

FREIZEIT & MANAGEMENT

KARLHEINZ WÖHLER · LÜNEBURG)

Freizeitbildung oder Freizeitmanagement?

Zur Ökonomisierung eines postmodernen Integrationsmechanismus

1. Problemstellung

Freizeitbildung und marktorientiertes Freizeitmanagement stimmen im Postulat der Orientierung an den Bedürfnissen ihrer Klientel überein. Die Orientierung an Bedürfnissen basiert auf der Annahme, daß das menschliche Verhalten generell und somit auch das Freizeitverhalten durch Bedürfnisse gesteuert wird. Die Klientel ist in diesem Sinne stets präformiert. Bedürfnisse werden als Mangelgefühle definiert, die ein Streben nach Befriedigung, Behebung oder Ausgleich auslösen. Freizeitbildung sowie Freizeitmanagement bieten sich als Güter für Bedürfnisbefriedigung an (vgl. für Freizeitbildung *Buddrus* 1995, S. 98ff.; für Freizeitmanagement *Torkilssen* 1992, S. 80ff.).

Diese, auf den ersten Blick feststellbare Gemeinsamkeit hört auf, wenn der ganze Begründungszusammenhang aufgedeckt wird: Wünsche entwickeln sich aus bewußten oder unbewußten Bedürfnissen. Wünsche sind zunächst auf recht generelle Gegenstände (Güter oder Dienstleistungen) gerichtet. Selbst nach einer Entscheidung für einen bedürfnisbefriedigenden Gegenstand steht der postmoderne Mensch einem vielfältigen Angebot und unterschiedlichen Angebotstypen gegenüber. Er muß sich also für einen bestimmten Gegenstand entscheiden. In einem weiteren, von unterschiedlichen Faktoren beeinflussten Prozeß entscheidet sich der postmoderne Mensch schließlich für ein ganz spezifisches Gut – aus dem konkreten Wunsch ist eine Nachfrage oder pädagogisch gewendet: eine Frage nach etwas, geworden (vgl. Abb. 1). Mit was diese Nachfrage oder Frage beantwortet wird, darin, so die gängige These, unterscheiden sich beide.

Den nach ökonomischen Kriterien agierenden Freizeit(industrie)unternehmen kann vorgehalten werden, sie determinieren durch ihre Angebote die Wünsche bzw. sie machen durch ihre Angebote Bedürfnisse bewußt, deren Befriedigung dann ausschließlich durch die angebotenen Güter realisiert werden könnte. Mit dieser Strategie würde letztlich gegen das heutige Individuum gearbeitet, das seine Freizeit (bitte notwendig) für Emanzipation, Kulturation, Partizipation, Regeneration und Individuation, aber nicht für einen objektivierten Kommerz braucht. Kurz, Freizeit-

management sei eine „falsche“ ökonomische Variante der Bewußtmachung von Freizeitbedürfnissen und stehe im krassen Gegensatz

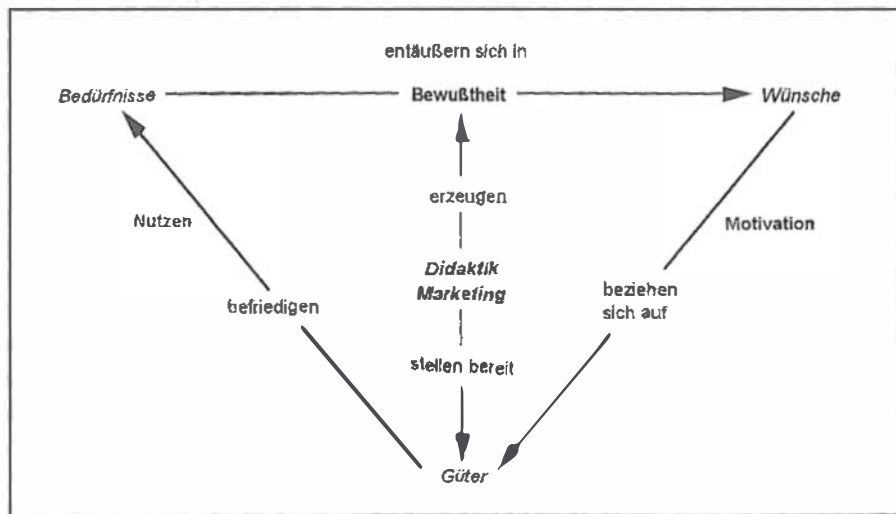


Abb. 1. Handlungstheoretischer Hintergrund von Freizeitpädagogik und Freizeitmanagement (in Anlehnung an Wöhler 1996, S. 164)

zur Anleitung, eine wachsende Freizeit „sinnvoll“ auszugestalten. Die Freizeitbildung stelle dagegen kein derartiges Beherrschungsunternehmen dar. Sie arbeite mit und nicht gegen das Individuum.

2. Zwei Modelle – eine Funktion

Wendet man diesen Vorbehalt genuin pädagogisch, so schimmert der (Herrschafts-) Anspruch der Pädagogik durch, wonach man die Welt nicht den „geheimen Erziehern“ überlassen dürfe. Die Verteufelung der bloßen Sozialisation rechtfertigt sich aus einer Diagnose, nach der die Entwicklung von Identität ohne Förderung weiterhin oder gerade heute unmöglich ist. Sozialisation wird als Wirkmechanismus für die Herausbildung von Anpassern angesehen, die für alles, nur nicht für „Sinnvolles“ verwendbar ist. Um sich diesem Wirkungsmechanismus zu widersetzen und eine Energie für Selbstbildung und Selbstfindung zu mobilisieren, ist Erziehung oder gar ein lebenslanges Lernen notwendig (vgl. *Hoffmann* 1992, S. 110). Eben genau dieses – Förderung der Identität, Energieerzeugung für Widerstand und Veränderung – hat Freizeitbildung zu leisten. Und dies, also die Her- und Bereitstellung des Gutes „Freizeitbildung“ ginge am besten im Schutz des Staates (vgl. etwa *Nährstedt* 1994, S. 284).

Was klangvoll mit „sinnvoller Freizeitgestaltung“ gemeint wird, reduziert sich auf den Anspruch der Freizeitbildung, der Kolonialisierung der Lebenswelt (*Habermas*) oder der Entfremdung (*Marx*) entgegenzuwirken: Weil die Systemintegration durch Geld, politische Macht und Recht eingereift in Bereiche der gesellschaftlichen Lebenswelt – wie Familie und primär soziale Netzwerke – eingreift, in denen noch Reste der Sozialintegration erhalten geblieben sind, und weil dadurch der postmoderne Mensch hierarchisch (= beherrschend) gesteuert und kontrolliert wird, müsse es einer Freizeitbildung darum gehen, dem Sinnverlust und Freiheitsverlust Einhalt zu gewähren. Die Befreiung von der verselbständigten Systemintegration kann in dem Maße gelingen, wie die auf den Menschen einwirkenden Systeme domestiziert werden. Diese Leistung (= Gut) bietet die Freizeitbildung an.

