
WALTER TOKARSKI · KÖLN

Vom Tropenpark zum Disneyland: Der Trend zu Multifunktionalen Sport- und Freizeitanlagen

1. Erweitertes Freizeitverständnis

Die Palette der möglichen Sport- und Freizeitaktivitäten ist schier unerschöpflich. Diese Vielfalt zeigt, daß es fast für jeden heute möglich geworden ist, seinen speziellen Interessen in der Freizeit nachzugehen – wenn er will und wenn er kann. Die Bundesbürger verstehen heute unter Freizeit nicht mehr nur Erholung, Unterhaltung und Vergnügen, Spielen, Sport und Kultur, sondern geben der Freizeit zunehmend auch Funktionen der Bildung, der politischen und sozialen Betätigung, der ehrenamtlichen Arbeit, der Eigenarbeit, der Mediennutzung etc., so daß sich allein schon von daher das Verständnis der Freizeit in den letzten Jahrzehnten verändert hat. Wir müssen heute von einem erweiterten Freizeitverständnis ausgehen, das nahezu alles umfassen kann, was das Leben bietet, ein Verständnis, das Freizeit zur Arbeit und Arbeit zur Freizeit machen kann. Freizeit wird heute entsprechend subjektiv sehr unterschiedlich definiert und hat sehr individuelle Ausprägungen, trotz aller zu beobachtenden „Vermassungstendenzen“.

2. Freizeitstil

Darüber hinaus sprechen wir heute immer weniger von einzelnen Freizeitaktivitäten, Freizeitinteressen, Freizeitwünschen und Freizeiterlebensqualitäten, sondern fassen diese Einzelkategorien immer häufiger unter dem Begriff des Freizeit- bzw. Lebensstils zusammen. Es geht also nicht mehr um die einzelnen Freizeitaktivität oder das einzelne Freizeitinteresse, sondern um ganzheitliche und multidimensionale „Freizeitpakete“ für bestimmte Zielgruppen, die im übrigen nicht nur von der Freizeitwirtschaft angeboten werden, sondern auch von öffentlichen Trägern, Kirchen, Verbänden und Vereinen etc. Die einzelnen Freizeitelemente werden dabei kombiniert, Aktivitäten werden auf gewünschte Erlebensqualitäten hin abgestimmt, Freizeitwünsche, Freizeitaktivitäten und Erleben werden zur Einheit verschmolzen: Beim Freizeitkonsumenten soll ein „Wohlbefinden rundum“ erzeugt werden.

3. Megafreizeit

Multifunktionalität, Multidimensionalität und Multikomplexität der Freizeit ist also angesagt, „Freizeitinszenierungen“ ergeben sich dabei wie von selbst, die „Megafreizeit“ hat bei uns Einzug gehalten. Angebote wie:

- Töpfern und Sprachenlernen in der Toskana mit anschließendem Exklusiv-Badeurlaub,
- Club-Aufenthalt mit Multi-Angeboten im Sport- und Freizeitbereich („Urlaub im Dorf – Sport und Wein, alles inklusive“ (Loka 1991),
- Besuch des Tenniszirkus mit Zutritt zur VIP-Lounge an einem verlängerten Wochenende in New York, kombiniert mit Bummel über den Broadway, Wohnen im Hilton, Sightseeing und Flug in der business-class,
- Besuch einer Van-Gogh-Ausstellungs-Inszenierung in Amsterdam kombiniert mit Essen gehen,
- Besuch des Cats-Musicals in Hamburg bzw. des Starlight-Express in Bochum mit der Bundesbahn einschließlich First-Class-Hotel oder Galadiner,
- Kauf einer Stunde Squash mit anschließendem Besuch von Sauna, Fitnessstudio und Bar unter einem Dach,
- Tagesbesuch eines Spaß- und Erlebnisbads (Tropicana, Laguna, Aquadrom Belamar, Lulalu oder Blub) einschließlich entsprechender Restauration, Solarium, Massage, Spielsalon sowie Unterhaltung und Teilnahme an Vergnügungswettbewerben – Schwimmen ist leider oftmals in diesen Einrichtungen nicht möglich („Zwischen Palmen, Kunst und Kitsch“ (Hennecke 1991)

oder aber:

- Drei- bzw. Sieben-Tage-Aufenthalt in einem CenterParc in Holland, Belgien oder Südengland, kombiniert mit allen sportlichen, kulturellen und leiblichen Möglichkeiten („Eine Mischung aus Yachthafen, tropischem Garten, Shopping-Center und griechischem Dorf“ (Freizeit aktuell 1991) – ein Verlassen des CenterParcs ist dabei nicht erforderlich –,

prägen heute zunehmend den Markt. Multifunktionale Anlagen und Alles-unter-einem-Dach-Konzepte, die diese Angebote überhaupt ermöglichen, scheinen die Zukunft unserer Freizeit einzuläuten.

