werner, Public Private Partnerships – ein neuer Weg zur Stadtentwicklung, Stuttgart u.a. 1993, S. 8.

468 [www.bmwa.gv.at/BMWA/Themen/Tourismus/Schwerpunkte/Veranstaltungen/ppp\\_im\\_tourismus.htm](http://www.bmwa.gv.at/BMWA/Themen/Tourismus/Schwerpunkte/Veranstaltungen/ppp_im_tourismus.htm)

469 H. Werner, Public Private Partnerships – ein neuer Weg zur Stadtentwicklung, Stuttgart u.a. 1993, S. 5 f.

470 W. Heinz, C. Scholz, Public Private Partnership im Städtebau, Berlin 1996, S. 223.

Mit diesem Misstrauen im Hinterkopf wird es in Zukunft nicht einfach, erfolgreich neue Public-Private-Partnerships durchzuführen. Ob diese Gefahren jedoch wirklich eintreten, hängt von einer Vielzahl meist überregionaler Faktoren, nicht zuletzt auch davon ab, mit welchen Zielvorstellungen und Interessen, mit welchem Informations- und Qualifikationsniveau die Kommunen PPPs mit der Privatwirtschaft eingehen.<sup>471</sup>

#### Quellen:

Bals H., H. Hack, Die neue Kommunalverwaltung - Verwaltungsreform: Warum und wie, München und Berlin 2000

Heinz W., C. Scholz, Public Private Partnership im Städtebau, Berlin 1996

Kestermann R., Public Private Partnership, In: RaumPlanung, Nr. 62, 1993

Roentgen F., Public Private Partnership, Aachen 2001

Werner, Heinz, Public Private Partnerships – ein neuer Weg zur Stadtentwicklung, Stuttgart, Berlin, Köln 1993

[www.bmwa.gv.at](http://www.bmwa.gv.at)

[www.graefe-rechtsanwälte.de](http://www.graefe-rechtsanwälte.de)

#### Weiterführende Literatur:

Europäischer Wirtschaftsdienst EUWID, Report Public Private Partnership, 2005

## 5.7 Investoren

Der Investor, auch Kapitalanleger oder einfach nur **Anleger** genannt, legt Geld am Kapitalmarkt an. Er investiert. Durch das jeweils unterschiedliche Auftreten am Markt werden die Anleger in verschiedene Gruppen mit anderen Anlagestrategien aufgeteilt.<sup>472</sup>

Die Unterteilung erfolgt in:

- Privatanleger oder Kleinanleger (u.a. freie Investoren, Trader)
- Institutionelle Anleger (i.d.R. Großunternehmen wie Kreditinstitute, Versicherungen, Investmentgesellschaften)

Während der Privatanleger meistens nur geringe Summen auf Grund begrenzter, niedriger Finanzmittel investiert, können es beim Institutionellen mehrere Milliarden Euro sein. Dadurch wird auch deutlich, dass im Normalfall die Märkte durch diese Anlegergruppe bewegt werden.<sup>473</sup>

---

<sup>471</sup> H. Werner, Public Private Partnerships – ein neuer Weg zur Stadtentwicklung, Stuttgart u.a. 1993, S. 13 f.

<sup>472</sup> [www.wikipedia.org/wiki/Investor](http://www.wikipedia.org/wiki/Investor), Zugriff 11.07.2005.

<sup>473</sup> [www.wikipedia.org/wiki/Institutionelle\\_Anleger](http://www.wikipedia.org/wiki/Institutionelle_Anleger), Zugriff 11.07.2005.

Die Idee, Kapital für Unternehmungen zur Verfügung zu stellen, ist so alt wie die kapitalistische Idee selbst. Schon im 15. bis 17. Jahrhundert ermöglichten wohlhabende Kaufleute durch Kapitalinvestitionen die Entdeckungsreisen zur Erschließung neuer Märkte. Im Laufe der Zeit wurde in neue Technologien, das Verkehrswesen und die Industrie viel Geld angelegt. Die Vorreiterrolle in diesem neuen Marktsegment übernahmen maßgeblich die USA.<sup>474</sup>

In Deutschland sind ähnliche Vertriebsstrukturen erst seit einigen Jahren im Aufbau. Die Präferenz liegt hier noch auf risikoarmen Geldanlagemöglichkeiten. Dennoch gibt es immer wieder schnelle und unüberlegte Anlageentscheidungen, die zu Fehlinvestitionen führen. Die Folgen sind Kapitalverlust und meistens auch die Vernichtung von Arbeitsplätzen.<sup>475</sup>

Folgende Anlagearten gibt es:

- Immobilien (Wertsteigerungen kaum planbar / Bedarf genauester Marktkennntnis und einer soliden Eigenkapitalbasis)
- Festverzinsliche Wertpapiere (sind mittel- und langfristige Schuldverschreibungen wie Bundeswertpapiere, Pfandbriefe und unterschiedlichste Arten von Anleihen mit sehr unterschiedlichen Renditeerwartungen und einem Kapitalverlustrisiko)
- Aktien (sind die reinste Form von Eigenkapital / kein garantierter Wertzuwachs / Kauf und Verkauf jederzeit möglich)
- Optionsscheine, Futures (sind Vereinbarungen, mit denen das Recht auf einen zukünftigen Kauf oder Verkauf von Finanzprodukten bei einem vorgegeben Preis erworben wird)
- Hedge-Fonds (sind eine spezielle Art von Investmentfonds / ermöglichen die Verwendung aller Arten von Finanzinstrumenten / hohe spekulative Anlagepolitik / hohe Umlagemöglichkeit)

Bei den dargestellten Anlage- bzw. Investitionskategorien fällt auf, dass es schwierig ist, bei einem vertretbaren Risiko auch eine einträgliche Rendite zu erzielen.<sup>476</sup>

Aber auch die öffentliche Hand tritt als Investor auf. Sie bietet jungen innovativen wie mittelständischen Unternehmen sowohl auf Bundes- wie auf Landesebene eine Vielzahl an Förderprogrammen an. Grundsätzlich erfolgt die Förderung über Zuschüsse, Darlehen und Beteiligungen. Weitere Fördermaßnahmen bestehen in der Bereitstellung von Bürgschaften, Garantien sowie der Schaffung von Investitionszulagen oder Sonderabschreibungsmöglichkeiten.<sup>477</sup>

Den Investoren sollte aufgefallen sein, dass der Freizeitmarkt in Deutschland noch viel Raum für neue Projekte bietet. Doch für eine Umsetzung dieser Vorhaben ist auch eine enge Zusammenarbeit mit den Kommunen von Nöten. Diese Chance sollte die öffentliche Hand nutzen, um auch eigene Projekte und Aufgaben mit Hilfe von Investitionen kapitalkräftiger Unternehmungen z.B. auf dem Freizeitmarkt beim Neubau von Arenen, Thermen und anderen Infrastruktureinrichtungen durchzusetzen. Dies könnte z.B. in Form von Public-Private-Partnerships geschehen (siehe Kapitel 5.6 und 8.3). Die leeren Haushaltskassen werden die Kommunen auch zukünftig dazu zwingen, auf das Kapital von Investoren zur Bewältigung öffentlicher Aufgaben zurückzugreifen.

---

<sup>474</sup> Thomas A. Jesch, *Private-Equity-Beteiligungen*, Wiesbaden 2004, S. 33 ff.

<sup>475</sup> Thomas A. Jesch, *Private-Equity-Beteiligungen*, Wiesbaden 2004, S. 16 f.

<sup>476</sup> Thomas A. Jesch, *Private-Equity-Beteiligungen*, Wiesbaden 2004, S. 17 ff.

<sup>477</sup> Thomas A. Jesch, *Private-Equity-Beteiligungen*, Wiesbaden 2004, S. 183.

**Quellen:**

Jesch, Thomas A., Private-Equity-Beteiligungen, Wiesbaden 2004

[www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)

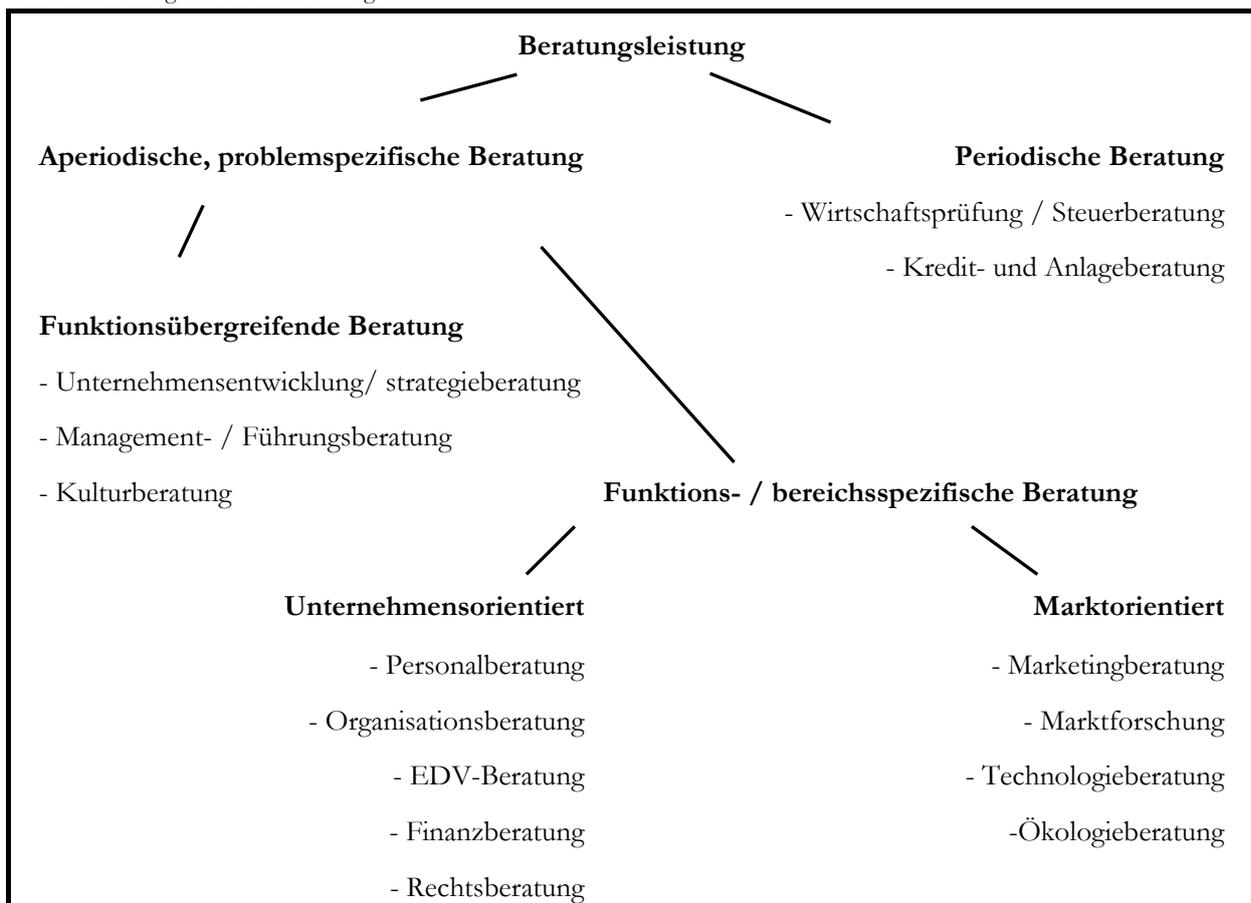
**Weiterführende Literatur:**

Lücke, Wolfgang, Investitionslexikon, München 1991

**5.8 Berater**

Unternehmensberater bieten anderen Unternehmungen ihr Wissen als Dienstleistung an. Oft ist das Management der Kunden bzw. Klienten Gegenstand der Beratung, manchmal aber auch fachliche Entscheidungen und Veränderungen wie z.B. bei Personalfragen.<sup>478</sup> In der nachfolgenden Abbildung sind die wichtigsten Leistungsinhalte der Unternehmensberatung dargestellt.

Abb. 33: Leistungsinhalte der Beratung



Quelle: Josef Schrädler, Unternehmensberatung aus organisationstheoretischer Sicht, München 1995, S.16.

<sup>478</sup> [www.wikipedia.org/wiki/Unternehmensberater](http://www.wikipedia.org/wiki/Unternehmensberater), Zugriff 11.07.2005.

Für die Tätigkeit der Beratung gibt es unterschiedliche Bezeichnungen:

- Wirtschaftsberatung ist keine offizielle Berufsbezeichnung mit gesetzlicher Grundlage
- Oft wird der Anglizismus consulting für die Beratung an sich und Consultant oder Consultancy für die Organisation oder Person des Beraters verwendet

Außerdem sollten sich Unternehmensberater an bestimmte Regeln halten. Diese Regeln, die folgende wesentliche Elemente enthalten, sind in Deutschland im Bund deutscher Unternehmensberater e. V. (BDU) zusammengefasst.

- Unabhängigkeit des Beraters von Dritten, insbesondere, wenn Entscheidungen über Lieferanten oder andere Marktpartner des Klienten anstehen
- Objektivität der Beratung unter Berücksichtigung aller Chancen und Risiken
- Beratung erfolgt in Feldern, in denen nachweislich Kompetenz erlangt wurde
- Im Beratungsprozess erworbene Kenntnisse und Informationen dürfen nicht an Dritte weitergegeben werden<sup>479</sup>

Der Beratungsprozess ist durch stets wiederkehrende Elemente gekennzeichnet. Zuerst wird eine Situationsanalyse (Bestandsaufnahme) durchgeführt. Daran schließt sich dann die Zielformulierung für das Projekt an. Ab diesem Zeitpunkt ist eine genaue Kalkulation des voraussichtlichen Aufwandes möglich. Im weiteren Verlauf folgen die Konzeptentwicklung, die Konzeptpräsentation und ggf. die Mithilfe (Coaching) bei der Umsetzung sowie wenn gewünscht ein Maßnahmencontrolling. Wichtig in diesem Prozess ist auch immer die Mithilfe des Kunden.<sup>480</sup>

Eine Beratung können auch die Kommunen in Anspruch nehmen, um die Verwaltungsstruktur und Verwaltungsabläufe in der Organisation zu verbessern. Aber nicht nur bei der Verwaltungsreform, sondern auch bei der Bewältigung kommunaler Aufgaben wie z.B. der Freizeitplanung könnten die Kommunen auf beratende Unternehmungen zurückgreifen. Diese auf den Bereich Freizeit spezialisierten Beratungsunternehmen können z.B. durch eine marktorientierte Beratung und ihre langjährige Erfahrungen auf diesem Gebiet bei einer sicheren und wirtschaftlicheren Projektentwicklung helfen. Diese Form der Beratung im Bereich Freizeit umfasst im Wesentlichen:

- Makro- und Mikrostandortanalyse
- Marktanalyse (Untersuchung von Angebot und Nachfrage im Einzugsgebiet)
- Trendanalyse
- Besuchsprognose
- Wirtschaftlichkeitsanalyse
- Analyse regionalwirtschaftlicher Effekte<sup>481</sup>

---

479 [www.wikipedia.org/wiki/Unternehmensberater](http://www.wikipedia.org/wiki/Unternehmensberater), Zugriff 11.07.2005.

480 [www.wikipedia.org/wiki/Unternehmensberater](http://www.wikipedia.org/wiki/Unternehmensberater), Zugriff 11.07.2005.

481 [www.f-conn.org/downloads/2005-01-13\\_13-35\\_Organigramm\\_Leistungsspektrum\\_fcon.pdf](http://www.f-conn.org/downloads/2005-01-13_13-35_Organigramm_Leistungsspektrum_fcon.pdf)

Dadurch eine solche Beratung können Fehlinvestitionen in einer Zeit, in der die Haushaltskassen ohnehin fast leer sind, weitestgehend vermieden werden.

Doch trotz dieses augenscheinlich sehr sicheren Planungsablaufes, sollte bei der Projektentwicklung darauf geachtet werden, dass eine Art Produkthaftung für Beratungsleistungen nur insofern besteht, als nachweislich falsche Auskünfte zu Schäden führen. Da der Unternehmensberater in der Regel nicht oder nur partiell an der Umsetzung der erarbeiteten Lösungswege beteiligt ist, kann er für Ausführungsfehler in der Umsetzung ebenso wenig haftbar gemacht werden wie für Ratschläge oder Konzeptionen, welche auf Fehl- oder Falschinformationen des Kunden basieren.<sup>482</sup>

Quellen:

Schrädler, Josef, Unternehmensberatung aus organisationstheoretischer Sicht, München 1995

[www.f-con.org](http://www.f-con.org)

[www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)

## 5.9 Freizeitimmobilien und Makler

Eine **Immobilie** ist ein grundlegendes Gut in der Immobilienwirtschaft. In der juristischen Welt gibt es für den Begriff noch keine einschlägige Definition, ersatzweise findet eher der Begriff des „Grundstücks“<sup>483</sup> Verwendung. Jedoch findet man in der Literatur für Immobilie verschiedene Definitionen, nach Spitzkopf „dient das Gut Immobilie der Befriedigung elementarer menschlicher Bedürfnisse, wie Wohnen, Arbeiten oder Freizeitgestaltung und weist besondere Eigenschaften wie Langlebigkeit, Produktionsdauer und Immobilität auf“<sup>484</sup>. „Bei einer betriebswirtschaftlichen Betrachtungsweise, d. h. aus der Sicht des Eigentümers bzw. des **Investors** (siehe dazu Kapitel 5.7), erhält die Immobilie ihren Charakter nicht durch die Tatsache ihrer Produktion, sondern durch ihre Nutzung an sich. Das bedeutet, dass eine Immobilie für sich genommen keinen isolierbaren Wert besitzt, sondern diesen nur dadurch erhält, dass ein Markt entsteht, auf dem Eigentümer Flächen für begrenzte Zeit zur Verfügung stellen und Nachfrager derartige Nutzungen konsumieren und dafür Geldeinheiten zu entrichten bereit sind“<sup>485</sup>. Nach den Nutzungen der Immobilien und den Anforderungen der Immobilien an ihre Standorte kann man verschiedene Immobilienarten unterscheiden, die eigene Immobilienteilmärkte bilden:

- Wohnimmobilien,
- Gewerbeimmobilien (zu denen die **Freizeitimmobilien** gehören, es gibt verschiedene Freizeitimmobilien, z. B.: Urban Entertainment Center, Freizeitparks, Squash- und Tennishallen, Sauna- und Solarienlandschaften, Spaßbäder, Bowling-Center, Musical-Theater, Shoppingcenter usw.),

---

<sup>482</sup> [www.wikipedia.org/wiki/Unternehmensberater](http://www.wikipedia.org/wiki/Unternehmensberater), Zugriff 11.07.2005.

<sup>483</sup> „Nach dem Bürgerlichen Gesetzbuch wird als Grundstück ein abgegrenzter Teil der Erdoberfläche bzw. der Grund und Boden bezeichnet, der eine wirtschaftliche Einheit bildet. Neben einer primär physischen Sicht kann auf der abstrakten Ebene das Grundstück auch als ein Komplex von grundstücksbezogenen eigentumsrechtlichen Beziehungen zwischen natürlichen und/oder juristischen Personen gesehen werden. So bilden letztlich das durch das Rechtssystem garantierte und freie Privateigentum sowie Nutzungsrecht an Grundstücken die Voraussetzungen für die Entstehung und das Funktionieren eines marktwirtschaftlichen Grundstücks- bzw. Immobilienmarkts.“ (Auszug aus Falk, B. (Hrsg.): Fachlexikon Immobilienwirtschaft, 2000, S. 403f.)

<sup>484</sup> Perlmann, S.: Virtuelle Immobilienbörsen im gewerblichen Sektor, 2002, S. 6.

<sup>485</sup> Falk, B. (Hrsg.): Fachlexikon Immobilienwirtschaft, 2000, S. 404.

- Landwirtschaftliche Immobilien
- Industrieimmobilien
- Sonstige Immobilien

Die obige betriebswirtschaftliche Betrachtungsweise und die daraus ergebende Aussage betreffen insbesondere die Freizeitimmobilienprojekte. Ein Freizeitimmobilienprojekt erhält seinen Charakter durch seine Nutzung an sich. Seit 1995 ist die Nutzerfindung für projektierte Immobilien das ausschlaggebende Kriterium, die Investition zum Erfolg zu führen.<sup>486</sup> Bei Freizeitimmobilien ist der Fall, dass für die Beurteilung bzw. die Bewertung von Freizeitimmobilien weniger Immobiliendenken als unternehmerisches Denken gefragt ist. Das bedeutet, für den Erfolg eines Freizeitimmobilienprojekts sind spezielle Kenntnisse auf dem **Freizeitmarkt** (siehe dazu Kapitel 3.1) notwendig, man muss zunächst ausführliche Analysen für den potenziellen Bedarf an der Nutzung der Freizeitimmobilie durchführen, um Konzept und Erwartungen plausibel zu machen. Spezielle Kenntnisse liegen tendenziell mehr im Bereich der Unternehmensbewertung als im Bereich der Immobilienbewertung. Die Immobilie ist hier nur Mittel zum Zweck und für andere Aktivitäten kaum zu gebrauchen.<sup>487</sup>

Gerade Freizeitimmobilien sind auch sehr kurzlebiger Art<sup>488</sup>, man muss ständig aus unternehmerischer Sicht überprüfen, ob die Risiken die Chancen überwiegen. Dafür benötigt man sehr aufwendige Datenerhebungen, ausführliche Rechnungen und zukunftsorientierte **Machbarkeitsstudien**<sup>489</sup> während der Projektentwicklung, um beispielweise herauszufinden, ob Investment und Finanzierung in angemessener Zeit aus den Erträgen zurückgeführt werden können. Wie oben schon erwähnt, ist der wichtigste Entscheidungsfaktor zum Überprüfen des Projektgewinns jedoch die Nutzung der Immobilie. Die Vermarktungsfähigkeit des Nutzungskonzeptes eines Freizeitimmobilienprojekts soll dabei kritisch untersucht werden, weil das Nutzungskonzept eines Freizeitimmobilienprojekts sehr von dem Freizeitverhaltensmuster der Menschen abhängig ist, und dieses wandelt sich ständig mit der Zeit und die **Freizeitfähigkeit** der Menschen erneuert sich sehr schnell. Zusammenfassend wird die Machbarkeit eines Freizeitimmobilienprojekts in drei Bereichen bewertet:

Tab. 24: Machbarkeitsstudie für ein Freizeitimmobilienprojekt

Technische Umsetzbarkeit: Projektgrundstück	Für das Projektgrundstück wird eine Zustandsbeschreibung formuliert, danach wird ein Nutzungskonzept erarbeitet, das im wesentlichen nachfolgende Inhalte aufweisen sollte:  Nutzungsinhalte, städtebauliche Idee, Flächenprogramm, Grundstücksausnutzung, Erschließungskonzept und –Parksystem, Baukörperkonfiguration sowie Abklärungsbedarf mit der Nachbarschaft.
Wirtschaftliche Umsetzbarkeit: Projektgewinn = Erträge - Projektkosten	Häufig werden neben der statischen Bruttoanfangsrendite auch dynamische Investitionsrechnungen oder auch Sensitivitätsanalysen zur Entscheidung herangezogen. Besonders wichtig ist hier, die Vermarktungsfähigkeit des Nutzungskonzeptes ständig kritisch zu untersuchen.

<sup>486</sup> Falk, B.: Das große Handbuch Immobilien-Marketing, 1997, S. 337.

<sup>487</sup> Falk, B.: Gewerbe-Immobilien, 1989, S. 131.

<sup>488</sup> Falk, B.: Gewerbe-Immobilien, 1989, S. 133.

<sup>489</sup> „Die Machbarkeitsstudie bildet die Grundlage einer jeden Projektentwicklung mit der Zielsetzung, die technische, wirtschaftliche und rechtliche Umsetzbarkeit eines Projektvorhabens zu überprüfen.“ (Auszug aus Falk, B. (Hrsg.): Fachlexikon Immobilienwirtschaft, 2000, S. 532).

Rechtliche Umsetzbarkeit: rechtliche Probleme und die Lösungsansätze	Konfrontiert ist eine Freizeitimmobilie mit einigen rechtlichen Problemen. Im Wesentlichen sind hierzu das Planungsrecht, das Bauordnungsrecht, der Grundstückskaufvertrag und die Einkommens-, Körperschafts-, Grunderwerbs- und Umsatzsteuer zu zählen. Entsprechende Lösungsansätze werden erarbeitet.
--	---

Quelle: eigene Darstellung nach Falk, B. (Hrsg.): Fachlexikon Immobilienwirtschaft, 2000, S. 532.

Die speziellen Kenntnisse, Kennzahlen und plausible Freizeitmarktanalysen für ein Freizeitprojekt bieten die **Berater** (siehe dazu Kapitel 5.8) als entsprechende Dienstleistungen an, während für die Distribution und Beschaffung von Immobilien der Immobilienmakler eine Schlüsselfunktion hat.

Maklerunternehmen entstehen auf dem Immobilienmarkt, sie erfüllen die Distributionsaufgaben, sie verbinden das Angebot mit der Nachfrage. Der Immobilienmarkt ist ein Käufermarkt, einerseits gibt es die Immobilienanbieter, welche die Vermarktung ihrer hergestellten Immobilien sicherstellen wollen. Andererseits gibt es die Immobiliennutzer bzw. die Projektentwickler, die die richtige Immobilie für ihre Projektidee nachfragen. Deshalb spielt die Distributionspolitik im Immobilienmarketing eine wichtige Rolle. Darunter können alle Entscheidungen und Handlungen verstanden werden, die im Zusammenhang mit dem Weg eines Immobilienproduktes zum Nutzer stehen.<sup>490</sup> Die Möglichkeiten und Ergebnisse der Distribution sind natürlich sehr stark durch Immobilienmerkmale bestimmt und die optimale Gestaltung der Distribution ist stark von Informationen abhängig, die vom Vertrieb geliefert werden.<sup>491</sup> Der Immobilienmakler als Distributionsorgan verfügt über das immobilienpezifische Fachwissen und liefert notwendige Informationen für die Immobilienanbieter.

In Deutschland ist die Distribution von Immobilien über Maklerunternehmen der am meisten verbreitete Absatzweg.<sup>492</sup> „Aufgabe des Immobilienmaklers ist es, Verträge über Immobilien zu vermitteln bzw. die Gelegenheit zum Abschluss von Verträgen über Immobilien nachzuweisen. Dabei kommt der Immobilienmakler nicht nur distributionspolitischen Aufgaben nach, sondern wird genauso auf der Beschaffungsseite von Immobilien aktiv.“<sup>493</sup> Gegenüber dem Kauf- bzw. Mietinteressen besteht für den Immobilienmakler nach den Vorschriften der Makler- und Bauträgerverordnung (MaBV) eine Informationspflicht. Diese Pflicht bezieht sich auf die wesentlichen Objektmerkmale, die Objektangebotsbedingungen sowie auf die Maklervertragsbedingungen.<sup>494</sup> Die Qualifikation des Immobilienmaklers ist ein wichtiges Bewertungskriterium für das Image der Immobilienwirtschaft, sie wirkt sich auch direkt auf den Marketingeffekt aus. Eine vom Institut für Gewerbezentren durchgeführte Imageanalyse in den Jahren 1994 und 1995 kam zu dem Ergebnis, dass sich das Image der deutschen Immobilienwirtschaft in einem desolaten Zustand befindet. Die Hauptgründe hierfür seien in erster Linie die schlechte Beurteilung der Immobilienmakler, unseriöses Geschäftsgebahren einiger Marktteilnehmer, nicht zuletzt aber auch die ungenügende Aus- und Fortbildung in weiten Kreisen der Immobilienwirtschaft.<sup>495</sup> Die Anforderung an der Qualifikation des Immobilienmaklers wird immer größer mit der zunehmenden Komplexität auf dem Immobilienmarkt. Der Immobilienmakler entwickelt sich dabei immer mehr vom reinen Nachweis- und Vermittlungsmakler

<sup>490</sup> Falk, B.: Das große Handbuch Immobilien-Marketing, 1997, S. 338.

<sup>491</sup> Vgl. Falk, B.: Das große Handbuch Immobilien-Marketing, 1997, S. 338.

<sup>492</sup> Falk, B. (Hrsg.): Fachlexikon Immobilienwirtschaft, 2000, S. 421.

<sup>493</sup> Falk, B. (Hrsg.): Fachlexikon Immobilienwirtschaft, 2000, S. 421.

<sup>494</sup> Falk, B. (Hrsg.): Fachlexikon Immobilienwirtschaft, 2000, S. 421.

<sup>495</sup> Falk, B.: Das große Handbuch Immobilien-Marketing, 1997, S. 353.

zum universalen Fachberater (siehe auch Kapitel 5.8), der neben der Markttransparenz auch das notwendige Know-how in allen Bereichen der Immobilienwirtschaft aufweisen sollte.<sup>496</sup>

Die Aufgabe des Maklers ist nicht einfach. Die Distribution von Immobilien, bezüglich freizeitspezifischer Besonderheit konfrontiert ständig mit folgenden Problemen:

Tab. 25: Probleme bei der Distribution von Immobilien

Richtiger Standort?	„Lage, Lage und nochmals Lage“, der wichtigste Immobiliengrundsatz gilt auch für die Freizeitimmobilien, obwohl die Bewertung der Freizeitimmobilie mehr unternehmerisches Denken als Immobiliendenken gefragt ist. Der Standort muss der Nutzung der Immobilie entsprechen, der Standort eines Freizeitprojekts muss die Vorstellung seiner potenziellen Zielgruppen treffen. Dafür sind regelmäßige Markt- und Standortanalysen erforderlich.
Richtiger Zeitpunkt?	Der zeitliche Faktor spielt im Rahmen der Distributionspolitik eine entscheidende Rolle. Zwischen der Projektidee des Projektentwicklers und der Fertigstellung von Immobilien vergehen in Abhängigkeit von der Art und Größe der Immobilie und den spezifischen Standortbedingungen nicht selten mehrere Jahre, innerhalb dieser Zeit eintretende Marktveränderungen können das Marketing der Freizeitnutzung erschweren. <sup>497</sup>
Richtige Nutzungsdauer?	Die Immobilie ist ein langlebiges Wirtschaftsgut, sie kann bis zu hundert Jahren benutzt werden. Aber die Nutzungsdauer einer Immobilie für Freizeitprojekte ist stark von der Anpassungsfähigkeit des Freizeitangebots an den Freizeitmarkt (siehe dazu Kapitel 3.1) abhängig. Bei Freizeitobjekten handelt es sich oft um „Modeartikel“ <sup>498</sup> , die Beurteilung für die Nutzungsdauer erfordert daher eine Analyse für das Freizeitangebot auf dem Markt, um festzustellen, wie lange die Einrichtung für ihre Zielgruppe interessant sein kann.
Richtige Nutzungsart?	Wie oben schon erwähnt, erhält eine Immobilie ihren Charakter durch ihre Nutzung. Die Immobilie ist nur Mittel zum Zweck. Für Aussagen, ob die Qualität (Standortqualität, der Bauqualität, der Grundstücksbeschaffenheit, der Architektur etc.) einer Immobilie beispielsweise für die Freizeitnutzung wie „Dungeons“ (vgl. Protokoll vom 09.06.2005, Merlin Entertainment) angemessen ist, bedarf es Beratungsleistungen wie z. B. einer Machbarkeitsstudie.

Die Kommunen spielen bei Freizeitimmobilien auch eine Rolle. Sie sollten einerseits die **Freizeitforschung** (siehe dazu Kapitel 1.5) fördern und die Forschungsergebnisse für den Freizeitimmobilienmarkt zur Verfügung stellen. Andererseits steckt die eigentliche kommunale Relevanz für Freizeitimmobilien weiterhin in den Planungsaufgaben. Durch die Bauleitplanung sollten die Nutzungen der Grundstücke untereinander verträglich gemacht werden. Die negativen **Auswirkungen** (siehe dazu Kapitel 7) der Freizeiteinrichtungen sollen dadurch begrenzt bzw. gemildert werden.

<sup>496</sup> Falk, B. (Hrsg.): Fachlexikon Immobilienwirtschaft, 2000, S. 421.

<sup>497</sup> Vgl. Falk, B.: Das große Handbuch Immobilien-Marketing, 1997, S. 339.

<sup>498</sup> Falk, B.: Gewerbe-Immobilien, 1989, S. 132.

### Quellen:

Falk, B.: Das große Handbuch Immobilien-Marketing. Landsberg/Lech, 1997

Falk, B. (Hrsg.): Fachlexikon Immobilienwirtschaft. Köln, 2000

Falk, B.: Gewerbe-Immobilien. Landsberg/Lech, 1989

Perlmann, S.: Virtuelle Immobilienbörsen im gewerblichen Sektor, in: Materialien zur Regionalentwicklung und Raumordnung (MzR) Band 2. Kaiserslautern, 2002

### Weiterführende Literatur:

Fürst, F., Heine, M., Spars, G. (Hrsg.): Märkte ohne Perspektiven? – Herausforderung für den Immobilienstandort Berlin. Berlin, 2003

Georgi, A.: Immobilienmarkt-Research Analyse einer neuen Bankdienstleistung. Berlin, 2001

*Sascha Acker, Uwe Barsch*

## **6. Standorte und Angebotstypen**

### **6.1 Zentrum - Peripherie - ländlicher Raum**

Zentrum wird hier als Innenstadtlage definiert. Der Stadtrand und der Übergang in den ländlichen Raum hingegen werden im folgenden als Peripherie bezeichnet. Der ländliche Raum ist das vor allem durch Land- und Forstwirtschaft genutzte Gebiet. Jeder diese Räume hat eigene spezielle Standortvoraussetzungen. Im einzelnen aufgelistet lassen sich somit die folgenden Charakteristika feststellen.

#### **Zentrum:**

- Sehr gut ausgebaute engmaschige Infrastruktur mit sehr guten ÖPNV-Anbindungen.
- Hohe Bodenpreise.
- Vielfältige Restriktionen (Emissionen, etc.).
- In der Regel hohes Steueraufkommen für den Investor.
- Sehr hohes Besucherpotential, das sehr einfach aus der näheren Umgebung „rekrutiert“ werden kann.

#### **Peripherie:**

- Gute Infrastrukturausstattung bzw. kann relativ kostengünstig erstellt werden (z.B. Bundesstraßen, Autobahn), ÖPNV-Anbindungen müssten bei Nichtvorhandensein geschaffen werden.
- Geringere Bodenpreise gegenüber der Zentrumslage.
- Geringe Restriktionen.
- Oft geringeres Steueraufkommen da in den Umlandgemeinden häufig die Gewerbesteuerhebesätze niedriger sind als in den Städten.
- Hohes Besucherpotential, allerdings muss der Besucher mobil sein (vor allem im motorisierten Individualverkehr (MIV), da beispielweise die abendliche und nächtliche Andienung durch den ÖPNV meist nicht ausreichend erfolgt).

#### **Ländlicher Raum:**

- Geringe Infrastrukturausstattung, Erschließung mit hohen Kosten verbunden.
- Geringe Bodenpreise.
- Sehr hohe Restriktionen (vor allem Planerische, Gebiete werden nicht als Bauland ausgewiesen, Naturschutz etc.)
- Geringes Steueraufkommen.
- Geringes Besucherpotential aufgrund der zentrumsfernen Lage, Besucher ist fast vollständig auf den MIV angewiesen. Allerdings weisen Freizeitangebote in diesen Gebieten einen hohen Einzugsradius auf, so dass genügend Besucher generiert werden können.
- Meist sehr gute naturräumliche Ausstattung.

Aufgrund dieser Eigenschaften der unterschiedlichen Gebiete werden Freizeiteinrichtungen nur in bestimmten Bereichen realisiert. Anlagen mit sehr hohem Flächenverbrauch, einem in der Regel großen Einzugsbereich und der Voraussetzung einer intakten naturräumlichen Umgebung (vor allem für Erholungszwecke) werden im ländlichen Raum angesiedelt. Einrichtungen die eine hohe Besucherfrequenz benötigen, und auf günstige Bodenpreise angewiesen sind, werden in der Peripherie installiert. Der wesentliche Vorteil von peripheren Standorten ist, dass die hohe Veränderungsdynamik besonders der Freizeitgroßeinrichtungen leichter und vor allem kostengünstiger bewältigt werden kann als in Innenstadtlagen. Im Zentrum werden Freizeiteinrichtungen mit nicht so großem Flächenverbrauch (Ausnahmen bilden Brach- oder Industrieflächen im Zentrum die neu belebt werden sollen), einem sehr hohen Besucheraufkommen und einem kleineren Einzugsradius gebaut.

Tab. 26: Beispiele für die Verortung von Freizeitanlagen

Zentrum	Peripherie	Ländlicher Raum
Fitnessstudios		Naturparks
Gastronomie		Ferienlandschaften
Theater, Musical-Theater		
Urban Entertainment Center		
Stadien und Arenen		
Multiplex-Kinos		
Spaß- und Erlebnisbäder		
	Golfplätze	
	Freizeitparks	
Regionalparks		

Quelle: Eigene Darstellung

Problematisch bei Standorten in der Peripherie und im ländlichen Raum ist, dass sie in der Regel sozialselektiv sind, da bestimmte Bevölkerungsgruppen die nötigen Mobilitätskosten nicht aufbringen können.

Freizeitgroßeinrichtungen sind meist Pkw-orientiert und so mit einem maßgeblichen Teil an den Verkehrszuwächsen verantwortlich. Mit der räumlichen Verlagerung in periphere Gebiete und der Vergrößerung des Einzugsbereiches verändert sich der modal-split in Richtung des motorisierten Individualverkehrs (Vgl. Kap. 7.2 Verkehrliche Auswirkung). In diesem Fall kommen auf die Kommunen die entsprechenden Instandhaltungskosten zu. Falls eine Erschließung durch öffentliche Verkehrsmittel erfolgt, ist diese bei dezentralen Standorten relativ teuer.

Den Vorteilen für die Investoren

- Reduzierung der Standortkosten,
- Erweiterungsmöglichkeiten
- Verringerung von möglichen Emissionskonflikten,

stehen die Nachteile der Kunden

- Höhere Kosten im Bereich der Mobilität

und Kommunen

- Höhere Infrastrukturkosten,
- Entwertung der zentrenbezogenen Infrastruktur gegenüber.<sup>499</sup>

Quellen:

Hatzfeld, U., Roters, W., Zentrum – Peripherie: Was sollen wir wollen oder: Spielen auf Zeit?, in: Informationen zur Raumentwicklung, Heft 7/8.1998

## 6.2 Angebotstypen

In den folgenden Texten werden verschiedene Freizeitanlagen untersucht. Die Liste der hier aufgeführten Angebotstypen im Freizeitbereich besitzt in keinem Fall Anspruch auf Vollständigkeit und kann wesentlich erweitert werden (z.B. Schwimmhallen, Marinas, Freilichtbühnen, Stadien etc.).

Es wurde vor allem auf größere Freizeitanlagen eingegangen, da diese sicherlich das größte Konfliktpotential in der Umsetzung beinhalten. Die unterschiedlichen Freizeitanlagen werden kurz definiert und mit wesentlichen Daten wie beispielsweise Besucherzahlen, Flächenbedarf, Investitionsvolumina etc. gekennzeichnet. Weiterhin werden Vor- und Nachteile der Vorhaben für die Kommune untersucht, z.B. die notwendige Schaffung von Infrastruktur, die Bedeutung für das Umfeld und die wirtschaftlichen Auswirkungen.

### 6.2.1 Freizeitgroßeinrichtungen

Thematisch kann der Freizeitanlagenmarkt in folgende Einrichtungen unterteilt werden:

- Sportanlagen,
- Veranstaltungsstätten,
- Kulturspielstätten,
- Edukative Anlagen,
- Gastronomie,
- Entertainmenteinrichtungen,
- Glücksspieleinrichtungen
- Freizeitparks, Vergnügungsanlagen
- Beherbergen
- Wellness- und Gesundheitseinrichtungen<sup>500</sup>
- Sonstige Anlagen (z.B. Fernsehturm, Mainau)

---

<sup>499</sup> U. Hatzfeld, W. Roters, Zentrum – Peripherie: Was sollen wir wollen oder: Spielen auf Zeit?, in: Informationen zur Raumentwicklung, Heft 7/8.1998, S. 531.

<sup>500</sup> Vgl. Wenzel Consulting Aktiengesellschaft, Gespräch vom 08.06.2005, Hamburg.

Kriterien, die zur Typologisierung von Freizeitgroßeinrichtungen heran gezogen werden, sind: Flächeninanspruchnahme, Investitionsvolumen, Umsatzvolumen, Besucheraufkommen und Einzugsgebiet:

Großflächige Freizeiteinrichtungen weisen eine relative hohe Flächeninanspruchnahme auf. Es werden abhängig von der Anlagenkonzeption zwischen 0,5 ha und 100 ha, z.B. bei Freizeitparks, benötigt. Aus diesem Grund werden oft Flächen an dezentralen Standorten für die Ansiedlung bevorzugt, wodurch es immer wieder zu Konflikten mit den Genehmigungsbehörden kommt.

Das Investitionsvolumen ist beträchtlich, wobei es je nach Anlagentyp und qualitativer Ausstattung variiert. Neben dieser Erstinvestition sind in regelmäßigen Abständen Instandhaltungs- und Attraktivierungsinvestitionen zu tätigen, um gegenüber der Konkurrenz wettbewerbsfähig zu bleiben und um Wiederholungsbesucher generieren zu können. Freizeitparks sollten alle zwei Jahre neue Attraktionen anbieten, Freizeitbäder unterliegen diesem Innovationsdruck alle drei bis fünf Jahre.

Freizeitgroßanlagen bestehen meistens aus der Kombination mehrerer Freizeitangebote. Über eine hohe Angebotsvielfalt soll der Besucher länger auf der Anlage gehalten werden, wodurch eine hohe Kaufkraftbindung und ein hohes Umsatzvolumen erreicht wird.

Das Besucheraufkommen von Freizeitgroßanlagen liegt bei mindestens 200.000 Besucher pro Jahr, wobei mindestens 30 % weiter als 20 km entfernt wohnen.<sup>501</sup>

Prognosen über die Zukunft der Freizeitimmobilien gehen von einem Investitionsschwerpunkt auf standardisierten und daher multiplizierbaren Großeinrichtungen aus. Der ehemals mittelständisch organisierte Freizeitbereich erfährt einen starken Impuls zur Professionalisierung, verbunden mit einer deutlichen Erhöhung der spezifischen Kapitalintensität von Einzeleinrichtungen.<sup>502</sup> Großflächige Freizeiteinrichtungen kombinieren die Standortvorteile und positiven Effekte aus modernen Betriebs- und Marketingkonzepten mit den Kostenvorteilen, die aus der Einrichtungsgröße resultieren. Dadurch entsteht ein nicht unerheblicher Wettbewerbsvorteil gegenüber anderen, kleineren Freizeitanlagen.<sup>503</sup>

Von Seiten der Kommunen wird immer wieder behauptet, dass sie bezüglich der Freizeitinfrastruktur alles bieten müssen, was andere Städte ihrer Lage und Größe vorhalten, damit sie im Wettbewerb um Unternehmen und qualifizierte Arbeitskräfte bestehen können. Daneben wird von einigen Städten versucht, „Leuchtturm-Projekte“ zu schaffen, mit denen sie sich gegenüber ihren Konkurrenten abheben können. Eine Möglichkeit zur Erreichung dieses Ziels stellt aus Sicht der Städte die Realisierung von großflächigen Freizeiteinrichtungen dar, wodurch sie sich neben der besseren Wettbewerbsposition folgende weitere Vorteile versprechen:

- Stärkung der regionalen und lokalen Wirtschaftsstruktur durch den Ausbau zukunftsfähiger Branchen (Schaffung von Arbeitsplätzen wodurch die Kaufkraft gesteigert werden kann und Folgeinvestitionen entstehen)
- Steigerung des Umsatzpotentials in der Region aufgrund zusätzlicher Umsätze und Einkommen durch Multiplikatoreffekte

---

501 J.-G. Bach, Multifunktionale Großveranstaltungsstätten und ihre Bedeutung für die Stadtentwicklung und Immobilienwirtschaft – Ergebnisse und Erfahrungen aus der Entwicklung der neuen Generation von Arenen, Domes und Stadien in den Großstädten der USA und Deutschlands (Diplomarbeit), Dortmund 2000, S. 14 ff.

502 U. Hatzfeld, W. Roters, Zentrum – Peripherie: Was sollen wir wollen oder: Spielen auf Zeit?, in: Informationen zur Raumentwicklung, Heft 7/8.1998, S. 529.

503 J.-G. Bach, Multifunktionale Großveranstaltungsstätten und ihre Bedeutung für die Stadtentwicklung und Immobilienwirtschaft – Ergebnisse und Erfahrungen aus der Entwicklung der neuen Generation von Arenen, Domes und Stadien in den Großstädten der USA und Deutschlands (Diplomarbeit), Dortmund 2000, S. 15.

