
Renate Freericks

KOMPETENZPROFIL DER FREIZEITWISSENSCHAFTLER WAS FORDERT DER FREIZEITMARKT?

1. Einleitung und Hintergrund

Bereits vor drei Jahrzehnten wurde die Freizeit als pädagogisches Handlungsfeld mit besonderen Merkmalen entdeckt. Im Mittelpunkt standen die freizeitdidaktischen Herausforderungen angesichts der offenen Angebotsstrukturen und dem Teilnahmeprinzip der Freiwilligkeit in der Freizeit. In der wissenschaftlichen Auseinandersetzung ging es vor allem um die Begriffsbestimmung der Freizeit, um die Formulierung von Zielen und Leitideen, um die inhaltliche Ausgestaltung der Freizeit und um die Abgrenzung der Handlungsfelder, kurz: um die Legitimation der Freizeitpädagogik als eigenständige Wissenschaftsdisziplin.

Gesellschaftlich bedingte Veränderungen wie Arbeitszeitverkürzung, Wohlstandssteigerung, Bildungsexpansion und Individualisierung haben diese Entwicklung befördert.

Mit dem gesellschaftlichen Bedeutungszuwachs der Freizeit hat sich ein beachtlicher Freizeitmarkt entwickelt. Freizeit ist für Deutschland nicht nur ein enormer Wirtschaftsfaktor mit insgesamt mehr als fünf Millionen Arbeitsplätzen sondern ein Wachstumsmarkt mit Zukunftschancen (Opaschowski et al. 2006). Die Konsumenten stellen angesichts ausgeprägter Freizeiterfahrungen und pluraler Freizeit- und Lebensstile immer höhere Anforderungen an die Freizeitanbieter. So verwundert es auch nicht, dass sich

1. das Freizeitfeld immer stärker ausdifferenziert hat: in Bereiche wie Kultur, Tourismus, Gesundheit, Sport, Medien, Events / Unterhaltung und
2. zunehmend eine interdisziplinäre Auseinandersetzung mit der Freizeit durchsetzt. Freizeitwissenschaft ist eine Spektrumswissenschaft, in der interdisziplinäres Arbeiten und Denken unabdingbar sind.

RENATE FREERICKS

Der internationale Studiengang „Angewandte Freizeitwissenschaft“ an der Hochschule Bremen – der einzige seiner Art in Deutschland – wurde 1998 mit wissenschaftlicher Unterstützung der Kommission Pädagogische Freizeitforschung der Deutschen Gesellschaft für Erziehungswissenschaft gegründet. Die interdisziplinäre Ausrichtung und die Berücksichtigung zentraler Freizeitfelder waren bei der Entwicklung des internationalen Studiengangs richtungsweisend. 2005 wurde der Studiengang im Zuge des Bolognaprozesses auf Bachelor/Master umgestellt und erfolgreich akkreditiert. Durch die gemeinsame Entwicklung des Masterstudiengangs „Leisure and Tourism“ im Fachbereich Sozialwesen und im Fachbereich Wirtschaft wird nicht nur den Synergieeffekten zwischen Freizeit und Tourismus Rechnung getragen, sondern werden auch wirtschaftliche und sozialwissenschaftliche Betrachtungsweisen stärker miteinander vernetzt.

Die 90er Jahre standen ganz im Zeichen der Zeitflexibilisierung – nicht nur der Arbeitszeit, sondern der gesamten Lebenszeit. Gesellschaftliche Veränderungen, die Flexibilisierung und Dynamik der Zeit rückten immer stärker die Gestaltung von Lebensqualität in den Mittelpunkt. Die verantwortungsvolle zufriedene Gestaltung der Zeit wurde zu einer wesentlichen Aufgabe. Die Freizeit der Zukunft wird u. a. geprägt durch Erlebnis- und Wohlfühlorientierung, durch Geselligkeit und Mediatisierung (Opaschowski 2006). Sie steht aber auch vor aktuellen gesellschaftlichen Herausforderungen wie Demographischem Wandel, neuer Armut, Globalisierung, Nachhaltigkeit, Arbeitslosigkeit und den Diskussionen um Arbeitszeitverlängerungen. Die Entwicklungen und Anforderungen des Freizeitmarktes machen die Qualitäts- und Strukturdiskussion zu einer zentralen Aufgabe im 21. Jahrhundert.