Die Gegenstände, die im Rahmen freizeitpädagogischen Handelns vermittelt werden, legitimieren sich demzufolge vor dem Hintergrund „höherer“ humanistischer Werte. Da das postmoderne Individuum erst eine bzw. seine Identität entwickeln muß, wird es in die Rolle des *Lernenden* gesetzt. Dem Freizeitbildner bzw. Freizeitpädagogen fällt die Aufgabe zu, den Lernenden möglichst effektiv Gegenstände zu vermitteln, von denen er annehmen kann, daß sie zur Persönlichkeitsentwicklung beitragen (= Sozialintegration). Kein System oder kein Konsumgut ist besser in der Lage, die individuelle innere Persönlichkeitsstruktur zu fördern als der Freizeitpädagoge kraft seiner didaktischen Kompetenz. Er entwirft ein dem sozialen Milieu des Lernenden angepaßtes Lernprozeßprogramm. Insofern hat der Freizeitpädagoge zu entscheiden, welcher persönlichkeitsfördernde Wert den Lernenden in diesem oder jenem Teil des Lernprogramms zugänglich zu machen ist (vgl. Abb. 2 auf der nächsten Seite).

Den Lernenden werden also *Gegenstände* vorgeschetzt, die nach einer didaktischen Reflexion durch den Freizeitbildner für geeignet gehalten werden, den postmodernen Menschen vor dem Hintergrund je spezifischer Milieus in seiner Persönlichkeit zu fördern. Die Freizeit ist die „systemfreie“ Arena, in der sich der postmoderne Mensch ohne Rücksicht auf Systemzwänge mit sinnstiftenden Dingen befassen kann. Nicht die Bedürfnisse des Lernenden, sondern die im Lerngegenstand präsenten Werte bestimmen demzufolge das freizeitpädagogische Handeln.

Der Ansatz des Freizeitmanagements, das hier als in *privaten Institutionen* hergestelltes Gut verstanden wird, kann wie folgt charakterisiert werden: Jeglicher Marketing-Management-Ansatz setzt bei abgeleiteten Bedürfnissen an. Der postmoderne Mensch befriedigt seine Bedürfnisse mittels Gegenständen, die sich im Verlauf der sozioökonomischen Entwicklung herausgebildet haben. Z. B. läßt sich der „Lebensmittelmarkt“ oder „Transportmarkt“ auf irgendwelche Grundbedürfnisse zurückführen, doch sie werden nicht mehr per Eigenanbau oder Pferdckutsche befriedigt. Der Freizeitmarkt spricht das Bedürfnis an, eine wachsende Freizeit irgendwie subjektiv sinnvoll auszufüllen. Das Freizeitmanagement konkretisiert Bedürfnisse, indem es nach der Funktion differenziert, der ein bereitgestelltes Gut dienen soll. Aus dem generellen Freizeitbedürfnis leiten sich zahlreiche Funktionen ab, etwa

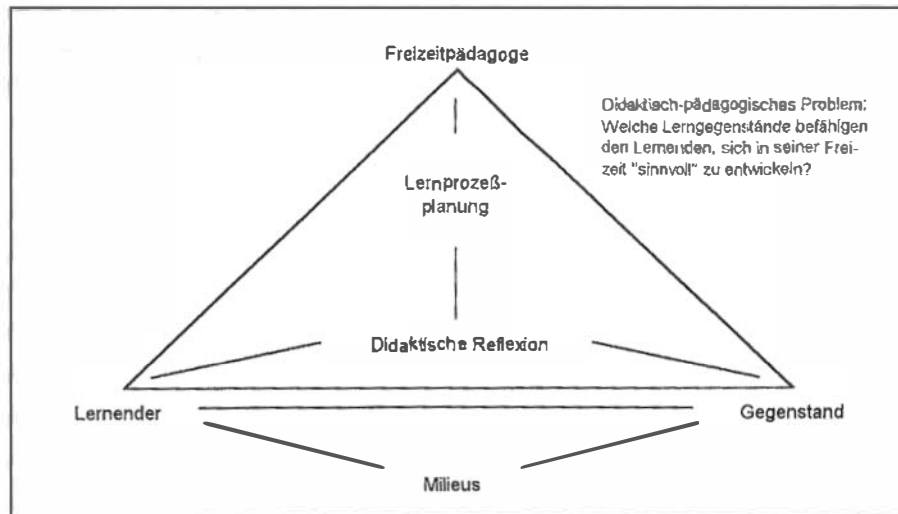


Abb. 2. Freizeitpädagogisches Handlungsmodell

„Selbstbestätigung“, „Herausforderungen meistern“, „Stimulation“, „Erholung“, „Erfahrung von Neuheiten“, „Selbstfindung“, „Selbstdarstellung“ etc. (vgl. *Torkildsen* 1992, S. 120f.). Dem Freizeitmanagement gelingt es, mit verschiedenen Techniken bestimmte Güterarten her- und bereitzustellen, in denen spezifische Nachfrager(-gruppen) ihre Bedürfnisse befriedigt sehen.

Weil es offensichtlich Güter gibt, die diesen Bedürfniskonstellationen besser als andere entgegenkommen (vom Nachfrager besser akzeptiert werden), ist es folglich für private Güteranbieter sinnvoll, ex ante herauszufinden, wie sie ihre Leistungen gestalten und vermarkten müssen, damit sie von den anvisierten Abnehmern positiv aufgenommen werden. Jeder Anbieter will einen Konkurrenzvorteil besitzen. Daher ist es für ein marktorientiertes Freizeitmanagement lebensnotwendig, Informationen über (abgeleitete) Abnehmerbedürfnisse zu gewinnen und diese Daten in abnehmergerechte Marketingaktivitäten umzusetzen (vgl. Abb. 3).

Wenn der postmoderne Mensch in den Besitz eines für ihn bedeutsamen Freizeitgutes kommen will, muß er sich auf eine Transaktion bzw. einen Tauschvorgang und Vertragsbeziehungen, also auf Marktbeziehungen, einlassen. In dem Augenblick, in dem er sich ein Gut angeeignet hat, besitzt er darüber die Verfügungsrechte, und dies bedeutet, er kann es je nach Art und Umfang für sich (= nutzenstiftend) instrumentalisieren. Die Reise mag z. B. subjektiv dem Sozialprestige dienen. Objektiv ist dadurch die Einbindung (Integration) des einzelnen in die Gesellschaft durch einen ökonomischen Tauschvorgang realisiert worden. Für eine derartige ökonomische Integration, die das marktorientierte Freizeitmanagement bewerkstelligt, ist kein Staat notwendig. Allein die Marktprozesse regulieren diesen Integrationsvorgang,

