innentitel.qxd 17.12.2004 22:37 Seite 1

Kai Illing / Norbert Meder (Hg.)

Halbjahresschrift Freizeitwissenschaft

SPEKTRUM FREIZEIT

II/2004

Forum für Wissenschaft, Politik & Praxis

erweitert aus der Zeitschrift »Freizeitpädagogik«

Schwerpunkte:

Wellness

Informelle Bildung

Janus Presse

INHALTSVERZEICHNIS

EDITORIAL 3

Mitteilungen

Fachtagung 10./11.02.2005 – Nachhaltiges Lernen in Erlebniswelten?
Modelle der Aktivierung und Qualifizierung 5

MICHAEL PRIES Aus der Praxis:
Sport trifft Wissenschaft im Olympiapark München 7

MICHAEL HANY Nacherwerbsphase: Freizeitlust oder Freizeitfrust?
Auf der Suche nach Impulsen und Perspektiven für die
Bildungsarbeit mit Älteren 10

Schwerpunkt: Wellness

KAI ILLING „Medical Wellness“ in Hotels und Kliniken:
Erfolgsvoraussetzungen für Selbstzahlermedizin 13

WOLFGANG NAHRSTEDT „Wellness im Kurort“:
Neue Qualität für den Gesundheitstourismus in Europa?! 37

MONIKA RULLE EduWellness:
Vom passiven Konsum zum selbstverantwortlichen Handeln 53

LENA MLEJNKOVÁ Wellness im tschechischen Kurwesen 60

Schwerpunkt: Informelle Bildung

DIETER BRINKMANN Inszenierte Lernwelten 71

GEORG FRIEDRICH Formen informellen Lernens am
Beispiel der Lernkonzepte von Skateboardern 87

RALF LAGING Lerngelegenheiten in informellen
Bewegungsräumen von Kindern 98

MICHAEL PRIES Informelle Bildung als Weg zur Selbstständigkeit.
Herausforderungen an die Pädagogik als Folge des
Struktur- und Wertewandels 113

NEUERSCHEINUNGEN 128

AUTORINNENVERZEICHNIS 135

Editorial

Das vorliegende Heft der Zeitschrift widmet sich zwei Themen: *Wellness* auf der einen Seite und *Informelle Bildung* in der Freizeit auf der anderen Seite. Das Wellness-Thema hat Kollege Kai Illing als Herausgeber organisiert und lektoriert. Informelle Bildung war erneut Thema des Züricher Kongresses der DGfE in Zusammenarbeit mit den entsprechenden Gesellschaften in der Schweiz und in Österreich. Die vier Vorträge, die in Zürich im Symposion der Sektion ‚Pädagogische Freizeitforschung und Sportpädagogik' gehalten wurden, sind – wie es Tradition ist – hier im Heft abgedruckt. Es sind die Beiträge von Brinkmann, Friedrich, Laging und Pries. Dass informelle Bildung nach zwei Themenheften in den letzten Jahren noch immer die Freizeitpädagogik beschäftigt, zeigt, dass es ein zentrales Thema ist, das von kaum einer anderen Teildisziplin so gründlich – insbesondere auch empirisch – bearbeitet wird.

Das Thema Wellness, Fitness und bewusste Körperlichkeit ist im Alltag ebenso präsent wie in der freizeitpädagogischen Forschung. In Einzelartikeln ist es in den letzten Jahren in der Spektrum Freizeit auch immer wieder reflektiert worden. Es war also an der Zeit auch einmal ein Themen heft zu gestalten. Dies hat Herr Kollege Illing mit diesem Heft übernommen. Es sind dabei so viele Beiträge zusammengekommen, dass wir sie nicht alle in diesem Heft veröffentlichen konnten. Denn die Tradition, unser Symposion auf der Jahrestagung der DGfE in der Spektrum Freizeit zu dokumentieren, wollten wir nun auch nicht brechen. Deshalb sei hier schon angekündigt, dass das nächste Heft – die Spektrum I/2005 das Thema Wellness noch weiterführen wird. Ich will die einzelnen Beiträge nicht eigens kommentierten und ins Thema einordnen. Das sollte das nächste Editorial tun, wenn der zweite Teil zu diesem Thema feststeht und damit der gesamte Beitrag der Spektrum zur Sache Wellness überschaubar ist. Nur soviel kann hier schon gesagt werden. Kai Illing ist es gelungen, die Sache von Anfang an in den Kontext europäischer Entwicklungen zu stellen. Dies zeigt, dass auch das Thema Wellness nur in globaler Perspektive zu behandeln ist.

Ich wünsche viel Spaß und Bereicherung bei der Lektüre.

Norbert Meder

mitteilungen.qxd 17.12.2004 22:39 Seite 5

FACHTAGUNG 10./11. FEBRUAR 2005

Nachhaltiges Lernen in Erlebniswelten?
Modelle der Aktivierung und Qualifizierung

Wie kann man das informelle Lernen in Erlebniswelten anregen und entwickeln? Was können Erlebnismuseen, Science Center, Zoos und Themenparks tun, um aus flüchtigen emotionalen Eindrücken nachhaltig in Erinnerung bleibende Erfahrungen zu schaffen? Und wie können Kinder, Jugendliche und Erwachsene für ein Lernen mit Spaß und Geselligkeit gewonnen werden? Mit diesen und weiteren Fragen des Lernens in Freizeit-Erlebniswelten befasst sich eine Fachtagung am 10. und 11. Februar 2005 des Instituts für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit (IFKA) an der Hochschule Bremen in Kooperation mit dem Heinz-Nixdorf Museumsforum in Paderborn. Im Zentrum stehen Modelle der Aktivierung und Qualifizierung des Erlebnis-Lernens.

Thematisiert werden in einführenden Vorträgen die Bedeutung informeller Lernprozesse für die Wissensgesellschaft, die Grundlagen eines gehirngerechten Lernens und die Chancen des Freizeitbereichs. Im Mittelpunkt steht die Einschätzung von Ergebnissen des Projektes „Aktivierung und Qualifizierung erlebnisorientierter Lernorte (Aquilo)“. Mit insgesamt 14 Projektpartnern vom Museum bis Freizeitpark wurden in diesem Rahmen neue Ansätze für Lernszenarien in Erlebniswelten erkundet und wissenschaftlich begleitet.

Vertiefende Workshops sollen Strategien und Modelle für eine Umsetzung aufgreifen und bewerten:

- Arrangement und Design von Lern-Erlebnis-Umgebungen
- Lern-Events und bewegende Emotionen
- Betreute Lerninseln und Lernzeiten in Erlebniswelten
- Vernetztes Lernen mit neuen Kooperationspartnern
- Nutzerorientierung in Lern-Erlebnis-Szenarien
- Materialien und Medien für eine Vor- und Nachbereitung von Besuchen

Das Heinz-Nixdorf MuseumsForum bietet dabei nicht nur einen attraktiven Tagungsraum für die Veranstaltung sondern lädt auch dazu ein, die neu gestaltete Ausstellung zur Entwicklung der Informationstechnik zu erkunden und am passenden Ort Modelle der Lernförderung über Medien zu diskutieren.

Die Fachtagung wendet sich an Mitarbeiter aus Erlebniswelten und kooperierenden Bildungseinrichtungen, an Wissenschaftler aus Sozial- und Freizeitforschung, Planer und Entwickler von Freizeitangeboten sowie interessierte Beobachter von Freizeittrends. Sie wird gefördert durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung.

Termin und Ort

Donnerstag, 10. Februar, und Freitag, 11. Februar 2005
Heinz-Nixdorf MuseumsForum, Paderborn

Veranstalter:

Institut für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit e.V. / Hochschule Bremen in Kooperation mit dem Heinz-Nixdorf MuseumsForum

Anmeldung und weitere Informationen

Institut für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit e.V.
Hochschule Bremen /FB 8
Neustadtswall 30
28199 Bremen

Tel. 0421-5905-2012, Fax 0421-5905-2013
E-Mail: Info@ifka.de, Internet: www.ifka.de und www.aquilo-projekt.de

mitteilungen.qxd 17.12.2004 22:39 Seite 7

Michael Pries

Aus der Praxis: Sport trifft Wissenschaft im Olympiapark München

Der Olympiapark in München steht vor großen Herausforderungen: Im Jahr 2006 wird der Fußball aus dem Olympiastadion ausziehen und dann muss ein jährliches Frequenzdefizit von ca. 1,5 Millionen Besuchen ausgeglichen werden. Hinzu kommen Umsatzeinbußen, und auch ein Imageverlust wird befürchtet. Zudem wächst der Modernisierungsdruck auf die über 30 Jahre alte Anlage. Das B. A. T Freizeit-Forschungsinstitut berät die Olympiapark München GmbH bei der Erarbeitung und Realisierung eines zukunftsfähigen Konzeptes.

Als ein zentrales Element im neuen Olympiapark ist ein Sport Science Center zum Thema Sport, Gesundheit, Prävention und Ernährung geplant. Bis die nötigen baulichen und finanziellen Voraussetzungen dafür geschaffen sind, soll im Rahmen von Veranstaltungen getestet werden, wie die münchener Bevölkerung aber auch Partner und Sponsoren zu dem Konzept stehen. Unter dem Motto „Sport meets Science“ wird daher im Sommer 2005 erstmals eine Sport-Science-Week durchgeführt. Wissenschaftliche Erkenntnisse, Phänomene und Informationen aus den Bereichen Sport, Gesundheit und Ernährung sollen vor allem einem jungen Publikum ansprechend und einladend präsentiert werden.

Wie wird die Geschwindigkeit gemessen, die ein Tennisball beim Aufschlag erreicht? Wer läuft schneller: Ein Olympiasprinter oder ein Hase? Aus welchen Materialen werden Turnschuhe gemacht? Ist Sport wirklich gesund? Dürfen Leistungssportler Pommes essen? Es lassen sich viele interessante Fragen rund um das Thema Sport finden. Eine ganze Reihe von ihnen soll im Rahmen der Sport-Science-Week gestellt und auch beantwortet werden. An Demonstrationsständen und Mitmach-Stationen kann ausprobiert und experimentiert werden. Die große Vielfalt der Angebote macht den Olympiapark München für eine Woche zu einem sport- und gesundheitswissenschaftlichen Erlebnisland für die ganze Familie.

In Anlehnung an die fünf olympischen Ringe sind fünf Themeninseln vorgesehen:

1. Gesundheit & Ernährung
2. Bekleidung & Ausrüstung

mitteilungen.qxd 17.12.2004 22:39 Seite 8

3. Technik & Energie
4. Wettkampf & Aktivität
5. Medien & Unterhaltung

Auf dieser Grundlage wird ein enger Bezug zur Alltagserfahrung der Besucher hergestellt, die im direkten Zusammenhang mit dem Thema Sport steht. Dabei lassen sich viele Inhalte wie Bewegung, Sportgeräte, Pharmazie, Medizin, Ethik, Geschichte, Leistungssport / Profisport, Sportpsychologie, etc. präsentieren.

Unter fachkundiger Anleitung können die Besucher selbst experimentieren und auf spielerische Art Neues aus Forschung und Technik erfahren. Faszinierende Einblicke in den menschlichen Körper, in sportwissenschaftliche Leistungsfelder und Phänomene werden möglich. Ob Erfahrungen jenseits des üblichen Schulalltags, Informationen zum Freizeitsport oder Einblicke in Berufsfelder, die bisher noch nicht im Blickfeld lagen: Das Gespräch mit Aktiven, Fachleuten oder Wissenschaftlern öffnet neue Horizonte – nicht nur für Sportbegeisterte. „Learning by emotion" lautet das Bildungskonzept hinter der Science-Week: Es geht nicht um Lehrveranstaltungen, sondern um Mitmachangebote.

Zur Belebung und spielerischen Auseinandersetzung hat das B. A. T Freizeit-Forschungsinstitut gemeinsam mit dem Verein Kultur und Spielraum e. V. München ein Kinder- und Jugendprogramm entwickelt. Zum einen ist ein Schülerwettbewerb geplant, bei dem Kinder und Jugendliche, Natur- und Technik-Gruppen sowie ganze Schulkassen aufgefordert sind, wissenschaftliche Forschungsergebnisse und Kenntnisse für andere Kinder und Jugendliche erlebbar zu machen. Die Bearbeitung umfasst z. B. Experimente, Simulationen, Ausstellungsgegenstände, Fragen und Fragestellungen, etc. Die eingehenden Ideen werden von einer Jury bewertet, die Gewinner erhalten die Möglichkeit, ihr Projekt bei der Science Week auszustellen.

Der zweite Baustein ist die „Bespielung" der Veranstaltung durch ein Spielsystem auf der Basis eines Qualifikationsnachweises, den Kinder und Jugendliche erwerben können, indem sie sich im Laufe der Woche an ganz unterschiedlichen Angeboten beteiligen. Eine Art „Ausweis" fungiert als Eintrittskarte, in der alle Aktivitäten vermerkt werden. Am Ende winkt der „Master of science"-Titel. Der Ernstcharakter des Angebots für Kinder und Jugendliche drückt sich darin aus, dass Fachleute und Wissenschaftler Rede und Antwort stehen, aber auch Ausschnitte aus ihrer Arbeit zeigen, Kinder zur temporären Mitarbeit einladen und neugierig machen auf ihre Berufe und Tätigkeiten. Der Olympiapark ist der ideale Ort für eine solche Veranstaltung. Sport und Spaß in der Freizeit schließen Lernen und Bildung nicht aus.

Den Anstoß für die Idee lieferten die seit 2000 erfolgreich im Europapark Rust durchgeführten Science Days. Dort werden in Kooperation mit verschiedenen Universitäten, Fachhochschulen, Schulen, Behörden, Vereinen und Unternehmen naturwissenschaftliche und technische Experimente angeboten.

mitteilungen.qxd 17.12.2004 22:39 Seite 9

Die zumeist jugendlichen Besucher können mit unterstützender Anleitung auf spielerische Art Neues aus Forschung und Technik erfahren und Einblicke in naturwissenschaftliche Phänomene erhalten. Der wirtschaftliche Erfolg dieser dreitägigen Veranstaltung – mit über 20.000 Besuchern 2004 – verdeutlicht, dass die Verbindung von kommerziellen Freizeitparkangeboten und Bildungselementen sich auch betriebswirtschaftlich rechnet. Dies bestätigt auch der Wissenschaftsminister von Baden Württemberg, Frankenfeld, der in diesem Angebot eine „weitere Schnittstelle zwischen Wissenschaft, Wirtschaft und Pädagogik" sieht.

Die Sport- und Gesundheitsbranche ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor und München zählt – unter anderem durch den Olympiapark – zu den interessantesten Standorten in Deutschland. Vor diesem Hintergrund will der Olympiapark den Dialog zwischen den verschiedenen Beteiligten dieser Branche aber auch zwischen Anbietern und Konsumenten fördern. Ziel ist es, das Interesse einer breiten Öffentlichkeit, insbesondere das der jungen Menschen, an wissenschaftlichen und technischen Fragen rund um das Thema Sport und Gesundheit zu wecken und zu fördern. Um dieses Ziel zu erreichen, müssen sich möglichst viele Partner zusammenfinden. Mit der Sport-Science-Week können auf Veranstaltungsebene erste Erfahrungen gesammelt werden. Dabei geht es vor allem

- um die Kontaktaufnahme zu möglichen Partnern und Sponsoren,
- um die Prüfung der Akzeptanz eines solchen Angebotes und
- um die Sensibilisierung der Münchener Bevölkerung für ein wissenschaftliches Thema im Olympiapark.

Die Veranstaltung schafft Räume für lebendige und kontroverse Dialoge zwischen Schülern, Bürgern, Wissenschaftlern und der Wirtschaft. Fragen sind erwünscht, Antworten auch dem Laien verständlich. Die Förderung des Dialoges zwischen Forschung und Öffentlichkeit steht im Vordergrund.

mitteilungen.qxd 17.12.2004 22:39 Seite 10

Michael Hany

Nacherwerbsphase: Freizeitlust oder Freizeitfrust?

Auf der Suche nach Impulsen und Perspektiven für die Bildungsarbeit mit Älteren.

Arbeit ist nur das halbe Leben – und Freizeit die andere Hälfte. Bedeutet dies nach der Erwerbstätigkeit ein Leben voller Freizeit? Bestimmt ein „Alles tun können und nichts tun müssen" das Leben im Ruhestand? Früher arbeiteten die meisten Menschen ganz selbstverständlich bis ans Ende ihres Lebens. Heute mündet die Erwerbsphase automatisch in eine Nacherwerbsphase. Der Ruhestand wurde also zu einer notgedrungenen Institution der Neuzeit. Lag die durchschnittliche Lebenserwartung 1855 noch bei 37 Jahren, so hat sie sich bis heute mehr als verdoppelt und liegt prognostisch im Jahre 2010 bei 79 Jahren. Von 1998 bis 2050 wird die Zahl der über 60jährigen um rund 10 Millionen zunehmen, zugleich wird sich die Zahl der 20- bis 60jährigen um 16 Millionen verringern. Im Jahre 2050 wird es so viele Menschen über 80 geben wie unter 20. Diese Aussage basiert auf der Annahme, dass die jetzt 13jährigen und Älteren im Jahr 2050 die 60jährigen und Älteren sein werden (vgl. Birg / Flöthmann 2001).

Seit den 1980er Jahren greift das B. A. T Freizeit-Forschungsinstitut immer wieder auch Fragen auf, die sich mit den psychischen und sozialen Folgen des so genannten „Ruhestandes" beschäftigen (vgl. B. A. T Freizeit-Forschungsinstitut 1984, Opaschowski 1998). Die ‚Bevölkerungsexplosion der Älteren' und die damit verbundene ‚Bevölkerungsimplosion der Jüngeren' ist ein weiterer Anlass, sich der Altersgruppe 55plus im Rahmen der aktuellen Forschungsarbeit intensiver zu widmen. Besonderes Interesse gilt dabei dem theoretischen Freizeitverständnis, dem Bildungsfaktor Freizeit im Sinne des lebenslangen Lernens und der generellen Nutzung der Freizeit der Menschen im Alter ab 55 Jahren.

Freizeit ist nicht identisch mit arbeitsfreier Zeit schlechthin. Positive Definitionen von Freizeit versuchen Freizeit jenseits der engen Zeitperspektive inhaltlich als eigenständiges soziales Handlungs- und Orientierungssystem zu bestimmen. Dadurch wird Freizeit zu einem Bereich des Handelns, sodass sich Freizeit nicht mehr allein negativ von Arbeit abgrenzen lässt, sondern eigene bestimmende Merkmale hat. Die berufliche Arbeit stellt dabei nur einen be-

mitteilungen.qxd 17.12.2004 22:39 Seite 11

grenzten Teil des menschlichen Tätigkeitsbereiches dar. So wird eine Lebenseinheit aus den verschiedenen individuellen Lebensbereichen wie zum Beispiel Kultur, Natur, Familie etc. geschaffen, die die Welten Freizeit und Arbeit nur künstlich klassifizieren. Das Verständnis von einem positiven Freizeitbegriff teilt nach OPASCHOWSKI die Einheit der gesamten Lebenszeit in drei Bereiche: Zum ersten die frei verfügbare Zeit, deren Hauptkennzeichen die Selbstbestimmung ist (Dispositionszeit); als zweites die verpflichtende und bindende Zeit, deren Hauptkennzeichen die Zweckbestimmung ist (Obligationszeit) und als drittes die Determinationszeit, die bereits fest verplant und deren Hauptkennzeichen die Fremdbestimmung ist (vgl. OPASCHOWSKI 1996).

Das Modell berücksichtigt zunächst keine gesellschaftlichen und soziodemographischen Rahmenbedingungen wie zum Beispiel Alter, Generation, Milieu- oder Schichtzugehörigkeit. Es wird deutlich: die Zeitverteilung auf die drei Bereiche muss sich je nach Lebenssituation und Lebensphase unterschiedlich gestalten. Auch die Zuordnung einzelner Aktivitäten wird – je nach Perspektive – uneinheitlich ausfallen. So zeigt eine aktuelle qualitative Untersuchung, dass Gartenarbeit beispielsweise in der berufstätigen Phase häufig als Tätigkeit der Zweckbestimmung eingeordnet wird, im Ruhestand wird das ‚häusliche Grün' jedoch unter anderen Vorzeichen neu entdeckt. Gleichzeitig wurde bei der Untersuchung deutlich, dass sich durchaus Tätigkeiten bestimmen lassen, die über die gesamte Lebenszeit einem Abschnitt definitiv zugeordnet werden können, so zum Beispiel die Arztbesuche, die dem Zweck der Gesunderhaltung dienen oder ehrenamtliche Tätigkeiten, die zeitlich bereits fest verplant sind.

Weiterbildung, als ein determinierender Faktor während der Arbeit und in obligater Funktion während der Nacherwerbsphase nimmt bei der aktuellen Forschungsarbeit mit Menschen im Alter ab 55 Jahre eine außerordentliche Rolle ein. Wie und was wollen Senioren noch lernen? Sind Erwachsene in der zweiten Lebenshälfte noch geneigt, sich nach Schule und Beruf erneut von gesellschaftlichen Institutionen prägen zu lassen? Im Vordergrund der Forschungsarbeit stehen individuelle Bedürfnisse und Lebensziele, wie die „Dinge des alltäglichen Lebens, die man besser machen möchte", „Interessen, denen man sich vorher nie widmen konnte" oder die „Zeichen der Zeit, die man nicht verpassen möchte". Aber auch eine Identitätsneufindung und hemmende Erfahrungen aus der bisherigen Lebensgeschichte können Anlässe für eine neue Rastlosigkeit sein.

Ältere lernen in der Regel nicht schlechter als Jüngere, sie lernen nur anders. Das Lebensalter ist keine Variable, mit der man Veränderungen in der intellektuellen Leistungsfähigkeit definieren kann. Vielmehr ist es der physiologische Abbau der im Alter Defizite in der Wahrnehmung und in der Intelligenz herbeiführt (vgl. KAVŠEK 2000). Aber nicht nur der Gesundheitszustand, auch die sozialen Kontakte und die Umgebung sowie das Selbstbild der Älteren und ihre Selbsteinschätzung beeinflussen die Leistungskompetenz.

mitteilungen.qxd 17.12.2004 22:39 Seite 12

Das ‚produktive Altern' (productive aging), wie es vor allem in den USA gebräuchlich ist, soll dabei als Ansatz genutzt werden, um darauf hinzuweisen, dass auch im Alter Aktivität und soziales Engagement einen großen Platz einnehmen. Ältere Menschen wollen durchaus noch Leistungserbringer und nicht nur Leistungsempfänger oder gar ‚Schmarotzer des Sozialstaates' sein. „Der jüngeren Generation noch etwas beibringen", aber auch von der jungen Generation noch etwas lernen. Die häufigsten Bildungsangebote, auf die man im Zusammenhang mit generationsübergreifender Weiterbildung stößt, sind Kurse im Umgang mit dem Computer und dem Internet, doch dies schließt die Älteren als Lehrer vollkommen aus. Das Wissen und die Erfahrung älterer Menschen sollen vermehrt genutzt werden, aber auch jüngere sollen ihr Wissen um Modernes den Älteren vermitteln, um das Gespräch zwischen den Generationen zu verbessern.

Der heutige 60jährige lebt vitaler, als je ein Altersjahrgang vor ihm – mit steigender Lebenserwartung. Dieser demographische Wandel wird die politische Landschaft nachhaltig prägen, den Arbeitsmarkt und den Freizeitsektor erfassen, den Wohnungs- und Warenmarkt, das Gesundheits- und Verkehrswesen verändern, neue Lebensstile hervorbringen und kulturelle Leitbilder und soziale Rollenzuweisungen umstürzen. Die Älteren als homogene Gruppe gibt es nicht. Egal in welchem Alter sich ein Mensch befindet, immer wird die persönliche Situation von individuellen Voraussetzungen und Initiativen abhängen. Die objektiven Lebensbedingungen, die es durch das B. A. T Freizeit-Forschungsinstitut noch quantitativ zu erfassen gilt, sind aber nicht immer deckungsgleich mit dem subjektiven Wohlbefinden.

„Alte und Altern" sind drängende Handlungsfelder unserer Gesellschaft und ihrer Zukunft. Die pädagogische Freizeitforschung ist aufgrund ihrer Inhalte und Forschungskompetenz in besonderer Weise aufgerufen, sich dieser Thematik in den nächsten Jahren intensiv zu widmen.

Literatur

B.A.T FREIZEIT-FORSCHUNGSINSTITUT (1984): Freizeit im Ruhestand. Was Pensionäre erwarten und wie die Wirklichkeit aussieht. Band 5 der Schriftenreihe zur Freizeitforschung, Hamburg

BIRG, H. / FLÖTHMANN, E.-J. (2001). Demographische Projektionsrechnungen für die Rentenreform 2000. Band 47.

KAVŠEK, MICHAEL J. (2000). Intelligenz und Kompetenz im höheren Erwachsenenalter. In: BAGSO Nachrichten. Ausgabe 01/2000.

OPASCHOWSKI, HORST W. (1996): Pädagogik der freien Lebenszeit. Opladen

OPASCHOWSKI, HORST W. (1998):Leben zwischen Muss und Muße. Die ältere Generation: Gestern. Heute. Morgen. Hamburg

illing.qxd 17.12.2004 22:40 Seite 13

Kai Illing

„Medical Wellness" in Hotels und Kliniken: Erfolgsvoraussetzungen für Selbstzahlermedizin

Zusammenfassung: Die großen Zuwachsraten der Wellness-Industrie in Tourismus und Freizeit haben in den vergangenen Jahren immer mehr Marktteilnehmer auf den Plan gerufen. Inzwischen ist eine Abschwächung der Zuwächse zu beobachten, allerdings auf hohem Niveau. Stagnierende Märkte erfordern klare Profilbildung und Spezialisierung. Mit der Bezeichnung Medical Wellness versuchen derzeit viele Anbieter, sich innerhalb des heiß umkämpften Marktes zu profilieren. Dabei sind klare Erfolgsfaktoren herauszuarbeiten, ohne die ein Konzept an der Schnittstelle von Freizeit, Wohlbefinden, Gesundheit und Selbstzahlermedizin kaum denkbar ist. Diese Erfolgsfaktoren bewegen sich in den Bereichen der dem Unternehmen zugrunde liegenden Gesundheitsphilosophie, der therapeutischen Infrastruktur, dem Therapieangebot, dem Personal und berühren Fragen von Architektur, Design und Service.

Abstract: The tremendous growth rate of the wellness market have lured more and more market participants over the past few years. Most recently growth rates in this sector have slowed and begun to plateau at a high level. Stagnating market growth requires wellness market participants to specialize and so differentiate themselves from one another. The term medical wellness seems to be a promising niche for many market participants as a way to distinguish themselves from the competition. But a concept comprising leisure, well-being, health, and medical services for self-payers requires a close examination of success factors. These success factors encompass several aspects such as therapeutic infrastructure, treatments, personnel, and last but not least, aspects of architecture, design, and service.

1. Fragestellung

Wellness als Freizeitkonzept an der Schnittstelle von Freizeit, Lifestyle, Wohlbefinden und Gesundheit wird zunehmend zu einem angebotsorientierten Markt. Die große Konkurrenz bemüht sich um Profilbildung. So wird Well-

illing.qxd 17.12.2004 22:40 Seite 14

ness z. B. mit einem sportmedizinischen, einem diätetischen oder einem esoterisch-bewusstseinserweiternden Schwerpunkt versehen. Zu den viel versprechendsten Hinwendungen ist die Medizinalisierung von Wellness zu zählen. Schließlich bietet „Medical Wellness" gleich mehrere Vorteile:

1) Durch Hinzuziehung von Ärzten wird Vertrauen dem Kunden gegenüber geschaffen.
2) Die Ärzte sollen (therapeutische) Wirksamkeit demonstrieren.
3) Beide Punkte werden erfolgreich als Qualität verkauft.

Der vorliegende Beitrag stellt die Frage, was die Erfolgsfaktoren für ein erfolgreiches Medical Wellness-Konzept sind. Die Fragestellung anders gewendet: Was erwartet derjenige von einem Hotel oder einer Klinik, der im Rahmen seiner Freizeit Geld aus der eigenen Tasche für Gesundheit auszugeben bereit ist? Oder: Was muss diejenige Einrichtung anbieten, die ein Medical Wellness-Konzept auch ökonomisch erfolgreich umsetzen möchte? Untersuchungsobjekte des vorliegenden Beitrags sind potenzielle Dienstleister wie z. B. Kliniken, die sich dem Selbstzahlermarkt (2. Gesundheitsmarkt[1]) öffnen, oder Hotels, die durch Erwerb medizinaler Expertise ebenfalls neue Zielgruppen erschließen wollen.

Die Arbeit stützt sich vor allem auf die Arbeiten von LANZ-KAUFMANN (1999), BÄSSLER (2002), DEUTSCHER TOURISMUSVERBAND (2002), DANIELSSON/LOHMANN (2003), INSTITUT FÜR FREIZEITWIRTSCHAFT (2003), ILLING (2002a) und FEEDBACK RESEARCH SERVICES (2003). Sind die fünf zuerst genannten Arbeiten als quantifizierende Primärforschungen einzustufen, die Angebot und/oder Nachfrage im Bereich von Wellnesshotellerie und (Kur-) Kliniken bzw. Kurbetrieben statistisch analysieren, so basiert ILLING (2002a) auf einer qualitativen Primärforschung, die ca. 70 Rehabilitationskliniken auf der Basis von Expertengesprächen (Verwaltungsdirektoren, Chefärzte, Mitarbeiter) untersucht hat. FEEDBACK RESEARCH SERVICES (2003) verfolgt einen makroökonomischen Ansatz und beleuchtet Kennziffern der US-amerikanischen Medical Spa-Industrie.

2. Ausgangslage

Die Hotelbranche verzichtet zunehmend darauf, sich einzig auf ihre traditionellen Dienstleistungen, nämlich Unterkunft und Verpflegung, zu konzentrieren. Mit Zusatzleistungen wird die Abgrenzung von der Konkurrenz angestrebt und dem Kunden Mehrwert angeboten. Begriffe wie Design-Hotel, Kinder-Hotel, Business-Hotel oder Spa-Hotel deuten auf eine klare Zielgruppenfokussierung und damit verbundene Extraleistungen hin.

Für klinische Anbieter ist der „Medical Wellness"-Markt aus anderen Gründen interessant. Im Zeichen von DRGs (Diagnosis Related Groups mit der Folge der Verkürzung der Verweildauer), Bettenabbau, dem wahrschein-

illing.qxd 17.12.2004 22:40 Seite 15

lichen Verlust von Patientengruppen in Akutkliniken (z. B. Abwanderung Kranker in ambulante Pflegedienste und Rehabilitationseinrichtungen) und unerbittlichen Kostensenkungsprogrammen vor dem Hintergrund sich unsicher entwickelnder politischer Rahmenbedingungen werden verschiedene Auswege geübt. So manche Klinik verzichtet darauf, sich als Generalanbieter aufzublähen und plädiert an Stelle dessen für integrierte Gesundheitszentren, in denen z. B. Rehabilitationseinrichtungen, Ärztehaus, Geriatriezentrum, Wellness-Fitnessbereich, ästhetische Chirurgie und Kurzzeitpflegeeinrichtung nebeneinander bestehen und referenzierende Patientenvermittlungskonzepte erarbeitet werden. Hier können durch gemeinsame Nutzung z. B. von EDV oder Personal ohne Zweifel Synergieeffekte erzielt werden. Andere Kliniken hingegen unternehmen den Alleingang und versuchen, eines oder mehrere der oben genannten Einrichtungen und die damit verbundenen Dienstleistungen aus eigener Kraft und im eigenen Haus aufzubauen.

Vor dieser Folie kann zunächst zusammenfassend gesagt werden, dass Hotels und Kliniken Konkurrenten auf dem gleichen Markt geworden sind, und zwar auf dem Selbstzahlermarkt, auf dem Dienstleistungen in den Bereichen von Gesundheit, Entspannung, Fitness, Bodystyling und Lifestyletherapien nachgefragt werden:

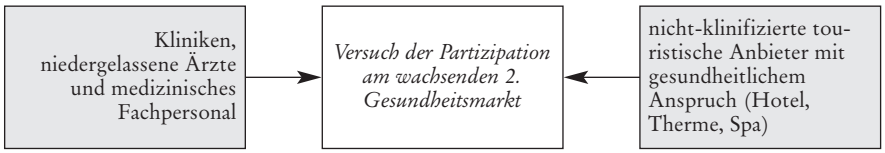

Abbildung 1

Medical Wellness ist also der Versuch, ein bislang überaus vielgestaltiges Angebot im Kontext von Körperkult sowie Freizeit- und Lifestyle-Medizin durch die Substantiierung mit Hilfe der Götter in Weiß zu mehr Vertrauen und (therapeutischer) Wirksamkeit zu verhelfen.

3. Zielgruppen

Das Marktsegment Medical Wellness umfasst eine Vielzahl verschiedener Kundengruppen bzw. -bedürfnisse:

Abbildung 2

illing.qxd 17.12.2004 22:40 Seite 16

In diesem Kontinuum differenter Kundenbedürfnisse gilt es für den Leistungsträger, eine Position zu finden, und zwar sowohl unter Berücksichtigung dessen, was er an eigener medizinischer Expertise mitbringt, und was vom Kunden für Wert erachtet wird, aus eigener Tasche bezahlt zu werden.

Dem medizinischen Wellness-Anbieter bzw. dem Klinik-Hotel stehen verschiedene Zielgruppensegmentierungsversuche zur Verfügung. Es zeigt sich, dass verschiedene Untersuchungen zu keinem grundsätzlich differenten Ergebnis kommen:

		DANIELSSON/ LOHMANN (2003:13) differenzieren innerhalb des Gesundheitsurlaubs	INSTITUT FÜR FREIZEITWIRTSCHAFT (2003:4) differenziert innerhalb des Gesundheitsurlaubs	LANZ-KAUFMANN (1999:214ff.) differenziert innerhalb der Wellness-Hotellerie	
	1	*Wellnessurlaub* mit Schwerpunkt Verwöhn- und Körperpflegeangebote	*Beauty-Urlaub*	*Anspruchslose Erholungsgäste* fokussieren auf Erholung und Entspannung, besonders in der Natur. Umfangreiche Wellness-Infrastruktur ist hier weniger wichtig	Hotel orientiert
	2	*Fitnessurlaub* mit bewegungslastigen indoor- und outdoor-Aktivitäten	*Wellness-Urlaub*	*Selbständige Infrastruktur-Benutzer* legen Wert auf umfassende Wellness-Infrastruktur	
Medical Wellness	3	*Gesundheitsurlaub* mit heterogenen Aktivitäten wie gesundes Essen, Naturerleben in gesundem Klima und medizinische Betreuung	*Anti-Aging-Urlaub*	*Anspruchsvolle Gesundheitsgäste* mit den Schwerpunkten Betreuung, Information, Fachkompetenz, umfassendes Wellness-Infrastruktur-Angebot	
	4	*Kur im Urlaub* mit den Schwerpunkten Kuranwendungen, medizinische Betreuung und Naturerleben in gesundem Klima	*Health-Care-Urlaub*	*Betreuungsintensive Gesundheitsgäste* legen besonderen Wert auf Heilung, Therapie, Rehabilitation und Gesundheitsförderung. Wichtig sind hier auch Fachkompetenz und individuelle Betreuung	zunehmend klinisch-medizinal

Tabelle 1

Es zeigt sich, dass jede Untersuchung verschiedene Zielgruppen herausarbeitet, für die Gesundheitsförderung auf der Basis medizinaler Expertise in einem Kontext von Reise und Freizeit eine wichtige Rolle darstellt (s. Zeile 3 und 4). Es ist jene Form der Freizeit bzw. des Reisens, die hier mit Medical Wellness

illing.qxd 17.12.2004 22:40 Seite 17

bezeichnet werden soll. „Medical Wellness ist das medizinisch-therapeutisch geleitete und wissenschaftlich fundierte Bemühen um Gesundheit und Wohlbefinden gleichermaßen, das auf ganzheitliche Weise in gesundheitlichen Zentren besonderer Art gefördert wird“ (ILLING 2003a:2ff.). Hier wird der klinische Anbieter seine Stärken ausspielen können.

Bezüglich der Altersgruppen lässt sich feststellen, dass die wichtigste Kundengruppe für den Medical Wellness-Anbieter die 50+-Generationen sind. Bereits im Alter von 30 bis 50 beginnt das Marktvolumen interessant zu werden (LANZ-KAUFMANN 1999:192, ILLING 2000:77, DANIELSSON / LOHMANN 2003:18), darunter jedoch ist das Gästeaufkommen geringer:

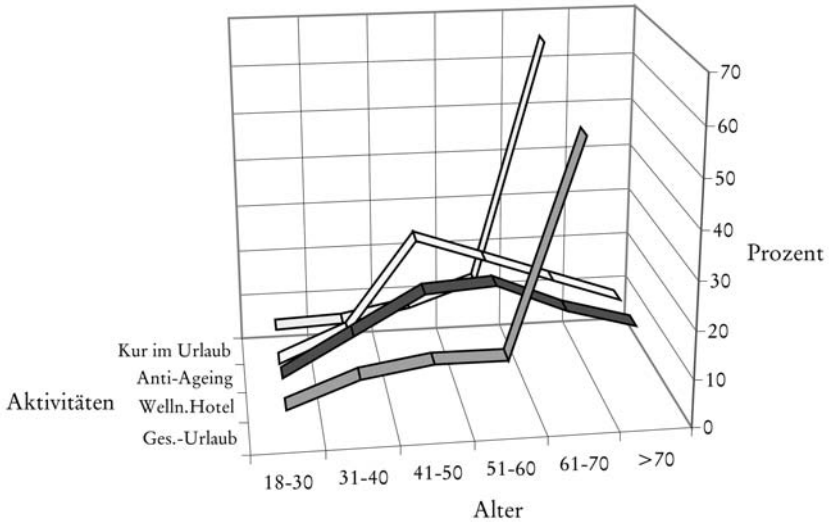

Abbildung 3

Die Abbildung macht deutlich, dass verschiedene Angebote differente Altersgruppen ansprechen. Die Konsequenzen für den Anbieter sind wie folgt:

1) Verschiedene Gäste- bzw. Patientengruppen unter einem Dach erfordern womöglich intelligente Zielgruppentrennungskonzepte. Der Gesunde wird kaum mit einem Psoriasis-Patienten den gleichen Whirlpool teilen wollen. Oder: Selbstzahler sind anspruchsvoller als Sozialversicherte (Kassenpatienten).
2) Die wohl interessanteste Gruppe für Medical Wellness-Angebote ist über 50 Jahre alt. Dies erfordert die besondere Berücksichtigung der Bedürfnisse dieser Zielgruppe. Ein Fitnessstudio für die 60+Generation erfordert z. B. besondere Geräte mit Einstiegshilfe, leicht zu bedienende Displays u. a.

illing.qxd 17.12.2004 22:40 Seite 18

Die Abbildung unten listet Gründe auf, die ältere Menschen daran hindern, eine gesunde Reise zu unternehmen (BORN 2000):

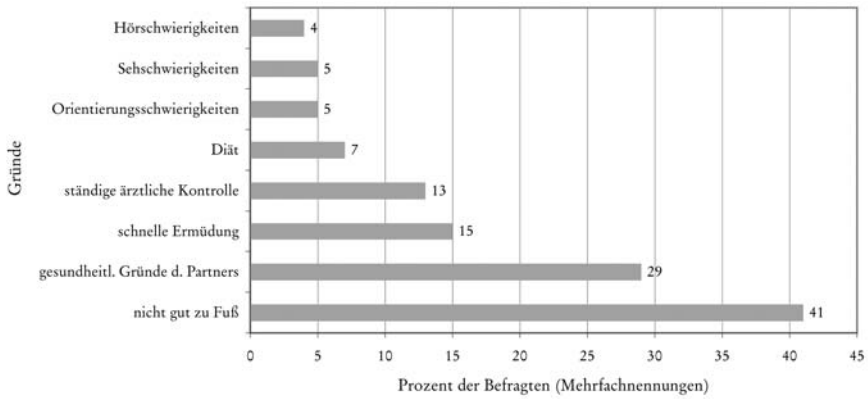

Abbildung 4

Das INSTITUT FÜR FREIZEITWIRTSCHAFT (2003:154) hat untersucht, bei welchen Leistungsträgern der Health-Care-Urlauber die gewünschten Dienstleistungen nachfragt. Die häufigste Aussage ist:

1) Auf Problem spezialisierte Kurklinik.
2) Kurhotel mit entsprechender Therapie und Hotel mit Therapie.
3) Weniger genannt werden Health Center und Wellness-Hotels.
4) Auch der Anti-Aging-Urlaub neigt zu einem klinischen Ambiente (Institut für Freizeitwirtschaft 2003:157).

Wellness wird naturgemäß besonders in Wellness-Hotels nachgefragt und Beauty in Schönheitsfarmen.

Weder Rehabilitations- noch Akutkliniken waren als Antwortmöglichkeit für Wellness-Aufenthalte aufgezählt. Immerhin bleibt festzuhalten, dass ein Health-Care-Urlauber überhaupt einen kurmäßigen bzw. klinischen Aufenthaltsort wählt. Das Hotel wird für diese Zielgruppe (noch) nicht in Betracht gezogen. Allerdings ist zu beobachten, dass gerade Hotels massiv aufrüsten und – wie bereits oben schon erwähnt – sich anschicken, den Kur- und Klinikanbietern zunehmend Konkurrenz zu machen.

Untersuchungen zeigen, dass nicht nur Manager und Wohlhabende Reisen unter dem Deckmantel von Gesundheit unternehmen. Der größte Teil der Nachfrage ist recht unspektakulär und findet in breiten Bevölkerungsschichten Akzeptanz (DANIELSSON / LOHMANN 2003:22).

illing.qxd 17.12.2004 22:40 Seite 19

4. Erfolgsfaktoren

4.1 Gesundheitsphilosophie

In Übereinstimmung mit BÄSSLER (2002:80) ist zu konstatieren, dass der allgemeinen Gesundheitsphilosophie des Unternehmens eine wichtige Rolle zukommt. Es geht hier um die gelebte Einstellung des Betriebes dem Thema Gesundheit und Wohlbefinden gegenüber.

Die folgende Übersicht zeigt eine Gegenüberstellung der beiden Antipoden (traditionelle) Schulmedizin und Wellness. Dabei werden die Charakteristika der Schulmedizin tendenziell kritisch, eben aus der Sicht des Wellnessmodells, betrachtet (ILLING 2002a:35):

naturwissenschaftliches Schulmedizin-Modell		modernes, US-amerikanisches Wellness-Modell
Problemorientierung	1	Kein Problem (Optimismus, positives Denken)
Der fragmentierte Mensch	2	Der holistische Mensch
Behebung von Krankheit	3	Förderung von Gesundheit
Behandlung von Symptomen	4	Therapie der Ursache
Behandlung mit artifizieller Technik/Methodik	5	Behandlung mit natürlichen Heilmitteln
Krankheiten mit exogener Ursache	6	Krankheiten mit endogener Ursache
Externe Kontrolle und Verantwortung	7	Interne Kontrolle/Verantwortung (Selbstbestim.)
Angst als Motivation	8	Wohlbefinden als Motivator
Nicht spirituell	9	Spirituell
Konzentration auf Lebensquantität	10	Konzentration auf Lebensqualität
Konzentration auf ein einziges Medizinsystem	11	Nutzung komplementärer Medizinsysteme
Konzentration auf das Notwendige	12	Liebe zum Schönen, Ästhetischen, Sinnerfüllten
Gefühlsarm	13	Gefühlsbetont
Genussfeindlich	14	Genussfreundlich
Keine Präsentation von Lifestyle	15	Präsentation von Lifestyle
Krankheit ist lästig	16	Gesundheit macht Spaß
Betonung des Objektiven	17	Betonung des Subjektiven
Phasenbeschränkt	18	Phasenübergreifend
Wirksamkeitsnachweis durch Wissenschaft	19	Ausweitung ins Subjektive

Tabelle 2

illing.qxd 17.12.2004 22:40 Seite 20

Der klinische Anbieter wird um manche dieser Punkte nicht herum kommen, wenn er ein Medical Wellness-Konzept umsetzen möchte.

Mit Wellness verbinden die Menschen durchaus verschiedene Dinge, wie empirische Untersuchungen aus der Schweiz unterstreichen (LANZ-KAUFMANN 1999:200):

Genießen	83 %
Gesunde Ernährung	33 %
Sport treiben	32 %
Schönheit	14 %
Geistige Aktivität	10 %
Stressmanagement	9 %

Tabelle 3

In FEEDBACK RESEARCH SERVICES (2003:65) sind drei zentrale Elemente herausgearbeitet worden, die für Spas (engl.: Heil-/Bad, Kurort, Wellness-Center) im Allgemeinen von zentraler Bedeutung sein sollen, nämlich

- verwöhnendes Personal,
- erstklassiger Service und
- Massagen.