Mit diesem Artikel soll ein Beitrag zur Qualitätsdiskussion im Berufsfeld Freizeit geleistet werden. Laut einer aktuellen Recherche, die von einer Absolventin der Freizeitwissenschaft (Langenhagen 2006) durchgeführt wurde, gibt es in Deutschland derzeit ca. 40 Bachelor- und Masterstudiengänge im Freizeit-, Kultur-, Tourismus-, Gesundheits-/Sportbereich. Weitere sind noch in der Planung. Mit ca. 30 bis 100 Absolventen pro Jahrgang strömen somit jährlich ca. 3000 Hochschulabsolventen auf den Arbeitsmarkt.

Doch welche Qualifikationsanforderungen stellt der Freizeitmarkt an Hochschulabsolventen? Welche Kompetenzen sind gefordert? Entspricht das Kompetenzspektrum des Freizeitwissenschaftlers den Anforderungen? Ziel des Beitrages ist es, auf Basis der Entwicklungen des Freizeitmarktes die Kompetenzanforderungen im Berufsfeld Freizeit

KOMPETENZPROFIL DER FREIZEITWISSENSCHAFTLER - WAS FORDERT DER FREIZEITMARKT?

näher zu beleuchten und somit das Kompetenzprofil des Freizeitwissenschaftlers genauer zu bestimmen.

2. Wie entwickelt sich der Freizeitmarkt?

Die gesellschaftlichen Veränderungen und Herausforderungen bleiben nicht ohne Folgen für den Freizeitmarkt. Kaum eine andere Branche ist so eng mit den sie umgebenden Rahmenbedingungen verbunden wie die Freizeitbranche. Die Entwicklung des Freizeitmarktes lässt sich kurz mit den folgenden Worten umschreiben: *mehr – besser – weiter – flexibler – schwieriger*.

Die Freizeitwirtschaft ist der größte Arbeitgeber in Deutschland. Die Wachstumsbranchen Tourismus, Medien, Kultur, Sport/Gesundheit und Unterhaltung erfordern zunehmend nicht nur mehr, sondern höherqualifizierte Arbeitnehmer/-innen. Durch zunehmende Verknüpfungen lokaler und mobiler Freizeit (z. B. Eventtourismus, Gesundheitstourismus) entstehen neue Schnittmengen zwischen Freizeit, Tourismus und Gesundheit. Die Freizeitexperten müssen über einen breiten Verständnishorizont verfügen und die Kenntnisse einzelner Branchen miteinander verknüpfen können.

Insbesondere in dem hier im Fokus stehenden Freizeitdienstleistungsbereich werden mit Blick auf die zunehmende Individualisierung der Lebensmodelle und die demographische Entwicklung in der Gesellschaft (Haehling von Lanzanauer/Klemm 2007) höhere Anforderungen an Professionalität und Qualifizierung gestellt. Die Tendenz zur Individualisierung und differenzierten Ansprüchen führt zu kleineren spezifischen Zielgruppen, die von den Freizeitangebietern jeweils unterschiedlich angesprochen werden müssen. Selbst die am meisten zu beachtende Zielgruppe der älteren Menschen, denn jeder Dritte wird angesichts der längeren Lebenserwartung und des Geburtenrückgangs im Jahr 2050 60 Jahre oder älter sein, stellt keine homogene Gruppe dar. Ältere sind heute bereits aktiver, gesünder und verfügen über bessere Bildungsabschlüsse als alle Generationen zuvor. Und die Gruppe der Älteren wird zunehmend differenzierter. Daher muss man sich an einem veränderten Altenbild orientieren und zwar im Sinne einer „bunten Seniorengeneration“ und ihrer spezifischen Bedürfnisse (Freericks 2006). Mit der Ausweitung und Ausdifferenzierung des Freizeitmarktes einerseits und den zunehmenden Ansprüchen der Konsumenten und ihrer pluralen Freizeit- und Lebensstile

RENATE FREERICKS

andererseits wächst der Bedarf an qualifiziertem Personal und damit wachsen auch die Anforderungen an die Servicequalität.