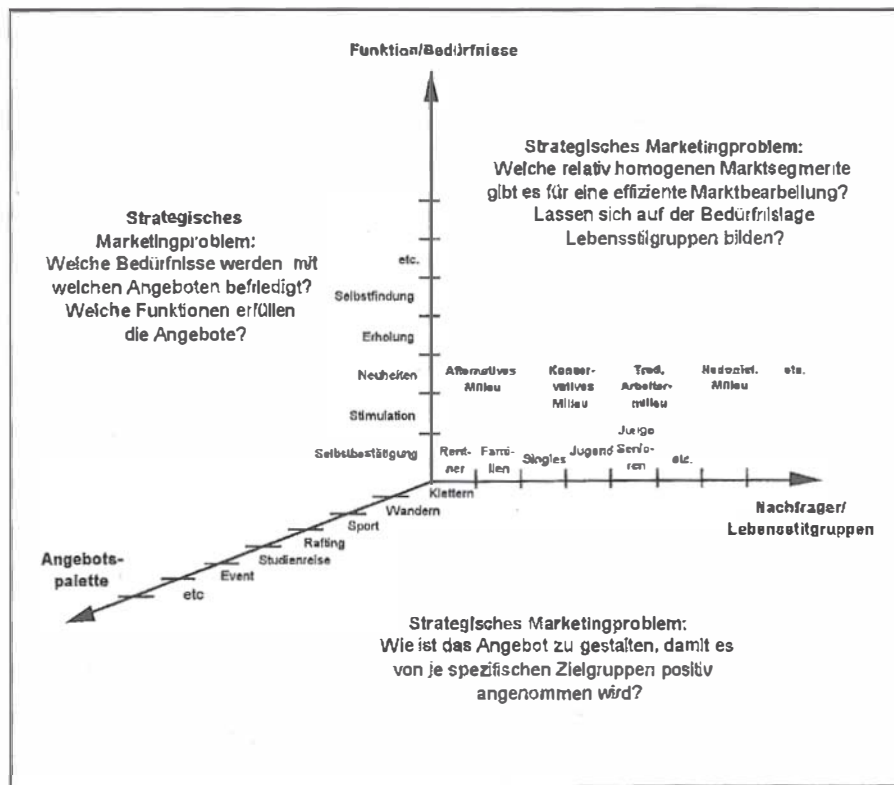


Abb. 3. Marktdefinition im Freizeitbereich – Strategisches Probleme des Freizeitmanagements

durch den sowohl die Nachfrager als auch die Anbieter einen Nutzen haben (Pareto-Optimum). Dem Staat fällt lediglich die Aufgabe zu, die Eigentumsrechte bzw. Verfügungsrechte zu schützen.

Beide, Freizeitbildung wie Freizeitmanagement, wollen also das Postulat der Bedürfnisorientierung per Vermittlung spezifischer Angebote umsetzen bzw. realisieren. Interessanterweise sehen sich beide in eine Konkurrenzsituation versetzt. Für die Freizeitbildung sind die unzähligen Sozialisationsagenturen die Konkurrenten, von denen sie sich mit einem auf Persönlichkeitsförderung abzielenden Programm absetzen will. Dieses spezifische Programm stellt ihr Leistungsangebot (Gut) dar. Für das Management eines privaten Freizeitgutanbieters sind es die Konkurrenten im gleichen Markt, die sich um eine kundennähere Angebotsgestaltung bemühen. Auf den Nenner gebracht: Es geht – so die Hypothese – beiden nicht darum, sich für den Freizeitmenschen zu engagieren, es geht vielmehr beiden darum, den postmodernen Menschen für sich per Freizeitgüter zu gewinnen (so klingt es bei Nahrstedt 1994, S. 293, an). Wenn gemeinsame Akteure einen Handlungsrealitätsbereich fokussiert haben, dann können sie als ein ausdifferenziertes System verstanden werden.

3. Freizeit als System

Ohne große historische Ausflüge zu wagen, kann festgestellt werden, daß Freizeit und Freizeitgestaltung schon seit geraumer Zeit thematisiert werden. Wer heute in das Freizeitgeschäft einsteigen möchte, muß nicht bei Null anfangen. Es steht eine gespeicherte Erfahrung bereit, auf deren Basis angeknüpft werden kann und die die Grundlage für die Kommunikation über Freizeit bildet. Kurz, es liegt eine spezifische symbolisch-sprachliche Struktur vor, die Freizeit von Politik, Recht oder Familie abtrennt und die nur hier einen Sinn macht: Die Ergebnisse der freizeitpädagogischen und freizeitgemanagten Operationen haben nur für das System „Freizeit“ eine Relevanz (*operative Geschlossenheit*). Was von der Umwelt hereinkommt, wird im Lichte dieser Basis beobachtet, bearbeitet und thematisiert, und dies heißt, daß historisch gewordene Freizeitsystem produziert seine *Identität selbstreferentiell*.

Freizeit erscheint nach dieser Sicht als ein Subsystem der Gesellschaft, die funktional und nicht (mehr im Namen eines Systems) hierarchisch differenziert ist (vgl. *Luhmann 1984*). Durch die Existenz des Freizeitsystems wird einmal mehr das hohe Niveau der funktionalen Differenzierung einer Gesellschaft unterstrichen, deren Teilsysteme autopoetisch operieren und die sich fortlaufend selbst reproduzieren. Die operative Geschlossenheit des Freizeitsystems gewährleistet ein Tolerieren höchster Komplexität in ihrer Umwelt und eine Verarbeitung der aufgegriffenen externen Komplexität, ohne ihre Existenz zu gefährden. Die Integration erfolgt durch diesen Mechanismus. Dies bedeutet umgekehrt aus der Sicht der anderen Systeme wie z. B. der Wirtschaft: Sie nimmt die Ergebnisse des Freizeitsystems unter der Perspektive der eigenen Reproduktion auf, indem etwa in Tarifverträgen nicht nur die Urlaubszeit, sondern auch Anlässe definiert sind, die einen freien Tag begründen. Die Familie, die Schule (z. B. in der didaktischen Analyse) und gar die Politik integrieren ebenfalls das Freizeitsystem. Offenheit wird also durch Geschlossenheit gewährleistet, d.h., daß das, was in das System hereinkommt, nach systeminternen Operationen verarbeitet wird.

Wie das interne Prozessieren im Freizeitsystem abläuft, ist in Abb. 4 grob aufgezeigt. Über den postmodernen Menschen ist es prinzipiell fremdreferentiell mit der Umwelt bzw. anderen Teilsystemen verbunden; das operative Ergebnis kommt ohnedessen externen Human-Faktor nicht zustande. Als selbststeuerndes System wird das Freizeitsystem dadurch extern jedoch nicht determiniert. Umweltereignisse zwingen vielmehr zur Entwicklung von eigenen *Selektionskriterien*, mittels derer jene Umweltqualitäten absorbiert werden, die zur eigenen Stabilisierung notwendig sind (didaktische oder Marktanalyse bewirken eine strukturelle Koppelung; vgl. hierzu allgemein *Maturana 1982*, S. 150). Im Sinne von transferentiellen Operationen (*Willke 1993*, S. 48) kann das Freizeitsystem beim Prozessieren über die Folgen seiner Operationen für die Umwelt auch aus der Sicht anderer Systeme nachdenken und u. U. Operationen stoppen, die zu unerwünschten, negativen externen Effekten führen. Das Freizeitsystem kann so über ökologische und moralische Effekte seines Tuns

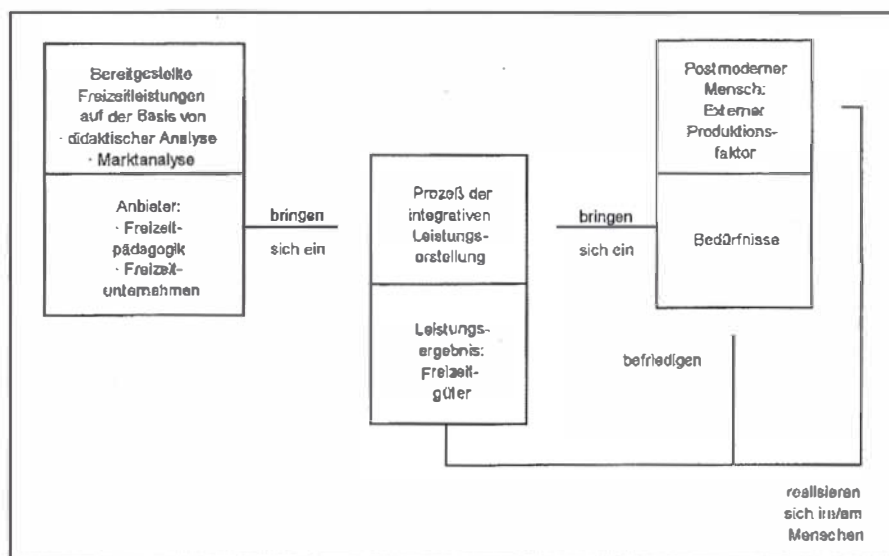


Abb. 4. Freizeitgütererstellung und -konsumtion

nachdenken. Es kann reflektieren, ob es seiner Handlungsrationalität entgegenkommt, diese oder jene externen Effekte zu produzieren, die dann wieder intern aufgearbeitet werden müssen. Freizeit und negative externe Effekte wie z. B. Bedrohung der Tierwelt durch Sportaktivitäten können beispielsweise Gegenstand interner Arbeit werden.