- Erhöhung des Steueraufkommens in der Region
- Stärkung des „weichen“ Standortfaktors „Freizeitwert“ könnte zur Schaffung eines Identifikationspunktes für die Einwohner mit ihrer Stadt führen
- Positive Beeinflussung des Stadtimages sowie die Steigerung im nationalen und internationalen Ansehen
- Impulswirkung für die Stadtentwicklung, Aufwertung bzw. Schaffung neuer Stadtteile durch Folgenutzungen und Brachflächenrecycling.<sup>504</sup>

Großflächige Freizeiteinrichtungen sind auch mit Nachteilen verbunden. Allerdings muss momentan die planungsrechtliche Beurteilung ohne speziellen Erfahrungsschatz auskommen, da es für die großflächigen Freizeiteinrichtungen im Regelfall keine anerkannten Beurteilungsrouitinen sowie Richt- und Erfahrungswerte gibt. Kommunale Freizeitpläne, aus denen Entwicklungsleitlinien für eine Stadt hervorgehen könnten und somit die Überprüfung eines Vorhabens an abgestimmten Zielvorstellungen ermöglichen würden, existieren im Regelfall nicht oder beziehen sich in ihrer primären Orientierung auf die Versorgung der örtlichen Bevölkerung. Großflächige Freizeiteinrichtungen mit ihren überörtlichen Einzugsgebieten und Auswirkungen werden damit von diesen Freizeitplänen nicht erfasst.<sup>505</sup>

Mögliche Nachteile die bei der Genehmigung von Freizeitgroßeinrichtungen in den Abwägungsprozess einbezogen werden:

- Standortanforderungen aus der Betreibersicht erfordern oft ausreichend große, kostengünstige Flächen, bei denen es zu keinen Konflikten mit Nachbarnutzungen kommt. Diese Kriterien, die auf eine weitgehende Externsalisierung von betrieblichen Kosten ausgerichtet sind, werden überwiegend an sogenannten städtebaulich nicht integrierten Standorten erfüllt. Damit kommt es neben den Suburbanisierungstendenzen der Bereiche Wohnen, Handel und Gewerbe auch im Bereich Freizeit zu Abwanderungen in die Randlage der Großstädte und Ballungsräume. Siedeln sich in unmittelbarer Nachbarschaft Folgenutzungen an, wie z.B. Einzelhandelsgeschäfte, kann es zu Funktionsverlusten der städtischen Zentren kommen. (vgl. Kap. 7.3 und 7.4)
- Durch den Maßstabssprung der großflächigen Freizeiteinrichtungen verlieren sie oft die Integrationsfähigkeit in den Stadtorganismus.
- Die Lebenszyklen bzw. die Reinvestitionszeiträume der Freizeitimmobilien werden immer kürzer. Die Gemeinde muss im Falle einer Genehmigung eines Vorhabens über das Investitionsrisiko informiert sein, da viele Freizeitimmobilien kaum über eine Zweitverwertbarkeit verfügen. Sie sind durch ihre äußere und innere Gestaltung fest an eine Nutzung gebunden, wodurch die Gefahr besteht, bei einem ausbleibenden wirtschaftlichen Erfolg eine nicht mehr nutzungsfähige Investitionsruine geschaffen zu haben, die im ungünstigsten Fall, falls der Investor insolvent ist, auf Kosten der Gemeinde abgerissen werden muss.

---

504 J.-G. Bach, Multifunktionale Großveranstaltungsstätten und ihre Bedeutung für die Stadtentwicklung und Immobilienwirtschaft – Ergebnisse und Erfahrungen aus der Entwicklung der neuen Generation von Arenen, Domes und Stadien in den Großstädten der USA und Deutschlands (Diplomarbeit), Dortmund 2000, S. 18.

505 J.-G. Bach, Multifunktionale Großveranstaltungsstätten und ihre Bedeutung für die Stadtentwicklung und Immobilienwirtschaft – Ergebnisse und Erfahrungen aus der Entwicklung der neuen Generation von Arenen, Domes und Stadien in den Großstädten der USA und Deutschlands (Diplomarbeit), Dortmund 2000, S. 18 ff.

- Die großflächigen Freizeiteinrichtungen weisen Einzugsgebiete auf, die weit über die Ansiedlungsgemeinde hinausgehen. Dadurch kommt es zu zusätzlichen Belastungen der örtlichen Verkehrsinfrastruktur und einhergehend zu Umweltbelastungen durch Lärm- und Abgasemissionen.
- Zu der Umweltbelastung, verursacht durch den zusätzlichen erzeugten Verkehr, treten Beeinträchtigungen für Boden, Wasser, Tier- und Pflanzenwelt durch den großen Anteil der zusammenhängend versiegelten Flächen, den hohen Energiebedarf und die hohen Abfallmengen auf.<sup>506</sup>

Bei der Beurteilung großflächiger Freizeiteinrichtungen wird von der Kommune aufgrund dieser möglichen negativen Auswirkungen darauf geachtet, dass sie sich bezüglich ihrer Dimensionierung, ihrer Standortorientierung und ihres Nutzungsprofils stadtverträglich in die gesamtstädtische Entwicklung einpassen. Von den Investoren werden jedoch aufgrund der extensiven Flächeninanspruchnahme Standorte mit hoher Flächenverfügbarkeit und günstigen Grundstückspreisen bevorzugt. Diese Kriterien werden aber eher bei Standorten auf der „grünen Wiese“, als bei innerstädtischen, städtebaulich integrierten Standorten erreicht.

Mögliche planungsrelevante Kriterien, die zur Beurteilung der Auswirkungen von großflächigen Freizeiteinrichtungen herangezogen werden können um den Beurteilungsprozess zu systematisieren, sind:

Tab. 27: Planungsrelevante Faktoren zur Beurteilung großflächiger Freizeiteinrichtungen

Betriebsbezogene Faktoren	Ortsbezogene Faktoren	Funktionsbezogene Faktoren
Angestrebte Größe	Siedlungsstruktur	Angebotsstruktur des lokalen/ regionalen Freizeitmarktes
Einrichtungskonzept/ Angebotsstruktur	Verkehr	Konkurrierende Angebote
Betriebs- und Finanzierungskonzept	Infrastrukturausstattung	Angebotsgröße und –struktur
Beschäftigte	Ökologische Eingriffe	Standorte
Einzugsbereich, Besucheraufkommen	Restriktionen	Auslastungsgrade
Flächeninanspruchnahme, Stellplätze		

Quelle: J.-G. Bach, Multifunktionale Großveranstaltungsstätten und ihre Bedeutung für die Stadtentwicklung und Immobilienwirtschaft – Ergebnisse und Erfahrungen aus der Entwicklung der neuen Generation von Arenen, Domes und Stadien in den Großstädten der USA und Deutschlands (Diplomarbeit), Dortmund 2000, S. 20.

## Quellen:

Bach, J.-G., Multifunktionale Großveranstaltungsstätten und ihre Bedeutung für die Stadtentwicklung und Immobilienwirtschaft – Ergebnisse und Erfahrungen aus der Entwicklung der neuen Generation von Arenen, Domes und Stadien in den Großstädten der USA und Deutschlands (Diplomarbeit), 2000

Hatzfeld, U., Roters, W., Zentrum – Peripherie: Was sollen wir wollen oder: Spielen auf Zeit?, in: Informationen zur Raumentwicklung, Heft 7/8.1998

Wenzel Consulting Aktiengesellschaft, Gespräch vom 08.06.2005, Hamburg

<sup>506</sup> J.-G. Bach, Multifunktionale Großveranstaltungsstätten und ihre Bedeutung für die Stadtentwicklung und Immobilienwirtschaft – Ergebnisse und Erfahrungen aus der Entwicklung der neuen Generation von Arenen, Domes und Stadien in den Großstädten der USA und Deutschlands (Diplomarbeit), Dortmund 2000, S. 19 ff.

### 6.2.2 Urban Entertainment Center (UEC)

Ein Urban Entertainment Center (UEC) ist eine Hybridform aus Freizeit, Unterhaltung, Gastronomie und Handel. Diese Form hat ihren Ursprung in den USA. Ein UEC ist eine ganzheitliche Konzeption eines Freizeit- und Erlebniszentrums, es kann sowohl Indoor- als auch Outdoor-Bereiche anbieten und verfügt in der Regel über ein zentrales Centermanagement. Die Flächen werden an verschiedene Betreiber vermietet, wodurch sich selbständige Angebotsbausteine ergeben, die zusammen den Charakter des UECs prägen. Der Schwerpunkt der Nutzungen sollte auf den klassischen Entertainment-Nutzungen wie **Multiplex-Kinos** (Kap. 6.2.3), **Musical-Theater** (Kap. 6.2.4), Liveentertainment etc. liegen. Durch diese sogenannte Ankermieter wird eine Grundbesucherfrequenz generiert, die – abhängig von der Angebotsgröße und –struktur – zwischen 500.000 und zwei Millionen Besucher pro Jahr liegt. Ergänzt werden diese Angebote durch **Gastronomie** (vgl. Kap. 5.5) und **Einzelhandel** (vgl. Kap. 5.4).<sup>507</sup>

Tab.28: Bausteine eines Urban Entertainment Centers

UEC				
Zusätzliche An- gebotsoptionen	Schlüsselkomponenten			Zusätzliche An- gebotsoptionen
<b>Hotel/ Über- nachtung</b>	<b>Entertainment &amp; Kultur</b>	<b>Food &amp; Beverages</b>	<b>Thematisierter Han- del &amp; Merchandising</b>	<b>Zusätzliche Att- raktionen</b>
Themenhotel	Multiplexkino	Erlebnis- und	Gimmicks	Games & Arcades
Feriedorf	Musical, Thea- ter	Themengastro- nomie	„Festival Retail“	Family Entertain- ment Center
Boutique Hotel	Disco	Fast Food	„Speciality Stores“	Fitness & Well- ness Center
Kongresshotel	Cinetropolis	„Food Courts“	„Concept Stores“	Dart, Snooker
Veranstaltungshotel	Variété/ Kaba- rett	Internet Café	„Memorabilia“	Museum
	Special Events/ Veranstaltungen		Freizeithandel	Kongresshaus
	Theater		Unterhaltungsbezogener Handel	Ausstellung
	IMAX-Kino		Interaktives Shopping	

Quelle: Eigene Darstellung nach Wenzel Consulting Aktiengesellschaft, Gespräch vom 08.06.2005, Hamburg.

Es existieren zwei Hauptarten von UEC, das "UEC-District" und der "UEC-Complex". Das „UEC-District“ ist ein revitalisiertes Stadtviertel (Kennzeichen: "traditionelle" Straße, großzügige Gehsteige sowie Wohn- und Geschäftshäuser mit einer Fußgängerzone) mit eigenständigen und unabhängigen Unter-

<sup>507</sup> V. Ackermann, C. Lantzerath-Flesch, Urban Entertainment Centers, in Arbeitspapiere zur Gewerbeplanung, Dortmund 1999, S. 5 ff.

nehmen. Der "UEC-Complex" ist ein gesamter, zentral "gemanagter" und nach außen geschlossener Komplex mit verschiedenen Mietern („Alles unter einem Dach“). Es existiert eine corporate-identity.<sup>508</sup>

Die sogenannten „MINDSCAPES“ können den UECs dazu verhelfen, ursprüngliche urbane Funktionen zu übernehmen, die bislang in den Innenstadtlagen größerer Städte verortet waren.

**Marken:** UECs gelingt es, ein emotional geladenes und unverwechselbares Profil zu signalisieren;

**Illusionen:** Schaffung temporärer Traumwelten für die Kunden

**Normung:** Signalisierung verlässlicher Qualitätsstandards;

**Dramaturgie:** stringente Inszenierung der Einzelangebote unter einem einheitlichen Rahmen- oder Dachthema

**Stories/ Themen:** Umsetzung der thematischen Inszenierung in attraktive Geschichten;

**Cocktails:** Gewährleistung der **Multioptionalität** (vgl. Kap. 4.7);

**Allianzen:** UECs sind ideale Partner für strategische Allianzen;

**Prominente:** Die Authentizität einer Inszenierung kann beispielsweise durch den engen Kontakt zu Stars der Medienlandschaft hergestellt werden (z. B.: Arnold Scharzenegger, der zur Eröffnung des Planet Hollywood nach Oberhausen kam);

**Emotionen:** Eine erfolgreiche Inszenierung weckt Gefühle beim Kunden, die für ihn ein als angenehm empfundenenes Konsumklima bewirken;

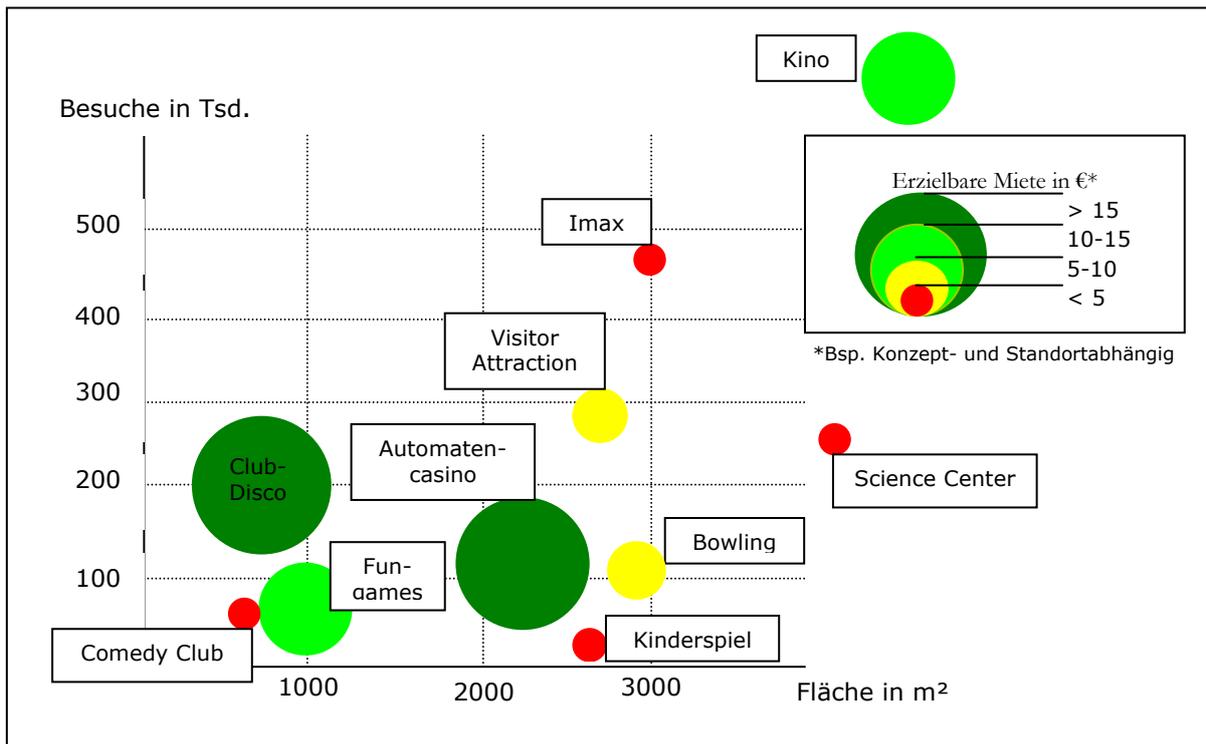
**Serien/ Filialen:** Erfolgreich eingeführte UEC-Konzepte werden kopiert (Filialisierung).<sup>509</sup>

---

508 Vgl. Herrn Heinemann von ECE, Gespräch vom 10.06.2005, Hamburg.

509 H.-D. Quack, Auf dem Weg zur hybriden Gesellschaft?, Hannover 2003, S. 43 ff.

Abb. 34: Wirtschaftlichkeit, Besucherfrequenz und benötigte Fläche von einigen möglichen Mieter eines UECs



Quelle: Wenzel Consulting Aktiengesellschaft, Gespräch vom 08.06.2005, Hamburg.

Abb. 34 zeigt die Wirtschaftlichkeit im Verhältnis zur Besucherfrequenz und der benötigten Fläche von einer ausgewählten Anzahl möglicher Mieter in einem UEC. Mieter die in der Grafik sich im oberen Bereich befinden sind als hervorragende Frequenzbringer für ein UEC anzusehen. Mieter die durch große Kreise gekennzeichnet sind, zeichnen sich durch Wirtschaftlichkeit aus.

Es gibt drei unterschiedliche Typen von UEC, einzelhandels-, abendunterhaltungs- und themenorientierte UECs.

Tab. 29: Typisierung von UECs

	<b>Einzelhandelsorientiertes UEC</b>	<b>Abendunterhaltungsorientiertes UEC</b>	<b>Themenorientiertes UEC</b>
Angebots-schwerpunkt	Einzelhandel (EZH)	Kultur und Unterhaltung	Spezifisches Oberthema an dem sich die Angebotskomponenten orientieren
Ankermieter	Shopping-Mall, Einkaufszentrum, -komplex und Fachmärkte	Multiplex-Kinos, Musical-Theater und teilweise auch Bowlingbahnen	Erlebniswelten (mit z. B. Ausstellungen, Events, Museum, interaktive Visualisierungstechnik): Luft- und Raumfahrt, Wasser, Automobil, Sport und Olympia

Weitere Mieter	Kino, Gastronomie, Fitness- und Wellnesscenter, Indoorkletterwand	Gastronomie, Spielcasino, Shops, Hotel, Diskothek, Bade- Saunabereich	Gastronomie, Shops, Hotel, Kino
Sonstiges	Kombination von EZH mit Freizeit- und Unterhaltungsmöglichkeiten dient vorwiegend der Erhöhung der Verweildauer im UEC und dem Imagegewinn  Synergieeffekte zwischen Einzelhandel und Freizeitangeboten sind kaum gegeben, da die Personen-gruppe die zum Einkaufen geht nicht dieselbe ist, die Freizeitangebote nutzt <sup>510</sup>	EZH dient im Wesentlichen als Tagesfrequenz-bringer (bringt betrieblich wirtschaftlich jedoch eine höhere Raumleistung) aufgrund ihrer erlebnis- und unterhaltungsorientierter Angebotskonzeption als klassische UEC's bezeichnet	Thema muss am Standort glaubwürdig sein, mit möglichst örtlichem Bezug zum Thema  Ständige Neuinvestitionen notwendig, um die Attraktionen zu erneuern und damit eine hohe Wiederholungsbesucherrate zu generieren

Quelle: Eigene Darstellung nach V. Ackermann, C. Lantzerath-Flesch, Urban Entertainment Centers, in Arbeitspapiere zur Gewerbeplanung, Dortmund 1999, S. 9 ff.

Aufgrund der Größe der Einzugsgebiete werden sich UECs nur in Groß- bzw. teils auch in Mittelstädten etablieren. Drei Hauptstandortorientierungen gibt es für UECs:

- Integration in bestehende Shopping-Center (geringe Bodenpreise, Parkmöglichkeiten können mitgenutzt werden, in der Regel gute Verkehrserschließung des motorisierten Individualverkehrs).
- Verkehrsgünstig erschlossene periphere Standorte im Stadtgebiet in Verbindung mit touristischen Fokussierungspunkten z. B. Messe, Flughafen, Kongreßzentrum.
- Freiwerdende innenstadtnahe Industrie-, Gewerbe- oder Bahnflächen; besonders ehemalige Bahnhofflächen zeichnen sich durch deren zentrale Lage und guten ÖPNV-Anbindungen aus. Die Städte unterstützen häufig die Nutzung dieser Flächen als UEC (im Sinne der Aufwertung und Belebung).

UECs sind nicht grundsätzlich „urban“ im Sinne einer Innenstadtorientierung. Aufgrund ihrer Flächenintensität sind sie selten in Innenstadtlagen realisierbar (zu hohe Grundstücks- und Mietpreise, zu wenig Erweiterungsflächen, das induzierte Verkehrsaufkommen kann oft nicht absorbiert werden).

Ein UEC ist ein privater Raum und nicht jedem grundsätzlich zugänglich, es werden bestimmte soziale Gruppen ausgegrenzt. Das UEC simuliert **Öffentlichkeit** in einem streng geregelten privaten Raum. Der Konsument fühlt sich in dieser Welt "sicher". Doch dieses Sicherheitsgefühl wird durch eine vollständige Kontrolle über alle erkaufte (Hausrecht, Videoüberwachung etc.).<sup>511</sup>

<sup>510</sup> V. Ackermann, C. Lantzerath-Flesch, Urban Entertainment Centers, in Arbeitspapiere zur Gewerbeplanung, Dortmund 1999, S. 9 ff.

<sup>511</sup> F. Roost, Die Disneyfizierung der Städte, Opladen 2000, S. 19 ff.

### Risiken von UECs

- Freizeitnutzungen weisen oft nur geringe Synergien zum Handel auf.
- Die Verkaufsflächenproduktivität von Freizeitangeboten ist gegenüber dem Einzelhandel wesentlich geringer.
- UECs können durch ihre Multifunktionalität eine starke Konkurrenz zu den Innenstädten als Einzelhandels- sowie Freizeitstandort darstellen.

### Chancen von UECs

- Freizeitangebote führen zur Verlängerung der Aufenthaltszeiten,
- sie erhöhen die Besuchsakzeptanz,
- können schwierige Flächen (ab 2. OG) beleben,
- ist ein Marketinginstrument.<sup>512</sup>

Letztendlich bestimmen die Professionalität und der Mix der einzelnen Betreiber den Erfolg von UECs wesentlich. Allerdings zeigt sich an Wochenenden im Bereich der Abendunterhaltung ein Trend in die Innenstadt oder die klassischen Vergnügungsviertel.<sup>513</sup>

### Quellen:

Ackermann, V., Lantzerath-Flesch, C., Urban Entertainment Centers, in Arbeitspapiere zur Gewerbeplanung, Dortmund 1999

Herrn Heinemann von ECE, Gespräch vom 10.06.2005, Hamburg

Quack, H.-D., Auf dem Weg zur hybriden Gesellschaft?, in: „Freizeitorientierte Raumplanung in der Praxis“ Beiträge aus Hessen, Rheinland-Pfalz und dem Saarland, Hrsg.: Becker Ch., Verlag der Akademie für Raumforschung und Landesplanung Hannover 2003

Roost, F., Die Disneyfizierung der Städte, Hrsg.: Häußermann u.a., Leske+Budrich, Opladen 2000

Wenzel Consulting Aktiengesellschaft, Gespräch vom 08.06.2005, Hamburg

### 6.2.3 Multiplex-Kino

Multiplex-Kino (lat. für Vielfach-Kino) bezeichnet ein größeres Kino mit mehreren Sälen, in denen teilweise derselbe Film zur selben Zeit läuft, um so ein größeres Publikum gleichzeitig zu bedienen. Das erste Multiplex-Kino entstand 1979 mit 18 Sälen in Toronto. 1985 wurde erstmals in Europa 70 km vor London ein solches Kino durch United Cinema International (UCI) verwirklicht.<sup>514</sup>

<sup>512</sup> Vgl. Wenzel Consulting Aktiengesellschaft, Gespräch vom 08.06.2005, Hamburg.

<sup>513</sup> J. Franck, Trends des innerstädtischen Freizeitmarktes, Hrsg.: Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft im Deutschen Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e.V. Berlin 2004, S. 138.

<sup>514</sup> www.wikipedia.org, Zugriff 26.07.05.

UCI eröffnete auch das erste Multiplex-Kino in Deutschland im Oktober 1990 in Hürth bei Köln. Mittlerweile gibt es rund 150 Multiplexe in Deutschland (Stand Ende 2004)<sup>515</sup>. Von den herkömmlichen Kinos unterscheiden sich Multiplexe vor allem durch eine moderne Aufführungstechnik, aber auch durch die größere Bedeutung ergänzender Angebote im Gastronomie- und Merchandisingbereich. Die Multiplex-Kinos verfügen in der Regel über zehn bis 20 Kinosäle und erreichen dabei Sitzplatzzahlen zwischen 2.000 und 5.500, dabei werden pro Einrichtung Besucherzahlen bis zu zwei Millionen jährlich erreicht.<sup>516</sup>

Die relativ geringen Einzugsbereiche für Multiplex-Kinos liegen bis 30 km. Der überwiegende Teil der Urban Entertainment Center (UEC) hat als Ankermieter ein Multiplex-Kino. Dies hat den Vorteil, dass Stellplatzflächen für Pkws in ausreichendem Maße zur Verfügung stehen, da die Nutzungsspitzen des UEC nicht im Abendbereich liegen.

Tab. 30: Wesentliche Zahlen im Kinomarkt

Jahr	Anzahl der Kinos	Säle	Davon Multiplex-säle	Multi-plexeröff-nungen	Kinobesuche in Mio.	Davon Multiplex-besuche	Kinoum-satz in Mio. €	Davon Multiplex-umsatz
1995	1.999	3.901	185	5	124,5	k.A.	605,1	k.A.
1996	2.003	4.070	304	13	132,9	k.A.	672,0	k.A.
1997	1.978	4.284	510	22	143,1	22,5 %	750,9	25,5 %
1998	1.934	4.435	726	24	148,9	30,3 %	818,2	33,6 %
1999	1.880	4.651	956	27	149,0	34,4 %	808,1	38,5 %
2000	1.865	4.783	1.162	23	152,5	40,4 %	824,5	44,2 %
2001	1.815	4.792	1.250	11	177,9	43,0 %	987,2	45,9 %
2002	1.844	4.868	1.257	1	163,9	43,0 %	960,1	46,3 %
2003	1.831	4.868	1.300	4	149,0	44,1 %	850,0	46,6 %
2004	1.845	2	4.870	k.A.	156,7	45,3 %	892,9	47,7 %

Quelle: Eigene Darstellung nach Wenzel Consulting Aktiengesellschaft, Gespräch vom 08.06.2005, Hamburg.

Außerdem vorteilhaft für die Abendgestaltung der Kinobesucher ist die breite Angebotspalette der UECs (z.B. verschiedene Gastronomieangebote, teilweise Diskotheken und andere Entertainmenteinrichtungen).

Aus der Tabelle kann entnommen werden, dass die starke Nachfrage Ende der 1990er Jahre nach Multiplexen durch den Bauboom der Branche befriedigt wurde. Es kann davon ausgegangen werden, dass der Multiplex-Markt und auch der allgemeine Kinomarkt gesättigt ist und es in Zukunft nur zu einzelnen Neubautätigkeiten in diesem Bereich kommen wird. Der Rückgang bzw. die Stagnation der Besucherzahlen in den letzten Jahren kann einerseits mit den neuen Möglichkeiten des Heimkinos (DVD, Dolbysurround, Beamer, Plasmabildschirm, etc.) die immer preisgünstiger werden, andererseits aber auch mit der allgemeinen schlechten Wirtschaftslage (bzw. mit beiden Faktoren) zusammenhängen.

515 V. Ackermann, C. Lantzerath-Flesch, Urban Entertainment Centers, in Arbeitspapiere zur Gewerbeplanung, Dortmund 1999, S. 5, sowie Tab. Wesentliche Zahlen im Kinomarkt.

516 U. Hatzfeld, W. Roters, Zentrum – Peripherie: Was sollen wir wollen oder: Spielen auf Zeit?, in: Informationen zur Raumentwicklung, Heft 7/8.1998, S. 529.

Für Multiplex-Kinos liegt der Investitionsrahmen zwischen ca. 12 und 28 Mio. €. <sup>517</sup> Bekannte Multiplex-Kino-Ketten in Deutschland sind beispielsweise der deutsche Marktführer CineStar sowie CinemaxX, Cineplex oder Kinopolis.

Die zurzeit größten Multiplex-Kinos in Deutschland:

- CinemaxX Essen mit 5.370 Plätzen in 16 Sälen
- CinemaxX Potsdamer Platz in Berlin mit 3544 Plätzen in 19 Sälen
- Cinecittà Nürnberg mit 4984 Plätzen in 21 Kinosälen <sup>518</sup>

Problematisch bei Multiplex-Kinos ist:

- der relativ große Flächenbedarf bei gleichzeitig niedrigem Mietniveau, so betrug die durchschnittliche Mietpreis im Jahr 1999 20,50 € je m<sup>2</sup>/Monat momentan werden in der Regel nicht mehr als 10 € je m<sup>2</sup>/Monat erreicht. <sup>519</sup>
- Das erhöhte Verkehrsaufkommen kann in Innenstadtlagen zu Konflikten mit Umfeldnutzungen führen, da der Anteil des motorisierten Individualverkehrs (MIV) bei Citylage zwischen 50 und 80 % liegt. Bei Standorten am Stadtrand ist der prozentuale Anteil des MIV allerdings noch höher, ca. 90 %. <sup>520</sup>
- Kritisch sind auch die mangelnden Möglichkeiten zur Zweitnutzung, falls das Konzept misslingt, da die großen Kinosäle mit den abfallenden Fußböden selten eine Nachnutzung ermöglichen und oft nur der Abriss übrig bleibt.

Als positive Einflüsse im Bereich der Stadtentwicklung sind vor allem das Multiplex-Kino als:

- Impulsgeber für eine Standortaufwertung,
- belebendes Element für die Entwicklung von Brachflächen (z.B. ehemalige Hafensareale, Industriegeländen, Militärstandorten, etc.)
- Impulsgeber zur Schaffung von Arbeitsplätzen (oft allerdings geringfügig Beschäftigte),
- positiver Wirtschaftsfaktor und
- Erhöhung des Freizeitwertes zu sehen. <sup>521</sup>

---

<sup>517</sup> J.-G. Bach, Multifunktionale Großveranstaltungsstätten und ihre Bedeutung für die Stadtentwicklung und Immobilienwirtschaft – Ergebnisse und Erfahrungen aus der Entwicklung der neuen Generation von Arenen, Domes und Stadien in den Großstädten der USA und Deutschlands (Diplomarbeit), Dortmund 2000, S. 14.

<sup>518</sup> www.wikipedia.org, Zugriff 26.07.05.

<sup>519</sup> Vgl. Wenzel Consulting Aktiengesellschaft, Gespräch vom 08.06.2005, Hamburg.

<sup>520</sup> Vgl. Wenzel Consulting Aktiengesellschaft, Gespräch vom 08.06.2005, Hamburg.

<sup>521</sup> Vgl. Wenzel Consulting Aktiengesellschaft, Gespräch vom 08.06.2005, Hamburg.

## Quellen:

Ackermann, V., Lantzerath-Flesch, C., Urban Entertainment Centers, in Arbeitspapiere zur Gewerbeplanung, 1999

Bach, J.-G., Multifunktionale Großveranstaltungsstätten und ihre Bedeutung für die Stadtentwicklung und Immobilienwirtschaft – Ergebnisse und Erfahrungen aus der Entwicklung der neuen Generation von Arenen, Domes und Stadien in den Großstädten der USA und Deutschlands (Diplomarbeit), 2000

Hatzfeld, U., Roters, W., Zentrum – Peripherie: Was sollen wir wollen oder: Spielen auf Zeit?, in: Informationen zur Raumentwicklung, Heft 7/8.1998

Wenzel Consulting Aktiengesellschaft, Gespräch vom 08.06.2005, Hamburg

[www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)

### 6.2.4 Theater, Musical-Theater

Ein Musical-Theater ist eine Theater- bzw. Konzerthalle, die für eine bestimmte Musicalproduktion gebaut wird. Dadurch und durch die bundesweite Attraktivität grenzt sich ein kommerzielles Musical-Theater von kommunalen Theatern ab. Theater sind in der Regel in kommunaler Hand, Musical-Theater dagegen privat. Kommunale Theater erwirtschaften keinen Gewinn und müssen demnach von der Kommune unterstützt werden. Aufgrund der schlechten wirtschaftlichen Lage der Kommunen, sind sie zu Einsparmaßnahmen gezwungen. Deshalb sind in der vergangenen Zeit viele Theater, Schauspiel- und Opernhäuser geschlossen worden, bzw. wurden verschiedene Einrichtungen zusammengelegt, auch über Ortsgrenzen hinaus.

Das Musicalgeschäft gilt als insgesamt risikoreich, zumal sich die Grenzen der Nachfrage abzeichnen. Neben publikumwirksamen Musical-Stücken ist ein professionelles Management und Marketing durch die Betreiber für den wirtschaftlichen Erfolg unabdingbar. Faktoren die mit dem Misserfolg zusammenhängen, liegen im Thema, im eng umgrenzten Zielgruppenzuschnitt, im Marketing oder auch im Standort begründet.<sup>522</sup>

Das Investitionsvolumen für den Bau eines Musical-Theater liegt zwischen ca.25 bis 30 Mio. €. Die Immobilien verfügen in der Regel über eine Kapazität zwischen 1.000 bis 2.000 Sitzplätzen, mit denen eine jährliche Besucherzahl von bis zu 750.000 erreicht werden kann.<sup>523</sup>

Musical-Theater können auch als Ankermieter in einem **Urban Entertainment Center** (UEC) installiert werden. Dies hat den Vorteil, dass Stellplatzflächen für Pkws in ausreichendem Maße zur Verfügung stehen, da die Nutzungsspitzen des UEC nicht im Abendbereich liegen (wenn die Musical-Vorstellungen beginnen). Außerdem haben UECs in denen Musical-Produktionen untergebracht sind häufig Beherbergungsstätten (Hotels), verschiedene Gastronomieangebote und andere Entertainmenteinrichtungen in ihrer Angebotspalette.

---

<sup>522</sup> V. Ackermann, C. Lantzerath-Flesch, Urban Entertainment Centers, in Arbeitspapiere zur Gewerbeplanung, Dortmund 1999, S. 7.

<sup>523</sup> U. Hatzfeld, W. Roters, Zentrum – Peripherie: Was sollen wir wollen oder: Spielen auf Zeit?, in: Informationen zur Raumentwicklung, Heft 7/8.1998, S. 529.

Problematisch bei Theatern und Musical-Theatern sind folgende Punkte:

- Kommunale und auch die meisten privaten Theater erhalten Subventionen (Belastung des kommunalen Haushaltes),
- ein erhöhtes Verkehrsaufkommen,
- ein hoher Flächenverbrauch (z.B. auch Parkplätze) bei geringen Gewinnen
- die mangelnden Möglichkeiten zur Zweitnutzung, falls das Konzept misslingt, da die große Theaterbühne und die Ränge mit den abfallenden Fußböden selten eine Nachnutzung ermöglichen und oft nur der Abriss als letztes Mittel bleibt.

Als positive Einflüsse im Bereich der Stadtentwicklung sind Theater bzw. Musical-Theater als:

- Wesentlicher Kulturbeitrag (u.a. geistige Bildung) innerhalb einer Gemeinde,
- Impulsgeber für eine Standortaufwertung,
- belebendes Element für die Entwicklung von Brachflächen (z.B. ehemalige Hafenable, wie in Hamburg „Der König der Löwen“),
- Synergieelement für Beherbergung und Gastronomie,
- touristischer Impulsgeber
- Imageeffekt,
- Initiator zur Schaffung von Arbeitsplätzen,
- positiver Wirtschaftsfaktor und
- Erhöhung des Freizeitwertes zu sehen.<sup>524</sup>

Quellen:

Ackermann, V., Lantzerath-Flesch, C., Urban Entertainment Centers, in Arbeitspapiere zur Gewerbeplanung, 1999

Hatzfeld, U., Roters, W., Zentrum – Peripherie: Was sollen wir wollen oder: Spielen auf Zeit?, in: Informationen zur Raumentwicklung, Heft 7/8.1998

Wenzel Consulting Aktiengesellschaft, Gespräch vom 08.06.2005, Hamburg

---

<sup>524</sup> Vgl. Wenzel Consulting Aktiengesellschaft, Gespräch vom 08.06.2005, Hamburg.

### 6.2.5 Multifunktionale Großveranstaltungshallen (Arena)

Multifunktionale Großveranstaltungshallen sind in der Regel mit einem universellen Spielfeld für unterschiedliche sportliche Veranstaltungen, einer Bühne und Möglichkeiten einer flexiblen Bestuhlung ausgestattet. Sie zeichnen sich gegenüber herkömmlichen kommunalen Stadthallen dadurch aus, dass sie meist privat bewirtschaftet werden und deshalb wesentlich flexibler verwaltet werden können.

Bei einer Arena liegt der Flächenbedarf für die eigentliche Anlage zwischen durchschnittliche 0,5 ha und 1,5 ha, wohingegen Nebenflächen wie Parkplätze bis zu 15 ha beanspruchen können.<sup>525</sup> Z.B. muss die Color Line Arena in Hamburg 3.000 öffentliche Parkplätze nachweisen.<sup>526</sup>

Das Investitionsvolumen von modernen Arenen beträgt meist zwischen 30 und 90 Mio. €, z.B. betragen die Investitionskosten der Color Line Arena in Hamburg 83 Mio. € (Neueröffnung Nov. 2002), wobei das Grundstück und die Infrastruktur von der Stadt Hamburg gestellt wurden.<sup>527</sup>

Bei Arenen werden z.B. neben der reinen Veranstaltungshalle Zusatznutzungen wie Restaurants, Fitnessstudios, Hotels oder Einzelhandeleinrichtungen geschaffen. Diese sogenannte „**Mantelbebauung**“ dient zur Quersubventionierung da alleine durch den Veranstaltungsbetrieb in der Regel keine Deckung der Betriebskosten erreicht wird.<sup>528</sup>

Bei Arenen können je nach Standort und Kapazität jährliche Zuschauerzahlen zwischen 0,5 und 1,2 Mio. erreicht werden. Die Besucher kommen vorwiegend aus einem Kerneinzugsgebiet von 60 km, wobei bei Mega-Events auch Anfahrten aus größeren Entfernungen in Kauf genommen werden.<sup>529</sup>

Bei der Realisierung von Arenen kann der Rückzug der Kommunen mit dem gleichzeitigen Besetzen des Marktsegmentes Veranstaltungsstätte durch privatwirtschaftliche Unternehmen beobachtet werden. Die bestehenden öffentlichen Objekte entsprechen häufig nicht mehr den heutigen Anforderungen sowohl der Zuschauer als auch der Veranstaltungen selber. So sind beispielsweise die meisten Veranstaltungshallen neben der nicht mehr ausreichenden Technik zu klein, um die neuen, internationalen Großveranstaltungen, sogenannte Mega-Events oder Top-Events, durchführen zu können. Durch private Freizeit- und Bauunternehmen werden neue Konzepte für Arenen aus den USA in den europäischen Markt eingeführt, die den bisherigen defizitären Betrieb der Veranstaltungsstätten vermeiden und eine Rendite auf das eingesetzte Kapital erwirtschaften sollen. Die Kommunen versprechen sich von den überwiegend privat finanzierten Projekten, von der Pflicht zur Vorhaltung einer eigenen, entsprechenden Infrastruktur entbunden zu werden und neben einer Kosteneinsparung darüber hinaus vielfältige Effekte für das Stadtimage und die lokale Wirtschaft erzielen zu können.<sup>530</sup>

---

525 J.-G. Bach, Multifunktionale Großveranstaltungsstätten und ihre Bedeutung für die Stadtentwicklung und Immobilienwirtschaft – Ergebnisse und Erfahrungen aus der Entwicklung der neuen Generation von Arenen, Domes und Stadien in den Großstädten der USA und Deutschlands (Diplomarbeit), Dortmund 2000, S. 14.

526 U. Fromhold, von der D+J Arena GmbH, Gespräch vom 09.06.2005, Hamburg.

527 Wenzel Consulting Aktiengesellschaft, Gespräch vom 08.06.2005, Hamburg.

528 Wenzel Consulting Aktiengesellschaft, Gespräch vom 08.06.2005, Hamburg.

529 J.-G. Bach, Multifunktionale Großveranstaltungsstätten und ihre Bedeutung für die Stadtentwicklung und Immobilienwirtschaft – Ergebnisse und Erfahrungen aus der Entwicklung der neuen Generation von Arenen, Domes und Stadien in den Großstädten der USA und Deutschlands (Diplomarbeit), Dortmund 2000, S. 15.

530 J.-G. Bach, Multifunktionale Großveranstaltungsstätten und ihre Bedeutung für die Stadtentwicklung und Immobilienwirtschaft – Ergebnisse und Erfahrungen aus der Entwicklung der neuen Generation von Arenen, Domes und Stadien in den Großstädten der USA und Deutschlands (Diplomarbeit), Dortmund 2000, S. 15.

Bei Arenen stellt sich das Problem, dass ausgeprägte Verkehrsspitzen an Veranstaltungstagen erreicht werden, die eine Anpassung der Verkehrsinfrastruktur erfordern und folglich hohe Kosten bzw. Investitionen auf Seiten der Kommune hervorrufen, die nötige Verkehrsinfrastruktur ist nur in den Spitzenzeiten aus-, im Normalfall jedoch unausgelastet.<sup>531</sup>

Es werden hohe Anforderungen an einen Standort gestellt. Besonders die Unterbringung der notwendigen Parkplätze, die verkehrliche Erschließung und die planungsrechtliche Festsetzung sind bei der Auswahl des Standortes entscheidend. Wichtige Standortfaktoren sind:

- Eine überregionale, leistungsfähige Verkehrsanbindung
- Geringe Konkurrenzsituation zu anderen Veranstaltungsstätten
- Hohes Einwohnerpotential im 60 km-Radius
- Gute Anbindung an den ÖPNV
- Hohe Flächenverfügbarkeit
- Planungsrechtliche Festsetzung als Sonder- oder Kerngebiet.

Die Standorte konzentrieren sich auf Flächen in Ballungsräumen oder Großstädten, da hier das benötigte Bevölkerungspotential im Kerneinzugsgebiet vorhanden ist.<sup>532</sup> (Vgl. Kap. 6.1 Zentrum – Peripherie – ländlicher Raum)

Bei Arenen besteht die Möglichkeit kleinere Veranstaltungen durchzuführen, in dem z.B. die Halle durch das Spannen von Tüchern und Vorhängen optisch verkleinert wird. Allerdings bieten sie aufgrund ihrer kleineren Aktionsfläche nur Platz für solche Ligasportarten wie Handball, Basketball oder Eishockey, die nicht so hohe Zuschauerzahlen aufweisen wie Fußballspiele.<sup>533</sup>

In Deutschland gibt es zwölf Arenen mit einer Kapazität von 7.000 bis ca. 22.000 Zuschauern, diese stehen in Teilssegmenten des Veranstaltungsmarktes in direkter Konkurrenz zu den bestehenden kommunalen Veranstaltungshallen.<sup>534</sup> Da diese oft aus Imagegründen bestimmte Großveranstaltungen in ihre Stadt locken wollen, werden sehr geringe Tagesmieten in Kauf genommen, die die privat betriebenen und finanzierten Arenen nicht anbieten können. In Extremfällen werden die kommunalen Hallen kostenfrei oder sogar mit Veranstaltungszuschüssen von Seiten der Kommunen zur Verfügung gestellt. Die Vorteile der Arenen liegen in dem Komfort für die Zuschauer und in der Flexibilität durch die technischen Einrichtungen, die sie einem Veranstalter anbieten können. In der Regel setzt sich das Veranstaltungsprogramm nicht ausschließlich aus Sport- und Unterhaltungsveranstaltungen zusammen, sondern es werden auch Fachmessen und Versammlungen durchgeführt.<sup>535</sup>

531 J.-G. Bach, Multifunktionale Großveranstaltungsstätten und ihre Bedeutung für die Stadtentwicklung und Immobilienwirtschaft – Ergebnisse und Erfahrungen aus der Entwicklung der neuen Generation von Arenen, Domes und Stadien in den Großstädten der USA und Deutschlands (Diplomarbeit), Dortmund 2000, S. 20.

532 J.-G. Bach, Multifunktionale Großveranstaltungsstätten und ihre Bedeutung für die Stadtentwicklung und Immobilienwirtschaft – Ergebnisse und Erfahrungen aus der Entwicklung der neuen Generation von Arenen, Domes und Stadien in den Großstädten der USA und Deutschlands (Diplomarbeit), Dortmund 2000, S. 69.

533 J.-G. Bach, Multifunktionale Großveranstaltungsstätten und ihre Bedeutung für die Stadtentwicklung und Immobilienwirtschaft – Ergebnisse und Erfahrungen aus der Entwicklung der neuen Generation von Arenen, Domes und Stadien in den Großstädten der USA und Deutschlands (Diplomarbeit), Dortmund 2000, S. 30.

534 Vgl. Wenzel Consulting Aktiengesellschaft, Gespräch vom 08.06.2005, Hamburg.

535 J.-G. Bach, Multifunktionale Großveranstaltungsstätten und ihre Bedeutung für die Stadtentwicklung und Immobilienwirtschaft – Ergebnisse und Erfahrungen aus der Entwicklung der neuen Generation von Arenen, Domes und Stadien in den Großstädten der USA und Deutschlands (Diplomarbeit), Dortmund 2000, S. 39.