Ein im Zusammenhang mit der Alterung der Gesellschaft oft genannter Aspekt ist die Angst um die Zukunftsvorsorge und die neue Armut. Die Zahl derer, die aufgrund von Arbeitslosigkeit und unsteter Beschäftigungsverhältnisse am Existenzminimum leben, ist bereits heute erschreckend hoch. Längst wird von einer „Zweiklassengesellschaft“ gesprochen (Opaschowski 2006). Integrative Konzepte, die die Teilhabe aller an Kultur und Tourismus und das Streben nach Lebensqualität unterstützen, gilt es zu entwickeln.

Ein weiterer wesentlicher Entwicklungsfaktor ist die Globalisierung. Mit den ökonomischen, kulturellen, sozialen und ökologischen Dimensionen der Globalisierung (Schröder 2006) wird die Freizeit auf vielfältige Weise beeinflusst. Die kulturelle Globalisierung führt zu einer Vielzahl kultureller Freizeit- und Erlebnisangebote, die trotz der Vielfalt auch wieder eine gewisse Standardisierung aufweisen. Wesentlich erscheint es, angesichts der Konkurrenz auf dem Freizeitmarkt um die Gunst des Gastes, besondere, unvergessliche und einmalige Erlebnisse zu bieten. Die Entwicklung bzw. Inszenierung neuer Erlebnisangebote im Schnittfeld von Unterhaltung, Konsum und Bildung ist gefordert (Freericks et al. 2005).

Mit der Globalisierung entsteht ein neuer Referenzrahmen für die Erlebnisangebote, der Blick muss über die lokalen und regionalen Grenzen hinaus auf weltweite Entwicklungen gerichtet werden, wenngleich sich auch gegenläufige Tendenzen im Sinne von Regionalisierung und Rückbesinnung auf das Lokale und Regionale zeigen.

Die ökonomische Globalisierung nimmt insbesondere Einfluss auf die Unternehmensstrukturen. Sie erhöht den Wettbewerb und die Konkurrenz der Arbeitnehmer auf dem Arbeitsmarkt, sie stärkt bei internationaler Ausrichtung aber auch die Chancen auf dem internationalen Freizeitmarkt. Flexibilität und Mobilität der Arbeitnehmer/-innen wird zunehmend als selbstverständlich vorausgesetzt. Mit der sozialen Globalisierung wird unsere Gesellschaft immer mehr zu einer Informationsgesellschaft. Die weltweiten Informationsströme führen zu einer Verbreitung von Bedürfnisstrukturen und -mustern und erhöhen die Anforderungen an die soziokulturelle bzw. interkulturelle Orientierung. Die ökologische Dimension der Globalisierung tritt augenscheinlich mit dem Klimawandel hervor (Smeral 2003). Insgesamt verweisen die Globalisierungstendenzen auf die Notwendigkeit einer nachhaltigen Entwicklung.

KOMPETENZPROFIL DER FREIZEITWISSENSCHAFTLER - WAS FORDERT DER FREIZEITMARKT?

Die Freizeitbranche selbst trägt vor allem mit den Sektoren Medien, Tourismus und Events zu einer Beschleunigung der Globalisierung bei. So sind als Folge der Globalisierung nicht nur höhere Anforderungen an die Servicequalität zu konstatieren, sondern vor allem mit Blick auf die globale Medienwelt eine Ausweitung des digitalisierten Marketings (Benedix et al. 2005). Gelungene Internetpräsentationen des Angebots unter Nutzung neuer medientechnischer Entwicklungen (Podcasts etc.) gilt es sicher in die Marketingmaßnahmen einzubinden.