4. Freizeitlandschaft

Was im touristischen Bereich als zugkräftiges Angebot mit der Einführung von Spaß-, Erlebnis-, Sport- und Kulturpaketes bereits sehr früh begann, hat damit als allgemein erfolgreiches Prinzip Einzug in die Sport- und Freizeitlandschaft gehalten: Die Spaß- und *Erlebnisbäder* sind in Deutschland seit den 60er und 70er Jahren bekannt (Nahrstedt 1989, 38 ff.), damals noch sehr nüchtern als multifunktionale wasserbezogene Anlagen bezeichnet (man muß heute schon fast suchen, um ein „Schwimmbad“ zu finden). Im Kultur- und Medienbereich registrieren wir seit ca. Mitte der 80er Jahre immer mehr inszenierte Freizeitspektakel („‘Milan‘ und ‘Multiplex‘ – die neue Freizeit-Welt auf grünen Wiesen“ (Welt am Sonntag vom 21. 10. 1990)).

Die Akzeptanz ist überwältigend: 5 Mio. Deutsche in Ost und West wünschen sich nach einer Umfrage des BAT-Freizeit-Forschungsinstituts „morgens Tropenpark

und nachmittags Disneyland“ (Freizeit aktuell 1991); die erste Einrichtung, die Freizeit als Massenkonsumgut vermarktete, das „Phantasialand“ bei Brühl, verzeichnete bisher 33 Mio. Besucher, alleine 1990 2,4 Mio. (Welt am Sonntag vom 21. 10. 1990); 2000 Gäste besuchen täglich das „Aqualand“ in Köln-Chorweiler für einen „Stadturlaub statt Urlaub“ (Hennecke 1991); mehr als 200000 deutsche Urlauber buchen jährlich einen Cluburlaub mit speziellem Sportangebot – die Steigerungsrate liegt bei 7% pro Jahr (Oltrogge 1990,1).

5. Trend zum Indoor-Sport

Im Bereich des Sports ist der Trend zu Alles-unter-einem-Dach kaum aufzuhalten: Danach ist eine deutliche Zunahme des indoor-Sports zu erwarten, weil dies einmal den Sport unabhängig von Wetter, Jahreszeiten und Uhrzeiten macht, zum anderen die Natur nicht mehr genug Fläche hergibt, um die vielfältigen Freizeitwünsche zu befriedigen. Ersatz-Natur und der weitere Ausbau von Sport- und Freizeitanlagen sind damit eine zwangsläufige Notwendigkeit. Sportartspezifische Anlagen kann sich heute allerdings keiner mehr leisten, dazu ist das finanzielle Risiko zu groß bzw. das Gewinnstreben zu stark. Der multifunktionalen Indoor-Sport- und Freizeitanlage gehört damit die Zukunft, Megafreizeit löst die Freizeit ab. Organisierte, geplante Freizeit i.w.S. des Wortes wird damit stärker in den Vordergrund treten als bisher, weil Freizeitinszenierungen in diesen Sport- und Freizeitpalästen ihr (zahlendes) Publikum haben müssen, damit sie existieren können. Solange solche Freizeitinszenierungen noch relativ selten sind und aufgrund der Preisgestaltung bestimmte soziale Gruppen von der Teilnahme ausgeschlossen werden können, lassen sich Megafreizeit-Events durchaus als individuelle Ereignisse verkaufen: Die Vermassung ist aber vorprogrammiert, weil den Innovatoren immer die Imitatoren folgen und massenhafte Angebote kaum Anspruch auf Exklusivität erheben können. Inwieweit dann in der Folge für die Megafreizeit das mega-out kommt, sei der Phantasie der Leser überlassen.

Literatur:

- Freizeit aktuell (1991): Morgens Tropenpark und nachmittags Disneyland? Mitteilungen des BAT-Freizeit-Forschungsinstituts 12 (96) vom 26.03.1991
- Hennecke, G. (1991): Zwischen Palmen, Kunst und Kitsch – tropische Badefreuden im Kölner Norden. In: Köln. Zeitschrift der Stadt Köln 36 (3), 18-21
- Loka, H. (1991): Urlaub im Dorf – Sport und Wein, alles inklusive. In: Welt am Sonntag vom 14.04.1991.
- Nahrstedt, W. (1989): Freizeitbad: Lernort zwischen Arbeitswelt und Urlaubsparadies? In: Fromme, J; Nahrstedt, W. (Hrsg.), Baden gehen. Freizeitorientierte Bäderkonzepte. Bielefeld: 38-78
- Oltrogge, A. (1990): Der animationsgesteuerte Cluburlaub. Dissertation an der Universität Zürich
- Welt am Sonntag (1990): „Milan“ und „Multiplex“ – die neue Freizeit-Welt auf grünen Wiesen, 21.10.1990

Anschrift des Autors: Univ.-Prof. Dr. Walter Tokarski, Institut für Freizeitwissenschaft, Deutsche