Mit dieser doppelten Problemstellung – Selektionskriterien und operative Fähigkeiten eines Systems – kann die vermeintliche Dichotomie öffentlicher Freizeitbildung und marktorientierten Freizeitmanagements wieder aufgenommen werden. Denn nun lautet die Frage: *Wieviel Fremdbezug bzw. Offenheit* kann ein System ertragen, damit es es selbst bleibt? Diese Frage verweist auf die interne Differenzierung des Freizeitsystems. Danach werden Freizeitbildung und Freizeitmanagement schlicht und einfach auf Indikatoren der internen Differenzierung des Freizeitsystems zurückgeschnitten. Nicht eine zentrale, hierarchische und somit beherrschende Instanz wie z.B. eine humanistische Gegeninstitution stellt die Re-Integration des Freizeitsystems sicher. Die Integration des Freizeitsystems – also der Bezug auf sich selbst – ist dezentral und entwickelt sich in diskursiver Abstimmung autonomer Akteure im Freizeitsystem. Zentrale Akteure stellen z.B. die Freizeitpädagogik und das private Freizeitunternehmertum dar.

Danach befindet sich das Freizeitsystem derzeit in einer Phase der fortschreitenden Binnenspezialisierung, die das System erschüttert. Dies ist für Systeme normal. Differenzierung heißt, daß z. B. Freizeitpädagogik als spezifisches Subsystem des Freizeitsystems bestimmte externe Umwelten für sich als relevanterklärt und ihren Out-

put in Einklang mit dem Ganzen bringen muß (= Integration). So nimmt sie z. B. Managementideen auf, und das marktorientierte Freizeitmanagement adaptiert pädagogische Elemente. Beides muß in Einklang gebracht werden. Ein „Non-profit-Management“ könnte als eine Vermittlungsform aufgefaßt werden, die keinen gegeneinander ausspielt und die die komplexe Einheit des Freizeitsystems ebenso aufrecht- wie innovativ offenhält.

Das Freizeitsystem erweist sich gerade deshalb als stabil, weil es mit seinen Teilsystemen grenzüberschreitende Kommunikation aufbaut bzw. aufbauen muß. Eine Taugung ist beispielsweise eine temporär festgesetzte grenzüberschreitende Kommunikation, die alle Teilbereiche des Freizeitsystems durchdringt und sie „im Ganzen“ zusammenhält. Diese Integrationsaufgabe ist wie in anderen Systemen nicht leicht lösbar. Schließt sich indes das Freizeitsystem im Namen eines ihrer Teilsysteme, so mag dies z. B. in einem moralischen Totalitarismus enden. Eine zwanghafte Durchsetzung einer „Weltsicht“ (also: einheitliche Selektionskriterien und Operationen) würde das Freizeitsystem nicht nur innovationsresistent machen. Es würde vielmehr so oder so ausmachbar sein und damit für andere Systeme der Gesellschaft instrumentalisierbar werden (siehe beispielsweise die Freizeitbewegung im Dritten Reich oder in der DDR). Solange es intern differenziert bleibt, ist es in der komplexen Umwelt lebensfähig – allerdings um den Preis der ständigen Integration.

4. Kontextsteuerung

Stimmt man dieser Analyse zu, dann befindet sich das Freizeitsystem in einem Zustand der internen Erneuerung. Die Freizeitpädagogik als Teilsystem bzw. Ausschnitt des übergeordneten, größeren Freizeitsystems muß dabei erfahren, daß sie lediglich relativ autonom ist: Sie hängt von Ressourcen ab, die nicht innerhalb ihrer Grenzen verfügbar sind. Was die Freizeitbildung ebenso wie das Freizeitmanagement systemextern existentiell zum Operieren benötigt, ist, wie bereits dargelegt, die Humanressource. Dort ist es der Kunde und hier ist es für die Freizeitbildung der „Lernende“, über den beide Teilsysteme in die Systemumwelt eingeschlossen sind (= strukturelle Koppelung). Diese externe Ressource bedingt nicht nur die Existenz des Freizeitsystems – sie hat auch das, was das System begründet: Freizeit. Sie ist überdies der „Stoff“, auf den sich die internen Operationen beziehen und somit die Überlebens- und Entwicklungsfähigkeit des Systems sicherstellen (ein Auto läßt sich auch ohne Kunden herstellen, nicht aber z. B. das Handlungssystem „Freizeitpädagogik“, das den Humanfaktor benötigt; siehe auch Abb. 4). Die Frage ist, wie auf diese lebenswichtige Humanressource (selektiv) reagiert wird.

Da das zu bildende bzw. zu managende Individuum mit der Gesellschaft soziokulturell rückverbunden ist und es dadurch stets „die“ Gesellschaft in das Freizeitsystem transportiert, stellt sich diese Frage immer auch gesellschaftlich: Welchen Grad an gesellschaftlicher Anpassung können sich die Subsysteme des Freizeitsystems leisten, um (noch) ihre Identität zu wahren, d. h., um nicht zu zerfallen (dies schwingt

z. B. bei Popp 1995 mit)? Zwingen externe soziokulturelle Strukturen die im Freizeitsystem möglichen Prozesse in einen bestimmten Rahmen, der dann als Ordnungskraft des Ganzen, des Freizeitsystems, fungiert? Dramatisch lassen sich diese Fragen auch so formulieren: Ist die Freizeitbildung Verlierer und das Freizeitmanagement Gewinner der modernen Gesellschaftsentwicklung?