Bei Arenen werden zwischen 100 bis 130 reine Veranstaltungstage angestrebt. Wenn die Auf- und Abbautage hinzugezählt werden (bei jeweils gleicher Anzahl), ergeben sich cirka 300 Tage, an denen die Arena belegt ist. Damit ist die Kapazität einer Arena fast voll ausgelastet, da ein Großteil der verbleibenden 65 Tage in die veranstaltungsfreien Sommermonate fällt, die für notwendige Reparaturen genutzt werden. Die Arenen besitzen grundsätzlich die Möglichkeit, die hohe Anzahl an Veranstaltungstagen zu erreichen, da in ihnen neben Ligasport (vor allem Basketball, Eishockey und Handball), sowie unterhaltungs- und kulturbezogenen Veranstaltungen auch Messen, Modeschauen und Ausstellungen durchgeführt werden können. Durch die Sportveranstaltungen wird die Grundaustattung einer Arena gewährleistet. Ohne Ligasport, der regelmäßig die Spielstätte nutzt, ist ein wirtschaftlicher Betrieb nicht zu erreichen. Außerdem ist die Vermietung von Logen und Business-Seats ohne ein attraktives Ligasportteam mit Schwierigkeiten verbunden.<sup>536</sup>

Wichtige Einnahmequellen einer Veranstaltungshalle für einen wirtschaftlichen Betrieb sind:

- Mieteinnahmen durch die Vermietung an einen Veranstalter
- Catering
- Werbung
- Merchandising
- Namensrechte
- Logen und Business-Seats
- Weitere Einnahmemöglichkeiten (Vorverkaufsgebühren, Parkplatzvermietung oder Fernsehrechte)

Logen<sup>537</sup> und Business-Seats<sup>538</sup> stellen eine Ergänzung zu den normalen Sitzplätzen dar und richten sich vorwiegend an zahlungskräftige Besucher oder lokale Unternehmer. Da sie meistens über einen längeren Zeitraum angemietet werden, kann mit einer relativ stabilen Einnahme über mehrere Jahre kalkuliert werden. Damit sind sie ein Sicherheitsfaktor für die eher instabilen Zuschauerentwicklung (abgesehen von den Jahreskarten).

Namensrechte werden mit langfristigen Verträgen (bis ca. 30 Jahren) an Firmen verkauft, neben der Namensgebung werden oft weitere Leistungen wie die Nutzung der Zentralloge, Werbepaket usw. angeboten. Die Namensgebung bietet die Möglichkeit, bereits für die Baukosten Deckungsbeiträge zu erzielen.

Eine ausreichende Versorgung der Zuschauer mit Speisen und Getränken ist einerseits eine weitere Erhöhung des Komforts sowie andererseits ein Mittel, um Besucher lange an die Anlage zu binden und so ein hohes Umsatzvolumen zu erzielen. Neben einer ausreichenden Anzahl von Verkaufsständen, an denen vorwiegend Fast Food verkauft wird, werden verschiedene Restaurants und ein Service am Platz des Besuchers (vor allem bei Logen und Business-Seats) vorgesehen.

---

<sup>536</sup> J.-G. Bach, Multifunktionale Großveranstaltungsstätten und ihre Bedeutung für die Stadtentwicklung und Immobilienwirtschaft – Ergebnisse und Erfahrungen aus der Entwicklung der neuen Generation von Arenen, Domes und Stadien in den Großstädten der USA und Deutschlands (Diplomarbeit), Dortmund 2000, S. 43 ff.

<sup>537</sup> Anmerkung des Verfassers, Logen = durch eine aufschiebbar Glaswand abgetrennte Bereiche in der Tribüne für acht bis 40 Personen mit komfortablen Sesseln, Bad/ WC, Konferenztisch, Service etc. mit bester Sicht auf die Aktionsfläche.

<sup>538</sup> Anmerkung des Verfassers, Business-Seats = komfortable Zuschauersessel in einem abgetrennten Tribünensegment.

Über Werbung an der Außenseite einer Arena, Bandenwerbung im Innenraum und Werbespots auf den Anzeigetafeln bieten sich Unternehmen vielfältige Möglichkeiten für ihre Produkte zu werben. Im Bereich des Verkaufs von Fan-Artikeln übernimmt der Betreiber lediglich die Einzelhandelsfunktion, der überwiegende Teil der Erträge verbleibt aber bei den Lizenzträgern (z.B. Sportvereinen, Künstlern etc.).

Bei den meisten Veranstaltungshallen wird die einfachste Form der Erlöserzielung gewählt, indem sie als „leere Halle“ zu einer Pauschalmiete oder gegen einen Anteil der erwarteten Umsätze vermietet wird. Zusatzeinbauten oder die Bereitstellung von Personal durch Hallenbetreiber müssen in solchen Fällen gesondert gezahlt werden. Bei Pauschalbeträgen werden Tagesmieten für den eigentlichen Veranstaltungstag von ca. 15.000 bis 45.000 € verlangt und für benötigte Auf- und Abbautage 20 bis 30 % dieser Beträge berechnet. Werden Umsatzanteile als Mietzahlung vereinbart, liegen diese zwischen 12,5 und 22,5 % der Bruttokartenumsätze. Beide Möglichkeiten haben den Vorteil, dass der Hallenbetreiber kein eigenes Veranstaltungsmanagement schaffen muss, folglich keine direkten Veranstaltungskosten bei ihm entstehen und er nicht das Veranstaltungsrisiko trägt. Allerdings gibt es auch die Möglichkeit, dass Veranstaltungen in eigener Regie durchgeführt werden. Hier entsteht einerseits die Chance, höhere Gewinne zu erzielen, andererseits liegt damit aber auch das Kostenrisiko beim Betreiber.

Der Anteil durch Vermietung von den gesamten Einnahmequellen beträgt zwischen 16 und 35 %, somit ist die Vermietung eine wesentliche Ertragsquelle. Allerdings sind die Einnahmen durch Mieten mit vielen Unsicherheiten verbunden. Größte Unsicherheitsfaktoren sind:

- absehbare Anzahl an Veranstaltungen,
- die bei der Durchführung von Veranstaltungen in Eigenregie erzielbaren Gewinnen und
- die sportliche Entwicklung des Sportteams (z.B. Abstieg eines Vereins in einer Liga und den damit geringeren Erlösen aus den Ticketverkäufen) die nicht

Deshalb ist die Vermietung eine schwer einschätzbare Einnahmequelle. Es existieren weitere Möglichkeiten, Erträge zu sichern, diese weisen jedoch nicht so hohe Anteile an den Deckungsbeträgen auf. Dies sind Einnahmen aus Vorverkaufsgeldern, Parkplatzvermietung oder Fernsehrechten.<sup>539</sup>

Problematisch bei Arenen ist:

- Das teilweise hohe Verkehrsaufkommen,
- der hohe Flächenverbrauch und
- dass die multifunktionalen Großveranstaltungsstätten, durch ihre innere und äußere Gestaltung meist eng an eine bestimmte Nutzung gebunden sind und über eine sehr geringe Zweitverwertbarkeit verfügen. Dadurch ergibt sich ein nicht zu unterschätzendes Investitionsrisiko, das im Falle einer Beteiligung der Kommune an einem Vorhaben auch die öffentliche Hand betrifft.
- Problematisch kann auch die Konkurrenz der kommunalen und privaten Hallenbetreiber sowohl innerhalb, als auch Gemeinde übergreifend sein. In Berlin beispielsweise, spielt das Basketballteam von Berlin (Alba) in der kommunalen Max-Schmeling-Halle, die geplante Anschutzhalle sicherte sich jedoch im Realisierungsfall den Wechsel des Basketballteams von der Max-Schmeling-Halle zur Anschutzhalle. Dies birgt für die kommunale Halle enorme wirtschaftliche Gefahren.

Als positive Einflüsse im Bereich der Stadtentwicklung sind die Arena als:

---

<sup>539</sup> J.-G. Bach, Multifunktionale Großveranstaltungsstätten und ihre Bedeutung für die Stadtentwicklung und Immobilienwirtschaft – Ergebnisse und Erfahrungen aus der Entwicklung der neuen Generation von Arenen, Domes und Stadien in den Großstädten der USA und Deutschlands (Diplomarbeit), Dortmund 2000, S. 48 ff.

- Touristischer Impulsgeber,
- Imageeffekte,
- die Schaffung von Arbeitsplätzen,
- positiver Wirtschaftsfaktor und
- Erhöhung des Freizeitwertes zu sehen.<sup>540</sup>

#### Quellen:

Bach, J.-G., Multifunktionale Großveranstaltungsstätten und ihre Bedeutung für die Stadtentwicklung und Immobilienwirtschaft – Ergebnisse und Erfahrungen aus der Entwicklung der neuen Generation von Arenen, Domes und Stadien in den Großstädten der USA und Deutschlands (Diplomarbeit), Dortmund 2000

Fromhold, U. von der D+J Arena GmbH, Gespräch vom 09.06.2005, Hamburg.

Wenzel Consulting Aktiengesellschaft, Gespräch vom 08.06.2005, Hamburg

### 6.2.6 Kommerzielle Freizeitparks

Ein Freizeitpark ist entweder ein dauerhaft angelegter **Vergnügungspark**, der auf einem größeren Gelände mehrere Attraktionen – Fahrgeschäfte, Shows, Ausstellungen, Museen – vereinigt oder eine Parkanlage mit erweiterten Möglichkeiten zur Freizeitgestaltung. In den meisten Parks wird für das Betreten des Geländes ein Eintritt erhoben, in der Regel können danach die meisten Attraktionen ohne weiteres Entgelt benutzt werden. Anders funktioniert es beim so genannten Tivoliprinzip (Benannt nach einem der ältesten Freizeitparks der Welt, dem Tivoli in Kopenhagen). Hier ist der Eintritt ähnlich wie bei einem Volksfest kostenlos und es muss für die Benutzung der Attraktionen jeweils separat gezahlt werden. Ein Freizeitpark ist meist so angelegt, dass er ein Ausflugsziel für einen Tagesausflug bietet. Größere Parks bieten zunehmend auch Übernachtungsmöglichkeiten für mehrtägige Aufenthalte (Beispiel Europa-Park) oder bieten Zusatzangebote wie ein angegliedertes Spaßbad (Beispiel Durinell Niederlande) an. Wenn ein Park in einem besonderen Stil durchgängig gestaltet ist, spricht man von einem **Themenpark**. Oft sind Themenparks auch in mehrere Themenbereiche aufgeteilt. Ein Beispiel für einen großen Themenpark sind die Walt Disney Worlds zu nennen, die mittlerweile rund um den Erdball zu finden sind.<sup>541</sup> Als Unterart zu den Themenparks kann man die so genannten **Brand-Parks** nennen. Dies sind Parks, die der Vermarktung eigener Produkte dienen wie zum Beispiel Legoland, Ravensburger Spieleland und Autostadt Wolfsburg.<sup>542</sup>

---

<sup>540</sup> Vgl. Wenzel Consulting Aktiengesellschaft, Gespräch vom 08.06.2005, Hamburg.

<sup>541</sup> <http://de.wikipedia.org/wiki/Freizeitpark>, Zugriff 24.06.05

<sup>542</sup> Bayerische Akademie Ländlicher Raum e.V. in Zusammenarbeit mit der bayrischen Architektenkammer, Neues Bauen auf dem Lande, Tätungsbericht der Bayerischen Akademie Ländlicher Raum e.V. 7.-8. April 1999, Heft Nr. 26, München, 2001, S. 11

Generell lässt sich sagen, dass es sich bei neueren Freizeitparks um fest umzäunte Gelände handelt, die meist außerhalb der Städte und Ortschaften liegen. Demnach sind eine gute Verkehrsanbindung und große Parkplätze eine Voraussetzung für einen erfolgreichen privatwirtschaftlichen Betrieb.<sup>543</sup>

Kommerzielle Freizeitparks und Themenparks neuer Prägung bieten vorgefertigte Erlebniswelten und funktionalisierte Räume an. Im Gegensatz zu den multifunktionalen Angeboten öffentlicher Parks, welche auch kreativ bzw. eigenmotiviert benutzt werden können, ist man bei Freizeitparks in seinem eigenen Handlungsrahmen auf die vorhandenen Angebote fixiert. Im Freizeitpark ist man zwar auch aktiv, man fährt hin, nutzt alle Einrichtungen, lässt sich treiben, man muss sich allerdings um nichts kümmern, da einem die individuelle Entscheidung abgenommen wird. Im Gegensatz dazu entflieht man mit einem Besuch eines Freizeitparks den Alltagssituationen der Stadt, da Sauberkeit und Ordnung als oberstes Gebot hochgehalten werden. Somit wird bei den Besuchern versucht den Eindruck einer Traumwelt zu vermitteln.<sup>544</sup>

Freizeitparks sind im Gegensatz zu kommunalen Parks nicht auf den Ganzjahresbetrieb eingestellt. Wegen der geringeren Besucherzahl in den Wintermonaten bleiben viele der kommerziellen Freizeitparks aus Rentabilitätsgründen geschlossen. In der Regel sind sie auf seltene und gezielte Besuche ausgerichtet. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer liegt bei fünf bis sechs Stunden, bei Großparks sogar zwischen sieben und acht Stunden. Die enormen wirtschaftlichen Erfolge und die hohen Besucherzahlen der Freizeitparks zeigen offensichtlich, dass dieser Parktyp einem erkennbaren Trend nach Erlebnisorientierung, nach Sicherheit und Konzentration der Attraktionen entspricht.<sup>545</sup>

Der Einzugsbereich eines Freizeitparks liegt meist bei bis zu eineinhalb bis zwei Stunden Fahrzeit, wobei die zunehmende Mobilität in der Bevölkerung es ermöglicht weitere Entfernungen zu den Freizeitparks zurückzulegen um sie zu erreichen. Die Hälfte der Besucher legt 150 km und mehr zurück, bei attraktiven Großparks kommt es dabei auch zu einer Überschneidung der Einzugsbereiche. Die Standortwahl der Investoren hängt dabei unter anderem von folgenden Faktoren ab:

- Hohes Bevölkerungs- und damit Nachfragepotential im Einzugsbereich
- Große zusammenhängende Flächen mit Flächenreserven
- Niedrige Bodenpreise
- Leistungsfähige Verkehrsanbindung, möglichst mit Autobahnanschluss
- Ausreichend Raum für Parkplätze
- Ausreichende und schnelle Verfügbarkeit von Saison- und Teilzeitkräften.<sup>546</sup>

Waren es früher Familienbetriebe, die ein Freizeitprojekt erbauten, so investieren heute Großunternehmer und zum Teil auch international agierende Anbieter. Das erklärt den hohen Investitionsaufwand. Die Kosten für die Errichtung eines neuen Freizeitparks liegen im dreistelligen Millionenbereich. So kosteten der

---

543 Bayerische Akademie Ländlicher Raum e.V. in Zusammenarbeit mit der bayrischen Architektenkammer, Neues Bauen auf dem Lande, Tagungsbericht der Bayerischen Akademie Ländlicher Raum e.V. 7.-8. April 1999, Heft Nr. 26, München, 2001, S. 10

544 Bayerische Akademie Ländlicher Raum e.V. in Zusammenarbeit mit der bayrischen Architektenkammer, Neues Bauen auf dem Lande, Tagungsbericht der Bayerischen Akademie Ländlicher Raum e.V. 7.-8. April 1999, Heft Nr. 26, München, 2001, S. 14

545 Bayerische Akademie Ländlicher Raum e.V. in Zusammenarbeit mit der bayrischen Architektenkammer, Neues Bauen auf dem Lande, Tagungsbericht der Bayerischen Akademie Ländlicher Raum e.V. 7.-8. April 1999, Heft Nr. 26, München, 2001, S. 16

546 Bayerische Akademie Ländlicher Raum e.V. in Zusammenarbeit mit der bayrischen Architektenkammer, Neues Bauen auf dem Lande, Tagungsbericht der Bayerischen Akademie Ländlicher Raum e.V. 7.-8. April 1999, Heft Nr. 26, München, 2001, S. 19

Europapark Rust ca. 180 Millionen € und der Heidepark Soltau ca. 270 Millionen €. <sup>547</sup> Mittlerweile gibt es in Deutschland über 50 Freizeit- und Erlebnisparks, die mit mehr als 100.000 Besuchern im Jahr einen überregionalen Einzugsbereich aufweisen. Diese Parks hatten im Jahr 1996 22,2 Millionen Besucher.

12 % der Bevölkerung besuchen einen Freizeitpark einmal im Jahr, 8 % unternehmen zwei oder mehr Ausflüge pro Jahr in Freizeitparks. Die größten Parks in Deutschland sind dabei der Europapark Rust mit 2,7 Millionen und Warner Brothers Movie World mit 2 Millionen Besuchern. Diese Zahlen wirken dennoch im internationalen Kontext eher bescheiden, wenn man betrachtet, dass Disneyland Paris 12,6 Millionen Besucher im Jahr anzieht.

Die deutschen Freizeitparks setzen im Jahr rund 370 Millionen € um, davon resultieren rund 180 Millionen € aus den Eintrittsgeldern. <sup>548</sup> In dieser Situation ist es nur mit Hilfe von neuen und innovativen Veränderungen der vorhandenen Einrichtungen möglich, einen konstanten Besucherstrom in die Freizeitparks zu lenken. Um auf diesem Markt zu überleben muss man „das Neueste bieten“, damit man von der Konkurrenz nicht den Rang abgelaufen bekommt.

Die demographische Entwicklung darf dabei keineswegs außer Acht gelassen werden. Die Veränderung wird trotz Zuwanderungen vor allem von zwei Tendenzen geprägt sein:

- Einem Rückgang der Altersgruppe der jungen Menschen (zwischen 15 und 24 Jahren) und
- Einem Zuwachs der jüngeren Erwachsenen im Alter zwischen 25 und 39 Jahren bzw. der „Jung-Rentner“ zwischen 55 und 59 Jahren.

Damit nimmt eine der bisher wichtigen Nachfragegruppen für Freizeitparks absolut betrachtet ab, eine andere nimmt unter Status-Quo-Bedingungen zu. <sup>549</sup> (vgl. Kap. 4.5 Demographischer Wandel)

Betrachtet man bis heute über die Zeit gesehen das Freizeitverhalten der Bevölkerung, so lässt sich erkennen, dass mit zunehmendem Wohlstand für breite Bevölkerungskreise, sich das Anspruchsniveau des Freizeitkonsumenten nach oben verschoben hat. Diese wird sich auch beim Besuch von Freizeitparks niederschlagen und Einfluss auf die Anforderungen an die Gestaltung und Ausstattung der Parks finden. <sup>550</sup>

Um also auf dem Markt mit Freizeitgroßeinrichtungen konkurrenzfähig zu bleiben muss der Park ständigen Veränderungen unterliegen und sich den Anforderungen der Bevölkerung anpassen. Dabei streben vor allem die Betreiber größerer Anlagen eine Vergrößerung oder eine Verbesserung der Parks hinsichtlich Angebot und Attraktionen bzw. Qualität und Gestaltung an. Als vereinfachte Grundregel gilt: „Alle zwei Jahre eine neue Attraktion“. Zunehmend werden auch Übernachtungsmöglichkeiten im Umfeld der Freizeitparks geschaffen oder erschlossen (z. B. durch Verträge mit örtlichen Hotel- und Beherbergungsbetrieben). Des Weiteren sind Kurzurlaubsangebote in Verbindung mit organisierten Bahn- oder Busreisen eine gute Möglichkeit einen konstant großen Einzugsbereich für seinen Park zu behalten. Generell werden die Betreiber der Freizeitparkanlagen versuchen die traditionellen Saisonzeiten zu durchbrechen. Ziel ist die Etablierung einer Nach- oder Zwischensaison. Voraussetzung für den Erfolg einer solchen

---

<sup>547</sup> Bayerische Akademie Ländlicher Raum e.V. in Zusammenarbeit mit der bayrischen Architektenkammer, Neues Bauen auf dem Lande, Tagungsbericht der Bayerischen Akademie Ländlicher Raum e.V. 7.-8. April 1999, Heft Nr. 26, München, 2001, S. 18

<sup>548</sup> Bayerische Akademie Ländlicher Raum e.V. in Zusammenarbeit mit der bayrischen Architektenkammer, Neues Bauen auf dem Lande, Tagungsbericht der Bayerischen Akademie Ländlicher Raum e.V. 7.-8. April 1999, Heft Nr. 26, München, 2001, S. 19

<sup>549</sup> Bernd Mielke u.a., Großflächige Freizeiteinrichtungen im Freiraum, Dortmund, 1993, S. 103

<sup>550</sup> Bernd Mielke u.a., Großflächige Freizeiteinrichtungen im Freiraum, Dortmund, 1993, S. 104

Strategie ist eine stärkere Unabhängigkeit von Witterungseinflüssen, also die Schaffung von indoor-Kapazitäten.<sup>551</sup>

Freizeitparks haben immer eine immense raumordnerische und landesplanerische Bedeutung. In ihrer Isoliertheit sind diese Einrichtungen ein Raum, der sich weder in sozialer noch in geografischer Hinsicht integrieren lässt.<sup>552</sup>

Für die Kommune entstehen mit dem Vorhandensein von großen Freizeitparks sowohl Vor- als auch Nachteile. Die nicht unerheblichen Steuern, die ein Freizeitunternehmen zahlen muss fließen in die meist leeren öffentlichen Kassen und außerdem strahlt die Kommune mit solch einer Großfreizeiteinrichtung über die Gemeindegrenzen nach außen hin meist positiv aus. Gleichzeitig nehmen mit solch einem Projekt auch die Infrastrukturkosten der Kommune zu, da die Erschließung häufig auf Seiten der öffentlichen Hand liegt.

#### Quellen:

Bayrische Akademie Ländlicher Raum e.V. in Zusammenarbeit mit der bayrischen Architektenkammer, Neues Bauen auf dem Lande, Tagungsbericht der Bayrischen Akademie Ländlicher Raum e.V. 7.-8. April 1999, Heft Nr. 26, München 2001

Mielke, Bernd u.a., Großflächige Freizeiteinrichtungen im Freiraum, Dortmund 1993

<http://de.wikipedia.org/wiki/Freizeitpark>, Zugriff 24.06.05

### 6.2.7 Kommunale Parks

Kommunale Parks sind meist in Form von Gärten und Parkanlagen zu finden. Oftmals sind diese Gärten ehemalige Anlagen, die einmal zu Schlössern und anderen monumentalen Bauwerken gehörten und mit der Zeit und der abebbenden fürstlichen Nutzung solcher Anlagen, der Öffentlichkeit freigegeben worden sind. Als Beispiel hierfür lassen sich der englische Garten in München oder der Schlossgarten des Schlosses Charlottenburg nennen.<sup>553</sup>

Abb. 35: Schlossgarten Charlottenburg



Quelle: <http://www.spsg.de/index.php?id=134>, Zugriff am 22.08.2005.

<sup>551</sup> Bernd Mielke u.a., Großflächige Freizeiteinrichtungen im Freiraum, Dortmund, 1993, S. 105

<sup>552</sup> Bayrische Akademie Ländlicher Raum e.V. in Zusammenarbeit mit der bayrischen Architektenkammer, Neues Bauen auf dem Lande, Tagungsbericht der Bayrischen Akademie Ländlicher Raum e.V. 7.-8. April 1999, Heft Nr. 26, München, 2001, S. 19

<sup>553</sup> Bayrische Akademie Ländlicher Raum e.V. in Zusammenarbeit mit der bayrischen Architektenkammer, Neues Bauen auf dem Lande, Tagungsbericht der Bayrischen Akademie Ländlicher Raum e.V. 7.-8. April 1999, Heft Nr. 26, München 2001, S. 13.

Die ersten öffentlichen Gärten sollten moralisch erzieherische Funktionen erfüllen und eine Annäherung an die Städte bewirken. Die Parks wurden zu einer Flaniermeile für den bürgerlichen Wohlstand. Um 1900 kam es zu einer neuen Orientierung. Im Gegensatz zu den industriellen Innenstadtbzirken sollte für die unterprivilegierten Gruppen ein kompensatorischer Freiraum geschaffen werden. Mit der Zeit entstand ein neuer Parktyp: der so genannte **Volkspark**.

Diese, meist Innerstädtisch gelegenen Grünanlagen sollen ein umfangreiches Programm für sportliche und kulturelle Betätigung, für ein breites Spektrum von Freizeit- und Erholungsaktivitäten bieten. Dazu gehören einfache Spielwiesen und Blumengärten genauso dazu, wie auch spezielle kleine Freilichtbühnen oder Sportplätze.<sup>554</sup>

Abb. 36: Volkspark Jungfernheide



Quelle:[http://www.stadtentwicklung.berlin.de/umwelt/stadtgruen/gruenanlagen/de/gruenanlagen\\_plaetze/volkspark\\_jungfernheide/index.shtml](http://www.stadtentwicklung.berlin.de/umwelt/stadtgruen/gruenanlagen/de/gruenanlagen_plaetze/volkspark_jungfernheide/index.shtml), Zugriff am 22.08.05.

Auch in der heutigen Zeit nehmen die kommunalen Parks und dabei hauptsächlich die Volksparks, eine sehr wichtige Rolle in der Freizeitgestaltung eines Stadtbewohners ein und steigern den **Freizeitwert** einer Stadt. Sie dienen häufig zur Erholung, zu sportlichen Aktivitäten oder sonstigen Tätigkeiten außerhalb der Arbeitszeit.

Das besondere, was diese Gärten und Parks, vor allem die Volksparks auszeichnet, ist die kommunale Trägerschaft in Herstellung und Unterhalt. Die Parks sind offen und öffentlich für jedermann und zu fast jeder Tageszeit zugänglich; sie gehören somit zur städtischen Infrastruktur. Sie bilden unverzichtbare Mosaiksteine in einer Stadt. Volksparks liegen meist im direkten Einzugsbereich der Bewohner, da sie oft auch im Zusammenhang mit den umliegenden Siedlungen konzipiert wurden.<sup>555</sup>

Öffentliche Grünanlagen lassen sich hauptsächlich nach ihrer Größe in verschiedene Kategorien einteilen. Einerseits gibt es die großen Parkanlagen, die zum Teil nachts geschlossen werden (Beispiel Britzer Garten (ehemaliges BUGA-Gelände) oder Schlossgarten Charlottenburg), andererseits gibt es im Stadtgebiet verteilt viele kleine Parks zur Wohnumfeldverbesserung, welche ganzjährig geöffnet bzw. nicht umzäunt sind. Zwischen diesen beiden Extremen liegen beispielsweise die oben beschriebenen Volksparks und andere öffentliche Grünanlagen wie Sportanlagen und Kleingärten.

554 Bayrische Akademie Ländlicher Raum e.V. in Zusammenarbeit mit der bayrischen Architektenkammer, Neues Bauen auf dem Lande, Tagungsbericht der Bayrischen Akademie Ländlicher Raum e.V. 7.-8. April 1999, Heft Nr. 26, München 2001, S. 13.

555 Bayrische Akademie Ländlicher Raum e.V. in Zusammenarbeit mit der bayrischen Architektenkammer, Neues Bauen auf dem Lande, Tagungsbericht der Bayrischen Akademie Ländlicher Raum e.V. 7.-8. April 1999, Heft Nr. 26, München 2001, S. 13

Abb. 37: Öffentliche Grünflächen im Stadtgebiet Berlin

	ha	% der Stadtfläche
Grün- und Erholungsanlagen 1)	6.395	7,2%
Kleingärten 2)	3.310	3,7%
Friedhöfe 3)	1.202	1,3%
Sportanlagen, Freibäder	885	1,0%
Grünflächen auf Straßenland	1.154	1,3%
<b>Summe Öffentliche Grünflächen</b>	<b>12.947</b>	<b>14,5%</b>
Wald	15.964	17,9%
Wasser	5.920	6,6%
Landwirtschaft	4.406	4,9%
Siedlungs- und Verkehrsflächen	49.938	56,0%
<b>Gesamtfläche Berlin</b>	<b>89.174</b>	<b>100%</b>
1) einschließlich Spielplätze und Sondergrünanlagen		
2) einschließlich Rahmengrün		
3) landeseigene und konfessionelle		

Quelle: Senatsverwaltung für Stadtentwicklung I C; Statistisches Landesamt Berlin (Stand 31.12.2003).

Betrachtet man die Zielgruppen der unterschiedlichen kommunalen Parks, so muss man bedenken, dass potentiell alle Einwohner eines Einzugsgebiets einzelner öffentlicher Grünanlagen zu den Nutzern gehören können. Die tatsächliche Nutzung der Grünanlagen ist jedoch von einer Reihe unterschiedlicher Faktoren wie Alter, Einkommen, Mobilität, Berufstätigkeit und Geschlecht abhängig.

Im Folgenden wird auf eine Umfrage zur Nutzung der öffentlichen Grünanlagen, die im Auftrag des Berliner Senats durchgeführt wurde, Bezug genommen. Genutzt werden öffentliche Grünanlagen in der Wohnumgebung beispielsweise von 83% der Befragten, wobei männliche und weibliche Befragte Personen etwa in gleichem Ausmaß mit „gelegentlich“ oder „öfter“ antworteten. Auffällig an der Befragung ist der überdurchschnittliche Anteil an über 65jährigen (87%). Betrachtet man die Nationalität der Befragten, so lässt sich erkennen, dass die Befragten nicht deutscher Herkunft mit 92% deutlich häufiger öffentliche Grünflächen aufsuchen als Deutsche. In Hinblick auf die berufliche Stellung finden sich die höchsten Anteile der Nutzer unter den Beamten (88%) und Selbständigen (86%). Arbeitslose nutzen mit 80% wohnortnahe Grünanlagen in geringerem Maße als andere Bevölkerungsgruppen.

Kommunale Parks werden von den unterschiedlichen Gruppen meist nachmittags aufgesucht (43%). Dabei spielt es weniger eine Rolle in welcher Jahreszeit man sich befindet, da die überwiegende Mehrheit (70%) die Grünanlagen das ganze Jahr über nutzt. Dies kann als deutlicher Hinweis auf die Bedeutung dieser Flächen für große Teile der Bevölkerung sein.

Abb. 38: Aufteilung nach Jahreszeiten

Jahreszeit, in der wohnungsnaher Grünanlagen vorwiegend genutzt werden	Nutzerinnen und Nutzer absolut	Prozent
Frühling	68	5,4
Sommer	217	17,2
Herbst	72	5,7
Winter	24	1,9
Das ganze Jahr über	882	69,8
<b>Gesamt</b>	<b>1.263</b>	<b>100</b>

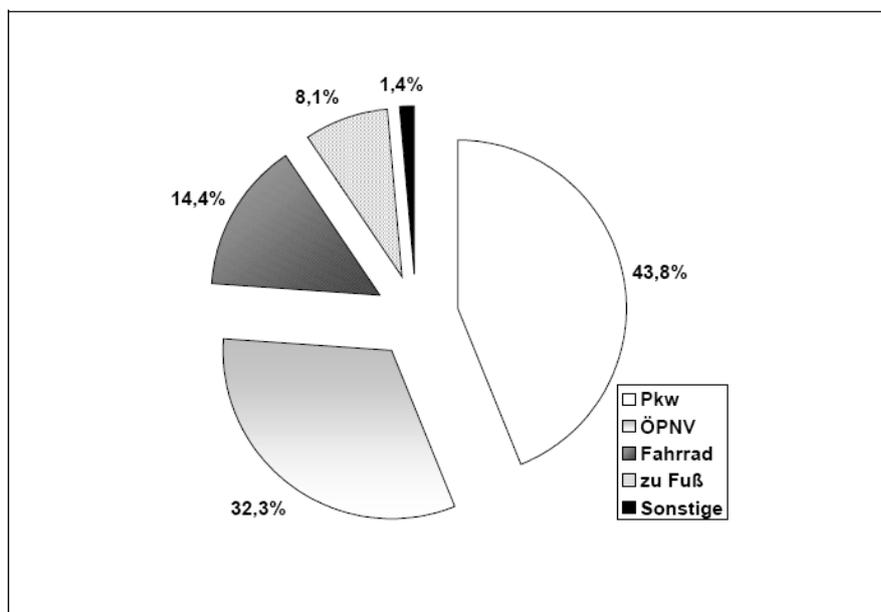
Quelle: Bürgerumfrage: „Qualität und Nutzung öffentlicher Grünanlagen in Berlin“, Berlin, 2000.

Je schneller eine Grünfläche zu Fuß zu erreichen ist, um so eher besteht auch der Anreiz und die Möglichkeit, sie aufzusuchen. Wird dabei eine Schwelle von 15 Gehminuten überschritten, nimmt die Nutzungshäufigkeit deutlich ab. Die schnelle Erreichbarkeit und eine barrierefreie Zugänglichkeit von Grünanlagen in der Umgebung der Wohnung sind insbesondere für immobilere Bevölkerungsgruppen wie Kinder oder ältere Menschen von großer Bedeutung.

62% der befragten Personen, die zu den Nutzern öffentlicher Parks und Grünanlagen gehören, geben an, dass sie auch in außerhalb ihres Wohnquartiers gelegene Anlagen gehen. Dabei gehören die großen, innerstädtischen Waldgebiete zu den am häufigsten genannten Orten.

Im Gegensatz zu den wohnungsnahen Grünanlagen, welche hauptsächlich zu Fuß erreicht werden, wird beim Besuch von Grünanlagen außerhalb der Wohnumgebung überwiegend der PKW genutzt.<sup>556</sup>

Abb. 39: Verkehrsmittel beim Besuch von Grünanlagen außerhalb der Wohnumgebung



Quelle: Bürgerumfrage: „Qualität und Nutzung öffentlicher Grünanlagen in Berlin“, Berlin, 2000.

<sup>556</sup> Bürgerumfrage: „Qualität und Nutzung öffentlicher Grünanlagen in Berlin“, Berlin, 2000.

Zurzeit werden die öffentlichen Parks bei den zuständigen Ämtern meist nur als Last empfunden, da sie keine Einnahmen erwirtschaften können, sondern nur Geld für die Instandhaltung verschlingen. Die Kommune bietet jedoch mit dem weiteren Betreiben solcher Parks seinen Bürgern eine gute Möglichkeit sich zu erholen und dort seinen persönlichen Freizeitaktivitäten nachzugehen.

Wie es in Zukunft den kommunalen Parks ergehen wird ist zurzeit nur insofern abzusehen, dass wenn sie keinen Veränderungen unterzogen werden, sie immer weiter Defizite verursachen und somit immer unattraktiver für die Gemeinden sind. Es ist zu überlegen, wie man Publikumsmagnete in die Parks integrieren kann ohne dass der Charakter einer öffentlich zugänglichen Anlage Schaden davonträgt. Dabei ist es wichtig, dass sich die Gemeinden nicht verschließen, sondern offen für moderne Nutzungen den Investoren bzw. Organisationen gegenüberstehen.

In der Zukunft muss jeder kommunale Park für sich selbst versuchen, die jeweiligen standortspezifischen Gegebenheiten zu nutzen und somit Besucher weiterhin an sich zu binden. Als Vorreiter, bzw. als Beispiel ist hier der Volkspark Potsdam zu nennen, welcher sich auf zeitgenössische Kunst und Landschafts- und Gartenarchitektur konzentriert. Als Park des 21. Jahrhunderts wird aber auch der Bürger- und Kulturpark „Aqua Magica“ in Bad Oeynhausen und Löhne bezeichnet. Dabei wird in diesem Park auf ein abwechslungsreiches kulturelles Veranstaltungsprogramm gesetzt, das sich immer in Bezug zum Oberthema „magisches Wasser“ bringen lässt.

Da auch Friedhöfe eine Art von öffentlichen Freiflächen darstellen und im Zuge der demografischen Entwicklung in Deutschland immer weniger genutzt werden, bzw. die Bestattungsmethoden heutzutage Platz sparender sind als früher, ist zu überlegen, wie mit den neuen Freiflächen umgegangen werden kann.<sup>557</sup>

## Quellen:

Bayrische Akademie Ländlicher Raum e.V. in Zusammenarbeit mit der bayrischen Architektenkammer, Neues Bauen auf dem Lande, Tagungsbericht der Bayrischen Akademie Ländlicher Raum e.V. 7.-8. April 1999, Heft Nr. 26, München, April 2001

Bürgerumfrage: „Qualität und Nutzung öffentlicher Grünanlagen in Berlin“, Berlin 2000

<http://www.stadtentwicklung.berlin.de/umwelt/stadtgruen/gruenanlagen/de>, Zugriff am 22.08.2005

[http://www.stadtentwicklung.berlin.de/umwelt/stadtgruen/gruenanlagen/de/gruenanlagen\\_plaetze/volkspark\\_jungfernheide/index.shtml](http://www.stadtentwicklung.berlin.de/umwelt/stadtgruen/gruenanlagen/de/gruenanlagen_plaetze/volkspark_jungfernheide/index.shtml), Zugriff am 22.08.05

<http://www.spsg.de/index.php?id=134>, Zugriff am 22.08.2005.

Bürgerumfrage: „Qualität und Nutzung öffentlicher Grünanlagen in Berlin“, Berlin 2000

<http://www.aquamagica.de/019e1e91c80d9142b/index.html>, Zugriff am 23.08.2005

[http://www.potsdams-neue-gaerten.de/vp/vp\\_kunst.htm](http://www.potsdams-neue-gaerten.de/vp/vp_kunst.htm), Zugriff am 23.08.2005

---

<sup>557</sup> Gespräch mit Herr Baumgarten, 07.06.2005.

### 6.2.8 Naturparks

Naturparks sind großräumige, meist gemeindeübergreifende Schutzgebiete, die sich wegen ihrer landschaftlichen Voraussetzungen besonders für die Erholung eignen. Überwiegend bestehen Naturparks aus Landschafts- und Naturschutzgebieten. Das zentrale Anliegen eines Naturparks ist es, den Schutz und die Nutzung der Kulturlandschaften zu verbinden. Das Grundkonzept nachhaltiger Entwicklung „Schutz durch Nutzung“ ist dabei Grundlage der Arbeit in den Naturparks.<sup>558</sup>

Zurzeit existieren in Deutschland 90 Naturparks, welche ca. 24 % der Fläche Deutschlands einnehmen und somit einen entscheidenden Beitrag zum Erhalt und zur Entwicklung der Regionen in ihrer spezifischen Identität leisten.<sup>559</sup>

Abb. 40: Verteilung der Naturparke in Deutschland



Quelle: <http://de.wikipedia.org/wiki/Naturpark>, Zugriff am 15.08.2005

Naturparks versuchen die Interessen des Naturschutzes und der Landschaftspflege mit den Bedürfnissen der Erholungssuchenden (Wandern, Radfahren, Wassersport, Besuch von Kulturdenkmälern, ...) zu ver-

<sup>558</sup> <http://de.wikipedia.org/wiki/Naturpar>, Zugriff am 15.08.2005.

<sup>559</sup> <http://de.wikipedia.org/wiki/Naturpark>, Zugriff am 15.08.2005.

binden. Es wird somit eine nachhaltige Form des Tourismus gefördert, wobei die Begegnung des Menschen mit Natur und Landschaft im Vordergrund steht.<sup>560</sup>

Begonnen hat die Naturparkbewegung bereits 1909, als der Verein „Naturschutzpark Lüneburger Heide“ gegründet wurde, mit dem Ziel die Natur und Landschaft zu schützen. Mitte des zwanzigsten Jahrhunderts erlangte die Erholung einen immer höher werdenden Stellenwert, so dass sie dem Naturschutz im Bereich eines Naturparks gleichgestellt wurde. Naturparks bekamen demnach in der Folgezeit vor allem für die Stadtbewohner einen immer größer werdenden **Freizeitwert**. Mit der Wiedervereinigung kamen neue Impulse, aufgrund von einer hohen Anzahl an Neugründungen von Naturparks.

Die gesetzliche Grundlage, bzw. der gesetzliche Auftrag der Naturparks ist die Verknüpfung von Naturschutz und Erholung. Schutz und Pflege von Natur und Landschaft gehören zu den unabdingbaren Voraussetzungen der **Erholungsvorsorge**, bei der das Erlebnis von Natur und Landschaft im Vordergrund stehen. Aus diesem Grund wurde aus dem Auftrag zur nachhaltigen und sozialorientierten Erholungsvorsorge zugleich auch der Auftrag zum Schutz und zur Pflege von Natur und Landschaft in den jeweiligen Naturparks abgeleitet. Die Naturparks versuchen somit scheinbar Gegensätzliches und Unvereinbares zusammenzuführen.<sup>561</sup>

Ausgerichtet sind Naturparks hauptsächlich auf Tages- bzw. Wochenendurlauber. Der Schwerpunkt liegt eindeutig im Kurzzeittourismus. So erreicht der Naturpark Steinhuder Meer mit Besucherzahlen bis zu 50.000 an schönen Wochenenden einen hohen Wert, den es zu bewältigen gilt.<sup>562</sup> Gerade durch die Unregelmäßigkeit der Besucherströme (wetter- und wochentagbedingt), ist es schwierig die verkehrlichen Auswirkungen, welche die hohen Besucherzahlen mit sich führen in den Griff zu bekommen. Für die Gemeinden ist es daher unvermeidlich, die Anbindung der Naturparks an das öffentliche Verkehrsnetz zu fördern.

Die heutigen Aufgaben der Naturparks gehen über eine naturverträgliche Erholungsvorsorge hinaus. Sie nehmen verstärkt unterschiedliche Aufgaben im Rahmen einer nachhaltigen regionalen Entwicklung wahr. Dafür benötigen sie eine entsprechende finanzielle und personelle Ausstattung. Die finanzielle Ausstattung der Naturparks ist in den einzelnen Bundesländern sehr unterschiedlich, aber in den meisten Fällen unzureichend. Da es sich um unverzichtbare öffentliche Aufgaben von großer umwelt-, sozial- und strukturpolitischer Bedeutung handelt, ist es insbesondere Aufgabe der Bundesländer, die Finanzausstattung der Naturparks durch fortdauernde Einstellung ausreichender Mittel in die Haushaltspläne sicherzustellen.<sup>563</sup>

Naturparks werden in der Regel von extra für diesen Anlass gegründeten Vereinen bewirtschaftet. Die Einnahmen des Vereins kommen über Mitgliedsbeiträge von den Mitgliedslandkreisen, den Mitgliedsgemeinden, Privatpersonen, Verbänden und anderen Vereinen. In bescheidenem Umfang werden diese ergänzt durch Spenden und Sponsoring-Beiträge für einzelne Projekte. Der „Löwenanteil“ kommt jedoch vom Umweltministerium. So finanziert beispielsweise das Bayerische Umweltministerium, je nach Projektumfang schwankend, etwa 75 % des Gesamtjahresetats des Naturparks Bayerischer Wald e.V.<sup>564</sup>

---

<sup>560</sup> <http://www.naturpark.de>, Zugriff am 15.08.2005.

<sup>561</sup> <http://www.naturpark.de>, Zugriff am 15.08.2005.

<sup>562</sup> <http://naturschutz.br-h.niedersachsen.de/dez503/npsmtxt.html>, Zugriff am 15.08.2005.

<sup>563</sup> <http://www.naturpark.de>, Zugriff am 15.08.2005.

<sup>564</sup> <http://www.naturpark-bayer-wald.de>, Zugriff am 15.08.2005.

Da sich die ländlichen Gemeinden in vielen Fällen den Unterhalt von Naturparks nicht leisten können und auch nur in geringen Maßen davon profitieren, sollten sich Großstädte und Verdichtungsgebiete, die in der Nähe von Naturparks liegen, an dem erheblichen Pflege-, Erhaltungs- und Investitionsaufwand finanziell angemessen beteiligen um die Naturparks als wichtige Naherholungs- und Ausgleichsfunktion zu erhalten. Eine enge Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Vereinen und Verbänden sowie den Kommunen ist anzustreben, um Ziele und Interessen aufeinander abzustimmen.<sup>565</sup>

#### Quellen:

<http://de.wikipedia.org/wiki/Naturpark>, Zugriff am 15.08.2005

<http://www.naturpark.de>, Zugriff am 15.08.2005

<http://www.naturpark-bayer-wald.de> am 15.08.2005

<http://naturschutz.br-h.niedersachsen.de/dez503/npsmtxt.html>, Zugriff am 15.08.2005

### 6.2.9 Regionalparks

Ein Regionalpark schließt sich im Bereich der Stadtregion im Innern an kommunale Freiraumkonzepte der Kernstädte an und außen beispielsweise an die Konzeption von Naturparks in den ländlichen Gebieten des Umlandes.<sup>566</sup>

Formelle Grundlage der Regionalparks sind in der Regel Landesentwicklungspläne, während begrifflich parallele Einrichtungen wie Nationalpark, Naturpark oder Landschaftsschutzgebiet im Bundesnaturschutzgesetz verankert sind. Sind letztere Einrichtungen in erster Linie dem Naturschutz verpflichtet, dienen die geschichtlich jüngeren Regionalparks vor allem einer nachhaltigen Stadt-Umland-Entwicklung, die mit ihrer Strategie zum Freiraumschutz den Schwerpunkt auf die Bereiche Freizeit und Tourismus legen.<sup>567</sup> (vgl. Kap. 1.4.7 Tourismus)

Das Leitbild eines Regionalparks lässt sich mit der Schaffung einer dynamischen und nachhaltigen Kulturlandschaft, in der die unterschiedlichen Ansprüche des Naturschutzes und der Landnutzung miteinander harmonisiert werden sollen beschreiben.<sup>568</sup>

---

<sup>565</sup> <http://www.naturpark.de>, Zugriff am 15.08.2005.