Auf der Basis der Überlegungen von oben lässt sich das Thema Gesundheitsphilosophie auf folgende Aspekte reduzieren:

Erfolgsfaktoren Gesundheitsphilosophie

a) Genuss, Wohlbefinden und Entspannung ermöglichen
b) Positives Denken, Gesundheit ist für jeden möglich und macht Spaß
c) Personal verwöhnt und ist verfügbar, berücksichtigt individuelle Bedürfnisse
d) Vielseitiges gesundes Angebot
e) Medizinische Expertise ist vorhanden

4.2 Infrastruktur

Untersuchungen von Infrastrukturangeboten in Österreich und in der Schweiz unterscheiden zwischen Hotels und Kureinrichtungen. Die folgende Tabelle zeigt eine Häufigkeitsverteilung von vorhandener Infrastruktur (BÄSSLER 2001:33, LANZ-KAUFMANN 1999:161):

illing.qxd 17.12.2004 22:40 Seite 21

Österreich (Mehrfachnennungen in %)				Schweiz (Mehrfachnennungen in %)			
Kur		Wellness		Kur[2]		Wellness	
Saunen	88,5	Saunen	95,2	Massage	84	Massage	98
Fitness-Raum	88,5	Solarium	91,7	Fitness-Raum	76	Hallen-/ Freibad	93
Solarium	84,6	Massageräume	88,1	Hallen-/ Freibad	68	Saunen	91
Massageräume	84,6	Dampfbad	85,7	Med. Zentrum	61	Solarium	86
Therapieräume	76,9	Fitness-Raum	76,2	Solarium	60	Fitness	79
Gymnastik-raum	76,9	Hallenbad	75,0	Saunen	56	Beauty-Salon	74
Seminarräume	75,0	Seminarräume	72,6	Coiffeur	50	Dampfbad	72
Dampfbad	73,1	Beauty-Salon	71,4	Beauty-Salon	40	Whirlpool	67
Hallenbad	67,3	Gymnastik-raum	65,5	Dampfbad	35	Coiffeur	58
Med. Zentrum	57,7	Therapieräume	56,0	Whirlpool	33	Med. Zentrum	49

Tabelle 4

Das bedeutet, dass z. B. in Österreich 88,5 % aller befragten Kurbetriebe über Saunaräume verfügen.

Der Relevanz dieser Tabelle beruht auf der Annahme, dass vor allem die Wellness-Anbieter nachfrageorientiert handeln und ihr Angebot nach den Kundenwünschen ausrichten. Es zeigt sich, dass die Massage in der Schweiz an erster Stelle steht. Die Untersuchungen allerdings geben keine Auskunft darüber, welche Umsätze und Deckungsbeiträge mit den einzelnen Abteilungen erzielt werden.

Der Zweiländervergleich zeigt:

a) Saunadienstleistungen werden in Österreich deutlich mehr angeboten als in der Schweiz. Stattdessen bieten die Leistungsträger in der Schweiz Massage an. Es gilt also, Länderspezifika zu beachten.
b) Wie erwartet spielen medizinische Zentren und Therapieräume bei Kur-Dienstleistern eine größere Rolle als bei Wellness-Hotels.
c) Umgekehrt legen Wellness-Hotels größeren Wert auf Kosmetik und Körperpflege.

Erfolgsfaktoren Infrastruktur

a) Räume für therapeutische Kernkompetenz bereitstellen
b) Massage, Saunaräume und Schwimmbad sollten zu den Grundausstattungen gehören
c) Auch Fitnessräume sind sehr weit verbreitet
d) Auch Solarien sind fast überall zu finden

illing.qxd 17.12.2004 22:40 Seite 22

4.3 Therapien und gesunde Dienstleistungen

Für den US-Markt wird der durchschnittliche Spa-Besucher als Person im Alter von 40+ bezeichnet mit gehobener Ausbildung, Vollzeitbeschäftigung und einem Jahreshaushaltseinkommen von 95.000 bis 120.000 US $. Gebucht werden vor allem Gesichtsbehandlungen, Haarkosmetik, Massagen und Nagelpflege.

Das Therapieangebot in US-amerikanischen, fast ausschließlich auf Selbstzahler ausgerichteten Med-Spas können kann auf drei Hauptbereiche zurückgeführt werden:

a) Ästhetik
b) Komplementärmedizin
c) Prävention

Der Bereich der Ästhetik (präparative, apparative und chirurgische Kosmetik) verzeichnet in den USA schon seit langem große Zuwächse. ASAPS (American Society for Aesthetic Plastic Surgery) verzeichnet im Zeitraum von 1997 bis 2002 eine Zunahme der „cosmetic procedures" von 228 % (FEEDBACK RESEARCH SERVICES 2003:11). Die im Bereich der kosmetischen Chirurgie gemachten Umsätze werden mit 8,7 Mrd. US $ beziffert. Wenn man andere Aufwände addiert (Geräte, Verbrauchsmaterialien etc.) ist mit einem Jahresumsatz von 40-70 Mrd. US $ zu rechnen (FEEDBACK RESEARCH SERVICES 2003:13). Auch in Europa ist eine starke Zunahme solcher Eingriffe zu beobachten, und es ist zu erwarten, dass diese Entwicklung anhält.

In einer Umfrage unter Deutschen wird allgemein danach gefragt, „welche Dinge Ihnen in Ihrem Hotel/Ihrer Klinik besonders wichtig sind" (INSTITUT FÜR FREIZEITWIRTSCHAFT 2003:178). Die Antworten:

Freundliches Personal	93 %
Schwimmbad	80 %
Unkomplizierte Hilfe bei plötzlich auftretenden Problemen	71 %
Massage	69 %
Informationsmaterial über Ausflugs- und Besichtigungsmöglichkeiten an der Rezeption	64 %
Reservierungen und Buchungsmöglichkeiten an der Rezeption	5 %
Sauna/Saunalandschaft	5 %
Sonnenliegen/Liegewiese	5 %

Tabelle 5

illing.qxd 17.12.2004 22:40 Seite 23

Bei der veränderten Frage „Habe ich schon gemacht und würde ich wieder machen“ steht die Massage an erster Stelle (INSTITUT FÜR FREIZEITWIRTSCHAFT 2003:49).

Die folgende Tabelle stellt aus der Sicht der österreichischen Anbieter „die Wichtigkeit der Leistungsangebote zur Steigerung des Gästewohlbefindens“ dar (BÄSSLER 2002:58):

Österreich			
Wichtigkeit der Top-Leistungsangebote in Wellness-Betrieben in %		Wichtigkeit der Top-Leistungsangebote in Kur-Betrieben in %	
Westliche und fernöstliche Massagen	82,4	Rückentraining	86,5
Vegetarische Küche	75,3	Med. Massagen	86,5
Betreute Wanderungen, Lauftreffs/Radtouren	70,6	Med. Betreuung	82,7
Kosmetik/Beautyberatung	69,4	Westliche und fernöstliche Massagen	80,8
Vollwertküche	64,7	Schonkost	80,7
Rückenschule	62,3	Vegetarische Küche	80,7
Ernährungsberatung	57,7	Wanderungen/Lauftreffs	78,9
		Vollwertküche	75,0
		Hydrotherapie	75,0
		Gesundheits-/Fitness-Check	75,0
		Physiotherapie	71,2

Tabelle 6

Die Gegenüberstellung zeigt einmal mehr die überragende Wichtigkeit von Massagen. Neben der medizinischen Massage gibt es eine ganze Reise anderer Massageformen, die sich auch verschiedener Beliebtheit erfreuen. Natürlich spielt die medizinische Betreuung in den Kurbetrieben eine größere Rolle als bei Wellness-Anbietern. Ein deutlicher Unterschied zeigt sich auch im Unterschied bezüglich Beauty / Körperpflege.

In der Wellness-Hotellerie lassen sich Lanz-Kaufmann zufolge vier verschiedene Kundengruppen („Gästegruppen“) unterscheiden. Jene Gästegruppe, die wohl am intensivsten nach medizinalen Dienstleistungen fragt, wird mit „Betreuungsintensive Gesundheitsgäste“ bezeichnet. Es zeigt sich, dass die wichtigsten Erfolgsfaktoren für diese Gäste die Fachkompetenz, Betreuung, Ernährung, Verfügbarkeit der Fachkräfte, Nichtraucherzonen, Schwimmbad, Information, Sport und Medizin sind (LANZ-KAUFMANN 1999:222). Schönheitsangebote wie auch eine umfassende Wellness-Infrastruktur spielen keine herausragende Rolle.

illing.qxd 17.12.2004 22:40 Seite 24

Eine Umfrage hat die Popularität gängiger Therapiebegriffe in der deutschen Bevölkerung untersucht (ALLENSBACHER ARCHIV, zitiert nach DEUTSCHES ÄRZTEBLATT 2001/98/20:1109):

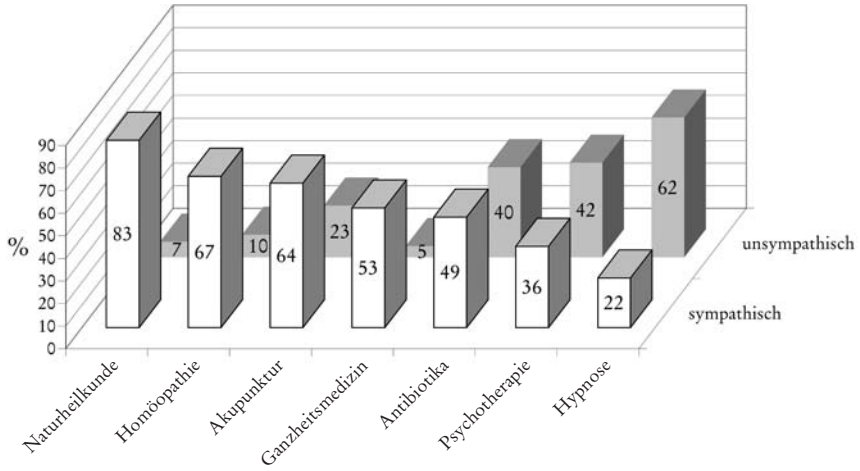

Abbildung 5

Das INSTITUT FÜR FREIZEITWIRTSCHAFT (2003:83) hat herausgefunden, dass 82 % der befragten Männer im Alter von 20-39 Jahren der Meinung ist, dass die TCM eine „gute Ergänzung zur herkömmlichen Medizin ist". Etwa zwei Drittel aller Befragten halten Naturheilkunde für eine gute Ergänzung zur Schulmedizin.

illing.qxd 17.12.2004 22:40 Seite 25

Einzelne Medizinsysteme zeigen sehr verschiedenes Aktivierungspotenzial von Selbstzahlern. Die folgende Tabelle vergleicht verschiedene Medizinsysteme (ILLING 2000:75):

Therapiesystem / Kriterium	Naturwissenschaftliche Medizin (Schulm.)	Homöopathie	Traditionelle Chinesische Medizin (TCM)	Ayurveda	Anthroposophische Medizin
Aktivierungspotenzial	Unverändert große Nachfrage, etablierter Trend	Zunehmend populär, auch international	Nachfrage international zunehmend	Nachfrage international zunehmend	Kleiner Kreis von Kennern
Therapieformen/ -angebote (Auswahl)	· Substitution · Prothetik · Pharmakologische Verwendung antagonistischer Wirkprinzipien · Operation · Transplantation	· Pharmakotherapie	· Akupunktur · Kräutertherapie · Diätetik · Qi Gong · Tui Na · Feng Shui	· Diätetik · Pancakarma · Meditation · Pharmakotherapie · Suchi (Akupunktur) · Hygiene	· Pharmakotherapie · Mistelthe-rapie · div. Kunsttherapien · Heileurythmie
Therapieevent/ Verkaufsförderung durch Inszenierung	· Nicht vordergründige apparativtechnische Inszenierung ohne Ästhetik außerhalb des Patientenbewusstseins · Faszination der Ersetzbarkeit von Organen bzw. Körperteilen	Keine typische Inszenierung möglich	· Faszination des Exotischen · Wirkkraft der Raumharmonien im Innen- und Außenbereich · Qi Gong („Tanz bei Nebel am See“) · Akupunktur · Tui Na · chin. Küche nach 5 Elementen	· Faszination des Exotischen · Multisensualität · Diätetik nach den 3 Doshas · Einsatz von Düften und Ölen · Einsatz von indischer Musik · Pancakarma · Vastu als Raumarchitektur · Meditation	· Unverwechselbare Architektur · rhythmische Massagen · Heileurythmie als Einzel- und Gruppentherapie · Kunsttherapien (z.B. Musikinstrumente, Plastizieren, Sprachtherapie)
Investition	Hoch, je nach Fachgebiet zu differenzieren	Minimal	Gering, kaum apparative Kosten, je nach Therapiespektrum höhere Personalkosten	Abhängig von Therapiespektrum gering bis größer, recht personalintensiv	Abhängig von Therapiespektrum gering bis größer, recht personalintensiv

Tabelle 7

illing.qxd 17.12.2004 22:40 Seite 26

Die Tabelle unten zeigt Indikationsbereiche mit bedeutenden Wachstumserwartungen bzw. Potenzial auf bleibend hohem Umsatzniveau vornehmlich im Bereich des 2. Gesundheitsmarktes (ILLING 2002a:47f.):

Bereiche	Erläuterungen
Anti-Aging	
Körperkontrolle	(Med.) Messgeräte: Hausgebrauch zur do-it-your-self-Kontrolle div. Körperfunktionen
Body-Design	Alle Maßnahmen der präparativen und apparativen Kosmetik/Medizin
Ernährung	Mit verschiedenen Motiven wie z.B. "Detoxing" (Entgiftung), Gewichtsreduktion
Entspannung, Slowing-down	Stressreduktion, Hedonismus
Lebensstilberatung	Änderung/Verbesserung des Lebensstils für mehr Gesundheit und Wohlbefinden
Mentale Fitness	Steigerung der mentalen Leistungsfähigkeit (schnell Lernen, schnell Lesen u.a.)
Phasenspezifik	Burn-out
Berufs- und Zivilisationskrankheiten	Erkrankungen des Skelettapparates
Gesundheitsberatung auf Basis Genanalyse	
Sinngebung, Esoterik, Psychotherapie	Selbsterfahrung, Selbstbehauptung, Stressbewältigung, Entspannung, Biofeedback, Kunst- und Körpertherapien
Bewegung, Muskeltraining, Körperfitness	Bodystyling, Prävention, Rehabilitation
Komplementäre Medizinsysteme	TCM, Ayurveda, Homöopathie
Wohlfühlangebote	Bäder, Massagen, Whirlpool
Labordiagnostische Wunschleistungen	Blutgruppenbestimmung, Schwangerschaft, molekulargenetische Untersuchungen
Sonstige Wunschleistungen	Zyklusmonitoring, Beschneidungen, Reproduktionsmedizin, prädiktive genetische Diagnostik
Prävention	

Tabelle 8

Die Frage nach selbstzahleraffinen Indikationen ist eine Größe mit vielen Unbekannten. Es ist nur schwer vorherzusagen, welche Behandlungen aus dem Katalog der Kassenleistungen herausgenommen, welche hereingenommen werden. Neben der Gesundheitspolitik spielen die Medien, Ärzte, Familienmitglieder und Freunde eine wichtige Rolle bei der Präferenzbildung gegenüber Therapien.

Der Leistungsträger ist gut beraten, wenn er seine medizinale Expertise beibehält (Kliniken) oder sich diese aneignet (Hotels). Des Weiteren sind be-

illing.qxd 17.12.2004 22:40 Seite 27

stimmte passive Anwendungen (Massagen) und Aktivangebote (Wandern, Radfahren) beliebt. Natürlich ist die indikationsspezifische Kerndienstleistung (z. B. Orthopädie) synergetisch mit komplementären Maßnahmen zu ergänzen. So wird die Psammotherapie geeignet sein bei orthopädischen und urologischen Erkrankungen, weniger jedoch bei Herz-Kreislauf-Leiden. Außerdem liegt eine Chance darin, selbstzahleraffine Aktivitäten zu medizinalisieren. D. h., dass z. B. das bloße Radfahren durch ein sportmedizinisch angelegtes Radwegekonzept aufgewertet werden kann. Die Popularität verschiedener Anwendungen bzw. Aktivitäten kann so unter den Sicherheit und Vertrauen stiftenden Mantel der Medizin schlüpfen.

Das INSTITUT FÜR FREIZEITWIRTSCHAFT korreliert Indikationen mit Reiseabsichten und Selbstzahlerbereitschaft (2003:23ff.):

Probleme mit Gesundheit		
	Ich gehe dagegen an durch Behandlungen/ Aktivitäten zu Hause/ am Wohnort in %	Ich mache etwas dagegen durch Health Care-/Anti-Aging-/Wellnessurlaub in %
Mangelnde Fitness, Kondition	72	36
Mangelnde Beweglichkeit	76	19
Rheuma, Gelenkschmerzen, Arthrose	78	29
Migräne, Kopfschmerzen	74	23
Rückenschmerzen	81	21
Magen-, Verdauungsprobleme	67	21
Chronische Bronchitis, Asthma	70	21
Herz-, Kreislaufprobleme	78	23
Erschöpfung, Mattigkeit, Leistungsabfall	43	51
Allergien	68	21
Ekzeme, Neurodermitis	58	11
Nervosität, Stress	58	42
Depressionen	48	42
Schlafstörungen	59	25
Übergewicht	74	26
Konzentrationsschwäche, Vergesslichkeit	58	17
Probleme mit Körperschönheit / Eitelkeit		
	Ich gehe dagegen an durch Behandlungen/ Aktivitäten zu Hause/ am Wohnort in %	Ich mache etwas dagegen durch Health Care-/Anti-Aging-/Wellnessurlaub in %
Hautprobleme	74	17
Cellulite	65	12
Figurprobleme	84	10
Übergewicht	84	8
Untergewicht	85	30

Tabelle 9

illing.qxd 17.12.2004 22:40 Seite 28

Es zeigt sich, dass im überwiegenden Fall zunächst am heimischen Wohnort versucht wird, gegen das Leiden anzugehen. Allerdings: Auch die restlichen Prozent stellen einen interessanten Markt dar, den es zu erschließen gilt.

Es bleibt festzuhalten, dass „große Märkte“ nicht in jedem Fall genutzt werden können. So gibt es Anstrengungen z. B. urologischer Rehakliniken, die große Zahl harninkontinenter Frauen im Rahmen von Selbstzahlerbehandlungen zu gewinnen. Bislang nur mit sehr geringem Erfolg.

Erfolgsfaktoren Therapien und gesunde Dienstleistungen

a) Neben Schulmedizin Angebot komplementärer Medizinsysteme
b) Ein diversifiziertes Massageangebot ist vorzuhalten
c) Naturverbundene Lage ist wünschenswert
d) Identifikation von Therapiekomplexen, die Selbstzahlerbereitschaft hervorrufen
e) Bewegung und Fitness sind indikationsspezifisch vorzuhalten
f) Eine gesunde und gleichzeitig schmackhafte Ernährung ist anzubieten

4.4 Personal und Service

Die Übersicht unten zeigt einen Überblick über Wellness- und Kur-Personal (BÄSSLER 2002:41ff., LANZ-KAUFMANN 1999:328) in Österreich und der Schweiz:

Österreich				
Welche der folgenden Fachkräfte arbeiten in Ihrem Betrieb?				
	Welln. %	Kur %	Anzahl (arithm. MW) Welln.	Anzahl (arithm. MW) Kur
MasseurIn	85,0	93,8	4,14	3,24
KosmetikerIn	71,3	56,3	2,53	2,59
Wellness-TrainerIn	41,3	27,1	1,03	1,08
Diätkoch/-köchin	37,5	50,0	1,33	1,84
BademeisterIn	28,8	54,2	2,91	4,04
Arzt/Ärztin	23,8	72,9	1,67	3,24
PhysiotherapeutIn	22,5	68,8	1,69	1,33
Fitness-/Sport-InstruktorIn	33,8	35,4	1,71	2,53
SportwissenschaftlerIn	18,8	29,2	1,58	1,53
Dipl. SportlehrerIn	18,8	8,3	1,29	1,00
Andere	15,0	18,8		
Dipl. DiätassistentIn	13,8	27,1	1,38	1,36
GanzheitsmedizinerIn	13,8	25,0	1,60	1,91
ErnährungsberaterIn	13,8	14,6	1,08	1,00
Med-techn. Fachkraft	11,3	33,3	1,30	2,59
ErnährungswissenschaftlerIn	11,3	12,5	1,11	1,33
Psychologe/Psychologin	6,3	16,7	1,00	1,56
PsychotherapeutIn	5,0	6,3	1,00	1,33

illing.qxd 17.12.2004 22:40 Seite 29

Schweiz		
Welche der folgenden Fachkräfte arbeiten in Ihrem Betrieb?		
	Welln. %	Kur %
MasseurIn	79	63
KosmetikerIn	70	41
PhysiotherapeutIn	51	69
Fitness-/Sport-InstruktorIn	47	31
ErnährungsberaterIn	40	27
Arzt/Ärztin (Schulmed.)	37	65
Diätkoch/-köchin	37	58
GanzheitsmedizinerIn (Alternativmed.)	30	26
SportlehrerIn	30	13
Psychologe/Psychologin	9	16

Tabelle 10

Es zeigt sich einmal mehr, dass MasseureInnen nicht nur in den meisten Betrieben, sondern daselbst auch (fast) in der größten Anzahl vorkommen, und zwar sowohl in Wellness- als auch in Kurbetrieben. Kosmetik / Beauty spielt im personellen Angebot eine wesentlich größere Rolle als in der Nachfrage. Möglicherweise fordert dieser Widerspruch zu einer betriebsindividuellen Prüfung dieses Marktsegmentes auf. Es gilt generell: Medizinalisierung bedingt Personalintensität.

Neben der oben diskutierten fachlich-medizinischen Kompetenz des Personals darf ein anderer Aspekt nicht vernachlässigt werden: Best-Practice-Beispiele zeigen, dass die absolute Hinwendung zum Kunden (Patienten) im Sinne genauer Kenntnis persönlicher Wünsche und Vorlieben auf der einen und das Ausstrahlen echter Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft auf der anderen Seite zu den zentralen Erfolgsfaktoren gehören. Das INSTITUT FÜR FREIZEITFORSCHUNG (2003:178) hat auf die Frage „Welche Dinge sind Ihnen in Ihrem Hotel/Ihrer Klinik besonders wichtig“ die Antwort „freundliches Personal“ als häufigsten Wert erhalten. Diese Freundlichkeit allerdings hat weit über das Normale hinauszugehen. Die umfasst z. B. die Pflege einer Datenbank, die Bedürfnisse des Einzelnen festhält, damit diese bei Wiederbesuch unaufgefordert befriedigt werden können.

Wir fassen das Personal zu Kompetenzfeldern zusammen in der Wichtigkeit ihres Auftretens in einem Medical Wellness-Setting (s. dazu auch BÄSSLER 2002:41ff.). Solche Überlegungen sind natürlich von der Indikationskompetenz des jeweiligen Anbieters abhängig, doch soll hier eine allgemeine Einschätzung erfolgen:

illing.qxd 17.12.2004 22:40 Seite 30

Art der Kompetenz	Kompetenzfelder	Priorität	Schnittstellenkompetenz
Medizinisch-Fachliche Kompetenz	Medizin	sehr hoch	a) Dienstleistungs-kompetenz b) den Weg für Wohl-befinden bereiten
	Psychologie	weniger	
	Physiotherapie	sehr hoch	
	Bewegung und Fitness	sehr hoch	
	Ernährung	hoch	
	Beauty/Körperpflege	weniger hoch	
	Massage	sehr hoch	
	sonstige Kompetenzen werden hier nicht weiter betrachtet (z.B. Hygienekompetenz)		
Menschliche Kompetenz	Echte Freundlichkeit, genaue Kenntnis der persönlichen Wünsche des Gastes	sehr hoch	

Tabelle 11

Erfolgsfaktoren Personal und Service

a) Permanente Gegenwart von Ärzten notwendig
b) Professionelle Masseure vorhanden mit breitem Spektrum von med. Massage bis Lomi-Lomi
c) Komplementärmediziner vorhanden
d) Das gleiche gilt für Sportmediziner / Physiotherapeuten
e) Freundlichkeit des Personals, Berücksichtigung der subjektiven Befindlichkeiten des Gastes

4.5 Architektur / Design, Ausstattung

Ein weiterer Aspekt des Aufsatzes beschäftigt sich mit der Bedeutung von Außen- und Innenarchitektur sowie Design. Oder anders formuliert: Welche Rolle spielen diese Aspekte bei der Entscheidungsfindung des Patienten für oder gegen eine Klinik / Hotel? Wir unterstellen, dass diese „Kaufmotive“ wesentlich sein können und begründen dies mit architektonisch herausragenden Objekten wie z. B. die Hundertwasser-Therme in Bad Blumau (Österreich).

Unter Zuhilfenahme empirischer Befunde zur Erlebnis- und Qualitätswahrnehmung von Design und Architektur sollen hier zunächst einige Grundannahmen gemacht werden:

a) Gäste bzw. Patienten mit gesundheitlicher Motivation auf der Basis von Prävention, Outdoor-Aktivitäten und Naturerleben legen großen Wert auf eine harmonische Integration von Landschaftsbild und Architektur.
b) Wellnessgäste mit Ansprüchen an Bewusstseinserweiterung und esoterischer Selbsterfahrung werden Architektur und Design daran messen, inwieweit diese helfen, Sinneseindrücke zu spiritualisieren. Hier können

illing.qxd 17.12.2004 22:40 Seite 31

gestalterische Elemente wie z. B. sakrale Bauformen helfen. „Erlebnisarchitektur“ als logische Konsequenz einer „*Event*isierung“ der Freizeit („*Event*-Gastronomie“, „Therapie-*Event*“) sollte jedoch unterscheiden zwischen jenen Kunden, die wirklich nach einer spirituellen Vertiefung suchen und anderen, die den raschen „Designkick“ benötigen.

c) GastPatienten mit akutmedizinischen oder Wahleingriffen werden wahrscheinlich die Funktionalität des Gebäudes zu würdigen wissen.

Die zunehmende Akzeptanz exotischer Gestaltelemente gerade im Wellness-Bereich (japanisches Onsen, türkisch-arabische Badeformen wie z. B. Hamam) als eklektische Vermischung von „hier“ und „dort“, Tradition und Moderne, führen beim GastPatienten zu einer immer breiteren Wahrnehmungsakzeptanz. Gleichzeitig schult sich der Blick und kann mehr und mehr Kitsch von Authentizität unterscheiden. An dieser Stelle scheinen sich zwei verschiedene Gestaltungsrichtungen zu etablieren. Auf der einen Seite nämlich das Exotische (fremde Kulturen als Stimmungsfaktor) und auf der anderen Seite das Autochthone (Baumaterialien der Region mit dem (Placebo-)Anspruch, dass das Lokale über größere Kraft und Reinheit verfügt). Diese Ansätze werden allerdings nur den gewürdigt, wenn sie authentisch umgesetzt werden.

Immerhin gehören viele Gestaltelemente von Architektur und Design zu den haptisch erfahrbaren Aspekten gesundheitstouristischer Einrichtungen. Sie stehen offenbar gleichberechtigt neben anderen Erfahrungswerten wie z. B. Freundlichkeit der Mitarbeiter und sind mit diesen zu verknüpfen.

In der Zusammenfassung lässt sich sagen, dass die architektonische Gestaltung bzw. das Design besonders im Wellness-Segment eine sehr wichtige Rolle zu spielen scheinen (WEIERMAIR / FUCHS o. J:Kap.4.2.). Die Autoren zeigen, dass Architektur und Design im Wellness-Bereich zu größerer Kundenzufriedenheit beitragen kann als bei anderen Leistungsträgern (Hotellerie, Restaurant, Sport, Shopping). Auch LANZ-KAUFMANN (1999:204) zeigt in einer Umfrage zum Thema „Bedeutung von Wellness-Elementen und Rahmenbedingungen“, dass aus Kundensicht Elemente wie „ruhige, erholsame Atmosphäre“, „attraktive Umgebung / Lage“ an oberster Stelle stehen. Eine Untersuchung aus Deutschland zeigt ähnliche Ergebnisse (DEUTSCHER TOURISMUSVERBAND 2002:23).

Bezüglich des Unterbringungsniveaus werden folgende Feststellungen getroffen (INSTITUT FÜR FREIZEITWIRTSCHAFT 2003:160ff.):

- Der Wellness-Urlauber neigt zu einem 4-5 *-Hotel.
- Dagegen sprechen sich die Interessenten für einen Health-Care- und Anti-Aging-Urlaub eindeutig für ein Unterbringungsniveau im 3 *-Bereich aus.

Erfolgsfaktoren Architektur / Design, Ausstattung

a) Auf Aspekte wie architektonische Gestaltung und Design ist zu achten
b) Lage und Umgebung spielen eine wichtige Rolle
c) Mindestens 3 *-Niveau wird erwartet

illing.qxd 17.12.2004 22:40 Seite 32

4.6 Marketing

Das Selbstzahlergeschäft wird für die meisten Anbieter kaum zum Überleben reichen. Somit ergibt sich die Gleichzeitigkeit von Kassenpatienten und Selbstzahlern unter einem Dach. Dies kann zu Spannungen führen, haben doch Selbstzahler in der Regel ein ganz anderes Anspruchsniveau.

Die folgende gegenüberstellende Abbildung von Marktcharakteristika des solidarisch finanzierten und 2. Gesundheitsmarktes (ILLING 2002a:32) soll den Paradigmenwechsel des Marketings verdeutlichen:

	Markt der Sozialversicherungsgäste	Markt derSelbstzahler
Sicht auf den Kunden	Massenabfertigung der von den Leistungsträgern Geschickten	Kunde als Individuum mit Anspruch auf individuelle Behandlung
Marktsicht	Kundenzufluss als jahrzehntelange Selbstverständlichkeit	Kampf um jeden einzelnen Kunden
marketinginstrumentel-ler Schwerpunkt	Auf Verhandlungen mit Krankenkassen beschränkt	Intensiver Einsatz des gesamten Marketinginstrumentariums
Adressaten der Marketingaktivitäten	Einweiser, also Kassen und nieder-gelassene Ärzte	Endverbraucher (Kunde, Gast, Patient)
Marketingautonomie	Produkt- und preispolitische Abhängigkeit vom Leistungsträger	Produkt- und preispolitische Unabhängigkeit

Tabelle 12

Die Akquise von Selbstzahlern erfordert einen Marketingapparat, wie er in Zeiten des bequemen Zuteilungsautomatismus durch Kassen nicht notwendig gewesen war. Dazu zählen:

Marketinginstrument	Maßnahmen
Produkte / Dienstleistungen	Marktforschung: Die Identifikation von Therapiekomplexen, die wegen Leidensdruck der Patienten Selbstzahlerbereitschaft auslösen.
	Die Identifikation von Therapiekomplexen, die durch Lifestylecharak-ter und Befriedigung von Eitelkeit Selbstzahlerbereitschaft auslösen.
	Das Zusammenfassen solcher Angebote zu buchbaren Pauschalen mit Mindestqualitätsanforderungen (z. B. obligatorischer Check-up für alle).
	Planungsgruppe einsetzen bezüglich Renovierungsbedarf, Um- und Erweiterungsbau.
Distribution	Neue Vertriebswege sind klinik- und indikationsspezifisch zu identifi-zieren: Messen, Sportevents, Spezial-Reiseveranstalter, Internet, Vereine, Selbsthilfegruppen, Firmen, private Krankenversicherungen etc.
	Kooperation mit anderen Anbietern zur Schaffung synergetischer Netzwerke

illing.qxd 17.12.2004 22:40 Seite 33

Kommunikation	Innenmarketing: All diese Aufgaben erfordern wahrscheinlich eine neue Position, die als Mediator zwischen Ärzten und Märkten die akquisitorische Arbeit koordiniert. Dieser bildet innerhalb der Klinik ein Vertriebsteam (auch Ärzte), das nach gemeinsam zu erarbeitenden Spielregeln aktiv wird.
	Tätigkeiten: Besuch und aktiver Verkauf bei Sozialdiensten, Kostenträgern sowie Messen; Verkaufstraining für das Personal.
	Internet- und Printmarketing haben sich deutlich abzugrenzen vom üblichen und an Kassen gerichteten Marketing (vgl. dazu ILLING 2002a:95ff.).

Tabelle 13

5. Prognose

Das INSTITUT FÜR FREIZEITWIRTSCHAFT (2003:282ff.) wagt folgende Prognosen: Gegenüber anderen „gesunden“ Reiseformen (Anti-Aging-Urlaub, Wellness-Urlaub, Beauty-Urlaub) wird sich die Anzahl der Reisenden in Deutschland im Bereich des Health-Care-Urlaubs von 2002 bis 2010 um 46 % erhöhen, auf dann über 2 Mio. Reisende pro Jahr (2002 knapp 1,4 Mio. Reisende). Die anderen genannten Reiseformen werden über ein stärkeres Wachstum verfügen, dieses jedoch von niedrigerem Niveau aus beginnen. Der Anteil des Health-Care-Urlaubs im Vergleich zu den anderen „gesunden“ Reiseformen beträgt 2010 48,3 % gegenüber 58,9 % 2002. Der Marktanteil des Health-Care-Urlaubs im Vergleich zu anderen gesunden Reiseformen ist wohl der längeren Dauer solcher Reisen geschuldet wie auch „teurer“ medizinaler Anwendungen. Die Gesamtausgaben deutscher Haushalte für die zuvor genannten vier gesunden Reiseformen nehmen bis dann auf 3,7 Mrd. € zu.

Der US-amerikanische Medical Spa-Markt wird 2006 ein Umsatzvolumen von über 400 Mio. US $ erreichen und bis dahin ein jährliches Umsatzwachstum von 10,1 % verzeichnen (FEEDBACK RESEARCH SERVICES 2003:25).

Anti-Aging-Maßnahmen gehören zu den zentralen Wachstumsfeldern im Bereich von Gesundheit und Freizeit. Das gilt für die USA (FEEDBACK RESEARCH SERVICES 2003:27) wie auch für Europa (INSTITUT FÜR FREIZEITWIRTSCHAFT 2003:284). Hier immerhin soll dieses Marktsegment im Zeitraum von 2002 bis 2010 um 2500 % wachsen. Da Anti-Aging auch in einem Kontext von Klinik oder Hotel angeboten werden kann, sollte dieses Marktsegment nicht außer Acht gelassen werden.

illing.qxd 17.12.2004 22:40 Seite 34

6. Zusammenfassung

Die Erfolgsfaktoren für Medical Wellness-Anbieter sollen wie unten dargelegt zusammengefasst werden. Wir unterscheiden zwischen zentralen Erfolgsfaktoren, die als überaus wichtig einzustufen sind und zusätzlichen Erfolgsfaktoren, die zwar nicht notwendig sind, gleichwohl eine geschäftsfördernde Wirkung besitzen:

		Erfolgsfaktoren				
		Gesundheitsphilosophie	Therapeutische Infrastruktur	Therapien und gesunde Dienstleistungen	Personal und Service	Architektur/ Design, Ausstattung
Zentrale Erfolgsfaktoren	1	Schnittstellenkompetenz zwischen Gesundheit, Wohlbefinden und Lifestyle	Räume für Indikationsschwerpunkt	Schulmedizin auf höchstem Niveau in Kombination mit komplementären Angeboten	Permanente Gegenwart von Ärzten sich ergänzender Fachrichtungen	Wert legen auf Außen- und Innengestaltung (Feng shui etc.)
	2	Positives Denken, Gesundheit macht Spaß, Gesundheit macht schön	Saunaräume/ Dampfbad	Bewegung und Fitness sind indikationsspezifisch vorzuhalten	Professionelle Masseure sind einzustellen mit div. Spezialisierungen und Sportmediziner/Physiotherapeuten	Unterbringung mindestens 3*-Niveau
	3	Personal, ist verfügbar, verwöhnt, berücksichtigt indiv. Bedürfnisse	Massageräume	Identifikation von selbstzahleraffinen Therapiekomplexen	Vorzüglicher Service in allen Bereichen, echte Freundlichkeit	Sauberkeit und Duft statt Geruch in allen Räumen
	4	Medizinische Expertise	Fitnessräume	Diversifiziertes Massageangebot	Komplementärmediziner permanent anwesend	
	5	Qualitätsmanagementauf der Basis bereichsindividueller Qualitätsverbesserungs- und -sicherungssysteme				
Zusätzliche Erfolgsfaktoren	6	Vielseitiges gesundes Angebot (Bewegung, Ernährung) in- und outdoor	Schwimmbad	Eine gesunde und gleichzeitig schmackhafte Ernährung		Naturverbundene Lage
	7	Schöne, naturverbundene Umgebung	Solarien			

Tabelle 14

illing.qxd 17.12.2004 22:40 Seite 35

Anmerkungen

1 Mit dem 1. Gesundheitsmarkt hingegen wird der solidarisch finanzierte (durch Sozialversicherungen) bezeichnet.
2 Bei den Mitgliedsbetrieben im Verband Schweizer Kurhäuser handelt es sich in der Regel um moderne Betriebe und nicht etwa um rückständige Pensionen mit einer einzigen kneippschen Doppelarmbadewanne im dunklen Keller.

Literatur

BÄSSLER, ROLAND (2002): Qualitätsniveaus und Gesundheitskompetenz im österreichischen Kur- und Wellness-Tourismus. Universität Wien.

BORN, ANDREAS et al. (2000): Tourismus in einer alternden Gesellschaft – Konzeptentwicklung und Qualifizierung für den Erhalt von Arbeitsplätzen in der Fremdenverkehrsregion Teutoburger Wald, Gelsenkirchen. Institut Arbeit und Technik Konkret Consult Ruhr empirica – Ges. für Kommunikations- u. Technologieforschung mbH Zentrum für Fort- und Weiterbildung, Sozial- und Seniorenwirtschaftszentrum Gelsenkirchen.

DANIELSSON, J./LOHMANN, M. (2003): Gesundheitsreisen – Wellness, Fitness und Kur. F.U.R Kiel Hamburg.

DEUTSCHER TOURISMUSVERBAND E.V. (Hrsg.) (2002): Praxisleitfaden Wellness.

DEUTSCHES ÄRZTEBLATT 2001/98/20:1109.

FEEDBACK RESEARCH SERVICES (2003): Medical Spa & Specialty Hospital Markets – an Overview Report.

ILLING, KAI-T. (2003a): Neues Produkt und neue Märkte für Kliniken – Medical Wellness, der Weg in den 2. Gesundheitsmarkt. In: ku-Special (KrankenhausUmschau), Nr. 22-11/2003, S. 2-5.

ILLING, KAI-T. (2003b): Elf Schritte zum Erfolg – Erfolgreiche Medical Wellness-Angebote brauchen intensive Vorbereitung. In: ku-Special (KrankenhausUmschau), Nr. 22-11/2003, S. 25-27.

ILLING, KAI-T. (2003c): Marketing ist ein Muss – Kunden müssen professionell umworben werden. In: ku-Special (KrankenhausUmschau), Nr. 22-11/2003, S. 31-33.

ILLING, KAI-T (2002a): Medical Wellness und Selbstzahler – Zur Erschließung neuer Märkte für Rehabilitations-, Kurkliniken und Sanatorien. Berlin: TDC.

ILLING, KAI-T. (2002b): Der 2. Gesundheitsmarkt für Rehabilitations- und Kurkliniken sowie Sanatorien, in: Klinik Management Aktuell, Heft 6.

ILLING, KAI-T. (2002c): Zeit für Seele&Selbst – Märkte und Trends im Tourismus für Entspannung und mentale Fitness, Berlin TDC.

ILLING, KAI-T. (2002d): Medical Wellness – Profilierung in einem wildwüchsigen Markt. In: Heilbad&Kurort, Heft 7, S. 136-139.

illing.qxd 17.12.2004 22:40 Seite 36

ILLING, KAI-T. (2001a): Marktnische mit Potenzial – Ausländische Patienten. In: Kreyher, V. (Hrsg.): Handbuch Gesundheits- und Medizinmarketing – Chancen, Strategien und Erfolgsfaktoren. Heidelberg: R. v. Decker, S. 539-548.

ILLING, KAI-T. (2001b): Internationales Marketing für Kliniken und Gesundheitsregionen, in: Management & Krankenhaus Heft 2.

ILLING, KAI-T. (2000a): Patientenimport und Gesundheitstourismus – Internationales Marketing für Kliniken, Kurorte und Gesundheitsregionen, Berlin: TDC Verlag.

ILLING, KAI-T. (2000b): Patientenimport und Gesundheitstourismus – Internationales Marketing für Kliniken, Kurorte und Gesundheitsregionen, Berlin: TDC.

ILLING, KAI-T. (1999): Der Neue Gesundheitstourismus – Wellness als Alternative zur traditionellen Kur, Berlin: TDC.

INSTITUT FÜR FREIZEITWIRTSCHAFT (2003): Marktchancen im Gesundheitstourismus – Health-Care-, Anti-Aging-, Wellness- und Beauty-Urlaub bis 2010. München: Institut für Freizeitwirtschaft.

LANZ-KAUFMANN, EVELINE (1999): Wellness-Tourismus – Marktanalyse und Qualitätsanforderungen für die Hotellerie – Schnittstellen zur Gesundheitsförderung. Bern: Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF) der Universität Bern.

WEIERMAIR, KLAUS / FUCHS, MATTHIAS (o. J.): Architektur im Tourismus oder Tourismus der Architektur?

nahrstedt.qxd 17.12.2004 22:42 Seite 37

Wolfgang Nahrstedt

„Wellness im Kurort“: Neue Qualität für den Gesundheitstourismus in Europa?!

Zusammenfassung: Nach dem Einbruch der Reha-Kuren öffnet der Gesundheitstourismus eine neue Perspektive für Kurorte und Gesundheitsregionen: Wellnessurlaub zeigt die stärkste Expansion und stellt den größten Hoffnungsträger. Wellness repräsentiert den erweiterten Gesundheitsbegriff der Weltgesundheitsorganisation (WHO 1948): Selbstverantwortung wird zentral, Gesundheitsbildung grundlegend. Sie wird zu einer neuen Aufgabe der (Ganztags-)Schule wie der Freizeit- und Gesundheitseinrichtungen, damit auch der Kurorte nicht nur in Deutschland, sondern auch in den ‚heilbadstarken‘ EU-Beitrittsländern. „Wellness im Kurort“ weist den Weg zu einer neuen Qualität für den Gesundheitstourismus in Europa, zugleich zu einer Reaktivierung des ursprünglich „ganzheitlichen“ Gesundheitsverständnisses der Kurorte ‚wie in Goethe’s Zeiten‘.

Abstract: After the break down within the rehabilitation areas health tourism opens up a new perspective for spas and health regions: wellness vacation trips demonstrate the strongest expansion and offer the greatest hope. Wellness represents the enlarged understanding of health of the World Health Organization (WHO 1948). Self responsibility becomes central, health education fundamental. Health education becomes a new task of the (full-time) school as of leisure and health institutions, so also of spas not only in Germany, but also within the new ‚spa rich‘ EU joining countries. „Wellness in spas“ shows the way to a new quality of health tourism in Europe, also towards reactivating the originally ‚all inclusive‘ understanding of health ‚as in Goethe’s time‘.

1. Die Geschichte der Kur: Eine Geschichte von Wellness

„Die Geschichte der Kur ist eine Geschichte von Wellness“: Mit dieser These „fasste Prof. Dr. Manfred Steinbach, Präsident des DHV und Vizepräsident des EHV, zum Ende des 1. Internationalen Wellnesskongresses Ende Februar 2003 auf Usedom das Ergebnis zusammen und präzisierte damit zugleich die Bedeutung von Wellness für die Kurorte. Allerdings warnte er zugleich vor der „Wellness-Falle“, so wenn „wir im vielseitigen Angebot (…) die Nachhaltig-

nahrstedt.qxd 17.12.2004 22:42 Seite 38

keit der Leistungen (…) aus den Augen verlieren“ (HEILBAD & KUROR T 3/2003:36). Was also heißt Wellness genau? Wie vermeiden wir die „Wellness-Falle“? Wie sichern wir „Nachhaltigkeit“ wirklich? Was kann uns die „Geschichte der Kur“ darüber lehren?

Abbildung 1

2. JOHANN WOLFGANG VON GOETHE (1749-1832): Fast 40 Jahre „Wellness im Kurort“ (1785-1823)

„Wir haben ein Bild von ihm (Goethe) aus dem Jahre 1785, wo er zum ersten Mal seiner *Gesundheit* wegen ein Bad aufsuchte.“ Er fuhr „nach Karlsbad, wo er den Herzog, Herder und Frau von Stein traf und mit ihnen heitere, angeregte Tage verlebte.“ „Am 28. August wird der Geburtstag Goethes von den Freunden festlich und fröhlich begangen. Mitten in der *Geselligkeit* beschäftigt ihn die *Arbeit an der neuen Ausgabe* seiner Dichtungen“ (BIELSCHOWSKY 1904:367ff.).

Zwischen 1785 und 1823, also für die Dauer von fast 40 Jahren, fuhr Goethe oft, seit 1806 fast jährlich, zur Kur, meist nach Karlsbad, aber auch nach Bad Pyrmont (1801), Wiesbaden (1814) und Marienbad (1821ff.).

Oft blieb er für Monate. So trat er 1810 „Mitte Mai seine Badereise an. Er bleibt *fast drei Monate in Karlsbad*, wo ihm die Gesellschaft vieler ausgezeichneter Männer und Frauen die Zeit angenehm verkürzt. Zu den Frauen gehört auch die jugendliche Kaiserin von Österreich, die wie ein neues Gestirn an seinem Himmel aufging.“ Den Bruder Napoleons Ludwig lernte er dort kennen und schätzen (BIELSCHOWSKY 1904:321).

Goethe beschäftigte sich aber in der Kur auch mit *„geologische(n) Studien“*, so den „Karlsbader Sprudelsteine(n)“ und dem „geheimnisvolle(n) Rätsel der wunderbaren Wasser“. „Landgraf Karl von Hessen (…) unterhielt sich gern (mit Goethe) über die *Urgeschichte der Menschheit*“ (Tag- und Jahreshefte 1806, In: Goethes Werke. Bd. 7, S. 15-17).

nahrstedt.qxd 17.12.2004 22:42 Seite 39

3. „Wellness im Kurort“ für Goethe: Erfülltes Leben auf hohem Niveau

„Wellness im Kurort“ hatte für Goethe einen „ganzheitlichen Charakter“. Die „Badereise“ diente

a) „*seiner Gesundheit*“, damit seinem körperlichen Wohlbefinden, aber auch
b) dem Treffen „vieler ausgezeichneter Männer und Frauen“, *dem sozialen Genuss*.
c) Die Reise diente Verhandlungen mit Politikern, *einer politischen Aufgabe* (so „galt Goethes erster Besuch“ 1819 nach dem Eintreffen in Karlsbad „dem allmächtigen österreichischen Minister, Fürsten Metternich“, um in der Phase der Restauration „den Staatsmann gegen Weimar (…) freundlicher zu stimmen“, was offensichtlich „gelang“ (BIELSCHOWSKY 1904:480)).
d) „Mitten in der Geselligkeit beschäftigt ihn (auch) die *Arbeit an der neuen Ausgabe seiner Dichtungen*.“
e) *Außerdem: Goethe blieb oft Wochen bis zu 4 Monaten*, d. h. ein gutes Viertel Jahr. Er realisierte seine wichtigsten Lebensziele, die weit über Kur(ation), Reha(bilitation) und Prävention hinausgingen, im Kurort mit sozialer, wissenschaftlicher, politischer und kulturell-dichterischer Aktivität. „Wellness im Kurort“ für Goethe bedeutete erfülltes Leben auf hohem Niveau, also „high level wellness“. „Wellness im Kurort“ für Goethe steht zugleich Modell für eine qualitativ anspruchsvolle „work and leisure life-balance“!