Diese Fragen lassen sich beantworten, wenn sie auf ihren systemtheoretischen Kern zurückgeführt werden (neben Luhmann 1994 vgl. zum folgenden Willke 1993, S. 61ff.). Wie nachweisbar, ist die Geschichte und somit auch die Gegenwart der Freizeitbildung bzw. -pädagogik als eine Geschichte der Relation zu ihren Kontextumwelten zu verstehen (vgl. etwa Popp 1995). Ganz deutlich wird heute, daß die Ära der Selbststeuerung wenn nicht vorbei, so doch aber nicht mehr in ihrer Reinform system- und somit überlebensgerecht ist: Die Umweltkomplexität läßt sich nicht länger dadurch abfangen bzw. bewältigen, daß die Freizeitbildung ohne Rücksicht auf ihre zentrale Relationierung (= die zu bildenden Schüler, Jugendlichen, Erwachsenen und Alten in ihren jeweiligen Milieus stellen diese Relationierungen dar) kontextfern arbeitet, sich also selbst steuert. Externe Komplexität wird bei einer Selbststeuerung zwar zugelassen, doch intern taucht sie nicht mehr auf – ein Wesensmerkmal der Pädagogik, der nicht selten ein Modernitätsrückstand nachgesagt wurde. Wie Nahrstedt (1994) eindrucksvoll nachweist, muß die freizeitpädagogische Aufgabe darin bestehen, externe Komplexität wie beispielsweise Gewalt von Jugendlichen intern aufzunehmen und zu verarbeiten. Sich z. B. der PC-Jugend selbst als telekommunikativer Freizeitpädagoge mit Computerspielen in der Freizeitbildung zu stellen, bedeutet nichts weiteres, als daß im Zusammenspiel mit der Kontextumwelt überlebensfähige Binnenwelten geschaffen werden. Kurz, statt der Selbststeuerung ist eine Kontextsteuerung im Gange. Nichts anderes betreibt aber ein Freizeitmanagement, dessen Binnenwirklichkeit sich nur im unmittelbaren Zugriff auf die gelebte Welt ihrer Klientel herstellt.

Der „Preis“ für diese Kontextausrichtung heißt Strukturänderung. Gerade diese externen Vorgaben für freizeitpädagogisches Handeln produzieren intern Diskurse über Strukturen, Prozesse und Ziele (was soll pädagogisch in welchen Freizeiteinrichtungen wem vermittelt werden?). Diese Diskurse spitzen sich auf das Problem zu, wie sehr die Freizeitpädagogik im gesellschaftlichen Konzert mitspielen kann, ohne gänzlich versklavt zu werden. Versklavung heißt, man lebt unter einer Führung nach eigenen Mustern (weiter). Sich im Binnenbereich so zu geben, wie es in der Kontextumwelt gang und gäbe ist und darauf strukturell die Operationen abzustimmen, heißt, die Identität gänzlich unter Kontextbedingungen zu stellen.

5. Freizeitbildung als kollektives oder privates Gut?

Bei einer Kontextsteuerung läuft ein System Gefahr, daß sich bestimmte Systemelemente auf Kosten anderer Elemente im Zeitverlauf entwickeln (vgl. zum folgenden auch Haken 1981). Eine Kontext- und damit Marktausrichtung bestimmter freizeit-

pädagogischer Aufgaben (= Elemente) wie beispielsweise „aktive Freizeitgestaltung an Wochenenden“ könnte etwa so attraktiv mit Surfen, Beisammensein und Kneipenbummel ausgefüllt sein, daß dieses (Curriculum-)Element „Erlebnisorientierung“ einen Vorteil gegenüber anderen Elementen erhält. Weil es hohe Präferenzen besitzt, können sich andere Elemente genötigt sehen, in der gleichen Weise ihre Operationen auszuführen. Dieser Vorgang ließe sich als Versklavung charakterisieren. Die Systemelemente werden nicht eliminiert, sondern lediglich von einer Ordnungskraft dominiert. Genau dieser Umstand ist gemeint, wenn davon gesprochen wird, die Freizeitpädagogik gehe auf den Markt bzw. werde selbst ein Teil des Marktes (Nahstedt 1994, S. 292f.).

Gesetzt den Fall, im obigen Beispiel seien Surfen und Kneipenbummel marktlich koordiniert, man müßte dafür also einen Preis zahlen, dann fungiert der Markt in der Tat als Ordnungskraft. In die Freizeitbildung bzw. -erziehung hätte der Markt Einzug gehalten. Freizeitbildung wäre in den Status eines privaten Gutes gehoben worden. Das hätte bzw. hat Konsequenzen für diejenigen, die diese Güter nutzen wollen (vgl. hierzu allg. Musgrave 1966): Zahlungsunwillige oder -unfähige können vom Genuß/Konsum eines Gutes wie z. B. der „aktiven Freizeitgestaltung am Wochenende“ ausgeschlossen werden (*Ausschlußprinzip*). Darüber hinaus herrscht *Rivalität*. So kann beim erwähnten Surfen das Brett nicht gleichzeitig von einem anderen mitbenutzt werden. Die Bereitstellung von Freizeitbildung als privatem Gut, bei dem also das Ausschluß- und Rivalitätsprinzip vorliegen, wird demzufolge zu Lasten eines privaten Budgets veranlaßt – ein Umstand, der z. B. bei sog. Schulfreizeiten stets zu beobachten ist. D. h., ein Individuum, das in den Genuß dieses Gutes kommen will, muß kundtun, daß es bereit ist, einen Preis zu zahlen. Dadurch wird Freizeitbildung oder -erziehung marktgängig, d. h., Freizeitpädagogen und nachfragende Individuen einigen sich ohne Vermittlung des Staates: „Haste bezahlt, kannst mitmachen!“.

Inanspruchnahme / Konsum		Ausschluß	
		Ja	Nein
Rivalität	Ja	Privates Gut	Mischgut
	Nein	Mischgut	Öffentliches Gut

Abb. 5. Güterkategorien nach Musgrave

Wie die Abb. 5 demonstriert, steht einem privaten Gut das öffentliche Gut diametral gegenüber. Wird die Leistungserbringung der Freizeitpädagogik (z. B. „Vorbereitung auf interkulturelles Lernen“) in Form eines öffentlichen Gutes erbracht, dann

liegt kein Ausschlußprinzip und keine Rivalität vor: Auch wenn kein Beitrag zu dessen Erstellung geleistet wird, kann niemand vom Genuß dieses Gutes ausgeschlossen werden. Und Nichtrivalität besagt, daß der Konsum bzw. die Inanspruchnahme dieses Gutes durch A den Konsum des gleichen Gutes durch B nicht vermindert. Die Bereitstellung dieses Gutes erfolgt durch die öffentliche Hand.

Mit der Bereitstellung eines öffentlichen Gutes „Freizeitbildung/-erziehung“ greift der Staat in die Präferenzen der Konsumenten ein. Weil der Marktpreis für seine Inanspruchnahme *null* ist, ist es nicht notwendig, daß ein Individuum seine Präferenzen kundtut. Das Gut kann uneingeschränkt genutzt werden. Doch daraus läßt sich nicht ableiten, daß ein öffentlich genutztes Gut den Präferenzen der Nutzer folgt. Der Schüler nimmt beispielsweise selbst dann an einem „freizeitlich gestalteten Unterricht“ teil, wenn er diesen ablehnt. Es kann überdies bei *neuen* öffentlichen Gütern, die in der Schule als freizeitpädagogische Aufgabe definiert werden (vgl. *Nahrstedt* 1994, S. 293), nicht gesagt werden, diese kämen den Präferenzen der Schüler entgegen. Es fehlt schlicht ein Indikator wie der Preis, der anzeigt, daß mit der Zahlungsbereitschaft Präferenzen bzw. Nutzenerwägungen (Bedürfnisbefriedigungen) offenbart werden.

Vor diesem Hintergrund erscheint eine Kontextsteuerung im Freizeitteilsystem „Freizeitpädagogik“ intern nur durchzuschlagen, wenn die Präferenzen der Nutzer tatsächlich getroffen werden. Ein Systemversagen liegt vor, wenn es öffentliche Freizeitleistungen zur Verfügung stellt, die nicht das Resultat von Präferenzbildungen sind. Dies erklärt, warum private Freizeitanbieter erfolgreich sind: Sie stellen Leistungen bereit, für die der nutzenmaximierende Nachfrager bereit ist, einen Angebotspreis zu bezahlen. Die Zahlungsbereitschaft signalisiert dem Leistungsbereitsteller, ober bei der anvisierten Klientel ankommt, und dies heißt, daß die angebotenen Güter als Mittel der Realisierung von Wünschen und Bedürfnissen wahrgenommen werden. Ist damit der totalen Ökonomisierung der Freizeitgestaltung das Wort geredet?