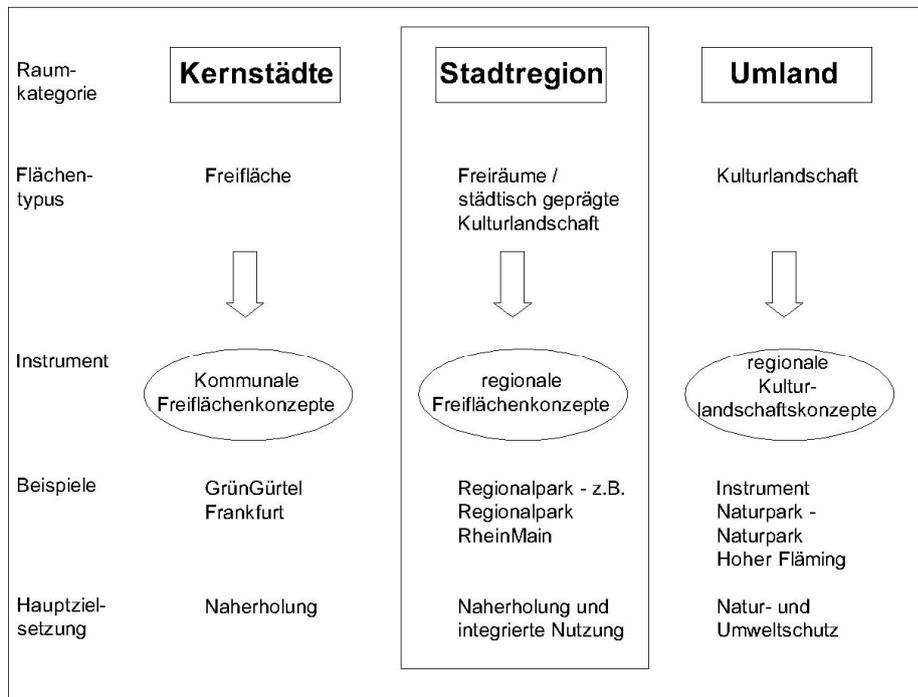
<sup>566</sup> Meike Frederike Lehmann, Strategischer Planungsansatz, Freiraumentwicklung in deutschen Stadtregionen, Frankfurt am Main, 2003, S. 21.

<sup>567</sup> <http://de.wikipedia.org/wiki/Regionalpark>, Zugriff 24.06.2005.

<sup>568</sup> Hans-Peter Rohler, Regionalparks- Strategien zur Entwicklung der Landschaft in Ballungsräumen, Essen, 2003, S. 14.

Die folgende Abbildung zeigt, wie sich Regionalparks zwischen den Kernstädten auf der einen und dem Umland auf der anderen Seite in die Landschaft eingliedern.

Abb. 41: Instrumente zur Freiraum- und Kulturlandschaftsentwicklung in Stadtregionen und ihrem Umland



Quelle: Meike Frederike Lehmann, Strategischer Planungsansatz, Freiraumentwicklung in deutschen Stadtregionen, Frankfurt am Main, 2003, S. 21

Seit Mitte der 1990er Jahre werden unter der Überschrift „Regionalpark“ in nahezu allen **Ballungsräumen** der Bundesrepublik Projekte geplant und in Teilen auch realisiert. Wenn man die einzelnen Projekte, die unter dieser Überschrift behandelt werden, näher betrachtet, zeigt sich, dass sie ebenso unterschiedlich sind wie die Regionen, in denen sie angelegt werden. Ausgehend von den naturräumlichen Voraussetzungen, den vorhandenen Flächenreserven, über die gewählten Planungs- und Organisationsstrukturen, die Finanzierung, den landesrechtlichen Rahmen, den inhaltlichen Schwerpunkten bis zu den Akteuren finden sich in jeder Region auf sie zugeschnittene Besonderheiten und Strategien.<sup>569</sup>

Aktuell gibt es in Deutschland neun große Ballungsräume bei denen man versucht Regionalparks einzurichten beziehungsweise zu betreiben. Dazu gehören:

- Regionalparks in Brandenburg und Berlin - acht Parks mit Dachverband
- Regionalpark RheinMain
- Regionaler Landschaftspark Rhein-Neckar-Pfalz
- Regionalpark Ruhrgebiet-Emscher Park
- Regionalpark Niederrhein
- Landschaftspark Region Stuttgart
- Regionalpark München

<sup>569</sup> Hans-Peter Rohler, Regionalparks- Strategien zur Entwicklung der Landschaft in Ballungsräumen, Essen, 2003, S. 11.

- Grüner Ring Leipzig
- Regionale Arbeitsgemeinschaft Bremen/Niedersachsen <sup>570</sup>

Ein Ziel, das mit Hilfe regionaler Parks verfolgt wird, ist es die Menschen dazu zu bewegen ihre Erholung wieder in der Region zu suchen. So müssen die einzelnen Regionalparkstrategien sich in Bezug auf den Wert der Landschaft in den Köpfen einerseits mit traditionellen Wertvorstellungen und Bildern von Landschaft auseinandersetzen und gleichzeitig Landschaftsräume einem Publikum näher bringen, die dessen Vorstellungen allenfalls in unzusammenhängenden Resten entsprechen. Dies kann, ausgehend von den jeweiligen Voraussetzungen in den Regionen, zum einen über den Versuch eines möglichst effektiven Schutzes und Erhalts vorhandener landschaftlicher Qualitäten geschehen, zum anderen über den Versuch die Wertvorstellungen der Bevölkerung entsprechend zu verändern. Beide Strategien sind in allen Regionalparkkonzepten vorhanden.<sup>571</sup>

Betrachtet man die unterschiedlichen Regionalparks in Deutschland, so erkennt man neben den meist naturräumlich bedingten Unterschieden auch gewisse Gemeinsamkeiten.

Gemeinsam ist allen Regionalparkmodellen, dass es ein das Gesamtkonzept koordinierende Organisationsebene gibt, die entweder auf Ebene von Kommunalverbänden, beziehungsweise der Landes- oder Regionalplanung angesiedelt ist oder durch den freiwilligen Zusammenschluss einzelner Kommunen gebildet wird. Darüber hinaus finden sich parallel Organisationsstrukturen wie beispielsweise eine GmbH, die aus dem formalen Planungssystem ausgegliedert wurden, um außerhalb dieses Systems entsprechend flexibel agieren zu können.<sup>572</sup>

Betrachtet man die Höhe der jeweils eingesetzten Mittel bei den einzelnen Regionalparkprojekten, so fallen deutliche Unterschiede zwischen den einzelnen Modellen auf. Diese beziehen sich einmal auf die Höhe der insgesamt eingesetzten Mittel, aber auch auf die Quellen und die damit gebundenen Zweckbestimmungen sowie die in der Region bzw. bei den Projektträgern aufzubringenden finanziellen Eigenanteile. Gemeinsam ist allen Regionalparkmodellen, dass zur Realisierung der geplanten Maßnahmen nicht nur ein Programm und nur eine Strategie herangezogen wird, sondern vielmehr die Akteure bemüht sind, alle nur möglichen finanziellen Ressourcen zu mobilisieren und alle unterschiedlichen finanziellen Quellen zu bündeln.<sup>573</sup>

Die unterschiedlichen inhaltlichen Ansätze und Planungsstrategien bedingen auch in Bezug auf die Dimensionen und Abgrenzungen der einzelnen Regionalparkmodelle sehr unterschiedliche Formen.

---

<sup>570</sup> <http://de.wikipedia.org/wiki/Regionalpark>, Zugriff 24.06.2005.

<sup>571</sup> Hans-Peter Rohler, Regionalparks- Strategien zur Entwicklung der Landschaft in Ballungsräumen, Essen, 2003, S. 97.

<sup>572</sup> Hans-Peter Rohler, Regionalparks- Strategien zur Entwicklung der Landschaft in Ballungsräumen, Essen, 2003, S. 100.

<sup>573</sup> Hans-Peter Rohler, Regionalparks- Strategien zur Entwicklung der Landschaft in Ballungsräumen, Essen, 2003, S. 106.

Im Wesentlichen kann von drei unterschiedlichen Ansätzen gesprochen werden:

- Der Regionalpark soll, aufbauend auf einem System regionaler Grünzüge über die Qualifizierung zahlreicher flächenhafter Projekte und eines regionalen Wegenetzes entstehen.
- Über den Aufbau von Regionalparkrouten mit einzelnen Attraktionen wird versucht, einen linienhaften Regionalpark aufzubauen.
- Über die Weiterentwicklung aktueller land- bzw. forstwirtschaftlicher Nutzung versucht man, die Regionalparkflächen für Erholungsnutzungen weiter als bisher zu öffnen und gleichzeitig den Gruppen, die ökonomisch von der Nutzung der Regionalparkflächen abhängen, zumindest eine mittelfristige ökonomische Perspektive zu geben. Parallel dazu werden einzelne Projekte und der Aufbau eines regionalen Parkwegenetzes angegangen.<sup>574</sup>

Darüber hinausgehend verbirgt sich aber hinter den unterschiedlichen Strategien auch ein qualitatives Verhältnis der jeweiligen Regionalparks zum umgebenden Raum. Bei keinem der aktuellen Parkkonzepte kann von einem gartenkünstlerisch oder ausschließlich auf Erholung bezogenen Park im klassischen Sinne ausgegangen werden. Vielmehr wird immer auch eine in diesem Sinne unbearbeitete Landschaft eine wesentliche Rolle in den Regionen spielen.

#### Quellen:

Lehmann, Meike Frederike Strategischer Planungsansatz, Freiraumentwicklung in deutschen Stadtregionen, Frankfurt am Main 2003, S. 21.

Rohler, Hans-Peter Regionalparks- Strategien zur Entwicklung der Landschaft in Ballungsräumen, Essen 2003

<http://de.wikipedia.org/wiki/Regionalpark>, Zugriff 24.06.2005.

#### 6.2.10 Ferienparks - Ferienlandschaften

Ferienparks sind eine Weiterentwicklung von Ferienzentren, die Anfang der 1970er Jahre vor allem im damaligen Zonenrandgebiet errichtet wurden. Die heutigen Ferienparks sind durch großflächige Ferienhauskomplexe und eine Zentralanlage gekennzeichnet. Häufig ist dies der Ort für ein so genanntes subtropisches Schwimmparadies oder für andere Sport-, Konsum- und Restaurationsangebote. Der erste Bungalowpark dieser Art wurde von Center Parcs 1980 in den Niederlanden eröffnet. Die Konzeption eines Center Parcs beinhaltet eine Kombination von Komfort-Bungalows, Freizeitangeboten und Naturnähe. Die Ferienparks bieten eine breite Palette von Freizeitmöglichkeiten an, wobei die Zentralanlage die Hauptattraktion darstellt. Neben den sportlichen Aktivitäten findet man dort auch Möglichkeiten zum Einkaufen und Verweilen in Restaurants und Cafés sowie besondere Attraktionen für Kinder. Alle Läden und Restaurants werden von dem Ferienparkbetreiber selbst betrieben.<sup>575</sup>

---

<sup>574</sup> Hans-Peter Rohler, Regionalparks- Strategien zur Entwicklung der Landschaft in Ballungsräumen, Essen, 2003, S. 110.

<sup>575</sup> Bernd Mielke u.a., Großflächige Freizeiteinrichtungen im Freiraum, Dortmund, 1993, S. 11 f.

Die auf diese Art und Weise errichteten Ferienanlagen werden auch als Ferienzentren der zweiten Generation beschrieben, und wie folgt definiert:

Ferienzentren der zweiten Generation sind nach einem einheitlichen Plan gestaltete und (meist) von einer Gesellschaft betriebene Großprojekte mit einem kompakten Angebot an Unterkünften (typischerweise in Bungalowform), Freizeitinfrastruktur, Versorgungseinrichtungen und weiteren Dienstleistungen. Angestrebt wird ein vielfältiges und qualitativ hochwertiges Angebot, das diesen Anlagen funktional einen mehr oder weniger starken autarken Charakter verleiht. [...] Das Angebot richtet sich vor allem an Kurzurlauber. Die Bettenzahlen bewegen sich zwischen 2.000 und 4.000 Betten.<sup>576</sup>

Unterschieden werden bei Ferienzentren „außen-„ und „innenorientierte“ Konzepte bzw. Anlagen. Innenorientiert bedeutet, dass die großräumige Umgebung im Normalfall eine untergeordnete Rolle spielt. Der Fokus in der Parkkonzeption liegt auf einer aufwendigen und naturbezogenen Gestaltung sowie einem umfassenden Aktivitäts- und Konsumangebot im Park selbst. Bei außenorientierten oder halboffenen Parks anderer Betreiber hingegen ist die landschaftlich reizvolle Umgebung mit ihren Ausflugszielen und Aktivitätsangeboten mit Bestandteil des Konzeptes, so z.B. bei Gran Dorado und Sun Parks. Der Flächenbedarf und die Freiraumattraktivität dieser Anlagen ist daher weitaus geringer.<sup>577</sup>

In Deutschland gibt es zurzeit folgende im Betrieb befindliche Anlagen:

- Gran Dorado Heilbachsee/Eifel,
- Weißenhäuser Strand/Ostsee,
- Nordsee-Tropen-Parc Butjaden/Nordsee,
- Center Parc Bispinger Heide/Lüneburger Heide,
- Gran Dorado Medebach/Sauerland,
- Hunsrück-Ferienpark/Hunsrück sowie
- Damp 2000/Ostsee<sup>578</sup>

Die verschiedenen Anbieter von Ferienparks setzen in ihren Konzepten auf unterschiedliche Größen. Es gibt beispielsweise Ferienparks, welche sich in die vorhandenen Wälder integrieren und somit einen wesentlich höheren Flächenanspruch besitzen als eine reine Ferienhausanlage, bei der sich die Häuser nahezu aneinanderreihen. Die Größenspanne reicht demnach von 30 bis 100 ha. Die Größe und die naturnahe Gestaltung von Ferienparks sollen dazu beitragen, die Gäste an den Park zu binden, zumal die meist unattraktivere Umgebung der Ferienparks nicht zu Ausflügen einlädt.<sup>579</sup>

Ausgerichtet sind Ferienparks auf Familien als Hauptzielgruppe, welche zur Zeit 70% des Gästeaufkommens stellen. Des Weiteren sind junge freizeitorientierte Erwachsene ohne Kinder eine Zielgruppe, was

---

<sup>576</sup> Petra Voßbürger, Andrea Weber, Planerischer Umgang mit Freizeitgroßprojekten, Dortmund, 1998, S. 29.

<sup>577</sup> Petra Voßbürger, Andrea Weber, Planerischer Umgang mit Freizeitgroßprojekten, Dortmund, 1998, S. 29.

<sup>578</sup> Petra Voßbürger, Andrea Weber, Planerischer Umgang mit Freizeitgroßprojekten, Dortmund, 1998, S. 33.

<sup>579</sup> Bernd Mielke u.a., Großflächige Freizeiteinrichtungen im Freiraum, Dortmund, 1993, S. 15.

nach sich zieht, dass neue Planungen immer öfter neben den Bungalows auch Hotels im Ferienpark integrieren.<sup>580</sup>

Die Aufenthaltsdauer der Besucher einer Ferienanlage ist in der Regel nur kurz. 1990 betrug die Zahl der Wochenendurlauber 40 %. Ansonsten sind Buchungen für drei oder vier Tage die üblichste Art und Weise wie ein Ferienpark frequentiert wird. Lediglich 4 % der Besucher bleiben im Durchschnitt länger als eine Woche.

Entsprechend der kurzen Aufenthaltsdauer sind die Einzugsgebiete im Vergleich zu anderen Ferienzelen klein. Die Betreiber von Center Parcs beispielsweise gehen von ca. 100 bis 150 km Einzugsradius aus, andere von drei bis vier Stunden Fahrzeit aufgrund der großen Sehenswürdigkeiten und Attraktionen, die sie zu bieten haben. Die meisten Besucher kommen aus städtischen Ballungsgebieten.<sup>581</sup>

Zu den wesentlichen Argumenten für die Ansiedlung eines Ferienparks zählen positive Auswirkungen für den kommunalen Haushalt. Die Gemeinden versprechen sich einerseits Steuermehreinnahmen andererseits auch mögliche Einsparungen durch Verringerung der Betriebsausgaben von Infrastruktureinrichtungen, insbesondere von Schwimmbädern. Die Steuereinnahmen kommen hauptsächlich aus den Bereichen der Grunderwerbssteuer, der Grundsteuer und der Gewerbesteuer. Eventuell können auch Fremdenverkehrsabgaben erhoben werden.

Nachdem die Erfahrungen der Gemeinden mit der Ansiedlungen von Ferienparks eher negativ waren, aufgrund von geringeren Steuermehreinnahmen als erwartet und externen Erschließungskosten, die von der Gemeinde übernommen wurden, sind die Gemeinden dabei einen Weg zu finden, die unmittelbar dem Park zuzurechnenden Ausgaben dem Betreiber anzulasten.<sup>582</sup>

Scheitert ein Ferienparkvorhaben, so kann es auch für die Kommune zu finanziellen Folgen kommen. Die Risiken der öffentlichen Hand liegen zum Beispiel bei den Planungsaufwendungen. Wird ein Vorhaben letztendlich doch nicht durchgeführt, so sind die Planungskosten für die Gemeinden umsonst aufgewendet worden. Wird ein Vorhaben nicht zu Ende geführt oder arbeitet die Anlage nicht rentabel, können des Weiteren Nutzungsänderungsvorschläge oder Brachflächenprobleme auf die Öffentlichkeit zukommen. Auch die erwarteten Steuereinnahmen bleiben aus. Somit ist das Risiko, das ein Investor vor dem Bau eines großen Ferienparks eingeht, auch für die Öffentlichkeit von Interesse.<sup>583</sup>

Kritisiert werden Ferienparks der zweiten Generation häufig aufgrund ihrer nicht unerheblichen ökologischen Auswirkungen, die sich nicht allein auf den Standort der Anlagen beschränken. Gerade die innenorientierten Ferienparks stellen durch die große Gesamtfläche einen erheblichen Eingriff in den Naturhaushalt dar. Durch einen geeigneten Standort kann zwar die direkte Flächenbeanspruchung in Grenzen gehalten werden, eine ausgeglichene Bilanz aus ökologischer Sicht sich allenfalls bei der Ansiedlung von Ferienzentren auf bereits intensiv genutzten, ökologisch degradierten Standorten.<sup>584</sup> (vgl. Kap.7.1 Ökologische Auswirkungen)

---

580 Bernd Mielke u.a., Großflächige Freizeiteinrichtungen im Freiraum, Dortmund, 1993, S. 16.

581 Bernd Mielke u.a., Großflächige Freizeiteinrichtungen im Freiraum, Dortmund, 1993, S. 15 f.

582 Bernd Mielke u.a., Großflächige Freizeiteinrichtungen im Freiraum, Dortmund, 1993, S. 32.

583 Bernd Mielke u.a., Großflächige Freizeiteinrichtungen im Freiraum, Dortmund, 1993, S. 33.

584 Bernd Mielke u.a., Großflächige Freizeiteinrichtungen im Freiraum, Dortmund, 1993, S. 54.

### Quellen:

Mielke, Bernd u.a., Großflächige Freizeiteinrichtungen im Freiraum, Dortmund 1993

Voßbürger, Petra, Weber, Andrea, Planerischer Umgang mit Freizeitgroßprojekten, Dortmund 1998

Katrin Roeper, Annika Verbülsdonk

## 7. Auswirkungen

### 7.1 Ökologische Auswirkungen

Freizeitbeschäftigungen sowie Freizeiteinrichtungen ziehen neben ökonomischen, sozialen und städtebaulichen Effekten auch negative ökologische Auswirkungen nach sich. In der Literatur werden, weitgehend übereinstimmend, folgende Auswirkungen unterschieden:<sup>585</sup>

- Belastungen des Bodens (Verdichtung, Versiegelung, Veränderungen des Bodenreliefs) sowie die **Flächeninanspruchnahme** (Gebäudeflächen, Verkehrsflächen, Grünflächen, Sport- und Spielflächen, Wasserflächen),
- Belastungen des Grund- und Oberflächenwassers,
- Auswirkungen auf das Klima,
- Auswirkungen auf die Luft,
- akustische Verhältnisse,
- Störungen des Naturraumes (Auswirkungen auf das **Landschaftsbild**, Beeinträchtigung von Naturräumen, Auswirkungen auf die Tier- und Pflanzenwelt),
- Energie- und Wasserverbrauch sowie
- Abfall- und Abwasseraufkommen.

Die verkehrlichen Auswirkungen (An- und Abreiseverkehr, Ausflugsverkehr, Verkehr durch Tagesgäste, Lieferverkehr und Beschäftigte) werden im folgenden Kapitel (Kap. 7.2) gesondert betrachtet, da sie einen Großteil der Belastungen durch Freizeiteinrichtungen ausmachen.

Neben der Unterscheidung nach der Art wird bei den Auswirkungen außerdem zwischen anlagebedingten (wie Flächeninanspruchnahme oder Auswirkungen auf das Landschaftsbild) und betriebsbedingten Auswirkungen (z.B. Abfallaufkommen, Energie- und Wasserverbrauch, Auswirkungen durch Gästebetrieb) sowie Belastungen während der Bauphase unterschieden.

Die Bodenbelastung wird u.a. beeinflusst durch die Versiegelung von Flächen durch Gebäude und Verkehrsflächen, die eine Boden- und Reliefzerstörung zur Folge haben kann. Weiterhin kann der Boden durch eindringende Schadstoffe oder Verdichtung (durch Tritt, Befahren, Maschinen) belastet werden.<sup>586</sup>

Der **Flächenverbrauch** umfasst die „Inanspruchnahme ‚intakter‘ Natur“<sup>587</sup> bzw. den Entzug von Flächen durch Überbauung bzw. Versiegelung und kann zum Beispiel die Zerschneidung zusammenhängender Lebens- und Teillebensräume zur Folge haben. Das Ausmaß dieser Flächeninanspruchnahme ist aber bei den verschiedenen Freizeitanlagentypen sehr unterschiedlich.

---

<sup>585</sup> vgl. Mielke/Sander/Koch 1993 und Herrmann/Lambrecht 1990

<sup>586</sup> vgl. Mielke, Bernd; Sander, Helga; Koch, Hartmut, Großflächige Freizeiteinrichtungen im Freiraum. Freizeitparks und Ferienzentren, ILS-Schriften 75, Dortmund 1993, S.36 f.

<sup>587</sup> Voßbürger, Petra; Weber, Andrea, Planerischer Umgang mit Freizeitgroßprojekten. Bausteine zum Konfliktmanagement am Beispiel eines „Center Parcs“-Projektes, Dortmunder Beiträge zur Raumplanung 86, Dortmund 1998, S. 42.

Möglich ist weiterhin die Veränderung des Mikro- bzw. Mesoklimas durch Erwärmung (z. B. aufheizbare Baumaterialien) sowie die Verringerung der relativen Luftfeuchte durch die Ansiedlung einer Freizeitanlage. Die klimatischen Bedingungen können außerdem durch geänderten Bewuchs beeinflusst werden.<sup>588</sup>

Durch eine Erhöhung der Anzahl von Schadstoffquellen, wie zum Beispiel die Schadstoffanreicherung durch Ausdampfen verschiedener Baumaterialien bzw. die Verwehung von Bodenbelägen (z. B. im Sportplatzbau) oder erhöhte Verlärmung, kann zudem die Immissionsschutzfunktion des Naturhaushaltes beeinträchtigt werden.<sup>589</sup> Des Weiteren können Schadstoffimmissionen Einfluss auf die Wasserqualität sowie den Wasserhaushalt haben.

Auswirkungen auf die Flora und Fauna sind beispielsweise die „Störung, Vernichtung und Zerschneidung von Biotopstrukturen sowie ihrer Tier- und Pflanzenwelt auf dem Gelände selbst und in der Umgebung“<sup>590</sup>. Oft stellen bauliche Anlagen für bestimmte Tierarten auch eine unüberwindliche Barriere dar. Eine intensive Nutzung der Anlage (verstärkte Präsenz von Menschen im Raum) verstärkt diesen Trenneffekt und führt wiederum zu Auswirkungen auf weitere Tier- und Pflanzenarten.<sup>591</sup>

Das Landschaftsbild kann durch die „Überformung u. ästhetische Beeinträchtigung des Charakters einer Region mit baulichen Elementen und künstlichen landschaftsuntypischen Gewässern“<sup>592</sup> (insbesondere bei großen Freizeitanlagentypen, wie z.B. Ferienparks, Skihallen, Veranstaltungshallen, Stadien usw.) beeinträchtigt werden, was dann den Verlust der freien Landschaft sowie des Erholungsraumes für den Menschen zur Folge hätte. Außerdem kann eine Freizeit(groß)anlage zur Zersiedelung der Landschaft und damit zur Veränderung (Zerschneidung) visueller Räume beitragen.

Besonders Freizeitgroßanlagen haben oft auch einen hohen Energie- bzw. Wasserverbrauch (z.B. Freizeit- und Erlebnisbäder) sowie ein erhöhtes Abfall- und Abwasseraufkommen. Die Daten unterscheiden sich aber wiederum bei den unterschiedlichen Anlagentypen.

Von diesen Auswirkungen kann also auf der einen Seite der Mensch und auf der anderen Seite die **Natur** betroffen sein. Nach Nohl/Richter (1992) kann der Mensch in psychosozialer Hinsicht, also zum Beispiel durch Lärm, Gerüche, Stress, ästhetische Beeinträchtigungen usw., und in physiologischer Hinsicht, wiederum durch Lärm, aber auch durch mediale Belastungen wie Schadstoffe in Luft, Boden und Wasser sowie durch bioklimatische Reizzustände betroffen sein. Weiterhin können das natürliche biotische System von Flora und Fauna (durch mediale Belastungen, Bodenverdichtungen, Versiegelung, antropogene Überformung) sowie das natürliche abiotische System (durch mediale Belastung, Versiegelung, Verdichtung, usw.) als potenziell „belastet“ durch Freizeit gelten.<sup>593</sup>

---

588 Institut für Stadtforschung und Strukturpolitik (IfS) (Hrsg.), Abschätzung der Umweltfolgen künftiger Freizeitgroßeinrichtungen und –infrastrukturen für die Region Berlin-Brandenburg, Berlin 1994, S. 68.

589 vgl. Institut für Stadtforschung und Strukturpolitik (IfS) (Hrsg.), Abschätzung der Umweltfolgen künftiger Freizeitgroßeinrichtungen und –infrastrukturen für die Region Berlin-Brandenburg, Berlin 1994, S. 69.

590 Voßbürger, Petra; Weber, Andrea, Planerischer Umgang mit Freizeitgroßprojekten. Bausteine zum Konfliktmanagement am Beispiel eines „Center Parcs“-Projektes, Dortmunder Beiträge zur Raumplanung 86, Dortmund 1998, S. 42.

591 vgl. Mielke, Bernd; Sander, Helga; Koch, Hartmut, Großflächige Freizeiteinrichtungen im Freiraum. Freizeitparks und Feriencentren, ILS-Schriften 75, Dortmund 1993, S. 49.

592 Voßbürger, Petra; Weber, Andrea, Planerischer Umgang mit Freizeitgroßprojekten. Bausteine zum Konfliktmanagement am Beispiel eines „Center Parcs“-Projektes, Dortmunder Beiträge zur Raumplanung 86, Dortmund 1998, S. 42.

593 Nohl, Werner; Richter, Ursula, Umweltwirkungen durch vermehrte Freizeiteinrichtungen in der Stadtentwicklung. Forschungsbericht im Auftrag des Umweltbundesamtes, Berlin 1992, S. 4.

Opaschowski (1985) betont in diesem Zusammenhang die paradoxe Situation, dass Freizeit die **Umwelt** zugleich nutzt und bedroht, bzw. dass Freizeit die Natur und Landschaft braucht und gleichzeitig verbraucht.<sup>594</sup>

Festgehalten werden muss aber, dass unterschiedliche Anlagentypen auch unterschiedliche ökologische Effekte induzieren und diese zudem je nach Lage der Freizeitanlage (Agglomeration, verdichteter Raum bzw. Innenstadt) differieren. Innerstädtische Einrichtungen haben beispielsweise aufgrund ihrer Lage einen größeren Einfluss auf das Wohnumfeld des Menschen, sie beeinträchtigen hingegen weniger das Landschaftsbild als Anlagen auf der „grünen Wiese“.

Eine abschließende Bewertung der ökologischen Auswirkungen lässt sich daher nur schwer vornehmen und ist auch in der Fachwelt umstritten.<sup>595</sup> Unterschiedliche Freizeitbereiche adressieren unterschiedliche Umweltproblemfelder. Die **Umweltbelastungen** müssen also nach dem jeweiligen Freizeitbereich differenziert betrachtet werden.<sup>596</sup>

Problematisch ist die Verfügbarkeit von Daten zu den **Umweltauswirkungen**. Nur in sehr wenigen Fällen sind Daten z.B. zu Abfallmengen, Wasser- oder Energieverbrauch vorhanden, sodass sich die Auswirkungen zum einen nicht einschätzen und zum anderen auch schwer vergleichen lassen. Somit kann man auch nur bedingt Gegen- bzw. Steuerungsmaßnahmen entwickeln.

Offensichtlich aber besteht ein Konflikt zwischen Ökonomie und Ökologie. Die Gemeinden nehmen die negativen ökologischen Auswirkungen zugunsten einer wirtschaftlichen Verbesserung in Kauf und eine „Abnahme des Konfliktes zwischen Ökonomie und Ökologie bzw. Freizeit und Natur ist unter Status quo-Bedingungen nicht zu erwarten“<sup>597</sup>.

Am Beispiel von Freizeitgroßprojekten zeigt sich eine weitere Problematik: „Freizeitgroßprojekte maximieren ihre Standortvorteile gerade in peripheren, landschaftlich reizvollen Gebieten, die aus naturhaushaltlicher Sicht wertvolle biogene Leistungen erbringen“<sup>598</sup>. Standorte in Verdichtungsgebieten sind zudem für die meisten Betreibergesellschaften aufgrund hoher Grundstückspreise und Imagegründen unattraktiv. Des Weiteren wird ein Teufelskreis in Gang gesetzt: die Erschließung bisher unberührter Regionen hat die Zerstörung natürlicher Potenziale und damit eine weitere Erschließung unberührter Regionen zur Folge. Langfristig entzieht sich der Tourismus somit seine eigene Grundlage.<sup>599</sup>

Der Natur- und Umweltschutz sollte aber wirtschaftliche und soziale Entwicklungen nicht verhindern, „in vielen Fällen sind sogar Win-win Situationen möglich, wenn durch Maßnahmen zur Verbesserung des Umweltschutzes gleichzeitig auch die Freizeitqualität steigt“<sup>600</sup>.

594 Opaschowski, Horst W., Freizeit und Umwelt. Der Konflikt zwischen Freizeitverhalten und Umweltbelastung. Ansätze für Veränderungen in der Zukunft, Band 6 der Schriftenreihe zur Freizeitforschung, Hamburg 1985, S. 3.

595 vgl. Voßbürger, Petra; Weber, Andrea, Planerischer Umgang mit Freizeitgroßprojekten. Bausteine zum Konfliktmanagement am Beispiel eines „Center Parcs“-Projektes, Dortmunder Beiträge zur Raumplanung 86, Dortmund 1998, S. 44.

596 vgl. Henseling, Christine; Buchmann, Ilka; Dr. Strubel, Volker, Fun Goes Green – Diagnose und Empfehlungen für eine umweltgerechte Freizeitgestaltung, In: Freizeitgesellschaft zwischen Umwelt, Spaß und Märkten, Freiburg 2002, S. 9.

597 Voßbürger, Petra; Weber, Andrea, Planerischer Umgang mit Freizeitgroßprojekten. Bausteine zum Konfliktmanagement am Beispiel eines „Center Parcs“-Projektes, Dortmunder Beiträge zur Raumplanung 86, Dortmund 1998, S. 44.

598 Voßbürger, Petra; Weber, Andrea, Planerischer Umgang mit Freizeitgroßprojekten. Bausteine zum Konfliktmanagement am Beispiel eines „Center Parcs“-Projektes, Dortmunder Beiträge zur Raumplanung 86, Dortmund 1998, S. 44.

599 Voßbürger, Petra; Weber, Andrea, Planerischer Umgang mit Freizeitgroßprojekten. Bausteine zum Konfliktmanagement am Beispiel eines „Center Parcs“-Projektes, Dortmunder Beiträge zur Raumplanung 86, Dortmund 1998, S. 44.

600 Henseling, Christine; Buchmann, Ilka; Dr. Strubel, Volker, Fun Goes Green – Diagnose und Empfehlungen für eine umweltgerechte Freizeitgestaltung, In: Freizeitgesellschaft zwischen Umwelt, Spaß und Märkten, Freiburg 2002, S. 14.

Es gibt aber Bereiche, die gesetzlich geregelt werden müssen, um die Grenzen von Natur und Umwelt zu wahren. Dies kann zum Beispiel die Sperrung von besonders sensiblen Gebieten für den Freizeitsport, ein Genehmigungsverfahren für größere Veranstaltungen oder es können die gesetzlichen Vorschriften, die den Lärm bei Veranstaltungen regeln, sein.<sup>601</sup>

Auch das Freizeitverhalten der Menschen muss sich zukünftig zugunsten der Umwelt ändern. Dabei sollten Verhaltensänderungen nicht einfach diktiert werden. Vielmehr muss die Information über ökologische Zusammenhänge und die Sensibilisierung für den Wert unzerstörter Natur im Vordergrund stehen.<sup>602</sup>

Ökologische Auswirkungen sind zudem relevant für die Kommunen, zum einen für die Standortgemeinde und zum anderen auch für die Umlandgemeinden.

Die Kommune kann den jeweiligen Standort einer Freizeiteinrichtung beeinflussen, indem sie Vorgaben bei der Standortwahl macht. Dies kann aus Umweltgesichtspunkten zum Beispiel die verkehrliche Erschließung bzw. Erschließbarkeit (vgl. Kap. 7.2) sein.

Große Freizeiteinrichtungen beeinflussen das Stadtbild im Ganzen, was folglich auch Veränderungen bezüglich der Identität und des Images der Stadt bedeuten kann. Vor allem die Identität der Einwohner mit ihrer Stadt kann durch eine große Freizeiteinrichtung positiv oder negativ beeinflusst werden.

Die Auswirkungen auf die Luft, wie z.B. Schadstoffimmissionen, können unter Umständen das gesamte Stadtklima beeinträchtigen. Auch Lärmimmissionen sind weit über die Freizeitanlage hinaus spürbar. So sollte eine Lärm verursachende Freizeiteinrichtung eine gewisse Entfernung zu Wohngebieten haben.

Die Kommunen haben des Weiteren die Möglichkeit, Energie- und Abfallkonzepte zu erstellen, in die sich die Freizeitanlagen einfügen müssen. Solche Konzepte tragen in der Kommune zu einem aktiven Umweltschutz bei und können bestimmte Umweltauswirkungen verringern (z. B. Reduzierung der CO<sub>2</sub>-Belastung oder des Abfallaufkommens).

## Quellen:

Henseling, Christine; Buchmann, Ilka; Dr. Strubel, Volker, Freizeitgesellschaft zwischen Umwelt, Spaß und Märkten, Freiburg 2002

Institut für Stadtforschung und Strukturpolitik (IfS) (Hrsg.), Abschätzung der Umweltfolgen künftiger Freizeitgroßeinrichtungen und –infrastrukturen für die Region Berlin-Brandenburg, Berlin 1994

Mielke, Bernd; Sander, Helga; Koch, Hartmut u.a., Großflächige Freizeiteinrichtungen im Freiraum: Freizeitparks und Feriententren, Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes NRW (ILS) (Hrsg.), ILS Schriften 75, Dortmund 1993

Nohl, Werner; Richter, Ursula, Umweltwirkungen durch vermehrte Freizeiteinrichtungen in der Stadtentwicklung, Forschungsbericht im Auftrag des Umweltbundesamtes, Berlin 1992

Opaschowski, Horst W., Freizeit und Umwelt. Der Konflikt zwischen Freizeitverhalten und Umweltbelastung. Ansätze für Veränderungen in der Zukunft, Band 6 der Schriftenreihe zur Freizeitforschung, Hamburg 1985

---

<sup>601</sup> vgl. Henseling, Christine; Buchmann, Ilka; Dr. Strubel, Volker, Fun Goes Green – Diagnose und Empfehlungen für eine umweltgerechte Freizeitgestaltung, In: Freizeitgesellschaft zwischen Umwelt, Spaß und Märkten, Freiburg 2002, S. 9.

<sup>602</sup> vgl. Henseling, Christine; Buchmann, Ilka; Dr. Strubel, Volker, Fun Goes Green – Diagnose und Empfehlungen für eine umweltgerechte Freizeitgestaltung, In: Freizeitgesellschaft zwischen Umwelt, Spaß und Märkten, Freiburg 2002, S. 16.

Voßbürger, Petra; Weber, Andrea, Planerischer Umgang mit Freizeitgroßprojekten. Bausteine zum Konfliktmanagement am Beispiel eines „Center Parcs“-Projektes, Dortmunder Beiträge zur Raumplanung; 86, Dortmund 1998

weiterführende Literatur:

Herrmann, Stephan; Lambrecht, Heiner, Feriengroßprojekte unter UVP-Gesichtspunkten. Das Fallbeispiel ‚Center Parc Bispingen‘, Schriftenreihe des Instituts für Landschaftspflege und Naturschutz der Universität Hannover (Hrsg.), Arbeitsmaterialien 13, Hannover 1990

Strasdas, Wolfgang, Feriencentren auf Kosten der Natur? In: Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND) e.V. (Hrsg.), BUNDFakten, Bonn 1993

Strasdas, Wolfgang, Feriencentren der zweiten Generation: Ökologische, soziale und ökonomische Auswirkungen, Kurzfassung des Forschungsberichtes im Auftrag des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) (Hrsg.), Bonn 1992a

## 7.2 Verkehrliche Auswirkungen

Zum Freizeitverkehr gehören sehr unterschiedliche Aktivitäten und Wege. Sie unterscheiden sich hinsichtlich der Freiheit bei der Zielwahl, der zeitlichen Lage sowie der Häufigkeit. In der Fachliteratur wird **Freizeitverkehr** i.d.R. als Restkategorie verstanden, die alle Wege umfasst, die nicht dem Berufs-, Ausbildungs-, Geschäfts-, Einkaufsverkehr etc. zugeordnet werden können. Daher gehören sowohl Wege wie der Gang in die Kneipe oder der Wochenendausflug an die Ostsee zum Freizeitverkehr, als auch die Begleitung des Kindes zum Kindergeburtstag oder Fahrten von Wochenendpendlern zwischen Wohn- und Arbeitsort.

In der Studie „Freizeitgesellschaft zwischen Umwelt, Spaß und Märkten“ des Öko-Institut e.V. wird der Freizeitverkehr jedoch positiv definiert. Freizeit wird als Aus-Zeit verstanden. Somit umfasst diese Kategorisierung nur Wege im Zusammenhang mit vom Individuum frei gewählten Freizeitaktivitäten.<sup>603</sup> Den folgenden Ausführungen liegt, sofern nicht anders angemerkt, die zweite Definition zu Grunde.

Der Freizeitverkehr gilt als der am schwersten zu beeinflussende Verkehrszweck. Dies kommt dadurch zustande, dass der Freizeitverkehr ein „Wunschverkehr“ ist, welcher zu unterschiedlichen Zeiten unterschiedliche Ziele hat. Dementsprechend ist es schwer Muster und Routinen zu erkennen, und passende Maßnahmen zu entwickeln. Die Menschen wollen ihre Freizeitwünsche spontan ausleben können und bei der Wahl der Fahrtzeit und Fahrtstrecke flexibel sein. Erschwerend hinzu kommt die schlechte Datenlage.<sup>604</sup>

### WEGE UND VERKEHRSAUFWAND IN DER FREIZEIT

An einem durchschnittlichen Wochentag werden 34,8% der Wege zu Freizeitzwecken zurückgelegt, wobei von Montag bis Freitag ein Viertel, Samstag 55,3% und Sonntag 84,6% aller Wege Freizeitwege sind. Zu den häufigsten Freizeitwegezwecken zählen „Bekannte und Freunde treffen“ (ca. 16,5%), „Cafés, Knei-

<sup>603</sup> Willi Loose, Freizeitverkehr In: Öko-Institut e.V. (Hrsg.), Freizeitgesellschaft zwischen Umwelt, Spaß und Märkten, Freiburg 2002, S. 117.

<sup>604</sup> Willi Loose, Freizeitverkehr In: Öko-Institut e.V. (Hrsg.), Freizeitgesellschaft zwischen Umwelt, Spaß und Märkten, Freiburg 2002, S. 116.

pen, Restaurants“ besuchen (ca. 15,5%) und „Verwandte oder Kinder“ besuchen (ca. 13,5%), gefolgt vom Spazieren gehen im Grünen (ca. 8,5%) und dem Ausführen des Hundes (ca. 8%).

Die im Freizeitverkehr zurückgelegten Wegstrecken (Verkehrsaufwand) machen im Vergleich zum Berufs- und Ausbildungsverkehr relativ geringe 33,7% aus. Dies ist darin begründet, dass ein großer Anteil des Freizeitverkehrs im Nahraum des Wohnortes stattfindet, 70% der Freizeitwege sogar innerhalb der Gemeindegrenzen. Bezogen auf den Verkehrsaufwand sind der Besuch von „Verwandten oder Kindern“ (ca. 26,5%), wobei eine oftmals große Distanz zwischen den Wohnorten überwunden werden muss, Treffen mit Freunden und Bekannten (ca. 15%), die Fahrt ins Blaue (ca. 10,5%), Disco-, Kino-, Theaterbesuche (ca. 7%) sowie aktive Sportausübung (ca. 6,5%) die wichtigsten Freizeitweganteile.<sup>605</sup>

Der „Fahrt ins Blaue“, i.d.R. mit dem Auto, kommt dabei ein besonderer Stellenwert zu, da dabei der Weg an sich das Freizeiterleben ausmacht und der „Befriedigung diffuser Gefühle wie Neugier, Lust und Sehnsucht“ dient.“. Weitere Freizeitaktivitäten, wo das Fortkommen einen wesentlichen Teil des Freizeiterlebens ausmacht, sind Sightseeingfahrten per Bus, Rikscha, Rad oder Schiff. Hier wird jedoch neben dem Fahren eine weitere Freizeitaktivität ausgeführt, nämlich Sehenswürdigkeiten betrachten, plaudern, sich sonnen etc. (vgl. Kap. 1.3.6 Hybride Freizeitformen).

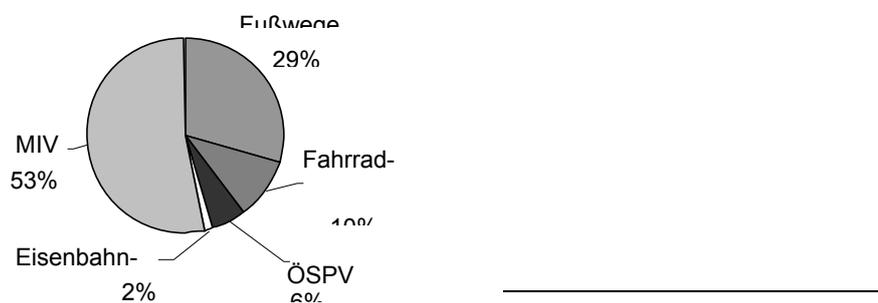
### MODAL SPLIT IM FREIZEITVERKEHR

Mit welchem Verkehrsmittel die einzelnen Personen ihrer Freizeitwege bestreiten, hängt von vielen Faktoren ab. Sowohl rationale Nutzenüberlegungen (z.B. Kosten, Schnelligkeit), als auch persönliche Eigenschaften der Besucher (Alter, persönliche Präferenzen, Gesundheit) spielen bei der Verkehrsmittelwahl eine Rolle. Hinzu kommen individuelle „Wertorientierungen, Lebensziele [sowie] Spaß- und Lustmotive“<sup>606</sup>.