4. BERTHA VON SUTTNER (1843 – 1914): Von „Wellness im Kurort“ zum Nobelpreis (1905)

Der Kuraufenthalt der Bertha von Suttner, geboren fast 100 Jahre nach Goethe, kann als ein weiteres Beispiel für „Wellness im Kurort“ am Ende der Phase bürgerlicher Demokratisierung betrachtet werden. Mit 13 Jahren (1855) wurde Bertha von Suttner von ihrer Mutter auf „die erste große Reise“, „eine wirkliche Reise ins Ausland“, von Wien nach Wiesbaden mitgenommen: ein „wochenlanger oder vielleicht monatelanger Aufenthalt in einem berühmten Badeort“. So geschah es auch in den folgenden Jahren, etwa 1859 „wieder in Wiesbaden“ und 1864 „nach Bad Homburg v. d. Höhe“.

„Nachmittag zum Konzert wurde hübsch Toilette gemacht; um sieben Uhr Diner im Kurhausrestaurant, meist in Gesellschaft, hernach dreimal in der Woche Oper“.

Die Kriege ihrer Jugendjahre, so zwischen Österreich und Italien (1859), gegen Dänemark (1864) sowie gegen Preußen (1866) „spielten gar keine Rolle darin“. Noch 1868 in der „Saison in Baden-Baden“ konnte sie „den Sieger von

nahrstedt.qxd 17.12.2004 22:42 Seite 40

1866“, d. h. „unseren Überwinder“ König Wilhelm I. von Preußen, „persönlich kennenlernen“ ohne „Groll“, sondern mit einem „ungeheuern Respekt“.

Jedoch:

„Wir hatten unser Leben so organisiert: *den Vormittag* (…) beschäftigte ich mich *mit meinem Klavier und mit meinen Büchern*.“ „Ich war immer eine hungrige Bücherverschlingerin – ohne drei Bände Belletristik (…), zwei Bände Tauchnitz und einen Band deutscher Wissenschaft gab ich mich nicht zufrieden“ (SUTTNER 1909/1979: 97).

Abbildung 2

Bertha wurde Journalistin, bestimmte seit Ende der 80er Jahre zunehmend die sich entwickelnde Friedensbewegung mit, gewann mit dem Roman „Die Waffen nieder!“ (1890) „in Form einer Selbstbiographie“ Weltruf und 1905 den Friedensnobelpreis: Wellness im Kurort hatte die Grundlagen gelegt (SUTTNER 1909 / 1979).

5. Wellness: Beginn einer 3. Phase „Marktorientierter Globalisierung“

Wellness: Sanfter Weg zur Globalisierung?
3 Phasen in der Entwicklung des Gesundheits- und Kurwesens: a) 785ff: „Bürgerliche Demokratisierung“ einer wellnessorientierten Gesundheitskultur (Goethe + von Suttner) b) 884ff: „Soziale Demokratisierung“ von Kur + Gesundheitskultur (Recht auf Kur für jeden Arbeitnehmer durch Arbeiterbewegung + Bismarck), 1892: 1. Deutscher Bädertag: Erweiterung Gästekreis / Verengung des Gesundheitsbegriffs. c) 1997ff: „Marktorientierte Globalisierung“ durch: Umstellung auf Selbstzahler“ (Seehofer / Schmidt) sowie Integration tendenziell aller Gesundheitskulturen. 2004:100. Deutscher Bädertag: Neuer Gesundheitsbegriff / Neue Gäste gesucht!
Gesundheitstourismus wird dabei (in Alternative zu den aggressiven Formen) mit „Wellness“ ein sanfter Weg zur Globalisierung! Auch diesen Weg hat Goethe bereits begonnen: „west-östlicher Divan“! Bertha von Suttner hat ihn über die Friedensbewegung fortgesetzt!

Tabelle 1

Aus den beiden Beispielen von Goethe und von Suttner lassen sich für die Gestaltung von „Wellness im Kurort“ folgende Konsequenz ziehen:

nahrstedt.qxd 17.12.2004 22:42 Seite 41

a) *„Wellness im Kurort“ steht für ein erfülltes Leben* von Menschen in Hinblick auf körperliche wie geistige, seelische wie gesellschaftliche Bedürfnisse.
b) Diese Möglichkeiten sind *auch heute* für kurze wie längere Aufenthaltszeiten zu gestalten.

Für das Gesundheitswesen allgemein und für den Gesundheitstourismus insbesondere lassen sich dabei seit Goethe und von Suttner 3 Phasen der Entwicklung des Gesundheitswesens erkennen:

a) Goethe wie von Suttner stehen für die *erste Phase bürgerlicher Demokratisierung* einer wellnessorientierten Gesundheitskultur.
b) Mit der Schaffung des Rechts auf Kur für jeden Arbeitnehmer 1884 durch Bismarck begann eine historisch *zweite Phase der „sozialen Demokratisierung“* dieser wellnessorientierten Gesundheitskultur. Das „Haus des Gastes“ sowie die „Gästebetreuung“ wurden geschaffen zur „Gesundheitsbildung als Therapieergänzung“, für „Freizeitgestaltung als Animation zu Kommunikation (Geselligkeit) und Selbstorganisation (Hobby)“, „als Grundlage positiver Imageentwicklung“ sowie zur Förderung der „Tourismusentwicklung durch Gewinnung neuer Zielgruppen“ (NAHRSTEDT u. a. 1996:41f.).
c) Mit der Integration tendenziell aller Gesundheitskulturen setzt gegenwärtig eine *dritte Phase „marktorientierter Globalisierung“* ein: Gesundheitstourismus wird dabei – in Alternative zu den aggressiven Globalisierungsformen – *der Weg zur „sanften Globalisierung“*! Auch diesen Weg hat Goethe mit seinem „west-östlichen Divan“ bereits begonnen und Bertha von Suttner mit ihrem Einsatz für die Friedensbewegung fortgesetzt. Zugleich gilt es, das Verständnis von Gesundheit wieder zu erweitern. Die soziale Ausweitung des Rechts auf Kur in der zweiten Phase hatte eine Verengung des Gesundheitsbegriffs auf medizinische Indikation zur Folge. Der Arzt bestimmte die Kriterien für die Finanzierung über die Krankenkasse. Das Recht auf „Wellness“ bzw. Kur wurde gewissermaßen klinisch definiert. Diese Verengung gilt es, in der begonnen 3. Phase erneut zu überwinden!

Die Einführung des Rechts auf Kur für jeden Arbeitnehmer seit Ende des 19. Jahrhunderts hatte eine doppelte Wirkung: Erfreulich war die soziale Auswirkung. Zugleich aber erfolgte eine schrittweise Eingrenzung des Gesundheitsbegriffs auf die medizinische Indikation. Sie wurde die Legitimationsgrundlage für die Finanzierung der Kur durch die Krankenkassen. Der „Badearzt“ wurde die zentrale Figur für Kur und Kurort. „Ein jährliches Zusammentreffen der deutschen Badeärzte mit den administrativen und technischen Vorständen“ in „unsere herrlichen deutschen Bäder“ (Einladung 1892) wurde zum Ziel und führte im selben Jahr zum ersten Deutschen Bädertag sowie zur Gründung des „Allgemeinen deutschen Bäderverbandes (ADBV)“, heute (seit 1999) „Deutscher Heilbäderverband (DHV)“. „Das von allem Anbeginn an geplante Zusammenwirken von Medizinern, Wirtschaftlern und Technikern ist auch heute noch ein Wesensmerkmal des Deutschen Heilbäderverbandes“ (Berg 2004:3). Die „Gesundheitsreform“ 1997 hat jedoch die Kon-

nahrstedt.qxd 17.12.2004 22:42 Seite 42

zentration auf den „Badearzt“ im Gesundheitsverständnis „unserer herrlichen deutschen Bäder“ beendet. Der 100. Deutsche Bädertag nicht zufällig in Baden-Baden bedeutet einen Neubeginn. Schon die Römischen Bäder zeigten ein weites Gesundheitsverständnis mit Räumen für Geselligkeit und Bibliotheken für Kultur. Die Reaktivierung der Bädertradition in der europäischen Neuzeit bis zu Goethe und von Suttner knüpfte daran an. Der erweiterte Gesundheitsbegriff der WHO revitalisiert dieses weite Gesundheitsverständnis seit 1948 erneut. Wellness bringt dieses Verständnis auf den Punkt. Nunmehr gilt es, dieses Verständnis für ‚unsere herrlichen deutschen wie europäischen Bäder‘ wiederzugewinnen und angesichts neuer Herausforderungen umzusetzen.

6. Neue Herausforderungen: Demographische Entwicklung, Osterweiterung und Globalisierung

a) Die *„Gesundheitsreform“ 1996/97 hat erhebliche Einbrüche* für die Heilbäder und Kurorte gebracht. Etwa 40 % der Reha-Kliniken wurden obsolet. In der Bäderregion Lippe sank die Übernachtungszahl um 36,85 % (1991-2001), im Staatsbad Meinberg sogar über 60 % (1991-2003).
b) Der *demographische Faktor*,
c) die verstärkte *Werbung um „Selbstzahler“* und *„Wellness-Kunden“*
d) sowie die *Verstärkung des Segments „Tagung im Kurort“* konnten für einen Teil der Bäder einen gewissen Ausgleich schaffen. So dominieren nun die Privatgäste und Tagungsbesucher die Kurlandschaft.
e) Doch *die Bemühungen um mehr Gäste gehen weiter*, so:
f) die *Privatgäste für längere „Präventionskuren“* und
g) die *Tagungsgäste zur Wiederkehr als Wellness-Gäste* zu gewinnen.

Die Weiterentwicklung des Gesundheitswesens und insbesondere des Gesundheitstourismus wird durch folgende drei Faktoren wesentlich mitbestimmt:
a) die demographische Entwicklung
b) die Osterweiterung und
c) die Globalisierung.

6.1 Die demographische Entwicklung: Kampf um Gäste und Qualität

Die demographische Entwicklung wird innerhalb der nächsten Jahrzehnte die Zahl der älteren und potenziell kurorientierten Bevölkerungsmitglieder vergrößern. Zugleich werden die finanziellen Mittel geringer und die Konkurrenz insbesondere durch die Kurorte und Heilbäder in den europäischen Beitrittsländern wird wachsen. Andererseits aber werden Touristen und damit auch potenzielle Besucher von Kurorten aus den osteuropäischen wie asiatischen Ländern verstärkt Westeuropa bereisen.

nahrstedt.qxd 17.12.2004 22:42 Seite 43

Gästezahl	Gästeziel	Dauer	Alter	Ziel + Angebot
16 Mio insg.				
- 2 Mio. (12,5 %)	Reha/AHB (GKV/GRV)	3-5 Wochen	(40+)	Gewinnung als Wellnessgast (+ „Präventionskur“)
- 4 Mio. (25,0 %)	Tagung	45 % 1 Tg 55 % 2+	(20+)	dto
10 Mio. (62,5 %)	Erholung+ (Selbstzahler)	Tage bis Wochen	50+	dto

Tabelle 2: Gästestruktur deutscher Kurorte 2003/4 – Ziel und Angebot (nach: SCHOLZ 11/03/04)

Die Frage ist, ob die Angebotsstruktur in den Kurorten insbesondere im Bereich Wellness dienen kann, diese Entwicklung positiv auch im Sinne des „ganzheitlichen“ Verständnisses von Wellness zu begleiten mit dem Ziel, für die Gäste eine optimale Gesundheitsförderung und für die beteiligten Kurorte und Kurregionen längerfristig eine optimale Auslastung zu sichern. Von 16 Mio. Gästen in den deutschen Kurorten sind gegenwärtig offensichtlich *nur noch gut 10 % Reha- und AHB-Kassenpatienten* mit einer längerfristigen Aufenthaltsdauer von mehreren Wochen. Die übrigen fast 90 % (88,9 %) der Gäste sind mehr oder minder selbstzahlende Tagungs- und Erholungsgäste, die jedoch häufig nur für einen oder wenige Tage bleiben. Sie gilt es, zum längeren Bleiben oder auch zum Wiederkommen als *Wellness- oder auch als Präventionsgast zu gewinnen*. Eine „Gästebetreuung“ neuer Art gilt es über „Wellnessberatung“ und „Wellnessmanagement“ zu entwickeln.

Gästebindung durch Wellnessqualität à la Goethe und von Suttner
„Wellness im Kurort“ = Hohe Qualität für Körper, auch für Seele und Geist durch:
Erlebnisorientierte Wellness-Struktur (für Tagungs-/Privatgäste) „Die Heilbäder und Kurorte heben sich ab (…) durch a) ihre attraktive Ortsbildgestaltung, b) Freizeit-, Kultur- und Unterhaltungsangebote in unmittelbarem Umfeld und c) reichhaltiges Angebot an Kultur- und Sehenswürdigkeiten.“ Heilbad&Kurort 9/03:200) *Qualitätsoffensive* aber auch für Europäisierung und Globalisierung durch: *Gesellige Int. Wellness-Akademie* (GIWA) für Gäste/Lehrer/Schüler: a) Asiatische Gesundheitsansätze: TCM, Ayurveda, Shiatsu, Reiki, b) Kooperation mit Wellness-Partnern in einem EU-Beitrittsland und c) Kooperation mit Wellness-Partner in einem Entwicklungsland.
Europäische Wellness-Initiative durch den EHV!

Tabelle 3 (Quelle: NAHRSTEDT 2004)

Hierfür könnte der Wellness-Begriff in seinem sowohl historischen als aber auch aktuellen Verständnis eine die Qualität sichernde Grundlage bieten. Das

nahrstedt.qxd 17.12.2004 22:42 Seite 44

Wellness-Angebot würde danach sowohl die körperliche und seelische, aber darüber hinausgehend auch die geistig-kulturelle und gesellschaftlich-politische „Gesundheit“ gemäß den referierten historischen Beispielen als Aufgabe, Thema und Ziel mit einbeziehen. Die vom DHV veranlasste Untersuchung über den „Tagungs- und Kongressreiseverkehr als wachsendes Nachfragesegment in Heilbädern und Kurorten“ betont folgende Standortqualitäten:

6.2 Gesellige Internationale Wellness-Akademie (GIWA): Kurorte als globale Kompetenzzentren

Jeder Kurort entwickelt in Kooperation und Austausch mit mindestens einem Bad in einem Beitrittsland ein Angebot mit hoher Qualität für Körper, aber auch für Seele und Geist durch eine „*Gesellige Internationale Wellness-Akademie*“ (GIWA) mit folgenden Themen:

a) Asiatische Gesundheitsansätze: TCM, Ayurveda, Shiatsu, Reiki
b) Kooperation mit einem Wellness-Partner in einem EU-Beitrittsland
c) Kooperation mit einem Wellness-Partner in einem Entwicklungsland.

Kommunikation mit Gästen, MitarbeiterInnen, Schülern

Diese „GIWA-Akademie“ sollte Gästen, aber auch MitarbeiterInnen sowie insbesondere Schülern, Lehrern, Schulklassen, Studierenden, Hochschulseminaren, Ärzten, Wellness-Fachleuten, Museums-, Kultur-, Natur-Experten usw. in jeweiliger programmatischer Differenzierung angeboten werden. Über diese Akademie sollte den Gästen wie aber auch den übrigen Gruppierungen *Informations- wie Mitwirkungsmöglichkeiten* an der Gestaltung von Angeboten sowie der Kontakte zu Wellness-Partnern in anderen Kurorten und Ländern ermöglicht werden.

Insbesondere die *Schulen werden künftig verstärkt Aufgaben für die Gesundheits- und Wellness-Bildung* zu übernehmen haben. Der „Selbstzahler“ in der Gesundheitswirtschaft ist auf Gesundheitsbildung angewiesen. Für die aktuelle Gestaltung der „Ganztagsbetreuung“ an Ganztagsschulen ergibt dafür eine dringende (und für die Kurorte langfristig lohnende) Herausforderung. Die Kurorte sollten sich zu „globalen“ Kompetenzzentren für die Gesundheits- und Wellness-Bildung aller Gruppen der Bevölkerung entwickeln.

Diese „GIWA-Akademie“ sollte das Wissen über Wellness und insbesondere über die *asiatischen Gesundheitsansätze* wie TCM, Ayurveda, Shiatsu, Reiki u.a. vertiefen. Der neue Zusammenhang zwischen westlicher Medizin (Physikalische Therapie) und Naturheilkunde und die Aufgabe der Selbstbildung zur Vertiefung dieses Wissens für die Optimierung des eigenen Lebensstils sollten wichtige Themen sein.

nahrstedt.qxd 17.12.2004 22:42 Seite 45

6.3 Kommunikation und Austausch mit Beitritts- und Entwicklungsländern

Die Kooperation mit den Kurorten und Heilbädern auch als Wellness-Partner sollte über einen gemeinsamen Austausch vertieft werden. Zugleich sollten dadurch die Gäste an einem solchen Austausch durch eigene Mitwirkung und durch eigene Besuche auch der Kur- und Wellness-Orte in den Beitrittsländern engagiert werden. Dies sollte wechselseitig auch für die Bäder in den Beitrittsländern gelten.

Die WHO-Erklärung von 1946 hatte auch gefordert: „Ziel ist es, den *besten erreichbaren Gesundheitszustand aller Völker* herbeizuführen!“ Die Kurorte sollten dies als Teil der Wellness-Aufgabe aktiv – nicht zuletzt im eigenen Interesse – unterstützen. Dieses Ziel zu erreichen wird sowohl ethische wie aber auch politische und ökonomische Potenziale der EU wie UNO sowie nicht zuletzt der Bürger selbst mobilisieren!

6.4 Europäische Wellness-Initiative durch den „Europäischen Heilbäderverband“ (EHV)

Die Qualifizierung der Wellness-Bewegung erfordert vorrangig eine Kooperation der Kurorte untereinander europaweit, aber ebenso Kooperationen mit den Hochschulen zur Sicherung von Wellness-Forschung und Aus- wie Weiterbildung von Wellness-Fachkräften. Der EHV könnte durch eine *Europäische Wellness-Initiative* zu einem *Motor für gemeinsame Europäische Wellness-Qualitätsstandards* werden. Auch eine Kooperation mit privaten Initiativen wie der „Europäischen Wellness Union“ (Wesseling) und dem „Internationalen Spa & Wellness Bund e. V.“ (Berlin) wäre dafür denkbar.

7. Wellness-Philosophie: Präzisierung der Wellness-Qualität

Um den Bedeutungswert von Wellness weiter zu präzisieren, lässt sich auch von einer „Wellnessphilosophie“ sprechen (s. bereits CONRADI 2002; CHALUPA 2001). Darin kommt die umfassende Neukonzeption des Lebensstils unter international veränderten gesellschaftlichen Bedingungen zum Ausdruck. Wellness ist die Neuinterpretation von Welt unter postmodernen Bedingungen. So hat auch der DHV zusammen mit den Bädern Europas bereits auf der ITB 2003 „Die Wellness-Philosophien europäischer ‚Spas‘„ und die Bedeutung des „Zauberwort(es) Wellness“ diskutiert (HEILBAD & KURORT 4-5/2003:72ff.):

nahrstedt.qxd 17.12.2004 22:42 Seite 46

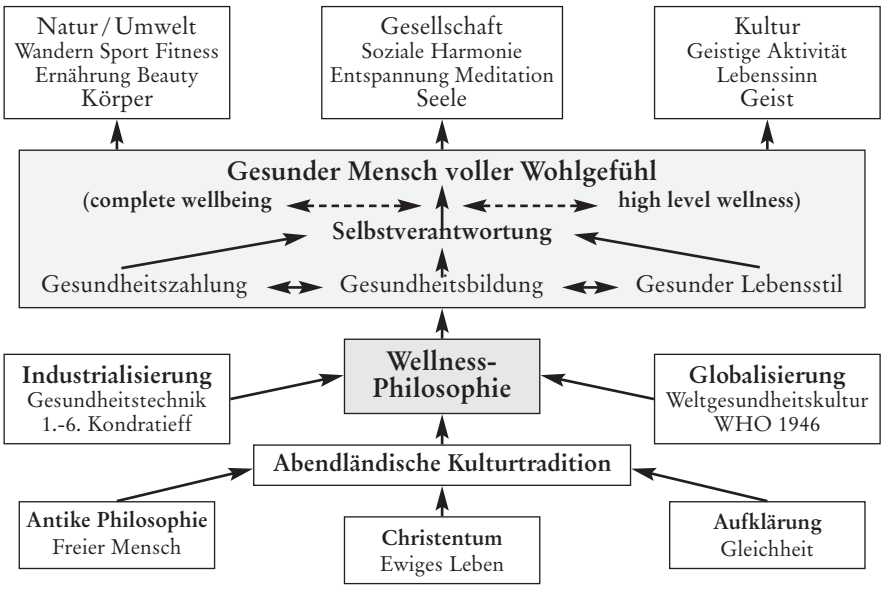

Abbildung 3

Als Philosophie verstanden drückt Wellness die gegenwärtig erweiterten Möglichkeiten des Menschen für seine Lebensgestaltung aus. Dabei werden die historisch durch Religion, Philosophie und Aufklärung entwickelten „Wertvorstellungen" für das menschliche Dasein neu zusammengefasst. Sie werden mit den durch die Industrialisierung ermöglichten und durch die Globalisierung erweiterten Grundlagen für ein verlängertes Leben in ein neues Selbstverständnis von Mensch und Menschheit verbunden. Für das Verhältnis zu Natur und Umwelt, Gesellschaft und Kultur entwickelt sich ein neues Selbstverständnis, das es ständig weiter zu vertiefen gilt. Der Kurort bietet dafür eine besondere Chance. „Gästebetreuung" als „Wellnessberatung" erhält eine neue Aufgabe.

8. Megatrend „Psychosoziale Gesundheit": Basisinnovation Wellness

Philosophien haben immer auch eine praktische Seite. Wellness kann zugleich als „Basisinnovation" zum sog. „6. Kondratieff" aufgefasst werden. Die ökonomische Theorie der „Kondratieffzyklen" versucht „Die langen Wellen der Konjunktur" (45-60 Jahre) genauer zu bestimmen. Danach wird für den *6. Kondratieff* (20XX-...) zu Beginn des 21. Jahrhunderts der Megatrend „Psychosoziale Gesundheit" kennzeichnend (NEFIODOW 1996). In der US-amerikanischen Diskussion wird als *Megatrend ein „set of forces"*, d. h. ein „Kraftbün-

nahrstedt.qxd 17.12.2004 22:42 Seite 47

del“ von 8 bis 10 Einzeltrends aufgefasst. Sie bewirken „large social, economic, political, and technological changes.“ „They influence us for some time – between 7 and 10 years, or longer“. They „do not come and go readily“, they „are slow to form“ (NAISBITT 1990).

9. Urlaub wird „Wellnessurlaub“

Der Megatrend „Psychosoziale Gesundheit“ mit der Basisinnovation Wellness hat seit den 1990er Jahren auch den Tourismus erreicht. „Gut zwei Drittel (67 %) wollen im Urlaub (zumindest) „etwas für die Gesundheit tun“. Der „Wellness-Urlaub“ wächst dabei am stärksten mit 125 % (1999-2002): „*Die Wellness-Welle schwappt über Deutschland*“ (RA 2002).

Dieser Trend hat sich offensichtlich bis heute weiter intensiviert. Die Ergebnisse der *Reiseanalyse 2004* lassen sich so lesen, als ob der *Urlaub insgesamt* nunmehr zu einem „*Wellness-Urlaub*“ tendiert. Die „Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V.“ fasst die „Urlaubsmotive der Deutschen (Auswahl)“ mit den Werten für „besonders wichtig“ zusammen: „Trotz wirtschaftlicher Unsicherheit und latenter Terrorgefahr lassen sich die Deutschen ihre Urlaubsreise nicht nehmen. Sie sind also keineswegs ‚urlaubsfaul‘, wohl aber gerne ‚faul im Urlaub‘. Dies zeigt ein Blick auf ihre allgemeinen Urlaubsmotive: Hier dominieren eher passive Aktivitäten wie Entspannen [63 %] oder Ausruhen [34 %]. Körperlich [6 %] oder geistig anstrengen [14 %] wollen im Urlaub dagegen nur wenige“ (1. Ergebnisse ITB Berlin 2004).

Gut zwei Drittel (67 %) der Deutschen wollen im Urlaub „etwas für die Gesundheit tun“ durch:			
	Wellness-Urlaub	Fitness-Urlaub	Gesundheits-Urlaub
1999:	6 %	7,4 %	13,2 %
Anstieg 1999-2002:	+125 %	+51 %	+46 %

Tabelle 4: Wellness-Urlaub im Trend – Interessen-Potential 1999-2002 (Quelle: Reiseanalyse 1999 + 2002)

Diese Ergebnisse lassen sich jedoch auch anders lesen: „Zeit haben“, „frei sein“ (56 %) für „Entspannung“ ohne „Stress“ (63 %) aber auch mit „Kultur und Bildung“ (14 %) sowie mit „Entdeckung“ und „Risiko“ (7 %) stehen im Vordergrund, Körper und „aktiv ‚Sport treiben“ (6 %) treten zurück: Also *Wellness pur à la Goethe* und von Suttner bestimmen auch heute weitgehend die „Urlaubsmotive“ für den ganzen Urlaub. Dies bietet aufgrund des veränderten Reiseverhaltens „kürzer aber häufiger“ auch für „Wellness im Kurort“ eine neue Chance.

nahrstedt.qxd 17.12.2004 22:42 Seite 48

10. Neues Kurorte-Profil: Medical Wellness und Cultural Wellness

In diesem Zusammenhang wird auch das „Medical Wellness"-Modell von Kai Illing (2002) interessant. Illing hat versucht, das Verhältnis von Medical Wellness und Wellness genauer zu klären. Danach ist „Wellness (…) das ganzheitliche Bemühen um körperliches, geistiges und seelisches Wohlbefinden". Medical Wellness jedoch stellt die „medizinisch-therapeutisch geleitete und wissenschaftlich fundierte" Basis (Illing 2002:10). Wellness ohne diese Basis insbesondere als „Wellness 1. Grades" erscheint dann als ‚Wellness light', „weil es aus der Sicht von Reha-/Kurkliniken/Sanatorien sicherlich am wenigsten zu akzeptieren ist, weil es sich um gesundheitliche Konsequenzen nicht kümmert" (ebd.:44).

11. Gütesiegel „Wellness im Kurort": Renaissance der Dialektik zwischen Medical Wellness und Cultural Wellness

Aus den bisherigen „geschichtswissenschaftlichen" wie „grundlagentheoretischen" Überlegungen heraus lassen sich „Vorschläge zur Präzisierung" der „10 Qualitätskriterien des DHV" für das Güte- bzw. „Qualitätssiegel" „Wellness im Kurort" und damit auch für die Qualifizierung des Gesundheitstourismus im Kurort formulieren:

a) Ausgangspunkt sollte ein global orientiertes *„ganzheitliches Wellnesskonzept"* sein, das auf dem oben skizzierten Wechselspiel zwischen Natur- und Geisteswissenschaft (bzw. Lebens-/Kultur-/Gesundheitswissenschaft), damit auch zwischen Medical Wellness und Cultural Wellness, Badearzt und Wellnessexperte basiert.
b) Die „natürlichen Heilmittel" werden auch zu *„Wellnessmitteln"* (z.B. als 3% Sole im VitaSol Bad Salzuflen). Über die „Physiotherapie nach Sebastian Kneipp" müssen weitere auch *„globale Gesundheitsansätze"* ausdrücklich konzeptueller Bestandteil werden.
c) Neben „bewährten Konzepten der Bäderkultur" sollten auch *„innovative Ansätze der Wellnesskultur"* möglich sein. Sie sollten den Kurort als einen Ort auch der Erprobung und Modernisierung interessant machen. Für dieses Wechselspiel unterschiedlicher Ansätze zwischen Medical Wellness und Cultural Wellness erfährt der klassische „Kurdirektor" (in manchen Kurorten bereits aufgegeben) eine Renaissance als *„Wellnessmanager"* oder wird durch ihn ergänzt.

nahrstedt.qxd 17.12.2004 22:42 Seite 49

Wellness im Kurort: **10 Qualitätskriterien des DHV** Vorschläge zur Präzisierung einer globalen Wellnessorientierung bzw. der Wellnessorientierung unter Einbeziehung globaler Gesundheitsansätze	
1 Ganzheitliches Wellnesskonzept auf der Grundlage globaler medizinischer + lebens-/ gesundheitswissenschaftlicher Kompetenz.	6 Höchstmaß an persönlichen Gestaltungs- und Erprobungs-Möglichkeiten.
2 Staatlich anerkannte Qualitätsmerkmale: Natürliche HeilWellnessMittel des Bodens, des Meeres, des Klimas, der Physiotherapie nach Sebastian Kneipp sowie globaler Gesundheitsansätze wie Naturheilkundliche Verfahren, Homöopathie, TCM, Ayurveda.	7 Kulturelles Angebot in einem anspruchsvollen global orientierten Kurortambiente. 8 Reizvolle Landschaft + Umgebung.
3 Bewährte+innovative Konzepte d. Bäder-+Wellnesskultur: Kurdir.+Wellnessmanager	9 Angebote für soziale Kontakte und internationale Kommunikation.
4 Hohe Dienstleistungs- + Servicequalität + Aus- + WB des Wellnesspersonals. 5 Infrastruktur der Kurorte als Gesundheits-+ Wellnesszentren + Zentren d. Tourismus.	10 High level wellness: Positives Leben und Erleben, Sinnlichkeit und Genuss, Lebensfreude und Lifestyle: Erfülltes Leben auf hohem Niveau!

Tabelle 5 (Nahrstedt 2004. Nach: Scholz 3/12/03)

d) Die „garantiert hohe Dienstleistungs- und Servicequalität“ erfordert auch *neue Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten des Wellness-Personals* auf Hochschulniveau und damit auch in den Hochschulen. Das Engagement für diese Aufgabe sollte ein wichtiges Thema für den DHV wie den EHV werden. Eine Kooperation mit dem „Deutschen Wellnessverband e. V.“ (LUTZ HERTEL) sowie der „Wellness-Hotels Deutschland GmbH“ (MICHAEL ALTEWISCHER) wäre dafür anzustreben, soweit sie noch nicht besteht. Darüber hinaus aber ist eine Kontaktaufnahme mit Hochschulen und Hochschulverbänden erforderlich, etwa über die „Deutsche Gesellschaft für Erziehungswissenschaft e. V.“ (DGfE), die „Deutsche Gesellschaft für Tourismuswissenschaft e. V.“ (DGT) u. ä.

Das *10. Qualitätsmerkmal* lässt mit dem Hinweis auf *„Lebensfreude und Lifestyle“* erkennen, dass „die Geschichte der Kur“ als eine *„Geschichte der Wellness“* durchaus auch im Wechselspiel zwischen Medical Science und Lifestyle Science, zwischen Medical Wellness und Cultural Wellness weitergeführt werden soll. Auch der Hinweis, dass „neben fachlichem know-how auch visionäres Denken“ erforderlich bleibt, hält den Blick offen für die schrittweise Integration globaler Ansätze mit einer erneut stärkeren Verbindung von natur- und geisteswissenschaftlicher Grundlagen „für positives Leben und Erleben“. Dabei geht es jedoch nicht nur um „Qualitätssicherung“, sondern auch um eine gemeinsame auch global orientierte „Qualitäts(weiter)entwicklung“. Vielleicht sollte deshalb eine *zusätzliche (4.) „Maßnahmenkategorie“* im Anschluss an die oben diskutierte „Gesellige Internationale Wellness-Akademie“

nahrstedt.qxd 17.12.2004 22:42 Seite 50

(GIWA: s. Pkt. 6.2) angefügt werden: „…Um das Angebot auf höchstem Niveau zu halten, müssen neben Maßnahmen zur Qualitätssicherung *und Qualitätsweiterentwicklung* regelmäßige *internationale Zukunftsforen* unter Beteiligung von Gästen und Fachleuten durchgeführt werden für eine global orientierte Weiterentwicklung der Qualität von ‚Wellness im Kurort' "!

Anmerkung

Der Aufsatz diente als Grundlagentext für die Einführung zum Podiumsgespräch: „Heilbad und Kurort in Europa – Der Gesundheitstourismus" auf dem 100. Deutscher Bädertag Baden-Baden 24.4.2004.

Literatur

BIELSCHOWSKY, A. (1904): Goethe. Sein Leben und seine Werke. 2 Bände. 4. Aufl. München. (1. Aufl. 1895).

BINNEWITT, N. (2002): Wellness: Die neue Perspektive für den Kurerfolg. Bielefeld: IFKA.

BERG, H. O. (2004): Von 1892-2004: 100 Deutsche Bädertage – 112 Jahre Deutsche Bäderverbände. In: 100 Deutsche Bädertage. Ein historischer Streifzug. Hrsg.: Deutscher Bäderverband e. V. Bonn, S. 3-9.

BRATL, H.: Kompetenzplattform Gesundheitsdestinationen Austria – Innovative Strategien für Österreichs Gesundheitsdestinationen. Beitrag zur Fachtagung „Wellness – Neue Perspektiven für den Gesundheitstourismus in Europa. Modelle regionaler Realisierung. Bielefeld 03/12/2003. PDF-Datei unter: www.teuto50plus.de.

CHALUPA, M. (2001): Warum ist Wellness wichtig. Motivationen und Konsumentenverhalten. Wien. (Betriebswirtschaftliche Studien 3)

CONRADI, E. (2001): Sauna aus der Sicht der Gesundheitswissenschaft. In: Saunabetrieb & Bäderpraxis 2/2001, S. 24f.

DEUTSCHER HEILBÄDERVERBAND E.V. (2002): Wellness. Wellness im Kurort. Bonn.

DUNN, H. L. (1959): High-level Wellness for man and society. In: American Journal of Public Health 49 (6), S. 786-792.

DUNN, H. L. (1961): High-level Wellness. Arlington.

ERBENICH, G. (2001): Wellness als Tagungsevent. Konzepte einer Tagungsdidaktik zum Stressmanagement. Bielefeld. (IFKA-Schriftenreihe 18).

FROMME, J. / NAHRSTEDT, W. (Hrsg.) (1989): Baden gehen. Freizeitorientierte Bäderkonzepte – Antwort auf veränderte Lebens-, Reise- und Badestile. Dokumentation der 6. Bielefelder Winterakademie. Bielefeld. (IFKA-Dokumentation).

nahrstedt.qxd 17.12.2004 22:42 Seite 51

FORSCHUNGSGEMEINSCHAFT URLAUB UND REISEN E. V. (F.U.R.) (2002): Die 32. Reiseanalyse RA 2002. Erste Ergebnisse. Hamburg/ Kiel.

FORSCHUNGSGEMEINSCHAFT URLAUB UND REISEN E. V. (F.U.R.) (2004): Die 34. Reiseanalyse RA 2004. Erste Ergebnisse. Hamburg/ Kiel.

GASSNER, A. (2003): 1. Int. Wellnesskongress auf der Insel Usedom: Selbstfindung und Suche nach Spiritualität sind Megatrends. In: Heilbad und Kurort 55: 3/2003, S. 36-40.

GOETHE, J. W. V.: Tag- und Jahreshefte (1806-1822). In: Goethes Werke in 10 Bänden. Band 7. Hrsg. V. R. Buchwald. Weimar 1957, S. 7-108.

GRÜMME, W. / HAMANN, S. / NAHRSTEDT, W. / THEVIS, W. (Hrsg.) (1987): Gästebetreuung in Kur- und Erholungsorten. Theoretische Grundlagen und Praxismodelle. Bielefeld. (IFKA-Schriftenreihe 3).

ILLING, K. (2002): Medical Wellness und Selbstzahler. Zur Erschließung neuer Märkte für Rehabilitations- und Kurkliniken sowie Sanatorien. Berlin: TDC.

LANZ KAUFMANN, E. (2002): Wellness-Tourismus. Entscheidungsgrundlagen für Investitionen und Qualitätsverbesserungen. 2. Aufl. Bern. (Berner Studien zu Freizeit und Tourismus 38).

NAISBITT, J. / ABURDENE, P. (1990): Megatrends 2000. Ten New Directions For the 1990's. New York.

NAHRSTEDT, W. U.A. (Hrsg.) (1992): Modelle der Gästebetreuung im Bäderland NRW. Projektstudie in Heilbädern und Kurorten. Gefördert vom Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Technologie des Landes NRW. Bielefeld: IFKA.

NAHRSTEDT, W. (1995): Reisen in der Erlebnisgesellschaft. Zur freizeitorientierten Modernisierung der Heilbäder und Kurorte. In: Heilbad und Kurort 6/1995, S. 128-135. (Bereits „Wellness und Bildung“ als Angebotssegment vorgeschlagen).

NAHRSTEDT, W. U.A. (1996): Gästebetreuung im Bäderland NRW. Analyse des Leistungsprofils aus der Sicht des Gastes. Hrsg. Vom Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Technologie und Verkehr des Landes NRW. Düsseldorf.

NAHRSTEDT, W. U.A. (1999): Die Kraft zum Wandel – Neue Zielgruppen 2000+. Chancen, Aktivitäten und Angebote im Gesundheitstourismus. Studie im Auftrag des DHV. Bielefeld.

NAHRSTEDT, W. (Hrsg.) (2001): Freizeit und Wellness: Gesundheitstourismus in Europa. Die neue Herausforderung für Kurorte, Tourismus und Gesundheitssysteme. Kongressbericht. Bielefeld: IFKA.

NAHRSTEDT, W. (2002): Wellness – Gesundheitsbildung als neue Herausforderung der Wissensgesellschaft. In: Saunabetriebe & Bäderpraxis 2/2002, S. 10-17.

NAHRSTEDT, W. / BRINKMANN, D. / THEILE, H. / ROECKEN, G. (2002): Lernort Erlebniswelt. Neue Formen informeller Bildung in der Wissensgesellschaft. Endbericht des Forschungsprojektes: Erlebnisorientierte Lernorte der Wissensgesellschaft. Gefördert vom BMBF Berlin/Bonn. Bielefeld. (IFKA-Schriftenreihe 20).

nahrstedt.qxd 17.12.2004 22:42 Seite 52

NAHRSTEDT, W. (2003): Wellness: Gesunderhaltung – Gesundheitssteigerung – Gesundheitskompetenz. Selbstbildung und Mitwirken im sozialen Umfeld als Weg zur Lebensqualität auf hohem Niveau. In: Kompetenzentwicklung 2003: Technik – Gesundheit – Ökonomie. Hrsg. Von der AG Betriebliche Weiterbildungsforschung e.V. Münster: Waxmann, S. 161-205.

NAHRSTEDT, W. (2003): Megatrend Wellness – OWL als lernende Gesundheitsregion: Neue Anforderungen an regionale Marketingkonzepte. Beitrag zur Fachtagung „Wellness – Neue Perspektiven für den Gesundheitstourismus in Europa. Modelle regionaler Realisierung". Bielefeld 03/12/2003. PDF-Datei unter: www.teuto50plus.de.

NAHRSTEDT, W. (2003): WellnessWissen: „Wellness im Brennpunkt". In: Pütz-Willems, M. und Richter, B. a.a.O. S. 10-22.

NAHRSTEDT, W. (2003): Pädagogik der Freizeit & Gesundheit/ Wellness. In: Popp, R./ Schwab, M. (Hrsg): Pädagogik der Freizeit. Baltmannsweiler: Schneider, S. 65-106. (Basiswissen Pädagogik, Pädagogische Arbeitsfelder, Bd. 6. Hrsg.: Prof. Dr. Arnold).

NAHRSTEDT, W. U. A. (2004): Entwicklung einer Gesundheits- und Wellnessregion Lippe. Projekt im Auftrag der Stiftung Standortsicherung Lippe. Zwischenbericht 2003. Bielefeld: IFKA

NAHRSTEDT, W. (2004): Wellness: A new Perspective for Leisure Centers, Health Tourism and Spas in Europe on the global Health Market. In: Weiermair, K. (Ed.): Leisure Futures. International Conference Innsbruck, Austria (11.-13. April 2002). New York: The Haworth Press, Inc.

NEFIODOW, L. A. (1996): Der sechste Kondratieff. Wege zur Produktivität und Vollbeschäftigung im Zeitalter der Information. St. Augustin.

PÜTZ-WILLEMS, M. / RICHTER, B. (2004): ITB „Forum Wellness". Handout. Berlin.

SARETZKI, A. / WILKEN, M. / WÖHLER, K. (2002): Lernende Tourismusregionen. Vernetzung als strategischer Erfolgsfaktor kleiner und mittlerer Unternehmen. Münster 2002. (Tourismus – Beiträge zu Wissenschaft und Praxis 3).

SCHEFTSCHIK, A. (2003): Wellness lernen. Freizeitdidaktik in der Gesundheitsbildung. Hamburg.

SCHOLZ, B.: Wellness im Kurort. Beitrag zur Fachtagung „Wellness – Neue Perspektiven für den Gesundheitstourismus in Europa. Modelle regionaler Realisierung". Bielefeld 03/12/2003. PDF-Datei unter: www.teuto50plus.de.

SCHOLZ, B.: Gästestruktur deutscher Kurorte (2003): Nach: Schriftliche Mitteilung 11/03/2004.

SUTTNER, B. V. (1909): Lebenserinnerungen. 6. Aufl. Leipzig 1979.

PÜTZ-WILLEMS, M. / RICHTER, B. (Hrsg.) (2003): Wellness und Wirtschaft.. Professionell und Profitabel. Augsburg.

WHALEY GALLUP, J. (1999): Wellness Centers. A Guide for the Design Professional. New York.

rulle.qxd 17.12.2004 22:45 Seite 53

MONIKA RULLE

EDUWELLNESS: VOM PASSIVEN KONSUM ZUM SELBSTVERANTWORTLICHEN HANDELN

Zusammenfassung: Wellness ist ein Trend, der sich in den letzten wenigen Jahren massiv in alle Produktbereiche ausgebreitet hat. Im Gesundheitstourismus handelt es sich dabei vor allem um passive Wohlfühl-Angebote. In zunehmendem Maße lässt sich jedoch eine Entwicklung feststellen, die den Gast als aktiven Part mit einbezieht und neben dem kurzzeitigen Wohlfühlen vor allem auf eine aktive Veränderung hin zu einem dauerhaft gesünderen Lebensstil abzielt.

Abstract: Wellness is a trend which has expanded in recent years to include a whole range of products. In health tourism this trend manifested itself mainly in increased offers for products that promote a feeling of wellbeing with the guest as a passive consumer. More recently, however, a development is apparent, which involves the guest as an active participant, and emphasizes products aimed at promoting long-term lifestyle change as well as short-term pampering.

1. Entwicklung des Wellness-Gedankens

Wellness ist ein Begriff, der in seiner Bedeutung einem starken Wandel unterworfen ist. Eine erstmalige Verwendung wird vom Oxford English Dictionary für das Jahr 1654 angegeben, als ein Engländer die gute Gesundheit und das Wohlbefinden seiner kleinen Tochter mit diesem Begriff beschrieb (wissensnavigator.europop.net 2002). Im Jahr 1961 wurde das Wort Wellness als (erneute) Wortschöpfung verwandt, als der amerikanische Arzt HALBERT DUNN in seiner Veröffentlichung „High-level Wellness“ den Zustand von „hohem menschlichen Wohlbefinden“ beschrieb (LANZ-KAUFMANN 2002:35). Dabei kreierte er aus *well-being* und *fitness* den neuen Begriff *Wellness*. Er verstand darunter ein hohes menschliches Wohlbefinden, welches der Einzelne unter Einbeziehung seines Körpers, seiner Seele und seines Geistes sowie in Abhängigkeit von seiner Umwelt erreichen kann. Dabei gestaltet sich das individuelle Potenzial der High-level Wellness eines jeden Einzelnen sehr unterschiedlich und bildet in ihrer Erlangung die Herausforderung für den Einzelnen selbst und die Gesellschaft.

rulle.qxd 17.12.2004 22:45 Seite 54

Im Jahr 1977 wurde das Konzept durch DONALD ARDELL weiterentwickelt. Dieser hatte in seinem Modell die Elemente Selbstverantwortung, bewusste Ernährung, körperliche Fitness, Stressbewältigung und Umweltsensibilität als Bestandteile von Wellness beschrieben (ARDELL 1977:61-117). Zu einem vollständigen Wellness-Verständnis gehören seiner Meinung nach neben diesen, jeden Einzelnen betreffenden Faktoren auch die allgemeinen Normen und Werte der Gesellschaft sowie ethische Aspekte. Dieses Modell ist im Wesentlichen auch heute noch gültig. Dabei wird in den Wellness-Destinationen ausschließlich auf die persönlichen Faktoren eingegangen. Die Normen und Werte der Gesellschaft sowie ethische Aspekte wirken jedoch in so fern in die Destinationen, als die gesellschaftliche Akzeptanz von selbstzentriertem, teilweise sogar narzisstischem Verhalten stark zugenommen hat. So sind beispielsweise Medienberichte über die an die Tradition der Tupper-Partys angelehnten Botox-Partys keine Seltenheit. Bei solchen Veranstaltungen werden den zumeist weiblichen Kundinnen im Freundeskreis Faltenunterspritzungen mit dem Nervengift Botox empfohlen und verabreicht. Schönheit ist damit ein Gut geworden, für das ein persönlicher und finanzieller Einsatz gesellschaftsfähig geworden ist. Diesem selbstzentrierten Verhalten wird auch in Wellness-Destinationen zunehmend Rechnung getragen.