6. Marktgang

Wenngleich sich die Einsicht verbreitet, daß die Freizeitpädagogik im Markt ansetzen muß und ihre Klientel bei ihren Konsumbedürfnissen zu packen hat (vgl. *Nahrstedt* 1994, S. 292f.), so bleibt unklar, ob das von ihr produzierte Leistungsbündel „Freizeitbildung“ als marktliches oder öffentliches Gut anzubieten ist. Da zugestanden wird, daß „der Markt vor allem über Freizeit und das Freizeit- und Mediensystem erzieht“ (*Nahrstedt* 1994, S. 292), ist ein Marktgang unabweislich. Zwei strategische Ansatzpunkte sind möglich, um als Freizeitteilsystem unter Marktbedingungen zu überleben:

1. Freizeitbildung/Freizeitpädagogik wird selbst Teil des Marktes. Sie vermarktet ihre eigenen Freizeitaktivitäten. Aufgrund der Kontextsteuerung moderner Systeme wird sie nicht umhinkommen, ihre Leistungsangebote marktgängig zu

machen (= mit Preisen zu versehen). Werden allerdings Leistungen angeboten, die von der Öffentlichkeit als so bedeutend angesehen werden, der Markt diese aber nicht in hinreichendem Maße zur Verfügung stellt und/oder ein entsprechendes Entgelt für die Inanspruchnahme nicht realisierbar ist, dann könnte die Freizeitpädagogik lizenziert werden, diese Leistungen per staatlicher Subvention zu erbringen. Eine freizeitorientierte offene Jugendarbeit könnte es etwa „verdient“ haben, in größerem Umfang angeboten zu werden, als dies der Markt, wenn überhaupt, tut (vgl. Popp 1995a, S. 189). Offene Jugendarbeit, die die Jugendlichen bei ihren Konsumbedürfnissen „packt“, wäre dann ein gemischt öffentliches Gut (*meritorisches Gut* nach Musgrave 1966, S. 13).

Offene Jugendarbeit, schulische Freizeitpädagogik mit dem Ziel der *Vorbereitung auf Freizeit* (!), soziokulturelle Gemeinwesenarbeit oder Freizeitpädagogik im Krankenhaus werden als freizeitliche Mischgüter privat konsumiert, ohne daß das Ausschlußprinzip angewandt wird. Es wird kein Preis erhoben, obwohl das Angebot knapp ist und im Konsum Rivalität herrscht. Weil der Staat aus politischen Gründen keine Preise erheben kann (und/oder will) und unentgeltlich bereitgestellte Leistungen gemeinhin zu Übernutzung führen, kann der Staat die Nachfrage limitieren und/oder das Angebot ausdehnen. Eine Ausdehnung des Angebotes läßt sich u. a. auch durch Einstellung von staatlich alimentierten Freizeitpädagogen und/oder durch Einrichtung von freizeitorientierten Ausbildungsgängen erreichen (vgl. Popp 1995a, S. 191f.).

Es kann darüber hinaus dem Staat bzw. dem Politsystem vorgerechnet werden, daß Freizeit neue Arbeitsplätze im Profit-Bereich schafft (vgl. Nahrstedt 1994, S. 288; Popp 1995a, S. 191). Daher müsse der Staat die entsprechende freizeitberufqualifizierende Aufgabe übernehmen (Berufsausbildung und berufliche Fortbildung), finden sich doch private Unternehmen (also der Markt) wegen der ihren eigenen Rentabilitätslogik nicht bereit, die notwendigen Ausbildungskapazitäten zur Verfügung zu stellen. Eine derartige Ausbildung wäre ebenfalls als Mischgut zu bezeichnen – Nichtausschließbarkeit und Rivalität sind hier ebenso vermengt wie private und öffentliche Interessen.

2. Denkbar ist auch, daß ein Mischgut bereitgestellt wird, bei dem das Ausschlußprinzip anwendbar ist, aber (weitgehend) keine Rivalität herrscht. D. h. genauer, daß alle zum Konsum Zugelassenen das Gut nutzen können, ohne einander zu stören. Ausschluß und damit der Zugang zu Leistungen nur per direktem Entgelt können beispielsweise durchgesetzt werden bei allen Freizeiteinrichtungen, bei der Vorbereitung und dem Erlernen von Freizeitaktivitäten (vom Angeln bis zum Orgelspielen) oder bei der Inanspruchnahme von Reiselcitem und Gästebetreuung. Bis zur Kapazitätsgrenze können bei diesen Beispielen Nachfrager bedient werden, ohne daß die Qualität abnimmt oder zusätzliche Kosten entstehen.

Diese Freizeitgüter können zu positiven Preisen angeboten werden, also für private Märkte. Freizeitpädagogik ist dann insofern Teil dieser Märkte, als sie entweder die dort tätigen Leistungserbringer qualifiziert hat oder die Leistungsprogramme pädagogisch-didaktisch entwirft bzw. anreichert. Eine staatliche Intervention in diesen Märkten ist zunächst nicht erforderlich. Stellt sich jedoch heraus, daß Unternehmen z. B. im kommunalen Freizeit- und Tourismusbereich (etwa Schwimmbäder, Stadtführungen) nicht kostendeckend arbeiten (können), dann könnte der Staat/die Kommune anfallende Defizite übernehmen. Derart bereitgestellte Freizeitgüter weisen zugleich Merkmale privater und öffentlicher Güter auf.

Gemeinsam ist diesen beiden Strategien, daß die Freizeitpädagogik Güter produziert, die vom privaten Markt (auf Dauer) nicht bzw. nicht hinlänglich bereitgestellt werden. Der Staat bzw. die öffentliche Hand wird also aktiv, wenn der Markt versagt. Daraus ließe sich schlußfolgern, die staatlich geförderte Freizeitpädagogik arbeite besser als der Markt. Eine solche Schlußfolgerung wäre voreilig, ist doch nicht klar zwischen Bereitstellung und Produktion (Herstellung) unterschieden worden. Bereitstellung umfaßt die Sicherstellung des Angebotes. Produktion bezieht sich dagegen auf die Herstellung des gewünschten bzw. präferierten Gutes. Wenn ein Marktversagen z. B. im Sektor der Offenen Jugendarbeit vorliegt, dann muß sich der Staat in erster Linie um die Bereitstellung kümmern. Ob er dieses Freizeitgut auch selbst produzieren soll, steht auf einem anderen Blatt.