Weiterhin ausschlaggebend für die Verkehrsmittelwahl sind die Erreichbarkeit der Freizeitinstitution mit unterschiedlichen Verkehrsmitteln, Wetter und Klima, Tageszeit und Charakteristik der Veranstaltung sowie deren Einzugsgebiete.<sup>607</sup>

Etwa die Hälfte (53%) aller Freizeitwege in Deutschland werden mit dem MIV (motorisierten Individualverkehr) zurückgelegt, 29% zu Fuß, 10% mit dem Fahrrad und 6% mit dem ÖSPV (öffentlicher Straßenpersonenverkehr).<sup>608, 609</sup>

Abb. 42: Anteile der Verkehrsarten am Freizeitverkehr nach beförderten Personen in %



<sup>605</sup> Willi Loose, Freizeitverkehr In: Öko-Institut e.V. (Hrsg.), Freizeitgesellschaft zwischen Umwelt, Spaß und Märkten, Freiburg 2002, S. 119.

<sup>606</sup> Willi Loose, Freizeitverkehr In: Öko-Institut e.V. (Hrsg.), Freizeitgesellschaft zwischen Umwelt, Spaß und Märkten, Freiburg 2002, S. 116.

<sup>607</sup> <http://www.ivt.ethz.ch/vpl/publications/students/sem4.pdf>, Zugriff 12.06.2005

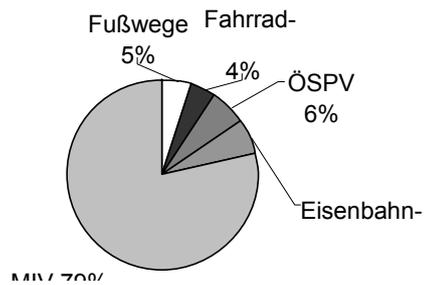
<sup>608</sup> ÖPNV mit Bussen und Straßenbahn

<sup>609</sup> In diesem und dem folgenden Absatz zählen zum Freizeitverkehr alle Fahrten, die nicht den übrigen Verkehrszwecken Beruf, Ausbildung, Geschäft, Einkauf, Begleitung und Urlaub (mind. 5 Tage) zuzuordnen sind. Dazu zählen z.B. Wochenenderholungsfahrten, Besuche von Bekannten oder Verwandten und Fahrten, die in Ausübung eines Hobbys stattfinden.

Quelle: nach VERKEHR IN ZAHLEN, BMVBW, 2004, S. 222f.

Die Dominanz der Nutzung des MIV für den Freizeitverkehr spiegelt sich viel stärker in den Verkehrsleistungen (in Personen-km) wider, denn hier entfallen 79% auf den MIV, lediglich 6% auf den ÖSPV, 5% werden zu Fuß zurückgelegt, 4% per Rad und 6% mit der Eisenbahn.

Abb. 43: Anteile der Verkehrsarten am Freizeitverkehr nach Personen-km in %



Quelle: nach VERKEHR IN ZAHLEN, BMVBW, 2004, S. 222f.

Zu dem durch die Freizeitaktiven, also durch die Besucher und Kunden von Freizeiteinrichtungen, erzeugten Verkehr, kommt der durch deren Personal erzeugte sowie durch den zur Ver- und Entsorgung notwendige Wirtschaftsverkehr hinzu.

### VERKEHRLICHE WIRKUNG VON ÜBERREGIONALEN FREIZEITEINRICHTUNGEN UND FREIZEITGROßANLAGEN

In Statistiken des alltäglichen Freizeitverkehrs erscheinen die Freizeitverkehre zu überregionalen Freizeitzentren als wenig herausragend. So wurde in der Studie „Freizeitgesellschaft zwischen Umwelt, Spaß und Märkten“ des Öko-Instituts e.V. erhoben, dass lediglich 58 Personen also etwa 1% der 7157 Befragten einen Freizeitpark, Zoo, Wildpark o.ä. zum Ziel hatten. Besorgniserregend ist also nicht der quellbezogene, sondern der zielbezogene Verkehr, denn überregionale Freizeiteinrichtungen sind Anziehungspunkt von täglich mehreren Tausend Besuchern, so dass sich folglich Verkehrs- und Umweltbelastungen auf einem kleinen Raum konzentrieren.<sup>610</sup>

Ausschlaggebend für den Umfang der Verkehrserzeugung großflächiger Freizeiteinrichtungen sind:

- Art und Attraktivität der Einrichtung und ihre Konkurrenz
- Größe (Fläche) der Einrichtung
- Anzahl der Besucher und Besuche pro Tag, die beide vom Einzugsgebiet mitbestimmt werden
- zeitliche Verteilung des Verkehrsaufkommens pro Tag
- Aufteilung der Fahrten auf die Verkehrsmittel (hauptsächlich Bus und PKW)<sup>611</sup>

<sup>610</sup> Willi Loose, Freizeitverkehr In: Öko-Institut e.V. (Hrsg.), Freizeitgesellschaft zwischen Umwelt, Spaß und Märkten, Freiburg 2002, S. 127.

<sup>611</sup> G. Mehlhorn, U. Köhler, Verkehr – Straße, Schiene, Luft, Berlin 2001, S.32.

Wie oben bereits erwähnt hängt die Verkehrsmittelwahl zum Erreichen der Freizeitdestination von vielen Faktoren ab. Bei Freizeitgroßanlagen ist jedoch die Lage und die unmittelbare ÖPNV-Erschließung (Lage der Haltepunkte, Fahrthäufigkeiten, Umsteigehäufigkeit, Anschlusssicherheit etc.) sowie die Parkraumsituation vor Ort ausschlaggebend. Aufgrund der unterschiedlichen Merkmalsausprägungen der Freizeiteinrichtungen lassen sich die Kennziffern (Besucherzahlen, Modal Split etc.) nicht ohne weiteres auf andere Einrichtungen gleichen Typs übertragen.

Insgesamt lässt sich jedoch beobachten, dass gerade bei Freizeitgroßeinrichtungen das Auto das am häufigsten gewählte Verkehrsmittel ist. So reisen bei Freizeitgroßanlagen mind. 50% mit dem Auto an, bei Ferienzentren sind dies sogar fast 100% (siehe Abb 44).

Bei den Spaß- und Erlebnisbädern sowie den Multiplexkinos wird deutlich, dass die Wahl eines integrierten bzw. dezentralen Standortes relativ starke Auswirkungen auf die Verkehrsmittelwahl haben kann. Augenscheinlich ist auch, dass Einrichtungen in zentraler Lage mit gutem ÖPNV-Anschluss, die zumeist tagsüber besucht werden, einen beachtlich hohen ÖPNV-Anteil (Zoologische Gärten, Museen, Landesgartenschauen, Musicals) aufweisen. Fuß- und Radverkehr spielt bei solchen Anlagen kaum eine Rolle.<sup>612</sup>

Abb. 44: Verkehrsmittelwahl in einzelnen Anlagentypen von Freizeitgroßanlagen

Anlagentyp	Anteil MIV	Anteil ÖPNV, Fuß, Fahrrad
Freizeitparks	ca. 85%	7-10% (Bus und Bahn)
Ferienzentren	ca. 95%	zu vernachlässigen
Spaß- und Erlebnisbäder	Integrierter Standort: 74% PKW  peripherer Standort: über 90%	Integrierter Standort: 13% ÖPNV, 13% zu Fuß/ Fahrrad  peripherer Standort: weniger als 10% ÖPNV
Multiplex-Kinos	City-Standort: 50-80%*  dezentraler Standort: 90%*	City-Standort: 20-50%*  dezentraler Standort: 10%*
Zoologische Gärten	50%	25% ÖPNV
Museen	64%	27% ÖPNV
Landesgartenschau	50%	30% ÖPNV
Musicals	78%	7% ÖPNV 12% Bus

\* Anteil Fuß- und Radverkehr unklar

Quelle: Freizeitgesellschaft zwischen Umwelt, Spaß und Märkten, Öko-Institut e.V., 2002, S. 129

Die Auswirkungen des motorisierten Freizeitverkehrs sind vielfältig. Im Bereich Umwelt zählen dazu vor allem Verkehrslärm, der Ausstoß von Schadstoffen, die Versiegelung von Flächen und die Zerschneidung der Landschaft.

Weiterhin führt die Dominanz des MIV zur Verminderung der Nutzungsvielfalt und **Nutzungsqualität** des öffentlichen Raumes und kann somit zur Einschränkung sozialer Aktivitäten im öffentlichen Raum beitragen. Steigende Infrastrukturerhaltungskosten der Straßen sowie mangelnde Auslastung der öffentlichen Verkehrsmittel<sup>613</sup> tragen u.a. zu einer stärkeren wirtschaftlichen Belastung bei.

Aufgabe der Kommunen sollte es sein, abgesehen von Vorgaben bei der Standortwahl von Freizeiteinrichtungen, Freizeitverkehr an sich zu beeinflussen. Die klassischen Handlungsfelder für eine umweltverträgliche Freizeitmobilität sind **Verkehrsvermeidung** und **Verkehrsverlagerung**.

Erste Priorität muss der Verkehrsvermeidung von Freizeitverkehren durch **wohnungsnaher Freizeit-** und Naherholungsmöglichkeiten gegeben werden. In Folge würden sich die Wegelängen reduzieren, was wiederum Potenziale für die Verkehrsverlagerung auf den Fußgänger- und Radverkehr schafft.<sup>614</sup> Dieser Ansatz ist jedoch umstritten, da die Menschen zum einen einen ausgeprägten Bewegungsdrang haben<sup>615</sup>, der sich z.T. nicht nur auf den Nahraum bezieht, zum anderen, weil Freizeitwege häufig sozial motiviert sind (Besuche von Freunden, Bekannten und Verwandten). Somit ist eine Einflussnahme bezogen auf die Zielwahl nur begrenzt möglich.<sup>616</sup>

Die Verkehrsverlagerung hat zum Ziel den **Modal Split** des Freizeitverkehrs zu Gunsten der Verkehrsmittel des Umweltverbundes<sup>617</sup> zu bewirken. Dazu müssen Naherholungsplanung und Nahverkehrsplanung in engem Zusammenhang stehen. Dies beinhaltet die Sicherung und Entwicklung der Naherholungseinrichtungen sowie deren Vernetzung mit Verkehrsmitteln des Umweltverbundes mit Rad- und Fußwegen und attraktiven ÖPNV-Angeboten.

Um potenzielle Nutzer zu motivieren, den ÖPNV stärker zu nutzen, müssen zielgruppenorientierte Handlungskonzepte entwickelt werden. Dazu müssen die Zielgruppen zunächst gegeneinander abgegrenzt und in Hinblick auf ihr Freizeitverhalten, ihre Freizeitmobilität und ihre Freizeitwünsche definiert werden. In der Studie „Freizeitgesellschaft zwischen Umwelt, Spaß und Märkten“ wird solch eine Kategorisierung anhand einer Befragung vorgenommen und exemplarisch zielgruppenbezogene Maßnahmen im ÖPNV aufgezeigt. Eine Gruppe bilden beispielsweise die jungen „FUN-ORIENTIERTEN“, welche sich durch ihre „individualistische Spaß-, Erlebnis- und Risikoorientierung“<sup>618</sup> auszeichnen, für moderne Technik begeisterungsfähig sind, einen starken Gruppenbezug pflegen und als Hauptinteresse verfolgen, mit Freunden etwas zu erleben.<sup>619</sup> Möglichkeiten diese Gruppe für öffentliche Verkehrsmittel zu gewinnen, wären beispielsweise, die Fahrt an sich erlebnisorientiert zu gestalten, den Gruppenbezug zu betonen, moderne Technik wie das Internet in Fernverkehrs- und Regionalzügen anzubieten, zielgruppenspezifische Informationsangebote zu Veranstaltungen, Events, Clubs und Erlebniswelten zu schaffen etc.. Für

---

613 ISPM (Hrsg.), Ausgangslage im Teilbereich Mobilität und Wohlbefinden. Umwelt- und gesundheitsgerechte Mobilität, Basel 2000, S. 16f.

614 difu (Hrsg.), Stadtökologie. Wissenschaft und kommunale Praxis im Dialog. Freizeitmobilität – Entwicklungen und Handlungsmöglichkeiten, Berlin 1998, 64ff.

615 ARL (Hrsg.), Handwörterbuch der Raumordnung, Hannover 2005, 350 f.

616 Willi Loose, Freizeitverkehr In: Öko-Institut e.V. (Hrsg.), Freizeitgesellschaft zwischen Umwelt, Spaß und Märkten, Freiburg 2002, S. 126

617 ÖPNV, Fahrrad und Fußverkehr

618 Willi Loose, Freizeitverkehr In: Öko-Institut e.V. (Hrsg.), Freizeitgesellschaft zwischen Umwelt, Spaß und Märkten, Freiburg 2002, S. 121.

diese Zielgruppe wäre auch ein Ausbau von abendlichen und nächtlichen Verkehrsangeboten wichtig. Dies könnte mittels bedarfsgesteuerten Angeboten oder per Carsharing mit elektronischer Zugangsregelungen erfolgen.<sup>620</sup>

Weitere allgemein zu berücksichtigende Aspekte um den ÖPNV zu stärken, sind die Fahrradmitnahme in öffentlichen Verkehrsmitteln, die Einrichtung spezieller Veranstaltungs- und Sonderverkehre sowie statische und dynamische Fahrgastinformationen auf Bahnsteigen und in den Fahrzeugen des ÖPNV.<sup>621</sup>

Förderlich für die Anfahrt mit öffentlichen Verkehrsmitteln sind durchgängige Tickets, Beschränkung des Umsteigens auf ein Minimum oder aber auch der Verkauf von Kombitickets (Eintritt und Fahrkarte). Betreiber von Freizeiteinrichtungen sollten Informationen zur Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln zur Verfügung stellen, da sich die Besucher gerade bei dezentral gelegenen Freizeitanlagen nicht selbst die Mühe machen, sich über alternative Anfahrtsmöglichkeiten zu informieren.<sup>622</sup>

Abschließend soll an dieser Stelle die besondere Problematik des in den letzten Jahren rasant angestiegenen Luftverkehrs angesprochen werden. Bedingt durch sehr günstige Flugangebote von Niedrigpreis-Airlines sind die Passagierzahlen von 1998 bis 2003 in Europa von 8 auf 42 Mio. gestiegen<sup>623</sup> (siehe Abb. 45), was einem durchschnittlichen jährlichen Wachstum von etwa 40% entspricht. Von den heutigen Billigflugpassagieren sind 60% zuvor noch nicht geflogen<sup>624</sup>. Auch werden Menschen zu vermehrten kürzen Reisen und sogar Tagesausflügen mit dem Flugzeug inspiriert. Das dadurch entstandene zusätzliche Luftverkehrsaufkommen stellt aufgrund des hohen Kraftstoffverbrauchs und Schadstoffausstoßes eine erhebliche Belastung für die Umwelt dar. Die Geschäftsstrategie der Billigfluggesellschaften birgt aber auch ökonomische Gefahren für die traditionellen Fluggesellschaften, denn 37% der Fluggäste sind von den traditionellen Airlines zu den **Billigairlines** gewechselt<sup>625</sup>. Diese Problematik entzieht sich jedoch den kommunalen Handlungsmöglichkeiten.

---

619 Willi Loose, Freizeitverkehr In: Öko-Institut e.V. (Hrsg.), Freizeitgesellschaft zwischen Umwelt, Spaß und Märkten, Freiburg 2002, S. 121.

620 Willi Loose, Freizeitverkehr In: Öko-Institut e.V. (Hrsg.), Freizeitgesellschaft zwischen Umwelt, Spaß und Märkten, Freiburg 2002, S. 130.

621 difu (Hrsg.), Stadtökologie. Wissenschaft und kommunale Praxis im Dialog. Freizeitmobilität – Entwicklungen und Handlungsmöglichkeiten, Berlin 1998, 64ff.

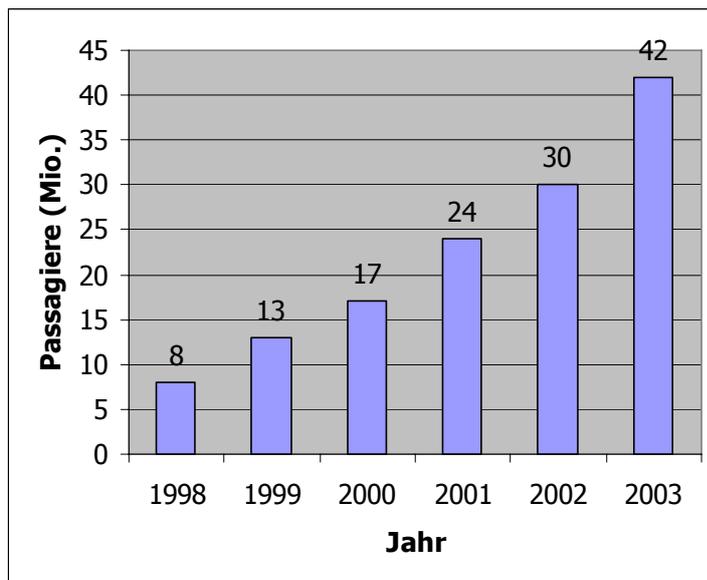
622 Willi Loose, Freizeitverkehr In: Öko-Institut e.V. (Hrsg.), Freizeitgesellschaft zwischen Umwelt, Spaß und Märkten, Freiburg 2002, S. 133f.

623 Sandra Kellerhals, Billigairlines in Europa und deren Auswirkungen auf die Umwelt und die Konkurrentin Eisenbahn, Siders 2005, S. 47.

624 [http://www.tma-bensberg.de/publikationen/down/lowcost\\_hlx.pdf](http://www.tma-bensberg.de/publikationen/down/lowcost_hlx.pdf), Zugriff 20.08.2005

625 Sandra Kellerhals, Billigairlines in Europa und deren Auswirkungen auf die Umwelt und die Konkurrentin Eisenbahn, Siders 2005, S. 34f.

Abb. 45: Passagierzahlen der Niedrigpreis-Airlines in Europa in Mio.



Quelle: Billigairlines in Europa und deren Auswirkungen auf die Umwelt und die Konkurrentin Eisesbahn, Kellerhals, 2005, S. 47

#### Quellen:

ARL (Hrsg.), Handwörterbuch der Raumordnung, Hannover 2005

difu (Hrsg.), Stadtökologie. Wissenschaft und kommunale Praxis im Dialog. Freizeitmobilität – Entwicklungen und Handlungsmöglichkeiten, Berlin 1998

<http://www.ivt.ethz.ch/vpl/publications/students/sem4.pdf>

[http://www.tma-bensberg.de/publikationen/down/lowcost\\_hlx.pdf](http://www.tma-bensberg.de/publikationen/down/lowcost_hlx.pdf)

ISPM (Hrsg.), Ausgangslage im Teilbereich Mobilität und Wohlbefinden. Umwelt- und gesundheitsgerechte Mobilität, Basel 2000

Kellerhals, Sandra, Billigairlines in Europa und deren Auswirkungen auf die Umwelt und die Konkurrentin Eisesbahn, Siders 2005

Loose, Willi, Freizeitverkehr In: Öko-Institut e.V. (Hrsg.), Freizeitgesellschaft zwischen Umwelt, Spaß und Märkten, Freiburg 2002

Mehlhorn, G., Köhler, U., Verkehr – Straße, Schiene, Luft, Berlin 2001

### 7.3 Freizeit und Raum

Städtebauliche und räumliche Auswirkungen von Freizeit gehen insbesondere von Freizeitgroßeinrichtungen aus. Sie beeinflussen einerseits das Stadt- und Landschaftsbild, sind aber andererseits auch selbst Orte der Raumgestaltung und Inszenierung. Auch kleinteilige Freizeitstrukturen sind durchaus für die Entwicklung von Räumen von Bedeutung.

Das Verhältnis von Freizeit und Raum soll an dieser Stelle auch einmal umgekehrt betrachtet werden. Somit soll der Stellenwert des Raumes als Freiraum für die Freizeit beleuchtet werden.

Einzelwirtschaftliche Faktoren wie geringe Kosten für den Grunderwerb, ausreichend Fläche für eventuelle Erweiterungen des Unternehmens und die Anbindung an ein leistungsfähiges Erschließungssystem für den motorisierten Individualverkehr (MIV) führen dazu, dass oft Standorte an Stadträndern für Freizeit- und Handelsgroßanlagen bevorzugt werden. An solchen Standorten ist auch die große Distanz zu sensiblen Nachbarnutzungen vorteilhaft, da beispielsweise weniger in Lärmschutzmaßnahmen investiert werden muss. Investoren versuchen auf diesem Weg einen Teil ihrer Kosten einzusparen.<sup>626</sup>

Bei den stadtgestalterischen Auswirkungen von Freizeitgroßstrukturen wird zwischen direkten und indirekten Auswirkungen unterschieden. Direkte Auswirkungen sind durch die Einrichtungen selbst hervorgerufene Effekte. So ist die Größe der Anlage ein Kriterium für die Integrationsfähigkeit in die vorhandenen städtebaulichen und räumlichen Strukturen. Die **Integrationsfähigkeit** der Freizeitprojekte in die bestehenden Stadtstrukturen nimmt mit wachsender Dimension ab. Sie wird aber auch durch die architektonische Gestaltung der Gebäude, die oft durch deren Funktion bedingt ist, gemindert.<sup>627</sup> So sind beispielsweise Arenen durch ihre großen Gebäudehöhen schwer integrierbar<sup>628</sup>. Vergnügungsorientierte Freizeitparks fallen durch unansehnliche Hallen für Indooraktivitäten oder Fahrgeschäfte<sup>629</sup> sowie Spaßbäder durch Glasarchitektur und bunte Außenrutschen auf<sup>630</sup>. Ebenso schwer integrierbar sind aufwendige Fassadengestaltungen ortsuntypisch inszenierter Freizeitanlagen<sup>631</sup>.

Oftmals ist der gestalterische Aufwand auf das Innere der Anlage konzentriert<sup>632</sup>. Die Gestaltung des Außenraumes wird auf die unmittelbarste Umgebung beschränkt.

Gestalterische Grundprobleme wie die **Großmaßstäblichkeit** der Anlagen im Vergleich zur umliegenden Bebauung und die damit notwendige Dimension der Erschließungsanlagen, riesige Parkplatzflächen und Außenwerbung führen zu einer Beeinträchtigung des Stadt- und Landschaftsbildes (siehe Kapitel 7.1 ökologische Auswirkungen).

Zu den indirekten Auswirkungen zählt die von den Anlagen ausgehende **Konkurrenz** zu wohnungsnahen Freizeiteinrichtungen. Die kleinteiligen Angebotsstrukturen in städtischen Zentren und Wohngebieten unterliegen oftmals der Attraktivität des vielfältigen und räumlich gebündelten Angebots der Großeinrichtungen. Ein Wegfallen der wohnungsnahen Freizeiteinrichtungen verringert die Funktionsvielfalt der städtischen Räume und die stadtgestalterische Qualität der Zentren u.a. durch die Entstehung von unattraktivem Leerstand und Brachen. Gewachsene Siedlungs- und Raumstrukturen können verloren gehen. Insgesamt wird somit der Standort langfristig abgewertet (siehe Kapitel 3.4 Außenwirkung).<sup>633</sup>

Innerhalb von Freizeitgroßanlagen der neuen Generation ist es Ziel, die Gäste an einem „...weltumspannenden, überall ähnlichen Prozess des Vergnügens, der Zerstreuung und der Ablenkung von den Zwängen des Alltags...“ teilhaben zu lassen um damit „...zugleich jede gewachsene, besondere

---

626 ILS (Hrsg.), Kommerzielle Freizeit-Großeinrichtungen. Baustein für die Planungspraxis in Nordrhein-Westfalen, Dortmund 1994, S. 20.

627 ILS (Hrsg.), Kommerzielle Freizeit-Großeinrichtungen. Baustein für die Planungspraxis in Nordrhein-Westfalen, Dortmund 1994, S. 22.

628 ILS (Hrsg.), Kommerzielle Freizeit-Großeinrichtungen. Baustein für die Planungspraxis in Nordrhein-Westfalen, Dortmund 1994, S. 32.

629 ILS (Hrsg.), Kommerzielle Freizeit-Großeinrichtungen. Baustein für die Planungspraxis in Nordrhein-Westfalen, Dortmund 1994, S. 53.

630 ILS (Hrsg.), Kommerzielle Freizeit-Großeinrichtungen. Baustein für die Planungspraxis in Nordrhein-Westfalen, Dortmund 1994, S. 125.

631 ILS (Hrsg.), Kommerzielle Freizeit-Großeinrichtungen. Baustein für die Planungspraxis in Nordrhein-Westfalen, Dortmund 1994, S. 20.

632 ILS (Hrsg.), Kommerzielle Freizeit-Großeinrichtungen. Baustein für die Planungspraxis in Nordrhein-Westfalen, Dortmund 1994, S. 22.

633 ILS (Hrsg.), Kommerzielle Freizeit-Großeinrichtungen. Baustein für die Planungspraxis in Nordrhein-Westfalen, Dortmund 1994, S. 22f.

Identität des Raumes abzustreifen.“<sup>634</sup> Eine häufig angewandte Strategie, die Besucher aus dem Alltag zu entreißen, ist die Orientierung an einem bestimmten Thema, was durch architektonische Kulissen, Requisiten, Kostümierung, entsprechende Fahrgeschäfte und Shows umgesetzt wird. Atmosphäre wird durch das Zusammenspiel von Raum, Licht und Material geschaffen.<sup>635</sup> Für den Gebäudeinnenraum wird folglich ein „...exakt kalkuliertes Raumspiel...“<sup>636</sup> entwickelt, das gezielt den Kontrast zwischen Innen- und Außenwelt bzw. den Kontrast zwischen Realität und Fiktionalität forciert. Die Gestaltung der Außenfassade ist daher oftmals sehr schlicht, z.T. anonymen Gewerbestrukturen gleich. Es gibt aber auch Freizeitanlagen, deren äußere Hülle sich dem Raumspiel des Inneren anschließt und somit Teil der Themendarstellung ist.

Wichtiger Bestandteil von Großprojekten ist die Gestaltung „öffentlicher“ Räume innerhalb der Anlagen. Die Idee des öffentlichen Raumes wird zunehmend auch als Bestandteil kommerzieller Marketingstrategien genutzt. Malls, Themenparks und UECs versuchen die Atmosphäre und das Image traditioneller Stadtplätze zu erzeugen, an denen Kommunikation, Öffentlichkeit und Spektakel stattfinden. Auf engstem Raum werden hier städtische Funktionen durch unterschiedlichste Einrichtungen wie Kaufhäuser und Einzelhandel, Kinos, Gastronomie, Vergnügungseinrichtungen, Übernachtungsgewerbe sowie Büros komprimiert.<sup>637</sup>

Im so genannten öffentlichen Raum dieser Anlagen werden kollektive Identitäten künstlich hergestellt und soziale Milieus repräsentiert. Kritiker bezeichnen diese Orte auch als Orte des Nicht-Authentischen. Es wird ein „Idealtypus“ des öffentlichen Raumes geschaffen, an dem bestimmte negative, in der Freizeit nicht gewollte, Bereiche und Personen bewusst ausgegrenzt werden. Dazu wird sich auch bewusst bestimmter architektonischer Mittel bedient, beispielsweise der Gestaltung heller, gut einsehbarer Räume, wodurch der „ungestörte Verbleib“ von Personen z.B. von Obdachlosen oder Jugendlichen, die nicht konsumieren wollen oder können, behindert wird.<sup>638</sup> Die Einrichtungen sollen „geschützte Orte, gebaut für Menschen vornehmlich aus den suburbanen Mittelklassen, die den „Gefahren der Großstadt“ zu entkommen suchen“<sup>639</sup> sein. „Diese Konsum- und Unterhaltungskomplexe produzieren eine Art von Öffentlichkeit, die sich am Mythos der heilen Kleinstadt orientiert: keine Gewalt, keine Obdachlosen, keine Drogen.“<sup>640</sup>

Verglichen mit Freizeitgroßanlagen sind die räumlichen und städtebaulichen Auswirkungen kleinteiliger Freizeitinfrastrukturen eher gering. Sie sind durch eine oft einfache, funktionelle Architektur gekennzeichnet und im städtischen Raum erkennbar (z.B. Sporthallen, Schwimmbäder, Kinos), dennoch sind sie in ihrer Erscheinung nicht so dominant, dass sie das Stadtbild wesentlich beeinflussen. Räumliche Auswirkungen kleinteiliger Freizeitinfrastrukturen können dennoch zutage treten, wenn sie sich in einem bestimmten Gebiet ballen. Als Beispiel wäre hier die Hamburger Reeperbahn zu nennen, wo sich unterschiedlichste Einrichtungen wie Theater, Museen, Diskotheken, Gastronomie und Läden mit einer Vielzahl unterschiedlichster Angebote konzentrieren. Der öffentliche Raum ist entsprechend der Nutzungen geprägt und besonders in den Abendstunden belebt.

---

634 [http://www.raumplanung.uni-dortmund.de/soz/skripte/konfigurationen\\_inhalt.htm](http://www.raumplanung.uni-dortmund.de/soz/skripte/konfigurationen_inhalt.htm), Zugriff am 10.07.2005

635 [http://www.raumplanung.uni-dortmund.de/soz/skripte/konfigurationen\\_inhalt.htm](http://www.raumplanung.uni-dortmund.de/soz/skripte/konfigurationen_inhalt.htm), Zugriff am 10.07.2005

636 [http://www.raumplanung.uni-dortmund.de/soz/skripte/konfigurationen\\_inhalt.htm](http://www.raumplanung.uni-dortmund.de/soz/skripte/konfigurationen_inhalt.htm), Zugriff am 10.07.2005

637 Klaus Ronneberger, Stephan Lanz, Walther Jahn, Die Stadt als Beute, Bonn 1999.

638 Klaus Ronneberger, Stephan Lanz, Walther Jahn, Die Stadt als Beute, Bonn 1999.

639 Klaus Ronneberger, Stephan Lanz, Walther Jahn, Die Stadt als Beute, Bonn 1999.

640 Klaus Ronneberger, Stephan Lanz, Walther Jahn, Die Stadt als Beute, Bonn 1999.

Auch **Fußgängerzonen** sind Räume mit hohem Freizeitwert. Die dichte Ansiedlung des Handels in Verbindung mit Gastronomie und weiteren Nutzungen sollen das Einkaufen zum Shopperlebnis machen. Auch Events wie Märkte, Präsentationen oder Kulturveranstaltungen ziehen Besucher an und steigern den Freizeitwert. Um die Aufenthaltsqualität zu steigern und somit die Verweildauer zu erhöhen, wird versucht eine besondere Atmosphäre zu schaffen. Zumeist werden Fußgängerzonen in historischen Stadträumen mit attraktiven Gebäudefassaden etabliert. Gestaltungselemente wie Brunnen, Bänke und Außengastronomie laden zum Verweilen ein. Sauberkeit gilt als Voraussetzung einer attraktiven Fußgängerzone.<sup>641</sup> In vielen Städten mit Fußgängerzone stellt die kaum stattfindende Nutzung dieser Räume nach Ladenschluss und am Sonntag ein Problem dar.

Städtische **Freiräume**, wie **Parks** und **Gärten**, sind, was die Wohnqualität und die Freizeitgestaltung betrifft, eine der wichtigsten Raumkategorien der Städte. Sie „kompletieren und differenzieren das Raumgefüge innerhalb der städtebaulichen Muster und verbinden diese wiederum untereinander - oder schaffen Zäsuren.“<sup>642</sup> Sie dienen im Stadtgefüge als Erholungsräume und müssen unterschiedlichen Nutzeransprüchen gerecht werden. Eine der wichtigsten freiraumbezogenen Aktivitäten ist im diesem Zusammenhang das Spaziergehen, aber auch sonstige Formen der sportlichen und spielerischen Aktivitäten sowie das Entspannen sind hier am ehesten möglich. Räume, die eine gestalterische Vielfalt und eine gewisse Ordnung verbinden werden im Allgemeinen als attraktiv empfunden.<sup>643</sup>

Oftmals sind Städte und Siedlungen heute alles andere als geeignete Räume für Freizeit, Bewegung und Spiel. So ist der öffentliche Raum in den Städten als frei zugängliche Fläche für vielfältige Formen der Freizeitausführung in der Vergangenheit stark dezimiert worden.

Begründet ist dies in dem sich rasant ausbreitenden MIV in den Jahren des wirtschaftlichen Aufschwungs nach dem 2. Weltkrieg. Später wurden Straßen im Sinne des Leitbildes der verkehrsgerechten Stadt in die vorhandene Stadt eingefügt, die zum schnellen und sicheren Fluss des Verkehrs beitragen sollten. Die Verkehrsschneisen stören jedoch heute umliegende Nutzungen, insbesondere die Nutzung des öffentlichen Raumes, als Spiel und Bewegungsraum empfindlich.

Zudem behindert der ruhende Verkehr die individuelle Entfaltung durch zugeparkte Plätze und Straßenräume. Oftmals wird sogar der private Raum für den ruhenden Verkehr umgenutzt, wie z.B. in Innenhöfen. Hier sind ergänzende Freizeitnutzungen zwar möglich, aber dennoch eher ungern gesehen (z.B. Fußballspielen).

Um Kindern und Jugendlichen Raum im städtischen Umfeld zu geben, werden statt der kindgerechten Gestaltung öffentlicher Räume künstliche **Spielräume** in Form von Spielplätzen und Spielstraßen geschaffen. Aufgrund der besonderen technischen (Sicherheitsvorkehrungen, verkehrsberuhigende Maßnahmen) und gestalterischen (kreative, kindgerechte Gestaltung durch Skulpturen, Rutschen, Klettergerüste etc.) Anforderungen an diese Räume heben sie sich i.d.R. offensichtlich von ihrem Umfeld ab. Freiräume werden kreativ gestaltet und bestenfalls einer neuen, lebendigen Nutzung durch Kinder, Jugendliche und Familien zugeführt. Größere verkehrsfreie Flächen wie Spielstraßen ermöglichen gerade in Großstädten eine Raumwahrnehmung abseits des sonst so dominanten Straßenverkehrs. Von kinder- und jugendgerechter Gestaltung des Raumes profitiert letztendlich nicht nur die Zielgruppe.

---

641 Landesverband des bayrischen Einzelhandels e.V., Wirtschaftsstandort Innenstadt, München 2004, S. 8ff.

642 [http://www.stadt.sg.ch/home/planen\\_-\\_bauen/stadtentwicklung/stadtplanung/freiraumplanung/freiraumplanung.html](http://www.stadt.sg.ch/home/planen_-_bauen/stadtentwicklung/stadtplanung/freiraumplanung/freiraumplanung.html), Zugriff 25.08.2005

643 [http://www.humgeo.unibas.ch/projekte/diss\\_ms.htm](http://www.humgeo.unibas.ch/projekte/diss_ms.htm), Zugriff 25.08.2005

Gerade in verdichteten Innenstädten fehlen Freiräume für Kinderspiel, informellen Freizeitsport und für viele soziale Freizeitaktivitäten. Die Konsequenz daraus war und ist noch immer die in der Vergangenheit zu beobachtende Flucht ins Umland der Stadt, insbesondere von Familien mit Kindern. Dies trägt zur Zersiedelung bei und verstärkt die Pendlerbewegungen, was weiteren Verkehr induziert und die Nutzbarkeit des öffentlichen Raumes als Ort für Freizeit zusätzlich mindert. Die Folge ist der Rückzug in den privaten Raum und ein verstärktes Ausweichen auf häusliche Freizeit.<sup>644</sup>

In den Kommunen ist bei der Planung von Freizeiteinrichtungen auf die Dimension und auf eine angemessene architektonische Gestaltung der Anlagen zu achten, um eine Integration in die vorhandenen gewachsenen Strukturen zu gewährleisten und das Stadt- bzw. Landschaftsbild zu bewahren. Beachtlich sind ebenso die Effekte die von großen Freizeiteinrichtungen auf kleinere Infrastrukturen ausgehen, denn auch wenn eine neue vielfältige Anlage das Image der Stadt zunächst zu verbessern scheint, ist das Risiko einer langfristigen Verschlechterung des flächendeckenden Freizeitangebotes durch zu hohen Konkurrenzdruck nicht zu unterschätzen. Auf ein ausgewogenes, räumlich verteiltes Freizeitangebot ist im Sinne der lokalen Bevölkerung, aber auch im Sinne der zukünftigen Qualität des Standortes für die Wirtschaft achten.

Neben baulichen Freizeitinfrastrukturen ist die Erhaltung und Schaffung wohnungsnahen Freiraums wichtig, um den vermehrten Rückzug aus dem öffentlichen Raum ins Private und somit auf die häusliche Freizeit zu verhindern.

#### Quellen:

[http://www.humgeo.unibas.ch/projekte/diss\\_ms.htm](http://www.humgeo.unibas.ch/projekte/diss_ms.htm)

<http://www.raumplanung.uni-dortmund.de>

[http://www.stadt.sg.ch/home/planen\\_-\\_bauen/stadtentwicklung/stadtplanung/freiraumplanung/freiraumplanung.html](http://www.stadt.sg.ch/home/planen_-_bauen/stadtentwicklung/stadtplanung/freiraumplanung/freiraumplanung.html)

ILS (Hrsg.), Kommerzielle Freizeit-Großeinrichtungen. Baustein für die Planungspraxis in Nordrhein-Westfalen, Dortmund 1994

Landesverband des bayrischen Einzelhandels e.V., Wirtschaftsstandort Innenstadt, München 2004

Lukoschek, Lothar, Die „bewegungsfreundliche Stadt“. Rahmenbedingungen und Möglichkeiten zur Integration des informellen Freizeitsports in die Stadtplanung als Beitrag zur Verbesserung der Wohnumfeldqualität, Kaiserslautern 1997

Ronneberger, Klaus, Lanz, Stephan, Jahn, Walther, Die Stadt als Beute, Bonn 1999

#### Weiterführende Literatur:

Dahmen-Ingenhoven, Orte der Animation, Architektur für die Freizeit am Ende unseres Jahrhunderts, Salzgitter 2000

---

<sup>644</sup> Lothar Lukoschek, Die „bewegungsfreundliche Stadt“. Rahmenbedingungen und Möglichkeiten zur Integration des informellen Freizeitsports in die Stadtplanung als Beitrag zur Verbesserung der Wohnumfeldqualität, S. 53-57.

## 7.4 Soziale Auswirkungen

Technisch-ökonomische, kulturelle, politische und gesellschaftliche Veränderungen haben in der Vergangenheit in hohem Maße die Qualität und Quantität der Freizeit der Menschen geprägt. Ein Zusammenhang zwischen Freizeit und Gesellschaft besteht jedoch nicht nur in diese Richtung, sondern auch anders herum, d.h. die Freizeit beeinflusst auch die Gesellschaft. Soziale Auswirkungen von Freizeit betreffen das Individuum, infolge dessen aber auch die Gesellschaft als Gesamtheit.

Ausgangspunkt dieser Betrachtung sind die **Freizeitbedürfnisse**. Dabei wird zwischen individueller und gesellschaftlicher Zielfunktion der Freizeitbedürfnisse unterschieden. Während die „individuellen Zielfunktionen“ der Erfüllung persönlicher Bedürfnisse dienen, ermöglichen die „gesellschaftlichen Zielfunktionen“ die Erfüllung gesamtgesellschaftlicher sozialer Ziele.

Durch die zunehmende Regelmäßigkeit der vorgeschriebenen Alltagswelt, insbesondere der Erwerbsarbeit, werden die im Folgenden aufgeführten acht Freizeitbedürfnisse nahezu ausschließlich in die Freizeit verlagert:

### Individuelle Zielfunktionen

- **Rekreation:** Bedürfnis nach Erholung, Ruhe, Wohlbefinden und angenehmem Körpergefühl,
- **Kompensation:** Bedürfnis nach Ausgleich, Ablenkung und Vergnügen,
- **Edukation:** Bedürfnis nach Kennenlernen, Weiter- und Umlernen in verschiedenen sachlichen und sozialen Handlungsebenen und
- **Kontemplation:** Bedürfnis nach Selbsterfahrung und Selbstfindung.

### Gesellschaftliche Zielfunktionen

- **Kommunikation:** Bedürfnis nach Mitteilung, vielfältigen sozialen Beziehungen und Geselligkeit,
- **Integration:** Bedürfnis nach Zusammensein, Gemeinschaftsbezug und sozialer Stabilität,
- **Partizipation:** Bedürfnis nach Beteiligung, Mitbestimmung und Engagement sowie
- **Enkulturation:** Bedürfnis nach kreativer Entfaltung, produktiver Betätigung und Teilnahme am kulturellen Leben.<sup>645</sup>

Insgesamt wurden immer mehr soziale Funktionen von anderen Bereichen wie Arbeit, Bildung und Familie in den Freizeitbereich verlagert. In den 1990er Jahren wurde in hohem Maße die Arbeit in die Freizeit verlagert, da durch die Technisierung ein Großteil der Arbeit autonom oder teilautonom erbracht werden konnte. Einerseits gilt diese Arbeitsweise als fortschrittlich und bietet dem Individuum eigene weitreichende Entscheidungsbefugnisse, dennoch führt sie häufig auch zu sozialen und gesundheitlichen Problemen durch überdurchschnittliche Arbeits- und Zeitbelastungen. Die Arbeit drängt dann häufig in den Freizeitbereich.<sup>646</sup>

---

<sup>645</sup> Hedwig Frank, *Integration in der Schule - Separation in der Freizeit?*, Innsbruck 2003, S. 45f.

<sup>646</sup> Klaus Kock, Markus Kurth (Hrsg.), *Arbeiten in der New Economy (Beiträge aus der Forschung, Bd. 128)*, Dortmund 2002, S. 49.

Aufgrund der zunehmenden Bündelung einer Vielzahl wichtiger Bedürfnisse und Funktionen in der Freizeit wird diese mehr und mehr zu einem systemstabilisierenden Teilbereich. So trägt die Freizeit z.B. zum Funktionieren der Wirtschaft bei, indem sie dem Individuum i.d.R. ermöglicht sich zu erholen und leistungsfähig für die Arbeit zu sein. Ähnlich ist es, wenn Weiterbildungsziele in der Freizeit verfolgt werden, hier wird also das Bildungswesen entlastet, dessen Mängel durch Eigeninitiative ausgeglichen werden. Eine so eingesetzte Freizeit kann als Quelle für Mobilität und somit dem Statusgewinn dienen.

Weiterhin kann Freizeit als emanzipatorische Möglichkeit gesehen werden. „Die **Emanzipationsthese** geht davon aus, dass die Freizeit als relativ offenes Feld für die Erprobung alternativer Einstellungsmuster und Verhaltensweisen auch zu einer Quelle von allgemeinen sozialen Innovationen werden kann: In dem Maße, wie sich neue Strukturen und Deutungsmuster im Freizeitbereich bewähren, kann versucht werden, diese in andere soziale Bereiche zu überführen.“<sup>647</sup>

Als Beispiel hierfür dient das Vereinswesen (siehe auch Kapitel 5.3 Vereine), dessen zumeist offener Zugang und demokratische Vereinstrukturen Erwartungen gegenüber politischen Entscheidungsstrukturen erwecken könnten oder der Begriff Fairplay, welcher auch auf das Wirtschaftsleben und den Politikbereich übertragen wurde. Dennoch sind die emanzipatorischen Wirkungen begrenzt, da einerseits nicht alle neuen Einstellungen und Freizeitverhalten in andere soziale Bereiche übertragen werden und andererseits nicht nur positiv besetzte Verhaltensweisen in der Freizeit erprobt werden. So können einzelne Formen des Freizeitkonsums, wie das Fernsehen zu Passivität führen und von bestimmten Unterhaltungsangeboten, wie gewaltverherrlichenden Filmen und Computerspielen, eine verrohende Wirkung ausgehen.<sup>648</sup>

Eine weitere Gesellschaft prägende Tendenz ist der **Freizeitstress**. Im Gegensatz zum körperlichen und nervlichen Stress aufgrund von Zeit- und Termindruck in der Schule oder auf der Arbeit, entsteht Freizeitstress durch „die Anhäufung vergleichsweise kleiner physischer und psychischer Belastungen, die sich ständig wiederholen und auf Dauer Stress verursachen: Aktivitätenstress beim Joggen oder Langlauf, Kontaktstress in der Clique oder in Gesellschaft, Lärmstress bei Feiern oder Massenveranstaltungen. Die Stressbelastungen sind hier subtiler und nicht selten selbst auferlegt.“<sup>649</sup>

Zunehmend problematisch ist auch die Gewohnheit „Mehr tun in gleicher Zeit“, statt wie früher „Eine Sache zu einer Zeit“. Durch die steigende Vielfalt an Konsumgütern, fällt es zunehmend schwer sich zu entscheiden – die Entscheidung wird somit zur Qual der Wahl.

Freizeit wird mehr und mehr wieder zur „Arbeitszeit“ gemacht, indem die Freizeit mit Pflichtzeit, Programmen und Aktionen aufgefüllt wird. Die Folgen typischer Freizeitstresssituationen sind innere Unruhe, „sich unwohl fühlen“ oder Aggression.<sup>650</sup>

Neben gesamtgesellschaftlichen Auswirkungen werden auch durch konkrete Freizeitinfrastrukturanlagen „soziale Auswirkungen“ auf relativ kleinräumiger Ebene induziert. Diese treten am eindruckvollsten bei Freizeitgroßvorhaben in Erscheinung. Die Intensität der Auswirkungen hängt von verschiedenen Faktoren ab, nämlich dem Größenverhältnis der Freizeiteinrichtung zur Standortgemeinde, der bereits vorhandenen Fremdenverkehrsstruktur, dem Lagetyp der Standortgemeinde und dem Betriebskonzept der Freizeiteinrichtungen.