2. Aktuelle Bedeutung des Wellness-Begriffs

Wellness ist ein neuer Begriff des Zeitgeistes der späten 1990er Jahre, der inzwischen alltäglich geworden ist. Im Jahr 2001 gaben 60 % der Frauen einer repräsentativen Studie an, diesen Begriff weniger als zwei Jahre zu kennen (Journal 2002:16). Zwar ist das Wort an sich, wie bereits angeführt, deutlich älter, doch ist es erst seit wenigen Jahren im Bewusstsein der breiten Bevölkerung. Da es jedoch relativ wahllos für verschiedenste Produkte verwendet wird, die in irgendeiner Form mit Wohlfühlen assoziiert werden sollen (Wellness-Socken, Wellness-Bier, Wellness-Matratzen), ist keine Abgrenzung des Begriffes möglich. Viele der angebotenen Produkte machen sich den ganzheitlichen Ansatz des Wellness-Verständnisses zueigen. In wachsendem Maße ist dabei die Funktion einzelner Produkte fließend. So soll z. B. ein Wellness-Duschgel nicht nur wie in seiner ursprünglichen Bestimmung reinigend wirken, sondern auch regenerative Effekte haben. Für den Wellness-Tourismus bedeutet dies, dass Gäste zunehmend gewillt sind, neben touristischen Dienstleistungen auch Wellness-Konsumprodukte zu erwerben, sofern diese Produkte einen Wohlfühl-Mehrwert besitzen.

Ein Hinweis auf das riesige Angebot im Wellness-Bereich bietet eine Suchanfrage in Quellen aus Deutschland nach dem Begriff *Wellness* bei der Internetsuchmaschine *Google*. Diese weist aktuell (Aug. 2004) rund 1,6 Mio. Ergebnisse nach. Eine zufällige Ansicht der gewählten Quellen zeigt, dass es

rulle.qxd 17.12.2004 22:45 Seite 55

sich bei Wellness nicht nur um eine Form der Freizeitgestaltung oder des Konsumverhaltens handelt, sondern vielmehr eine Form von Lifestyle bedeutet, die für Lebensbedürfnisse und Werteorientierung stehen.

2.1 Inhalte von Wellness

Die für den Gesundheitstourismus wichtigen Aspekte von Wellness lassen sich nach fünf Angebotskategorien in den Destinationen unterscheiden (z. T. in Anlehnung an ARDELL 1977:61-117; LANZ KAUFMANN 2002:23-28). Eine Kategorie stellen Angebote zur *Körperlichen Fitness* dar. Diese beinhalten die Anleitung zur sinnvollen körperlichen Betätigung durch ein Training von physischen und motorischen Eigenschaften wie Schnelligkeit, Kraft, Ausdauer, Beweglichkeit und Koordination. Eine weitere Gruppe sind die *Mental Health*-Angebote. In diesen Offerten spielt die Erkenntnis eine Rolle, dass körperliche Erkrankungen und seelischer Stress in einem Zusammenhang stehen und diesen durch ein gezieltes Stressmanagement entgegengewirkt werden kann. Hinzu kommt die gesellschaftliche Reizüberflutung, die zu einem Rückzug in überschaubarere Strukturen führt (Cocooning). Maßnahmen hierzu sind z. B. Anleitungen zu stressbewältigenden und entschleunigenden Aktivitäten wie Entspannungstechniken. Die dritte Angebotsgruppe bilden die *Geistigen Aktivitäten*. Neben den allgemeinen kulturellen Aktivitäten, die dem seelischen Gleichgewicht dienen, sollen hier besonders Angebote im Vordergrund stehen, die sich speziell mit der Förderung der Gesundheitsbildung beschäftigen. Dabei steht der Gedanke der Eigenverantwortlichkeit und Selbstbestimmung für die persönliche Gesundheit im Vordergrund. Dieser Aspekt fordert nicht unbedingt immer eigenständige Veranstaltungen, sondern vor allem geschulte Mitarbeiter, die über generalisierte Kenntnisse verfügen. Bei der Gruppe der *Sensorischen Angebote* handelt es sich um Offerten, die Körperkontakte umfassen (Massagen, Shiatsu, Beauty Angebote etc.). Durch eine Abnahme an Körperlichkeit in der Gesellschaft (z. B. Einzelkinder, starke Strukturierung in der Kindesentwicklung, Single-Gesellschaft) werden in Folge dessen die natürlichen Bedürfnisse nach körperlicher Nähe als Ersatz erkauft. Während damit körperliche Nähe neutral kommerzialisiert wird, wird auf der Seite der Gäste das Wohlfühlen konsumiert. Eine zunehmende Bedeutung erhalten in Wellness-Destinationen die Angebote zur *Gesunden Ernährung*. Hierbei handelt es sich bisher meist um das Angebot einer gesunden Ernährungsweise bei der Verpflegung, die u. U. auch bestimmte persönliche diätetische Besonderheiten berücksichtigt.

2.2 Inhalte von EduWellness

Bei der dargestellten Form der bisher üblichen Wellness-Angebote handelt es sich in der Regel um konsumtive Angebote, die passiv und ohne stärkere akti-

rulle.qxd 17.12.2004 22:45 Seite 56

ve Einbeziehung des Gastes, d. h. „am“ Gast durchgeführt werden. Bei der zunehmend an Bedeutung gewinnenden Form des EduWellness steht jedoch vielmehr der Gedanke der Dauerhaftigkeit der Maßnahmen des Aufenthaltes im Vordergrund. Zusammengesetzt aus den Begriffen *Education* (Erziehung) und *Wellness* geht es hierbei darum, aus Wellness-Aktivitäten und mit Wellness-Aktivitäten neue Verhaltensweisen zu erlernen, die zu einem dauerhaft verbesserten Zusammenspiel von Körper, Geist und Seele führen. Daher handelt es sich bei EduWellness-Angeboten auch nicht um passive, sondern überwiegend um aktive Angebote, die den Gast zu eigenem, selbstverantwortlichem Handeln anregen.

EduWellness-Angebote lassen sich wie Wellness-Angebote ebenfalls in fünf Kategorien unterteilen. Sie unterscheiden sich von diesen vor allem in ihrem Ziel, eine dauerhafte Umstellung auf ein gesundes Verhalten zu vermitteln: Angebote, die die *Körperliche Fitness* betreffen, sollen nicht nur in der Destination durchführbar sein, sondern auch für die Zeit nach der Rückkehr ins alltägliche Umfeld beibehalten werden können. Dazu gehört z. B. ein auf die Bedürfnisse des Gastes abgestimmter Trainingsplan nach Beendigung des Aufenthaltes, der die Lebensumstände des Gastes mit einbezieht. Die Angebote zu Aktivitäten im Bereich der *Mental Health* stellen für die Gäste eine gute Anleitung für persönliche Verhaltensänderungen dar. Hier sollen in der Destination Verhaltensweisen mit Hilfe von entschleunigenden Angeboten geübt werden, die einfach zu Hause oder am Arbeitsplatz durchgeführt werden können und zu einer verbesserten Form des Stressmanagements führen. In der Gruppe der *Geistigen Aktivitäten* ist eine Vielzahl von Angeboten von Interesse, die sich stark auf die verschiedenen Interessenlagen und das Alter der Gäste beziehen. Durch die kontinuierlich steigende Lebenswartung und dem frühen Austritt aus dem Erwerbsleben vergrößert sich seit Jahren die Spanne der freien Zeit im Alter. Da Menschen im Alter im Vergleich zu Gleichaltrigen vor einigen Jahrzehnten heute deutlich aktiver sind als je zuvor, spielen Aktivitäten zur Gesundheitsbildung und -erhaltung ebenfalls eine größere Rolle als zuvor. Angebote wie Gehirnjogging sind nur ein Bespiel. Der Bereich der *Sensorischen Angebote* ist für das allgemeine Wohlbefinden von Interesse, zur dauerhaften Verhaltensänderung hin zu einer gesünderen Lebensweise trägt er jedoch nicht so stark bei, wie andere EduWellness-Bereiche. Hierbei geht es meist um das Wohlbefinden im Moment der Leistungserbringung.

Der *Gesunden Ernährung* kommt im EduWellness eine herausragende Bedeutung zu. Dabei lernen Gäste die Erkenntnisse des Zusammenhangs zwischen Sterblichkeit bzw. Krankheitshäufigkeit und Ernährung kennen. Angebote bestehen darin, diese Erkenntnisse durch Anleitung sinnvoll auf die Möglichkeiten des Gastes zu adaptieren. Sie beinhalten notwendigerweise eine Beratung der Ernährung sowie meist entsprechende Kochkurse in Lehrküchen. Eine in den letzten Jahren besorgniserregende durchschnittliche Ge-

rulle.qxd 17.12.2004 22:45 Seite 57

wichtszunahme der Gesamtbevölkerung in Deutschland ist besonders vor dem Hintergrund des schlechten Vorbildes USA alarmierend. Fehlernährung führt zu erheblichen Krankheitskosten sowie Ausfallzeiten und ist daher auch für die Gesamtwirtschaft ein großes Problem. Krankenkassen wie Unternehmen sind daher daran interessiert, Probleme die auf ungesunde Ernährung zurükkzuführen sind, zu lösen. In Folge dessen werden bei betrieblichen Gesundheitsaufenthalten in Destinationen von Seiten der Unternehmen zunehmend Programme in diesem Bereich nachgefragt. Die steigende Nachfrage nach *Functional Food* (angereicherte Lebensmittel) ist ein Hinweis darauf, dass auch auf Seiten der Gäste ein verstärktes Interesse für dieses Thema vorhanden ist. Dies lässt sich z. B. am großen Erfolg von probiotischen Milchfrischerzeugnissen feststellen, deren verkaufte Produkte zwischen 1996 und 2000 von einem Wert von 150 Mio. DM auf 665 Mio. DM stieg (das Zukunftsinstitut, GfK 2002:39). Der gleiche Trend wird in den Nachfragesteigerungen nach Bio- und Basic-Produkten sichtbar (2001 eine Umsatzsteigerung bei Bio-Produkten um 25 % im Vergleich zum Vorjahr [Focus 2002: 22]), wenn gleich man hier im Hinblick auf Functional und Convenience Food eher von einem Retro-Trend sprechen kann.

Ein wichtiges Kriterium für den Erfolg von EduWellness-Maßnahmen ist es, auf die Bedürfnisse des einzelnen Gastes einzugehen. Da bei EduWellness deutlich stärker als bei Wellness-Angeboten, die vor allem auf ein kurzzeitiges Wohlfühlen der Gäste abzielen, der dauerhafte Erfolg der einzelnen Maßnahmen im Vordergrund steht, ist es wesentlich, die privaten Umstände des Einzelnen bei den empfohlenen Maßnahmen zu berücksichtigen. So sind z. B. Tipps zur gesunden Ernährung, die selbst zubereitete Mahlzeiten beinhalten, für Personen, die beruflich häufig unterwegs sind, nicht praktikabel. Diese Berücksichtigung fordert von den Destinationen eine intensivere Betreuung, als dies u. U. bei anderen Wellness-Angeboten der Fall ist, führt jedoch auch zu einer verstärkten Kundenbindung.

Im Idealfall besteht EduWellness aus zwei räumlichen Komponenten: Auf der einen Seite steht die Destination, die Gesundheitstourismus anbietet. Hier findet der Gast in entspannter Urlaubsatmosphäre einen Zugang zu einem veränderten Körperbewusstsein. Er lernt durch EduWellness die Bedeutung des Zusammenspiels seines Körpers, Geistes und seiner Seele kennen. Auf der anderen Seite sollte eine Fitnesseinrichtung in seiner Heimat stehen. Diese sollte mit der Gesundheitsdestination zusammenarbeiten und über die Entwicklungen des Gastes in der Destination unterrichtet werden. In seiner gewohnten Umgebung können dann die angefangenen Programme weiterentwickelt werden.

Den Destinationen stehen neben der einfachen „Abgabe“ der Gäste an die heimatlichen Fitnesseinrichtungen zusätzlich mit Kommunikationswegen wie E-Mail und passwortgeschützte Internetbereiche moderne Medien zur Verfügung, die zu einer weiteren Betreuung des Kunden führen können. Machbar

rulle.qxd 17.12.2004 22:45 Seite 58

sind hier z. B. für den EduWellness-Bereich der *Körperlichen Fitness* sog. *Cyber Trainer*, d. h., Trainer aus den Destinationen geben an Hand der von den Gästen übermittelten Trainingsdaten Tipps zur weiteren Leistungssteigerung. Einzelne Destinationen berichten bereits über viele Nachfragen von Gästen. Im Bereich der *Gesunden Ernährung* ist eine Möglichkeit, monatliche, saisonal abgestimmte Rezepttipps vom Küchenchef der Destination zu übermitteln. Neben dem Faktor der Betreuung werden die Gäste auf diesem Wege in regelmäßigen Abständen von der Destination angesprochen, werden bei den Kunden wieder präsent und steigern damit im Idealfall ihre Wiederholerquoten. Zusätzlich bieten diese Kommunikationswege für die Destination die Möglichkeit einer langfristig angelegten Evaluation der Qualität der angebotenen Leistung und ihres dauerhaften Erfolges, sowie für den Gast in zeitlichem Abstand eine Überprüfung der persönlichen Wellness-Situation. Beispiele für derartige Kooperationen, die auch zwischen Betrieben und gesundheitstouristischen Destinationen möglich sind, sind Unternehmen aus der Automobilbranche, die ihre Mitarbeiter in Destinationen an der Ostseeküste Mecklenburg-Vorpommerns schicken, um zu einer Gesundheitsförderung ihrer Mitarbeiter beizutragen. Diese werden in der Destination in entspanntem Kollegenkreis und Urlaubsatmosphäre zu einer Verhaltensänderung angeregt und können zu Hause durch weitere betriebliche Förderung wie Betriebssportgruppen mit abgestimmten Sportprogrammen zu einer Beibehaltung des Erlernten animiert werden.

Bereits Wellness war ein Phänomen, das sich vor allem in mittleren und gehobenen Schichten manifestierte. Für EduWellness zeigt sich diese Spezifikation noch deutlicher. Die Gründe hierfür sind vielfältiger Natur. Unabdingbare Grundvoraussetzungen für Wellness ist die kulturelle und kognitive Fähigkeit, Selbstverantwortung für das eigene Handeln zu übernehmen. Zu dem kommen die Möglichkeit der ständig steigenden Mobilität bestimmter Bevölkerungsgruppen, eine abnehmende Verbindlichkeit in Beruf und Partnerschaft, eine Doppelbelastung von Familie und Beruf, die zunehmend auch Männer betrifft, ein allgemeiner Mangel an Zeit sowie ein steigendes Gesundheitsbewusstsein (vgl. das Zukunftsinstitut, GfK 2002; Focus 2002). Diese Wellness-Trends werden von den mittleren und gehobenen Schichten vorgelebt und im Laufe der Zeit von anderen Gruppierungen kopiert. Besonders der Lernaspekt von EduWellness erfordert jedoch ein gewisses Maß an intellektuellen Fähigkeiten.

3. Zusammenfassung

EduWellness ist das Ergebnis einer Entwicklung, die nicht von Anbietern aktiv geschaffen wurde, sondern eine Reaktion mit Angeboten, die von den Kunden verstärkt nachgefragt wird. Dies lässt sich darauf zurückführen, dass bei

rulle.qxd 17.12.2004 22:45 Seite 59

Gästen eine starke, kontinuierlich steigende Selbstverantwortung für die eigene Gesundheit festgestellt werden kann. Die Gründe hierfür sind vielfältig. Auf der einen Seite kann in Deutschland sicherlich die dauernde Diskussion um verringerte Leistungen der Krankenkassen angeführt werden. Daraus folgt für immer mehr Kassenpatienten der Schluss, dass Gesundheitsprävention lohnenswert ist. Auch die mediale Diskussion vor allem um ungesunde Ernährung hat z. B. durch einen US-amerikanischen Kinofilm über Fast Food und die dazu gehörigen Reaktionen aus dem Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft zu einer verstärkten Aufmerksamkeit für dieses Thema gesorgt. Auf der anderen Seite nimmt der gesellschaftliche Druck zu mehr Makellosigkeit für jeden Einzelnen zu. Reality Shows, die kostenfreie Schönheitsoperationen bieten, sind hierfür nur ein Indiz.

EduWellness ist ein Schritt in die zukünftige Weiterentwicklung nach Wellness, zeigt jedoch im Grunde Züge der traditionellen Kur: Ziel ist es auch hier, durch in der Destination erlernte gesündere Verhaltensweisen einen Wandel herbei zu führen, der zu einer lang andauernden Modifizierung der Lebensweise auch nach der Rückkehr in das häusliche Umfeld führt.

Literatur

ARDELL, DONALD B. (1977): Gesundheit fängt im Alltag an. Schaafheim: pala-Verlag.

DAS ZUKUNFTSINSTITUT, GFK (Gesellschaft für Konsumforschung) (2002): Was ist Wellness? Anatomie und Zukunftsperspektiven des Wohlfühl-Trends. München.

FOCUS (2002): Der Markt für Fitness und Wellness. Daten, Fakten, Trends. http://www.medialine.de. Redaktionsschluss: Juni 2002.

JOURNAL (JOURNAL FÜR DIE FRAU) (2002): Wellness. Zwischen Marktklischee und echtem Bedürfnis. Eine Exklusivstudie im Auftrag von Journal für die Frau. Hamburg.

LANZ KAUFMANN, EVELINE (2002): Wellness-Tourismus. Entscheidungsgrundlagen für Investitionen und Qualitätsverbesserungen. Bern: Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus der Universität Bern. (=Berner Studien zu Freizeit und Tourismus, 38).

WISSENSNAVIGATOR.EUROPOP.NET (2002): Wellness. http://wissensnavigator.europop.net/microsoft/lebenswelt/sinnfindung/artikel_3.html. Eingesehen am: 27.3.2002.

MlejnkovÆ.qxd 17.12.2004 22:45 Seite 60

LENA MLEJNKOVÁ

WELLNESS IM TSCHECHISCHEN KURWESEN

Zusammenfassung: Die Entwicklung des tschechischen Kurwesens verlief bis 1948 auf ähnliche Weise wie in anderen europäischen Ländern. In der Zeit des sozialistischen Regimes wurde das Kurwesen unter die Verwaltung des Gesundheitsministeriums gestellt, und seine medizinale Funktion wurde betont. Diese Aufgabe ist in der Tschechischen Republik auch heute noch dominant. Die gegenwärtige Gästeverteilung In den tschechischen Kur- und Heilbädern ist wie folgt: Ca. 50 % sind einheimische Kassenpatienten (Kosten werden ganz oder teilweise übernommen), 10 % sind einheimische Selbstzahler und 40 % sind Ausländer. Seit einigen Jahren setzen tschechische Kurorte vermehrt auf kurze (3-7 Tage) Aufenthalte für Selbstzahler.

Abstract: Until 1948 the Czech spa industry developed in accord with general European trends. Under communism the health spas were incorporated into the Ministry of Health, and the medicinal function of the spas took precedence. This role is still dominant today. The present guest segmentation in Czech spas is as follows: approximately 50 % are Czechs whose treatments covered wholly or partially by health insurance, 10 % are Czech self-payers, and 40 % are foreigners. Over the past few years, Czech spas have begun to place more emphasis on short (3-7 days) packages for self-payers.

1. Einleitung

Im Herbst 2003 fand in Franzensbad der X. Jubiläumsjahrgang der internationalen Fachkonferenz KURSALON statt, auf dem die Problematik Wellness versus Kurbehandlung eines der Hauptthemen war. Es zeigte sich, dass die Fachöffentlichkeit in Tschechien gespalten ist. Es gibt jene, die eine umfangreichere Einführung von Wellness-Dienstleistungen in Kureinrichtungen ablehnen (vor allem Ärzte), und andere, die in solchen Angeboten eine mögliche Weiterentwicklung und neue Zukunft für Kurorte sehen (vor allem Tourismus-Manager). Zum besseren Verständnis dieser Dichotomie müssen einige historische Fakten berücksichtigt werden.

Manche Kurorte in den europäischen Ländern haben sich nach und nach entwickelt und wurden neben ihrem Heilzweck auch als Zentren des Gesell-

MlejnkovÆ.qxd 17.12.2004 22:45 Seite 61

schafts- und Kulturlebens bekannt. Vom 18. Jahrhundert bis zum 1. Weltkrieg waren es Orte, in denen sich Monarchen, adlige Familien, aber auch Künstler, Politiker oder Bankiers trafen. Man erholte sich, ließ seine Leiden behandeln, schuf prächtige Kunstwerke, machte Politik oder traf Geschäftsabkommen. Im Sommer in einen bekannten Kurort zu reisen, war ein notwendiges Symbol für die Angehörigkeit zu einer bestimmten Gesellschaftsschicht.

Das moderne mitteleuropäische Heilkurwesen hat sich in den letzten 100 bis 200 Jahren entwickelt, und seine Entwicklung ist primär mit dem Vorkommen von kalten Mineralwässern verbunden. Diese sind entlang einer geologischen Linie konzentriert, die von Frankreich über die Eifel, Rhön, Harz, Fichtelgebirge und Untererzgebirge nach Schlesien verläuft. Ergiebiges Vorkommen von Heilquellen gibt es noch in Italien und Ungarn. In allen diesen Gebieten hat sich ein modernes Kurwesen entwickelt, in dessen Geschichte auch tschechische Namen von Bedeutung sind:

a) Franzensbad (Františkovy Lázne) – das erste europäische Moorbad
b) Joachimsthal (Jáchymov) – das erste europäische Radonbad
c) die Heilmethode von Priessnitz aus Gräfenberg (Jeseník)
d) Lindewiese (Lázne Lipová)
e) Karlsbad (Karlovy Vary), Marienbad (Mariánské Lázne) und Teplitz (Teplice) in Böhmen als europäische Zentren des Gesellschaftslebens

Das, was lange aus gemeinsamen Wurzeln gewachsen ist, hat im Laufe des 20. Jahrhunderts begonnen, sich zu profilieren, und zwar in Anknüpfung an die politische und wirtschaftliche Entwicklung des jeweiligen Landes. Die gemeinsamen Determinanten für die Weiterentwicklung des Kurwesens waren zu dieser Zeit die Veränderungen des Lebensstils in Nachkriegseuropa sowie der Fortschritt in Medizin und Technik. Nach dem 2. Weltkrieg haben sich sowohl der Charakter als auch die Bedeutung der Kurorte geändert. Sie waren nicht mehr Treffpunkt von Aristokratie, Politik und Geschäftsleuten. Das tschechische Kurwesen wurde nach dem Ende des 2. Weltkriegs dem Gesundheitsministerium unterstellt, was zwar einen positiven Einfluss auf die Qualitätsentwicklung bezüglich der medizinischen Komponente hatte, die gesellschaftliche Funktion des Kurwesens wurde jedoch grundlegend verändert. Die Kurgäste waren nun Arbeiter, die einen Gutschein für eine Heilbehandlung erhielten, oder die Patienten wurden vom Gesundheitsministerium zur Kur geschickt. Die hohe Zahl der Teilnehmer an Kurbehandlungen ging zu Lasten der Qualität von Dienstleistungen, vor allem auf Kosten der Beherbergung (z. B. Mehrbettzimmer mit spartanischer Einrichtung). In den Achtzigern erreichte die Zahl an Patienten in den Kureinrichtungen mehr als 300.000 Personen pro Jahr. Leider wurden die historischen Kureinrichtungen nicht im nötigen Umfang rekonstruiert, sondern neue Objekte wurden gebaut ohne viel Sensibilität für das Ortsbild. Es ist inzwischen gelungen, die internationale Bedeutung von einigen der tschechischen Kurorte schrittweise wiederherzustellen, wenn auch an die Vorkriegszeit noch nicht wieder angeknüpft werden kann.

MlejnkovÆ.qxd 17.12.2004 22:45 Seite 62

2. Gesundheitspolitik und Kuren in der Tschechischen Republik[1]

Nach der Veränderung des politischen und wirtschaftlichen Systems im Jahre 1989 kommt es nun zu allmählichen Veränderungen auch in der Stellung vom Kurwesen sowohl im Rahmen der Gesundheitspflege als auch bezüglich des Motivs der Teilnahme am Gesundheitstourismus. Es ist ein Privatisierungsprozess zu beobachten, in dem das System der Zentralverwaltung aufgehoben und das Unternehmen, vormals als Staatsbad (Státní lázne) geführt, in einzelne Wirtschaftssubjekte untergliedert wird. Das Kurwesen entwickelt sich derzeit zu einem verhältnismäßig attraktiven Unternehmensbereich und nutzte auch den Tourismusboom in der Mitte der 90er Jahre für seinen Aufschwung. Interesse an einem Engagement in diesem Geschäftsfeld haben auch ausländische Unternehmen[2].

Ein wichtiger Grundsatz für die Anerkennung eines Kurortes oder einer Kureinrichtung in Tschechien ist der Zusammenhang mit dem Vorkommen und der Nutzung eines natürlich vorkommenden Heilmittels (Mineralquellen, Heilgase, Peloide, eventuell Klima). Die Staatsaufsicht mit dem Entscheidungsrecht wird hier vom sachverständigen Organ des Gesundheitsministeriums repräsentiert in Funktion als Tschechisches Inspektorat für Bäder und Quellen. Dieses ist auch für die Einwilligung bezüglich der Nutzung von natürlichen Heilquellen in Kurbetrieben zuständig. Die Regierung der Tschechischen Republik erklärt auf Vorschlag des Gesundheitsministeriums einen Ort als Kurort.

In Kur- und Badeorten ist aber auch eine Reihe von Unternehmen tätig, die die genannten Heilquellen nicht direkt ausnutzen, sondern ergänzende Dienstleistungen anbieten wie z. B. Unterkunft und Verpflegung, aber auch Rehabilitationsbehandlungen, Wellness- oder Beauty-Anwendungen. Auch diese Unternehmen sind Teil des breiteren Angebotes im Kurtourismusbereich, nicht aber im Bereich der Kurbehandlung im Sinne des Gesetzes über die öffentliche Krankenversicherung.

3. Kurorte der Tschechischen Republik und ihre Bedeutung für den Tourismus[3]

Heutzutage gibt es insgesamt 33 staatlich anerkannte Kurorte. Hiervon verfügen 24 über Heilwasserquellen, bei neun Orten trug eine Peloid-Lagerstätte zur Spezialisierung bei. Manche Orte verfügen über verschiedene natürliche Heilmittel wie z. B. Franzensbad. Aus der Gesamtzahl von 68 erfassten Kureinrichtungen (nach der ÚZIS Statistik) sind 49 nichtstaatliche Einrichtungen

MlejnkovÆ.qxd 17.12.2004 22:45 Seite 63

und 19 staatlich. Im Staatsbesitz blieben manche Kinder-Kureinrichtungen und einige spezifische Einrichtungen wie z. B. Jánské Lázne oder Karlova Studánka. Manche Einrichtungen stellten ihren Betrieb ein, weil die neuen Besitzer nicht im Stande waren, sie zu betreiben wie z. B. in Kyselka, Bylina oder Beloves. Ein Beispiel für munizipales Eigentum der Bäder sind Kurorte in Wittingau (Trebon) und Hodonín.

Bis auf Prag und die Böhmisch-Mährische Hochebene (Vysocina) findet man Kurorte in allen Regionen der Tschechischen Republik. Die Bettenkapazität ist wie folgt:

1	Westböhmen	11.000
2	Nordmähren	5.000
3	Ostböhmen	2.000
4	Südmähren	2.000
5	Nordböhmen	1.000
6	Südböhmen	1.000
7	Mittelböhmen	800

Tabelle 1

Insgesamt standen 2002 in den Kureinrichtungen knapp 23.000 Betten zur Verfügung. Gemessen an der Gesamtzahl der Betten in Hotels und Pensionen in Tschechien insgesamt umfasst die Kapazität der Kureinrichtungen einen Anteil von 9,5 %.[4]

Die folgende Tabelle gibt eine Übersicht über die Entwicklung von Kapazitäten und Patienten von 1995 bis 2002[5]. Wie zu sehen ist, hat sich trotz einer Stagnation bezüglich der Anzahl der Kureinrichtungen die Anzahl von Patienten und Betten kontinuierlich gesteigert. Dies ist vor allem dem Zuwachs der Anzahl der Ausländer geschuldet, eines der dynamischsten Kundensegmente.

Entwicklung der Anzahl von Kureinrichtungen, Betten und Patienten in 1995-2002[6]					
Jahr	Anzahl der Kurein-richtungen	Anzahl der Betten	Anzahl der Patienten insgesamt	Anzahl der Ausländer	% der Ausländer
1995	65	20.209	215.058	43.288	20,1
1996	61	20.228	218.230	48.605	22,3
1997	61	20.836	225.081	56.581	25,1
1998	66	21.185	233.858	68.593	29,3
1999	63	21.897	238.522	71.566	30,0
2000	63	22.179	275.811	93.021	33,7
2001	68	22.532	304.835	115.532	37,9
2002	68	22.972	295.968	109.212	36,9

Tabelle 2

MlejnkovÆ.qxd 17.12.2004 22:45 Seite 64

Wenn nur erwachsene Patienten betrachtet werden, ergibt sich folgende Zusammensetzung der Klientel[7]:

1	Ausländer	40,2 %
2	Einheimische Patienten mit einer komplexen Behandlung	39,2 %
3	Einheimische Patienten mit einer Zuschussbehandlung (Krankenkasse bezahlt nur die Heilbehandlungen)	8,2 %
4	Einheimische Selbstzahler	12,4 %

Tabelle 3

Im Vergleich mit der Entwicklung aller Ankünfte von Auslandstouristen in Tschechien, bei der in den Jahren 1997 bis 2002 ein Stillstand bzw. ein leichter Rückgang beobachtet werden konnte, verzeichnen ausländische Kurgäste einen anhaltenden Zuwachs, im Durchschnitt um mehr als 17 % jährlich. Die Gruppe der einheimischen Selbstzahler steigert ihren Anteil auf gegenwärtig 12,1 %, bei einer allerdings kürzer werdenden Aufenthaltsdauer von ca. 10 Tagen. Die Zahl der Ausländer nimmt zu, und ihr Anteil an den behandelten Patienten insgesamt erreichte 2002 schon 36,9 %. Ihre durchschnittliche Aufenthaltsdauer beträgt 15 Tage.

Was den Anteil der Auslandsgäste in Kureinrichtungen betrifft, rangiert Tschechien an der Spitze in Europa gemeinsam mit Ungarn. In der absoluten Anzahl von Ausländern kann das Land aber mit Konkurrenten wie Deutschland, Frankreich oder Italien nicht konkurrieren. Zu den Kurorten mit dem höchsten Anteil von Ausländern gehören Karlsbad (Ausländeranteil ca. 80 %), Marienbad, Teplitz, Franzensbad, Joachimsthal, Luhatschowitz (Luhacovice), Wittingau, Podebrad (Podebrady) und Bad Darkau (Darkov). In anderen Orten ist die Besucherzahl von Ausländern niedriger, sie bewegt sich bei 10 % und weniger.

4. Entwicklungstrends bei Kur und Wellness[8]

Der primäre medizinische Beitrag des Kurwesens ist durch die Tatsache gegeben, dass die Gesundheit das wichtigste Gut eines Einzelnen und der ganzen Gesellschaft ist, und deshalb ist es nötig, dafür durch Vorsorge und Therapie zu sorgen. Hier gebührt dem Kurwesen eine unbestrittene Rolle in nicht-invasiven Methoden. Wirtschaftliche Effekte dieses Bereiches können z. B. in einem Rückgang von Medikamentenverbrauch und Heilleistungen, in einer Verkürzung der Arbeitsunfähigkeitsdauer, in einer Minderung der Leistungen aus der Pflegekrankenversicherung u. ä. bestehen.

Als Reaktion auf die steigende psychische Belastung und die belastete Umwelt in den hoch entwickelten Industrieländern entstand der Gedanke an das Angebot von Wellness-Dienstleistungen. Dieser Modeausdruck kann eine

MlejnkovÆ.qxd 17.12.2004 22:45 Seite 65

breite Skala von Dienstleistungen und Waren bezeichnen, deren Konsum zu einem gesundem Lebensstil und Wohlbefinden beitragen soll. In dieser Hinsicht haben Kurorte gute Voraussetzungen.

In der Tschechischen Republik wurde bisher der Begriff Wellness im Kurwesen weder offiziell vereinbart noch näher spezifiziert. Derzeit wird auf Initiative der Staatsagentur für Tourismus Czech Tourism zum ersten Mal ein Verzeichnis von Wellness-Einrichtungen erarbeitet. Zu diesem Zweck wird folgende Definition benutzt:

> Wellness geht von einem positiven Lebenskonzept aus, das auf das Ideal der Verbindung von guter physischer Verfassung und seelischem Wohlbefinden zielt. Es fördert positive Sinneseindrücke, Lebensfreude und gesunden Lebensstil. Es basiert auf der fachgerechten Beteiligung eines Arztes, auf natürlichen Heilquellen und anerkannten Heilverfahren. Voraussetzung dafür ist eine hohe Qualität aller Dienstleistungsarten mit dem Schwerpunkt auf dem Niveau des menschlichen Faktors. Es nutzt die komplexe Infrastruktur des Ortes in einer behaglichen und gesunden natürlichen Umgebung und die Möglichkeiten zu sportlichen, kulturellen und sozialen Aktivitäten.

Zu Wellness-Einrichtungen sind hier vor allem Kurhäuser, Kurhotels und Pensionen in den Kurorten zu zählen. Außerdem bilden speziell ausgestattete Hotels außerhalb der Kurorte, Freizeitbäder, komplex ausgestattete Fitnesszentren und Erholungszentren eine weitere Gruppe von Einrichtungen zur Erholung und Entspannung. Die Nachfrage nach den Dienstleistungen der zuletzt genannten Einrichtungen nimmt zu, besonders unter den Großstadtbewohnern. Sie ist aber statistisch nicht erfasst, denn es handelt sich um keinen klar abgegrenzten Wirtschaftszweig. Statistisch und mit einiger Genauigkeit können nur die Besucherzahlen der Kurheileinrichtungen beziffert werden (siehe oben).

4.1 Marktforschung

Wie sieht das gegenwärtige Wellness-Angebot und das Angebot an Kurzaufenthalten für Selbstzahler in den Kurorten aus, und welches Interesse daran gibt es?[9] Die Forschung erfolgte auf drei Ebenen:

1) Das Angebot an den angeführten Aufenthalten wurde untersucht, und zwar in den einzelnen Kurorten und Kureinrichtungen mittels Informationen zugänglich im Internet, eventuell mittels persönlichen Kontaktes.
2) An 35 ausgewählte Kureinrichtungen wurde ein Fragebogen geschickt, der die Zielgruppen für den angegebenen Produkttyp erfassen sollte.
3) Außerdem wurde das Angebot an kommerziellen Kuraufenthalten mittels Reiseveranstalter und Reisebüros analysiert.

Welche Schlussfolgerungen konnten gezogen werden?

MlejnkovÆ.qxd 17.12.2004 22:45 Seite 66

In der Untersuchung wurden insgesamt 24 Kurorte (73 %) untersucht, und daselbst insgesamt 101 Objekte (Kureinrichtungen). Bis auf fünf dieser Kurorte werden in allen auch Aufenthalte für Selbstzahler angeboten. Insgesamt wurden an die 25 Arten unterschiedlicher kommerzieller Programme registriert. Am häufigsten tauchen im Kurortangebot folgende Programme auf: Antistress, Wellness / Fitness- Programme, Erholung, Programm für Frauen, Programm für Manager, Angebote für Senioren, Wochenendprogramme (einschließlich verlängerter Wochenenden), Gewichtsabnahme- und Konditionskuren. Einige Programme sind typisch saisongebunden – z. B. Silvesteraufenthalte, Oster- oder Weihnachtsaufenthalte. Eine breite Skala von Aufenthalten bieten vor allem Karlsbad und Marienbad, aber auch Luhatschowitz, Podebrad, Gräfenberg und Wittingau. Kurorte, die sich eng auf die Behandlung einer Indikation spezialisieren, bieten meistens keine kommerziellen Aufenthalte an, weil ihre Kapazitäten von Krankenkassenpatienten genutzt werden. Manche kleinere Kurorte bieten ein herausragendes Qualitätsangebot mit dem Ziel, den Kurort bekannt zu machen wie z. B. Karlova Studánka.

4.1.1 Trends im Bereich von kommerziellen Programmen und Aufenthalten

Im Selbstzahlerbereich sind folgende Entwicklungen zu beobachten:

a) Erweiterung des Angebotes an Wochenendaufenthalten (einschließlich verlängerter Wochenenden), Trend zu Kurzreisen
b) Silvesteraufenthalte – viele Menschen verbringen das Silvester außerhalb ihres festen Wohnsitzes.
c) Aufenthalte für Frauen – Frauen sind körperpflegebewusst.
d) Aufenthalte für Manager
e) Aufenthalte für Senioren – die Bevölkerung wird immer älter, aber die Zeit der Körperaktivität und der ökonomischen Unabhängigkeit verlängert sich.

Aus der Befragung ergibt sich, dass sich die Anzahl der Kunden kommerzieller Kurzaufenthalte von Ort zu Ort beträchtlich unterscheidet. In Karlsbad und bei einigen Leistungsträgern in Marienbad nutzen ca. 60-70 % der Gäste solche Selbstzahler-Wellness-Aufenthalte. In den anderen Kurorten ist dieser Anteil wesentlich niedriger und überschreitet in den meisten Fällen nicht 10 %. Ein größerer Teil von sowohl tschechischen Selbstzahlern als auch von Ausländern bevorzugen Heilkuraufenthalte, wenn auch verkürzt auf ca. 12 bis 16 Tage.

Was sind die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Einführung und Verkauf von kurzen Wellness-Aufenthalten?

a) Eine Einrichtung mit Qualitätsunterkunft, -verpflegung und -balneobetrieb anbieten, die exklusiv für dieses Kundensegment vorgesehen ist.
b) Personalverfügbarkeit auch in späteren Nachmittags- und Abendstunden, sowohl an Werktagen als auch an Wochenenden (problematisch ist meistens der Balneobetrieb).

MlejnkovÆ.qxd 17.12.2004 22:45 Seite 67

c) Eine notwendige Bedingung ist die sprachliche Kompetenz des Personals und Servicebereitschaft.
d) Es reicht nicht, nur Grunddienstleistungen (Behandlungen, Unterkunft und Verpflegung) anzubieten, sondern man muss auch ein diversifiziertes Angebot an Sport- und Kulturerlebnissen, Spaziergängen, Unterhaltung für den Fall schlechten Wetters usw. vorhalten.

Die oben angeführten Voraussetzungen sind nicht einfach zu erfüllen, und die Ausstattung von vielen Kureinrichtungen hat das gewünschte Niveau immer noch nicht erreicht. Trotzdem ist die Mehrheit von Kureinrichtungen heutzutage im Jahresdurchschnitt zu 90 % ausgelastet. Die Zahlungen der Krankenkassen sind zwar nicht hoch, stellen aber eine gewisse ökonomische Sicherheit für die Kurbetriebe dar.

Sind die Kureinrichtungen zu einer Masseneinführung von kurzen Wellness-Aufenthalten motiviert? Die Forschung hat gezeigt, dass sich mit dieser Frage die absolute Mehrheit der Kurdienstleister befasst, und dass bis auf kleine Ausnahmen alle versuchen, Selbstzahler-Programme als spezifisches Produkt in ihr Angebot einzugliedern. Bisher überwiegt aber noch immer der therapeutische Kuraufenthalt, und zwar sowohl angebots- als auch nachfrageseitig. In dieser Kategorie werden unsere Kur- und Heilbäder europäisch und weltweit anerkannt und haben hier eine große Wettbewerbsfähigkeit (dies bestätigt auch der ununterbrochene zehnjährige Zunahme ausländischer Patienten), die von dem Preis-Leistungsverhältnis angelockt werden.

4.1.2 Chancen und Risiken für Inlands- und Auslandsmarkt

Im Bereich des *Inlandsmarktes* wird die weitere Entwicklung wie folgt gesehen:

Chancen:

a) Demographische Entwicklung, in der langfristig eine Verlängerung der durchschnittlichen Lebenserwartung zu erwarten ist. Eine Gesamtalterung der Bevölkerung, die mit höheren Ansprüchen dieser Personengruppe verbunden ist, und zwar an eine aktive und vollwertige Lebensweise auch nach der Beendung der beruflichen Laufbahn.
b) Der wachsende Anteil der chronischen Krankheiten in der Bevölkerung, bei denen die Kurbehandlung klar indiziert ist.
c) Stärkung der persönlichen Verantwortlichkeit jedes Einzelnen für seine eigene Gesundheit, als Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche berufliche Laufbahn.
d) Trend zu einer gesünderen Lebensweise einschließlich Verpflegung, Bewegung, Entspannung, Vorsorge gegen Zivilisationskrankheiten.
e) Die steigende Beliebtheit von sanften Tourismusformen, wobei unberührte Naturumgebung bevorzugt wird, Natur mit positiver Wirkung auf den Körper.

MlejnkovÆ.qxd 17.12.2004 22:45 Seite 68

f) Beibehaltung des gegenwärtigen Systems der Beteiligung der öffentlichen Krankenversicherungen an der Kostendeckung für die Kurbehandlungen.

Risiken:

a) Kürzung oder Abschaffung solidarisch finanzierter Beihilfen für Kuren.
b) Rückgang der verfügbaren Realeinnahmen der Bewohner.
c) Wachsende Konkurrenz im Angebotsbereich von Dienstleistungen der Pharmakologie, der alternativen Medizin, von Dienstleistungen der Erholungs- und Rehabilitationszentren außerhalb der Kurorte, steigendes Angebot an Fitness-, Wellness- und Beautyprogrammen außerhalb der Kurorte.
d) Steigerung des internationalen Wettbewerbs unter Kurorten – Zugang zu Heilbehandlungen im Ausland.

4.1.3 Zukunftsperspektiven

Im Bereich des *internationalen Marktes* wird die weitere Entwicklung wie folgt gesehen:

Chancen:

a) Eingliederung des tschechischen Kurdienstleistungsmarktes in den Kreis der Einrichtungen mit Kostendeckung durch ausländische Krankenkassen.
b) Tradition der hohen Besucherzahl ausländischer Gäste aus den vergangenen Jahren.
c) Bisherige gute persönliche Erfahrungen der ausländischen Klienten mit dem Dienstleistungsniveau, besonders mit der Heilbehandlung.
d) Internationale Zertifizierung der Kureinrichtungen mit der ISO Norm, die ein Gütesigel für die hohe Qualität der Dienstleistungen darstellt, eine Prestigebedeutung hat und einen deutlichen Konkurrenzvorteil im internationalen Markt bietet (gegenwärtig ist die Zertifizierung in Bad B?lohrad, Teplitz in Böhmen und Joachimsthal vollzogen).

Risiken:

a) Genereller Preisanstieg von Dienstleistungen und Waren, folgend aus dem Übergang zur gemeinsamen europäischen Währung und zum europäischen Markt, der auch im Preisanstieg der Kurdienstleistungen einen Niederschlag findet und den gegenwärtigen Konkurrenzvorteil zunichte macht.
b) Starke Konkurrenz von traditionellen westeuropäischen Kurorten, aber auch von den ehemaligen Ostblockstaaten, insbesondere Ungarn.
c) Unklare gesundheitspolitische Entwicklung in den Quellmärkten mit den meisten Gästen (vor allem Deutschland und Russland).
d) Notwendigkeit der Orientierung auf neue, entfernte Märkte und die damit verbundene Zunahme der Kommunikationskosten.

Im Falle der optimistischen Variante würde der gegenwärtige positive Trend im tschechischen Kurwesen erhalten bleiben. Dies würde bedeuten, dass die Ein-

MlejnkovÆ.qxd 17.12.2004 22:45 Seite 69

heimischen auch weiterhin Dienstleistungen des medizinischen Kurwesens in Anspruch nehmen, wohingegen Wellness-Dienstleistungen verstärkt von Ausländern in Anspruch genommen werden würden.

Anmerkungen

1 Quellen: KNOP, KAREL (1999): Wirtschaft und Management des Kurwesens: passim; Interne Materialien vom Bund der Heilbäder und Verband der Kurorte; Fachberatung vom Direktor des Tschechischen Inspektorats von Bädern und Quellen, Ing. Keprta.

2 Bezüglich der politischen Zuordnung ist das Kurwesen stets ein Teil des Gesundheitswesens gewesen und unterliegt der Legislative dieses Bereiches. Die Grundsatzbestimmungen sind im sog. Kurgesetz Nr. 164/2001 d. Slg., weiterhin im Gesetz über die öffentliche Krankenversicherung Nr. 48/1997 d. Slg., im Anzeigeverzeichnis (Bekanntmachung des Gesundheitsministeriums Nr. 58/1997) und in einigen weitern legislativen Normen verankert.

3 Quellen: BURACHOVIC, WIESER (2001): Enzyklopädie von Bädern und Heilquelle; MACKOVIC, M. (1995): Kurwesen und Balneotechnik; ÚZIS Heilbehandlung 2001, 2002; CSÚ 2000, 2001: Kapazität der Beherbergungseinrichtungen, Besucherzahlen der Beherbergungseinrichtungen.

4 Tschechisches Statistisches Amt (CSÚ) (2000): Kapazitäten der Beherbergungseinrichtungen.

5 ÚZIS Kurbehandlung.

6 ÚZIS Statistik.

7 ÚZIS Kurbehandlung 2002.