Eine weitere zu beobachtende Entwicklung auf dem Freizeitmarkt ist das verstärkte Outsourcing von Aufgabenbereichen oder Abteilungen (z. B. Museumshop, -Café, Restaurant / Schwimmbad im Hotel) an externe Dienstleister. Ziel ist es, Personal- und sonstige Kosten zu sparen und zugleich das Serviceniveau zu halten oder zu verbessern (Benedix et al. 2005). Ein Beispiel ist der Gesundheits- und Wellnessbereich als selbständiger Bereich in einem Hotelbetrieb, der in enger Anbindung betrieben und damit gemeinsam mit dem Hotelangebot vermarktet werden kann. Die zunehmende Wohlfühl- und Erlebnisorientierung, die Zielgruppendifferenzierung und gesteigerte Nachfrage nach Servicequalität erweitern die Möglichkeiten für neue Nischenmärkte und neue Beschäftigungsformen. Mit den neuen Märkten und Beschäftigungsformen erhöhen sich aber auch die Anforderungen an die Flexibilität der Arbeitnehmer/-innen bei zunehmendem Beschäftigungsrisiko. So zeichnet sich in der Freizeitbranche trotz Forderung nach zunehmender Qualifizierung und Professionalisierung die Tendenz zur Zunahme von Teilzeit- und Geringfügigkeitsbeschäftigung ab. Folge ist eine zunehmende Fluktuation der Beschäftigten, einhergehend mit einer Abnahme der Weiterbildungsbereitschaft, was schließlich zu einer Gefährdung der Qualität führen kann.

Aufgabe und Ziel der freizeitwissenschaftlichen Hochschulausbildung muss es sein, sich auf eine möglichst große Zahl der Entwicklungsfaktoren einzustellen und die Studierenden mit einem entsprechenden Kompetenzspektrum (-Profil) auszustatten.

3. Kompetenzanforderungen im Berufsfeld Freizeit

Die Entwicklungstrends am Freizeitmarkt zeigen, dass hohe Anforderungen an das Ausbildungsprofil gestellt werden. Welche Kompetenzanforderungen an Hochschulabsolventen lassen sich nun formulieren?

 RENATE FREERICKS

Zur Systematisierung der Handlungskompetenzen können allgemein folgende Facetten der Kompetenzen unterschieden werden (ZEvA o.J.):

- Fach-/Sachkompetenz: fachspezifische und fachübergreifende Kenntnisse, Fertigkeiten und Fähigkeiten
- Methodenkompetenz: Lern- und Arbeitsstrategien
- Sozialkompetenz: sozial-kommunikative Fähigkeiten
- Selbstkompetenz/personale Kompetenz: eigenverantwortliches (soziales) Verhalten

Die letzten drei Facetten entsprechen den so genannten Schlüsselkompetenzen. Schlüsselkompetenzen gewinnen in der Berufspraxis und der Hochschulausbildung neben der Sach-/Fachkompetenz zunehmend an Bedeutung. Kompetenzen zielen sowohl auf Wissen, Fertigkeiten, Fähigkeiten als auch auf Persönlichkeitsmerkmale wie Einstellungen und Werthaltungen. Der Kompetenzbegriff umfasst somit nicht nur die objektiven (Qualifikations-)Anforderungen der Situation, sondern auch die subjektiven Ressourcen und Potentiale einer Person (ZEvA o.J.). Mit anderen Worten: Kompetenz schließt sowohl die Fähigkeit als auch die Bereitschaft einer Person zum adäquaten Handeln ein.

In Anwendung dieser Systematik lassen sich bezogen auf das Berufsfeld Freizeit folgende Kompetenzen erfassen:

- Sachkompetenz: Management- und Marketingkenntnisse, betriebswirtschaftliche Kenntnisse, Praxis-/Feldbezug, zielgruppenspezifische Kenntnisse
- Sozialkompetenz: Teamfähigkeit, Kommunikationsfähigkeit, Führungsfähigkeiten, interkulturelle Kompetenz und Mehrsprachigkeit
- Methodenkompetenz: analytische Fähigkeiten, Medienfertigkeiten, Planungs-/Innovations-/Projektmanagement, Lehr-/Beratungsfähigkeiten
- Selbstkompetenz: Eigeninitiative/Verantwortung, Kritikfähigkeit, Kreativität und Flexibilität
- Pädagogische/didaktische Kompetenz: Lebensqualität, mehr Demokratie

Die gesellschaftlichen Entwicklungen zeigen, dass die Orientierung der Hochschulbildung an einem rein fachlich ausgerichteten theoretischen Spezialwissen nicht mehr ausreicht; die interdisziplinäre Erweiterung und das Anwendungswissen gewinnen an Bedeutung. So wird mit dem Begriff Sachkompetenz bereits darauf verwiesen, dass es hier nicht nur um theoretisches Spezialwissen geht, sondern, dass der konkrete Praxis- und Feldbezug durch Projektarbeiten und Praktika gefordert ist. In der freizeitwis-

