

# Inhalt

## Vorwort — V

<b>1</b>	<b>Entwicklung und Stand der Freizeitwissenschaft (Renate Freericks) — 1</b>
1.1	Ein interdisziplinärer Wissenschaftsansatz — 2
1.2	Ziel und Gegenstand — 5
1.3	Begriffsbestimmung und Entstehung der Freizeit — 9
1.3.1	Freizeit-Arbeitszeit — 10
1.3.2	Freizeit – Lebenszeit – Zeitautonomie — 12
1.3.3	Entstehung der Freizeit — 16
1.4	Umfang und Funktionen von Freizeit — 18
1.5	Freizeit als System — 26
1.6	Theoretische Ansätze — 28
1.6.1	Bildungstheoretischer Ansatz — 29
1.6.2	Zeittheoretischer Ansatz — 33
1.6.3	Raumbezogener Ansatz — 38
1.6.4	Erlebnisorientierter Ansatz (Dieter Brinkmann) — 44
1.7	Freizeitforschung (Dieter Brinkmann) — 48
1.7.1	Zeitverwendung und Zeitmuster — 49
1.7.2	Freizeitbildungsforschung — 50
1.7.3	Explorative Freizeitforschung — 51
1.7.4	Freizeitforschung als Zukunftsforschung — 53
1.7.5	Freizeitforschung als Teil von Jugend- und Milieustudien — 55
1.7.6	Angewandte Freizeitforschung im Rahmen von Besuchendenstudien — 56
1.8	Literatur — 57
<b>2</b>	<b>Relevanz gesellschaftlicher Entwicklungen für die Freizeit — 63</b>
2.1	Megatrends und ihre Relevanz für die Freizeit (Rainer Hartmann) — 63
2.2	Nachhaltigkeit (Rainer Hartmann und Bernd Stecker) — 68
2.2.1	Freizeit und ökologische Nachhaltigkeit — 71
2.2.2	Freizeit und soziokulturelle Nachhaltigkeit — 75
2.2.3	Freizeit und ökonomische Nachhaltigkeit — 77
2.2.4	Herausforderungen, Lösungsstrategien und Steuerungsinstrumente — 80
2.2.5	Fazit und Ausblick — 84
2.2.6	Literatur — 84
2.3	Medialisierung und Digitalisierung (Christopher Könitz) — 86
2.3.1	Medialisierung von Freizeitfeldern — 87
2.3.2	Digitalisierung der Freizeit — 91

2.3.3	Digitalität — 93
2.3.4	Konsequenzen der Medialität für Freizeitangebote — 95
2.3.5	Literatur — 98
2.4	Individualisierung und Wertewandel (Dieter Brinkmann) — 101
2.4.1	Die Entdeckung des Wertewandels — 101
2.4.2	Wertewandel als anhaltender Trend? — 103
2.4.3	Erlebnisorientierung und Lebensglück — 105
2.4.4	Neue Balancen für eine zukunftsfähige Entwicklung — 107
2.4.5	Literatur — 109
2.5	Freiwilliges Engagement (Dieter Brinkmann) — 110
2.5.1	Rahmung durch das Konzept „Bürgerschaftliches Engagement“ — 110
2.5.2	Entwicklung des freiwilligen Engagements in Deutschland — 112
2.5.3	Starke Engagementbereiche — 113
2.5.4	Motive für ein Engagement — 114
2.5.5	Zeitliche Strukturen — 114
2.5.6	Engagementförderung auf unterschiedlichen Ebenen — 115
2.5.7	Freiwilliges Engagement und Zielgruppen — 118
2.5.8	Ausblick — 119
2.5.9	Literatur — 119
<b>3</b>	<b>Pädagogik und Psychologie der Freizeit (Renate Freericks) — 120</b>
3.1	Entwicklung der Freizeitpädagogik — 120
3.2	Didaktik der Freizeit — 124
3.3	Informelles Lernen in der Freizeit(-pädagogik) — 133
3.4	Lernen und Lernmotivation — 140
3.5	Freizeit und Erleben — 144
3.5.1	Erleben und Erlebnis — 144
3.5.2	Zeiterleben – Zeitbewusstsein — 147
3.5.3	Erleben in der Gruppe — 152
3.5.4	Konflikte und Störungen — 155
3.6	Freizeitmotive und Motivation — 156
3.7	Freizeitverhalten — 162
3.8	Literatur — 166
<b>4</b>	<b>Management und Marketing der Freizeit (Rainer Hartmann) — 172</b>
4.1	Grundlagen Management — 173
4.1.1	Konzept des integrierten Managements — 175
4.1.2	Der Manager/die Managerin — 176
4.1.3	Dienstleistungen als Gegenstand von Management und Marketing — 178

