

Inhaltsverzeichnis

1. EINFÜHRUNG	11
1.1 PROBLEMSTELLUNG	11
1.1 FORSCHUNGSSTAND	25
1.2 AUFBAU DER ARBEIT	27
2. KULTURANALYTISCHE ASPEKTE.....	29
2.1 KULTUR	29
2.2 KULTURVERMITTLUNG	33
2.3 KULTURELLE BILDUNG	38
2.4 JUGENDKULTUREN	41
2.5 KULTURPOLITIK UND FERIENPROGRAMME	44
2.6 KULTURVERMITTLUNG IN DER PRAXIS	45
2.6.1 Familie.....	45
2.6.2 Schule	46
2.6.3 Vereine und Ehrenamt	47
2.6.4 Peergroups.....	48
2.6.5 Medien.....	49
3. ZEIT, FREIZEIT, FERIEN.....	51
3.1 ZEITKATEGORIEN	51
3.1.1 Die naturwissenschaftliche Kategorie der Zeit.....	51
3.1.2 Die sozialen Kategorien der Zeit	53
3.2 FREIZEIT UND FERIENPROGRAMME	55
3.2.1 Freizeit, ein umstrittener Begriff.....	55
3.2.2 Ferien als die Freizeit der Kinder.....	59
3.2.3 Ferienprogramme – eine Folge gesellschaftlichen Wandels	63
3.2.4 Forderungen an die Ferienprogramme	66
4. FREIZEIT UND ERLEBNISFORMEN	69
4.1 DIE KARRIERE DER SCHÖNNEN ERLEBNISSE	69
4.2 FREIZEITSEKTOR ERLEBNISWELT	73
4.3 EVENTS ALS ERLEBNISWELT	75
4.4 JUGEND UND Szenen	76
4.5 FREIZEIT, ERLEBNIS UND KULTUR IM ZUSAMMENHANG	78
5. BEGRÜNDUNG DER UNTERSUCHUNGSMETHODE.....	81
5.1 METHODOLOGISCHE GRUNDLAGE	81
5.2 INTERVIEWLEITFÄDEN	84
5.3 FORMULIERENDE INTERPRETATION	84
5.3.1. Auswahl der transkribierten Interviewabschnitte	84
5.3.2 Auswahl der Interviews, Themenmatrix und Kategorisierung	85
5.3.3 Problematik.....	86
6. AUSGEWÄHLTE PROGRAMME - UMFELD UND ANGEBOT.....	89
6.1 VON DER FERIENKOLONIE ZUM FERIENPROGRAMM	89
6.2 RAHMENBEDINGUNGEN, INSTITUTIONEN, RICHTLINIEN, FUNKTIONEN	93
6.3 ALLGEMEINE INFORMATIONEN ZU DEN FERIENPROGRAMMEN	97
6.4 ÜBERBLICK ÜBER DIE UNTERSUCHTEN KOMMUNEN	101
6.4.1 Lahr	101
6.4.2 Müllheim	104
6.4.3 Waldkirch	108
6.4.4 Gengenbach	110
6.4.5 Offenburg	114
6.4.6 Lörrach	120

6.4.7 Hausach	123
6.4.8 Ebringen	126
6.4.9 Friesenheim	127
6.4.10 Staufen	131
7. FERIENPROGRAMME ALS FREIZEITMARKT	135
7.1 DER ERLEBNISMARKT	135
7.2 FERIENPROGRAMME ALS FREIZEITMARKT	138
7.3 BEDINGUNGEN DES FREIZEITMARKTES FERIENPROGRAMME	141
8. AKTEURE DES FREIZEITMARKTES FERIENPROGRAMME	147
8.1 STRATEGIEN DER AKTEURE AUF DEM ERLEBNISMARKT	147
8.2 ANBIETERSEITE DES FREIZEITMARKTES	150
8.2.1 Die Rolle der Vereine	151
8.2.2 Professionelle Anbieter	153
8.2.3 Jugendliche Betreuer	155
8.2.4 Privatpersonen	156
8.2.5 Engagement und Grenzen ehrenamtlicher Betreuer	156
8.2.6 Ziele der Anbieter	157
8.2.7 Aufgaben der Anbieter	160
8.3 NACHFRAGESEITE DES FREIZEITMARKTES	161
8.3.1 Wünsche der Nachfrager	162
8.3.2 Die Meinung der Kinder	166
8.3.3 Die Haltung der Eltern	168
8.3.4 Probleme auf der Nachfrageseite	170
8.4 PROBLEME DER ERLEBNISORIENTIERUNG	172
9. FERIENPROGRAMME ALS MEDIEN DER KULTURVERMITTLUNG	175
9.1 GRUNDTHEMEN DER KINDHEIT	175
9.2 ESSEN ALS HEIMAT	177
9.3 DAS ANDERE GESCHLECHT	182
9.4 CITIUS, ALTIUS, FORTIUS	185
9.5 DIE DARSTELLENDEN KÜNSTE	192
9.6 DIE BILDENDEN KÜNSTE	194
9.7 LESEN, LESEN LASSEN, DAS LESEN LASSEN?	196
9.8 DORF- UND STADTGESCHICHTE	198
9.9. DIE FEUERWEHR – DER HÖHEPUNKT EINES FERIENPROGRAMMS	199
9.10 KINDER MIT MIGRATIONSHINTERGRUND	200
9.11 KOMPETENZERWEITERUNG	201
9.12 ANLEITUNG ZUM LEBENSLANGEN LERNEN	203,
9.13 BILDUNG FÜR DIE FREIZEIT	204
10. GESTALTUNG DER PROGRAMME ZWISCHEN ANSPRUCH UND WIRKLICHKEIT	207
10.1 GENERELLE PROBLEME	207
10.2 VERHALTEN IN DER GRUPPE	209
10.3 SCHRITTE AUS DER KULTURELLEN ORDNUNG	212
10.4 EINFLUSS DER ELTERN AUF DIE PROGRAMME	213
10.5 ZEITDISZIPLIN	214
10.6 ZUKUNFT DER PROGRAMME	215
10.7 DIE WEITERGABE KULTURELLER KOMPETENZEN	218
11. CONCLUSIO	221
12. LITERATUR	237
12.1 MONOGRAPHIEN, SAMMELBÄNDE UND ZeITSCHRIFTENAUFsätze	237
12.2 INTERNET	247
12.3 SONSTIGE QUELLEN	251

13. VERZEICHNIS DER TABELLEN	252
14. ANHANG	253
14.1 PROGRAMMKATEGORIEN	253
14.2 BEISPIEL DER THEMENMATRIX	254
14.3 BEISPIEL EINER SEGMENTTABELLE	255
14.4 PROGRAMMAKTIONEN NACH ORTEN	256