---

647 Markus Lamprecht, Hanspeter Stamm, Die soziale Ordnung der Freizeit, Zürich 1994, S. 121.

648 Markus Lamprecht, Hanspeter Stamm, Die soziale Ordnung der Freizeit, Zürich 1994, S. 118 ff.

649 Horst W. Opaschowski, Psychologie und Soziologie der Freizeit, Bocholt 1988, S. 164.

650 Horst W. Opaschowski, Psychologie und Soziologie der Freizeit, Bocholt 1988, S. 165.

So kann es z.B. in eher peripheren Gemeinden zur Überfremdung der Anwohner durch die Besucher kommen und damit in Zusammenhang stehend der Verlust von traditionellen Verhaltensmustern und Werten. Allerdings bedeutet die Ansiedlung von Freizeitgroßeinrichtungen einen z.T. nicht unerheblichen Zuwachs an Arbeitsplätzen, ungeachtet deren Qualität, und trägt gerade im peripheren Raum zur Senkung des Durchschnittalters und zu einer verminderten Abwanderung aufgrund von Arbeitslosigkeit bei.<sup>651</sup> Das Betriebskonzept entscheidet darüber, ob Anwohner von den Angeboten der Freizeitanlagen profitieren können oder nicht. So gibt es beispielsweise für die Bewohner Bispingens die Möglichkeit für ca. 50 € im Jahr die dort ansässige „Centre Parcs“-Anlage zu besuchen. Diese ist sonst für Tagesgäste nicht zugänglich.<sup>652</sup>

Kommt man nun zum kleinsten Bestandteil der Gesellschaft, zum Individuum, ist festzustellen, dass die Freizeitgestaltung in starkem Maße von der **Mobilität** (siehe auch Kapitel 4.2 Freizeitmobilität) abhängt. Diese kann z.B. durch ein geringes Einkommen, den Familienstand oder durch eine geringe körperliche Belastbarkeit begrenzt sein.

Immobile Bevölkerungsgruppen sind besonders stark auf Freizeitangebote im näheren Wohnumfeld angewiesen und können sich i.d.R. nicht überlokal orientieren. Besonders stark betroffen sind u.a. Kinder und Jugendliche, oftmals ältere Menschen, Menschen mit Behinderungen, Arbeitslose sowie Haushalte mit Kleinkindern.

Mögliche Folgen sind Isolation und die erschwerte Teilhabe an gesellschaftlichem Leben. Eine überlokale Freizeitorientierung ist nur mobilen Personen möglich. Ihnen entsteht eine größere Wahlfreiheit und somit eine größere Flexibilität bei der Freizeitgestaltung.<sup>653</sup>

Die Rolle der Kommune ist insbesondere in Bezug auf die zuletzt angesprochene Problematik bedeutsam. Die Kommunen sind, wie aus Art. 28 Abs. 2 GG hervorgeht, im Rahmen der kommunalen Selbstverwaltung für alle Angelegenheiten der örtlichen Gemeinschaft zuständig. Dazu gehören traditionell u.a. die Bereiche Schule, Bildung und Kultur, Freizeit und Sport sowie Soziales, Familie und Jugend.<sup>654</sup> Da die Aufgabenerledigung jedoch nur in den Grenzen der kommunalen Leistungsfähigkeit erfolgen kann, fallen die Verbesserung und der Erhalt der Freizeit- und Kultureinrichtungen häufig am ehesten den Sparmaßnahmen der Kommune zum Opfer. Dennoch ist es enorm wichtig wohnungsnah, zielgruppenspezifische und für jedermann nutzbare Freizeitangebote zu schaffen, um zum einen die Befriedigung individueller Freizeitbedürfnisse zu ermöglichen und andererseits die Integration und ein soziales Miteinander unterschiedlicher Bevölkerungsgruppen zu unterstützen.

## Quellen:

Bundesinstitut für Sportwissenschaft, Wohnungsnahe Freizeit. Sport- und Freizeitanlagen, Köln 1992, S. 61.

Frank, Hedwig, Integration in der Schule - Separation in der Freizeit?, Innsbruck 2003

IIS (Hrsg.), Großflächige Freizeiteinrichtungen im Freiraum. Freizeitparks und Ferienzentren (IIS Schrift 75), Dortmund 1993

---

651 IIS (Hrsg.), Großflächige Freizeiteinrichtungen im Freiraum. Freizeitparks und Ferienzentren (IIS Schrift 75), Dortmund 1993, S. 26f.

652 Petra Voßbürger, Andrea Weber, Planerischer Umgang mit Freizeitgroßprojekten. Bausteine zum Konfliktmanagement am Beispiel eines „Centre Parcs“-Projektes. Dortmunder Beiträge zur Raumordnung 86, Dortmund 1998, S. 40.

653 Bundesinstitut für Sportwissenschaft, Wohnungsnahe Freizeit. Sport- und Freizeitanlagen, Köln 1992, S. 61.

654 <http://kommunalrecht.adlexikon.de/Kommunalrecht.shtml>, Zugriff 05.07.2005

Kock, Klaus; Kurth, Markus (Hrsg.), Arbeiten in der New Economy (Beiträge aus der Forschung, Bd. 128), Dortmund 2002

Lamprecht, Markus; Stamm, Hanspeter, Die soziale Ordnung der Freizeit, Zürich 1994

Opaschowski, Horst W., Psychologie und Soziologie der Freizeit, Bocholt 1988

Voßbürger, Petra; Weber, Andrea, Planerischer Umgang mit Freizeitgroßprojekten. Bausteine zum Konfliktmanagement am Beispiel eines „Centre Parks“-Projektes. Dortmunder Beiträge zur Raumordnung 86, Dortmund 1998

<http://kommunalrecht.adlexikon.de/Kommunalrecht.shtml>, Zugriff am: 05.07.05

## 7.5 Ökonomische Auswirkungen

Freizeit wirkt sich sowohl auf die lokale, als auch auf die regionale Wirtschaft aus. Diese wirtschaftlichen Effekte können zum einen von den Freizeitaktivitäten bzw. –beschäftigungen der Menschen (vgl. Kap. 1.3.1 (häusliche/außerhäusliche Freizeit)) und zum anderen von Freizeiteinrichtungen (vgl. Kap. 6 Angebotstypen) ausgehen. Da sich die Effekte der Freizeitbeschäftigungen aber im Großen und Ganzen in denen der Freizeiteinrichtungen widerspiegeln, soll hier auf deren gesonderte Betrachtung verzichtet werden.

- Bei den Freizeiteinrichtungen können vier Wirkungsbereiche unterschieden werden:<sup>655</sup>
- Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt;
- Auswirkungen auf die Umsätze von Handel, Gewerbe und Gastronomie;
- Auswirkungen auf den Fremdenverkehr/ auf die Tourismusbranche;
- Auswirkungen auf den Kommunalhaushalt.

Diese Auswirkungsbereiche sollen im Folgenden näher erläutert werden, wobei im Einzelnen auf die positiven und negativen Effekte eingegangen wird.

### AUSWIRKUNGEN AUF DEN ARBEITSMARKT

In erster Linie werden bei der Neuansiedlung von Freizeiteinrichtungen direkt Arbeitsplätze geschaffen, sowohl Arbeitsmöglichkeiten beim Bau, als auch nach Fertigstellung im und für den Betrieb der Anlage. Die Anzahl der neuen Arbeitsplätze ist abhängig vom Anlagentyp und natürlich der Größe des Unternehmens.

Zudem ist die Qualität der Arbeitsplätze sehr unterschiedlich, den größten Teil machen aber oft gering bzw. unqualifizierte Tätigkeiten (z. B. Reinigungsarbeiten, einfache angelernte Tätigkeiten) bzw. Teilzeitarbeitsplätze aus (vgl. Kap. 3.2 Arbeitsmarkt sowie Kap. 2.1.1 Arbeitszeitentwicklung), die auch nur niedrig bezahlt werden<sup>656</sup>. Tabelle 31 zeigt beispielhaft die geschätzte Arbeitsplatzverteilung für einen mittelgroßen, technikorientierten Vergnügungspark.

<sup>655</sup> Bernd Mielke; Helga Sander; Hartmut Koch, Großflächige Freizeiteinrichtungen im Freiraum. Freizeitparks und Ferienzentren, ILS-Schriften 75, Dortmund 1993, S. 28 ff.

<sup>656</sup> Institut für Stadtforschung und Strukturpolitik (IfS) (Hrsg.), Abschätzung der Umweltfolgen künftiger Freizeitgroßeinrichtungen und –infrastrukturen für die Region Berlin-Brandenburg, Berlin 1994, S. 29.

Tab. 31: Arbeitsplätze eines mittelgroßen, technikorientierten Vergnügungsparks

Funktion	Anzahl	Fachkraft	Angelernt
Geschäftsführer	1	1	
Stellv. Geschäftsführer	1	1	
Verwaltungsangestellte	10	6	4
Telefonist/in	2		2
Sicherheitsdienst	8	8	
PR-Manager/in	1	1	
PR-Assistent/in	2	2	
Souvenirmanager/in	1	1	
Souvenirman. Assistent/in	1	1	
Souvenirverkäufer	30		30
Technischer Leiter/in	1	1	
Techniker/in	6	6	
Hilfstechniker/in	10		10
Kassierer/innen	12		12
Parkwächter	8		8
Information	2		2
Gärtner	10	5	5
Buchhaltung	6	6	
Gastronomieleiter/in	1	1	
Gastronomiel. Assistent/in	3	3	
Köche	25	25	
Buffetiers	16		16
Kellner/innen	20		20
Spülkräfte	14		14
Reinigung Restaurant	10		10
Reinigung Park	20		20
Sonst. Kräfte (Vertret.)	15		15
Food-Kioske	20		20
Showpersonal (techn.)	15	5	10
Kleiderkammer	2	1	1
Personalleiter/in	1	1	
Personalabteilung	3	3	
Personal an Attraktionen	70		70
<b>Gesamt</b>	<b>347</b>	<b>78</b>	<b>269</b>

Quelle: Institut für Stadtforschung und Strukturpolitik (IfS) (Hrsg.), Abschätzung der Umweltfolgen künftiger Freizeitgroßeinrichtungen und –infrastrukturen für die Region Berlin-Brandenburg, Berlin 1994, S. 30.

Freizeitanlagen können auch indirekte Effekte auf den Arbeitsmarkt haben. Diese können positiver Art sein, wenn beispielsweise Arbeitsplätze aufgrund von Folgeansiedlungen oder aufgrund gestiegener bzw. zusätzlicher Umsätze geschaffen werden, aber unter Umständen auch negativ, wenn ansässige Tourismusbetriebe durch die Anlage beeinträchtigt werden und aus diesem Grund Arbeitsplätze verloren gehen<sup>657</sup>.

Besonders bei Freizeitgroßanlagen ist anzunehmen, „dass die Investorinnen bei der Schätzung der neu entstehenden Arbeitsplätze gerne großzügig-optimistische Einschätzungen geben“<sup>658</sup>, die aber in der Realität nicht alle entstehen.

Von Interesse ist weiterhin, inwieweit die Arbeitsplätze aus der Region besetzt werden. Dies setzt aber voraus, dass genügend Arbeitskräfte im Umfeld zur Verfügung stehen. Ist das nicht der Fall oder können nicht ausreichend qualifizierte Arbeitskräfte gefunden werden, müssen die Stellen mit Arbeitskräften aus anderen Regionen besetzt werden, wovon die lokale Wirtschaft dann aber nicht profitiert.

Im Fall von einigen Freizeitgroßeinrichtungen, wie z. B. bei Center Parcs, ergeben sich ebenfalls nur wenig Effekte auf den lokalen Arbeitsmarkt, da diese oft Vertragsfirmen beschäftigen, die ausschließlich für diese Einrichtung arbeiten und meist nicht aus der Region kommen.

### **AUSWIRKUNGEN AUF DIE UMSÄTZE VON HANDEL, GEWERBE UND GASTRONOMIE**

Von der Neuansiedlung einer Freizeitanlage können z. B. Bauunternehmen oder Ausstattungsunternehmen profitieren. Später, in der Betriebsphase der Anlage, werden Handwerksbetriebe zwecks notwendiger Reparatur- und Instandhaltungsarbeiten (z. B. Wartungsverträge) beteiligt. Inwiefern aber lokale Betriebe beteiligt werden, ist umstritten und hängt wiederum von der Größe bzw. dem Einzugsgebiet der Anlage ab. Im Falle des Center Parcs „Bispinger Heide“, verzeichne die Gemeinde Bispingen nach Angaben des Gemeindedirektors beispielsweise ein Umsatzplus von 30% bei den lokalen Gewerbetreibenden<sup>659</sup>.

Bei Freizeitgroßanlagen werden aber in der Regel Großunternehmen beauftragt, da nur diese den Bau in der von den Investoren gewünschten kurzen Bauzeit realisieren können. Für das lokale Baugewerbe fallen unter Umständen Unteraufträge beim Innenausbau ab.<sup>660</sup>

Die Ansiedlung weiterer Betriebe als Folge der Errichtung einer Freizeitgroßeinrichtung ist ebenfalls möglich, aber eher selten, wie Interviews des Instituts für Stadtforschung und Strukturpolitik (IfS) mit Vertretern von Standortgemeinden bestehender Ferien- und Freizeitgroßeinrichtungen in den alten Bundesländern belegen<sup>661</sup>.

Freizeiteinrichtungen könnten zudem indirekt Einfluss auf andere Betriebe und Betriebsarten haben, die auf den ersten Blick keine Beziehung zu ihnen unterhalten. So kann eine Freizeitanlage z. B. für diese

---

657 Institut für Stadtforschung und Strukturpolitik (IfS) (Hrsg.), Abschätzung der Umweltfolgen künftiger Freizeitgroßeinrichtungen und –infrastrukturen für die Region Berlin-Brandenburg, Berlin 1994, S. 30.

658 Institut für Stadtforschung und Strukturpolitik (IfS) (Hrsg.), Abschätzung der Umweltfolgen künftiger Freizeitgroßeinrichtungen und –infrastrukturen für die Region Berlin-Brandenburg, Berlin 1994, S. 28.

659 Petra Voßbürger, Andrea Weber, Planerischer Umgang mit Freizeitgroßprojekten. Bausteine zum Konfliktmanagement am Beispiel eines „Center Parcs“-Projektes, Dortmund 1998, S. 41.

660 Bernd Mielke; Helga Sander; Hartmut Koch, Großflächige Freizeiteinrichtungen im Freiraum. Freizeitparks und Ferienzentren, ILS-Schriften 75, Dortmund 1993, S. 28.

661 Institut für Stadtforschung und Strukturpolitik (IfS) (Hrsg.), Abschätzung der Umweltfolgen künftiger Freizeitgroßeinrichtungen und –infrastrukturen für die Region Berlin-Brandenburg, Berlin 1994, S. 33.

Betriebe „einen [...] weichen Standortfaktor darstellen und so die Attraktivität des Raumes für die Ansiedlung derartiger Betriebe erhöhen“<sup>662</sup> (vgl. Kap. 3.4 Standortfaktor Außenwirkung).

Weiterhin kann der lokale Handel von einer Freizeiteinrichtung profitieren - auf der einen Seite durch die Ausgaben der Besucher, z.B. für Restaurantbesuche, Lebensmittel, Benzin oder für weitere Ausflüge, und auf der anderen Seite durch den Wareneinkauf der Freizeitanlage. Beides ist wiederum stark abhängig von der Größe und dem Einzugsgebiet der Anlage sowie, im Falle der Besucherausgaben, von der Attraktivität der Standortgemeinde. Insgesamt ergibt sich aber auch beim Handel eher ein „höherer Level ökonomischer Aktivitäten der bestehenden Betriebe“ als eine „weitergehende Entwicklung im Sinne einer Neuan siedlung von Unternehmen“<sup>663</sup>.

Neben dem Handel und dem Gewerbe hat eine Freizeiteinrichtung ebenfalls positive Effekte auf das örtliche Gast- bzw. Beherbergungsgewerbe, dann nämlich, wenn die Übernachtungszahlen aufgrund des Gästezuwachses steigen.

Ein Risiko für das lokale Hotel- und Gastgewerbe besteht, wenn die sog. Anker nutzungen „eingehen“, da Gast- und Beherbergungsbetriebe oft erst infolge dieser Anker nutzungen mit Aussicht auf hohe Übernachtungszahlen errichtet werden.

Es sei wiederum auf den Fall einiger Freizeitgroßanlagen verwiesen, bei denen bereits Läden und Gastronomieeinrichtungen innerhalb der Anlage vorhanden sind, wie bei der Color-Line-Arena in Hamburg, und demzufolge die Effekte auf den lokalen Handel und das lokale Gastronomiegewerbe eher als gering einzustufen sind.

#### AUSWIRKUNGEN AUF DEN FREMDENVERKEHR / AUF DIE TOURISMUSBRANCHE

Zu den positiven Effekten von Freizeiteinrichtungen auf den bestehenden Fremdenverkehr bzw. die Tourismusbranche zählen die erhöhten Besucherzahlen verbunden mit höheren Einnahmen für Ausflugslokale, Biergärten usw. sowie erhöhte Einnahmen für Sehenswürdigkeiten der Region über die Erhebung von Eintrittsgeldern, die zum Erhalt der Sehenswürdigkeiten verwendet werden. Allgemein ist die Bereicherung des touristischen Angebots durch die Freizeiteinrichtung als positiv zu erachten (positiver **Image**effekt). Dies gilt insbesondere für touristisch noch wenig erschlossene Gebiete.<sup>664</sup>

In diesem Zusammenhang muss aber erwähnt werden, dass die Ansiedlung einer Freizeitanlage in touristisch wenig erschlossenen Regionen gleichsam als „störender Eingriff in eine überkommene Kulturlandschaft empfunden werden“<sup>665</sup> kann (negativer **Image**effekt). Zudem können unmittelbare Konkurrenzbeziehungen zu anderen Freizeiteinrichtungen entstehen, wodurch eventuell auch Nachbargemeinden betroffen wären.

Freizeitgroßeinrichtungen haben im Allgemeinen einen größeren Einfluss auf den lokalen Fremdenverkehr. So können sie beispielsweise traditionelle Gästegruppen vertreiben und dadurch einen Rückgang der Übernachtungszahlen in mittelständischen Beherbergungsbetrieben induzieren. Weiterhin kann zum einen das touristische Angebot beeinträchtigt werden, indem (Wander-) Wegebeziehungen durch die Errichtung

---

662 Institut für Stadtforschung und Strukturpolitik (IfS) (Hrsg.), Abschätzung der Umweltfolgen künftiger Freizeitgroßeinrichtungen und –infrastrukturen für die Region Berlin-Brandenburg, Berlin 1994, S. 34.

663 Institut für Stadtforschung und Strukturpolitik (IfS) (Hrsg.), Abschätzung der Umweltfolgen künftiger Freizeitgroßeinrichtungen und –infrastrukturen für die Region Berlin-Brandenburg, Berlin 1994, S. 33.

664 Institut für Stadtforschung und Strukturpolitik (IfS) (Hrsg.), Abschätzung der Umweltfolgen künftiger Freizeitgroßeinrichtungen und –infrastrukturen für die Region Berlin-Brandenburg, Berlin 1994, S. 35.

665 Institut für Stadtforschung und Strukturpolitik (IfS) (Hrsg.), Abschätzung der Umweltfolgen künftiger Freizeitgroßeinrichtungen und –infrastrukturen für die Region Berlin-Brandenburg, Berlin 1994, S. 35.

der Freizeitgroßanlage unterbrochen werden. Zum anderen ist die Beeinträchtigung der touristischen Attraktivität der Gemeinde durch Verbauung besonders schöner Landschaftsteile, die somit nicht mehr für die Allgemeinheit zugänglich ist, denkbar.<sup>666</sup>

### AUSWIRKUNGEN AUF DEN KOMMUNALHAUSHALT

Die Gemeinden versprechen sich von der Ansiedlung neuer Freizeitanlagen eine Verbesserung ihrer Finanzlage, insbesondere durch **Steuereinnahmen**. Dabei sind vor allem die Grundsteuer, die Gewerbesteuer sowie die Fremdenverkehrsabgaben von Interesse.<sup>667</sup> Unter Umständen profitiert die Gemeinde auch von höheren Einnahmen aus der Lohn- und der Einkommenssteuer, besonders, wenn durch die Ansiedlung der Einrichtung ein Zuzug von Arbeitnehmern in die Standortgemeinde erfolgt. Dies wirkt sich demzufolge auch auf die Umlandgemeinden aus, wenn die Arbeitskräfte aus der Region kommen. Da jedoch immer mehr saisonale und/oder Teilzeitarbeitsplätze in niedrigen Lohnklassen geschaffen werden, dürfte die zu entrichtende Lohnsteuer meist nicht sehr hoch sein.<sup>668</sup>

Zu berücksichtigen ist weiterhin, dass die Ausgleichsregelungen des Finanzausgleichs dazu führen, dass den Gemeinden Mehreinnahmen an Grund- und Gewerbesteuern als Folge von Betriebsansiedlungen nur zum Teil verbleiben.<sup>669</sup> Im Rahmen des Finanzausgleichs werden der Finanzbedarf und die (fiktive) Finanzkraft miteinander verglichen und die Finanzkraft der finanzschwächeren Gemeinden durch Zuweisungen des Landes an die stärkeren Gemeinden angeglichen. Da diese Zuweisungen verringert werden, wenn durch Ansiedlung einer Freizeit(groß)anlage Steuereinnahmen erzielt werden, kommen die Mehreinnahmen nicht nur der Standortgemeinde, sondern auch anderen Gemeinden und dem Land zugute. Im Falle der Fremdenverkehrsabgaben ist die Situation für die Standortgemeinden günstiger, da diese nicht in den Finanzausgleich eingehen. Sie gehören zu den sog. „Kleinen Gemeindesteuern“.<sup>670</sup>

„Hat das Unternehmen Betriebsstätten in mehreren Gemeinden, muss der Steuermessbetrag [zudem] auf die einzelnen Gemeinden verteilt werden (Zerlegung). Zerlegungsmaßstab sind die in den einzelnen Gemeinden anfallenden Arbeitslöhne (Steuerzerlegung).“<sup>671</sup>

Des Weiteren erhoffen sich die Kommunen durch die Neuansiedlung einer Freizeiteinrichtung zum Teil Einsparungen infolge der Verringerung der Betriebsausgaben von Infrastruktureinrichtungen.<sup>672</sup>

Durch die Ansiedlung einer Freizeitanlage entstehen der Kommune aber nicht nur positive Effekte in Form von Einnahmen und Einsparungen, sondern auch negative Auswirkungen. Um die Voraussetzungen für die Anlage zu schaffen, sind von der Gemeinde oft eine Reihe von infrastrukturellen Vorleistungen zu erbringen. Bei kleineren Gemeinden besteht zudem die Gefahr, dass sie sich, in Erwartung zukünftiger,

666 Institut für Stadtforschung und Strukturpolitik (IfS) (Hrsg.), Abschätzung der Umweltfolgen künftiger Freizeitgroßeinrichtungen und –infrastrukturen für die Region Berlin-Brandenburg, Berlin 1994, S. 35.

667 Bernd Mielke; Helga Sander; Hartmut Koch, Großflächige Freizeiteinrichtungen im Freiraum. Freizeitparks und Ferienzentren, ILS-Schriften 75, Dortmund 1993, S. 32.

668 Institut für Stadtforschung und Strukturpolitik (IfS) (Hrsg.), Abschätzung der Umweltfolgen künftiger Freizeitgroßeinrichtungen und –infrastrukturen für die Region Berlin-Brandenburg, Berlin 1994, S. 37.

669 Bernd Mielke; Helga Sander; Hartmut Koch, Großflächige Freizeiteinrichtungen im Freiraum. Freizeitparks und Ferienzentren, ILS-Schriften 75, Dortmund 1993, S. 33.

670 Bernd Mielke; Helga Sander; Hartmut Koch, Großflächige Freizeiteinrichtungen im Freiraum. Freizeitparks und Ferienzentren, ILS-Schriften 75, Dortmund 1993, S. 32.

671 <http://de.wikipedia.org/wiki/Gewerbesteuer>, Zugriff 18.07.2005

672 Bernd Mielke; Helga Sander; Hartmut Koch, Großflächige Freizeiteinrichtungen im Freiraum. Freizeitparks und Ferienzentren, ILS-Schriften 75, Dortmund 1993, S. 32.

größerer Gewerbesteuereinnahmen, durch Kreditaufnahme erheblich verschulden. Rentiert sich die Anlage dann nicht, fallen diese erhofften Einnahmen für die Gemeinde weg. Sie geht also ein erhöhtes Risiko mit diesen Vorleistungen ein. Es besteht aber (seitens der Gemeinde) beispielsweise die Möglichkeit, die Investoren an den entstehenden Infrastrukturkosten zu beteiligen, um diesem Risiko vorzubeugen. Es müssen dann aber ebenfalls die mittel- und langfristig entstehenden infrastrukturellen Folgekosten einkalkuliert werden. Für den Fall, dass sich die Anlage nicht rentiert oder der Bau nicht beendet wird, kommen auf die Kommune unter Umständen die finanziellen Folgekosten einer Investitionsruine zu.<sup>673</sup> Schließlich müssen die öffentlichen Freizeiteinrichtungen und –anlagen unterhalten werden, was den kommunalen Haushalt ebenfalls belastet.

## FAZIT

Ob also die ökonomischen Auswirkungen von Freizeiteinrichtungen eher positiv oder negativ sind, hängt von vielen Faktoren ab und kann deshalb nicht pauschal bewertet werden. Die lokale Wirtschaft spielt dabei genauso eine Rolle wie z. B. der Freizeitanlagentyp. Eine Einzelfallbetrachtung wäre hier notwendig.

Auch die Frage, ob die in der Standortgemeinde ansässigen kommerziellen sowie die kommunalen Freizeiteinrichtungen eventuell voneinander profitieren oder ob sie eher in Konkurrenzbeziehung stehen, kann nicht eindeutig geklärt werden. Dies bedarf einer genauen Erhebung, z. B. in Form einer Befragung von Gemeindevertretern sowie privaten Investoren.

## Quellen:

Institut für Stadtforschung und Strukturpolitik (IfS) (Hrsg.), Abschätzung der Umweltfolgen künftiger Freizeitgroßeinrichtungen und –infrastrukturen für die Region Berlin-Brandenburg, Berlin 1994

Mielke, Bernd; Sander, Helga; Koch, Hartmut u.a., Großflächige Freizeiteinrichtungen im Freiraum: Freizeitparks und Ferienzentren, Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes NRW (ILS) (Hrsg.), ILS Schriften 75, Dortmund 1993

Voßbürger, Petra; Weber, Andrea, Planerischer Umgang mit Freizeitgroßprojekten. Bausteine zum Konfliktmanagement am Beispiel eines „Center Parcs“-Projektes, Dortmunder Beiträge zur Raumplanung; 86, Dortmund 1998

<http://de.wikipedia.org>

## weiterführende Literatur:

Strasdas, Wolfgang, Ferienzentren der zweiten Generation: Ökologische, soziale und ökonomische Auswirkungen, Kurzfassung des Forschungsberichtes im Auftrag des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) (Hrsg.), Bonn 1992a

---

<sup>673</sup> Institut für Stadtforschung und Strukturpolitik (IfS) (Hrsg.), Abschätzung der Umweltfolgen künftiger Freizeitgroßeinrichtungen und –infrastrukturen für die Region Berlin-Brandenburg, Berlin 1994, S. 37.

*Morgan Delaney*

## 8. Planung / Konzepte / Strategien

### 8.1 Standortfaktor

Als Kernthesen bezüglich weicher Standortfaktoren (vgl. Kap. 3.3 und 3.4 Standortfaktoren) kann folgendes festgehalten werden:

- Innerhalb des ökonomischen und räumlichen Strukturwandels werden die in ökonomischen, „harten“ Kategorien faßbaren Dimensionen von **Lebensqualität** weniger wichtig, während wirtschaftliche Prosperität zunehmend durch die nichtökonomischen „weichen“ Dimensionen von Lebensqualität bestimmt wird.
- Dies geschieht, indem einerseits die Schlüsselfiguren des Innovationsprozesses und des Strukturwandels, nämlich die hochqualifizierten Beschäftigten, verstärkt bestimmte Ansprüche an die Lebensqualität des Raumes richten und ihre Arbeitsplätze in denjenigen Regionen wählen, die entsprechende „komparative Vorteile“ aufweisen.
- Andererseits übernehmen besonders diejenigen Betriebe, für die hochqualifizierte Beschäftigte eine große Bedeutung spielen, diese Präferenzen in ihrer Investitionsentscheidung, die generell von „harten“ Bestimmungsfaktoren unabhängiger werden<sup>674</sup>.

Zunächst ist die ökonomische Bedeutung eines Raumes durch seine Eignung/Nicht-Eignung als Standort für Produktion gegeben. Sowohl die Abhängigkeit von Nähe zu Input-Faktoren als auch zu Output-Faktoren (es gibt für Großunternehmen fast keinen unersetzbaren Markt mehr) bedeutet, dass Unternehmen bei der Auswahl eines Standortes flexibler werden. Durch die praktische Ubiquität von In- und Output-Faktoren sind somit die Bedingungen für eine Homogenisierung des Raumes geschaffen.

Die Theorie der weichen Standortfaktoren versucht zu erklären, warum trotzdem nur bestimmte Räume/Agglomerationen einen Zuwachs verzeichnen können. Die Theorie besagt, dass die Industrien nicht wirklich „footloose“ geworden sind, sondern, dass sie bloß von den „traditionellen“ Zwängen befreit sind, dafür aber den neuen „weichen“ Zwängen unterliegen. Insbesondere sind es die „weichen“ Standortfaktoren und deren Bedeutung in der verstärkten **Konkurrenz** zwischen Städten, die eine bedeutende Rolle in der Diskussion um Freizeitpolitik und deren Ausgestaltung spielen<sup>675</sup>.

Einer der neuen Zwänge ergibt sich aus der wachsenden Bedeutung qualifizierter Arbeit und Wissen. Um solche Arbeitskräfte leichter anzuwerben, siedeln sich die Unternehmen zunehmend dort an, wo es günstige Reproduktionsmöglichkeiten für die Arbeitskräfte gibt. Die hier zugrunde liegende Annahme ist, dass die Qualität eines Raumes als Raum der Produktion sich aus seiner Qualität als Raum der **Reproduktion** oder des **Konsums** ableitet.

Die räumliche Qualität ist nur schwer messbar, da es sowohl um die Qualitäten der Gegend, als auch um das Bild, das mit dem Ort assoziiert wird (Image), geht. Der Begriff „weicher“ Standortfaktor rührt auch daher, dass es sich um einen nur schwer messbaren Faktor handelt.

---

<sup>674</sup> Christian Diller, Weiche Standortfaktoren, Berlin, 1990, S.9-10

<sup>675</sup> Christian Diller, Weiche Standortfaktoren, Berlin, 1990, S.10

Weiche Standortfaktoren lassen sich einer oder mehrerer der vier folgenden Kategorien zuordnen<sup>676</sup>:

- Reproduktionsbereich: Dieser umfasst unter anderem Wohnqualität, Landschaft oder Kultur.
- Politisches und ökonomisches Klima, also Verwaltungsflexibilität und –zügigkeit.
- Image: Diese Kategorie besteht aus Mischfaktoren der ersten zwei Kategorien, ist aber weniger verifizierbar.
- Persönliche Präferenzen: Diese Kategorie umfasst rein persönliche, subjektive Faktoren, die möglicherweise nicht zu den anderen Kategorien passen.

An dieser Stelle sind die weichen Standortfaktoren insofern interessant, als dass sie mit unserem Verständnis von Freizeit übereinstimmen. Das beinhaltet die erste und zweite Kategorie. Wenn diese Faktoren ausreichend vorhanden sind, gewinnt die Kommune ein entsprechendes Image, bzw. kann sie sich damit beschäftigen, ihr Image zu vermarkten. Die vierte Kategorie kann erst einmal vernachlässigt werden, da es bedeuten würde, dass man teure Investitionen betätigt, um einzelnen, zum Beispiel den Unternehmern, zu gefallen.

Weiche Standortfaktoren sind zum Teil quantitativ messbar, z.B. kann man das Kulturangebot messen, indem die Anzahl der Veranstaltungen pro Jahr gezählt werden, trotzdem ist es schwierig, diese Kalkulation bei Standortentscheidungen zu erfassen. Ist es zum Beispiel vorteilhafter ein großes Opernhaus zu unterhalten, um „die Chefs“ anzulocken, oder hält man lieber eine große Vielfalt kleinerer Revues, wo auch die Angestellten sich angesprochen fühlen, bereit?

Obwohl nicht immer quantifizierbar, ist die Einbeziehung von weichen Standortfaktoren nicht unbedingt irrational, das Image spielt eine Rolle, da ein positives Image des Standorts hilft, das Image der Unternehmen zu verbessern. Die höheren Löhne, die man in Deutschland im Gegensatz zu den Entwicklungsländern erzielt, werden damit gerechtfertigt, dass die Arbeitskräfte produktiver sind. Somit ist es also wichtig, dass das Angebot im Reproduktionsbereich (und hierzu zählt ebenfalls die Freizeit) für die Arbeitskräfte ausreichend zur Verfügung steht, damit sie für ihre Tätigkeiten erholt und weiterhin produktiv sind.

Allerdings ist die nachvollziehbare Argumentation der Befürworter der Theorie der weichen Standortfaktoren auf Widersprüche gestoßen. Diese Theorie besagt, dass die Unternehmen ihre Standorte jetzt aussuchen, um Arbeitskräfte leichter zu finden. Oder es wird für sie günstiger, denn wenn ein Unternehmen Arbeitnehmer in eine schlechter ausgestattete Stadt wirbt, muss es einen höheren Lohn anbieten als in einer Stadt, die für Arbeitnehmer attraktiv ist. Es sind hier in erster Linie die „neuen Professionellen“<sup>677</sup> gemeint. Grob gesagt sind die „neuen Professionellen“ hochqualifizierte Selbständige oder Beschäftigte, die in den zukunftssträchtigen Wirtschaftsbereichen arbeiten. Diese Gruppe fühlt eine hohe Einbindung in ihre Arbeit, da sie in verantwortungsvollen Positionen arbeiten, die ihnen ein gewisses Maß an Selbstverwirklichung erlaubt. Sie verbringen mehr Zeit im Büro als andere Gruppen, die Arbeit ist in vielen Fällen fast Hobby. Demzufolge haben sie weniger Zeit, das **Freizeitangebot** einer Kommune zu nutzen<sup>678</sup>.

Obwohl Freizeitaktivitäten aller Art als immer wichtiger bewertet werden je höher das Bildungsniveau der Befragten ist, haben die neuen Professionellen am wenigsten Nutzen davon. Für sie ist die Wanderung

---

676 Christian Diller, Weiche Standortfaktoren, Berlin, 1990, S.29

677 Christian Diller, Weiche Standortfaktoren, Berlin, 1990, S.76

678 Christian Diller, Weiche Standortfaktoren, Berlin, 1990, S.81

von einer Stadt zur anderen eher durch den Job selbst, als durch die Qualität des Wohnumfeldes oder Freizeitangebotes bedingt<sup>679</sup>.

Sollte eine Kommune versuchen, sich durch den Ausbau ihres Freizeitangebots für Unternehmer attraktiver zu machen, ist dieser Versuch eine Gratwanderung zwischen Angeboten, die die Stadt attraktiv machen (zum Beispiel an neue Professionelle gerichtet) und solchen, die von der Bevölkerung im Ganzen benötigt werden und die dann auch tatsächlich genutzt werden. Für die neuen Professionellen ist es wichtiger die Wahl zu haben eine bestimmte Freizeitform auszuüben, als diese Freizeitform tatsächlich auszuüben.

Quellen:

Diller, Christian, Weiche Standortfaktoren, ISR, Berlin 1990

## 8.2 Politik

Das kommunale Angebot an Freizeiteinrichtungen bedarf zunehmender politischer und planerischer Beachtung. Dies ist vor allem steigenden Freizeitbedürfnissen und strukturpolitischen und regionalwirtschaftlichen Problemen durch unkoordinierte Freizeitplanung in der Vergangenheit zu verzeichnen<sup>680</sup>.

Ein weiterer wichtiger Faktor sind die Änderungen der Arbeitszeiten (vgl. Kap. 2.1.1 Arbeitszeitentwicklung). Die Ausdehnung oder Reduzierung der Arbeitszeiten wirkt sich unmittelbar auf das Freizeitverhalten aus:

- eine Verlängerung der täglichen Freizeit erfordert mehr **wohnungsnahe Freizeiteinrichtungen**
- eine Verlängerung der Wochenendfreizeit bedeutet verstärkte Inanspruchnahme der Ballungsrundzonen
- eine Verlängerung der Urlaubszeiten bedeutet wiederum Investitionen im Bereich der Weiterbildung und Fremdenverkehr<sup>681</sup>.

In der Vergangenheit gab es das größte Wachstum im Bereich der Wochenendfreizeit, diesem Bereich wurde entsprechende Aufmerksamkeit gewidmet. Eine Folge dieser Aufmerksamkeit war aber, dass wohnungsnahe Freizeit (welche immerhin 70% der Freizeit ausmacht) vernachlässigt wurde. Dies führte zu einer Unterversorgung an wohnungsnahen Freizeiteinrichtungen. Diese Unterversorgung war insbesondere in städtischen Verdichtungsräumen vorzufinden.<sup>682</sup>

Eine weitere „einseitige“ Entwicklung ist die Expansion des **kommerziellen Angebots**. Diese Angebote sind meistens an jüngere und vor allem an zahlungskräftige Menschen gerichtet. Diese Gruppe ist in der Lage, ihre Bedürfnisse gut auszudrücken, indem sie das Angebot wahrnehmen und entsprechend dafür zahlen oder nicht. Demzufolge ist die Kommune jetzt mit zwei ineinanderverwobenen Problemen konfrontiert. Zum einen muss sie jetzt Angebote insbesondere für kapitalschwache oder andere vernachlässigte Gruppen schaffen. Um attraktiv zu sein, müssen diese Angebote mit den kommerziellen Angeboten

---

<sup>679</sup> Christian Diller, Weiche Standortfaktoren, Berlin, 1990, S.83

<sup>680</sup> Matthes Bodenstedt, Die materielle Freizeitinfrastruktur in der Bundesrepublik Deutschland, Stuttgart, 1976, S. 9

<sup>681</sup> Matthes Bodenstedt, Die materielle Freizeitinfrastruktur in der Bundesrepublik Deutschland, Stuttgart, 1976, S. 9

<sup>682</sup> Matthes Bodenstedt, Die materielle Freizeitinfrastruktur in der Bundesrepublik Deutschland, Stuttgart, 1976, S. 10

standhalten können, d.h. höhere Ausgaben bei niedrigeren Einnahmen. Kommunale Freizeiteinrichtungen müssen nicht mit privaten Unternehmen konkurrieren, allein aus finanziellen Gründen ist dies nicht möglich. Kommerzielle Unternehmen sind aber die Maßgeber in diesen Bereich, sie sind es, die neue Trends entwickeln oder aufgreifen und sie machen ihre Angebote durch Werbungen attraktiv. Wenn die **Kommune** hofft die Freizeitwünsche ihrer Bürger befriedigen zu können dann muss sie etwas anbieten was nicht als minderwertiger angesehen wird. Dies bedeutet mehr Geld soll und muss am Anfang ausgegeben werden um die Bedürfnisse der Bürger zu ermitteln und um die Einrichtungen selbst etwas ansprechender zu gestalten. Eine besser besuchte Einrichtung ist jedoch eine, die sich besser halten kann, längerfristig wäre es also sinnvoller nicht immer auf möglichst viele Kosten zu verzichten. Das andere Problem ist, dass diese Gruppen auf vorhandene Freizeiteinrichtungen oder Aktivitäten angewiesen sind, da es für sie keine Alternative gibt, d.h. die Gruppen, die insbesondere ein öffentliches Freizeitangebot benötigen, können ihre Freizeitwünsche schlechter ausdrücken als diejenigen, die kommerzielle Angebote wahrnehmen. Dies führt zu einer Erschwerung der Bedarfsermittlung, die sowieso bis jetzt höchstens punktuell, wenn überhaupt, stattgefunden hat.

Daraus lassen sich die Ziele, die eine freizeitpolitische Konzeption verfolgen muss, herauskristalisieren. Dies beinhaltet unter anderem den Abbau gruppenspezifischer Benachteiligung, eine raumordnerisch sinnvolle Umlenkung der Nachfrage sowie ein besseres Bündeln von Angeboten, um sich gegenseitig störende Aktivitäten auszuschließen. So kann durch gegenseitig ergänzende Freizeitformen eine optimale Nutzung und Auslastung gewährleistet werden, ebenso wie die Sicherung und ein infrastruktureller Ausbau von Freizeitformen im Wohnumfeld<sup>683</sup>. Dies kann erst dann erfolgen, wenn die Bedeutung der Freizeit- und Erholungspolitik erkannt wird und sie als ernsthafte Aufgabe von der Bundesregierung verstanden wird. Um diese Stellung einzunehmen, muss eine Umstrukturierung der Zuständigkeiten innerhalb der Freizeitpolitik stattfinden.

Nach Romess-Stracke heißt es, „bei der derzeitigen Struktur der Planungsbürokratie ist davon auszugehen, dass ein wichtiger Gesichtspunkt nur dann die ihm inhaltlich und bedeutungsmäßig angemessene Vertiefung erfährt, wenn er strukturell konfliktfähig ist.“<sup>684</sup>

Ein anderer Vorschlag wäre das Querschnittskonzept „Leitplan Freizeit“<sup>685</sup>, der erste Schritt wäre die Erstellung eines Freizeitkatasters. Eine **Bestandsermittlung** bestehender Einrichtungen ist für alle Bereiche der Planung unabdingbar, für Freizeit aber ist es besonders wichtig, da dies ein Aufgabenfeld mit sehr schnell wechselnden Bedürfnissen ist. Das Kataster muss auch fortschreibungsfähig sein. Die Schwierigkeiten, die bei so einem Vorhaben unausweichlich sind: „nach welchen Kriterien definiert man Freizeit?“ „Welche Prioritäten soll man setzen?“ Man sollte sich von diesen Schwierigkeiten nicht abschrecken lassen, sondern sie als eine Bestätigung für dringlichen Handlungsbedarf sehen, denn nur als kompetenzübergreifendes Ressort ist die Freizeitpolitik sinnvoll und handlungsfähig.

Anhand des Katasters soll ein Leitplan erstellt werden, der aus Teilkonzepten der einzelnen Ressorts besteht. Damit der Leitplan an die Bedürfnisse der Bürger anpassbar ist, muss er sich bewusst auf einen Rahmencharakter beschränken, da es zum einen sowohl die formelle, als auch die informelle Freizeitinfrastrukturen sind, die für die Freizeitqualität einer Stadt bedeutungsvoll sind. Zum anderen ist es aber auch die Wahlfähigkeit der Bürger, nach Belieben eine Freizeitaktivität zu verfolgen, die zum größten Teil zur Un-/Zufriedenheit mit dem Freizeitangebot beitragen.

---

683 Matthes Bodenstedt, Die materielle Freizeitinfrastruktur in der Bundesrepublik Deutschland, Stuttgart, 1976, S. 10-12

684 Michael Denkel, Die zukünftige Integration der Funktion Freizeit in die Konzepte der Stadtplanung, Berlin, 1991

685 Michael Denkel, Die zukünftige Integration der Funktion Freizeit in die Konzepte der Stadtplanung, Berlin, 1991

Haupttätigkeit des Leitplans ist sowohl einen Überblick über den Bestand und die Bestandsstruktur und Verteilung zu schaffen, als auch eine Bewertung dieser zu ermöglichen. Am Besten eignet sich ein spezieller Arbeitskreis. Die Aufgabe soll einem geeigneten, schon bestehenden Amt, zum Beispiel dem Stadtentwicklungs- oder dem Planungsamt zugeordnet werden. Um den Prozess zu beschleunigen, könnten auch „ad-hoc“ Organisationen gebildet werden. Alle Fachämter sollen von Anfang an daran beteiligt sein, spezielle Freizeitbeauftragte sind im Idealfall zusätzlich hilfreich.

Ob diese Ressortbildung stattfindet darf man bezweifeln, auf jeden Fall ist eine Änderung bzw. Erweiterung der Aufgabe der Freizeitpolitik notwendig, um diesem Thema gerecht zu werden. Als Mindestanforderung müssen eine horizontale (Freizeitpolitik als Querschnittsaufgabe) und vertikale Koordination (Koordination der Planungsebenen, Forschungsförderung) angestrebt werden<sup>686</sup>.