4.1.4	Non-Profit-Organisationen und deren Marketing im Freizeitbereich — <b>180</b>
4.1.5	Qualitätsmanagement — <b>182</b>
4.2	Grundlagen Marketing — <b>183</b>
4.3	Marketingforschung/Marketinganalyse — <b>185</b>
4.3.1	Unternehmensanalyse — <b>186</b>
4.3.2	Marktanalyse — <b>186</b>
4.3.3	Umweltanalyse — <b>191</b>
4.3.4	Strategische Analyse — <b>191</b>
4.4	Strategisches Marketing — <b>194</b>
4.4.1	Marketingziele und -strategien — <b>197</b>
4.4.2	Strategien der Marktwahl und Segmentierung — <b>198</b>
4.4.3	Strategien der Marktbearbeitung — <b>201</b>
4.4.4	Strategien der Markenführung — <b>203</b>
4.4.5	Strategiebewertung und -profil — <b>204</b>
4.5	Operatives Marketing — <b>205</b>
4.5.1	Produktpolitik — <b>205</b>
4.5.2	Preispolitik — <b>208</b>
4.5.3	Vertriebspolitik — <b>210</b>
4.5.4	Kommunikationspolitik — <b>211</b>
4.6	Marketingimplementierung und Controlling — <b>219</b>
4.7	Literatur — <b>222</b>
<b>5</b>	<b>Politik und Planung der Freizeit — 225</b>
5.1	Freizeit als Gegenstand der Politik (Rainer Hartmann) — <b>225</b>
5.2	Freizeitwissenschaft und Planung (Martin Mencke) — <b>230</b>
5.2.1	Die räumliche Gesamtplanung — <b>233</b>
5.2.2	Prüfplanungen — <b>237</b>
5.2.3	Fachplanungen — <b>243</b>
5.2.4	Querschnittsplanung/Landschaftsplanung — <b>245</b>
5.2.5	Ein mögliches Praxisbeispiel — <b>247</b>
5.2.6	Zusammenfassende Übersicht — <b>249</b>
5.3	Literatur — <b>251</b>
<b>6</b>	<b>Handlungsfelder der Freizeitwissenschaft — 252</b>
6.1	Freizeit und Medien (Christopher Könitz) — <b>252</b>
6.1.1	Formen medialer Freizeit: In welcher Form lassen sich Medien in der Freizeit finden? — <b>252</b>
6.1.2	Geschäftsmodelle medialer Freizeit — <b>257</b>
6.1.3	Phänomene medialer Freizeit — <b>259</b>
6.1.4	Literatur — <b>261</b>
6.2	Freizeit und Reisen (Rainer Hartmann) — <b>263</b>

6.2.1	Struktur der touristischen Nachfrage — <b>263</b>
6.2.2	Wirtschaftsfaktor Tourismus — <b>268</b>
6.2.3	Strukturen und Akteure des Tourismus-Angebots — <b>269</b>
6.2.4	Literatur — <b>273</b>
6.3	Sport und Gesundheit (Richard Krull) — <b>274</b>
6.3.1	Handlungsfeld Sport — <b>275</b>
6.3.2	Handlungsfeld Gesundheit — <b>285</b>
6.3.3	Literatur — <b>289</b>
6.4	Freizeitökologie (Florian Carius) — <b>291</b>
6.4.1	Natur: begriffliche und konzeptionelle Grundlagen — <b>291</b>
6.4.2	Übernutzung vs. Erhalt der Natur — <b>293</b>
6.4.3	Ökologische Raumplanung und Freizeit — <b>298</b>
6.4.4	Erholung als kulturelle Ökosystemleistung — <b>303</b>
6.4.5	Naturnutzung und -nutzen in der Freizeit — <b>303</b>
6.4.6	Spannungsfelder der Freizeitökologie — <b>306</b>
6.4.7	Der Umgang mit Tieren und Pflanzen in der Freizeit — <b>309</b>
6.4.8	Synopse — <b>311</b>
6.4.9	Literatur — <b>312</b>
6.5	Kultur und Freizeit (Dieter Brinkmann) — <b>314</b>
6.5.1	Vielfältige Kulturlandschaft — <b>315</b>
6.5.2	Kulturnutzung in der Diskussion — <b>319</b>
6.5.3	Kulturpädagogik und Kulturelle Bildung — <b>320</b>
6.5.4	Kultur und Stadtentwicklung — <b>321</b>
6.5.5	Kultur- und Kreativwirtschaft — <b>324</b>
6.5.6	Hoffnungsträger Kulturtourismus — <b>326</b>
6.5.7	Ausblick — <b>327</b>
6.5.8	Literatur — <b>327</b>
6.6	Shopping und Gastronomie als Handlungsfelder der Freizeit (Rainer Hartmann) — <b>329</b>
6.6.1	Shopping als Freizeitaktivität — <b>330</b>
6.6.2	Gastronomie als Ort für die Freizeit — <b>334</b>
6.6.3	Literatur — <b>339</b>
<b>7</b>	<b>Ausblick: Die Zukunft der Freizeitwissenschaft (Renate Freericks, Rainer Hartmann und Dieter Brinkmann) — 341</b>
7.1	Freizeitgesellschaft 4.0 — <b>341</b>
7.2	Chancen von Freizeitwissenschaftler:innen auf dem Arbeitsmarkt — <b>345</b>

7.3            Freizeitwissenschaftliche Hochschulausbildung — **350**  
7.4            Literatur — **351**

**Abbildungen — 353**

**Tabellen — 355**

**Autor:innen — 357**

**Register — 359**