		Produktion	
		Staat	Markt
Bereitstellung	Staat	Staatliche Eigenproduktion und -bereitstellung	Entstaatlichung, Privatisierung, Contracting Out
	Markt	Staat/öffentliche Hand als Konkurrent zu privaten Anbietern	Rückzug des Staates, Marktkräfte, Schutz der Eigentumsrechte durch den Staat

Abb. 6. Organisation des Staatseingriffs

Wie die Abb. 6 demonstriert, gibt es vier Möglichkeiten der Organisation des Staatseingriffs. Auf Freizeitgüter bezogen bedeutet dies, daß

- (1) bei der staatlichen Eigenproduktion Freizeitgüter unter der Regie des Staates mit eigenem Personal her- und bereitgestellt werden;
- (2) bei der Entstaatlichung bzw. Privatisierung die öffentliche Hand den Dienst von privaten Freizeitgut anbietern in Anspruch nimmt und diese privat erbrachten Leistungen als öffentliche Güter bereitstellt;

(3) bei der Konkurrenzsituation die öffentliche Hand Freizeitgüter herstellt, diese mit Preisen versichert und dem Markt anbietet;

(4) der Rückzug des Staates eine Situation kennzeichnet, in der der Staat keine Freizeitgüter her- und bereitstellt. Er überläßt dies den Marktkräften. Der Staat schützt lediglich die Eigentumsrechte.

Akzeptiert man einmal die Prämisse, daß es die heutige Gesellschaft aus übergeordneten Gründen bitter notwendig hat, Freizeitgüter vorzuhalten bzw. bereitzustellen (vgl. *Nahrstedt* 1994, S. 288: Freizeit als Gegenwelt zur Arbeitswelt und als neue Arbeitsplatzwelt), so scheidet die Marktlösung bei der Bereitstellung aus – also (3) und (4). Marktversagen wird also unterstellt. Der Staat greift ein, um die Bereitstellung von Freizeitgütern sicherzustellen. Damit reduziert sich die Frage, wer denn effizienter arbeitet – private oder öffentliche Freizeitgüteranbieter –, auf die Frage der Produktion gewünschter Freizeitgüter.

Freizeitbildung oder Freizeitmanagement erscheinen demnach auch unter wohlfahrtstheoretischen Annahmen (= Bereitstellung von Freizeitgütern muß gewährleistet sein) als Probleme der Selektionskriterien und der operativen Fähigkeiten: Was muß aus der Systemumwelt via Humanressource aufgenommen und wie intern verarbeitet werden? Wird die Humanressource – der postmoderne Mensch – als ein individualisierter und postmaterieller Faktor des Erlebnismarktes diagnostiziert (siehe Abb. 4), den es für die Produktion eines Freizeitgutes zu beschaffen gilt, so steht in der Tat fest: Beide Freizeitteilssysteme müssen sich auf dem Markt behaupten und „sich der Mittel des Marktes und des Markttings bedienen“ (*Nahrstedt* 1994, S. 293). Selbst wenn eine staatliche Eigenproduktion vorliegt, die hier mit Freizeitbildung gleichgesetzt wird, so muß sie unter dem Ordnungsprinzip „Markt“ erfolgen. Das Freizeitsystem schließt sich im Namen einer Ordnungskraft und operiert (= produziert) nach dominanten Marktkriterien.

7. Freizeit als Interpenetrationsprodukt

Daß sich die Freizeitpädagogik vom Markt(-geschehen) dominieren läßt, ist kein Zufall. Spätestens mit der Über- und Annahme des Paradigmas der „Erlebnisgesellschaft“ (*Schulze* 1992, vgl. auch *Nahrstedt* 1994, S. 290f.) ist ihr einerseits ein (Legitimations-) Modell für die Beschäftigung mit der Freizeit „frei Haus“ geliefert worden. Und andererseits entspricht dieses Paradigma zutiefst ihrem pädagogischen Impetus: An die Stelle von kulturellen und ökonomischen Abhängigkeiten tritt die offene, dynamische Wohlfahrtsgesellschaft, in der „die Individuen das existentielle Grundproblem haben, ihr Leben zu erleben“ (*Schulze* 1992, S. 140). In der Erlebnisgesellschaft wird die Außenorientierung von einer Innenorientierung abgelöst. Der individualisierte postmoderne Mensch fragt sich permanent: „Was will ich eigentlich?“ (*Schulze* 1992, S. 33). Er will viele Lebenssituationen, in denen er sich selbstverwirklichen und inszenieren kann (vgl. hierzu neuerdings den Sammelband

von *Hartmann/Haubl* 1996). Die Freizeitpädagogik bzw. -bildung bietet nicht nur diese sinnstiftenden Lebenssituationen an, sie bereitet ihn vielmehr auch darauf vor – eben auf die Freizeitwelt als Erlebniswelt.

Weil die Freizeitpädagogik erkannt hat, daß sie die Sinnlere des postmodernen Menschen nicht nur auffüllen, sondern zugleich mit zivilisatorischen Orientierungen anreichern kann, sieht sie sich als zentrale Transmissionsinstitution, die aus bedingungslosen Individuen doch noch verantwortungsbewußte Menschen formt (*Nahrstedt* 1994, S. 291, spricht von der Freizeit als „post-materieller Sozialarbeit“). Die Freizeitpädagogik kann darüber hinaus noch eine weitere Verknüpfung zur Erlebnisgesellschaft herstellen; Nicht mehr die materiellen wirtschaftlichen Organisationen und politischen Institutionen werden auf ihre charakterbildenden Leistungen hin befragt. Der einzelne postmoderne Mensch bezieht seine Orientierungen von der Freizeitwelt. Und da in dieser Freizeitwelt die Erlebnisorientierung am stärksten ausgebreitet ist, ist hier die optimale Chance für seine Selbstverwirklichung gegeben. Eine Freizeitpädagogik, die sowohl „Selbstverwirklichungstraining“ als auch Erlebnisorientierung im Leistungsangebot führt, muß sich symbiotisch mit der Erlebnisgesellschaft verbinden, hängt doch ihr Bestand von dieser strukturellen Koppelung ab.

Eine strukturelle Koppelung mit der Erlebnisgesellschaft, also die Absorbierung von System-Umweltqualitäten zur eigenen Stabilisierung, ist der Freizeitpädagogik *co ipso* „wesensnah“: Pädagogisches Handeln zielt nicht zuletzt auf die Befähigung von Individuen ab, sich selbstverantwortlich zu verwirklichen. Immer wieder müssen pädagogische Handlungsträger erfahren, daß bei der Realisierung dieses Ziels geschlossene soziale Räume als massive Hemmfaktoren wirken. Ungleichheitslagen (Herkunft, Berufspositionen, Bildung und Einkommen) sowie „horizontale“ Merkmale (Geschlecht und Alter) der ihr anvertrauten und/oder zugeführten Klientel stellen Barrieren bei der Selbstverwirklichung dar. Die Erlebnisgesellschaft, die heute mehr denn je ausgebreitet ist (vgl. *Schulze* 1992, S. 15), ist dagegen entvertikalisiert und individualisiert. Der soziale Raum wird demzufolge in seiner Vertikalität von immer mehr Menschen als offen wahrgenommen (kognitiv wie interaktiv). Eine Pädagogik, die auf Emanzipation setzt, also auf „Freilassung“ und Selbstverwirklichung, findet somit in einer Erlebnisgesellschaft ein geradezu paradiesisches Handlungsmilieu vor, das nicht von „Go-home-Phänomenen“ konterkariert wird: Freizeitpädagogisches und gesellschaftliches Milieu sind identisch – beide sind als offene Räume der Selbstverwirklichung konzipiert (vgl. die Abbildung 2 bei *Nahrstedt* 1994, S. 291). Da Freizeitpädagogik und Gesellschaft über Input und Output (vornehmlich den Humanressourcen/der Klientel) miteinander verbunden und durchdrungen sind, Erlebnisorientierung als von beiden Seiten gemeinsame „Sprache“ fungiert, gelingt es nahezu kinderleicht, den postmodernen Menschen gerade auch über Freizeittrollen (federführend) zu integrieren.