Eine weitere Erkenntnis, die sich jetzt langsam durchsetzt, ist die Bereitstellung nicht nur von Freizeiteinrichtungen, sondern auch von Informationen über diese.

Die drei Bedingungen für ein als optimal bewertetes Freizeitangebot sind:

- Die Bürger müssen das Gefühl haben, dass sie ihre Freizeit frei wählen können, ein differenziertes Angebot muss vorhanden sein
- Der Bürger muss diese Angebote auch wahrnehmen können, d. h. er muss Geld, Zeit, Zugang zum Angebot haben und physikalisch in der Lage sein es zu nutzen
- Um eine breitere Akzeptanz und auch Beliebtheit für das Angebot zu gewinnen, muss die Kommune ihr Angebot aktiv an die Wünsche und Bedürfnisse seiner Bürger anpassen. Dies kann sie zum Beispiel tun indem sie ihr Augenmerk auf die privaten Investoren richtet. Es besteht seitens der öffentlichen Hand die Pflicht die Bürger über ihre Angebote zu informieren (Gestaltung, Sortiment und Formen der Darbietung)<sup>687</sup>.

Besonders die dritte Bedingung soll die Kommune als Handlungspunkt aufgreifen, (man kann davon ausgehen, dass private Freizeitanbieter dies für selbstverständlich halten) da diese am direktesten beeinflusst werden kann. Das Beispiel amerikanischer Museen soll die Kommunen anspornen, sich von „rein schulischen Ausstellungsplätzen zur multifunktionalen Stätte der Unterhaltung“ zu wandeln. Es geht hier nicht darum, dass zum Beispiel Museen auf Kosten des Inhalts immer möglichst viele Besucher haben, es geht also nicht um ein „dumbing down“ von Bildungsorten. Vielmehr geht es um eine Attraktivierung dieser Orte. Zum einen bedeutet dies, dass die Wertschätzung dieser Orte in der Bevölkerung steigt, zum anderen ermöglicht es, diese Orte mit weniger Verlusten zu betreiben.

## Quellen:

Bodenstedt, Matthes, Die materielle Freizeitinfrastruktur in der Bundesrepublik Deutschland, Kohlhammer, Stuttgart, 1976

Denkel, Michael, Die zukünftige Integration der Funktion Freizeit in die Konzepte der Stadtplanung, Berlin, 1991

---

<sup>686</sup> Matthes Bodenstedt, Die materielle Freizeitinfrastruktur in der Bundesrepublik Deutschland, Stuttgart, 1976, S. 10

<sup>687</sup> Matthes Bodenstedt, Die materielle Freizeitinfrastruktur in der Bundesrepublik Deutschland, Stuttgart, 1976, S. 19

### 8.3 Public-Private-Partnerships

Public-Private-Partnerships (PPPs) beschreibt eine Zusammenarbeit öffentlicher und privater Akteure, zum Beispiel bei der Erstellung, Finanzierung oder dem Management bisher öffentlich erbrachter Leistungen. Seit Mitte der 70er Jahre wird die PPP als Lösungsansatz für die Bewältigung der unterschiedlichsten kommunalen Aufgaben gesehen.

Die Gründe, warum PPPs an Bedeutung gewonnen haben, sind:

- Die Notwendigkeit einer Vielzahl an Erneuerungs- und Modernisierungsprojekten, hervorgerufen durch die Wiedervereinigung und durch die Stärkung der regionalen Konkurrenz
- Kompetenzmangel der kommunalen Verwaltung bei der Planung und Realisierung dieser Projekte
- Deregulierungspolitik: „mehr Markt und weniger Staat.“ PPPs sind nicht isolierte Strategien, sondern ein Teil eines generellen Modernisierungsprozesses.
- Die Finanzknappheit der öffentliche Haushalte<sup>688</sup>.

Vor allem die Finanzknappheit der öffentliche Haushalte lassen die Kooperation mit dem Privatsektor als sinnvoll erscheinen, da PPPs einen Zugang zu privatem Kapital erlauben, um öffentliche Aufgaben zu bewältigen. Zum anderen wird professionelle und effiziente Aufgabenerfüllung erzielt, dies führt zu einer Kostenreduzierung. PPPs ermöglichen die Beschleunigung von Projekten oder erlauben die Entstehung von Projekten an Orten, die für Investoren normalerweise nicht attraktiv sind.

Erfahrungen zeigen allerdings, dass die Entlastung der kommunalen Haushalte oft aus der Bereitstellung von Fördermitteln durch andere öffentliche Gebietskörperschaften erfolgt, und nur zu geringerem Teil aus der Aktivierung privaten Kapitals. Die Entlastung stellt oft eher eine Umschichtung öffentlichen Geldes dar. Nach Definition von Heinz sind die Partner auf der Privatseite als **Akteure** aufzufassen, die privates Kapital einsetzen, womit er eigentlich nur zwischen PPPs und Bürger als Akteure unterscheidet, was nicht ganz zutreffend ist.

Tab. 32: Vor- und Nachteile von PPPs<sup>689</sup>

Vorteile	Nachteile
Im Rahmen der städtischen Konkurrenz können PPPs an lokalen Stärken und Schwächen besser anknüpfen	Fehlende Kontrolle und Steuerung der Projekte
Schneller, flexibler und gezielter arbeiten können	Der Verzicht auf langfristige Perspektiven zugunsten kurzfristiger betriebswirtschaftlicher Kalkulation
kreativer und kompetenter arbeiten können	

Quelle: eigene Darstellung

<sup>688</sup> Heinz und Scholz, Public Private Partnership in Städtebau, , Berlin, 1996, S.

<sup>689</sup> Heinz und Scholz, Public Private Partnership in Städtebau, , Berlin, 1996, S.

PPPs können die unterschiedlichsten Formen annehmen. Es gibt keine vorgeschriebene Arbeitsform. In den meisten Fällen stellen sie gemeinsam ausgehandelte Vereinbarungen und Verträge, aber auch gemeinsame Gesellschaften dar. Was PPPs immer gemeinsam haben (sollen) ist ein projektbezogenes Ziel, beide Akteure haben jeweils andere spezifische Ziele. PPPs sind erfolgreicher, je mehr alle Ziele übereinstimmen. Es gibt kein allgemein gültiges Verfahrenskonzept, jedoch ist es immer sinnvoll (besonders für die weniger „erfahrene“ öffentliche Hand) über die Vertragsgestaltung, Kompetenzverteilung, Kostenkalkulation und Finanzierungsstrategien am Anfang zu entscheiden.

Formen der PPPs:

- zwei selbständige Rechtssubjekte verpflichten sich vertraglich
- intermediär, d.h. einer Organisation werden Befugnisse übertragen oder/aber sie wird von Vorschriften befreit, diese Organisation verfügt über ihre eigenen Mittel.
- gemischt-wirtschaftliche Gesellschaften: öffentliche und private Hand arbeiten zusammen.

Die Initiative für PPP-Projekte geht in den meisten Fällen von der öffentlichen Hand aus. Es existiert eine klare Aufgabenverteilung. In den meisten Fällen fungieren die Privaten als Projektentwickler und Bauherren. Die Verwaltung beschleunigt den Prozess, indem sie zum Beispiel Verfahrens- und Investitionshürden abbaut, oder sie schafft Planungsrecht, stellt Akzeptanz für das Projekt her, oder beschäftigt sich mit der Akquisition von Fördermitteln. Ob das Projekt von der öffentlichen Hand verwaltungsintern oder – extern durchgeführt wird, hängt meist von der Größe der Stadt/Kommune ab.

Kommunalpolitiker betrachten PPPs meist mit Skepsis, da ihre Verfahrenskompetenzen und Kontrollmöglichkeiten oft durch zum Beispiel Geheimhaltungspflicht reduziert sind. Außerdem ist die Einbindung der Kommunalpolitik nach Meinung der Skeptiker nicht ausreichend, da das marktspezifische Wissen seitens der öffentlichen Hand fehlt. PPPs können für die öffentliche Hand auch viele Nachteile haben, zum Beispiel bei Vertragsrücktritt der privaten Partner oder Nichtausführung von Tätigkeiten, die versprochen oder erwartet wurden. Um die Nachteile zu vermeiden, muss ein klares Bild von der Realität eines PPPs gewonnen werden. PPPs sind Zweckbündnisse, nicht „Patentlösungen.“ Alle Akteure müssen als gleichwertige, d.h. gleichermaßen informierte, qualifizierte und zielbewusste Akteure handeln können. Auch die Möglichkeiten und Grenzen müssen realistisch eingeschätzt werden. Dies kann unter anderem dadurch erreicht werden, indem man die Kooperation am Anfang vertraglich festsetzt. So banal es klingt, dieser Schritt wurde früher oft vergessen. Die privaten Akteure (hiermit sind überwiegend private Investoren, nicht Bürger gemeint) werden von der öffentlichen Hand als Möglichkeit gesehen, öffentliche Aufgaben zu lösen, hierbei profitieren die privaten Akteure von Problemen, die andere private Akteure verursacht haben. Durch die Erschöpfung öffentlicher Mittel wurde die Notwendigkeit zur Finanzierung von Erneuerung und Modernisierungsmaßnahmen durch private Anbieter hervorgerufen, wodurch die PPPs zumindest in der BRD zur Patentlösung werden könnten.

Die Frage ist hier, ob PPPs zu einer Art Fortschritt führen, oder zu einem Teufelskreis. Knappe Kassen rufen einen Impuls für Deregulierung hervor, Deregulierung bedeutet weniger Kontrolle über Angebote, aber auch über manche Güter- und Arbeitsteilmärkte, und führen somit zu weniger Kontrolle über die langfristige wirtschaftliche Entwicklung eines Landes oder einer Region. Deregulierung bedeutet auch, dass die öffentliche Hand ihre Ressourcen oder ihren Besitz an Private übergibt, man verkauft Strom oder Abfallentsorgung an Private, um neue Schulden zu finanzieren oder alte Schulden zu tilgen. Wenn die öffentliche Hand ihre gesamten Ressourcen verwenden muss, um die erste Krise zu überleben, sind die Folgen einer zweiten Krise katastrophal. Ein weiteres Problem kann auftreten, wenn auf das PPP-Modell

zurückgegriffen wird um bestimmte Angebote in einem Gebiet zu sichern oder anzulocken, nämlich die Privatisierung von öffentlichen Flächen.

Mittlerweile treffen insbesondere große Vorhaben von PPPs auf ungünstige Rahmenbedingungen, unter anderem sinkende Gewinnchancen auf Bauland und Grundstückspreise bei Büro- und Gewerbenutzungen, sowie verringerte Chancen der Städte für eigene finanzielle Anreize wegen Haushaltsdefiziten. Wegen der ungünstigen Bedingungen für Großprojekte konzentrieren sich die Aktivitäten der PPPs zunehmend auf den Bereich der Finanzierung, Erstellung oder Management, statt auf die Realisierung.

Andere Beispiele für die Einbeziehung Privater in öffentliche Aufgaben:

- **Städtebauliche Entwicklungsmaßnahmen:**

Sie sind aus dem früheren Städtebauförderungsgesetz entwickelt. Ziel hierbei ist es, Bauland für Private verfügbar zu machen, um es zu erschließen und um eine schnelle Bebauung durchzuführen.

Aufteilung: Die öffentliche Hand regelt die förmliche Festlegung und ein privater Entwicklungsträger führt die Maßnahmen durch. Da dessen Tätigkeit treuhändlerisch erfolgt, wird die Kommune selbst wirtschaftlich tätig. Der Vorteil ist die Bodenwerterhöhung, die die Gemeinde abschöpft. Der Nachteil ist, dass ein Gewinn nur in Gebieten mit Entwicklungsdruck zu erwarten ist, diese Strategie ist also nicht überall einsetzbar.

- **Der Vorhaben- und Erschließungsplan**

Er ist ein vereinfachtes Verfahren ohne B-Plan. Er wird unter Beachtung einer Planungshoheit von einem privaten Investor entwickelt. Er ist eine Kombination aus Vertrag und Bebauungsplan.

- **Die Auslagerung von Teilen der Entsorgungsaufgaben an öffentlich- private Unternehmen**

Die kommunale Beteiligung muss bei mindestens 51% bleiben. Diese Form der „PPP“ wird bisher nur in großen Städten Deutschlands eingesetzt. Vorteile sind die Vereinfachung der Entscheidungsstruktur, Unabhängigkeit von haushaltsrechtlichen Vorschriften und verwaltungsunabhängiges Personalmanagement. Der Hauptnachteil ist, dass für die Nutzer höhere Kosten für den angebotenen Service entstehen.

- **Immobilien-Leasing**

Gebäude werden für die Kommune von einem privaten Investor erstellt und finanziert und dann über einen Vertrag an die Kommune zur Nutzung übergeben. Diese Form ist längerfristig mit höheren Kosten verbunden, auch wenn die Kommune wiederum an andere Private untervermietet. Außerdem kann es im Falle von Schäden oder Reparaturarbeiten zu hohen Risiken führen.

- **Kommunale Immobilienfonds**

Sie dienen zur Beschleunigung kommunaler Bauvorhaben und bestehen aus Anteilszertifikaten und Fremdkapital. Das Geld ist zweckbestimmt, d.h. es darf nur für einzelne spezifizierte Objekte aufgewendet werden. Abhängig von bestimmten Rahmenbedingungen, zum Beispiel Verzinsung oder dem Anteil an Eigenkapital, kann diese Form der privaten Kooperation für die Kommunen lohnenswert sein. Durch das komplizierte Regelungsverfahren stößt sie jedoch auf wenig Resonanz.

Andere Formen der Beteiligung, die normalerweise im Verkehrssektor zu finden sind:

- **Leasing-Verfahren**

Dieses Verfahren funktioniert ähnlich wie das Immobilien-Leasing, der Hauptunterschied ist, dass sich Straßen in der Regel nicht an Dritte verkaufen lassen. Dies führt zu Besonderheiten bei der vertraglichen Regelung.

- **Betreiber-Modell**

Verkehrsprojekte werden durch Dritte vollständig durchgeführt und dürfen nur gegen Gebühr benutzt werden. Diese Gebühren decken meist nur die Kosten der Instandhaltung, aber nicht die Kapitalrückzahlung. Werden diese Kosten vom Staat übernommen, entstehen demzufolge höhere statt niedrigere Kosten.

- **Konzessionsmodell**

Das Konzessionsmodell funktioniert wie das Leasing-Modell, aber umgekehrt: Der Bund zahlt Geld an die Privaten, bis das Objekt ihm gehört. Dieses Modell kostet in der Regel mehr, weist aber weniger Probleme auf als die anderen. Da die Arbeit auch schneller voranschreiten kann, ergeben sich Multiplikatoreneffekte.

Die Einsetzbarkeit dieser Modelle im Bereich der Freizeit hängt immer von dem jeweiligen Vorhaben ab. Alle Modelle haben ihre Vor- und Nachteile. Hier sollte angemerkt werden, dass schlechte Erfahrungen mit PPP-Modellen nicht entstehen, weil es mit der Partnerschaft nicht geklappt hat, sondern weil das falsche Modell gewählt wurde. Ohne Marktinformation und Know-How der Unternehmen kann es für die öffentliche Hand schwierig werden zu wissen, wann sie welches Partnerschaftsmodell einsetzen soll.

So behält zum Beispiel die öffentliche Hand mit dem Konzessionsmodell noch ihre Kontrolle über die Gesamtentwicklung des Vorhabens, dieses Modell ist aber für Investoren eher unattraktiv. Es bietet sich also an das Konzessionsmodell dann einzusetzen, wenn Kontrolle des Angebots wichtig ist, der potentielle Markt aber trotzdem für den Investor profitabel ist. Sonst wird ein Vorhaben scheitern. Da die Kontrollmöglichkeiten im Bereich der Freizeit (für) unwichtig (gehalten) werden, eignet sich das Konzessionsmodell nicht besonders gut im Bereich der Freizeit.

Im Bereich der Freizeit gewinnt selbstorganisierte Freizeit an Bedeutung durch eine Reihe von Gründen. Zum einen findet ein Freizeitangebot von Bürgern für Bürger eine hohe Resonanz unter der breitere Bevölkerung, was hilft Unterstützung und Akzeptanz für das Projekt zu schaffen. Selbstorganisierte Freizeit ist selten spektakulär, bildet aber einen wichtigen Teil der Freizeitlandschaft und wird bald nach ihrer Entstehung auch von Menschen als notwendig erachtet, die sie nicht selbst in Anspruch nehmen. Selbstorganisierte Freizeit ist ortsgebunden, wie private Unternehmen – insbesondere Ketten – profitgebunden sind. Auch in schlechten Zeiten sind Menschen dazu bereit, ihre Freizeit selbst in die Hand zu nehmen, statt zum nächsten Markt zu gehen. Nachteile sind, dass zum einen oft ein Subventionsbedarf besteht, wobei dieser meistens geringer ist, als wenn die öffentliche Hand den gleichen Dienst anbieten würde und geringer, als das private Angebot im Falle einer Pleite sein kann. Außerdem ist es leider so, dass auch Kapital benötigt wird und nur ein Teil des benötigten Freizeitangebots kann selbstorganisiert werden. Abgesehen davon spricht selbstorganisierte Freizeit nicht jeden an. Insbesondere junge Leute sind generell eher abgeneigt in solchen „spießigen“ Projekten mitzuwirken, weder als Organisator noch als Kunde. Ein Beispiel für die erfolgreiche Umsetzung von selbstorganisierter Freizeit ist nachfolgend aufgeführt.

Bis jetzt wurden verschiedene Modelle der Einbindung von Privaten in die Geschäfte der Kommune aufgeführt, bei denen es in den meisten Fällen um die Einbindung von privatem Kapital oder privatem Wis-

sen ging. In einer weiteren Form von privater Einbindung geht es um die Einbindung von privatem Engagement (siehe auch 8.2 Politik). Es geht um von Bürgern betriebene Freizeiteinrichtungen. Auch hier gibt es keine Standardform. Wenn die Interessen der Kommune und der Bürger übereinstimmen, kann die Kommune ihren Besitz an kapitalschwache Private übergeben. Wo die Einrichtung wie „ein normales Unternehmen“ fungieren soll, spricht ein Gewinn gemacht werden soll, wird auf PPPs im oben beschriebenen Sinn gesetzt. Geht es aber darum, dass Kommune und Bürger eine bestimmte Einrichtung erhalten wollen und die Kommune kann sie aus finanziellen Gründen nicht mehr betreiben, dann kann diese Einrichtung durch das Engagement der Bürger wesentlich günstiger aufrechterhalten werden. Hierzu ein Beispiel:

#### **ELSEBAD: DAS BÜRGERBAD ELSETAL<sup>690</sup>.**

Ein Bürgerbegehren wurde gegen die Schließung des städtischen Bades in Schwerte-Ergste, Nordrhein-Westfalen<sup>691</sup> vor sechs Jahren initiiert. Das Besondere daran ist, dass viele Bürger, die gegen die Schließung waren, sich langfristig mobilisieren ließen. Heute sind die meisten Arbeiten am Bad unbezahlt von den Bürgern ausgeführt worden. Das Engagement der Bürger für das Bad zeigt sich in der liebevollen Gestaltung und zahlt sich durch stetig wachsende Besucherzahlen aus (130.000 Besucher im Sommer 2004). Bei moderaten Eintrittspreisen (3€ für Erwachsene, 1,50€ für Kinder) braucht das Bürgerbad einen Zuschuß von 50.000€ jährlich, statt 800.000€, die ein vergleichbares städtisches Bad benötigen würde. Es sind zwei Schwimmmeister beschäftigt.

Die steigende Attraktivität eines solchen Bürgerbades liegt nicht nur an den geringeren Kosten für die öffentliche Hand, sondern auch an den oft flexibleren Öffnungszeiten und Sonderveranstaltungen (bei Nacht kann man einem Mondscheinschwimmen mit Musik und Lichtinspirationen beiwohnen). Mittlerweile bietet das Elsebad darüber hinaus Beachvolleyball-Felder und ein Museumsdorf mit Geschichtswerkstatt, sowie besondere Veranstaltungen wie Mitternachtsfeten.

Kurz gesagt, es wird für die Kommunen immer deutlicher, dass die Übertragung der Bäder nicht nur billiger ist, sondern auch zu mehr Qualität und einer neuen Form der Beteiligung der Bürger an der Gestaltung ihrer Stadt beitragen kann.

#### Quellen:

Heinz, Werner und Carola Scholz, Public Private Partnership in Städtebau, Difu, Berlin, 1996

<http://www.kommunale-info.de/asp/search.asp?ID=2407>

<http://www.elsebad-schwerte.de/>

---

<sup>690</sup> <http://www.kommunale-info.de/asp/search.asp?ID=2407>, Zugriff 20.05.05.

<sup>691</sup> <http://www.elsebad-schwerte.de/>, Zugriff 20.05.05.

## 8.4 Daseinsvorsorge

Daseinsvorsorge beschreibt die staatliche Aufgabe zur Bereitstellung bestimmter Güter und Leistungen, die für die Sicherstellung des menschlichen Daseins oder für eine Sicherstellung wirtschaftlicher Tätigkeiten als notwendig erachtet werden. In Deutschland werden zu den Leistungen der Daseinsvorsorge die öffentlich zugängliche Versorgung mit Energie, Wasser, Abfallbeseitigung, Transport, Telekommunikation, Post, Informationsmedien, Finanzdienst- und Versicherungsleistungen, Bereitstellung eines grundlegenden Sozial- und Bildungswesens, soziale Dienste sowie äußere und innere Sicherheit, Justiz- und Personenstandswesen gerechnet<sup>692</sup>. Der französische Begriff „services publics“ kommt dem Begriff der Daseinsvorsorge am nächsten<sup>693</sup>. Um dies zu berücksichtigen, wurde die Beschreibung von „Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichen Interesse“ im Art.86 II im Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft aufgenommen. Die Begriffe sind aber inhaltlich nicht identisch. Es gibt gesetzliche Aufgaben wie zum Beispiel Verkehrsnetze oder Abwasserentsorgung, und freiwillige Aufgaben der Gemeinden. Hierzu zählen die Bereitstellung von (vielen) Einrichtungen für die Freizeit. Die Gemeinde ist dazu durch das Sozialstaatsprinzip, verankert in Art. 20 I des Grundgesetzes, verpflichtet<sup>694</sup>.

Der Staat kann im Rahmen seines Tätigwerdens die Aufgaben selbst erledigen, oder er kann Private mit deren Erledigung beauftragen. Diese Möglichkeit, die Aufgaben an Dritte zu übergeben, hat das Tor für die Privatisierung von zum Beispiel Energieversorgung geöffnet. Obwohl Daseinsvorsorge von vielen als verfassungsrechtlich geschützter Aspekt des Sozialstaatsprinzip verstanden wird, ist dies umstritten. Für die öffentliche Hand ist eine Entwicklung vom Leistungsstaat zum Gewährleistungsstaats zu verzeichnen, wenn die Aufgaben der Daseinsvorsorge vollständig privatisiert sind, obliegen diese Aufgaben nicht mehr der öffentlichen Hand. Somit ist ihre Möglichkeit zur Kontrolle oder Gestaltung dieses Bereichs ebenfalls verschwunden. Da es unter dem Grundgesetz keine vollständige Staatsaufgabenlehre gibt, kann die Daseinsvorsorge selbst nicht zu den verfassungsmäßigen Staatsaufgaben gezählt werden. Die Diskussion, von wem bestimmte Güter und Leistungen zu beziehen sind, darf weitergeführt werden.

Das Problem mit der Daseinsvorsorge als Aufgabe ist, dass sie keine genaue Definition hat. Selbst Ernst Forsthoff, der diesen Begriff formuliert hat, meinte knappe zwanzig Jahren danach, dass das Wort zum „Allerweltsbegriff“ geworden ist<sup>695</sup>. Das hat einige Länder aber nicht aufgehalten, den Begriff in ihre Gemeindeordnungen aufzunehmen. So gilt zum Beispiel in Bayern die kommunalwirtschaftliche Subsidiaritätsklausel nur „außerhalb der kommunalen Daseinsvorsorge.“ Wegen der Dehnbarkeit des Begriffes ist diese Regelung als problematisch zu erachten.

Es ist nicht nur die Privatisierung, die das Tätigwerden der Kommunen im Bereich der Daseinsvorsorge einschränkt, auch neue Entwicklungen im europäischen Wirtschaftsrechts können die Erledigung der Aufgaben der Kommunen gefährden<sup>696</sup>. Insbesondere ist dabei die Mitteilung der Kommission zu „Auslegungsfragen im Bereich Konzessionen und gemeinschaftsrechtlichen Bestimmungen zum öffentlichen Auftragswesen“ maßgebend.

---

<sup>692</sup> [http://www.spdfraktion.de/cnt/rs/rs\\_dok/0,,27222,00.htm](http://www.spdfraktion.de/cnt/rs/rs_dok/0,,27222,00.htm), Zugriff 21.05.05.

<sup>693</sup> <http://de.wikipedia.org/wiki/Daseinsvorsorge>, Zugriff 19.05.05.

<sup>694</sup> <http://www.kommunale-info.de/index.html?/Infothek/1068.asp>, Zugriff 20.05.05.

<sup>695</sup> <http://de.wikipedia.org/wiki/Daseinsvorsorge>, Zugriff 19.05.05.

<sup>696</sup> <http://www.kommunale-info.de/index.html?/Infothek/1068.asp>, Zugriff 20.05.05.

Im Koordinatensystem des EU Wettbewerbs und der Binnenmarktpolitik ist der Standort der kommunalen Wirtschaft nach zwei Faktoren bestimmt:

- sektorale Regelungen: Insbesondere wirken sich die Regelungen hier auf die Sektoren wie zum Beispiel Elektrizität, Gas und Verkehr aus.
- Horizontale Vorschriften wenden sich nicht an sektorielle Wirtschaftsbereiche. Beispiele solcher Regelungen sind die Transparenz- und Vergaberichtlinien<sup>697</sup>.

Transparenzrichtlinien haben schon zu Änderungen geführt, viele kommunale Unternehmen arbeiten jetzt effizienter. Über die Auswirkungen der Vergaberichtlinien steht dennoch ein großes Fragezeichen. Wenn eine Kommune einen Auftrag an Dritte zu vergeben hat (es sei denn, es handelt sich um rein innerorganisatorische Beziehungen), ist sie verpflichtet, dies im Rahmen eines Ausschreibungsverfahrens durchzuführen. Nach Auffassung des EU-Rechts sind auch die „eigenen“ Stadtwerke als Dritte zu verstehen.

In den meisten Fällen handelt es sich um Bereiche, für die es entweder schon einen europäischen Markt gibt (Elektrizität, ÖPNV), oder es handelt sich um „neue“ Märkte, die durch die Tendenz zur Privatisierung in anderen Ländern zur Zeit entstehen (Altenpflege, Schulbildung, Wasserversorgung). Die Besonderheit dieser neuen Märkte liegt darin, dass sie in Deutschland oft von freien Wohlfahrtsträgern durchgeführt werden und über Ausgleichszahlungen des Staates finanziert werden. Diese Ausgleichszahlungen könnten aber nach Art. 87 EGV als staatliche Beihilfe und somit als rechtswidrig angesehen werden. Viele Träger müssen dann rein privaten Anbietern weichen.

Da nach dem neuen Recht auch die eigenen Stadtwerke als Dritte zu betrachten sind, kann die Gemeinde sie auch nicht mehr für Marktinformation oder technische Erfordernisse benutzen. Die Frage ist, was passiert mit den kommunalen Unternehmen, wenn sie eine Ausschreibung nicht gewinnen? Unter den derzeitigen Bestimmungen dürfen sie nur an Ausschreibungen innerhalb des Gemeindegebiets teilnehmen. Wenn sie einen Auftrag nicht erhalten, dann müssen sie liquidiert werden.

Nach der Mitteilung der Kommission zu „Auslegungsfragen im Bereich Konzessionen und gemeinschaftsrechtlichen Bestimmungen zum öffentlichen Auftragswesen“ sollen die Kommunen auf private Finanzierung zurückgreifen, um Infrastruktureinrichtungen großer Reichweite schaffen zu können. Der Privatsektor verfügt über „Know-how oder besondere Erfahrungen.“ Dieses Know-how bedeutet, dass kommunale Unternehmen einem verzerrten Wettbewerb ausgesetzt sind.

Ferner besteht eine finanzielle Verzerrung auf dem Markt. Eine Kommune sollte sich ein kommunales Unternehmen durch Verlustausgleiche auf dem Markt halten, sie wird zum Beispiel, um das Know-how oder besondere Erfahrungen für das nächste Mal zu erlernen, gegen die „staatliche Beihilfe“-Regelung verstoßen. Europaweit agierende Konzerne andererseits können mit einer „Multi-Utility-Strategy“ führen<sup>698</sup>, eine Mischkalkulation, die es ihnen erlaubt, auch bei Verlusten am Markt zu bleiben. Sinn dieser Strategie ist es, entweder schlechte Zeiten zu überbrücken, oder aber andere Betreiber durch sehr niedrige Preise vom Markt zu drängen.

Man kann sich am Beispiel der 1998 durchgeführten Deregulierung des Energiesektors in Deutschland orientieren. 1998 begaben sich über 600 Anbieter auf den Markt, in ein Paar Jahren werden nach Schätzungen weniger als 100 übrigbleiben. Dies sind die Auswirkungen des Verdrängungseffekts. Eine weitere Folge ist der Verzicht auf Qualität oder Rücksicht auf Umwelterfordernisse. Allein der Preis zählt. Ein

---

<sup>697</sup> <http://www.kommunale-info.de/asp/search.asp?ID=1475>, Zugriff 20.05.05.

<sup>698</sup> [www.kommunale-info.de/asp/search.asp?ID=1501](http://www.kommunale-info.de/asp/search.asp?ID=1501), Zugriff 20.05.05.

Beispiel dafür ist die Diskussion um Kraft-Wärme-Kopplung, die bislang nur auf kommunaler Ebene von kommunalen Anbietern betrieben wird.

Diese Schwierigkeiten wurde zumindest teilweise von der EU erkannt, so schreiben sie in ihrer Mitteilung zu Leistungen der Daseinsvorsorge in Europa vom 20.09.2000, dass „die Aufgabe der Leistungen der Daseinsvorsorge und die Weise ihrer Erfüllung auf den entsprechenden Ebenen und in vollständiger Transparenz zu definieren“ ist. Dies würde es der EU erleichtern, Ausnahme-regelungen für bestimmte Dienstleistungen der Daseinsvorsorge bzw. für Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichen Interesse zu beschließen. Über diese Möglichkeit wird zurzeit diskutiert. Voraussetzung für ihren Erfolg in Deutschland wäre, dass die Politiker diesen Vorschlag schneller umsetzen als sie viele andere EU-Regelungen in letzter Zeit umgesetzt haben.

Eine weitere Möglichkeit nach dem Beispiel Schwedens verlangt eine Änderung der gemeindeordnungsrechtlichen Bestimmungen, so dass kommunale Unternehmen nicht nur innerhalb des Gemeindegebiets, sondern (inter)national agieren dürften. Das würde zumindest eine Überlebenschance für viele kommunale Unternehmen bedeuten.

Quellen:

<http://www.spdfraktion.de/>

<http://de.wikipedia.org/>

<http://www.kommunale-info.de/>

## 8.5 Freizeitinfrastruktur

Zum Thema der Freizeitinfrastruktur kann man zuerst zwischen zwei Bereichen unterscheiden, nämlich zwischen materieller Freizeitinfrastruktur und immaterieller Freizeitinfrastruktur<sup>699</sup>. Unter materieller Freizeitinfrastruktur versteht man die Anlagen, Hallen, sprich die physikalisch vorhandene Infrastruktur. Unter immaterieller Freizeitinfrastruktur versteht man alles kommunikative, organisatorische, zum Beispiel Informationen über das Infrastrukturangebot aber auch die Partizipationsmöglichkeiten oder sozialen Netzwerke<sup>700</sup>.

Die materielle Freizeitinfrastruktur unterteilt sich in Freizeitinfrastrukturen im engeren Sinn, und Freizeitinfrastruktur im weiteren Sinn.

Die Freizeitinfrastruktur umfasst alle Infrastruktureinrichtungen die unmittelbar für die Freizeitform notwendig sind, zum Beispiel wird eine Theaterhalle für Vorstellungen benutzt. Die Freizeitinfrastruktur im weiteren Sinne beschreibt die Einrichtungen, die zum Betreiben der Freizeit im engeren Sinne notwendig sind, zum Beispiel Strom- und Wasserversorgung usw.

In diesem Diskurs interessieren hauptsächlich die Freizeitinfrastruktur im engeren Sinn, also die Infrastruktureinrichtungen, die direkt von Entscheidungen der Freizeitpolitik betroffen sind. Zur Freizeitinfrastruktur im weiteren Sinne bleibt lediglich anzumerken, dass es für die Kommune und Bürger i. d. R. günstiger ist Infrastruktur generell zu bündeln, so dass man nicht Überkapazitäten, besonders in Zeiten knapper Kassen zu pflegen hat (vgl. Kap. 8.2 Politik und 8.6 integrierte Planung).

---

<sup>699</sup> Fink-Kümmerly und Frey, Freizeitlexikon, Ostfildern, 1986, S.105

<sup>700</sup> Fink-Kümmerly und Frey, Freizeitlexikon, Ostfildern, 1986, S.105

Wie auch in anderen Bereichen, findet zur Zeit eine Verlagerung der Freizeitversorgung auf den privaten Bereich statt. Anders als in anderen Bereichen kann vielmehr auf die Bürger selbst im Rahmen der Freizeitversorgung gesetzt werden. Zum einen ist der erforderliche Wissensstand um ein Theater zu betreiben, um einiges niedriger als ein Kraftwerk zu betreiben. Außerdem sind in den meisten Fällen keine maßgeschneiderten Räume oder Ausstattungen notwendig, so dass es sehr günstig sein kann, Bürger auf diese Art und Weise in ihre Stadt miteinzubeziehen. Falls das Projekt scheitert, gibt es wiederum keine großen Defizite, die zu Lasten der Kommune auszugleichen sind oder Gebäude, die leerstehen müssen. In der Tat besitzt insbesondere der Freizeitbereich große Flexibilität und eignet sich deshalb besonders gut, wenn es um Umnutzung von industriell oder kommerziell leerstehenden Gebäude geht. Tabelle 33 listet die Hauptvor- und Nachteile auf.

Tab. 33: Vor- und Nachteile von Umnutzungen

Vorteile	Nachteile
bei gesundem Rohbaustoff ist es doch meistens sehr viel günstiger ein Gebäude umzunutzen, als ein neues zu errichten. Zum Beispiel wurden zwischen 1962 und 1984 viele Gebäude, (oft Kleinschulen) zu Gemeinschaftshäusern umgewandelt, bis 1984 sind mehr als 330 solcher Häuser „entstanden.“ Umbaukosten betragen i. d. R. zwischen 50-75% der vergleichbaren Neubaukosten (es sei denn, es handelt sich um ein denkmal- geschütztes Gebäude.	zu hohe Kostenintensität
Viele existierende Gebäude sind für den Bewohner ortsprägend. Da sie sich mit dem Gebäude identifizieren, sind sie viel besser drauf eingestimmt, die neue Nutzung zu unterstützen	den Kompromißcharakter
Leerstehende Fabriken kommen sehr oft in benachteiligten oder heruntergekommenen Gebieten vor, gerade hier besteht i. d. R. das größte Bedürfnis nach Freizeitmöglichkeiten	hohe Folgekosten für die Bewirtschaftung
Es kann viel schneller auf Nachfragedefizite reagiert werden weil Bauzeiten nicht miteinberechnet werden müssen	eine Vielzahl an planungs- oder baurechtlicher Art
Mit einer Umnutzung erreicht man zwei Ziele auf einmal, man schafft einen Platz, man beseitigt aber auch Leerstand. Dies ist besonders in innerstädtischen Bereichen wichtig, Leerstand zieht Leerstand nach sich	

Quelle: Eigene Darstellung nach: Schulte, Wolf Umnutzungen von Fabriken zu Einrichtungen sozialer und kultureller Infrastruktur in Handlungsfeld Freizeit ILS (Hrg), Dortmund, 1984, S. 107-117ff

Die Möglichkeiten für Umnutzungen sind sehr stark von Standort, Bausubstanz, Bedürfnissen usw. abhängig.

Auch hier würde es sich auszahlen, solche Strategien ganzheitlich zu betreiben. Erfahrungen zeigen, dass viele solcher Einrichtungen scheitern, weil unter anderem die Betriebsträgerschaft auf verschiedene Ämter aufgesplittet ist, oder auch weil die Verwaltung die Umnutzung als reinen Vermietungsbetrieb versteht. Eine weitere Erkenntnis, die sich allmählich durchsetzt, ist die Bereitstellung nicht nur von Freizeiteinrichtungen, sondern auch von Informationen darüber.

Die drei Bedingungen für eine als optimal empfundene Freizeitausstattung sind

- Ein möglichst breites Angebot muss vorhanden sein
- Der Bürger muss in der Lage sein (finanziell, physisch, psychisch) dies zu nutzen
- Eine bessere Produktplanung, was auch die Gestaltung und das Sortiment des Angebots betrifft<sup>701</sup>.

Besonders bei der Umsetzung der dritten Bedingung herrscht seitens der öffentlichen Hand großer Nachholbedarf. Für private Unternehmer ist es eine Selbstverständlichkeit, ein möglichst großes Publikum über ihr Produkt zu informieren, während die öffentliche Hand Misswirtschaft auf diesem Gebiet betreibt. Insbesondere im Bereich der Freizeitinfrastruktur wird oft – um Kosten zu sparen – nur das Minimum angeboten. Längerfristig günstiger wäre es sicherlich, wenn man mehr Kosten in Anspruch nehmen würde, um Resonanz und Interesse für das Angebot schaffen zu können. Auch bei der Anpassung von Angeboten an das Publikum ist viel nachzuholen. Während man immer wieder von Einkäufen am Sonntag hört, kann man davon ausgehen, dass zum Beispiel Bibliotheken an diesem Tag geschlossen bleiben (vgl. Kap. 2.2.1 Öffnungszeiten). Das Beispiel von amerikanischen Museen sollte ein Wegweiser sein. Inzwischen sind viele Museen von „rein schulischen Ausstellungsplätzen zur multifunktionalen Stätten der Unterhaltung geworden“<sup>702</sup>.

Dies bedeutet nicht, dass man versucht, auf Kosten des Inhalts möglichst viele Besucher zu haben. Da dies oft Strategie der Privaten ist (Edutainment), verwundert es kaum, dass die Kommunen oft nur „das Übriggebliebene“ zu betreiben haben. Hier geht es aber darum, besonders diese Orte durch Sonderprogramme oder wechselnde Ausstellungen zu attraktivieren. Mit dieser Aufwertung erreicht man zwei Ziele. Zum einen schafft man eine bessere Nutzung des Angebots, was dann besser bewertet wird und zum anderen hilft man den Einrichtungen weniger stark auf **Subventionen** zu setzen.

Um den gesellschaftlichen Bedürfnissen zukünftig besser gerecht zu werden, muss viel mehr Wert auf Umnutzung und auf die immaterielle Infrastruktur gelegt werden. Dies hat zweierlei Vorteile. Anders als materielle, bedürfen immaterielle Einrichtungen keiner teuren Wartungsmaßnahmen und man schafft eine stärkere Identifizierung der Bewohner mit ihrer Stadt.

## Quellen:

Bodenstedt, Matthes, Die materielle Freizeitinfrastruktur in der Bundesrepublik Deutschland, Kohlhammer, Stuttgart 1976

Fink-Kümmerly und Frey, Freizeitlexikon, DGF, Ostfildern 1986

---

<sup>701</sup> Matthes Bodenstedt, Die materielle Freizeitinfrastruktur in der Bundesrepublik Deutschland, Stuttgart, 1976, S. 19

<sup>702</sup> Matthes Bodenstedt, Die materielle Freizeitinfrastruktur in der Bundesrepublik Deutschland, Stuttgart, 1976, S. 19

## 8.6 Integrierte Planung

Wie im letzten Abschnitt schon kurz erwähnt (vgl. Kap. 8.5) ist gebündelte Infrastruktur günstiger herzurichten, zu pflegen und auch im schlechtesten Fall wieder abzureißen als alle Infrastrukturkomponenten „einzeln“ bereitzustellen. Dies ist genauso der Fall mit allen anderen Bereichen der Planung und Politik. Einerseits wird mit einer Hand versucht, durch zum Beispiel Festivalisierung oder Events die Innenstadt attraktiver zu machen, während man gleichzeitig immer mehr Großvorhaben im Bereich „der grüne Wiese“ genehmigt. Oder man zielt darauf mehr Familien in der Stadt zu halten, doch durch die Eigenheimzulage wird dagegengesteuert.

Es geht hier nicht um die Bildung eines „Superressorts“ für Freizeit, lediglich eine funktionierende Zusammenarbeit und Absprache zwischen verschiedenen Stäben und Stellen würde vieles erleichtern. Auch relativ einfache Erhebungen scheitern oder dauern um ein vielfaches länger als eigentlich nötig weil verschiedene Ämter verschiedene Kategorien, Größen oder Methoden anwenden. Das sind Probleme, die man zwischen Stellen eines Landes findet. Wo mehrere Länder zusammenarbeiten sollen, nehmen die Konflikte und Schwierigkeiten noch drastisch zu. Während die öffentliche Hand zunehmend die Kooperation von privaten Unternehmen nutzt um ihre Probleme zu lösen weigert sie sich auch strikt die Methoden der Unternehmen (klare Zielverfolgung, Kooperation zwischen Abteilungen, usw.) selbst anzuwenden. Ob dieses Verhalten geändert wird darf man bezweifeln. Was auf jeden Fall erforderlich und auch zeitnah machbar wäre, ist eine Änderung der Rolle der Freizeit und eine Erweiterung seiner Aufgaben voran zu treiben um diesem Thema gerecht zu werden.

Die Rolle der Freizeitplanung der Zukunft muss darin liegen<sup>703</sup>:

- Gruppenspezifische Benachteiligung abzubauen
- Eine raumordnerisch sinnvolle Umlenkung der Nachfrage zu schaffen
- Angebote zu bündeln um ergänzende Nutzungen und Auslastungen zu erzielen
- Freizeitinfrastruktur, vor allem soziale Freizeitinfrastruktur im Wohnumfeld ausbauen.

Diese Ziele sind aus vielen neueren Erkenntnissen, die in letzter Zeit gewonnen werden konnten, herzuleiten. Zum Beispiel, dass Chancenungleichheit im Freizeitbereich nicht nur zwischen ländlichen oder städtischen (vgl. Kap. 6.1 und 8.2) bzw. Wirtschaftsstarken und -schwachen Regionen existieren. Auch innerhalb dieser räumlichen Grenzen gibt es differierende Aufgaben die zu erledigen sind. Die wichtigste Erkenntnis der letzten Zeit ist, dass Freizeit nicht gleich Freizeit ist.

Um ein optimales Freizeitangebot anbieten zu können müssen in erster Linie zwei Barrieren überwunden werden:

- Belastungen im Beruf und in der Familie und
- Die Verfügbarkeit von adäquaten und erreichbaren Angeboten<sup>704</sup>.

---

<sup>703</sup> Matthes Bodenstedt, Die materielle Freizeitinfrastruktur in der Bundesrepublik Deutschland, Stuttgart, 1976, S. 10-12

<sup>704</sup> Christiansen und Lehmann, Chancenungleichheit in der Freizeit, Stuttgart, 1976, S. 12

Im groben bedeutet dies ein ausdifferenziertes und wenig zeitaufwendiges Freizeitangebot, das sowohl für alle attraktiv und erreichbar ist als auch mit der Arbeit und den Anforderungen der Lebenssituation abgestimmt ist. Somit sollte eine Integration zwischen Freizeit-, Arbeits-, und Familienpolitik vorangetrieben werden, um Überkapazitäten wie auch fehlende Versorgung zu vermeiden und eine gesamtplanerisch sinnvolle Verwendung von öffentlichen Mitteln zu gewährleisten. Es muss eine Planung etabliert werden, die nicht nur Teilaspekte sondern die stadtplanerischen Aufgaben als ganzheitlichen Organismus versteht.