8 MLEJNKOVÁ, LENA (1999): Wirtschaftliche Beiträge des Kurwesens – Sammelbuch der Vorträge - Kurwesensalon, Karlsbad; MLEJNKOVÁ, LENA (2000): Wirtschaftliche Beiträge des Kurwesens für die Regionalentwicklung. Sammelbuch der Vorträge der int. Konferenz, Tabor; MLEJNKOVÁ, LENA (2004): Noch zur Rekreation in Böhmischen Bädern, C.O.T. Business VI; PRATZEL, HELMUTH (2000): Die Zukunft von Bädern in Europa im Jahr 2000, Vortrag auf dem Symposium der Tschechischen Physiotherapeutischen Gesellschaft, Joachimsthal 1995; SALAMANCZUK, ROMAN (1999): Vom Kurwesen, Czech Business and Trade, 1999; CCCR (Tschechische Zentrale für Tourismus) – Repräsentativbefragung von GfK im Bereich vom Einreise-Tourismus 2001.

9 Gegenstand einer Teamforschung von den Studenten der Wirtschaftsuniversität in Prag 2004.

Literatur

BURACHOVIC, WIESER (2001): Enzyklopädie von Bädern und Heilquelle. Libri, Praha.

KNOP, KAREL (1999): Wirtschaft und Management des Kurwesens. Grada Avicenum, Praha.

KRÍ EK, VLADIMÍR (1987): Historica Image of Spa. Avicenum, Praha.

MlejnkovÆ.qxd 17.12.2004 22:45 Seite 70

MACKOVIC, M. (1995): Kurwesen und Balneotechnik. Z?U, Pilsen.

MLEJNKOVÁ, LENA (1999): Wirtschaftliche Beiträge des Kurwesens – Sammelbuch der Vorträge - Kurwesensalon, Karlsbad.

MLEJNKOVÁ, LENA (2000): Wirtschaftliche Beiträge des Kurwesens für die Regionalentwicklung. Sammelbuch der Vorträge der int. Konferenz, Tabor.

MLEJNKOVÁ, LENA (2004): Noch zur Rekreation in Böhmischen Bädern, C.O.T. Business VI.

PRATZEL, HELMUTH (1995): Die Zukunft von Bädern in Europa im Jahr 2000, Vortrag auf dem Symposium der Tschechischen Physiotherapeutischen Gesellschaft, Joachimsthal.

SALAMANCZUK, ROMAN (1999): Czech Business and Trade.

TSCHECHISCHE ZENTRALE FÜR TOURISMUS (Czech Tourism) (2001, 2002): Repräsentativbefragung von GfK im Bereich vom Einreise-Tourismus.

ÚZIS HEILBEHANDLUNG 2001, 2002.

TSCHECHISCHES STATISTISCHES AMT (?SÚ) (2000-2002): Kapazitäten der Beherbergungseinrichtungen.

brinkmann.qxd 17.12.2004 22:45 Seite 71

Dieter Brinkmann

Inszenierte Lernwelten[1]

Abstract: Informal Learning in Leisure Attractions. The article focuses on aspects of informal learning in leisure situations. Can emotional experience in leisure attractions like themeparks, zoos, science center or museums be a basis for changes in knowledge, attitudes and competence? And how should programmes be organised to further active learning in leisure situations? The article discusses the approach of the "Institut für Freizeitwissenschaft and Kulturarbeit" (University of Bremen) and presents first results of a current research project on "sustainable learning". Leisure attractions can support live long learning. Therefore they have to enhance their efforts in creating learning experiences for visitors and should co-operate with other learning institutions. Informal learning could be an aspect of "good design" for leisure worlds of entertainment.

1 Anmerkungen zum Gegenstand

Ein neuer Typus von Lern-Arrangements im Freizeitsektor scheint in den letzten Jahren immer stärker an Bedeutung und Kontur zu gewinnen. Kennzeichnend für diese Lernwelten außerhalb genuiner Bildungsinstitutionen sind hybride Formen zwischen Bildung und Unterhaltung und ihre Inszenierung als komplexe Erfahrungsfelder für eine selbstgesteuerte Erkundung. Naturwissenschaftliches Wissen, Allgemeinbildung und gesellschaftliche Integration sollen durch diese erlebnisorientierten Lernorte gestärkt werden. Zwischen real und virtuell generieren Science Center, Zoos, Erlebnismuseen, Technik- und Freizeitparks verschiedene Varianten dieser Entwicklung.

Gegenstand meines Beitrags sind also Institutionen des informellen Lernens in der Freizeit und ihre Inszenierung als erlebnisreiche Lernwelten. Drei Begriffe kennzeichnen diesen Gegenstand.

Erlebniswelten

Den weitesten Rahmen bietet der Begriff „Erlebniswelten". Er markiert bei aller Unschärfe eine Besuchererwartung an das Angebot: hier kann man etwas Besonderes erleben, wird aus dem Alltag herausgehoben. Erlebniswelten ver-

brinkmann.qxd 17.12.2004 22:45 Seite 72

sprechen Spaß und Unterhaltung, neue Eindrücke und Anregungen, Geselligkeit und Konsum. *Erlebniswelt* hat sich heute allerdings unspezifisch ausgeweitet zu einer globalen Kennzeichnung für viele Freizeit- und Konsumangebote. Das Einkaufszentrum, das Internetangebot, die Reise sollen ein einmaliges Erlebnis bieten, eine Erlebniswelt. Aber eben auch das Museum.

Erlebnisorientierte Lernorte

Eine zweite Kennzeichnung bietet der Begriff „erlebnisorientierte Lernorte". Er markiert eine erste Erkundung aus erziehungswissenschaftlicher Sicht: Ist Lernen in Erlebniswelten möglich? Im Rahmen des Projektes „Erlebnisorientierte Lernorte der Wissensgesellschaft" (NAHRSTEDT u. a. 2002) wurde hierbei der Blick auf ein weites Spektrum lernrelevanter Institutionen im Freizeitsektor gerichtet: Museum, Science Center, Zoo, Themenpark, Funpark, Brandland und Urban Entertainment Center. Eine solche Klammer „erlebnisorientierte Lernorte" macht Sinn. Sie integriert die Institutionen der Freizeit in ein Modell gesellschaftlich relevanter Lernorte (zusammen mit Schule, Weiterbildung, Hochschule). Zu beobachten ist außerdem: verschiedene Einrichtungen nähern sich in ihren Konzepten an. Das Museum wie der Freizeitpark führen beispielsweise Workshops oder Events durch. Themenparks verbinden museale Elemente mit emotionalen Erlebnissen. Die Einrichtungen bewegen sich auf dem gleichen Freizeitmarkt und konkurrieren um die Zeit und das Geld ihrer potentiellen Nutzer. Sie verbindet ein „Erlebnisversprechen" an ihre Besucher. Der Begriff sickert in die Praxis ein, ersetzt zum Teil den älteren Begriff „außerschulischer Lernort" und erweitert ihn um die Vorstellung eines selbstgesteuerten informellen Lernens im Kreis von Freunden und Familie.

Inszenierte Lernwelten

Die hier nach vorn gestellte Bezeichnung „Inszenierte Lernwelten" betont im Unterschied zu den anderen den Aspekt der Gestaltung von Institutionen des informellen Lernens in der Freizeit. Er verweist auf einen Möglichkeitsraum mit spezifischer Qualität: sich die Welt vertraut machen in abgegrenzten, zu erkundenden Räumen. Wie der Begriff Erlebniswelt lässt er den Begriff Lebenswelt anklingen, bezieht sich auf Wahrnehmung und Orientierung. Die Ansprüche an eine Anregung von Lernprozessen und an ein vielgestaltiges, stimmiges Lernangebot werden stärker zum Ausdruck gebracht. Erwartet werden könnten eine lernförderliche Dramaturgie, können Szenen, Kulissen, Akteure und Spielmöglichkeiten. Erlebniswelten, so die Vermutung, entwickeln sich unter dem Einfluss gesellschaftlicher Ansprüche, eigenen Erfahrungen mit Lernszenarien und aufgrund sich verändernder Nutzererwartungen an inszenierten Lernwelten:

- Aus dem Zoo alter Prägung wird der Erlebnis-Zoo mit einer starken emotionalen Thematisierung.

brinkmann.qxd 17.12.2004 22:45 Seite 73

- Der Freizeitpark erschließt sein Angebot neu über eine Wissensrallye und bietet Lernevents mit naturwissenschaftlicher Ausrichtung.
- Die Hoffnung, Interesse für naturwissenschaftlich-technische Fragen zu wecken, richten sich heute mehr auf das Science Center mit seinem interaktiven Ansatz als auf die klassischen Museen mit vielen Objekten.
- Ein exemplarisches Erleben könnte in manchen Bereichen das organisierte Lernen in der Schule ergänzen: Einmal Astronaut sein im Space-Center.

Doch nach wie vor scheinen viele Fragen nicht abschließend beantwortet:

Wie sind erlebnisorientierte Lernorte bzw. inszenierte Lernwelten aus erziehungswissenschaftlicher Sicht einzuschätzen? Welche neuen Formen des lebenslangen Lernens werden durch sie gestützt? Welche kritischen Ansprüche an die Gestaltung und die präsentierten Inhalte sind zu stellen? Wie verändern die vielfach in privater Trägerschaft organisierten Angebote traditionelle Bildungseinrichtungen? Welche Verknüpfungen und Schnittstellen werden interessant? Und welche Perspektiven ergeben sich schließlich durch diese neue Institutionalisierung des Lernens für professionelle „Lernhelfer" im außerschulischen Bereich?

Für die Erziehungswissenschaft eröffnet sich hierdurch ein neues Forschungsfeld im Bereich des informellen Lernens. Der empirische Nachweis einer nachhaltigen, bleibenden Wirkung von erlebnisorientiertem Lernen in Freizeiteinrichtungen ist dabei ebenso ein anstrebenswertes Forschungsziel, wie die systematische Kategorisierung von Lerninhalten, Themen und geeigneten Lernszenarien.

2 Erlebniswelten als Startpunkt für formelles und informelles Lernen

Die Stärken von Erlebniswelten als Lernwelten, so die Einschätzung des Projektes „Erlebnisorientierte Lernorte der Wissensgesellschaft", liegen darin, Interesse zu wecken und einen Startpunkt für formelles wie informelles (Weiter-)Lernen zu setzen. Sie tragen damit zu einer kategorialen oder elementaren Bildung bei. Sie bieten Möglichkeiten für ein emotional fundiertes exemplarisches Erleben. Sie erschließen die Besucher für eine Wirklichkeit und eröffnen individuelle Pfade für das selbstgesteuerte lebenslange Lernen.

Aktuelle Forschungsbeiträge von anderer Seite stützen offenbar diese Einschätzung. Im Lichte der neurobiologischen Forschung, so scheint es, muss man Lernen und Erlebnis neu denken. Lernen ist nicht gebunden an die Institutionen des Lehrens. Lernen ist eine individuelle Leistung des Gehirns. Das Gehirn ist geradezu dafür geschaffen, allgemeine Strukturen zu erkennen und in neuronale Repräsentationen umzusetzen. Gelernt wird immer, auch außerhalb der Schule. Wiederentdeckt wird dabei ein allerdings in der pädagogischen Freizeitforschung durchaus bekannter Grundsatz: Freizeit ist Lernzeit.

brinkmann.qxd 17.12.2004 22:45 Seite 74

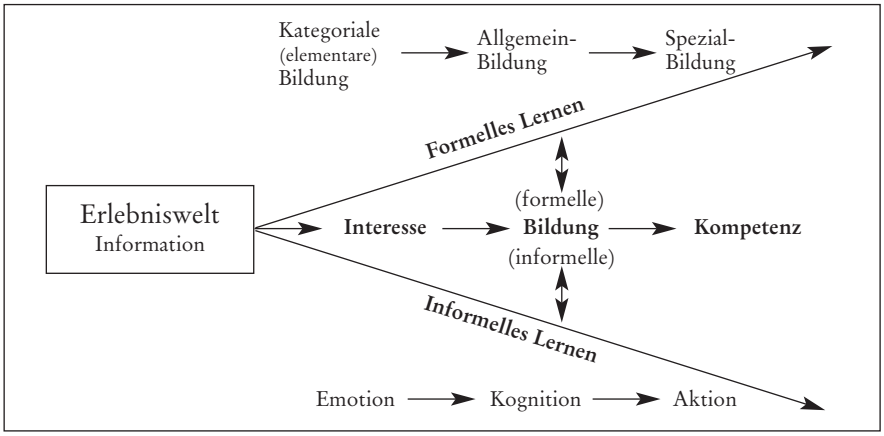

Abbildung 1: Erlebniswelten als Schlüssel zum Bildungsraum

> „Hat man sich erst einmal von dem Gedanken verabschiedet, dass das Gehirn in der Schule lernt und in der Freizeit im Stand-by-Modus operiert; ist also, positiv gewendet, erst einmal klar, dass das Gehirn gar nicht anders kann, als dauernd zu lernen, dann ist ebenso klar, dass gelernt wird, womit Zeit verbracht wird“ (SPITZER 2002, S. 450).

Ein solches Lernen in der Lebenswelt kann durch äußere Bedingungen angeregt und gefördert werden. Daher sind die Lernumgebungen, die wir uns schaffen, nicht beliebig. Die Verantwortung für lernförderliche Kontexte wächst. Lernen lässt sich dabei nicht prinzipiell von Erleben trennen. Die Vielfalt der Erfahrungsmöglichkeiten, der emotionale Gehalt von „Geschichten“ oder auch der Bezug der Inhalte zu den Interessen und Bedürfnissen der Lernenden spielen eine Rolle. Zu bedenken sind dabei auch unterschiedliche Lernebenen in den Einrichtungen. Erlebnisorientiertes Lernen ist vor allem ein kommunikatives, emotionales Lernen. Ein thematisches Lernen und eine Wissenserweiterung um Fakten und Details steht nicht im Zentrum.

Exkurs: Zoo Zürich

Ein passendes und beeindruckendes Beispiel hier vor Ort ist der „Zoo Zürich“. Er hat im Juni 2003 sein neues Regenwaldhaus „Masoala“ eröffnet. Es ist eine inszenierte Erlebniswelt in der Erlebniswelt Zoo, 11.000 qm groß, mit einer großen Vielfalt an tropischen Pflanzen und Tieren. Hinzu kommen ein eigenes Informationszentrum zum Thema Nachhaltige Entwicklung, ein Gastronomiebereich und ein thematisch passender Shop. Dargestellt wird eine authentisch anmutende Lebensgemeinschaft: Vögel fliegen frei herum, Halbaffen klettern auf dem Stahlgerüst und an den Bäumen. Auf einem Teich schwimmen Enten und im Zentrum gibt es tief unten einen Flusslauf mit ver-

brinkmann.qxd 17.12.2004 22:45 Seite 75

steckt am Ufer liegenden Booten. Von einer Beobachtungsstation aus können die Tiere mit Ferngläsern beobachtet werden. Man taucht ein in eine unzugängliche, unerforschte Welt – so scheint es. Schilder gibt es nur wenige. Sie sind im „Nationalpark-Stil“ gehalten und eingepasst in die Erlebniswelt.

Informationen werden im anschließenden Naturschutzzentrum, dem ergänzenden „Lernstützpunkt“, gegeben. Sie greifen weit über die lexikalische Vorstellung einzelner Arten hinaus. Der hier präsentierte Themenkreis entstammt der Diskussion um eine nachhaltige Entwicklung: Situation der Bevölkerung, Lebensweise, Zusammenhänge mit der Zerstörung des Regenwaldes. Artenvielfalt und Nutzung von Pflanzen und Tiere. Kulturelle und geographische Besonderheiten. Im Informationszentrum geht es auch um Entwicklungsprojekte für eine nachhaltige Landwirtschaft, sanften Tourismus und eine unmittelbare Unterstützung des Nationalparks durch Spenden. Handlungsmöglichkeiten für die Besucher werden gezielt angesprochen.

Das Projekt des Zoos zeichnet sich vor allem durch seine Kooperation mit dem echten „Masoala-Nationalpark“ auf Madagaskar aus. Der Nationalpark wird durch Spenden unterstützt. Darüber hinaus gibt es eine Beteiligung am Restaurantumsatz von 2 % und an den Gewinnen aus dem Shop. Der Nationalpark unterstützt den Zoo durch die Aufzucht von heimischen Pflanzen. Sie sollen nach und nach das Arrangement im Zoo ergänzen.

In einer Sonderbeilage der Neuen Züricher Zeitung zur Eröffnung der Masoala-Halle wird das Konzept des Zoos vorgestellt und die angestrebte Lern-Kette: von Emotion über Kognition zur Aktion wird erkennbar. „Mit dem ‚Masoala-Regenwald‘ will der Zoo auch einen Beitrag zum Naturschutz leisten. Die Idee ist, die Besucher zuerst mit einem sinnlichen Erlebnis abzuholen, um dann im Informationszentrum ihr Interesse auf die ökologischen und entwicklungspolitischen Probleme Madagaskars zu lenken“ (NZZ Juni 2003).

Das Erlebnis soll die Besucher öffnen und für die Botschaft „nachhaltige Entwicklung“ empfänglich machen. „Den Regenwald in Zürich selbst spüren, hören und riechen zu können, dürfte alle Menschen stärker bewegen als alle Appelle an Gewissen und Vernunft“ (ebd.) Angestrebt wird ein Bewusstseinswandel, aber auch eine Veränderung des alltäglichen Handelns (Kauf von Produkten, Reisen, Spenden). Informelles Lernen bei Erwachsenen soll so stärker angeregt werden, als der Zoo es bisher vermochte. „Bildung über die Lebenszeit“ wird durch das Zoo-Erlebnis gestützt.

Die konsequente und emotional berührende Gestaltung dieser inszenierten Lernwelt ist beeindruckend. Tiefergehende nachhaltige „Wirkungen“ sind dem Projekt „Masoala“ sehr zu wünschen, und eine entsprechende Evaluation wäre eine lohnende, sehr spannende Aufgabe.

brinkmann.qxd 17.12.2004 22:45 Seite 76

3 Nachhaltiges Lernen in Erlebniswelten – ein neuer Anspruch?

Die Entwicklung zu einer Wissensgesellschaft erfordert heute neue Anstrengungen in vielen gesellschaftlichen Bereichen, um das Ziel „zukunftsweisende Reformen" im Bildungssektor zu erreichen. Auf Einrichtungen wie Museen, Zoos, Themenparks und Science Center stützen sich zunehmend die Hoffnungen für eine frühzeitige Entwicklung von Lerninteressen und eine nachhaltige Anregung eines Lernens in der Lebenswelt. Lernen und Erlebnis lassen sich durchaus verbinden, und die so entstehenden hybriden Formen aus Unterhaltung und thematischen Lern-Arrangements stoßen beim Publikum auf zunehmendes Interesse. Netzwerke von Schulen und Erlebniswelten zu knüpfen, wird spannend.

Die Erwartungen an Erlebniswelten, hier einen Beitrag im Zusammenspiel mit anderen Institutionen zu leisten, steigen. Dies kann ganz praktisch bedeuten: Nur wenn der lernförderliche Gehalt einer Erlebniseinrichtung auch deutlich gemacht werden kann, werden Schule und Weiterbildung Zeit und Ressourcen für einen Besuch mobilisieren können. Aber auch die Familie entscheidet heute vielleicht anders. Der frühe Kontakt beispielsweise mit naturwissenschaftlichen Fragen, mit Phänomenen und Objekten wird als förderlich für die Interessenbildung angesehen. Das Motiv, den eigenen Kindern „etwas Gutes tun", erweist sich dabei als gesellschaftlich umgeformte Variante des Bildungsdrucks auf die Freizeit. Erlebniswelten bieten Eltern dafür ein Ambiente der Entlastung und, wenn es gelingt, zugleich eine subjektiv bereichernde Form der Freizeitgestaltung.

Doch lassen sich durch ein Erleben auch nachhaltige, bleibende Wirkungen erzielen? Welche zukunftsrelevanten Themen mit weitreichenden Auswirkungen sollten aufgegriffen werden? Wie lassen sich Lernszenarien in Freizeit-Erlebniswelten noch optimaler gestalten? Und welche Rolle könnten Lernaspekte für das Marketing und die Ansprache neuer Besuchergruppen gewinnen?

Deutlich wird ein Inszenierungsanspruch an erlebnisorientierte Lernorte auch von Seiten der Schule:

> „Effektives Lernen an einem außerschulischen Erlebnisort muss gut inszeniertes Lernen sein" (INGRID KEMNADE, Schulbegleitforschung Bremen).

- Aktive Teilnahme am Lernprozess
- Einbindung in ein längerfristiges Projekt
- ganzheitliches Lernen mit allen Sinnen
- kritische Reflexion über die Erlebnisse
- selbständiges Weiterlernen
  (vgl. KEMNADE 2003)

brinkmann.qxd 17.12.2004 22:45 Seite 77

Lernprozesse können dabei auf drei unterschiedlichen Ebenen stattfinden: Erstens im Bereich des (faktischen) Wissenserwerbs, im Bereich der Kompetenzentwicklung und drittens auf der Ebene der (Neu-)Orientierung in Bezug auf Werte und Einstellungen (z. B. Interesse, Neugier, emotionaler Bezug).

Ähnlich wie für die Weiterbildung diskutiert (vgl. SCHÜßLER 2002), könnte nachhaltiges Lernen in Erlebniswelten Ansprüche auf zwei Ebenen umfassen:

Inhalte, Ziele:

- die kritische und emotional fundierte Bildung für eine nachhaltige gesellschaftliche Entwicklung
- die Auseinandersetzung mit globalen Problemlagen
- und die Gewinnung von Gestaltungskompetenz für die Zukunft

Wirkungen:

- die langfristige Speicherung von Lerninhalten und eine dauerhafte Wissenserweiterung
- den Transfer in den Alltag
- und die Stärkung der Selbstlernkompetenz

4 Aktivierung und Qualifizierung von informellen Lernprozessen

Mit den Fragen eines nachhaltigen Lernens in Erlebniswelten und eine darauf bezogene Inszenierung befasst sich das aktuelle Projekt des Instituts für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit: „Aktivierung und Qualifizierung erlebnisorientierter Lernorte (Aquilo)“. Die Kernidee des Projektes *Aquilo* ist es, durch einen handlungsorientierten Ansatz der Begleitforschung die Potentiale von Freizeit-Erlebniswelten für ein Nachhaltiges Lernen zu aktivieren und die Ansätze für eine Förderung der informellen Bildung in Freizeitzusammenhängen zu qualifizieren.

Kontakte des Projektes bestehen zu insgesamt 14 Partnereinrichtungen aus einem weiten Spektrum der „erlebnisorientierten Lernorte“. Im Bereich Museen und Science Center sind dies das „Deutsche Hygienemuseum“ in Dresden, das „Heinz Nixdorf MuseumsForum“ in Paderborn, das „Universum Science Center Bremen“ und der „Jahrtausendturm“ in Magdeburg. Beteiligt sind weiter drei Zoos: Hannover, Osnabrück und Leipzig, sowie zwei Natur-Themenwelten: die „Botanika“ in Bremen und die „Biosphäre“ in Potsdam. Von den Freizeitparks nehmen am Projekt der „Europapark“ in Rust, der „Heidepark Soltau“, der „Potts Park“ in Minden sowie der „CentroPark“ in Oberhausen teil. Aus der Gruppe der Brandlands wird sich der Freizeitpark „Legoland“ in Günzburg am Vorhaben beteiligen.

brinkmann.qxd 17.12.2004 22:45 Seite 78

Damit besteht die Möglichkeit, unterschiedliche Rahmenbedingungen und Szenarien aus einem breiten Spektrum der erlebnisorientierten Lernorte miteinander zu vergleichen. Ein Austausch über die bisherigen Grenzen der eigenen Sparten hinaus wird angeregt.

Folgende Aspekte sind mit dieser Entwicklungsperspektive Aktivierung und Qualifizierung verknüpft:

Aktivierung von Lernprozessen:

- Passende Themen mit Zukunftsbezug aufgreifen
- Mehr als zufällige Beschäftigung mit Lernfragen anregen
- Lernmaterial für Besucher entwickeln und bereithalten
- Vorbereitung, Nachbreitung bedenken

Qualifizierung von Lernprozessen:

- Optimierung von Lernszenarien
- Nachhaltige Wirkung
- Vielfalt der Lernzugänge
- Verstärkung der Bezüge zu Zukunftsfragen
- Förderung von Lernnetzwerken

Abbildung 2: Info-Exponate statt erklärender Beschilderung im Zoo

Ein Beispiel für die Optimierung von Lernszenarien ist die Veränderung der Beschilderung im Zoo Hannover an den Tiergehegen. Die Erfahrung des Zoos zeigt, dass die bisher eingesetzte Beschilderung auf großen Glasstelen mit Erklärungen und Hintergrundwissen zu bestimmten Themen nur bedingt von den Besuchern wahrgenommen wird. Daher wird mit alternativen Beschilderungsformen experimentiert. Ein gangbarer Weg könnte die „Verpackung“

brinkmann.qxd 17.12.2004 22:45 Seite 79

von interessanten Aspekten in „Info-Exponate“ sein. Dabei werden Objekte (Transportkäfig, Schaukasten, Rikscha) kombiniert mit Informationsbausteinen (Texte, fiktive Dokumente, Bilder) inszeniert und in den Park eingebracht. Erhofft wird so, dass die Aufmerksamkeit der Besucher durch die eingepasste Gestaltung und die emotionale Anmutung der Info-Exponate steigt. Insgesamt wird eine intensivere Beschäftigung mit den Themen und Hintergrundinformationen erwartet. Gesteigert wird so auf jeden Fall die Vielfalt der Lernzugänge. Neben Fakten treten Geschichten. Ansprechende sinnliche Eindrücke werden durch die Objekte vermittelt. Der „erklärende“ Impetus der bisherigen Schilder tritt in den Hintergrund, das Erkunden und Erschließen der Objekte wird zu einem eigenständigen Micro-Erlebnis.

5 Szenarien für ein nachhaltiges Lernen

Insgesamt lassen sich die angedachten Szenarien fünf Komplexen zuordnen:

Lernstützpunkt

Unter einem Lernstützpunkt kann ein Ort innerhalb der Erlebniswelt verstanden werden, an dem ein vielfältiges Angebot an Selbstlernmaterialien, interaktiven Exponaten, Mitmach-Möglichkeiten oder auch Lernberatung zur Verfügung gestellt wird. Ein Beispiel dafür ist die „ARCHE“ im Zoo Leipzig. Hier wird in einem ehemaligen, ungenutzten Raubkatzenhaus eine interaktive Ausstellung zum Artenschutz angeboten. Informationsmaterialien können für eine Vertiefung genutzt werden, und Mitarbeiter des Zoos stehen für Fragen zur Verfügung.

Lernoptimiertes Erlebnis-Arrangement

Denkbar ist auch, verteilt im Erlebnis-Arrangement, kleinere Lernstationen einzurichten. Sie verstärken wie im Zoo Leipzig das sinnliche Erleben und ermöglichen eine Auseinandersetzung mit zusätzlichen Hintergrundinformationen. Begleithefte, Lernpfade oder Rallyebögen können in diesem Rahmen dazu beitragen, eine intensivere Erkundung des Arrangements zu stimulieren. Sie motivieren Besucher dazu, eine Forscherperspektive einzunehmen, und regen durch Fragen zur Reflexion über die Eindrücke an.

Mobile Lern-Animation

Anders als beim Einsatz von Materialien und der Gestaltung von Arrangements spielen bei der mobilen Lern-Animation die direkte Ansprache und die personale Vermittlung eine größere Rolle. Vorstellbar ist hier die Integration

brinkmann.qxd 17.12.2004 22:45 Seite 80

von kleinen Vorführungen in die interaktive Ausstellung eines Science Center oder auch die Platzierung von zusätzlichen Mitmach-Aktionen in dem eher konventionellen Ausstellungskontext eines Museums. Lerntheater oder Lernshow sind weitere Varianten, mit denen das Publikum aktiviert werden könnte. Vermutet werden kann neben dem Unterhaltungseffekt eine intensivere Auseinandersetzung mit den dargebotenen Themen und eine Erinnerung über persönliche Bezüge.

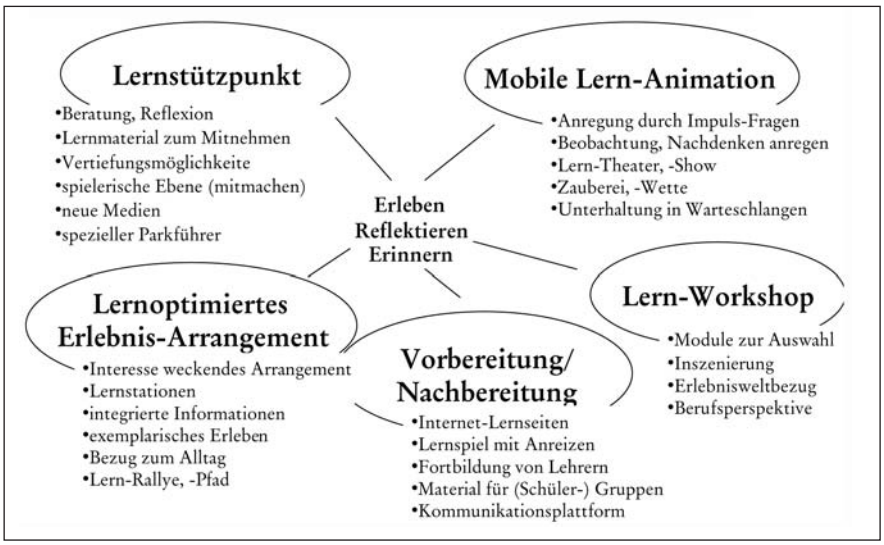

Abbildung 3: Szenarien für nachhaltiges Lernen in Erlebniswelten

Vorbereitung / Nachbereitung

Die Vor- und Nachbereitung des Besuchs ist ein weiterer wichtiger Aspekt für ein nachhaltiges Lernen in Erlebniswelten. Hierfür könnten stärker als bisher spezielle Materialien erstellt werden. Sinnvoll erscheint der Ausbau abgestimmter Internet-Lernseiten oder auch die Schaffung einer Kommunikationsplattform für den Austausch von Besuchern untereinander und mit Fachexperten. Thematische Anregungen aus der Erlebniswelt könnten durch eine Vor- und Nachbereitung mit in die Schule hineingenommen werden und dort mit Unterstützung der Erlebniswelt zu weiteren Unterrichtsvorhaben führen. Eine Abstimmung auf die Lehrpläne verschiedener Schulstufen erscheint sinnvoll.

Lern-Workshop

Eine intensive Form des Lernens in Erlebniswelten selbst ermöglichen schließlich integrierte Workshops. Sie greifen idealer Weise Themen auf, die in enger

brinkmann.qxd 17.12.2004 22:45 Seite 81

Verbindung mit der Erlebniswelt stehen. Sie sind unterrichtsähnlich und finden unter Anleitung statt, sollen aber auch Möglichkeiten für das selbstgesteuerte Lernen eröffnen. Eine Wahl von Modulen mit unterschiedlichen Themen und eine Inszenierung der Workshops als ein besonderes Erlebnis (Forscher, Konstrukteure) könnte die Attraktivität steigern. Zielgruppen sind vor allem Schulklassen, aber auch Familien mit Kindern. Denkbar wäre, die Berufsperspektive mit aufzugreifen. Ein Beispiel sind Workshops im Freizeitpark Legoland. Hier können Kinder unter Anleitung einen Lego-Roboter aufbauen und programmieren. Das fertige Gerät wird dann auf einem Tisch getestet und muss bestimmte Fahrmanöver und Aufgaben erfüllen.

6 Verknüpfung mit dem Erlebnisarrangement und Skalierung von Szenarien

Weitere Gestaltungsdimensionen sind die Verknüpfung mit dem Erlebnisarrangement und die Größenordnung von Lernszenarien im Sinne einer Skalierung von Erfahrungsmöglichkeiten.

Verknüpfung

Spezielle Lernangebote in Freizeiterlebniswelten können eher additiv oder eher integrativ gestaltet werden. Die regelmäßig im Europa-Park in Rust mit großem Erfolg durchgeführten „Science days“ werden in einer eigenen Veranstaltungshalle angrenzend zum Parkgelände veranstaltet. Eine Kombination mit einem Parkbesuch ist möglich, aber nicht zwingend. Viele Schulen, Hochschulen, Firmen und Interessengruppen sind in einem Netzwerk an der Gestaltung des Events beteiligt und stellen Phänomene, Disziplinen und Mitwirkungsmöglichkeiten vor. Insgesamt wird so ein handlungsorientierter Zugang zu Naturwissenschaft und Technik ermöglicht. Als ein eher additiv ergänzendes Angebot ist auch ein Fest einzuschätzen, wie es vom Zoo Osnabrück zur Mitsommerwende geplant wird.

Integrative Angebote nutzen demgegenüber stärker das Erlebnisarrangement der Einrichtung und schaffen neue Möglichkeiten der aktiven Erschließung. Eine Wissensrallye durch den Heidepark in Soltau für Schulklassen soll Kinder auf interessante Fragen und Aspekte des Parks aufmerksam machen. Anknüpfungspunkte sind dafür Objekte oder Themen der Einrichtung: Fahrgeschäfte und Attraktionen, Fakten und Geschichten. Integrativ erscheint auch die Planung des Universum Science Center Bremen: Hier sollen ergänzend zur Ausstellung kleine Vorführungen stattfinden. Die Präsentation nimmt Bezug auf die Exponate und regt zur vertiefenden Beschäftigung mit dem Arrangement an.

brinkmann.qxd 17.12.2004 22:45 Seite 82

Skalierung

Lernszenarien, die auf einem Arrangement basieren, können in unterschiedlicher Größenordnung gestaltet sein. Das informelle Lernen wird dabei auf ganz unterschiedlicher Ebene angeregt und aktiviert. Sowohl die Funktion im Lernprozess als auch die Erlebnisdimensionen sind verschieden und umschreiben einen Möglichkeitsraum für die Nutzung des Angebots. Zugleich werden die Grenzen des Szenarios ersichtlich.

Großattraktionen wie eine Achterbahn in einem Freizeitpark ermöglichen ein „Eintauchen" in einen völlig andersartigen Erfahrungsraum. Sie sind ein Angebot zur „Selbsterfahrung", physikalische Kräfte können unmittelbar am eigenen Körper erlebt werden. Die damit verbundenen Erlebnisse sind stark emotional geprägt. Anders sieht es aus bei raumfüllenden Modellen wie dem Kugelmodell zur „Impulserhaltung" im Jahrtausendturm in Magdeburg. Hier wird das Szenario durch eine Demonstration von eindrucksvollen Phänomenen gestaltet. Die Teilnehmer beobachten, wie ein „Versuchsleiter" das große Modell mit seinen schweren Kugeln in schwingende Bewegung versetzt. Ein direktes Eingreifen der Teilnehmer ist ausgeschlossen, die Gefährdung durch das Exponat wäre zu hoch. Erklärungen der Begleitperson ermöglichen einen rationalen Zugang und unterstützen das gewonnene „Bild" der Effekte.

Eine dritte Größenordnung von Szenarien findet sich in vielen Science Centern. Hier werden Exponate mit „menschlichem Maß" ausgestellt, die eine Begegnung quasi in „Augenhöhe" ermöglichen. Ein Drehteller mit Kreiseln im Universum Science Center ermöglicht wie die anderen Szenarien auch, elementare Erfahrungen mit physikalischen Phänomenen. Hier steht jedoch das Ausprobieren und individuelle Experimentieren im Vordergrund. Die Bedingungen für den Ablauf eines Versuchs können in gewissen Grenzen variiert werden. Die Effekte lassen sich unmittelbar beobachten und reizen dazu, Erklärungsmodelle aufzustellen.

Noch kleinteiligere Arrangements führen zu einem Lernszenario, in dem auch die zentralen Objekte selbst verändert werden können. Es entsteht eine Situation der spielerischen Aneignung und des Bastelns mit ausgewählten Materialien. Dies ist beispielsweise beim Bau von Solarmobilen im Rahmen der „Science Days" im Europapark der Fall. Die Teilnehmer versuchen, in einem Wettbewerb besonders fahrtüchtige Modelle mit Solarantrieb zu entwickeln und zu bauen. Sie testen die Modelle dann im Vergleich auf einer Fahrstrecke. Auch im Rahmen dieses Szenarios findet eine Auseinandersetzung mit physikalischen Phänomenen und Grundlagen statt, die in eine „intuitive" technische Umsetzung münden kann.

Alle vier Varianten von Lernszenarien zu physikalischen Aspekten mit unterschiedlicher Größenordnung sollen hier nicht gegeneinander gestellt werden. Sie eröffnen unterschiedliche Beteiligungsformen für die Lernenden und haben Stärken auf Seiten der emotionalen, der kognitiven oder handlungs-

brinkmann.qxd 17.12.2004 22:45 Seite 83

orientierten Aspekte des informellen Lernens. Großattraktionen sprechen vor allem die emotionale Seite an, Demonstrationen am Modell erscheinen eher kognitiv geprägt, während Exponate mit ‚menschlichem Maß' und Tisch-Modelle vor allem ein handlungsorientiertes Lernen stärken. Fragen, die sich daran anschließen, sind z. B.: Lassen sich verschieden große Szenarien miteinander kombinieren? Unterstützt ein komplexeres Szenario das informelle Lernen oder ist die Konzentration auf eine Variante die sinnvollere Strategie für die Optimierung von Lernprozessen?

7 Kriterien für „gute" ergänzende Lernszenarien

Insgesamt ergeben sich aus der bisherigen Beschäftigung mit Lernszenarien folgende Kriterien für die Gestaltung:

Die Lernszenarien gilt es in einem übergeordneten Kontext zu betrachten und bei der Inszenierung auf das situative Umfeld abzustimmen. Hierzu zählt zum einen der institutionelle Kontext, d.h. das Lernarrangement sollte an die Themen und die anderen Angebote der Freizeiteinrichtung anknüpfen, bzw. eine Weiterentwicklung oder sinnvolle Ergänzung dieser Angebote darstellen. Die Lernszenarien sollten weiterhin einen Bezug zur Lebenswelt der Besucher haben. Dieses kann die zielgruppenspezifische Ausrichtung der Lernarrangements mit beinhalten, bzw. eine unterschiedliche Angebotsnutzung je nach Zielgruppe. Ziel ist es dabei, die unterschiedlichen Interessen und das Vorwissen der Besucher zu berücksichtigen und durch Alltagsbezüge den Wissenstransfer zu erleichtern. Auch auf der Ebene der Lerninhalte gilt es, die Aktionen in einen größeren Zusammenhang zu setzen. Bei der Auswahl der Themen ist ein Bezug zu gesellschaftlichen Zukunftsfragen anzustreben, zum Beispiel durch Aufgreifen von Themen und Fragen der Nachhaltigen Entwicklung.

- Bezug zur Erlebniswelt
- Bezug zu gesellschaftlichen Zukunftsfragen
- Bezug zur Lebenswelt der Besucher
- Bereicherung der Lern-Erlebnis-Situation
- Modellierung des selbstgesteuerten Lernens
- Vernetzung von Erfahrungsmöglichkeiten

Abbildung 4: Kriterien für „gute" ergänzende Lernszenarien

Lernarrangements sollten insgesamt so inszeniert sein, dass sie Neugier und Interesse wecken, Orientierungshilfen und Anreize geben, zum Beobachten, Entdecken und Nachdenken anregen, Raum für Kommunikation und Reflexion schaffen und ggf. sogar einen Rollentausch von Lehrenden und Ler-

brinkmann.qxd 17.12.2004 22:45 Seite 84

nern beinhalten. Die Lern-Erlebnis-Situation wird darüber hinaus bereichert, wenn Lernarrangements ganzheitlich ansetzen und mehrere Sinne gleichzeitig ansprechen, eine aktive Beteiligung der Besucher möglich ist und es gelingt, diese vor allem emotional anzusprechen.

Die Lernsituation selber sollte nicht isoliert bleiben, sondern mit anderen Lern- und Kommunikationsmöglichkeiten vernetzt werden. Hierzu zählen beispielsweise der Zugang zu weiteren Informationsquellen und die Optimierung des Medieneinsatzes (z. B. Internetforen). Hinzu kommt die Verzahnung informeller und formeller Bildungsstrukturen, beispielsweise durch eine Beteiligung von Schulen und Lehrern an der Entwicklung der Szenarien, sowie die Bildung von Lernnetzwerken und ein prozessorientiertes „Coaching" der Mitwirkenden.

8 Grenzen durch die marktförmige Organisation

Informelles Lernen in Erlebniswelten wird zunehmend als marktförmiges Angebot realisiert. Öffentliche Angebote werden zurückgefahren oder in neue Trägerstrukturen umgewandelt. Dies führt zu spezifischen Bedingungen für die Organisation von Angeboten und Unterstützungsstrukturen für das informelle Lernen in der Freizeit, die es kritisch zu reflektieren gilt. Inszenierte Lernwelten sind immer öfter Teil eines „Edutainment-Marktes". Auf der anderen Seite scheinen Menschen bereit zu sein, für anregende und unterhaltsame Erlebnisse auch entsprechende Kosten zu tragen. Darauf setzen Erlebniswelten. Sie positionieren sich auf einem Markt der Erlebnisversprechen. Die „gekauften" Träume, Anregungen und Einblicke werden zum Verarbeitungsmuster einer Wissensgesellschaft, die den Wandel nicht mehr allein mit organisierten Bildungsangeboten leisten kann. Welche begrenzenden Bedingungen sind jedoch damit verknüpft?

Spürbar ist eine „Privatisierung" pädagogischen Wissens im Sinne eines Konzept-Kapitals: Ansätze und Strategien für eine Gestaltung von inszenierten Lernwelten werden nur bedingt mit anderen Anbietern geteilt. Wer will schon seine Konkurrenz stark machen, bevor er selbst eine Optimierung seines Erlebnisarrangements erreicht hat? Die generelle Kooperationsabsicht stößt auf Grenzen der Überlebensfähigkeit von Angeboten innerhalb eines begrenzten Marktsegments.

Innovationsdruck und Trendorientierung sind weitere Aspekte, die zu bedenken sind. Derzeit liegen die Naturwissenschaften im Trend und auch die Beschäftigung mit Wissensfragen. Dies könnte aber als Thema wieder in den Hintergrund geraten, auch wenn die gesellschaftliche Notwendigkeit, Nachwuchs für Naturwissenschaft und Technik zu gewinnen, bestehen bleibt. Themen können Moden und Konjunkturen unterliegen wie es an Fragen der Ökologie und der Umweltbildung nachzuvollziehen ist. Strukturen des infor-

brinkmann.qxd 17.12.2004 22:45 Seite 85

mellen Lernens könnten sich damit weitaus flüchtiger erweisen, als wir dies bisher vom Bildungswesen gewohnt sind.

Zu beobachten ist ebenfalls eine teilweise Verschmelzung der Angebote mit Werbebotschaften. Erlebniswelten werden heute auch als attraktive Kommunikationsplattformen für Firmen und ihre Produkte verstanden. Die Grenzen zwischen lernorientierter Animation und Marketing (für die Einrichtung selbst oder für andere Produkte) verschwimmen.

Die Finanzierung durch Nutzerbeiträge bringt schließlich eigene Begrenzungen mit sich: die Besucher erwarten einen Gegenwert an positiv-emotionalen Erlebnissen. Dies setzt Grenzen für die Wahl der Themen, die Komplexität der Angebote oder die Intensität der Auseinandersetzung. Lernszenarien bewegen sich hier in einem schmalen Korridor, wo es immer noch heißt: „Der Wurm muss dem Fisch schmecken, und nicht dem Angler".

Dennoch ist anzunehmen, dass sich in vielen Einrichtungen oder ihrem Umfeld interessante Koordinationsstellen für das informelle Lernen entwickeln. Es werden pädagogisch versierte Regisseure gebraucht, die inszenierte Lernwelten mit gestalten, Kontakte und Netzwerke knüpfen. Hinzu kommen „Scouts", die Besucher ermuntern, eigene Erfahrungen zu machen, die Lernwelt zu erkunden und für sich zu nutzen. In diesem Sinne entwickeln sich auch interessante freizeitpädagogische berufliche Perspektiven außerhalb von Schule und Weiterbildung.

9 Abschließende Thesen

Abschließend einige kurze Thesen zur Einschätzung erlebnisorientierter Lernorte:

- Erlebnisorientierte Lernorte sind nicht nur Startpunkte für das informelle Lernen in der Freizeit.
- Sie sind als inszenierte Lernwelten vielmehr wichtige Stützpunkte für eine Bildung über die Lebenszeit: für Schüler, Familien und Senioren.
- Sie geben dem informellen Lernen in der Freizeit eine profilierte Topographie mit Themen, Anregungen, Vertiefungsmöglichkeiten und spannenden Zielen.
- Die Ansprüche an die Erlebniswelten wachsen jedoch und lassen sich im Begriff des nachhaltigen Lernens verdichten.
- Inszenierungen für das informelle Lernen in der Freizeit können in diesem Sinne gemeinsam mit privaten Betreibern optimiert werden.
- Es entwickeln sich interessante Positionen für Koordinatoren des informellen Lernens in Erlebniswelten.
- Eine stärkere Verknüpfung von Bildungseinrichtungen und Erlebniswelten im Sinne einer Partnerschaft ist anzustreben.

brinkmann.qxd 17.12.2004 22:45 Seite 86

Anmerkung

1 Vortrag auf dem DGfE-Kongress „Bildung über die Lebenszeit“, AG „Informelles Lernen in der Freizeit“, Zürich, 24. März 2004

Literatur

DOHMEN, GÜNTHER (2001): Das informelle Lernen. BMBF, Bonn.

FISCHER, TORSTEN (2003): Informelle Pädagogik. Hamburg.

FURTNER-KALLMÜNZER, MARIA / HÖSSL, ALFRED / JANKE, DIRK / KELLERMANN, DORIS / LIPSKI, JENS (2002): In der Freizeit für das Leben lernen. München.

KEMNADE, INGRID (2003): Schule und Erlebniswelten – Herausforderungen und Chancen. Beitrag auf der Fachtagung „Nachhaltiges Lernen in Erlebniswelten?“, Bremen, unv. Manuskript.

