

Inhaltsverzeichnis

	Vorwort	9
0.	Einführung	11
1.	Professionelle Arbeit im Freizeitbereich	13
1.1.	Professionalität im Freizeitbereich	13
1.1.1	Freizeit als Gegenstand von Arbeit	13
1.1.2	Ehrenamtliche - freiwillige Mitarbeit	14
1.1.3	Professionelle Arbeit	16
1.1.4	Qualifizierung von Mitarbeitern	20
1.2.	Beschäftigungsfeld Freizeit	21
1.2.1	Berufsarbeit im Freizeitbereich	21
1.2.2	Entwicklung der Beschäftigungsmöglichkeiten	24
1.2.3	Arbeitsfelder	24
1.2.4	Arbeitgeber	24
1.2.5	Berufsaussichten	25
1.3.	Freizeitmanagement	25
1.3.1	Management	25
1.3.2	Managementstrategien	26
1.3.3	Management des Wandels	27
1.3.4	Management in öffentlichen und Non-Profit-Institutionen	28
1.3.5	Der Manager	30
1.3.6	Freizeit-Management	32
1.3.7	Freizeit-Unternehmensberatung	35
1.3.8	Managementaufgabe Problemlösung	36
1.3.9	Wissensmanagement	39
1.3.10	Freizeitmanagement und Recht	43
1.3.11	Freizeitmanager-Anforderungsprofil	46
1.4.	Handlungsansätze aus der Pädagogik	48
1.4.1	Pädagogik und Freizeit	48
1.4.2	Beiträge der Schulpädagogik	51
1.4.3	Jugendarbeit und Sozialpädagogik	54
1.4.4	Spiel- und Theaterpädagogik	56
1.4.5	Erwachsenenbildung	56
1.4.6	Reisepädagogik	58
1.4.7	Gemeinwesenarbeit und Lokale Agenda 21	59
1.4.8	Freizeitpädagogik	61
1.4.9	Konzepte der kulturellen Arbeit	63
1.4.10	Erlebnispädagogik	66
1.4.11	Medienpädagogik	67
1.4.12	Animation	68
1.4.13	Interdisziplinäre Ausbildung von Freizeitprofessionals	70
2.	Philosophie	71
2.1.	Freizeitberufsethik: Das Menschenbild	71
2.1.1	Notwendigkeit eines Bildes vom Menschen	71
2.1.2	Ganzheitliche Betrachtung	71
2.1.3	Freizeitanforderungen an ein Menschenbild	72
2.1.4	Widersprüchlichkeit akzeptieren	72
2.1.5	Lebenssinn	73
2.1.6	Vorurteile	74
2.1.7	Macht	75
2.1.8	Konflikte	77
2.1.9	Menschenbilder in der Organisation	77
2.1.10	Verhalten von Freizeitprofis gegenüber Freizeitern	77
2.2.	Freizeit - Gedanken zum Freizeitbegriff	80
2.2.1	Freizeit, ein problematischer Begriff?	80
2.2.2	Freizeit steht für ein neues Bewusstsein	80
2.2.3	Freizeit gegen Muße?	81
2.2.4	Erholung	82
2.2.5	Herkunft des Begriffs „Freizeit“	82
2.2.6	Restzeit von Arbeit oder eigene Größe?	82
2.2.7	Zeit der Freiheit - Zeitfreiheit	83
2.3.	Freizeit als Teil der Alltagskultur	85
2.3.1	Freizeit zwingt zu ganzheitlicher Betrachtung	86
2.3.2	Freizeit widersetzt sich einem partiellen Szenarium	86