Im Folgenden werden zwei Bereiche, welche besonders relevant für das Thema sind, näher behandelt um auch aufzuzeigen, welche Probleme man mit einer integrierten Planung „gleichzeitig“ lösen kann. Diese kurze Auflistung ist beispielhaft und nicht abschließend zu verstehen. Weitere Aspekte sind darüber hinaus in anderen Kapiteln aufgeführt (siehe Kap. 4.2 Freizeitmobilität, Kap. 6.1 Zentrum - Peripherie - ländlicher Raum, 7.1 Ökologische Auswirkungen, 7.2 Verkehrliche Auswirkungen und andere)

### **FREIZEIT UND ARBEIT**

In letzter Zeit wird viel von der Freizeitgesellschaft geredet. Hierbei ist die steigende Quantität an freier Zeit, die vielen Menschen zur Verfügung steht und die Fokussierung der Lebensstile auf Freizeitaktivitäten gemeint. Abgesehen davon, dass diese Annahme nicht pauschal für alle angewendet werden kann (wegen zum Beispiel steigender Berufsnebenzeiten oder längeren Arbeitszeiten für bestimmte Gruppen wie zum Beispiel den neuen Professionellen<sup>705</sup>) zeigt es auch ein eher schlechtes, weil rein quantitatives Verständnis von Freizeit. Jenes zeigt, dass verschiedene Berufsgruppen bzw. soziale Schichten die gleichen Freizeitangebote unterschiedlich bewerten werden, was unter anderen davon abhängig ist, wie man arbeitet. Somit ist die Notwendigkeit, eine Verbindung der zwei Teilbereiche Freizeit und Arbeit herzustellen, klar. Nach Befragungen ist zum Beispiel die Bewertung von Freizeit für selbständige und Freiberufler immer schlechter als für andere vergleichbare Gruppen<sup>706</sup>. Da sie quantitativ nicht schlechter als diese Gruppen abschneiden wird dieses Ergebnis so interpretiert, dass sie aus beruflichen Gründen einfach einen höheren Bedarf an erholsamer Zeit haben. Dies wird folgendermaßen erklärt: für viele Selbständige oder Freiberufler bedeuten ihre „flexible“ Arbeitszeiten, dass sie oft während ihrer „Freizeit“ eigentlich in einer Art „Bereitschaftsdienst“ stehen. Aus diesem Grund fällt ein Teil ihrer rein quantitativ als Freizeit bezeichneten Zeit unter qualitativen Aspekten eher zur Berufsnebenzeit.

Andererseits ist Erholung für an- und ungelernete Arbeiter wichtiger als Erlebnisse oder Aktivitäten während ihrer freien Zeit. Dies ist sicherlich mit ihrer körperlich anstrengenderen Arbeit zu begründen. Auch die Arbeitsbedingungen innerhalb der Berufe spielen eine Rolle bei der Nutzung und Bewertung von Freizeit: nach Wechsel- oder Nachtschichten zum Beispiel werden Freizeitangebote als schlechter bewertet als nach einem „normalen“ Arbeitstag<sup>707</sup>. Das wird so interpretiert, dass wegen der zusätzlichen Anstrengung die Menschen zu gereizt sind um ihre Freizeit optimal zu nutzen oder, dass sie dann einen erhöhten Bedarf an erholsamer Zeit zum Beispiel für ein „Nickerchen“ haben, BEVOR sie sich erholen oder amüsieren können.

Die Notwendigkeit das Freizeitangebot der Arbeitspolitik anzupassen wird am deutlichsten, wenn man die Ausbreitung von „flexiblen“ Arbeitszeiten beobachtet. Grob gesagt bedeutet dieser Trend, dass auch „normale“ Arbeitskräfte immer öfter unter den gleichen Zeitdruck arbeiten müssen wie Freiberufler. Wie oben erwähnt erweist diese Gruppe die niedrigste Zufriedenheit mit ihren Freizeit Chancen. Ein Ausbau

---

705 Christian Diller, *Weiche Standortfaktoren*, Berlin, 1990, S. 81

706 Christiansen und Lehmann, *Chancenungleichheit in der Freizeit*, Stuttgart, 1976, S. 10

707 Christiansen und Lehmann, *Chancenungleichheit in der Freizeit*, Stuttgart, 1976, S. 10

dieser Arbeitsstruktur bedeutet, dass ein entsprechender Ausbau der Freizeitmöglichkeiten stattfinden muss.

Die Verbindung von ergänzenden Freizeit- und Arbeitsformen hat vor allem einen wichtigen wirtschaftlichen Grund:

Die in Europa im Vergleich zu Entwicklungsländern relativ hohen Lohnkosten werden unter anderen als betriebswirtschaftlich für gerechtfertigt erklärt weil die Produktivität pro Angestellten pro Stunde auch entsprechend höher ist. In Zukunft, insbesondere wegen der Öffnung nach Osteuropa, erhöhen sich die Möglichkeiten für Unternehmen ihre Produktionsarbeit außerhalb der Hochlohnländer Europas zu verlagern. Um dieser Gefahr proaktiv entgegen zu wirken wäre es also wichtig, dass die Produktivität weiterhin steigt. Das erreicht man am Besten, indem man ein geeignetes Freizeitangebot bereithält. Produktivität und berufliches Engagement ist vor allem unter un- und angelernten Arbeitnehmern zu schaffen, wenn sie nicht übermüdet und kränkelnd arbeiten müssen.

### **FREIZEIT UND FAMILIE**

Familiäre Belastungen scheinen das Freizeitverhalten am stärksten zu belasten<sup>708</sup>. Mit der Verbindung von Freizeit- und Familienpolitik entstehen reelle Chancen die Situation in beiden Bereichen zu verbessern.

Das Freizeitangebot das von jemand wahrgenommen werden kann hängt nicht nur vom Einkommen ab. Familiäre Beziehungen, insbesondere Kinder, wirken sehr stark auf die Wahrnehmung der Angebote und schränken diese mitunter ein. Dies ist vor allem dem erhöhten Zeitaufwand und der stark eingeschränkten Mobilität zuzurechnen.

Eine Maßnahme (die zugegebenermaßen einfacher gesagt als getan ist) wäre die Bereitstellung von Kitaplätzen auch für „Arbeitslose.“ Nach heutigem Recht ist es oft so, dass Kitaplätze oft nur dann angeboten werden, wenn kein Elternteil tagsüber in der Wohnung sein kann weil sie ihrer Arbeit nachgehen müssen. Der Begriff „nichterwerbstätig“ wie hier verwendet umfaßt aber auch unter anderen Hausfrauen/ -herren die sich um ihre Kinder kümmern.

Die Rückgänge der Eheschließungen und Kinderzahlen sind nicht zuletzt auch darauf zurückzuführen, dass es immer noch oft so ist, dass die Frau ihr Arbeit aufgeben muss um sich um das Kind zu kümmern. Die Zeit in der dann eine Frau oder ein Mann „arbeitslos“ ist, ist in den alten Länder länger, da dort Kitaplätze oft ab dem dritten Lebensjahr (des Kindes) angeboten werden, im Vergleich mit einem Angebot ab 1 Jahr in manchen neuen Bundesländer (vgl. Kap. 2.2.2 Flexibilisierung, Kap. 2.1.1 Arbeitszeitentwicklung und Kap. 4.6 Familie).

Wenn die Eltern sich nicht immer um das Kind kümmern müssen, können sie freier über ihre Zeit entscheiden und diese Zeit dazu nutzen um Kontakte zu knüpfen, sich beruflich weiterzubilden oder einfach sich zu erholen. Interessant (und machbar) wäre hier eine volkswirtschaftliche Rechnung um einerseits die volkswirtschaftlichen Kosten der zusätzlichen ErzieherInnen und Einrichtungen und andererseits die volkswirtschaftlichen Kosten verlorener Arbeitszeiten gegenüberzustellen. Sicherlich können die „wichtigsten“ Arbeitskräfte, nämlich die gutbezahlten, sich auch einen Erzieher privat engagieren, wenn der Staat die Plätze anbietet könnte sich aber um 30 Kinder kümmern und somit 30 Arbeitskräfte freisetzen.

Diese Idee mag teuer und angesichts vieler anderer Probleme nicht von unmittelbarer Bedeutung erscheinen. Außerdem scheint sie auch ob der Arbeitsmarktlage unangebracht zu sein. Studien zeigen aber, dass der Bevölkerungsrückgang Deutschlands nicht flächenmäßig sondern punktuell passiert. Nach Prognosen steigen in manchen Kreisen der westdeutschen Wirtschaftszentren (Teile der Regierungsbezirke Oberbay-

---

<sup>708</sup> Christiansen und Lehmann, Chancengleichheit in der Freizeit, Stuttgart, 1976, S. 20

ern und Darmstadt) noch die Kinderzahlen<sup>709</sup>. Wer ein attraktives und praktisches Angebot für Familien bereithält um Arbeits- und Freizeit sinnvoll zu kombinieren, kann also hoffen zumindest eine Zeit lang der schlimmsten Entvölkerung der nächsten Jahre zu entgehen.

Es ist in großem Maße die Chancenstruktur verschiedener Gruppen, die berücksichtigt werden muss. Das Angebot selbst einfach pauschal zu erweitern, wird die Quantität aber nicht die Qualität und Eignung des Angebots erhöhen. Damit die bereitgestellten Angebote optimal genutzt werden können, ist es wichtig, dass es ergänzende Angebote gibt. Ein Ort, der Arbeitsplätze aber kein Freizeitangebot anbietet, bleibt nur bedingt attraktiv. Man kann davon ausgehen, dass er nur für Menschen attraktiv sein wird, die sonst keine Arbeit finden können oder er nur Menschen anzieht, die kurzzeitig dort arbeiten, bevor sie wieder wegziehen, um zum Beispiel eine Familie zu gründen. Um zukünftige Entwicklungen, die allen Prognosen nach eine Verschlechterung der Lage für die überwiegende Mehrheit der Kommunen bedeuten (erstens durch den Bevölkerungsrückgang und zweitens durch die Verschärfung der Konkurrenz unter den Kommunen, die daraus resultiert) gut handhaben zu können ist es wichtig, dass Kommunen ihre Ressourcen besonders geschickt ausgeben, um ihre Bürger trotzdem ein Angebot an Gütern und Leistungen gewährleisten zu können.

#### Quellen:

Bodenstedt, Matthes, Die materielle Freizeitinfrastruktur in der Bundesrepublik Deutschland, Kohlhammer, Stuttgart 1976

Diller, Christian, Weiche Standortfaktoren, ISR, Berlin 1990

Christiansen, G. und Lehmann, K. D., Chancenungleichheit in der Freizeit, Kohlhammer, Stuttgart 1976

Just, Tobias, Demografische Entwicklung verschont öffentliche Infrastruktur nicht, Nr. 294, Deutsche Bank Research, Frankfurt (Main) 2004

#### weiterführende Literatur:

Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen(ILS) Hrsg, Handlungsfeld Freizeit, Schriftenreihe Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen, Dortmund, 1984.

Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen(ILS) Hrsg, Selbstorganisierte Freizeitkultur- Ein Förderungsmodell, Dortmund, 1984.

Bodenstedt, W., Matthes, U., „Die materielle Freizeitinfrastruktur in der Bundesrepublik Deutschland,“ Schriftenreihe des Bundesministers für Jugend, Familie und Gesundheit, Band 106, W. Kohlhammer, Stuttgart, 1976.

Christiansen, G., und Lehmann, K. D., „Chancenungleichheit in der Freizeit,“ Schriftenreihe des Bundesministers für Jugend, Familie und Gesundheit, Band 101, W. Kohlhammer, Stuttgart, 1976.

Diller, Christian, Weiche Standortfaktoren, ISR, Berlin, 1990.

Denkel, Michael, Die zukünftige Integration der Funktion Freizeit in die Konzepte der Stadtplanung, Berlin, 1991.

---

<sup>709</sup> Tobias Just, Demografische Entwicklung verschont öffentliche Infrastruktur nicht, Nr. 294, Frankfurt (Main), 2004, S. 17

Heinz, Werner und Scholz, Carola, Public Private Partnership in Städtebau, Difu, Berlin, 1996.

Fink-Kümmerly und Frey, Freizeitlexikon, DGF (Hrg), Ostfildern, 1986,

Just, Tobias, Demografische Entwicklung verschont öffentliche Infrastruktur nicht, Nr. 294, Deutsche Bank Research, Frankfurt (Main), 2004

<http://www.spdfraktion.de/>

<http://www.faz.net/>

<http://de.wikipedia.org/>

<http://www.schader-stiftung.de/>

<http://www.kommunale-info.de/>

<http://www.elsebad-schwerte.de/>

## Stichwortverzeichnis

### A

Akteure **134**, 231

Aktivität

    Primäraktivität 23

    Sekundäraktivität 23

Alltagskultur 26

Alter **123**

Altersgliederung 123

Anforderungen 84

Angebot 93, 103, 131

Angebotstypen **166**, 168

Anlagen 157

Anpassungssubventionen 109

Arbeit 242

Arbeitsmarkt **84**, 63, 220

Arbeitszeit **51**, 66, 147

Arbeitszeitlage 56, 63, 66

Arbeitszeitmodelle 63

Arena **181**

Ausdehnung 69, 74

Auswirkungen **202**, 148, 165

### B

Ballungsraum 196

Bedarf 112

Bedarfsermittlung 140

Berater **159**, 163

Beschäftigungsverhältnis 57

Beschleunigung **69**, 70

Bestandsermittlung 141, 229

Betreiber-Modell 234

Bevölkerung 124

Bevölkerungsrückgang 124

Bewegung 29

Bewegungsradius 117

Bildung **27**

- freizeitkulturelle B. 28

Billigairlines 211

Bund **134**

Bruttoinlandsprodukt 59

Bürgerschaftliches Engagement 119

Brand-Park 185

### C

### D

Daseinsvorsorge **236**

Demographie **123**, 82

Determinationszeit 5

Dispositionszeit 5, 147

Dienstleistung **101**, 105

Dezentralisierung 134

### E

Eduktion 217

Ehrenamt **59**, **119**

Einkaufszentrum 147

Einzelhandel **146**, 172

Emanzipationsthese 218

Enkulturation 217

Entschleunigung 74

Erhaltungssubventionen 109

Erholung **6**, 41, 139, 148

Erholungsvorsorge 194

- Erlebnis **9**, 23, 139
- Erlebnisdimensionen 9
- Erlebniskauf 32, 94
- Erlebnishopping 146
- Erlebniswelt 146
- Erwerbstätigkeit 59
- Erziehungsurlaub 14
- Event **37**, 20, 138
- Event-Gastronomie 151
- Event-Tourismus 117
- F**
- Familie **125**, 243
- Feierabend 10
- Ferienparks **198**
- Ferienlandschaften **198**
- Flächeninanspruchnahme 202
- Flächenverbrauch 202
- Flexibilisierung **65**
- Förderungssubventionen 109
- Fordismus 65
- Freiraum 215
- Freizeit **5**, 212, 242, 243
- Freizeitaktivität 146
- Freizeitanbieter **111**, 114
- Freizeitangebot 143, 227
- Freizeit Arbeitsmarkt 139
- Freizeitbedürfnis 217
- Freizeitbereich **24**, 139, 143, 146
- Freizeitdienstleistungen 101
- Freizeitdimensionen **10**
- Freizeiteinrichtung 143
- Freizeitformen **15**
- außerhäusliche F. **15**, 19, 36, 42
- häusliche F. **25**, 19, 36, 42
- hybride F. **22**
- individuelle F. **20**
- kollektive F. **20**
- kommerzielle F. **17**, 138, 141, 228
- kontinuierliche F. **19**
- lokale F. **21**
- nichtkommerzielle F. **17**, 138, 141
- nichtkontinuierliche F. **19**
- überregionale F. **21**
- Freizeitforschung **45**, 141, 165
- Freizeitgerechtigkeit 138
- Freizeitgroßeinrichtung **168**, 208
- Freizeitgüter 101
- Freizeitimmobilie **161**
- Freizeitindustrie 80
- Freizeitinformationsdienste 143
- Freizeitinfrastruktur **238**, 137
- Freizeitmarkt **79**, 17, 68, 84, 103, 133, 139, 140, 162
- Freizeitmobilität **116**
- Freizeitpark **185**
- Freizeitpolitik 137
- Freizeitrelevanz 146
- Freizeitstress 6, 218
- Freizeittätigkeit 138, 146, 162
- Freizeitverkehr 116, 206
- Freizeitwert 139, 189, 194
- Fremdenverkehr 223
- Fußgängerzone 215

**G**

Garten 215  
Gastronomie **150**, 172, 222  
Generationen **123**  
Gewaltenteilung 134  
Gewerbe 222  
Gewerkschaften 62  
Großmaßstäblichkeit 213

**H**

Handel 222  
Heterogenität 65  
Hobby **35**  
Hochkultur 25

**I**

Image 223  
Immobilien **161**  
Immobilienfonds 233  
Immobilien-Leasing 233  
Individualisierung 51, 65  
Individualmobilität 42  
Informationstechnologie 72  
Innovation 72  
Instant-Konsum 19  
Integration 217  
Integrationsfähigkeit 213  
Integrierte Planung **241**  
Internet 73  
Investoren **157**, 161

**J**

Jahresarbeitszeit 52

Jahresfreizeit **12**  
Jugendfreizeit 117

**K**

Kommunale Parks **188**  
Kommunalhaushalt 224  
Kommune **136**, 17, 229  
Kommunikation 217  
Kommunikationstechnologie 72  
Kompensation 217  
Konkurrenz 213, 226  
Konsumverhalten 100, 261  
Kontemplation 217  
Kontinuum 32  
Konzepte **226**  
Konzessionsmodell 234  
Krankenstand 55  
Kultur **24**  
Kurzarbeit 55

**L**

Ladenschlussgesetz 62  
Land **134**  
Ländlicher Raum **166**  
Landschaftsbild 202  
Leasing-Verfahren 234  
Lebensstil **133**, 147, 148  
Lebensqualität 5, 125, 139, 226  
Leiharbeiterverhältnis 57  
lifelong learning 28  
Lustprinzip 147

**M**

Machbarkeitsstudie 162

Makler **161**

Mantelbebauung 181

Marketing 104

Massenkultur 26

Megatrend 43

Migrantenverein 144

Mobilität 116, 219

Modal Split 207, 210

Motivation 39

Multifunktionshalle **181**

Multioptionaler Konsument **130**

Multioptionalität 173

Multiplex-Kino **176**, 172

Multitasking 75

Musical-Theater **179**, 172

Muße **6**, 139, 148

**N**

Nachfrage 98

Natur 203

Naturparks **193**

Non-Stop-Gesellschaft 74

Nutzer **133**

Nutzungsqualität 210

**O**

Obligationszeit 5

Öffentlichkeit 175

Öffnungszeiten **62**, 20

Ökologie **233**

Ökonomie **79**, **220**

Örtliche Ebene 30

**P**

Parks 82, 215

Partizipation 217

Peripherie **166**

Persönliche Ebene 30

Persönlichkeitsbildung 27

Planung **226**

Politik **228**

Postfordismus 65

Public-Private-Partnership **154**, **231**, 141

Pullfaktoren 91

Pushfaktoren 88, 91

**Q****R**

Raum **212**

Rationalisierung 57

Regeneration 10, 41

Regionalparks **195**

Rekreation 217

Reproduktionsarbeit 58

Reproduktionszeit **57**, **226**

**S**

Sabbatjahr 13

Segregation 90

Shopping **32**, 147

Simultaneität 69

Soziale Auswirkungen **217**

Spielräume 215

- Sport **29**
- Sportarten 30
- Städtebauliche Entwicklungsmaßnahme 233
- Standorte **166**
- Standortfaktoren **88, 226**
- Innenwirkung **88**
  - Außenwirkung **90, 88**
  - weiche St. 88, 90, 139
  - harte St. 88, 90
- Steuereinnahmen 224
- Strategien **226**
- Subventionen **108, 26, 109, 240**
- T**
- Tagesfreizeit **10**
- Tätigkeit
- bezahlte T. 59
  - unbezahlte T. 59
- Technisierung 51, 57
- Teilhabe **121**
- Teilzeitarbeit 53, 66, 67
- Teilzeitbeschäftigte 52
- Theater **179**
- Themenpark 185
- Themenrestaurant 151
- Tourismus **38, 117, 223**
- Trend **41, 16**
- U**
- Überstunden 55
- Umwelt 204
- Umweltauswirkung 204
- Umweltbelastung 204
- Unterhaltung **9, 30, 139**
- Urban Entertainment Center (UEC) **172, 147, 151, 179**
- Urlaubssemester 14
- Urlaubszeit 55, 127
- V**
- Verbraucher 94
- Verdichtung 34, 69, 75
- Vereine **143, 20, 82**
- Vergleichzeitigung 75
- Vergnügungspark 185
- Verkehr **206**
- Verkehrserzeugung 70
- Verkehrsverlagerung 210
- Verkehrsvermeidung 210
- Vernetzung 69
- Vertrauensarbeitszeit 67
- Versorgungseinkauf 32, 94
- Versorgungsgastronomie 151
- Volkspark 189
- Vollzeitbeschäftigte 52
- Vorhaben- und Erschließungsplan 233
- W**
- Werte 125
- Wochenarbeitszeit 52
- Wochenfreizeit **11**
- Wohlstand 147
- Wohnbedürfnis 124
- Wohnumfeld 21
- Wohnungsnaher Freizeit 210, 2228
- X**

**Y****Z**

Zeit **49**

Zeitbudget **49**, 15, 36

Zeithunger 152

Zeitliche Ebene 30

Zeitmuster 19

Zeitsouveränität 19, 67

Zeitvorgaben **76**

Zentrum **166**

Zielebene 30

Zielgruppen **98**, 112, 131

Zwangsfreizeit **12**

## Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Freiraum statt Freizeit	7
Abb. 2: Zeitverwendung am Wochenende	11
Abb. 3: Freizeitorte	15
Abb. 4: Entwicklung der Konsumneigung im Freizeitbereich	18
Abb. 5: Zeitaufwand für Bildung und Lernen nach Art der Bildung	28
Abb. 6: Erlebnisstrategien im Einzelhandel	34
Abb. 7: Reiseziele der Urlaubsreisen	40
Abb. 8: Urlaubsformen im Aufwind	41
Abb. 9: Durchschnittliche Zeitverwendung von Personen ab 10 Jahren	50
Abb. 10: Entwicklung der Teilzeitbeschäftigung 1991 bis 2004	54
Abb. 11: Durchschnittliche Jahresarbeitszeit der beschäftigten Arbeitnehmer	55
Abb. 12: Bezahlte und unbezahlte Arbeitszeit in einer Woche	60
Abb. 13: Unbezahlte Arbeit nach Arbeitsbereichen 2001 / 2002	61
Abb. 14: Wandel der Erwerbsformen in Deutschland 1985 - 1998	66
Abb. 15: Entwicklung verschiedener Arbeitszeitformen in Deutschland	67
Abb. 16: Beschleunigung	69

---

Abb. 17: Entwicklung des Flugverkehrs von 1982 – 1994 weltweit	70
Abb. 18: Trends in der Nutzung von Transportmitteln	71
Abb. 19: Entwicklung CO <sub>2</sub> -Ausstoß pro Jahr in Europa	71
Abb. 20: Umsatzanteil in Abhängigkeit vom Produktalter	72
Abb. 21: Internet-User in Westeuropa pro 1.000 Einwohner	73
Abb. 22: Freizeitausgaben	80
Abb. 23: Beschäftigte in der Freizeitwirtschaft	85
Abb. 24: Rolle subjektiver Präferenzen bei Standortentscheidungen	89
Abb. 25: Bedeutung weicher Standortfaktoren in unterschiedlichen Phasen	92
Abb. 26: Typologie der Dienstleistungen	102
Abb. 27: Cluster von Nutzergruppen	107
Abb. 28: Kinder - Aktivitäten	112
Abb. 29: Lebens- und Freizeitstile von verschiedenen Lebensstiltypen	114
Abb. 30: Verteilung der Lebensstile nach Lebensphasen	115
Abb. 31: Freizeitaktivität „Sich mit der Familie beschäftigen“	128
Abb. 32: Gastronomische Entwicklung 2001, 2002, 2003	153
Abb. 33: Leistungsinhalte der Beratung	159
Abb. 34: Wirtschaftlichkeit, Besucherfrequenz und benötigte Fläche	

---

von einigen möglichen Mieter eines UECs	174
Abb. 35: Schlossgarten Charlottenburg	188
Abb. 36: Volkspark Jungfernheide	189
Abb. 37: Öffentliche Grünflächen im Stadtgebiet Berlin	190
Abb. 38: Aufteilung nach Jahreszeiten	191
Abb. 39: Verkehrsmittel beim Besuch von Grünanlagen außerhalb der Wohnumgebung	191
Abb. 40: Verteilung der Naturparke in Deutschland	193
Abb. 41: Instrumente zur Freiraum- und Kulturlandschaftsentwicklung in Stadtregionen und ihrem Umland	196
Abb. 42: Anteile der Verkehrsarten am Freizeitverkehr	208
Abb. 43: Anteile der Verkehrsarten am Freizeitverkehr	208
Abb. 44: Verkehrsmittelwahl in einzelnen Anlagentypen von Freizeitgroßanlagen	209
Abb. 45: Passagierzahlen der Niedrigpreis-Airlines in Europa in Mio.	212

## Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Außerhausaktivitäten	16
Tab. 2: Zuschüsse pro Besucher von Opern, Balletten, Operetten, Musicals, Schauspielen, Kinder- und Jugendstücken sowie Konzerten	26
Tab. 3: Aktiv / Passiv Sport	31
Tab. 4: Gegenüberstellung von Erlebnisshopping und Versorgungseinkauf	33
Tab. 5: Hobby – Hitparade	36
Tab. 6: Megatrends	43
Tab. 7: Allgemeine Trends des Freizeitanlagenmarktes	44
Tab. 8: Entwicklung der Arbeitszeit in Deutschland	52
Tab. 9: Teilzeitmodelle	53
Tab. 10: Verteilung verschiedener Arbeitszeitformen (regelmäßig/gelegentlich) unter den abhängig Beschäftigten in Deutschland	56
Tab. 11: Freizeitanbieter nach Kategorien	95
Tab. 12: Freizeitlebensstile	99
Tab. 13: Konsumenten	100
Tab. 14: Beschäftigtenentwicklung auf dem Freizeitmarkt	103
Tab. 15: Zielgruppeneinteilung während des Marketingprozesses	106
Tab. 16: Subventionsmittel	109

---

Tab. 17: Pro Subventionen	110
Tab. 18: Contra Subventionen	111
Tab. 39: Zuständigkeitsverteilung auf Bundesebene	135
Tab. 20: Kommunalen Aufgabenkatalog	137
Tab. 41: wichtige Funktionen der Freizeit im Alltagsleben	139
Tab. 22: Probleme in der kommunalen Freizeitaufgabestellung und Lösungen	142
Tab. 23: Strategien und mögliche Maßnahmen zur Erlebnissteigerung des Einzelhandels	147
Tab. 24: Machbarkeitsstudie für ein Freizeitimmobilienprojekt	162
Tab. 25: Probleme bei der Distribution von Immobilien	164
Tab. 26: Beispiele für die Verortung von Freizeitanlagen	167
Tab. 27: Planungsrelevante Faktoren zur Beurteilung großflächiger Freizeiteinrichtungen	171
Tab. 28: Bausteine eines Urban Entertainment Centers	172
Tab. 29: Typisierung von UECs	174
Tab. 30: Wesentliche Zahlen im Kinomarkt	177
Tab. 31: Arbeitsplätze eines mittelgroßen, technikorientierten Vergnügungsparks	221
Tab. 32: Vor- und Nachteile von PPPs	231
Tab. 33: Vor- und Nachteile von Umnutzungen	239

# Aktuelle Arbeitshefte



Nr. 67

Guido Spars (Hrsg.)

## Regionalentwicklung Brandenburg

Neuere Entwicklungen in Theorie und Praxis

Die Regionalpolitik in Brandenburg auf dem Prüfstand!

Anlass für die Diskussion über eine Neuausrichtung der Regionalpolitik nach der letzten Landtagswahl in Brandenburg sind u.a. einige spektakuläre Misserfolge bei großen Ansiedlungs- und Entwicklungsprojekten (z.B. CargoLifter, Chipfabrik, Lausitz-Ring). Die Analyse und Bewertung der Entwicklung berühren zentrale Fragen der Regionalwissenschaften, explizit der Regionalökonomie, nämlich wie stehen die Zukunftschancen für Regionen mit einer so schwierigen Ausgangssituation wie sie Brandenburg hat? Welches sind die richtigen politischen Ansätze, diese zu begünstigen und zu verbessern?

Mit Beiträgen von Stefan Krappweis, Franz Fürst, Georg Raiser, Manfred Kühn, Ingo Zasada, Matthias Artzt, Britta Oertel, u.a.

2005. 286 S., zahlreiche Abb. und Tab., ISBN 3 7983 1977 4

19,90 €



Nr. 66

Nicole de Temple

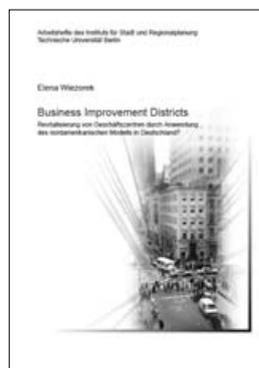
## Einfamilienhaussiedlungen im Wandel

Eine Untersuchung zum Generationswechsel vor dem Hintergrund des soziodemografischen Wandels am Beispiel der Stadt Dortmund

Der soziodemografische Wandel in Deutschland schlägt sich auch räumlich nieder. Im Brennpunkt der planerischen Debatte stehen hierbei bislang die typischen „Problemkulissen“ wie z.B. Plattenbaugebiete. Die Arbeit befasst sich dagegen mit den Alterungsprozessen von Einfamilienhausgebieten vor dem Hintergrund soziodemografischer Entwicklungen – einem bisher kaum untersuchten Feld. Am Beispiel der Stadt Dortmund werden in Form einer explorativen Studie Siedlungen unterschiedlicher Bauphasen untersucht und die stark differenzierten Veränderungen in diesen Gebieten sowie ihre zukünftige Bedeutung erarbeitet

2005. 169 S., zahlreiche Abb. und Tab., ISBN 3 7983 1964 2

16,90 €



Nr. 65

Elena Wiezorek

## Business Improvement Districts

Revitalisierung von Geschäftszentren durch Anwendung des nordamerikanischen Modells in Deutschland?

In zahlreichen Städten der USA wurde ein Instrumentarium entwickelt, das unter Finanzierung und Beteiligung der betroffenen Akteure die zunehmend unter Druck geratenen innerstädtische Einzelhandelsgebiete stärken soll: so genannte „Business Improvement Districts“ (BID).

Die Arbeit liefert eine detaillierte Analyse der Funktionsweise dieser BIDs in ausgewählten Teilräumen in New York sowie eine Bewertung der Erfahrungen. Die Überprüfung der Übertragbarkeit dieses Instruments und die Untersuchung bestehender Ansätze in Hamburg und Nordrhein-Westfalen geben wichtige Anregungen zur Stärkung des innerstädtischen Einzelhandels in Deutschland.

2004. 207 S., zahlreiche Abb. und Tab., ISBN 3 7983 1956 1

21,90 €



Nr. 64

Manuela Siener

## Organizing Growth

Zum Zusammenhang zwischen regionaler Organisationsstrukturen und Ansätzen zur Steuerung der Siedlungsflächenentwicklung in Großstadregionen

Sowohl in Amerika als auch in Deutschland wird in jüngster Zeit in zunehmendem Maße das Thema „Urban Sprawl“ oder „Flächenfraß“ auf die politische Agenda gehoben. Vor diesem Hintergrund wird in dieser Studie ein transnationaler Vergleich von Fallstudien aus den USA (Metro-Region Oregon) und Deutschland (Metropolregion Stuttgart) vorgenommen. Es gelingt ein bemerkenswerter und spannender Nachweis für die Relevanz amerikanischer Erfahrungen für die deutsche Debatte um „Flächensteuerung“ in Großstadregionen.

2004. 149 S., zahlreiche Abb. und Tab., ISBN 3 7983 1948 0

20,90 €

# Aktuelle Diskussionsbeiträge

Nr. 58

Guido Spars (Hrsg.)

## Wohnungsmarktentwicklung Deutschland

Trends, Segmente, Instrumente

Die Wohnungsmarktentwicklung in Deutschland ist zunehmend von Ausdifferenzierungsprozessen auf der Nachfrage- und der Angebotsseite geprägt. Die Teilmärkte entwickeln sich höchst unterschiedlich. Die Parallelität von Schrumpfung und Wachstum einzelner Segmente z.B. aufgrund ▷ regionaler Bevölkerungsgewinne und -verluste, ▷ der Überalterung der Gesellschaft, ▷ der Vereinzelung und Heterogenisierung von Nachfragern, ▷ des wachsenden Interesses internationaler Kapitalanleger stellen neue Anforderungen an die Stadt- und Wohnungspolitik, an die Wohnungsunternehmen und Investoren und ebenso an die wissenschaftliche Begleitung dieser Prozesse.

Mit Beiträgen von *Thomas Hafner, Nancy Häusel, Tobias Just, Frank Jost, Anke Bergner, Christian Strauß, u.a.*  
2006. 313 S., zahlreiche Abb. und Tab., ISBN 3 7983 2016 0 **14,00 €**



Nr. 57

Ukrike Lange/Florian Hutterer

## Hafen und Stadt im Austausch

Ein strategisches Entwicklungskonzept für eine Hafenbereich in Hamburg

In den zentral gelegenen Hafenbereichen von Hamburg hat in den letzten Jahren ein Umwandlungsprozess eingesetzt, der noch immer andauert. Während Masterpläne, wie beispielsweise für die Hafencity, schrittweise in Realisierung begriffen sind, setzt sich die Umwandlung in den Hafenbereichen südlich der Elbe fort. Allerdings lassen allgemein zurückgehende Investitionstätigkeit und die unsichere wirtschaftliche Entwicklung, sowie räumliche Besonderheiten des Ortes Zweifel aufkommen, ob die viel praktizierte Masterplanung für eine Entwicklung der Hafenbereiche am südlichen Elbufer geeignet ist. Die vorliegende Arbeit schlägt daher eine Strategie der Nadelstiche vor. Für die Umstrukturierung dieses Hafenbereichs soll eine Herangehensweise angewendet werden, die sich die sukzessiven Wachstumsprozesse einer Stadt zu eigen macht. Durch Projekte als Initialzündungen und ausgewählte räumliche Vorgaben soll unter Einbeziehung wichtiger Akteure ein Prozess in Gang gebracht und geleitet werden, der flexibel auf wirtschaftliche, soziale und räumlich-strukturelle Veränderungen reagieren kann.

2006. 129 S., zahlreiche Abb. und Tab., ISBN 978-3-7983-2016-1

**16,00 €**



Nr. 56

Anja Besecke, Robert Hänsch, Michael Pinetzki (Hrsg.)

## Das Flächensparbuch

Diskussion zu Flächenverbrauch und lokalem Bodenbewusstsein

Brauchen wir ein „Flächensparbuch“, wenn in Deutschland die Wirtschafts- und Bevölkerungsentwicklung stagniert oder sogar rückläufig ist? Ja, denn trotz Stagnation der Wirtschafts- und Bevölkerungsentwicklung wächst die Inanspruchnahme von Flächen für Siedlungs- und Verkehrszwecke. Dies läuft dem Ziel zu einem schonenden und sparsamen Umgang mit der Ressource Boden und damit dem Leitbild einer nachhaltigen Siedlungsentwicklung entgegen. Das Gut „Fläche“ ist vielseitigen Nutzungsansprüchen ausgesetzt und dessen Inanspruchnahme ist aufgrund divergierender Interessen häufig ein Streitthema. Dieser Sammelband soll die aktuelle Diskussion aufzeigen, die auf dem Weg zu einer Reduktion der Flächenneuanspruchnahme von den verschiedenen Akteuren geprägt wird. Dabei reicht der Blick von der Bundespolitik bis zur kommunalen Ebene und von der wissenschaftlichen Theorie bis zur planerischen Praxis.

2005. 207 S., zahlreiche Abb. und Tab., ISBN 3 7983 1994 4

**15,00 €**



Nr. 55

Tobias Höpner

## Standortfaktor Image

Imageproduktion zur Vermarktung städtebaulicher Vorhaben am Beispiel von „Media-Spree“ in Berlin

Was verbindet städtebauliche Projekte mit Turnschuhen und Zigaretten? – Wenn das Angebot größer als die Nachfrage ist, wird die Imageproduktion zu einem wesentlichen Faktor der Vermarktung. Verkauft wird dann nicht nur das Produkt als solches, sondern die durch Werbestrategien erzeugte Erwartungshaltung, dass das Produkt gut sei. Anhand des Marketingkonstrukts „Media-Spree“, einem Zusammenschluss mehrerer Immobilienentwickler mit Grundstücken und städtebaulichen Projekten entlang der Spree im östlichen Innenstadtbereich Berlins, wird in diesem Buch gezeigt, wie stadträumliche Imageproduktion funktioniert. Welche Mittel und Strategien werden dazu eingesetzt? Aus welchen Inhalten und Bildern setzt sich ein komplexes Image zusammen? Welche Wirkung entfalten diese Bestandteile im Zusammenspiel unter- und miteinander?

2005. 92 S., zahlreiche Abb. und Tab., ISBN 3 7983 1957 X

**12,00 €**



# Sonderpublikationen



Deike Peters

## **Planning for a Sustainable Europe?** **EU Transport Infrastructure Investment Policy in the Context of Eastern Enlargement**

The upgrading, expansion and optimization of transport infrastructures is one of the key challenges for creating an ever-expanding „sustainable“ Europe. Officially, the European Union is committed to a shift from road transport to more environmentally sustainable modes, and to decoupling transport from GDP growth. This book contrasts these official policy goals with the reality of EU transport infrastructure policies and programs immediately prior to Eastern enlargement. The presented case studies show that EU transport sector decision-making is in fact dominated by a discourse of “ecological modernization” which continues to privilege competitiveness and economic growth over alternative development goals.

This study won the 2005 Friedrich List Dissertation Award of the European Platform of Transport Sciences.

2006. 298 S., zahlreiche Abb. und Tab., ISBN 3-7983-2001-2

14,00 €



Adrian Atkinson/Manuela Graetz (Eds.)

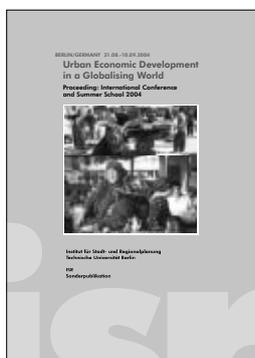
## **Sustainable Development of Emerging Settlement Planning** **Proceedings: International Conference and Summer School 2005**

This is the third event organised under the general heading of Urban and Rural development under the influence of Globalization, Transition Processes and New Technologies. The theme this year takes as background the urbanisation processes that are unfolding in the South. Rural areas are commercialising and new settlements are taking place in rural areas where the subsistence peasant life is in dying and people are increasingly reliant on transport and other resource-intensive activities as part of changing lifestyles.

This year's Conference and Summer School analysed these processes. It looked at the increasing demand on resources which these new settlement patterns are making and asked questions about their sustainability. Some case studies of interventions in these development processes designed to bring them back into line with the requirements of sustainability were presented. The Summer School ended with a Short Course on the issue of Sustainable Development and how this needs to become the focus of efforts of urban and regional planners to steer the development process.

2006. 272 S., zahlreiche farbige Abb. und Tab., ISBN-13 978-3-7983-2022-2

14,00 €



Adrian Atkinson, Manuela Graetz, Hanns-Uve Schwedler (Eds.)

## **Urban Economic Development in a Globalising World** **Proceedings: International Conference and Summer School 2004**

Local economies in cities and urban regions in both the North and the South are suffering weaknesses resulting in high incipient unemployment and hence the growth of informal economies and the spread of poverty. Urban regions are failing to work as integrated providers for the needs of their citizens in the past. Initiatives designed to build stronger local economies, improve chances of remunerative employment and thus reduce poverty, are very fragmented. This conference and summer school aimed at bringing together urban planners concerned with these issues, to shed light on the roots of these problems and to bring about a more strategic and coherent approach to initiatives designed to strengthen local economic development.

2005. 264 S., zahlreiche Abb. und Tab., ISBN-10 3-7983-1991-X

14,00 €



Diana Coulmas, Walter Metscher, Alexander Reiß, Carola Sasse, Bernhard Weyrauch

## **Festschrift für Gerd Schmidt-Eichstaedt zum Städtebaurecht** **Eine Einführung in und Handbuch für den aktiven Ruhestand mit den allerbesten Wünschen und bemerkenswerten Überlegungen von vielen Kolleginnen und Kollegen**

Das Bau- und Planungsrecht wird zunehmend von neuen Rahmenbedingungen und gemeinschaftlichen Vorhaben beeinflusst. Mit dem preußischen Beamten-Recht wurde im 18. Jahrhundert der Strategische Ruhestand in die Lebensplanung eingeführt. Die vorliegende Festschrift nimmt den 65. Geburtstag des Jubilars zum Anlass, ihm für sein großes Engagement in Forschung, Lehre und Hochschulpolitik zu danken und bei dieser Gelegenheit wichtige Fragen und Herausforderungen des Städtebaurechts und der Stadtentwicklung zu beleuchten. Damit wird garantiert, dass die Gesichtspunkte auch künftiger kollegialer Zusammenarbeit so früh wie möglich durch Erfassung, Bewertung und Berücksichtigung in den Prozess der nach-universitären Lebensgestaltung einfließen. Das Buch wendet sich gleichermaßen an Baurechtsspezialisten, Stadtplaner und interessierte Laien

2006. 199 S., ISBN 3-7983-2005-5

10,00 €

Das vollständige Programm finden sie unter [www.isr.tu-berlin.de](http://www.isr.tu-berlin.de)

# Portrait des Instituts für Stadt und Regionalplanung

---

Menschen beanspruchen in sehr unterschiedlicher Art und Weise ihren Lebensraum. Die damit verbundenen Auseinandersetzungen um verschiedene Nutzungsansprüche an den Boden, die Natur, Gebäude, Anlagen oder Finanzmittel schaffen Anlass und Arbeitsfelder für die Stadt- und Regionalplanung. Das Institut für Stadt- und Regionalplanung an der Technischen Universität Berlin ist mit Forschung und Lehre in diesem Spannungsfeld tätig.

## Institut

Das 1974 gegründete Institut setzt sich heute aus acht Fachgebieten zusammen: Bestandsentwicklung und Erneuerung von Siedlungseinheiten, Bau- und Planungsrecht, Örtliche und Regionale Gesamtplanung, Planungstheorie, Städtebau und Siedlungswesen, Stadt- und Regionalökonomie, ebenso gehört die Denkmalpflege und das Fachgebiet "Raumplanung im internationalen Kontext" zu den Stützen des Studiums. Die zunehmende Auseinandersetzung mit ökologischen Belangen und Belangen des Geschlechterverhältnisses in der Planung führten zu einer Erweiterung der Ausbildung um Gender-Planning, Ökologie und Landschaftsplanung.

## Studium

Stadt- und Regionalplanung an der Technischen Universität Berlin ist ein interdisziplinärer Bachelor-/Masterstudiengang. Die Studierenden lernen, bezogen auf Planungsräume unterschiedlicher Größe (vom Einzelgrundstück bis zu länderübergreifenden Geltungsbereichen) planerische, städtebauliche, gestalterische, (kultur-)historische, soziale, wirtschaftliche, ökologische Zusammenhänge zu erfassen, in einem Abwägungsprozess zu bewerten und vor dem Hintergrund neuer Anforderungen Nutzungs- und Gestaltungskonzepte zu entwickeln.

## Forschung

Die Forschungsaktivitäten der Fachgebiete des ISR sind eingebettet in die fünf fakultätsweiten Forschungsschwerpunkte. In diesen Schwerpunkten wurden und werden zahlreiche Forschungsprojekte im In- und Ausland durchgeführt.

- ▷ Gestaltung neuer städtischer Lebenswelten (beispielhaft für das ISR: die Forschungsprojekte zur Kreislaufwirtschaft in der städtischen und stadtreionalen Flächennutzung (Fläche im Kreis) in Zusammenarbeit mit difu für BBR)
- ▷ Revitalisierung städtischer Quartiere sowie Suburbanisierung (beispielhaft für das ISR: Vier Projekte zum weiteren Umgang und der Weiterentwicklung von Strategien und Optionen für die fünf Berliner Entwicklungsmaßnahmen für den Berliner Senat.)
- ▷ Entscheidungs-, Prozess- und Wissensmanagement (beispielhaft für das ISR: Anwendungsstudie zum regionalen Flächennutzungsplan, 2003 für Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung, Bonn)
- ▷ Globalisierung, internationale Kooperation und Raumentwicklung (beispielhaft für das ISR: Planungen für den Öffentlichen Raum in Paris in Kooperation mit der MSH Paris)

Das Institut für Stadt- und Regionalplanung ist sowohl über Forschungs- und Studienprojekte als auch über Promotionen, Diplomarbeiten sowie über Kontakte des wissenschaftlichen Personals einschließlich der Lehrbeauftragten mit Akteuren der stadtplanerischen Praxis verbunden.

Weitere Informationen über das ISR finden Sie auf der Homepage des Instituts unter: <http://www.isr.tu-berlin.de/> und über das vierteljährlich erscheinende Falblatt „ereignIS.Reich“, das Sie regelmäßig und kostenlos per Mail oder Post beziehen können.