NAHRSTEDT, WOLFGANG U.A. (2002): Lernen in Erlebniswelten. Perspektiven für Politik, Management und Wissenschaft. Bielefeld.

NEUE ZÜRICHER ZEITUNG (2003): Sonderbeilage zur Eröffnung der Masoala-Halle im Zoo Zürich.

SCHÜßLER, INGEBORG (2002): Nachhaltigkeit in der Weiterbildung. GdWZ, 13 (2), 108-111.

SPITZER, MANFRED (2002): Lernen. Gehirnforschung und die Schule des Lebens. Heidelberg.

friedrich.qxd 17.12.2004 22:46 Seite 87

Georg Friedrich

Formen informellen Lernens am Beispiel der Lernkonzepte von Skateboardern

1 Einleitung

Mit dem Thema des informellen Lernens in der Freizeit verbinden sich Hoffnungen. Diese bestehen darin, dass Bildung im Allgemeinen und Lernen im Besonderen etwas ist, dass nicht nur erfolgreich stattfindet in den dafür eigens geschaffenen Institutionen. Also in Schulen, Universitäten oder weiteren Bildungseinrichtungen. Wenn wir in diesem Zusammenhang vom Lernen in der „Freizeit" sprechen, so ist damit auch eine Lernzeit gemeint, die gelegentlich frei ist von geplanten, vorgegebenen und angeleiteten Lernprozessen.

Der Freizeit-Sport kann möglicherweise, für eben solche ungebundenen, „informellen" Lernzeiten ein Paradigma sein. Die Hoffnungen, von denen in diesem Zusammenhang ausgegangen wird, beziehen sich aber nicht nur darauf, dass auch ein solches informelles Lernen erfolgreich stattfindet, sondern, dass informelles Lernen wichtige Elemente für formelles Lernen bereitstellen könnte.

Das bedeutet, dass wir als Lehrende, als Didaktiker oder Lerntheoretiker nicht nur für den Bereich des informellen Lernens Konzepte entwickeln, sondern, dass wir selbst etwas lernen können, wenn wir uns informelle Lernprozesse genauer anschauen.

Ich möchte hierzu eine empirische Untersuchung vorstellen, die im Arbeitsbereich Sportdidaktik der Universität Münster durchgeführt wurde.[1] Wir sind dabei vom Gedanken geleitet worden, dass im Bereich des sportspezifischen Bewegungslernens Modelle und Praktiken vorliegen, die „informell" geprägt sind, das bedeutet weitgehend ohne externe Einflüsse von Lehrpersonen vonstatten gehen.

Ein solches Modell finden wir in der jugendlichen Bewegungsszene der Skateboarder. Hier lässt sich unschwer erkennen, dass ohne institutionell geregelte Eingriffe in den Lernprozess, Fertigkeiten ausgebildet werden, die ein ausgesprochen hohes psychomotorisches Niveau erreichen können.

Die Tricks und Styles, die Jugendliche an den von ihnen bevorzugten öffentlichen Orten praktizieren und präsentieren, sind von ihrer Qualität und Schwiergkeit her deutlich über dem anzusiedeln, das zum Beispiel Sportlehr-

friedrich.qxd 17.12.2004 22:46 Seite 88

pläne für das Bewegungsfeld „Rollen und Gleiten" formulieren. Mit anderen Worten, die vorfindlichen Bewegungspraktiken erreichen offensichtlich auch ohne die traditionelle Lehr-Lernmodellierung des Schul- oder Vereinssports einen Grad an Differenzierung und Bewegungskontrolle, der die Frage nach den dabei wirksamen Lernprinzipien nahelegt.

Man könnte im Rahmen der Hypothesenbildung sogar formulieren: das eindrucksvolle Niveau wird nicht *trotz* der Tatsache erreicht, dass informelle Lernbedingungen vorherrschen, sondern *wegen* des Vorhandenseins informeller Lernbedingungen.

2 Bestimmungen informellen Lernens

Zuvor sollen einige Grundüberlegungen stehen, die auch im Rahmen unserer empirischen Untersuchung leitend waren.

Informelles Lernen in der Freizeit wird und wurde stets in engem Zusammenhang mit prototypischen lernspezifischen Merkmalen in Verbindung gebracht. Dazu gehören unter anderem die Aspekte *Selbstständigkeit*, *Selbstorganisation* oder *Selbststeuerung*. Gelegentlich wird davon ausgegangen, dass die spezifischen Formen des Lernens in der Freizeit „eine besondere Lernkultur" prägen.

Die Auseinandersetzung mit informellen Lernformen steht bekanntlich in einer langen pädagogischen Tradition. Das für das informelle Lernen zentrale Merkmal der Selbststeuerung ist unter anderem in den späten 60-er Jahren in die Debatte eingebracht worden und gilt als Reaktion auf die bildungspolitische Diskussion, bei der es darum ging, mehr Selbstbestimmung im Rahmen der Bildungsprozesse und Bildungsangebote zu fordern und zu realisieren. Die Wurzeln der Idee von selbstgesteuerten Bildungsaktivitäten reichen jedoch deutlich weiter zurück. Bereits im Jahre 1873 will DIESTERWEG in der „Selbstthätigkeit" einerseits ein Mittel der Bildung und andererseits ein Produkt der Bildung sehen. Als bekannter Vertreter einer humanistischen Pädagogik fordert GAUDIG in den zwanziger-Jahren des letzten Jahrhunderts, die Selbsttätigkeit des Schülers zu fördern. Ebenfalls finden wir in den Werken von MONTESSORI (1909) und FREINET (1985) – insgesamt in der Reformpädagogik der 20-er und 30-er-Jahre – vergleichbare Zielstellungen. Der Gedanke eines „Lernen in Freiheit", wie ihn ROGERS 1974 fordert, oder die Ansätze von FREIRE (1971) und NEILL (1971) heben die Bedeutung eines selbstbestimmten und selbstgesteuerten Lernens hervor. In neuerer Zeit sind es u. a. die Autoren PREUSS-LAUSITZ (1969) oder VILMAR (1969) die mit der Selbst- und Mitbestimmung im Rahmen des Lernens im engeren Sinnen auch die gesellschaftspolitische Dimension der Demokratisierung von Schule und Hochschule verbinden.

Im schulischen Unterricht findet die Vorstellung einer selbstgesteuerten Arbeit in den Konzepten des offenen Unterrichts oder des schülerzentrierten

friedrich.qxd 17.12.2004 22:46 Seite 89

Unterrichts seinen Niederschlag, auf die in diesem Zusammenhang nicht weiter eingegangen wird.[2] Die Bibliographie von SEMMERLING, KITZ & PLAGGENBORG (1985) liefert für den Bereich von Schule und Unterricht einen umfangreichen Überblick.

Anfang der 80-er Jahre findet das Konzept des selbstgesteuerten Lernens dann auch Eingang in die berufliche Aus- und Weiterbildung. Hier sind insbesondere die Autoren STIEFEL und FISCHER zu nennen, die dies für den Bereich der betrieblichen Bildung dargestellt und diskutiert haben.

Auch im englischsprachigen Raum findet sich eine umfangreiche Auseinandersetzung mit der Idee des selbstgesteuerten Lernens. So findet sich bei KNOWLES (1975) folgende umfassende Definition dessen, was mit dem Begriff des self-directed learning gemeint ist:

> „Self-directed learning is a process in which the individuals take the initiative, with or without the help of others, in diagnosing their learning needs, formulating learning goals, identifying human and material resources for learning, choosing and implementing appropriate learning stategies, and evaluating learning outcomes."[3]

Besonders bemerkenswert ist, dass in der Definition davon die Rede ist, dass der Prozess selbstgesteuerten Lernens mit und auch ohne die Hilfe anderer realisiert werden kann. Es sind vom Lernenden selbst dabei unterschiedliche Aufgaben zu erfüllen, wenn der Selbststeuerungsprozess erfolgreich und nachhaltig sein soll.

TOUGH (1971) hat diese Aktivitäten folgendermaßen charakterisiert:

Planungsaktivitäten selbstbestimmter Lerner:

- Bestimmen der Kenntnisse und Fertigkeiten
- Bestimmen der Aktivitäten
- Bestimmen des Lernorts
- Erwerben oder Beschaffen von Hilfsmitteln
- Festlegen der Lernschritte u. des zeitlichen Lernverlaufs
- Beseitigen von Hindernissen und Ineffizienzen[4]

ZIMMERMANN fasst die Bedingungen des Gesamtprozesses selbstgesteuernden Lernens wie folgt zusammen:

> „Lernende können als selbstgesteuert bezeichnet werden, wenn sie (...) selbstbestimmt eine oder mehrere Selbststeuerungsmaßnahmen (kognitiver, willentlicher oder verhaltensmäßiger Art) ergreifen und den Fortgang des Lernprozesses selbst überwachen, regulieren und bewerten."[5]

Die genannten Aspekte sind nun in erster Linie im Blick auf kognitive Lernprozesse entworfen und erörtert worden. Weniger wissen wir über die Bewegungslernprozesse, die sich als selbstgesteuert bezeichnen lassen. Dies stand

friedrich.qxd 17.12.2004 22:46 Seite 90

nun im Rahmen der Münsteraner Untersuchung zum Lernen von Skateboardern im Mittelpunkt.

3 Die Münsteraner Untersuchung

Die Charakteristika der sozialen Verhaltens- und Orientierungsmuster derjenigen Jugendlichen, die sich der Szene der Skater zugehörig fühlen, wurden an anderer Stelle umfassend beschrieben und erörtert. Ich weise hier stellvertretend auf die Beiträge von EHNI (1998), SCHWIER (1996 und 1998), SCHILDMACHER (1998) und TELTSCHOW (2000) hin. Eine aktuelle Veröffentlichung von BAUR und BURRMANN (2003) nimmt speziell den Aspekt der sportiven Individualisierung auf und betont, dass dies im Rahmen der biographischen Selbstgestaltung Jugendlicher eine zunehmende Rolle spielt. Für uns stand dagegen der eingangs beschriebene Umstand im Mittelpunkt, dass hier offensichtlich hoch effektive informelle Lernprozesse vorliegen.

Aufgrund der Neuartigkeit der Fragestellung und der damit verbundenen lernbezogenen Annahmen beschränkt sich der Anspruch der Münsteraner Untersuchung zunächst auf einen heuristischen hypothesengenerierenden Zugang. Die forschungsmethodische Ausrichtung orientiert sich in erster Linie am Paradigma qualitativer Sozialforschung (vgl. MAYRING 1996, 2000, LAMNEK 1993, Bd. 1+2).

Die Datenerhebung erfolgte mithilfe eines Leitfadeninterviews (vgl. MUMMENDEY 1995, WITZEL 1985), wie es in der Qualitativen Sozialforschung gängig ist. Dabei wurden 25 Skater im Alter zwischen 16 und 25 Jahren befragt, die überwiegend als Experten identifiziert werden konnten. Das heißt, die meisten verfügten über eine mindestens dreijährige intensive Erfahrung mit der Bewegungspraxis.

Die Kernfragen der Interviews waren folgende:

- „Woher hast du die verschiedenen Techniken, die du fährst?“
- „Kannst einmal beschreiben, was du tust, wenn du neue Techniken und Tricks erlernst?“
- „Was machst du, wenn Probleme beim Erlernen neuer Techniken auftreten?“
- „Hast du anderen gelegentlich etwas beigebracht ?“

Die Antworten wurden aufgezeichnet und transkribiert. Anschließend wurden die Transkripte inhaltsanalytisch bearbeitet. Entsprechend der dafür gängigen Inhaltsanalyse wurden die Aussagen kategorisiert und die Schlüsselsegmente der Interviews kontrastiert. Unterstützt wurde dieses Verfahren durch den Einsatz eines computergestützen Programms zur Qualitativen Datenanalyse. Die von KUCKARTZ (1999) und anderen entwickelte Software Max.QDA wurde vielfach in der qualitativen Sozialforschung eingesetzt und ist entsprechend bewährt.

friedrich.qxd 17.12.2004 22:46 Seite 91

Aufgrund der angesprochenen heuristischen Ausrichtung, sowie der begrenzten Stichprobe erschien eine Typologisierung nur in begrenztem Umfang möglich.

Es lassen sich aus den Aussagen der Interviewpartner jedoch Tendenzen feststellen, die sich aus bestimmten Antwortmustern rekonstruieren lassen.

> „Draufstellen und losfahren und ausprobieren." (i7/81)

Die Aussagen der Interviewpartner lassen gelegentlich den Eindruck aufkommen, dass im Rahmen des informellen Lernens in unserem Fall ein eher niedriger Reflexionsgrad bezüglich des eigenen Handelns vorherrscht. Ein solcher erster Rückschluss, der aufgrund teilweise ausgesprochen kurzer Antworten entstehen könnte, ist jedoch voreilig, denn es gehört insgesamt zum Kommunikationsstil der Gruppe, nicht viele Worte zu machen und methodische Reflexionen auszutauschen. Das Aneignen schwieriger neuer Bewegungsaufgaben ohne umfangreiche verbale Instruktionen gehören nämlich auch zur coolen Geste, die die Szene insgesamt auszeichnet.

Phasen des Aneignungsprozesses

Es lassen sich vorwiegend vier Phasen des Lernprozesses identifizieren, die für die Skater von Bedeutung sind. Nach einer kurzen Phase der Aufgabenerfassung, bei der die Entstehung einer Idee oder Zielsetzung im Vordergrund steht, wird die optimale Bewegungsausführung kurz reflektiert. Es folgt ein Experimentieren im Rahmen der Varianten der Aufgabenbewältigung und schließlich ein mehr oder weniger umfangreicher Übungsprozess.

Die Phasen laufen jedoch nicht immer chronologisch ab, sondern es kann auch eine spontane Konfrontation mit einem auftretenden Hindernis oder einer Aufgabenstellung erfolgen. Es lassen sich Aussagen wie die folgende in den Interviews wiederholt finden:

> „Also erst den Ablauf angesehen, dann überdacht und probiert, bis ich am Ende das Gefühl im Bein hatte. Und je öfter man es dann gemacht hat, desto besser konnte man es dann auch." (i5/65-68)

Phase 1

Woher kommen also die für das informelle Lernen relevanten Aufgabenstellungen?

Prinzipiell stehen für unsere Gruppe der Skater drei Anregungen im Zentrum:

Zum Ersten sind es andere Skater.

Zum Zweiten bilden insbesondere Videos und Skatermagazine entsprechendes Anregungsmaterial.

friedrich.qxd 17.12.2004 22:46 Seite 92

Zum Dritten konzipieren die Skater Tricks und Bewegungsformen selbst, wobei sie sich von den ökologischen Bedingungen ihrer Bewegungsumwelt inspirieren lassen.

Der letzte Punkt bildet eher die Ausnahme, so dass von einem überschaubaren Setting an Aufgabenstellungen ausgegangen werden kann:

> „Heutzutage findet kaum noch jemand einen Trick. Man kann (es) irgendwie variieren und irgendwie in einer anderen Zusammensetzung machen, aber so selbst entwickeln..." (i14/52-55)

Phase 2

Der Prozess der Reflexion der zu bewältigenden Aufgabe ist einerseits verbunden mit einem gezielten Beobachten anderer Skater und andererseits mit einem kommunikativen Austausch.

> „Manche können da schon Tipps geben, auf die man selber nicht achtet: Körperhaltung oder falsche Fußhaltung. Und irgendeiner, der den Trick schon kann, gibt dann halt noch einen Tipp und dann klappt das auch schon meistens." (i9/86-91)

Eine systematische Planungsstrategie zur Aufgabenbewältigung ließ sich aus den Interviews nicht ableiten. Diese verlangt ein entsprechendes theoretisches Wissen hinsichtlich der Bewegungsstrukturen, beziehungsweise biomechanische Kenntnisse, die in eine Planung einfließen könnten. Es ist zu vermuten, dass hierin Ähnlichkeiten zum schulischen Lernen gesehen werden, die im informellen und freizeitlichen Kontext von den Jugendlichen eher nicht angestrebt werden.

Phase 3

Lernerfolge werden in erster Linie zurückgeführt auf das Merkmal der häufigen Wiederholung und des eher zufälligen Eintretens einer erfolgreichen Bewegungsrealisierung:

> „Wenn man's probiert und man merkt ‚aha, es klappt so nicht', dann probiert man's andersrum und wenn's dann so klappt, dann weiß man, es ist Okay." (i23/95-103)

Dabei zeigt sich, dass ein auf dem Prinzip des Experimentierens beruhendes Lernen in vielen Fällen einen ausgesprochen langwierigen Prozess zur Folge hat. Schnelle Erfolge, entsprechen eher dem Kalkül einer zweckrationalen Lerntechnologie. Formelle Lernwelten (Schul- und Vereinssport) sind so definiert. Der Lernprozess der von uns interviewten Skater scheint eher auf Extension angelegt zu sein. Der Umstand der Selbststeuerung des Lernens folgt dabei nicht zwangsläufig dem Erfolgskriterium der Lerngeschwindigkeit. Das für die Skaterszene leitende Kriterium steht in enger Verbindung mit der

friedrich.qxd 17.12.2004 22:46 Seite 93

Möglichkeit des permanenten Experimentierens mit den Bewegungselementen. Ist ein neues Bewegungsmusters einmal erlernt, wird dieses Muster auch extensiv reproduziert. Hierin lässt sich eine gewisse Bewegungslust vermuten, die sich selbst genügt, ohne sofort zur nächsten Bewegungsaufgabe über zu gehen.

Aus der erfolgreichen Aufgabenbewältigung im informellen Kontext entstehen genetisch neue Herausforderungen, die dann mehr einer inneren Einstellung als einem formellen Lernprogramm folgen. Einer unserer Interviewpartner hat dies so ausgedrückt:

> „... das ist ja alles eine Sache des Gefühls, weil man ja ein bißchen länger fährt und dann kann man sich wieder neu an einen Trick wagen und dann kommen auch noch mal neue Ideen, was man machen könnte." (i25/106-140)

Phase 4

Der Übungsprozess wird von den befragten Skatern am häufigsten mit metakognitiven Aussagen besetzt und verbunden. Hier scheint informelles und selbstgesteuertes Lernen einem eigenen Prinzip zu folgen. Dieses Prinzip entspricht unserer ursprünglichen Annahme, dass der Lernvorgang der sportdidaktischen Leitlinie „vom Einfachen zum Komplexen" ähnelt.

> „Man probiert immer jeden Tag den Trick, den man kann, irgendwann härter, schneller, weiter, wie auch immer." (i23/76-79)

Ein anderer Skater formuliert es so:

> „...wenn man gerade erst anfängt, dann ist es wahnsinnig schwer, weil die Basistricks, die muß man erstmal erlernen..." (i12/112-114)

Neben der Frage, welche methodischen Prinzipien das Lernen der Skater auszeichnen, wurde im Rahmen unserer Interviews auch die Lernmotivation thematisiert. In unserer Hypothese waren wir davon ausgegangen, dass insbesondere die Zwanglosigkeit des informellen Lernkontextes hier eine besondere Rolle spielt. Es zeigt sich jedoch, dass die Lernsituation keineswegs als völlig zwanglos aufgefasst wird. An die Stelle äusserer Zwänge, die in schulisch-formellen Lernprozessen eine erhebliche Rolle spielen, tritt hier ein intrinsischer Impuls, sich selber in seinem Können weiter zu entwickeln. Unsere Interviewpartner reflektieren und interpretieren ihre Handlungsbedingungen diesbezüglich mit folgenden Sätzen:

> „Man muß Lust haben und Ergeiz, Ehrgeiz, Ehrgeiz gehört dazu." (i24/159-160)

> „Bei den meisten Sachen ist das so, dass man sich einfach überwinden muß da einfach dran zu bleiben, sonst lernt man es eh nicht." (i9/75-77)

friedrich.qxd 17.12.2004 22:46 Seite 94

Die Erfahrungen, die Skater im Zusammenhang mit den selbstgesuchten Herausforderungen machen, sind aber nicht immer positiver Art:

> „Ich leg mich halt so oft auf's Maul, bis ich es schaffe." (i10/96-97)

Man stelle sich eine vergleichbare Situation in den formellen Lernsituationen eines schulischen Sportunterrichts vor, in welchem die Unversehrtheit der Schülerinnen und Schüler oberstes Gebot darstellt. Die Gegenleistung, die sich bei Erfolg im informellen Kontext einstellt, drückt sich aus in einem Hochgefühl:

> „...ein schönes neues Gefühl, wenn man den Trick richtig cool gemacht hat." (i20/93-95)

4 Zusammenfassung und Fazit

Zusammenfassend lassen sich aus unseren Ergebnissen folgende lernrelevanten Prinzipien in Bezug auf das informelle Lernen der untersuchten Gruppe generieren:

1 Skater lernen vorwiegend durch Beobachtung und Nachahmung.
2 Der Lernvorgang folgt dem didaktischen Prinzip ‚vom Einfachen zum Komplexen'.
3 Der Prozess extensiven Wiederholungslernens wird situationabhängig gestaltet.
4 Das Bewusstsein (Metakognitionen) vom Lernprozess bildet ein Qualitätsmerkmal.
5 Lernen und Anwenden werden nicht differenziert (‚permanentes Lernen').
6 Informalität bildet die Grundlage für eine nachhaltige Lernmotivation.

Ausgehend von der Definition selbstgesteuerten Lernens von KNOWLES (1975), können wir davon ausgehen, dass die in der Skaterszene typischen Lernprozesse vergleichbar angelegt sind. Hervorzuheben ist hierbei, dass das Lernen auch ohne die Hilfestellung formeller Lehrpersonen initiiert, organisiert, kontrolliert und evaluiert wird.

In Bezug auf die Überlegung, dass die genannten Prinzipien des informellen Lernens der Skater auch im Schul- oder Vereinssport Eingang finden sollten, lässt sich folgendes ableiten:

1. Eine Orientierung an den informell ausgerichteten Lernprinzipien der Skater würde voraussetzen, sich von Effektivitätsmaßstäben einer zeitökonomischen Lehr-/Lerntechnologie zu trennen. Zu unstrukuriert und teilweise zufällig verlaufen die Lernprozesse, die die Skater beschreiben. Deren aufwändiges und umfangreiches Wiederholungslernen folgt eigenen szenetypischen Handlungsorientierungen.

friedrich.qxd 17.12.2004 22:46 Seite 95

2. Deren informelles Lernkonzept setzt eine intrinsische Motivationslage voraus. Diese wird durch die Möglichkeit eines „Go-as-you-please" bestimmt.
   Einer unserer Interviewpartner drückt dies so aus:

   „Also jeder kann machen, wozu er Bock hat, und das ist das Lustige daran." (i5/50-51)

   Dass damit auch eine bewusste Abkehr der Jugendlichen von formellen Lernstrukturen der Schule und des Vereins verbunden ist, lässt sich durch die Studie jedoch nicht eindeutig bestätigen.
3. Informelles Lernen in formelle Lerninstitutionen zu überführen, wirft darüber hinaus ein pädagogisches Normenproblem auf. Es ist die Frage zu beantworten, ob freizeitliche Entfaltungsräume nicht dadurch an Bedeutung verlieren, dass sie technologisch okkupiert werden. Diese Räume vermitteln Kindern und Jugendlichen die Erfahrung, dass sie selbstständig und selbstwirksam handeln und interagieren können und dies auch ohne den doppelten Boden eines die Selbststeuerung arrangierenden Pädagogen.

Dass selbstgesteuertes Lernen auch ohne formelle Intervention von Lehrkräften möglich ist, zeigen unsere Ergebnisse. Die Pädagogik der Schule geht einen anderen Weg. Sie konstatiert die Defizite unserer Schüler im Hinblick auf deren Selbststeuerungskompetenz und verbindet damit die Notwendigkeit, den Kompetenzaufbau methodisch kontrolliert und extern zu regeln.

Das informelle Lernen der Skater weist dagegen eigene Prinzipien und Strukturen auf. Diese widersetzen sich strukturell einer Übernahme durch die Bildungsinstitutionen. Wir sollten den Mut haben, es dabei zu belassen!

Anmerkungen

1 Vgl. FRIEDRICH u. a. 2002.
2 Vgl. z. B. WEINERT 1982.
3 KNOWLES 1975, 33f.
4 TOUGH, A.M. 1971, 116.
5 ZIMMERMANN 1989, 4.

Literatur

BAUR, J. / BURRMANN, U. (2003): Jugendliche Sportvereinsmitglieder als „Trittbrettfahrer"? In: Sportwissenschaft 33(2003) 4, 367-382.

EHNI, H. (1998): Den Skatern auf der Spur. In: Schwier, J. (Hrsg.): Jugend – Sport – Kultur. Zeichen und Codes jugendlicher Sportszenen. Schriften der dvs. Bd. 92 Hamburg: Czwalina. 109-123.

friedrich.qxd 17.12.2004 22:46 Seite 96

FREIRE, P. (1973): Pädagogik der Unterdrückten. Bildung als Praxis der Freiheit. Stuttgart: Kreuz.

FREINET, E. (1985): Erziehung ohne Zwang. München: DTV.

FRIEDRICH, G./FLEER, Y/MÖLLER, J./HASELHUHN, M./SUNDHEIM, P./STÜER, S. (2002): Forschend lernen, Forschen lernen im Sportstudium. In: Friedrich, G. (Hrsg.): *Sportpädagogische Forschung – Konzepte, Ergebnisse, Perspektiven*. (Schriften der deutschen Vereinigung für Sportwissenschaft, 126, S. 228-233). Hamburg: Czwalina.

GROW, G. O. (1991): Teaching learners to be self-directed. Adult Ed. Quarterly, 41, 125-149.

KELLE, U./KELLE, S. (1999): Vom Einzelfall zum Typus. Opladen: Leske+Budrich.

KNOWLES, K. R. (1975): Self-directed learning. A guide for learners and teachers. NY: Assoc. Press.

KUCKARTZ, U. (1999): Computergestützte Analyse qualitativer Daten. Opladen: Westdeutscher Verlag.

LAMNEK, S. (1993): Qualitative Sozialforschung. Band 1: Methodologie. Weinh.: Beltz (3. Aufl.).

LAMNEK, S. (1993): Qualitative Sozialforschung. Band 2: Methoden und Techniken. Weinh.: Beltz (3. Aufl.).

MAYRING, PH. (1995): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundfragen und Techniken. Weinheim: Deut. Studienverlag (5. Aufl.).

MONTESSORI, M. (1909): Selbsttätige Erziehung im frühen Kindesalter. Stuttgart: Hoffmann.

MUMMENDEY, H. D. (1995): Die Fragebogenmethode. Göttingen: Hogrefe (5. Aufl.).

Neber, H./Wagner A. C./Einsiedler W. (Hrsg.) (1978): Selbstgesteuertes Lernen. Psychologische und pädagogische Aspekte eines handlungsorientierten Lernens. Weinheim: Betz.

NEILL, A. S. (1971): Das Prinzip Summerhill: Fragen und Antworten. Reinbek: Rowohlt.

PREUSS-LAUSITZ, U. (1969): Wege zur demokratischen Schule. Blätter f. deut.u.intern. Politik, 14(1),45-61.

ROGERS, C. R. (1974): Lernen in Freiheit. Zur Bildungsreform in Schule und Universität. München: Kösel.

SCHILDMACHER, A. (1998): Trends und Moden Jugendsport. In: Schwier, J. (1998): a. a. O., 63-76.

SCHWIER, J. (1996): Skating und Streetball im freien Bewegungsleben von Kindern und Jugendlichen. In: Schmidt, W. (Hrsg.): Kindheit und Sport – gestern und heute. Schriften der dvs. Bd. 76. Hamburg: Czwalina, 71-83.

friedrich.qxd 17.12.2004 22:46 Seite 97

SCHWIER, J. (1998): Spiele des Körpers. Jugendsport zwischen Cyberspace und Streetstyle. Hamburg.

SEMMERLIN, R./KITZ, R./PLAGGENBORG, J. (Hrsg.) (1985): Selbstlernkonzepte. Definition und konkrete mögliche Perspektiven. Eine Bibliographie. Oldenburg: R-Druck.

STIEFEL, R.TH. (1980): Betriebliche Weiterbildung. München: Ölschläger.

TELSCHOW, S. (2000): Informelle Sportengagements Jugendlicher. In: Sport Praxis 17 (2000) 4, 42-47.

TOUGH, A. M. (1971): The adults learning projects. Ontario Inst of Ed.

VILMAR, F. (1969): Die Mitbestimmung der Schüler. Bl. f. deut. u. intern. Politik, 14 (1), 62-70.

WEINERT, F. ET AL. (1982): Selbstgesteuertes Lernen als Voraussetzung, Methode und Ziel des Unterrichts. Unterrrichtswiss., 2, 99-110.

WITZEL, A. (1985): Das problemzentrierte Interview. In: Jüttemann, G. (Hrsg.): Qualitative Forschung in der Psychologie. Weinheim:Beltz, 227-256.

ZIMMERMANN, B. J. (1989): A social kognitive view of self-regulated academic learning. Journal of Educational Psychology, 81, 329-339.

ZEITSCHRIFT PÄDAGOGIK (2003): Selbstgesteuertes Lernen. 55(2003)5. Hamburg: Beltz.

laging.qxd 17.12.2004 22:46 Seite 98

Ralf Laging

Lerngelegenheiten in informellen Bewegungsräumen von Kindern

1 Einführung

Wie Kinder selbst ihre Spiel- und Bewegungsräume als Akteure ihrer Lebenswelt wahrnehmen, darüber wissen wir aus der Kindheitsforschung relativ wenig. In vielen bewegungsbezogenen Studien geht es um die Verdrängung der „Straßenkindheit" zugunsten einer institutionalisierten oder kommerzialisierten „Sportkindheit". (vgl. Zinnecker 2001; Büchner 2001; Zeiher & Zeiher 1994; Fölling-Albers & Hopf 1995; Zinnecker & Silbereisen 1996). Es bleibt jedoch die Frage nach den informellen Bewegungsräumen, die – wenn auch in anderer Quantität und Qualität – nach wie vor eine wichtige Rolle im Lebensraum der Kinder spielen.

Unter dem Eindruck zunehmender Institutionalisierung von Aktivitäten, scheint der informelle Lebensraum verloren zugehen. Dies kann für das Lernen nicht folgenlos bleiben, da weit mehr in informellen Situationen gelernt wird, als dies in formalisierten Situationen wie in der Schule, in Nachmittagsangeboten für Musik, Kunst und Sport sowie im Nachhilfeunterricht oder in Bildungseinrichtungen zur Begleitung von Erziehungs- und Entwicklungsprozessen von Kindern und Jugendlichen der Fall ist. Insofern scheint der Blick über die Institutionen hinaus auf die informellen Lebensräume immer wichtiger zu werden. Dabei stellt sich dann die Frage nach der Qualität dieser Räume. Auch die Bewegungsaktivitäten von Kindern und Jugendlichen und die damit verbundenen sozialen Kompetenzen sowie ein Wissenserwerb über Bewegung finden in informellen Räumen statt – und wie wir wissen – nehmen die selbstorganisierten Aktivitäten zu. Aus der Perspektive der Vereinnahmung des Bewegungslebens durch Institutionen erscheint das informelle Bewegungs- und Sporttreiben offenbar defizitär zu werden. Es stellt sich die Frage, wo es in ausreichendem Maße frei zugängliche Plätze gibt, auf denen Kinder Ball spielen lernen, bevor sie in formellen Einrichtungen, wie den Sportvereinen, Sportspiele spielen lernen sollen? Darauf folgt die Frage nach den verfügbaren frei zugänglichen informellen Bewegungs- und Spielräumen sowie nach deren Qualität. Ich will mich mit diesem Beitrag auf Spielplätze als informelle Lernorte konzentrieren und fragen, welche Bedeutung die Spiel-

laging.qxd 17.12.2004 22:46 Seite 99

plätze im Rahmen der Nachmittagsgestaltung von Kindern haben und welche Lerngelegenheiten daraus für sie erwachsen.

Spielplätze sind speziell für die Spiel- und Bewegungsbedürfnisse von Kindern geschaffene Einrichtungen, die den freien Streifräumen der Kinder gegenüber stehen. Sie verfügen über eine definierte Fläche an einem bestimmten Ort mit einer relativ festen Ausstattung und mit mehr oder weniger festgelegten Regeln. Insofern sind sie in gewisser Weise auch formelle Räume. Andererseits sind sie aufgrund des freien Zugangs und der geringen Regelungsdichte im Alltag der Kinder als informelle Aktionsräume anzusehen. Nach vorliegenden Untersuchungen können die wohnungsnahen Spielplätze neben „Garten“ und „Spiel vor der Haustür“ als wichtige informelle Bewegungsorte zwischen organisierten Einrichtungen wie z. B. den Vereinen einerseits und verhäuslichten Aufenthaltsorten andererseits angesehen werden (RAUSCHENBACH / WEHLAND 1989). Über den Zustand und dass Potenzial als informeller Spiel- und Lernort für die Sozialisation und Entwicklung von Kindern sowie über die Attraktivität gibt es nach derzeitigem Wissensstand sehr unterschiedliche Einschätzungen. So werden Spielplätze beispielsweise nur dann als nennenswerte Spiel- und Bewegungsorte aufgesucht, wenn sie für die Kinder attraktiv sind und die Eltern den Spielplatz für „gut“ halten (FÖLLING-ALBERS & HOPF 1995, 47 ff). Dennoch sind sie oft die einzigen Orte, an denen sich Kinder selbstorganisiert treffen und gemeinsam spielen. Insgesamt kann also davon ausgegangen werden, dass der Spielplatz für das „Draußen Spielen“ von Jungen und Mädchen einen wichtigen Aktivitätsort darstellt (LAGING 2002; FUHS 1996; FÖLLING-ALBERS & HOPF 1995; LEDIG 1992).

Ich möchte aus einer qualitativen Studie berichten, in der es um die Aufenthaltsorte von Kindern im Alter von 10-12 Jahren in der Stadt Magdeburg ging. Die Kinder sollten aus ihrer Sicht ihre Aufenthalts-, Spiel- und Bewegungsorte darstellen. Aus dem Gesamtspektrum von Aufenthaltsorten greife ich hier die Spielplätze als informelle Bewegungs- und Lernorte heraus.

Exemplarisch wurden zwei sich deutlich in Infrastruktur, Bausubstanz und Sozialmilieu unterscheidende Stadtteile ausgewählt, die hier kontrastierend gegenübergestellt werden sollen. Die zentrale Fragestellung lautete: „Wie sehen Kinder ihre Aufenthaltsorte am Nachmittag?“ Speziell sollten dann die Spiel- und Bewegungsräume in den Mittelpunkt gerückt werden. Die Frage, *wie* Kinder *ihre* Bewegungs- und Spielräume sehen, schließt die Frage nach den *Orten* und *Aktivitäten* mit ein, denn die Kinder sollten aufgefordert werden, ihre Sicht an konkreten Orten und Aktivitäten festzumachen.

laging.qxd 17.12.2004 22:46 Seite 100

2 Einige Überlegungen zum Wandel von Spiel- und Bewegungsräumen

Wir können davon ausgehen, dass das Kinderspiel im Kontext kognitiver, sozialer, emotionaler und motorischer Entwicklung sowie Sozialisation als eine wichtige Lerngelegenheit gedeutet werden kann. Das Spiel dient der Einübung und Ausbildung gesellschaftlich bedeutsamer Leistungen und Funktionen sowie dem Erwerb von Fähigkeiten und Fertigkeiten, etwa im sozialen oder motorischen Bereich. In Bewegungsspielen beispielsweise geht es für Kinder um das Vereinbaren, Erfahren und Verändern von Regeln oder im materialbezogenen Spiel um das spielerische Sich-Erproben des eigenen Bewegungskönnens und der Vergewisserung der eigenen körperlichen Möglichkeiten an festen oder beweglichen Geräten und Materialien bzw. um das bewegungsbezogene Erfahren von Eigenschaften der Materialien und Geräten selbst (vgl. SCHERLER 1985).

Spiel- und Bewegungsräume können als Aktionsräume der Kinder gesehen werden. Die Handlungen implizieren die Wahrnehmung mit allen Sinnen und beziehen sich auf den wahrgenommenen und konstruierten Raum. So können Kinder durch eigenes Bewegungshandeln sowie durch das Handeln ihrer Mitakteure Spuren in den Bewegungs- und Spielräumen hinterlassen und diese gleichsam anderen für ihre Kultivation „anbieten", aber gleichzeitig auch selbst wieder aufnehmen, verändern und in neuer Gestalt wieder hervorbringen. Die aufgesuchten und genutzten Spiel- und Bewegungsräume sind nicht nur kokonstruiert, sondern zugleich Anleitung für neue Ko-Konstruktionen (vgl. FUHRER & QUASIER-POHL 1997, S. 182). Ob nun Kinder in der sich wandelnden Lebenswelt mit raumgreifender Asphaltierung und Bebauung noch hinreichende förderliche Entwicklungs- und Lernchancen vorfinden, wird derzeit kritisch eingeschätzt. Die mehr oder weniger gut belegten Phänomene einer veränderten Kindheit (vgl. BEHNKEN & ZINNECKER 2001) zeigen, dass sich die Lebenswelt heutiger Kinder deutlich von denen vorgängiger Generationen unterscheidet. Damit ist noch nichts darüber ausgesagt, ob die heutige Kindheit ärmer oder reicher an Erfahrungspotenzialen ist, ob Kinder sich heute weniger oder mehr bewegen als die Kindergenerationen davor und ob Kinder heute motorische Defizite gegenüber früher aufweisen oder nicht. Die empirische Forschung befördert derzeit noch z. T. widersprüchliche empirische Daten und Ergebnisse hervor, die keine eindeutigen Antworten zulassen (vgl. KRETSCHMER 2003, KLEINE & PODLICH 2002, KRETSCHMER & GIEWALD 2001).

In meiner Studie wird der Frage nach den Bewegungs- und Spielaktivitäten in informellen Räumen nicht quantitativ, sondern qualitativ aus der Sicht von Kindern nachgegangen.

laging.qxd 17.12.2004 22:46 Seite 101

3 Die Kinder zu Wort kommen lassen – Aufsätze schreiben

Die Forschungsmethode ist so gewählt, dass die Kinder sich mit eigenen Worten offen zu ihren Spiel- und Bewegungsräumen und ihren Aktivitäten in ihrem Lebensraum äußern können. Ihre Texte sollen Aussagen darüber zulassen, wie, wo und was sie in ihrem Stadtteil und in ihrer näheren Wohnumgebung unternehmen und spielen. Als Methode dient der Kinderaufsatz (vgl. CZERWENKA u. a. 1990); angeregt durch einen Schreibimpuls, wurden die Kinder aufgefordert, einen Aufsatz zu folgendem Thema zu schreiben: „Der kleine Prinz (oder die kleine Prinzessin) will wissen, was und wo du spielst." Die Vorgeschichte beginnt dann mit der Aufforderung: „Stell dir vor, plötzlich steht ein kleines Mädchen vor dir, das nie eine Schule gesehen hat. Du findest sie ein wenig seltsam, denn ....". Die Figur des kleinen Prinzen ist an dem Weltraummärchen des bekannten gleichlautenden Kinderbuchs angelehnt (ANTOINE DE SAINT-EXUPÉRY 1946), in dem der kleine Prinz auf der Suche nach Weisheit des Lebens viele Planeten bereist. Die Kinder sollen diesen Erzählimpuls aufnehmen und von Räumen erzählen, die sie aufsuchen und von sozialen Kontakten, die sie pflegen. Sie sollen ihre Einschätzungen zu den vorhandenen Freizeit- und Spielmöglichkeiten berichten und beschreiben, welche Aktivitäten sie unternehmen.

Mit dieser Perspektive können Wissensbestände, Interaktionen und kulturelle Praktiken von Kindern untersucht werden (vgl. HEINZE 1997). Kinderaufsätze sind insofern eine Möglichkeit qualitativer Forschungsstrategien. Die Auswertung der Kinderaufsätze erfolgt in Anlehnung an die Methode der Grounded Theory von STRAUSS & CORBIN (1996). Sie ermöglicht einen strukturierten Umgang mit qualitativen Daten, wie dies für inhaltsanalytisches Vorgehen generell gilt (MAYRING 1997, S. 11). Ich werde hier auf die inhaltsanalytische Auswertung mittels Kodierung nicht näher eingehen. Dies kann bei weiterem Interesse gut nachgelesen werden.

4 Die untersuchte Altersgruppe

Die Untersuchung bezieht sich auf die späte Kindheit und das frühe Jugendalter, auf die so genannten „Lücke-Kinder" (FRIEDRICH u. a. 1989). Sie bilden den Übergang von dem einen zum anderen Lebensabschnitt. Sie sind vor allem deswegen interessant, weil sie lebensweltliche Interpretationen zum Vorschein bringen, die sowohl die Kindheit als auch das Jugendalter betreffen. Andererseits sitzen sie immer „zwischen den Stühlen", weil die Kinderspielplätze nicht mehr ihren Vorstellungen und Interessen entsprechen, aber altersangemessene jugendorientierte Freizeitangebote für sie noch nicht existieren. Dieser Widerspruch ist besonders deswegen bedenkenswert, weil gerade die Altersgruppe der 10-12jährigen besonders aktiv ist und eine enorme Interessenvielfalt auf-

laging.qxd 17.12.2004 22:46 Seite 102

weist, die im Verlauf ihres späteren Lebens unerreicht bleiben wird (vgl. ZINNECKER & SILBEREISEN 1996, S. 57).

In die Untersuchung sind Kinder der 5. und 6. Klasse aus den zwei sehr unterschiedlichen Stadtteilen einbezogen worden. Insgesamt lagen nach der Erhebungsphase 162 Aufsätze vor. Beide Stadtteile und beide Geschlechter sind mit Aufsätzen etwa gleich stark repräsentiert.

Nach dem aufwendigen inhaltsanalytischen Auswertungsverfahren konnten die folgenden Kategorien gebildet worden: *Treffpunkt / Pünktlichkeit, Indoor-Aktivitäten, Outdoor-Aktivitäten, Geld und Konsum, Wünsche und Beschwerden, Konflikte, Zeitmanagement.* Zu diesen Kategorien finden sich in unterschiedlichem Ausmaß umfängliche Aussagen in den Aufsätzen. Ich beschränke mich hier auf die Kategorie „Outdoor-Aktivitäten" und hier speziell auf die Spielplatzaktivitäten.

5 Kinder in ihren Spiel- und Bewegungsräumen

Die Auswertungskategorie Outdoor-Aktivitäten befasst sich mit einer Reihe von Fragen, die an die Texte der Kinder gestellt worden sind: „Womit, was und wo spielen Kinder außerhalb ihrer Wohnung? Wie weiträumig erstreckt sich ihr Streifraum? Fühlen sich die Kinder bestimmten Orten gegenüber besonders verbunden? Benennen sie bestimmte Plätze, Flächen und Orte namentlich? Lassen sich in ihren Beschreibungen von Aktivitäten Vorlieben und Abneigungen erkennen? Wie vielfältig und variantenreich sind ihre Aktivitäten und Unternehmungen? Welche Bedeutung hat der jeweilige Stadtteil für ihr Spielen und Bewegen im Freien? Um den Einfluss der jeweiligen Stadtteilstruktur auf die Aktivitäten und Aktionsräume im Umfeld der Wohnung reflektieren zu können, wird jeweils zuvor der betreffende Stadtteil kurz charakterisiert.

5.1. Der Stadtteil „Neu-Olvenstedt"

Neu-Olvenstädt ist eine Plattenbausiedlung mit vielen Grünflächen, guter Verkehrsanbindung und mit einem schwierigen sozialen Milieu.

5.2. Wo halten sich die Kinder in Neu-Olvenstedt auf und welche Aktivitäten nehmen sie wahr?

Der wesentliche Aufenthaltsort in Neu-Olvenstedt ist der Spielplatz. Die von den Kindern genannten Aktivitäten sind sehr vielfältig, sie sind fast immer mit konkreten Spielplätzen und ihren Geräten verbunden. Es geht vor allem um Verstecken spielen, Spazieren gehen, Schaukeln, mit dem Ball spielen, Inliner fahren, Fußball spielen, Fangen spielen, mit der Seilbahn spielen, Sitzen und Erzählen sowie Fahrrad fahren. Zunächst fällt auf, dass der Spielplatz für die

laging.qxd 17.12.2004 22:46 Seite 103

Nachmittagsgestaltung ein zentraler Ort ist, an dem man sich trifft, von wo aus man Unternehmungen startet und zu dem man nachmittags mehrfach zurückkehrt. Der Spielplatz selbst wird natürlich auch für Spiele und Bewegungsaktivitäten genutzt. Die Verwendung der installierten Geräte lässt sich unterteilen in Nutzungen im Sinne des Materials und in solche, bei denen sich die Kinder die Geräte für ihr Spiel „passend" machen. Auch das „Rumhängen" und „Spazieren gehen" findet sehr häufig in der Nähe von Spielplätzen statt. Dies bietet sich in Neu-Olvenstedt deswegen besonders gut an, weil die Grenzen der Spielplätze fließend in andere offene freie Flächen und Wege übergehen. So haben die Kinder die Möglichkeit, sich zu entfernen oder eine Bank aufzusuchen, ohne das Geschehen auf dem Spielplatz aus den Augen zu verlieren. Diese Interpretation soll im Folgenden mit einigen Ereignissen belegt und konkretisiert werden.

1. Spiele spielen: z. B. „Engel auf Erden"

Viele Aufsätze enthalten die Nennung und oft auch detaillierte Beschreibung von einzelnen Spielen:

> „Als sie da war, fragte die kleine Prinzessin, was wir spielen wollen? Sandra schlug vor, wir spielen ‚Engel auf Erden'. Das ist unser Lieblingsspiel. Die kleine Prinzessin kannte das Spiel nicht. Also mussten wir ihr das Spiel erklären. Wer mit Suchen an der Reihe ist, muss die Augen schließen und in der Zwischenzeit verstecken sich die anderen Kinder. Er muss sie mit geschlossenen Augen suchen. Wenn ein Kind abgeschlagen wird und der eine ‚Engel auf Erden' sagt, ist der nächste dran mit suchen."