KOMPETENZPROFIL DER FREIZEITWISSENSCHAFTLER - WAS FORDERT DER FREIZEITMARKT?

senschaftlichen Ausbildung wird dies insbesondere durch die neue Lernform der Learners Company umgesetzt. Auftraggeber aus der Praxis stellen Projektaufgaben und gemeinsam werden Lösungsstrategien bzw. -modelle entwickelt. Die Globalisierungs- und Internationalisierungstendenzen finden u. a. in der interkulturellen Orientierung und der Mehrsprachigkeit ihren Ausdruck. Studierende der Freizeitwissenschaft belegen Fremdsprachenmodule, gehen für ein Semester ins Ausland und können auch das Praxissemester im Ausland absolvieren.

Die besondere Hervorhebung der pädagogischen/didaktischen Kompetenz des Freizeitwissenschaftlers begründet sich einerseits in dem zunehmenden Bedarf an neuen integrativen Konzepten, die die Partizipation aller Bevölkerungsgruppen im Freizeitbereich sichert, und andererseits in dem individuellen Streben nach Wohlbefinden und Sinnsuche (Lebensqualität). Sie findet sich zwar in Teilen auch in den anderen Kompetenzebenen wieder, doch gewinnt sie mit der generellen Ausrichtung der Freizeitwissenschaft am Konzept der Lebensqualität eine besondere Bedeutung.

Insgesamt ist festzustellen, dass die Kompetenzen bzw. Anforderungen je nach speziellem Berufssegment und den jeweiligen Funktionsebenen unterschiedlich gewichtet sein können. So lässt sich z. B. die Bedeutung der Entwicklung und Steuerung von Nachhaltigkeit im Freizeit- und Tourismussektor Naturparks und Naturreservate höher gewichten als in der täglichen Reisebüro­tätigkeit, wengleich vor dem Hintergrund eines ethischen und verantwortungsvollen Handelns (Selbstkompetenz) die nachhaltige Entwicklung einen übergreifenden Stellenwert einnehmen sollte. Kenntnisse in Reiserecht und in der Landeskunde sind sicherlich im Reisveranstaltermarkt stärker gefragt als im Kultursektor. In einem Tourismusinformationszentrum oder einem Wellnesscenter stehen deutlich mehr Beratungs- und Betreuungskompetenzen im Zentrum als bei einer Tätigkeit in einem Tourismusplanungsbüro.

Die immer stärkere Verzahnung lokaler und mobiler Freizeit und zunehmenden Überschneidungen der Berufsfelder erfordern jedoch in verstärktem Maße ein berufsfeldübergreifendes Denken und Handeln im Sinne eines vernetzten/ganzheitlichen Denkens und Handelns. Generell spricht die Dynamik des Freizeitmarktes für eine breit und recht offen angelegte freizeitwissenschaftliche Ausbildung. Die Veränderungen am Freizeitmarkt bieten Chancen für die Entwicklung neuer Berufsbilder und Strukturen.

Aus der Analyse des Freizeitmarktes und der Beschreibung der einzelnen Kompetenzen ergibt sich abschließend folgende Bestimmung für das *Kompetenzprofil* des Freizeitwissenschaftlers:

- Breite wissenschaftliche Basisqualifikation mit internationaler Dimension orientiert an der Dynamik der Freizeitbranche
- Querschnittskompetenz, um interdisziplinär arbeiten zu können
- Vernetzungskompetenz, um Synergien und Chancen in verschiedenen Freizeitsektoren zu nutzen (neue Schnittmengen)
- Praxis-/Feldbezug mit Vertiefung spezieller Kenntnisse und Fertigkeiten
- Entwicklung individueller und spezialisierter Kompetenzprofile je nach beruflicher Orientierung