2.3.3	Ein Szenarium der Alltagskultur	88
2.3.4	Lebenswelt der Menschen in Deutschland	96
2.3.5	Subjektive Lebenswelt	100
2.4	Der Freizeitwert	101
2.4.1	Zum Begriff	101
2.4.2	Ethische Begründung des Freizeitwertes	104
2.4.3	Gesellschaftlicher Freizeitwert	107
2.4.4	Ökonomischer Wert	107
2.4.5	Ökologischer Wert	108
2.4.6	Träger des Freizeitwertes	110
3.	Grundlagenwissen	112
3.1	Freizeitwissenschaft	112
3.1.1	Was ist Freizeitwissenschaft?	112
3.1.2	Entwicklung der Freizeitwissenschaft	112
3.1.3	Der Freizeitwissensvorrat	113
3.1.4	Unsicheres Wissen	114
3.1.5	Bedarf an Grundlagenwissen	115
3.1.6	Eine Polemik: Vorsicht im Umgang mit Freizeitdaten!	116
3.1.7	Freizeitforschung	119
3.1.8	Freizeit-Zukunftsforschung	120
3.2.	Freizeitforschung - Fragen und Ergebnisse	134
3.2.1	Zeitforschung	134
3.2.2	Forschung zum Freizeitverhalten	140
3.2.3	Ganzheitliche Forschungsansätze	144
3.2.4	Dispositionen, Motive, Werte	148
3.2.5	Lebensstilforschung	153
3.2.6	Zielgruppenforschung	157
3.2.7	Kommunikations- und Medienforschung	161
4.	Rahmenbedingungen	169
4.1	Konsum- und Freizeitwelten in Zukunft	169
4.1.1	Allgemeine Trends	169
4.1.2	Freizeitrends	172
4.1.3	Entwicklungsdaten	181
4.2	Freizeit-Markt	181
4.2.1	Markt der freien Zeit	181
4.2.2	Freizeitmarkt	183
4.2.3	Trend zu mehr Freizeitmarkt	185
4.2.4	Konsum	187
4.2.5	Der Freizeit-Verbraucher	190
4.3	Freizeitbedarf	192
4.3.1	Freizeit - Bedarf	192
4.3.3	Risikomanagement durch Flexibilität und Selbstinnovation	202
5.	Freizeitinfrastruktur und Freizeitangebot	205
5.1	Freizeitinfrastruktur	205
5.1.1	Geschichte der Freizeitinfrastruktur	205
5.1.2	Von der Bedarfs-/Planwirtschaft zur Marktwirtschaft	210
5.1.3	Zwischen Freizeitwert, Auflassung und Privatisierung	211
5.1.4	Eine Bestandsaufnahme der Freizeitinfrastruktur	213
5.1.5	Freizeitmöglichkeiten	219
5.1.6	Freizeitkonzentrationen	223
5.1.7	Freizeitverkehrsinfrastruktur	225
5.2	Angebote	232
5.2.1	Veranstaltungen	232
5.2.2	Programme	237
6.	Akteure und Träger	242
6.1	Trägerschaft	242
6.1.1	Begriff und Inhalt	242
6.1.2	Zur Legitimation von Trägern	242
6.1.3	Gesellschaftliches Vorsorgesystem	245
6.1.4	Die Institution des Freien Trägers	247
6.2.	Freizeitwirtschaft und Freizeitunternehmen	248
6.2.1	Freizeit und Wirtschaft	248