Dieses Spiel ist über alle Schulen hinweg das beliebteste Spiel unter allen genannten Spielen. Kinder aus jeder Schule erwähnen es als eine ihrer wesentlichen Spielaktivitäten. Nancys Freundin beschreibt die Einbindung des Spiels in das komplexe Geschehen auf dem Spielplatz:

> „Ich sagte: bis morgen beim Spielplatz um 14:00 Uhr. Am anderen Tag war das Mädchen pünktlich da. Nancy und ich … hatten uns um 5 Minuten verspätet. Wir zeigten ihr zuerst unser Wohngebiet. … Und dann gingen wir wieder zum Spielplatz zurück und spielten was, z. B. Engel auf Erden, Verstecken, Fangen, Blinde Kuh, Flüstertelefon."

2. Sich unterhalten und etwas unternehmen

Die Kinder einer Schule bevorzugen den Wasserspielplatz, wobei nicht das Wasser den Ausschlag gibt, sondern es wieder um einen Treffpunkt geht:

> „Dann gingen wir zum Wasserspielplatz und setzten uns auf die Schaukel. Wir redeten über die Dinge, die wir gesehen haben und erklärten ihr einige Dinge."

Zwar berichtet das Mädchen davon, dass sie auch geschaukelt haben, aber dieses Ereignis ist nur von sekundärer Bedeutung. Primär kommen die Kinder

laging.qxd 17.12.2004 22:46 Seite 104

offenbar auf den Spielplatz, um sich dort zu unterhalten und weitere Verabredungen zu treffen. Ein anderes Mädchen schildert einen sehr bewegungsintensiven Spielplatzbesuch, obwohl es ursprünglich in die Stadt gehen wollte:

> „Da sagte Lisa, dass sie gar nicht in die Stadt will, darum sind wir auf den großen Spielplatz gegangen. Ich sagte Lisa (Prinzessin), komm, wir Schaukel mal ne Runde. Nein, ich will was spielen. Okay, was willst du denn spielen und etc.? Ich fange auch und dann haben wir noch Verstecken gespielt. Aber es war auch schon 16:00 Uhr. Wir fragten sie, wie lange sie draußen bleiben darf, bis 19:00, ok. Dann können wir noch in die Stadt."

3. Das schulische Spielgelände als Treffpunkt und Ausgangspunkt

Viele Kinder bevorzugen die Schulnähe als Treffpunkt. Die Kinder einer Schule halten sich auch nachmittags auf dem dortigen Spielgelände auf:

> „Wo wir fertig waren mit Eis essen, gingen wir noch auf den Spielplatz an der Schule. Wir spielten noch Fangen, Verstecken und Engel auf Erden."

Der Besuch auf dem Spielplatz ist meist an weitere Aktivitäten gekoppelt. Für viele Kinder ist es normal, dass dem Besuch des Spielplatzes mehrere Tätigkeiten vorausgehen oder folgen werden. Marias Aufsatz hebt sich von den anderen ein wenig ab. Sie beschreibt anschaulich die Gestaltung ihres Nachmittags:

> „Wir trafen uns am Nachmittag auf dem Spielplatz hinter der Schule. Während ich ihr die Seilbahn und die Schaukel zeigte, kam meine beste Freundin Stefanie hinzu. Ich hatte ihr von meiner neuen Bekanntschaft erzählt. Eine Weile spielten wir mit der Seilbahn und aßen Gummibärchen. Dann fragte ich, ob wir mit dem Fahrrad zum Bördegarten fahren wollen … Also fuhren wir alle mit dem Fahrrad zum Bördegarten. Zwischendurch fuhren wir noch ein Wettrennen. Als wir endlich da waren, nahmen wir gleich die Riesenrutsche in Beschlag. Erst rutschten wir ein paar Mal hinunter, dann spielten wir Kriegen und mussten dabei furchtbar lachen."

Erneut fällt auf, dass der Spielplatz eine feste Instanz in der Lebenswelt der Kinder darstellt. Man trifft sich dort und startet weitere Aktivitäten, z. B. um zum Bördegarten zu fahren. Der Bördegarten ist ein parkähnliches Gelände mit einem großen Spielareal. Er gehört nicht mehr zum Stadtteil, grenzt östlich direkt an Neu-Olvenstedt an. Die Weite des Streifraumes dieses Mädchens und ihrer Freundin hebt sich von den Aktivitäten der anderen Kinder deutlich ab. Zwar fahren viele Kinder mit der Bahn an noch entlegenere Orte, aber für Mädchen, die mit dem Fahrrad unterwegs sind, ist der Weg zum Bördegarten eine vergleichsweise große Entfernung. Das Fahrrad wird hier sowohl als Transportmittel als auch als Spielzeug und Sportgerät definiert.

Es lässt sich zusammenfassend festhalten, dass sich die Mädchen in Neu-Olvenstedt insgesamt häufiger unmittelbar auf dem Spielplatz aufhalten als

laging.qxd 17.12.2004 22:46 Seite 105

dies die Jungen tun. Die Jungen verfügen über einen etwas größeren Streifraum im Umfeld der Spielplätze. Dabei nutzen sie auch die Inliner und das Skateboard. Sie werden aber nur selten erwähnt. Diese Aktivitäten finden dann in den Hinterhöfen der Wohnblocks statt. Auch das Fahrrad wird von den Jungen und einigen Mädchen erwähnt, aber es hat keine besonders große Bedeutung. Die seltenen Beschreibungen von so genannten jugendtypischen Bewegungsaktivitäten sind ein wenig überraschend, da doch die Rollgeräte, insbesondere das Fahrrad, als Symbol für Unabhängigkeit in der Jugendkultur angesehen werden können. In Verbindung mit der Auswertung von Indoor-Aktivitäten wird aber deutlich, dass die Jungen dieses Stadtteils häufiger öffentliche Einrichtungen ihres Stadtteils aufsuchen. Ihr Interesse an konkreten Spielplatzaktivitäten fällt deutlich geringer aus als das von Mädchen. Die bevorzugten Bewegungsaktivitäten sind das Fangen, Verstecken, das Spiel „*Engel auf Erden*“ und das „*Bowlingkugelspiel*“.

5.3. Der Stadtteil „Stadtfeld-Ost“

„Stadtfeld-Ost“ ist ein dicht bebauter historisch gewachsener Altstadt-Stadtteil mit vielen Häusern aus der Gründerzeit. Grünflächen gibt es nur sehr wenige, dafür sind Straßen durchweg mit fahrenden und parkenden Autos besetzt. Die Einwohner dieses Stadtteils sind eher der gehobenen Bildungsschicht zuzurechnen.

5.4. Die Räume und Aktivitäten der Kinder in Stadtfeld-Ost

In den Aufsätzen der Kinder aus dem Stadtteil Stadtfeld-Ost ist weit häufiger von Indoor-Aktivitäten die Rede, als dies im Stadtteil Neu-Olvenstedt der Fall ist. So halten sich die Stadtfelder Kinder in ihren Geschichten mehr in Wohnungen und Einrichtungen auf. Dennoch geht es in den Aufsätzen auch um die Spiel- und Bewegungsaktivitäten außerhalb der Wohnung. Die Auswertung der Aufsätze zeigt, dass die Kinder über vielfältige und variable Außenaktivitäten auch in diesem Stadtteil berichten.

Auch im Stadtfeld-Ost ist der Spielplatz der Hauptaufenthaltsort der Kinder am Nachmittag. Die Kinder erwähnen Aktivitäten wie Spazieren gehen, mit Inlinern fahren, Schaukeln, Ball spielen, auf dem Hof spielen, Klettern, mit Tieren spielen, im Park spielen, Fahrrad fahren, Fangen, Verstecken und Fußball spielen. Die Kinder einer bestimmten Schule erwähnen allerdings nur zur Hälfte Aktivitäten außerhalb der Wohnung. Dies hängt sicherlich mit der geografischen Lage des Einzugsgebietes dieser Schule zusammen. Sie befindet sich an einer stark befahrenen Straße und einem verkehrsreichen Wohngebiet. Die Kinder der anderen befragten Schulen beschreiben dagegen viele Außenaktivitäten auf dem großen Spielplatz dieses Stadtteils. Die Aktivitäten sollen mit einigen Textpassagen belegt werden.

laging.qxd 17.12.2004 22:46 Seite 106

1. Spielplatz als anregender Bewegungsraum

Wer also in der Nähe des großen Spielplatzes „Schellheimerplatz“ wohnt, spielt fast ausnahmslos dort. Dieser Spielplatz ist über das unmittelbare Einzugsgebiet hinaus im gesamten Stadtteil bekannt:

> „Ja! Also treffen wir uns um 14:30 Uhr und bei Schellheimerplatz, der ist ganz groß, dort treffen sich groß und klein... Komm, das ist meine Freundin Sandra. Wir schaukeln gerne und spielen mit dem Ball, hast du Lust mitzumachen?“

Dieses Mädchen beschreibt den Schellheimerplatz als einen Spielplatz für groß und klein. Die Beschreibung entspricht tatsächlich der Struktur und der Nutzung des Platzes. Er ist sehr stark frequentiert und wird sehr vielfältig genutzt. Einige Kinder suchen ihn vor allem deswegen auf, um andere Kinder zu treffen, um mit ihnen zu spielen und um sich zu bewegen:

> „Als er da war, gingen wir auf den Schellheimerplatz vor unserer Tür, das erste, was wir machten, war schaukeln und danach klettern auf dem Spinnennetz. Dann fuhren wir mit der Seilbahn, wir ziehen mal.“

2. Spielplatz als sozialer Erfahrungsraum

Für viele Kinder ist der Schellheimerplatz mehr als ein Spielplatz, er ist ein Treffpunkt und Aufenthaltsort, um sich zu zeigen und Freunde zu treffen:

> „Entweder wir gehen zu ihm nach Hause oder zu mir nach Hause oder in den Park, Julian, Bastie, Maik …, Marcel … und ich selber. Entweder wir reden über was oder spielen fangen oder verstecken oder wir schreiben uns gegenseitig SMS, also Kurznachrichten oder mein Freund Maik knutscht sich mit Nadine …“

Der Spielplatz bietet den Kindern Raum, um sich ungestört aufhalten zu können. In der obigen Textpassage finden sich die typische Situation dieses Lebensalters wieder: Einerseits spielen sie noch gerne fangen und verstecken, aber andererseits wird der Spielplatz genutzt, um sich als Jugendliche zu zeigen. Ähnliche Aussagen finden sich in vielen Aufsätzen der Jungen und Mädchen aus dem Einzugsgebiet dieses großen Spielplatzes. Dabei kommt häufig auch zum Ausdruck, dass es ihnen neben der Spielplatz-Aktivität an altersgemäßen Alternativen (z. B. großflächige Plätze und Einrichtungen für die attraktiven Rollgeräte wie Skateboard, Inliner, Fahrrad oder Anlagen für große Ballspiele) fehlt.

3. Mal hier, mal da – auf der Suche nach attraktiven Spielmöglichkeiten

Während die Kinder aus der Umgebung des Schellheimer Platzes ihren Mittelpunkt vor allem auf dem dort befindlichen großen Spielplatz haben, gibt es für die Kinder anderer Wohnlagen dieses Stadtteils keine Präferenz für einen besonderen Spielplatz. Sie sind zwar auch in ihrem Wohngebiet heimisch, aber längst nicht in dieser Weise an einen bestimmten Spielort gebunden:

laging.qxd 17.12.2004 22:46 Seite 107

> „Ich gehe mit der Prinzessin auf die Spielplätze der Umgebung. Der Spielplatz, auf denen wir als erstes, heißt Schellheimerplatz, man kann klettern, rutschen, schaukeln, aber der Spielplatz ist ein bisschen weit weg. Dann zeige ich den Annaspielplatz. Der Spielplatz heißt so, weil die Straße Annastraße heißt. Man kann rutschen, klettern und schaukeln, aber da sitzen immer Jugendliche. Die besten Spielplätze sind in Wohnsiedlungen, die sind kaputt. Sonst kann man nichts machen, sonst spiel ich zu Hause."

Der Text dieses Mädchens bietet so etwas wie eine Gebrauchsanweisung für jeden Spielplatz. Die Beschreibungen der Aktivitäten deuten nicht darauf hin, dass sie selbst auf den Spielplätzen sehr aktiv ist. Allerdings drückt sich in diesem Text auch so etwas wie eine allgemeine Stimmung der Aufsätze aus dem Einzugsgebiet dieser Kinder in bezug auf ihre Spielumwelt aus:

> „Wir könnten z. B. auf den Annaspielplatz gehen. Wir könnten in die Spielemma gehen, aber die ist nicht so gut. Da, wo Spielplätze sind, ist meistens Privatgrundstück oder Tretminen von Hunden. Das ist doof… sonst ist es in Magdeburg langweilig."

oder

> „Meistens spiele ich eher drinnen, aber wenn ich rausgehe, weiß ich nicht wohin. Bei mir in der Nähe gibt es einen ganz kleinen Spielplatz. Dort sind solche Drehscheiben ... Dort ist die Schrote auch nicht so schön, da sie so verdrekkt ist. Dann gibt es noch den Alexander Puschkin-Spielplatz. Der ist zwar groß, aber er ist schon so alt. Dort steht: ein Drehkarussel, ein Klettergerüst und eine Wippe. Dann gibt es noch den Schellheimer-Spielplatz. Der ist großartig, aber der ist so weit weg von mir. Außerdem ist der auch schon vollgespräht. Sonst gibt es wirklich keine Spielplätze mehr in der Nähe."

Diese Kinder sind offenbar mit ihrer Spielumgebung nicht sehr glücklich. Entweder sind die Plätze zu klein, zu alt oder verschmutzt. Der einzige gute Spielplatz dieses gesamten Stadtteils ist für diese Kinder zu weit entfernt. Dadurch stecken diese Kinder in einem Spielplatzdilemma: sie möchten gerne spielen, aber die Spielplätze sind für sie nicht bespielbar oder nicht erreichbar.

Es kann zusammenfassend festgehalten werden, dass die Spielplätze im Stadtteil „Stadtfeld" zwar genutzt werden, aber längst nicht in dem Maße Aufenthaltsorte sind, wie dies in Neu-Olvenstedt der Fall ist. Oft ist der Spielplatz nur eine Zwischenstation oder ein Ort, an dem man mal vorbeischaut. Alle Texte der Kinder dieses Stadtteils geben keine genaue Beschreibung einzelner Spielaktivitäten oder einzelner Spiele. Solche Beschreibungen sind nur vereinzelt dort zu lesen, wo Kinder den Schellheimerplatz besuchen. Deutlich wird aber auch, dass die Kinder dieses Stadtteils sehr viel häufiger von Aktivitäten im Übergang zum Jugendalter berichten (Shopping, Stadt, Internet, Kino, Spaßbad Nemo etc.). Die sozial-ökonomische Besserstellung dieser Kinder führt offenbar dazu, dass sie wesentlich mehr institutionalisierte Aktivitäten in

laging.qxd 17.12.2004 22:46 Seite 108

Vereinen, Musikschulen und anderen privaten oder öffentlichen Einrichtungen wahrnehmen. Und noch etwas wird in diesem Stadtteil stärker gewichtet als in Neu-Olvenstedt: die Kinder berichten deutlich häufiger von Spielen in Hinterhöfen und Parks sowie vom Fahrradfahren, Inlinern oder Fußballspielen. Dies führt im Vergleich zu Neu-Olvenstedt zu einem anderen Aktivitätsspektrum und zu einer anderen Aneignung und Nutzung von Spiel- und Bewegungsräumen.

6 Folgerungen

Spielplätze sind wichtige Spiel- und Aufenthaltsorte für Kinder, um den Nachmittag zu gestalten.

Großräumigkeit mit Freiflächen führen offenbar zu mehr Außenaktivitäten mit Spiel und Bewegung, als dies bei enger Bebauung mit wenigen Freiflächen der Fall ist.

Attraktive Spielplätze ziehen Kinder an, sie bilden den Rahmen für informelle Bewegungsaktivitäten.

Wenig attraktive Spielplätze und fehlende Freiflächen führen zu vermehrten Innenaktivitäten bzw. zu einem Herumstreifen im Wohngebiet. Dies führt zu einem über den Stadtteil hinausgehenden Aktionsraum mit ebenfalls vielen Indoor-Aktivitäten. Ein geringer Anteil an informellen Bewegungsaktivitäten wird somit vielfach durch institutionalisierte (auch bewegungsbezogene) und konsumorientierte Aktivitäten ersetzt.

Spielplätze sind vor allem auch Treffpunkte und Ausgangpunkte für weitere Aktivitäten; sie sind ein Ort, um sich mit Freunden zu treffen, sich zu unterhalten, sich zu beratschlagen oder einfach um zu spielen.

Spielplätze sind unter den derzeitigen Stadtstrukturen oft die einzigen Orte, an denen Kinder ihren außerhäuslichen Spiel- und Bewegungsinteressen nachgehen können. Damit bestätigt sich das Bild der Stadt als „Spielwüste“ und das Verdrängen des Spiel- und Bewegungslebens der Kinder in die möblierten Einrichtungen der Spielplätze.

6 Was lernen Kinder hier?

Lernen meint im Zusammenhang mit Spielen und Bewegen die krisenhafte Überschreitung vorhandenen Könnens und Wissens, die handelnde Bearbeitung von Neuem. Es geht um den Prozess der Auseinandersetzung mit sich stellenden Aufgaben, die sich aus dem sachlichen oder sozialen Kontext der aufgesuchten Situation generieren. Die Aufgaben aus dem Spiel- und Bewegungskontext werden im Gegensatz zu Institutionen nicht professionell entworfen und aufgegeben, sondern sie entstehen aus der Situation der beteilig-

laging.qxd 17.12.2004 22:46 Seite 109

ten Kinder heraus. Das Bewältigen von Problemen und Anforderungen ergibt sich situativ, die Lösungen führen zu neuen Handlungsvollzügen. Je nach Güte der Lösung tragen diese die neue Spiel- und Bewegungssituation, bei einem Scheitern müssen neue Lösungen gesucht werden. Dieser Prozess der Problembewältigung läuft ohne gezielte lehrende Eingriffe von außen, er beruht auf dem informellen Charakter der Spiel- und Bewegungssituation.

Mit Blick auf die Analyse der Spielplatzaktivitäten lassen sich Lerngelegenheiten herauslesen, die als Möglichkeitsräume zu verstehen sind und nicht als sicher definierte Lernsituationen. Es kann Lernen stattfinden, muss es aber nicht, denn Lernen ist ein in hohem Maße subjektiver Vorgang, der nicht erzwungen, sondern nur selbst gewollt und vollzogen und insofern nur ermöglicht werden kann. Informelles Lernen in Bewegungsräumen, hier beispielhaft auf Spielplätzen, bedarf daher einer gewissen Qualität, die aus den Bewegungsräumen erst informelle Lerngelegenheiten macht. Abschließend will ich mögliche Lernfelder nennen, die sich auf Spielplätzen oder in anderen informellen Bewegungsräumen anbieten können und für deren Qualität gesorgt werden muss:

1. Raum und Zeit

Bewegung ist unmittelbar an Raum gebunden, so wie auch Raum auf Bewegung verwiesen ist. Wir können Raum nur wahrnehmen, weil wir uns bewegen. Ähnlich ist es mit der Zeit. Bewegung verläuft in der Zeit, so dass mit der Bewegung auch ein subjektives Empfinden für Zeit entsteht. Ein Verhältnis zu Raum und Zeit wird informell gelernt. Gerade mathematische Kompetenzen fußen auf Raumwahrnehmung und Zeitempfinden, um Relationen und Verhältnisse abschätzen zu können.

2. Bewegungsgeschick

Bewegungen sind zu allererst einmal in der Beziehung von Ich und Welt begründet, sie gehen in dieser Beziehung auf. Einen bewegungsmäßigen geschickten Umgang mit der Welt erlerne ich im Alltag. Ein Geschick mit Bewegungsgeräten und den Bewegungen selbst gelingt vor allem dann gut, wenn ich die eigenen Möglichkeiten frei von Anleitung erproben kann. So lernen Kinder kriechen, laufen, Ball spielen u. a.

3. Spiele regeln

Die informellen Spielorte fordern zum Spielen auf. Da die Spielbedingungen und Spielkonstellationen von Situation zu Situation verschieden sind, wird hier eine konstruktive Leistung verlangt, nämlich bekannte Spiele auf neue Situationen zu übertragen, Regeln zu verändern, neue Spiele mit neuen Regeln zu erfinden usw. Der Umgang mit Regeln wird auf Spielplätzen ständig neu herausgefordert.

laging.qxd 17.12.2004 22:46 Seite 110

4. Soziale Kontakte

Spielplätze sind soziale Orte, an denen Kinder zusammenkommen und sich über Räume, Zeiten, Spiele, Aktivitäten und den Umgang miteinander verständigen müssen. Spiel- und Bewegungsaktivitäten verlangen insofern immer auch eine soziale Kompetenz.

5. Bewegungsgeneriertes Wissen

Über Bewegung erfahren Kinder etwas über die Räume, die Geräte und Materialien. In Bewegung werden Eigenschaften erfahren, die im Tun in Kenntnisse übersetzt werden. Hier haben wir es mit erfahrungsbezogener Wissensaneignung zu tun.

Dies lässt sich nicht in informellen Lernsituationen didaktisiert vermitteln. Die pädagogische Aufgabe besteht vielmehr darin, solche informellen Bewegungs- und Spielorte bereitzustellen und auf ihre Qualität für informelles Lernen zu prüfen.

Literatur

AMT FÜR STATISTIK (2001): Angaben zu Bevölkerungszahl, Altersstruktur, Arbeitslosenquote und Sozialhilfeempfänger. Magdeburg.

BAUR, J. / BURRMANN, U. (2001): Sport und Schulsport im Kontext ländlicher Infrastrukturen. Ein empirischer Bericht über drei brandenburgische Landkreise. Sportunterricht 50, 370-376.

BEHNKEN, I. / ZINNECKER, J. (2001) (Hrsg.): Kinder – Kindheit – Lebensgeschichte. Ein Handbuch. Seelze/Velber: Kallmeyer.

BÜCHNER, P. (2001): Kindersportkultur und biographische Bildung am Nachmittag. In: I. Behnken & J. Zinnecker (Hrsg.) Kinder – Kindheit – Lebensgeschichte. Ein Handbuch. Seelze/Velber: Kallmeyer, 894-908.

CZERWENKA, K., U. A. (1990): Schülerurteile über die Schule. Bericht über eine internationale Untersuchung. Frankfurt a. M.: Peter Lang.

FÖLLING-ALBERS, M. / HOPF, A. (1995): Auf dem Weg vom Kleinkind zum Schulkind. Opladen: Leske & Budrich.

FRIEDRICH, P., U. A. (1984): Die „Lücke-Kinder". Zur Freizeitsituation von 9 – 14jährigen. Weinheim und Basel: Deutscher Studienverlag.

FUHRER, U. / MARX, A. (1998): Gebaute Umwelt als kultivierbarer und gesundheitsförderlicher Lebensraum für Kinder? In: Kals, E. (Hrsg.): Umwelt und Gesundheit. Die Verbindung ökologischer und gesundheitlicher Ansätze. Weinheim und Basel: Beltz, 199-213.

FUHRER, U. / QUAISER-POHL, C. (1997): Ökologisch-kulturbezogene Entwicklungspsychologie und neue soziologische Kindheitsforschung. In: ZSE 17, 178-183.

laging.qxd 17.12.2004 22:46 Seite 111

FUHS, B. (1996): Das außerschulische Kinderleben in Ost- und Westdeutschland. Vom kindlichen Spielen zur jugendlichen Freizeitgestaltung. In: P. Büchner & B. Fuhs & H.-H. Krüger (Hrsg.): Vom Teddybär zum ersten Kuß. Wege aus der Kindheit in Ost- und Westdeutschland. Studien zur Jugendforschung. Opladen: Leske & Budrich, 129-158.

HEINZE, F. (1997): Qualitative Interviews mit Kindern. In: B. Friebertshäuser & A. Prengel (Hrsg.): Handbuch Qualitative Forschungsmethoden in der Erziehungswissenschaft. Weinheim, München: Juventa, 396-413.

KLEINE, W./PODLICH, C. (2002): Und sie bewegen sich doch! In: P. Elflein u.a. (Hrsg.): Qualitative Ansätze und Biographieforschung in der Bewegungs- und Sportpädagogik. Band 1. Butzbach-Griedel: Afra, 129-142.

KRETSCHMER, J./GIEWALD, C. (2001): Veränderte Kindheit – veränderter Schulsport. Sportunterricht 50, 2, 36-42.

KRETSCHMER, J. (2003): Beweismangel für Bewegungsmangel. Sportpädagogik 27, 5 und 6, 64-67 und 42-45.

LAGING, R. (2002): Selbstorganisierte Spiel- und Sportaktivitäten. Zur Aneignung von Bewegungsräumen. Spektrum Freizeit 24, II, 38-58.

LEDIG, M. (1992): Vielfalt oder Einfalt – Das Aktivitätsspektrum von Kindern. In: DJI (Hrsg.): Was tun Kinder am Nachmittag? Ergebnisse einer empirischen Studie zur mittleren Kindheit. Weinheim und München: Juventa, 31-74.

MAGDEBURGER STADTGARTENBETRIEB (2000): Bestand öffentlicher Kinderspiel- und Freizeitflächen. Magdeburg.

MAYRING, P. (1997): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. Weinheim, Basel: Deutscher Studienverlag.

MUCHOW, M./MUCHOW, H. (1978): Der Lebensraum des Großstadtkindes. (Reprint von 1935) Bensheim: Päd. Extra Buchverlag.

OERTER, R./MONTADA, L. (1995): Entwicklungspsychologie (3. Aufl.). Weinheim: Beltz.

SCHERLER, K. (1985): Geräte und Objekte. Sportpädagogik 9, 1, 5-15.

SCHMIDT, W./HARTMANN-TEWS, I./BRETTSCHNEIDER, W. D. (2003) (Hrsg.): Erster Kinder- und Jugendsportbericht. Schorndorf: Hofmann.

STRAUSS, A./CORBIN, J. M. (1996): Grounded Theory. Grundlagen Qualitativer Sozialforschung. Weinheim, München: Beltz.

THIELE, J. (1999): „Un-Bewegte Kindheit?“ Anmerkungen zur Defizithypothese in aktuellen Körperdiskursen. Sportunterricht 48, 2, 141-149.

ZEIHER H. J./ZEIHER, H. (1994): Orte und Zeiten der Kinder. Soziales Leben im Alltag von Großstadtkindern. Weinheim und München: Juventa.

ZINNECKER, J./SILBEREISEN, R. K. (1996): Kindheit in Deutschland. Aktueller Survey über Kinder und ihre Eltern. Weinheim und München: Juventa.

laging.qxd 17.12.2004 22:46 Seite 112

ZINNECKER, J. (2001): Stadtkids. Kinderleben zwischen Straße und Schule. Weinheim und München: Juventa.

pries.qxd 17.12.2004 22:47 Seite 113

Michael Pries

Informelle Bildung als Weg zur Selbstständigkeit

Herausforderungen an die Pädagogik als Folge des Struktur- und Wertewandels

Zusammenfassung: Fragen zur Erziehung müssen sich heute immer stärker an den gesellschaftlichen Veränderungen orientieren: Von welchen gesellschaftlichen Wandlungen, kulturellen Entwicklungen und Werteorientierungen haben wir für die Zukunft der Erziehung auszugehen? Welche Anforderungen stellen Beruf, Arbeit und Wirtschaft? Welche Kompetenzen brauchen wir für die tägliche Lebensgestaltung – auch außerhalb der Arbeitsprozesse? Welche Konsequenzen leiten sich für die Erziehung innerhalb der Familie, für die Schule, für die berufliche Bildung und für die Weiterbildung daraus ab?

Selbstständigkeit kann zu den Schlüsselkompetenzen für eine erfolgreiche Lebensbewältigung im 21. Jahrhundert gezählt werden, sie ist spätestens seit der Aufklärung eines der wichtigsten Ziele von Bildung und Erziehung. Im Rahmen einer umfangreichen Forschungsarbeit hat der Autor den Versuch unternommen, einen zeitgemäßen Ansatz für eine Erziehung zur Selbstständigkeit zu entwickeln. Es hat sich gezeigt, dass dem informellen Lernen dabei eine zentrale Bedeutung zukommt.

Der erarbeitete Zusammenhang von Selbstständigkeit und informellem Lernen bzw. informeller Bildung kann komprimiert in sechs Thesen zusammengefasst werden:

1. Die wirtschaftliche, technische, gesellschaftliche und politische Entwicklung fordert mehr und mehr dazu auf, selbstständig und selbstverantwortlich das eigene Leben zu gestalten. Da diese Selbstständigkeit einer gezielten Entwicklung und Unterstützung bedarf, gibt es eine neue öffentliche Verantwortung dafür, dass eine Erziehung zur Selbstständigkeit von frühester Kindheit an gefördert wird.
2. Menschen für das Leben in der modernen Welt kompetent zu machen, heißt vor allem, sie zur Selbstständigkeit in allen Lebenssituationen zu motivieren und zu befähigen und sie bei der lernenden Selbstbehauptung in einer komplexen schwer durchschaubaren Welt zu unterstützen. Dieses Selbstbehauptungslernen und Lebenshilfelernen hat seine Basis in der alltäglichen Lebenswelt.

pries.qxd 17.12.2004 22:47 Seite 114

3. Im Rahmen einer Erziehung zur Selbstständigkeit muss verstärkt auf eine Kompetenzbewertung hingearbeitet werden, die gegenüber der schulischen Wissensvermittlung die Erfassung, Entwicklung und Anerkennung von Kompetenzen in den Mittelpunkt stellt und dabei von der z. B. durch DOHMEN oder MEDER nachgewiesenen Erkenntnis ausgeht, dass die meisten der im beruflichen und privaten Leben wichtigen Kompetenzen nicht in Bildungsinstitutionen, sondern durch informelles Lernen erworben werden.
4. Im Zusammenhang mit der Aufforderung zum lebenslangen Lernen und mit der wachsenden Einsicht, dass eine Förderung des lebenslangen Lernens nicht in schulischen Formen möglich und erstrebenswert ist, muss das informelle Lernen stärker in den Mittelpunkt erziehungswissenschaftlicher Forschung treten. Es muss als Grundform menschlichen Lernens anerkannt werden, durch die die Idee vom lebenslangen Lernen erst möglich wird.
5. Zur Entwicklung einer Lernkultur, die imstande ist, informelles und formales Lernen fruchtbar miteinander zu verbinden, braucht es eine neue pädagogische Kreativität und die wissenschaftliche Begleitung und Förderung dieses Annäherungsprozesses. Eine aus der pädagogischen Freizeitforschung abgeleitete freizeitkulturelle Bildungswissenschaft muss sich dieser Aufgabe annehmen.
6. Die Erziehung zur Selbstständigkeit wird von zwei Faktoren getragen: Die Eigeninitiative und Selbstbestimmung der Lernenden auf der einen Seite und die unmittelbare ermutigende, beratende, anregende professionelle Unterstützung durch Pädagogen / Erzieher auf der anderen Seite. Daher bedarf es für eine Erziehung zur Selbstständigkeit einer animativen informellen Pädagogik, die im Rahmen der freizeitkulturellen Bildungswissenschaft (weiter-)entwickelt werden soll.

Abstract: Informal Learning as a way to independence – Educational challenges as a result of structural changes and the shifting of values.

Educational questions need to follow even more the social changes than ever before. What kind of social shiftings, cultural developments and moral concepts do we have to expect for the educational future? What kind of demands do we have to fulfill in our jobs or for our economy? What kind of competence and authority will we need-even outside from work? What are the appropriate educational steps we need to take inside families, schools, professional and further educational institutions?

Personal independence became one of the most important quality attributes in the positive management of life in the 21st century. Since the enlightenment this personal independence also became one of the most important educational goals. With a big scientific research the author tried to develop a new, modern idea on how to teach personal independence. It is obvious that informal learning is becoming an essential meaning.

pries.qxd 17.12.2004 22:47 Seite 115

The worked out context between personal independence and informal learning can be summerized into six theories:

1. Developments in economy, technology, society and politics require more independence and responsibility than ever before to organize your own life. To reach this independence a new social responsibility is required to understand the need of an education that can teach this personal independence starting in earliest childhood, which can not be reach otherwise.
2. To help people to become competant members of the modern society means to motivate them and to enable them to show independence in all situations of life. It is also important to help them to establish themselves in a difficult and complex world. This support to reach self-confidence and self-establishment is based in our every-day life.
3. Within an education to independence you have to make sure that the assessment of competence is taking a center-place. Most competence that is necessary to come to grips with one's life isn't taught in educational institutions. This was proven by DOHMEN or MEDER.
   The understanding, development and appreciation of competence is learned by informal learning.
4. In connection with the challenge of a life-long learning process and the recognition that this process is not achievable or desirable in education institutions , informal learning should become a center-place in educational research. It needs to be appreciated as the base of human learning processes which makes life-long learning possible.
5. To develop a new learning concept that is able to connect informal with formal learning it needs a new educational creativity and scientific accompaniment and promotion. A new kind of extracuricular informal education developed out of leisure time research needs to take this task.
6. The education to independence is based on two factors: The self-initiative and self-stablishment of the individual on one side and the professional encouragement and advice through teachers and educationalists on the other side. To ensure an education to personal independence it needs a form of informal, encouraging education that needs to be developed out of an educational leisuretime science.

Wertewandel und gesellschaftliche Entwicklung

In der Werte- und Wertewandelforschung werden diese Veränderungsprozesse systematisch beobachtet. Seit den 1950er Jahren gibt es hierzu empirische Untersuchungen z. B. in der Soziologie, der Psychologie, der Kulturanthropologie. In den letzten dreißig Jahren haben vor allem INGLEHART, KLAGES, SCHULZE und BECK versucht, die gesellschaftliche Entwicklung zu beschreiben. Es liegt kein klares Bild vom Wandel und von der Zukunft der Gesell-

pries.qxd 17.12.2004 22:47 Seite 116

schaft vor. Dies machen bereits so unterschiedliche Bezeichnungen wie Informationsgesellschaft, postmoderne Gesellschaft, Risikogesellschaft, Erlebnisgesellschaft, Wissensgesellschaft, etc. sowie die unterschiedlichen Zukunftsprognosen und Entwicklungsszenarien deutlich. Allen gemeinsam scheint jedoch der Trend zur Individualisierung zu sein. Globalisierung, Pluralisierung in der Gesellschaft, technische Entwicklung – überall finden sich Anzeichen dafür, dass der Mensch immer mehr auf sich selbst gestellt ist und eigenverantwortlich handeln muss. Selbstständigkeit zunächst ganz allgemein verstanden als das Nichtangewiesensein auf fremde Hilfe, wird dabei zur Schlüsselkompetenz. Vielleicht bedeutet Selbstständigkeit aber auch mehr: Eine selbstständige, unternehmerische Grundhaltung gegenüber dem gesamten Leben einzunehmen – kurz Lebensunternehmertum?

Der Soziologe HELMUT KLAGES hat für den Zeitraum 1951 bis 1998 untersucht, worauf sich die Erziehung von Kindern nach Meinung der Bevölkerung in Deutschland in erster Linie ausrichten sollte.

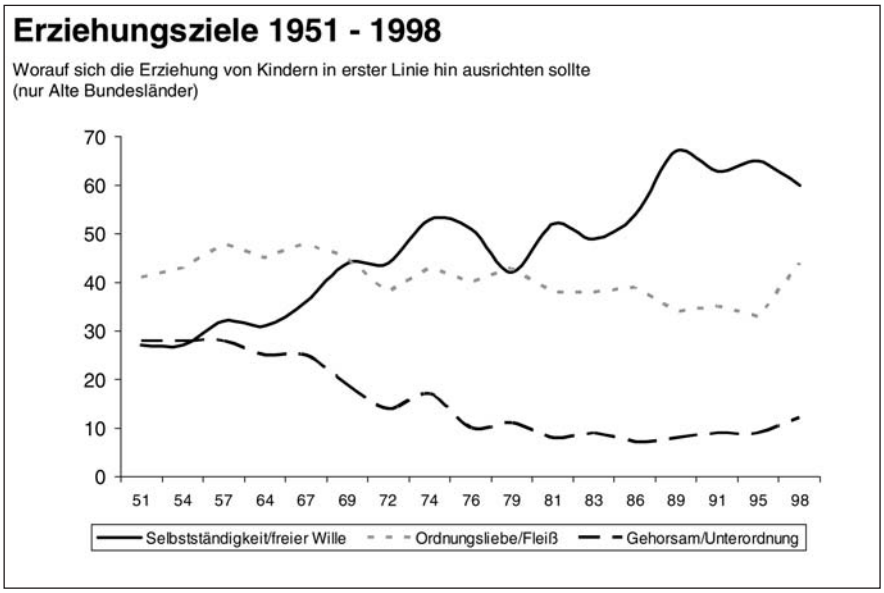

Abb. 1: Wertewandel nach Klages (Klages 2002, S. 30; Datenquelle: EMNID-Institut, Mehrfachnennungen möglich)

Danach hat die Bedeutung von Selbstständigkeit als Erziehungsziel erheblich zugenommen. Die von Klages beschriebene Entwicklung wird durch die hier zugrunde liegende Untersuchung in vollem Umfang belegt: 81 Prozent der Befragten geben an, dass sie insbesondere auf Selbstständigkeit Wert legen würden, wenn sie jetzt ein Kind zu erziehen hätten.

pries.qxd 17.12.2004 22:47 Seite 117

Nach BALLERSTEDT / GLATZER (1975) können Erziehungsziele als Wertindikatoren interpretiert werden. Erziehungsziele können ebenso als Instrumente verstanden werden, die zur Lebensbewältigung – unter den aktuellen Umständen – besonders förderlich sind. Die Erziehungsziele sind dann ein Spiegel für die gesellschaftlichen Anforderungen. Die besondere Betonung von Werten wie Selbstständigkeit und auch Selbstvertrauen (77 Prozent) deutet darauf hin, dass der technische und soziale Wandel in Verbindung mit gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Beschleunigungsprozessen die Kompetenz von starken, selbstbewussten Persönlichkeiten erfordert.

Selbstbehauptungs- und Lebenshilfelernen haben ihre Basis in der alltäglichen Lebenswelt.

Antworten auf grundlegende Fragen sollten nicht verordnet oder allein im erziehungswissenschaftlich-theoretischen Raum erörtert werden. Es ist auch wichtig, sich ein Bild von den Gegebenheiten in der Gesellschaft zu machen, die Stimmungslage und Bereitschaft, die Einsicht und den Gestaltungswillen in der Bevölkerung zu untersuchen. Im Rahmen des Forschungsprojektes „Erziehung zur Selbstständigkeit“ wurden daher vom Autor Daten aus einer Erhebung des B.A.T Freizeit-Forschungsinstituts zur allgemeinen Selbstständigkeit in Deutschland miteinbezogen. Sowohl mit qualitativen als auch mit quantitativen Erhebungsmethoden wurde dort den Fragen nachgegangen, welche Formen von Selbstständigkeit es in Deutschland gibt, wie Selbstständigkeit empfunden wird und wie Selbstständigkeit aus Sicht der Bevölkerung erreicht werden kann.

Dazu sollen kurz einige ausgewählte Ergebnisse vorgestellt werden, die die Bedeutung des informellen Lernens für eine Erziehung zur Selbstständigkeit eindrucksvoll unterstreichen.

Die empirische Untersuchung weist nach: Wir haben es heute mit einem sehr komplexen und umfangreichen Verständnis von Selbstständigkeit zu tun, Selbstständigkeit ist mehrdimensional. Sie lässt sich in drei Bereiche bzw. Dimensionen aufteilen:

- ökonomische Dimension
- kulturell-soziale Dimension
- psychologisch-pädagogische Dimension

pries.qxd 17.12.2004 22:47 Seite 118

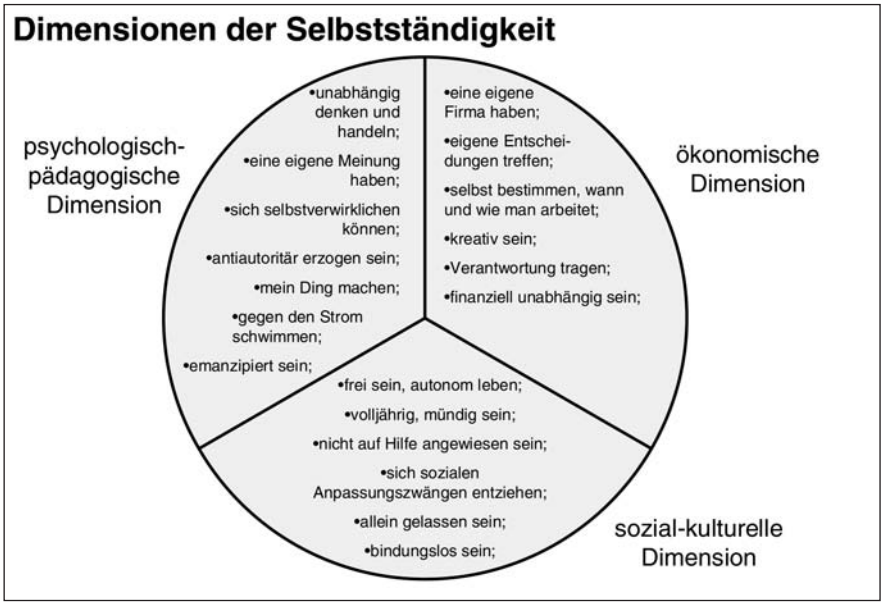

Abb. 2: Dimensionen der Selbstständigkeit (Eigene Darstellung auf der Basis qualitativer Befragungen von 42 Personen in Dresden und Hamburg)

1. Die ökonomische Dimension

Nur jeder zehnte Erwerbstätige in Deutschland ist heute selbstständig tätig, im internationalen Vergleich liegt Deutschland damit im unteren Bereich. Arbeitsplatzsicherheit, Wirtschaftswachstum und soziale Sicherheit können auf Dauer nicht mehr gewährleistet werden. Auch im Arbeitsleben ist der Mensch zu mehr Selbstverantwortung und Entwicklung aufgefordert. Dies lässt den Schluss zu, dass Menschen nicht unbedingt freiwillig und aus Überzeugung den Schritt in die berufliche Selbstständigkeit wagen. Neben positiver Motivation spielt immer mehr auch negative Motivation (Unternehmer aus Not, in die Selbstständigkeit geworfen werden, Scheinselbstständigkeit) eine Rolle.

Zwischen dem Ausleben unternehmerischer Initiative oder der Verwirklichung der eigenen Unternehmens-Idee auf der einen Seite (positive Motivation) und dem Ausstieg aus beruflicher Frustration oder der Flucht vor der Arbeitslosigkeit (negative Motivation) auf der anderen Seite liegen Welten. Dennoch verbindet beide Seiten der Wunsch nach Unabhängigkeit, die Idee, die berufliche Zukunft eigenverantwortlich zu gestalten. Auch im Rahmen der Repräsentativbefragung spiegeln sich die genannten Motive wieder. Im Vordergrund stehen dabei die kreativ-schöpferischen Argumente wie „die ganze Breite der Fähigkeiten einsetzen (80 %), „eine unternehmerische Idee verwirklichen“ (78 %) und „selbst schöpferisch und unternehmerisch tätig sein“

pries.qxd 17.12.2004 22:47 Seite 119

(77 %). Monetäre Anreize wie „in die eigene Tasche wirtschaften“ (65 %) und „reich werden“ (56 %) sind nachgeordnet.

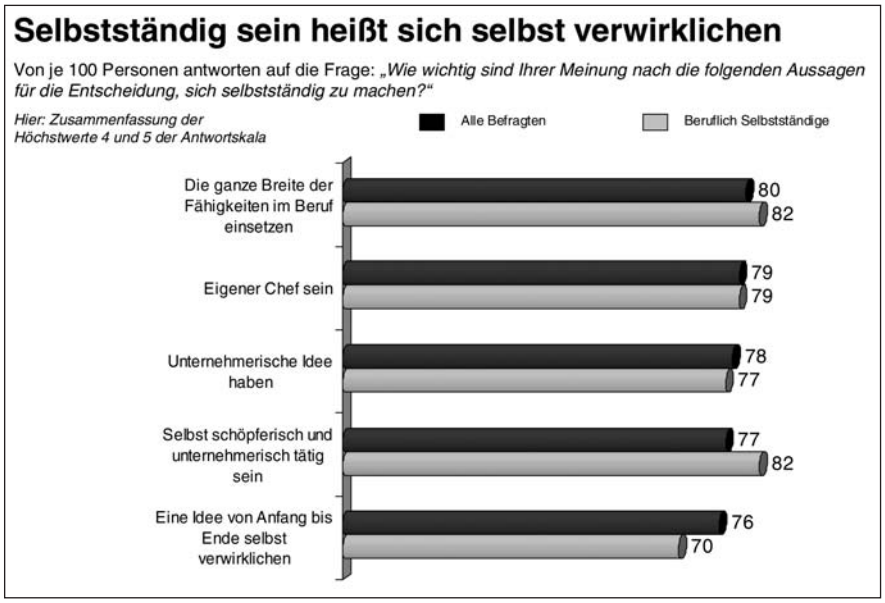

Abb. 3: Gründe für eine berufliche Selbstständigkeit (Eigene Darstellung auf der Basis einer Repräsentativbefragung von 5.000 Personen in Deutschland durch das B.A.T Freizeit-Forschungsinstitut 2001)

Die Motivationslage deutet darauf hin, dass unternehmerisches Denken nicht in erster Linie wirtschaftlich orientiert ist, sondern vielmehr ein Ergebnis kreativer Schaffenskraft zu sein scheint. Eine wirtschaftliche Ausbildung, der frühe Kontakt mit der Marktwirtschaft muss also nicht zwangsläufig der richtige Weg zur Förderung der beruflichen Selbstständigkeit sein. Die unternehmerische Einstellung ist vielmehr nachgeordnet. An erster Stelle steht der Wunsch der Umsetzung eigener Vorstellungen, die Selbstverwirklichung, die eigene Kreativität und Leistungsbereitschaft. Im Bildungszusammenhang ist das ein Plädoyer für die Förderung der individuellen Persönlichkeit und eine Aussage, die durchaus gegen die stärkere ökonomische Ausrichtung der Lehrinhalte in den Allgemeinbildenden Schulen spricht. Dies kann als Indiz dafür gesehen werden, dass informellen Lernprozessen und der Entwicklung von allgemeinen Kompetenzen zunächst Vorrang vor der Vermittlung von ökonomischem Basiswissen und betriebswirtschaftlichen Weiterbildungskursen gegeben werden muss.

pries.qxd 17.12.2004 22:47 Seite 120

2. Die soziale und kulturelle Dimension

Die vielfältigen Möglichkeiten, Selbstständigkeit zu leben, ergeben sich insbesondere im sozialen und kulturellen Austausch. In einer pluralistischen Gesellschaft müssen kulturelle Werte und Überlieferungen überzeugender und engagierter vertreten werden als in einer Gesellschaft, in der eine Überlieferung sehr viel unbefragter und unkritischer Gegenwart und Zukunft prägen soll. Kultur sorgt für eine ständige kritische Überprüfung der Gesellschaft und verbessert die Chancen für Vielfalt und Innovation. Die Kultur in Deutschland kann immer nur die Summe der kulturellen Werte aller Bürger sein.