4. Fazit und Perspektiven

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass das Kompetenzprofil des Freizeitwissenschaftlers qualifizierte und anpassungsfähige Absolventen für einen sich dynamisch wandelnden Freizeitmarkt hervorbringt. Die Querschnitts- und Vernetzungskompetenz ermöglicht die Entwicklung integrierter Konzepte mit Schnittmengen aus Kultur, Tourismus und Gesundheit. Durch die komplexe Ausrichtung des Studiums auf unterschiedliche Freizeitfelder und interdisziplinäre Betrachtungsweisen wird eine breitere und damit krisenfestere Ausbildung gesichert (statt Schmalspurausbildung). Den Studierenden der Freizeitwissenschaft werden somit vielseitige Chancen auf dem Freizeitmarkt eröffnet. Die Ausbildung des Freizeitwissenschaftlers fördert die Qualitätsentwicklung und -sicherung in den verschiedenen Freizeitfeldern zum Nutzen der Kunden und bietet zudem Perspektiven für Unternehmen und Gesellschaft im Freizeitbereich auf gesellschaftliche Herausforderungen und Marktveränderungen adäquat zu reagieren bzw. adäquate Lösungen anzubieten.

Weitere Untersuchungen wie Absolventenbefragungen, Bedarfs- und Potentialanalysen und vergleichende Studien zu den Freizeitcurricula in Deutschland bzw. Europa stehen noch aus. Sie könnten eine weitere Bestimmung des Kompetenzprofils der Freizeitwissenschaftler und des Berufsfeldes Freizeit fördern und unterstützen.

KOMPETENZPROFIL DER FREIZEITWISSENSCHAFTLER - WAS FORDERT DER FREIZEITMARKT?

Literatur

- BARZ, H. et al. (2003): *Trendbibel für Marketing und Verkauf. Konsummotive im Wandel*. Regensburg, Berlin
- BENEDIX, U. et al. (2005): *Regionales Monitoring-System Qualifikationsentwicklung: Monitoring Bericht 2005 / 1 Tourismus. Projekt EQUIB*. Bremen
- FREERICKS, R. (1996): *Zeitkompetenz. Hohengehren/Baltmannsweiler*
- SCHRÖDER, A. (2006): *Postmoderne Unübersichtlichkeit der Freizeit- und Lebensstile*. In: Reuber, P.; Schnell, P. (Hrsg.): *Postmoderne Freizeitstile und Freizeiträume. Neue Angebote im Tourismus*. DGT. Berlin
- FREERICKS, R. et al. (2005): *Projekt Aquilo. Aktivierung und Qualifizierung erlebnisorientierter Lernorte*. Bremen
- FREERICKS, R. (2006a): *Perspektiven des Städtetourismus – eine wissenschaftliche Analyse*.
- Vortrag zur Podiumsdiskussion der CDU Bürgerschaftsfraktion in Bremen zu ‚Tourismus in Bremen – 2010‘ (Vortragsmanuskript)
- FREERICKS, R. (2006b): *Museen im gesellschaftlichen Wandel- Chancen und Risiken*. In: Pleyen/Schröter (Hrsg.): *Kommunikation und Finanzierung für Museen. Neue Strategien in Zeiten gesellschaftlicher Veränderungen*. Detmold
- HAEHLING VON LANZENAUER, CH./KLEMM, K. (Hrsg.) (2007): *Demographischer Wandel und Tourismus. Zukünftige Grundlagen und Chancen für touristische Märkte*. Berlin
- KLEINHENZ, G. (Hrsg.) (2002): *IAB Kompendium Arbeitsmarkt- und Berufsforschung*. Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung der Bundesanstalt für Arbeit (IAB). Nürnberg
- LANGENHAGEN, D. (2006): *Berufsfelder in Freizeit und Tourismus- Perspektiven für Hochschulabsolventen*. Diplomarbeit. Bremen
- OPASCHOWSKI, H.W. (2006): *Deutschland 2020. Wie wir morgen leben – Prognosen der Wissenschaft*. 2. Aufl. Wiesbaden
- OPASCHOWSKI, H.W. et al. (2006): *Freizeitwirtschaft. Die Leitökonomie der Zukunft*. Hamburg
- SMERAL, E. (2003): *Die Zukunft des internationalen Tourismus. Entwicklungsperspektiven für das 21. Jahrhundert*. Wien
- ZEVA (Zentrale Evaluations- und Akkreditierungsagentur) (o.J.): *Positionspapier: Schlüsselkompetenzen in den Curricula der Hochschulen*. Hannover