Faktisch vollzieht sich eine solche Integration dergestalt, daß beispielsweise in der Familie, der Schule oder im Berufsleben Freizeitprogramme installiert sind. Ein

schulpflichtiges Kind wird von den Eltern nicht nur in bezug auf seinen Schülerstatus geortet und bewertet, sondern es wird auch unter dem Blickwinkel seiner (kostspieligen) Freizeitaktivitäten „organisiert“ und beurteilt. Die Familie kann sich dabei auf einen gesellschaftlichen Konsensus stützen, der nicht zuletzt – bei einer gleichzeitigen Ökonomisierung, Politisierung und Solidarisierung – einer Kulturalisierung der Gesellschaft folgt (vgl. Münch 1991, S. 302ff.): Wenn gegen das Ladenschlußgesetz mit einem Transparent „Lieber feiern und saufen als abends verkaufen“ demonstriert wird, so drückt sich darin zunächst einmal der Protest gegen eine fortschreitende Ökonomisierung des Lebens aus. Daß Freizeit(-rollen) als Legitimation für politisches und ökonomisches Handeln herangezogen werden, zeigt einmal mehr den Grad der Integrationsfunktion differenzierter Teilsysteme. Wenn Freizeit Gegenstand der Kommunikation wird, so gelingt in unterschiedlichen Teilsystemen wie der Familie oder dem Berufssystem offensichtlich Verständigung. Mehr noch, es entwickelt sich gar – siehe „Saufen statt Verkaufen“ – über das Verlangen nach Freizeitgütern ein Solidaritätsgefühl. Wer möchte nicht lieber saufen (= Freizeit) statt verkaufen (= Arbeit)? Darin sind sich alle ebenso einig wie beim (mancherorts bereits realisierten) Vorschlag, Freizeit gegen Arbeitszeit aufzurechnen, um so der Arbeitslosigkeit und der Flexibilisierung der Arbeit Herr zu werden.

Freizeit ist demzufolge ein *Interpenetrationsprodukt* geworden. Sie steuert, indem sie von außen hineingetragen wird, die jeweiligen Prozesse der gesellschaftlichen Teilsysteme mit. Stellvertretend steht sie in den unterschiedlichen Teilsystemen als Repräsentant für eine „andere Welt“, auf die sich alle einigen können. Insofern fungiert sie als „vermittelnde Institution“ (Münch 1991, S. 306f.). Freizeit hat sich in der Moderne als ein „Muttersystem“ entwickelt, das einerseits eine spezifische Logik in andere Systeme hineinträgt und andererseits die Logiken anderer Systeme an- und aufnimmt. Die zentrale Vermittlungsleistung besteht in der symbolhaften Demonstration von Handlungskontingenz: „Ich bin und kann noch wer anderes sein als Schüler, Vater, Arbeiter, Manager etc.“ ist die (Sinn-)Botschaft, die von Freizeitsystemen ausgeht. Und damit ist nicht zuletzt die Selbstverwirklichung gemeint, die die Erlebnisgesellschaft mit ihren offenen sozialen Räumen verheißt. Vermitteln Freizeitpädagogik und Freizeitunternehmen diese Handlungskontingenz, so dienen sie der sozialen Integration in empirische Verhältnisse. Erlebnisorientierung macht vieles erträglicher.

Die Eindringung des Freizeitsystems in verschiedene Teilsysteme der Gesellschaft läßt sich nun auch funktional betrachten. Die steigende Nachfrage nach Freizeitgütern und damit verbunden die Ausbreitung der Erlebnisorientierung sind ein Indiz für die Entschärfung des Wettbewerbs um soziale Positionen. Wenn in der Erlebnisgesellschaft die subjektive Relevanz der sozialen Ungleichheit abnimmt bzw. latent wird (so nach Schulze 1992), dann liegt dies vornehmlich darin begründet, daß die Erlebnisorientierung stets Muster der Gegeninterpretation und -handlung bereithält, wenn der harte „Ungleichheitsalltag“ nicht gelingt (vgl. Schulze 1992, S. 66ff.): „Keine Lust“, „Mach' mich für beruflichen Erfolg nicht kaputt“, „Streben

nach Geld ist sinnentleert“ oder „Leben muß Spaß machen“ sind handlungsleitende Deutungen, die es dem postmodernen Menschen ermöglichen, sich der Wettbewerbsgesellschaft zu entziehen, ohne jedoch aus ihr auszusteigen. Freizeitgüter stellen aus dieser Perspektive gesellschaftliche „Befriedigungsgüter“ dar. Die Freizeitpädagogik kann daher sicher sein, stets willkommen zu sein, wenn sie sich auf die Erlebnisgesellschaft beruft und sie in ihr Programm aufnimmt. Sie muß aber sehen, daß sie dann Marktgüter produziert, die komplementär zum ökonomischen System sind.

Literatur

- Buddrus, V. (1995): Zeitkompetenz – Skizze eines Trainingskonzepts, in: Freizeitpädagogik, 17, 1995, S. 86–106.
- Haken, A. (1981): Erfolgsgeheimnisse der Natur. Frankfurt/M. 1981.
- Hartmann, H. A./Haubl, R. (Hrsg.) (1996): Freizeit in der Erlebnisgesellschaft. Opladen 1996.
- Hoffmann, D. (1992): Freizeit und 'Neue Medien' im Wandel, in: Freizeitpädagogik, 14, 1992, S. 107–112.
- Luhmann, N. (1984): Soziale Systeme. Frankfurt/M. 1984.
- Maturana, H. R. (1982): Erkennen: Die Organisation von Wirklichkeit. Braunschweig 1982.
- Münch, R. (1991): Dialektik der Kommunikationsgesellschaft, Frankfurt/M. 1991.
- Musgrave, R. A. (1966): Finanztheorie. Tübingen 1966.
- Nahrstedt, W. (1994): Freizeit und Gewalt: Haben Schulpädagogik und Freizeitpädagogik versagt?, in: Freizeitpädagogik, 16, 1994, S. 279–296.
- Popp, R. (1995): Freizeitpädagogik – vom „Mega-Konzept“ zur „neuen Bescheidenheit“, in: Freizeitpädagogik, 17, 1995, S. 41–47.
- Popp, R. (1995a): Wachsendes Interesse an Freizeitwissenschaft in Österreich, in: Spektrum Freizeit 17, 1995, S. 188–192.
- Schulze, G. (1992), Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt/M. 1992.
- Torkildsen, G. (1992): Leisure and Recreation Management, 3. Aufl., London u. a. 1992.
- Willke, H. (1993): Systemtheorie entwickelter Gesellschaften, 2. Aufl., Weinheim und München 1993.
- Wöhler, Kh. (1996): Marktorientiertes Tourismusmanagement 1. Tourismusorte: Leitbild, Nachfrage- und Konkurrenzanalyse, Berlin u. a. 1996.

Anschrift des Verfassers: Univ. Prof. Dr. Karlheinz Wöhler, c/o Universität Lüneburg, Scharnhofstraße 1, D-21335 Lüneburg

Wöhler, K.: Freizeitbildung oder Freizeitmanagement. Zur Ökonomisierung eines postmodernen Integrationsmechanismus. In: SPEKTRUM FREIZEIT, 19. Jg., Heft 1–2/1997, S. 101ff.