6.2.2	Die Akteure der Freizeitwirtschaft	251
6.2.3	Freizeitunternehmen	254
6.2.4	Wirtschaftsverbände, Runde Tische, Netzwerke	255
6.3	Vereine	255
6.3.1	Der Verein	255
6.3.2	Das Vereinswesen	260
6.3.3	Das Ehrenamt im Verein	263
6.4	Öffentliche Anbieter	266
6.4.1	Öffentliche Freizeitaufgaben	266
6.4.2	Aufgabenstellungen in Verbindung mit Freizeit	267
6.4.3	Formen öffentlich-rechtlicher Träger	271
6.4.4	Schnittflächen öffentlicher und privater Freizeitanbieter	276
7.	Einführung in die Freizeitplanung	281
7.1	Freizeitplanung	281
7.1.1	Was ist Planung?	281
7.1.2	Freizeit und Planung	281
7.1.3	Freizeitplanungsbedarf	282
7.1.4	Planungsphilosophie	283
7.1.5	Vorgaben für Freizeitplanung	286
7.2	Planungsvorgang	287
7.2.1	Planungsabschnitte - Planungsmodell	287
7.2.2	Bestandsaufnahme - Analyse	288
7.2.3	Ziel-Setzung	289
7.2.4	Planungsmethodik	289
7.2.5	Planungsbereiche und Planungsmitarbeiter	294
7.3	Ziele für Freizeitplanung	298
7.3.1	Leitbilder	298
7.3.2	Kommunale Ziele	298
7.3.3	Unternehmensphilosophie	299
7.3.4	Interessenvertretung durch Vereine	302
7.4	Freizeit-Umweltplanung	302
7.4.1	Freizeit und Umwelt	302
7.4.2	Umweltkonkurrenz	303
7.4.3	Lösungsansätze für das Problem Freizeit - Umwelt	307
7.5.	Freizeit-Verkehrsplanung	309
7.5.1	Planungsaufgabe Freizeitverkehr	309
7.5.2	Lösungsansätze der Verkehrsplanung	310
7.6	Freizeit-Marketing	313
7.6.1	Marketing im Freizeitbereich	313
7.6.2	Nutzenerwartung	313
7.6.3	Freizeitmarketingkonzeption	314
7.6.4	Instrumente des Freizeitmarketing	316
7.6.5	Destinationsmanagement	318
7.6.6	Marketing - Teil der Freizeitplanung	320
7.7	Prüfliste für Freizeitgroßprojekt-Konzepte	321
7.8	Veranstaltungsplanung	324
7.8.1	Veranstaltungsprogramme	324
7.8.2	Partizipative Programmplanung	325
7.8.3	Besondere Veranstaltungen der Vereine	326
7.8.4	Veranstaltungsorganisation	327
7.8.5	Beispiel: Planung einer Tagung	329
7.8.6	Besucherbetreuung	333
7.8.7	Umweltverträglichkeit von Veranstaltungen	333
8.	Gestaltung von Freizeitangeboten	336
8.1.	Qualität	336
8.1.1	Atmosphäre, Flair, Faszination	336
8.1.2	Service-Wirkungen	336
8.1.3	Qualitätsanforderungen	336
8.2	Kommunikationsaufgaben	339
8.2.1	Kommunikative Beziehungen	339
8.2.2	Kommunikationsmanagement als Alltagsaufgabe	341
8.3	Stil	348
8.3.1	Gestaltungsgrundsätze	348

8.3.2	Beispiel: Einstellung auf Besuchererwartungen	351
8.4	Attraktivität der Landschaft	351
8.4.1	Natur oder Kultur?	352
8.4.2	Abstand zur Natur	352
8.4.3	Attraktive Ziele	353
8.4.4	Landschaftsästhetik und Freizeiterlebnis	353
8.4.5	Das Unverwechselbare der Landschaft	354
8.4.6	Lebensvolle Gestaltung	354
8.5	Bauen für Freizeit	354
8.5.1	Verantwortliche Gestaltung	355
8.5.2	Bauten für die Freizeit	355
8.5.3	Anforderungen des Betriebs an das Bauen	356
8.5.4	Raumprogramm	359
8.5.5	Bauplanung	361
8.5.6	Bau-Verwaltung	364
8.6	Organisation für Freizeitangebote	365
8.6.1	Organisation	365
8.6.2	Abhängigkeit organisatorischer Lösungen	365
8.6.3	Organisationsstrukturen	366
8.6.4	Aufbauorganisation von Freizeiteinrichtungen	369
8.7	Mitarbeiter für Freizeitangebote	371
8.7.1	Personalpolitik	371
8.7.2	Personalführung	372
8.7.3	Personalentwicklung und -betreuung	373
8.7.4	Personalplanung	374
8.7.5	Leistungsbewertung	377
8.7.6	Mitwirkung der Mitarbeiter	379
8.7.7	Personalverwaltung	380
8.8	Finanzen	380
8.8.1	Finanzmanagement	380
8.8.2	Zwei Finanzsysteme	381
8.8.3	Preisgestaltung	382
8.8.4	Finanzierung von Investitionen	384
8.8.5	Finanzplanung	384
8.8.6	Finanzkontrolle	386
9.	Schlussbemerkungen	388
	Literatur	389
	Stichwortverzeichnis	403