Der Gesellschaftspolitik, insbesondere der Kultur- und Sozialpolitik kommt die Aufgabe zu, eine Kultur der Selbstständigkeit zu entwickeln. Die Verantwortung für das Zusammenleben muss mehr auf alle Schultern verteilt werden, das bedeutet aber gleichzeitig, dem Bürger mehr Freiräume und Betätigungsfelder zuzugestehen. Der Bürger findet in der Kultur ein gesellschaftliches Betätigungsfeld, wo er seine Selbstständigkeit entwickeln und ausleben kann. Entsprechend seinem individuellen Engagement kann er sich einbringen, gestalten und kommunizieren.

Über drei Viertel der Bevölkerung sind sich einig: „In unserer Leistungsgesellschaft brauchen wir mehr Selbstständige, die Verantwortung übernehmen". Das bezieht sich auf verschiedene soziale und kulturelle Bereiche. Eine Antwort darauf kann die „Bürgerarbeit" im Sinne von BECK sein: „die Ermöglichung einer innovativen, experimentellen Kultur, die verbindet, was sich auszuschließen scheint: Selbstverwirklichung und Dasein für Andere".

Abb. 4: Kann Selbstständigkeit zum Bildungsideal werden? (Eigene Darstellung auf der Basis einer Repräsentativbefragung von 5.000 Personen in Deutschland durch das B.A.T Freizeit-Forschungsinstitut 2001)

pries.qxd 17.12.2004 22:47 Seite 121

Innerhalb dieser Diskussion muss geklärt werden, in welchem Umfang die Bürger an der Gestaltung der Gesellschaft teilhaben wollen und inwieweit der Staat sich aus seinen Verpflichtungen zugunsten eines Bürgerengagements zurückziehen darf.

3. Die psychologisch-pädagogische Dimension

Die psychologisch-pädagogische Dimension der Selbstständigkeit beschreibt die Bereiche der Sozialisation und der Erziehung in Elternhaus und Schule sowie die biografischen Einflüsse im Leben eines Menschen, die ihn zur Selbstständigkeit im Denken und Handeln führen.

Für die Erlangung der Selbstständigkeit ist die Kindheit eine der entscheidenden Lebensphasen. In der Familie finden die zentralen Sozialisations- und Erziehungsprozesse statt, sie ist der Ort erster Erfahrungen und Erlebnisse auf dem Weg zur Selbstständigkeit. Die Lebensphasen Kindheit, Jugend, Erwachsenenalter und Alter bauen nicht nur zeitlich aufeinander auf: Die Erfahrungen und das Gelernte bilden die Grundlage für die Weiterentwicklung.

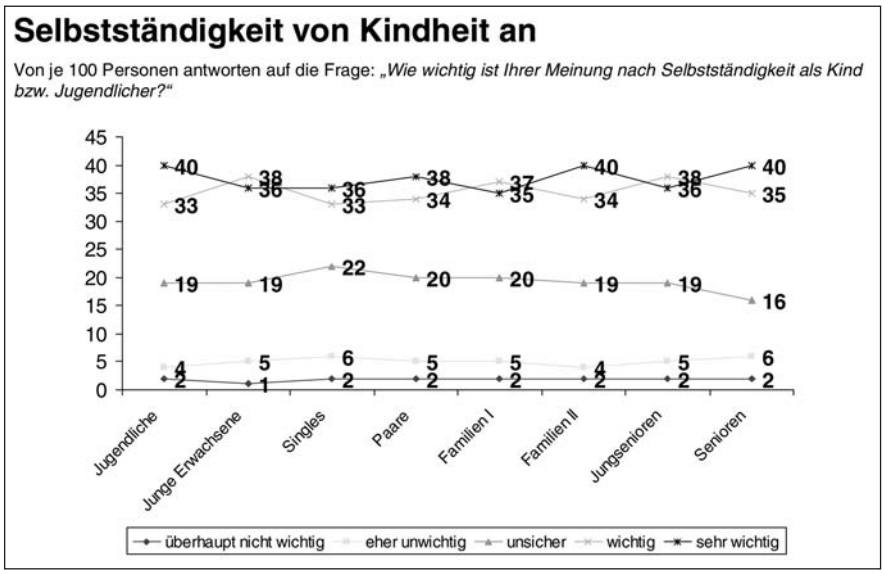

Abb. 5: Bedeutung der Selbstständigkeit im Kindes- bzw. Jugendalter (Eigene Darstellung auf der Basis einer Repräsentativbefragung von 5.000 Personen in Deutschland durch das B.A.T Freizeit-Forschungsinstitut 2001)

In der Kindheit werden zunächst vor allem Erfahrungen mit elterlicher und auch großelterlicher Erziehung gesammelt. Zur Förderung der Selbstständigkeit sind eine Reihe von Bedingungen notwendig. Im Mittelpunkt steht dabei das Spannungsverhältnis von Geborgenheit / emotionaler Sicherheit und Frei-

pries.qxd 17.12.2004 22:47 Seite 122

heit / Freiräumen. Wichtig ist, dass Erziehung zur Selbstständigkeit nicht nur antiautoritäres Frei-und-auf-sich-selbst-gestellt-sein bedeutet, sondern auch konfliktreiches Grenzensetzen beinhaltet. Dabei ist entscheidend, ob Kinder emotionale Zuwendung oder Kälte und Distanz bzw. soziale Unterstützung oder Vernachlässigung erfahren.

Die Schule hat neben dem Elternhaus großen Einfluss auf die Entwicklung der Kinder. Aber insbesondere für eine Erziehung zur Selbstständigkeit fehlt es bisher weitestgehend an Möglichkeiten und Konzepten, da Schule innerhalb ihrer organisatorischen Rahmenbedingungen sehr festgelegt ist und in ihrer bisherigen Form immer noch die Aufgabe der Wissensvermittlung im Vordergrund steht. In diesem Sinn kann sie bestenfalls Methoden vermitteln, die ein selbstständiges Lernen und Arbeiten auch über die Schulzeit hinaus ermöglichen. Eine verstärkte Handlungsorientierung wäre schon heute ein erster Schritt in Richtung stärkere Einbeziehung des Schülers in den Unterricht, was einer Erziehung zur Selbstständigkeit zuträglich wäre.

Zusammenfassend kann festgehalten werden:

Erziehung zur Selbstständigkeit muss ein lebensbegleitender Prozess sein. Sie wird zur gesamtgesellschaftlichen Aufgabe, die nicht nur in der Verantwortung von Eltern und Pädagogen liegt, sondern auch die Bereiche Politik und Wirtschaft umfasst. Die Erziehung zur Selbstständigkeit kann nicht durch eine Institution oder in einem Entwicklungsabschnitt abgeschlossen werden kann. Vielmehr müssen möglichst viele der beteiligten und beeinflussenden Gruppen in diesen Prozess involviert werden, um eine Erhöhung der Selbstständigkeit für die Bürger einer Gesellschaft zu erreichen.

Kompetenz durch informelle Bildung

NORBERT MEDER stellt in der Zeitschrift Spektrum Freizeit (MEDER 2002: 8ff) fest: „Nicht informelles Lernen, sondern informelle Bildung ist das gesellschaftliche Problem“. Ihm erscheint der Lernbegriff zu eng, weil er ausblendet, „dass auch und gerade im informellen Lernen permanent ein neues Verhältnis zur dinglichen Welt, zur sozialen Welt und zu sich selbst ausgebildet wird“. Im Bildungsbegriff sieht MEDER hingegen den „Ort des politischen Kampfes“, den „Ort der Verhandlung“, an dem „die Stellung des Einzelnen und der Gruppierung in der Gesellschaft ausgemacht wird“ und er resümiert: „Wer diese Tradition des Bildungsbegriffes aufgibt (…) muss verantworten, dass die Dialektik von Tradition (Anpassung) und Innovation (Revolte) aus dem Blick gerät, die für funktional differenzierte Gesellschaften geradezu das Lebenselixier ausmacht“.

Auch Selbstständigkeit ist ein dialektischer Begriff, in dem Individualität und Sozialität, Freiheit und Einbindung miteinander verbunden sind. Der von

pries.qxd 17.12.2004 22:47 Seite 123

MEDER beschriebene Konflikt zwischen Anpassung und Revolte steht auch hier im Mittelpunkt: Erziehung zur Selbstständigkeit meint die Vermittlung zwischen normativen Zielen vor dem Hintergrund gesellschaftlicher Wirklichkeit und individuellen Ansprüchen. Sie ist eine Aufforderung zur Gestaltung dieser Spannung. Selbstständig sein und sich selbstständig betätigen bedeutet auch, die Gesellschaft zu fördern, denn es bedeutet, Verantwortung zu übernehmen, Initiative und Engagement zu zeigen, auch im gesellschaftlichen Bereich. Daher meint Erziehung zur Selbstständigkeit nicht nur die einseitige Realisierung der Ansprüche des einzelnen Individuums, das sich verselbstständigt und dabei von allem löst. Erziehung zur Selbstständigkeit bedeutet auch, zur Erfüllung von Pflichten gegenüber der Gemeinschaft zu erziehen, damit auch die Gesellschaft selbstständig werden kann.

Bildung im Sinne einer umfassenden Allgemeinbildung, die letztlich dazu führt, dass ein Mensch begründete Entscheidungen treffen kann, ist eine Grundlage für die Erziehung zur Selbstständigkeit. Die von MEDER beschriebene »informelle Bildung« ist für die Erziehung zur Selbstständigkeit von zentraler Bedeutung.

Das informelle Lernen muss stärker in den Mittelpunkt erziehungswissenschaftlicher Forschung treten

Mit dem von der OECD formulierten Ziel „des lebenslangen Lernens aller" geht die Erkenntnis einher, dass das Lernen nicht allein in schulischen Formen möglich und erstrebenswert ist. Erst durch die Einbeziehung des informellen Lernens erscheint das lebenslange Lernen überhaupt erst realisierbar. Hinzu kommt ein neuerer Bedeutungsgewinn des informellen Lernens im Zusammenhang mit dem emotionalen Lernen. Das vom IFKA durchgeführte und mit Mitteln des BMBF geförderte Forschungsprojekt „Erlebnisorientierte Lernorte der Wissensgesellschaft" (NAHRSTEDT u. a. 2002) weist aktuell darauf hin.

Als informell kann nach DOHMEN alles Lernen bezeichnet werden, das „nicht von den auf die Lernförderung spezialisierten Bildungsinstitutionen organisiert und in ihrem institutionellen Rahmen veranstaltet wird" (DOHMEN 2001:7). Sein Hauptcharakteristikum ist seine unmittelbare Lebensverbundenheit, die Anbindung an die moderne Lebens-, Arbeits- und Medienwelt. Es ist häufig pragmatisch-direkt auf schnelle praktische Ergebnisse ausgerichtet, es ist sporadisch und situationsbezogen. Das informelle Lernen hilft, in einer undurchsichtiger werdenden Welt zurechtzukommen, sich plausibel zu entscheiden und aufgrund eigener Einsicht zu handeln. Das Erfahrungslernen im Arbeits-, Freizeit- und Medienalltag erlaubt es, bei den gängigen Gesprächen und Diskussionen über Politik, Wirtschaft, Arbeit, Moral usw. am Arbeitsplatz, in Familie, Verwandtschaft und Bekanntenkreis mitreden und eine eigene Meinung vertreten

pries.qxd 17.12.2004 22:47 Seite 124

zu können. Der Wert der informellen Bildung für die Erziehung zur Selbstständigkeit liegt also in der unmittelbaren Lebensverbundenheit. Informelles Lernen ist ein nicht von anderen Handlungen und Lebensbezügen abgehobenes Nur-Lernen, sondern ein Lernen, das sich aus den verschiedensten Erfahrungs- und Tätigkeitszusammenhängen beiläufig oder zwangsläufig ergibt, weil es für bestimmte Situationsbewältigungen bzw. Problemlösungen gebraucht wird.

Im Sinne einer Erziehung zur Selbstständigkeit muss vermittelt werden zwischen lebenssituationsbezogenem informellen Lernen und planmäßig organisiertem formalen Lernen. Ziel ist ein wechselseitiges Ergänzungs- und Bestärkungsverhältnis, bei dem auf der einen Seite das institutionalisierte Lernen motivierende Elemente des informellen Lebenshilfelernens aufnimmt und die Lernenden von den Bildungsinstitutionen mehr Lebensnähe und Praxisbezug, mehr Problemlösungshilfe, mehr Flexibilität und mehr individuelle Beratung erfahren, und bei dem auf der anderen Seite das informelle Lernen vom planmäßigen organisierten institutionalisierten Lernen wichtige Impulse zur Horizonterweiterung, zur Beziehung auf Zusammenhänge und zur kritisch-reflektierenden Verarbeitung der Alltagserfahrungen aufnimmt.

Das informelle Selbstlernen stößt aber auch an seine Grenzen, zu deren Überwindung gezielte Hilfen notwendig sind. Hier sind pädagogische Kreativität und eine innovative Didaktik gefragt. Für die notwendige Grundorientierung ist z. B. eine Komplexitätsreduzierung der vielfältigen informellen Bildungsangebote notwendig sowie individuelle Hilfestellungen bei der Auswahl und Kombination verschiedener Themen und Elemente. Eine gezielte Sofort-Hilfe bei akuten Lernschwierigkeiten in den verschiedenen Lebenssituationen gehört ebenso dazu wie der Aufbau von Netzwerken, in denen Freizeit und Kultur- und Bildungseinrichtungen langfristig zusammengeschlossen werden. Es bedarf verstärkt provozierender Anstöße zur Öffnung der persönlichen Lernbereitschaft und zur Sensibilisierung für die eigenen Möglichkeiten und Grenzen. Schließlich braucht es eine erziehungswissenschaflich begleitete Zusammenführung zwischen lebenssituationsbezogenem informellen Lernen und planmäßig organisiertem formalen Lernen. Es müssen integrierende und ergänzende Ansätze entwickelt werden, während gleichzeitig auch darauf geachtet werden muss, dass die Vorzüge beider Lernansätze erhalten bleiben.

Eine *Freizeitkulturelle Bildungswissenschaft* als zentrales, interdisziplinäres Bindeglied zwischen formeller und informeller Bildung

Im Zusammenhang mit der Suche nach einer pädagogisch-wissenschaftlichen Auseinandersetzung, die die strukturierte und die informelle Bildung zueinander zu bringen vermag, gewinnt die Freizeitpädagogik bzw. die pädagogische

pries.qxd 17.12.2004 22:47 Seite 125

Freizeitforschung eine neue Bedeutung. Die Forderung nach einer neuen Lernkultur bedeutet eine mehr auf das ganzheitliche Wesen des Menschen bezogene Entwicklung des Lernens. In der Freizeitpädagogik wurden schon früh Ansätze entwickelt, Ratio und Gefühl zu verbinden. Eine auf die natürliche Neugier und Wissensbegier ausgerichtete Ausdrucks- und Lernform, sowie Offenheit und Aufgeschlossenheit gegenüber neuen Lernorten, die Förderung von Kommunikation und Lernpartnerschaft waren stets Anliegen der Freizeitpädagogik. In „Spektrum Freizeit" (OPASCHOWSKI 1999: 8) fordert OPASCHOWSKI im Rahmen eines Papiers der Kommission pädagogische Freizeitforschung in der DGfE: „Freizeitpädagogik und Pädagogische Freizeitforschung müssen sich zu einer *»Freizeitbildungswissenschaft«* entwickeln – einer Teildisziplin der Erziehungswissenschaft, die vorrangig Lernaufgaben und Bildungsaspekte im arbeitsfreien Teil des Lebens zum Inhalt hat." In diesem Sinne könnte hier auch die Entwicklung eines breiten, ganzheitlichen informellen Lernens begleitet und gezielt aufgebaut werden.

Freizeit- und Kulturerleben können dazu anregen, den engen Rahmen von Qualifizierungs- und Profitdenken zu verlassen und, angeregt durch Lebensweisen, andere Perspektiven und Emotionen, eine Kultur des Lernens, Umlernens und Mitlernens zu verfestigen. Zu einer solchen Lernkultur gehört die mitmenschliche Begegnung, dazu gehören Kommunikation und Interaktion. Die Freude am Miteinander und das Gefühl der Gemeinsamkeit – insbesondere beim Lernen. Eine darauf ausgerichtete *freizeitkulturelle Bildungswissenschaft* hätte die Aufgabe, die Idee vom lebenslangen Lernen in eine emotional, sozial und ästhetisch ansprechende Lernkultur einzubetten. Sie wäre die konsequente Weiterentwicklung der Freizeitpädagogik bzw. der pädagogischen Freizeitforschung unter Einbeziehung des informellen Lernens und der daraus resultierenden Notwendigkeit, ein neues Verhältnis von informellem und strukturellem Lernen zu schaffen. Es geht darum, die verschiedenen aktuellen theoretischen und praktischen Ansätze zu einer Erweiterung des Lernverständnisses in einer übergreifenden Perspektive zusammenzutragen, vielfältige Phänomene einem gemeinsamen bildungspolitischen Anliegen zuzuordnen und diese Perspektive und Zuordnung unter einem neu profilierten Oberbegriff zusammenzufassen.

Die Erziehung zur Selbstständigkeit bedarf einer animativen informellen Pädagogik, die im Rahmen der freizeitkulturellen Bildungswissenschaft (weiter-)entwickelt werden soll.

Zur Selbstständigkeit erziehen heißt vor allem, Menschen fit zu machen für die Lebensmeisterung in der modernen Welt. Selbstständigkeit ist Lebenstüchtigkeit, das meint, in den verschiedenen Lebenssituationen motiviert und

pries.qxd 17.12.2004 22:47 Seite 126

fähig zu sein, sich durch lernende Selbstbehauptung den komplexen Anforderungen zu stellen. Dieses Selbstbehauptungs- und Lebenshilfelernen hat seine Basis in der alltäglichen Lebenswelt, in der Menschen sich behaupten müssen und in der sie Hilfe brauchen. Wenn man das lebenslange Lernen populärer machen will, muss man Lernen und Bildung mit den sozialen Realitäten zusammen bringen. Man muss das Lernen in den verschiedensten Lebenssituationen mit anderen sinnvollen Tätigkeiten und Interessen so verbinden, dass sich neue attraktive Lern-Lebensformen entwickeln.

Ein Netzwerk von freizeitkulturellen Anregungs- und Begegnungszentren, Sprach-, Reise- und Job-Häusern, Lernläden, Lernservice-Stützpunkte, Sprachcafés etc. muss entwickelt werden, um mehr Menschen zu animieren und zu motivieren zur ständigen Erweiterung ihres Verständnishorizonts und Entwicklung ihrer kognitiven, sozialen und kommunikativen Kompetenzen. Die Menschen sollen über verschiedene Sinne angeregt werden, die vielfältigen Lernanforderungen und Lernanlässe in ihrer Umwelt wahrzunehmen, aufzunehmen und zur Verbesserung ihrer Lebens- und Überlebenschancen zu nutzen.

Besonders wichtig für die Erziehung zur Selbstständigkeit ist der Geist, der den Umgang miteinander und mit den verschiedenen Lernanforderungen bestimmt. Erziehung zur Selbstständigkeit ist ein lebensbegleitender Prozess, der nicht von einer einzigen Institution vorgenommen wird, sondern durch die Gesellschaft und letztlich durch den einzelnen Menschen selbst bestimmt wird. Erziehung zur Selbstständigkeit bedeutet den ständigen Austausch mit dem sozialen Umfeld, das Weiterentwickeln der eigenen Einstellungen und Sichtweisen. Daher hat die informelle Bildung eine zentrale Bedeutung für die Erziehung zur Selbstständigkeit. Sie muss in diesem Sinne weiterentwickelt werden.

Literatur

BALLERSTEDT, EIKE / GLATZER, WOLFGANG (1975): Sozialstatistiken und soziale Indikatoren für die Bundesrepublik, Mannheim

DOHMEN, GÜNTHER (2001): Das informelle Lernen. Die internationale Erschließung einer bisher vernachlässigten Grundform menschlichen Lernens für das lebenslange Lernen aller, Bonn (BMBF)

KLAGES, HELMUT (2002): Der blockierte Mensch. Zukunftsaufgaben gesellschaftlicher und organisatorischer Gestaltung, Frankfurt a.M./New York

MEDER, NORBERT (2002): „Nicht informelles Lernen, sondern informelle Bildung ist das gesellschaftliche Problem“, in: Spektrum Freizeit, Heft 24, S.8-17

pries.qxd 17.12.2004 22:47 Seite 127

NAHRSTEDT, WOLFGANG / BRINKMANN, DIETER / THEILE, HEIKE / RÖCKEN, GUIDO (2002): Lernort Erlebniswelt. Neue Formen informeller Bildung in der Wissensgesellschaft, Bielefeld

OPASCHOWSKI, HORST W. / KOMMISSION PÄDAGOGISCHE FREIZEITFORSCHUNG IN DER DGFE (1999): „Leben. Zeit. Bildung. Lebenszeitbegleitung als Zukunftsthema der Erziehungswissenschaft“, in: Spektrum Freizeit, Heft 21, S.7-10

PRIES, MICHAEL (2003): „Erziehung zur Selbstständigkeit“. Diss. Hamburg

neuerscheinungen.qxd 17.12.2004 22:47 Seite 128

NEUERSCHEINUNGEN

Aellig, Steff: Über den Sinn des Unsinns: Flow-Erleben und Wohlbefinden als Anreize für autotelische Tätigkeiten. Eine Untersuchung mit der Experience Sampling Method (ESM) am Beispiel des Felskletterns. Münster: Waxmann Verlag 2004, IHS, Bd. 431, 220 S. EUR: 25,50

Flow-Erleben muss dort erforscht werden, wo es mit großer Wahrscheinlichkeit stattfindet – zum Beispiel beim Felsklettern. Genau dann, wenn die programmierte Uhr piepst, protokollieren die untersuchten Kletterinnen und Kletterer ihr Befinden und Tätigkeitserleben: beim Vor- und Nachstiegsklettern, beim Sichern und Abseilen oder am Abend beim geselligen Zusammensein. Anhand dieser ESM-Daten zeichnet der Autor ein differenziertes Bild von Flow. Erstaunlicherweise ist das Erleben von so genannt autotelischen Tätigkeiten nicht nur geprägt von positiver Aktivierung, auch ein gewisses Maß an Stress, Nervosität und Angst kann dazu gehören. Dass Flow und Glück zeitlich versetzt auftreten, ist eine überraschende Erkenntnis.

Backes, Gertrud M. / Clemens, Wolfgang / Künemund, Harald (Hrsg.): Lebensformen und Lebensführung im Alter. Aus der Reihe: Alter(n) und Gesellschaft Bd. 10 Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2004, 224 S. EUR 24,90

Die Formen individueller Lebensgestaltung bzw. subjektiver Lebensführung geraten im Zuge der Diskussion um Individualität und Pluralisierung von Lebenslagen, Lebensläufen und Lebensstilen zunehmend in den Blick. Dies gilt in besonderer Weise auch für das höhere und hohe Alter sowie für den Prozess des individuellen und gesellschaftlichen Alterns insgesamt. Richtet man den Blick auf diese Entwicklungen, wird einerseits deutlich, wie sehr sich objektive (gesellschaftliche) Lebens-Räume – im weitesten Sinne also die strukturellen Rahmenbedingungen für individuelles Handeln – verändert haben und weiter verändern. Sie nehmen einen erheblichen Einfluss auf subjektive Möglichkeiten der Lebensgestaltung. Neben den klassischen Merkmalen sozialer Ungleich-weit wirken z. B. auch Medien und neue Technologien, räumliche Lebensbezüge sowie Generationen- und partnerschaftliche Beziehungen auf die Teilhabechancen an den sich verändernden strukturell-räumlichen Bedingungen des Alter(n)s. Andererseits wird deutlich, wie stark sich die individuellen Voraussetzungen, Erfahrungen und Ressourcen verändern, die ebenfalls Handlungschancen und -grenzen strukturieren.

neuerscheinungen.qxd 17.12.2004 22:47 Seite 129

Benner, Dietrich / Oelkers, Jürgen (Hrsg.): Historisches Wörterbuch der Pädagogik. Beltz Verlag: Weinheim 2004, 1.128 S. EUR: 128,00
Das erste historische Wörterbuch der Pädagogik behandelt in theorie- und problemgeschichtlichen Analysen pädagogische Begriffe, pädagogische Sachverhalte der menschlichen Existenz, pädagogische Institutionen, pädagogische und erziehungswissenschaftliche Disziplinen. Das Historische Wörterbuch der Pädagogik verfolgt das Anliegen, Grundbegriffe und Grundprobleme der Theorie- und Wissenschaftsgeschichte des pädagogischen Feldes mit den Mitteln der heutigen Forschung so darzustellen, wie es den Bedürfnissen einer umfassenden historischen Orientierung entspricht. Damit verbunden ist die weitere Absicht, die sich zuweilen als junge Disziplin (miss)verstehende Erziehungswissenschaft mit den Reflexionstraditionen der Pädagogik zu konfrontieren.

Breidenstein, Georg / Prengel, Annedore (Hrsg.): Schulforschung und Kindheitsforschung – ein Gegensatz? (Arbeitstitel). Aus der Reihe: Stud. zur Schul- und Bildungsforschung Bd. 20. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2004. Ca. 200 S. EUR: 19,90
Der Titel befindet sich in der Planung. (voraussichtlicher Erscheinungstermin: 20.11.2004)
Es geht in diesem Band darum, die Perspektiven von Schulforschung und Kindheitsforschung aneinander zu schärfen und aufeinander zu beziehen. Diese beiden bislang weitgehend voneinander getrennten Forschungslinien stehen in einem deutlichen Spannungsverhältnis zueinander, insofern die Schulforschung Kinder vorwiegend in ihrer Schülerrolle thematisierte und dabei die Eigenwelten von Kindern wenig im Blick hatte und andererseits in der Kindheitsforschung die Emanzipation vom pädagogischen Blick auf Kinder eher selten mit der Analyse der Schule als Lebenswelt von Kindern einherging. Es scheint an der Zeit zu sein, genauer nach dem Verhältnis von Kindheits- und Schulforschung zu fragen und nach Möglichkeiten wechselseitiger Bezugnahme zu suchen. Der Band versammelt ausgewiesene Schulforscherinnen aus dem Primarschulbereich und namhafte Kindheitsforscher in einer gemeinsamen Publikation. Die Beiträge verknüpfen konzeptionelle Überlegungen zu der Titelfrage mit empirischen Forschungen und sind zwei Kapiteln zugeordnet: 1. „Der Blick der Schulforschung auf Kinder“ und 2. „Der Blick der Kindheitsforschung auf Schule“.

Freyer, Walter / Naumann, Michaela / Schröder, Alexander: Geschäftsreise Tourismus. Geschäftsreisemarkt und Business Travel Management. Dresden: FIT-Verlag 2004, 200 S. EUR: 30,00
Anders als der Urlaubsreise-Tourismus wurden geschäftliche Reisen in touristischen Analysen bisher eher am Rande betrachtet. Diese Vernachlässigung des Geschäftsreise-Tourismus motivierte die Autoren des vorliegenden Bandes, den Geschäftsreisemarkt sowie das Business Travel Management näher zu beleuchten.

neuerscheinungen.qxd 17.12.2004 22:47 Seite 130

Friedrichsen, Mike / Friedrichsen, Syster (Hrsg.): Fernsehwerbung – Quo vadis? Der Anfang vom Ende oder das Ende vom Anfang? Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2004. 317 S. EUR: 29,90
Auf der Grundlage des bereits erschienenen Bandes „Fernsehwerbung – theoretische Analysen und empirische Befunde" von Friedrichsen & Jenzowsky sollen die aktuellen und zukünftigen Fragestellungen analysiert und diskutiert werden. Dazu konnten Autoren aus Wissenschaft und Praxis gewonnen werden, die sich dem Thema aus sehr unterschiedlichen Perspektiven widmen. Im Mittelpunkt stehen die Essentials, also die Entwicklungsperspektiven, die Ökonomie, die Glaubwürdigkeit sowie die Frage nach dem grundsätzlichen Sinn von Fernsehwerbung. Darüber hinaus sollen diverse besondere Formen der Fernsehwerbung diskutiert werden, so z.B. virtuelle Werbung.

Grunenberg, Heiko / Kuckartz, Udo: Umweltbewusstsein im Wandel. Ergebnisse der UBA-Studie Umweltbewusstsein in Deutschland 2002. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2003, 260 S. EUR 16,90
Von Ökosteuer bis Dosenpfand: Die Studie gibt eine fundierte Auskunft über das Umweltbewusstsein in Deutschland aus sozialwissenschaftlicher Sicht.

Helsper, Werner / Kamp, Martin / Stelmaszyk, Bernhard (Hrsg.): Schule und Jugendforschung zum 20. Jahrhundert. Festschrift für Wilfried Breyvogel. Aus der Reihe: Studien zur Jugendforschung Bd. 25. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2004. 300 S. EUR: 26,90
Der Band behandelt ein breites Spektrum von erziehungswissenschaftlichen und historischen Forschungsarbeiten zu den Themen Jugend, Jugendkulturen, Schule und Stadt, und zwar im Zeitraum von Weimarer Republik, Nationalsozialismus und Bundesrepublik bis zur Vereinigung und der unmittelbaren Gegenwart.

Hofer, Stefan: Internationale Kompetenzzertifizierung. Vergleichende Analysen und Rückschlüsse für ein deutsches System. Münster: Waxmann Verlag 2004, 168 S. EUR: 24,90
Berufliche Platzierungsentscheidungen werden heute auf der Basis vielfältiger Anforderungsdimensionen getroffen. Große Unternehmen können diese in einer umfangreichen Personaldiagnostik erfassen, während kleine und mittelständische Unternehmen weder über die finanziellen noch über die personellen Ressourcen verfügen, um eine hochwertige Diagnostik sicherzustellen. Diese Zielgruppe benötigt Informationen über Kompetenzen, die über schulische und berufliche Qualifikationen hinausgehen. Diese nicht fachlichen Kompetenzen werden jedoch in Deutschland im Gegensatz zu Fachkompetenzen nicht in Zeugnissen festgehalten. Wie können derartige Informationen aufbereitet werden? Ein Blick auf andere Länder zeigt, dass dort abhängig vom wirtschaftlichen, politischen und sozialen Hintergrund vielfältige Zertifikate entstanden sind.

neuerscheinungen.qxd 17.12.2004 22:47 Seite 131

Jütting, Dieter H. (Hrsg.): Die lokal-globale Fußballkultur – wissenschaftlich beobachtet. Münster: Waxmann Verlag 2004, Edition Global-lokale Sportkultur, Bd. 12, 258 S. EUR: 24,90
Fußball ist global verbreitet ein kommerzielles und medial inszeniertes Unterhaltungsgeschäft und gleichsam eine lokal verankerte Alltagskultur der Geselligkeit und des sportlichen Selbsterlebens. Innerhalb dieser Spannweite hat sich eine differenzierte Fußballwelt mit vielfachen gesellschaftlichen Bezügen und unterschiedlichen Themen entwickelt. Diese Vielfalt wird von Wissenschaftlern aus unterschiedlichen Disziplinen behandelt.

Knoll, Jörg (Hrsg.): Zeitsignatur: Dazwischen. Formen und Erfahrungen personaler und gesellschaftlicher Übergänge. Übergangs- und Bewältigungsforschung. Studien zu Sozialpädagogik und Erwachsenenbildung, hrsg. von L. Böhnisch, J. Knoll, W. Schröer u. C. v. Wolffersdorff. Juventa Verlag: Weinheim 2004, ca. 250 S., EUR: 19,00
Wir sind dazwischen, in vielerlei Hinsicht: wirtschaftlich, politisch, zeitgeschichtlich; zwischen den Zeiten, wo vieles nicht mehr (ganz) gilt und vieles (noch) nicht absehbar ist. Solche Situationen des Übergangs kennen wir biographisch. Sie sind aber heute geradezu eine Zeitsignatur. Diese Grunderfahrung wird von den einzelnen Beiträgen des Sammelbandes aus unterschiedlichen Blickwinkeln konkretisiert.

Lovink, Geert: Dark Fiber – Auf den Spuren einer kritischen Internetkultur. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2003. 342 S. EUR: 19,90
Der radikale Medienpragmatiker Lovink hat die Vision einer Internetkultur, die weit über jene Kultur hinaus geht, die das Internet erschaffen hat. In dieser Vision schließen sich Sozialwissenschaften, User-Gruppen, Soziale Bewegungen, NGOs, Künstler und Kulturkritiker zu einer Initiative der Internetentwicklung zusammen. Lovink untersucht das komplett unbegründete Vertrauen, das die Cyber-Freiheitsfanatiker in die Fähigkeiten des Marktes haben, ein dezentralisiertes, frei zugängliches Kommunikationssystem zu erschaffen und zu erhalten. Er analysiert die innere Dynamik von Hacker-Gruppen, Internet-Aktivisten und Künstlern, immer auf der Suche nach den sozialen Gesetzen der Online-Gesellschaft. Außerdem fordert er die Einmischung politischer und ökonomischer Kompetenz in die freiheitsliebende Gesellschaft der Cyber-Bürger, um das Internet aus den Händen der Konzerne und Regierungen zu befreien.

Moser, Heinz: Instrumentenkoffer für die Praxisforschung. Zürich: Verlag Pestalozzianum 2004, 156 S. EUR: 17,00
Praxisforschung ist SMART: Hinter diesem Begriff verbergen sich die Anfangsbuchstaben der fünf wesentlichsten Merkmale von praxisorientierter Forschung. Das Buch enthält eine Vielzahl von praktischen und methodischen

neuerscheinungen.qxd 17.12.2004 22:47 Seite 132

Instrumenten für Untersuchungen, Befragungen, Evaluationen, Auswertungen und Datensystematik. Ziel ist es, über die vorgestellten Instrumente eine „dichte Beschreibung“ des Gegenstandes eine systematische, optimale Auswertung zu erreichen.

Otte, Gunnar: Sozialstrukturanalysen mit Lebensstilen. Eine Studie zur theoretischen und methodischen Neuorientierung der Lebensstilforschung. Aus der Reihe: Sozialstrukturanalyse Bd. 18. Wiesbaden VS Verlag für Sozialwissenschaften 2004. 400 S. EUR: 34,90

Das Lebensstilkonzept wird seit zwei Jahrzehnten als Alternative zu klassischen Konzepten der Sozialstrukturanalyse diskutiert. Der bisherige Ertrag der Lebensstilforschung ist jedoch recht mager. Als Hauptprobleme der Forschungspraxis gelten: die mangelnde Vergleichbarkeit der Lebensstiltypologien; ihre Theoriearmut; der fragliche Realitätsgehalt einzelner Lebensstiltypen; der Erhebungsaufwand von Lebensstilvariablen. Die Studie beansprucht, diese Probleme durch die Entwicklung eines theoretisch begründeten und empirisch effizient einsetzbaren Analyseinstruments zu lösen. In drei Primärerhebungen wird die entwickelte Typologie zur Analyse individueller Parteipräferenzen, residentieller Segregation, der Integration in städtische Szenen, der Urlaubszielwahl und der Komposition sozialer Netzwerke eingesetzt. Dies ermöglicht die Beantwortung der übergeordneten Frage der Arbeit: Welche Leistungsfähigkeit haben Lebensstile im Vergleich zu klassischen Analysekonzepten?

Plake, Klaus: Handbuch Fernsehforschung. Befunde und Perspektiven. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2004. 404 S. EUR: 29,90

Das Lehrbuch bietet einen Überblick zu den wichtigsten Arbeiten, die sich mit dem Medium Fernsehen befassen. Bislang disparat erscheinende Untersuchungsgebiete wie z. B. Gattungen und Genres von TV-Programmen, Einstellungen und Strukturen der Zuschauer, die Unternehmensorganisation der TV-Anbieter, rechtliche Bestimmungen sowie politische Voraussetzungen und Folgen des Fernsehens erscheinen so in einem Zusammenhang, der die Eigenarten des Mediums deutlich macht und allen Interessierten einen schnellen Zugriff auf kompakte Information bietet.

Schulze, Bernd: Ehrenamtlichkeit im Fußball. Aspekte ihrer Kultur und Förderung. Münster: Waxmann Verlag, 2004, Edition Global-lokale Sportkultur, Bd. 13, 176 S. EUR: 19,90

Diese Publikation entstand im Rahmen eines Forschungsprojektes des Instituts für Sportkultur und Weiterbildung der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Fußball-Bund (DFB) und dem Fußball- und Leichtathletikverband Westfalen (FLVW). Sie enthält die theoretischen und methodischen Grundlagen einer evaluativen Untersu-

neuerscheinungen.qxd 17.12.2004 22:47 Seite 133

chung des FLVW-Programms „Brücke zur Basis“ zur Förderung des Ehrenamts im Fußball. Außerdem werden die Ergebnisse einer Dokumentenanalyse, eines Expertengesprächs und achtzehn qualitativer Leitfadeninterviews vorgestellt. In einer Zeit, in der Ehrenamtlichkeit und Freiwilligenarbeit als wertvolle gesellschaftliche Ressource gesehen werden, liefert die Auswertung dieser Ergebnisse wichtige Hinweise zu den Möglichkeiten und Grenzen einer verbandspolitischen Förderung des Ehrenamts im Sport.

Schwark, Jürgen (Hrsg.): Tourismus und Industriekultur. Vermarktung von Technik und Arbeit. Berlin: ESV, 2004, 232 S., EUR: 39,80
In diesem Buch werden die neuesten Entwicklungen und Erfahrungen aus dem Bereich Tourismus und Industriekultur vorgestellt. Zentral wird die Verbindung von Industriekultur und tragfähigen touristischen Angeboten erläutert. Qualitätsfaktoren, Möglichkeiten der Verbindung verschiedener Angebote sowie erfolgreiche Fallbeispiele und Marktstrategien werden aufgezeigt. Das Buch eröffnet somit dem Tourismus wertvolle, praktische Einsichten für die Vermarktung industriekultureller Ziele.

Seifert, Anja: Körper, Maschine, Tod. Zur symbolischen Artikulation in Kunst und Jugendkultur des 20. Jahrhunderts. Aus der Reihe: Studien zur Jugendforschung Bd. 24. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2004. 401 S. EUR: 34,90
In diesem Buch geht es um die Vergleichbarkeit von Avantgarde und Jugendkultur. Künstlerische Bewegungen des frühen 20 Jahrhunderts (Futuristen, Dadaisten, Surrealisten und Lettristen/Situationisten) sowie Jugendkulturen nach 1945, v.a. die Techno-Culturen, werden untersucht.

Weiermair, Klaus / Peters, Mike / Pechlaner, Harald / Kaiser, Marc-Oliver (Hrsg.): Unternehmertum im Tourismus. Führen mit Erneuerungen. ESV: Berlin 2003, 265 S. EUR: 39,80
In diesem Sammelband werden die wichtigsten Veränderungen im Tourismus aufgezeigt. Bausteine für ein neues erfolgreiches Unternehmertum werden dargelegt. Die Erneuerung der Strategien und Geschäftsmodelle, Veränderungen der Mitarbeiterführung und Finanzierung sowie andere wichtige neue Anforderungen an das Management im Tourismus sind zentrale Themen des Werkes. Die beschriebenen Konzeptionen und Entwürfe basieren auf praktischen Erfahrungen und sind wissenschaftlich fundiert. Anregungen für die unternehmerische Umsetzung werden aufgezeigt.

Weiermair, Klaus / Pikkemaat, Birgit (Hrsg.): Qualitätszeichen im Tourismus. Vermarktung und Wahrnehmung von Leistungen. ESV: Berlin 2004, 336 S. EUR: 49,95
In diesem Buch werden Qualitätswahrnehmung und -vermittlung in ihrer

neuerscheinungen.qxd 17.12.2004 22:47 Seite 134

Erfahrung, Beurteilung sowie Markierung und Vermarktung umfassend und grundlegend aufgezeigt. Stellenwert und Besonderheiten der Qualitätswahrnehmung und -zeichen bei touristischen Dienstleistungen und Reiseentscheidungen werden dargelegt. Anbieter erhalten zudem Instrumente und Methoden für das Management von Qualitätszeichen. Neben Konzepten und Techniken beinhaltet das Werk auch einen reichen Fundus praktischer Erfahrungen.

Wulf, Christoph / Althans, Birgit / Audehm, Kathrin / Bausch, Constanze / Jörissen, Benjamin / Göhlich, Michael / Tervooren, Anja / Mattig, Ruprecht / Wagner-Willi, Monika / Zirfas, Jörg: Bildung im Ritual. Schule, Familie, Jugend, Medien. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2004. 413 S. EUR: 34,90

In der ethnographisch angelegten Studie wird vom Schuleintrittsalter bis ins frühe Erwachsenenalter gezeigt, wie gemeinschaftskonstitutive Übergänge und Bildungsprozesse in Makroritualen gestaltet werden.

autoren.qxd 17.12.2004 22:47 Seite 135

AUTORINNENVERZEICHNIS

BRINKMANN, DIETER DR.
Hochschule Bremen, Fachbereich Sozialwesen, Neustadtswall 30, D-28199 Bremen
dbrinkma@fbsw.hs-bremen.de

FRIEDRICH, GEORG
WWU Münster, Sportwissenschaft, Horstmarer Landweg 62b, 48149 Münster
g.friedrich@uni-muenster.de

HANY, MICHAEL
Helmut-Schmidt-Universität / Universität der Bundeswehr, Hamburg,
Fachbereich Pädagogik, Professur für Erwachsenenbildung
Holstenhofweg 85, 22043 Hamburg

ILLING, KAI DR.
FH Joanneum Bad Gleichenberg, Facultly of Health Management in Tourism,
Kaiser-Franz-Josef-Str. 418, A-8344 Bad Gleichenberg
kai.illing@fj-joanneum.at

LAGING, RALF PROF. DR.
Philipps-Universität Marburg, FB Erziehungswissenschaften,
Institut für Sportwissenschaft und Motologie, Barfüßerstraße 1, D-35032 Marburg
laging@mailer.uni-marburg.de

MLEJNKOVÁ, LENA ING.
Fachassistentin an der Wirtschaftsuniversität Prag, Spirkova 524, Praha 4,
142 00, Czech Republik
mlejn@vse.cz

NAHRSTEDT, WOLFGANG (EM.) PROF. DR.
Universität Bielefeld, Fakultät für Pädagogik sowie IFKA e. V.,
Postfach 10 01 31, D-33501 Bielefeld
wolfgnag.nahrstedt@uni-bielefeld.de

PRIES, MICHAEL DR.
Helmut-Schmidt-Universität / Universität der Bundeswehr, Hamburg,
Fachbereich Pädagogik, Professur für Erwachsenenbildung
Holstenhofweg 85, 22043 Hamburg
pries@unibw-hamburg.de

RULLE, MONIKA PROF. DR.
Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifswald, Institut für Geographie und Geologie,
Makarenkostr. 22, 17487 Greifswald
rulle@uni-greifswald.de

Die Zeitschrift erschien früher unter dem Namen „Freizeitpädagogik“:

1/79: FZP als erziehungswissenschaftliche Teildisziplin
2/79: Schule und Freizeit
1/80: Aktuelle Informationen
2/80: Aus- und Fortbildungsmodelle der FZP
3/80: Handlungskompetenz für Freizeitberufe
4/80: Arbeitslosigkeit – eine freizeitpolitische Herausforderung?
1/81: Freizeit und Mündigkeit – Theorieprobleme der FZP
2/81: Kulturelle Bildung und Freizeit
3-4/81: Aktivspielplatz – Jugendfarm – Spielmobil, Offene Kinderarbeit in der Bundesrepublik Deutschland
1-2/82: Stadtteilkulturarbeit / Stadtteilkulturelle Animation
3-4/82: Leitung von Freizeiteinrichtungen – Freizeitadministration
1-2/83: Zukunft von Arbeit und Freizeit
3-4/83: Freizeitpädagogik und Jugendtourismus
1-2/84: Internationale Beiträge zur FZP
3-4/84: Krise der Arbeitsgesellschaft – Freizeitgroßveranstaltungen – Neue Berufsfelder
1-2/85: Freizeit und Schule – Jugendreisen, Jugendherbergen. – Kieler Woche
3-4/85: Freizeitanthropologie – Freizeitpädagogische Innovation durch Selbstorganisation
1-2/86: Kulturarbeit als Kulturveränderung
3-4/86: Pädagogik des Reisen
1-2/87: Bildungsfaktor Freizeit
3-4/87: Freizeitforschung und Freizeitpolitik in den Niederlanden
1-2/88: Kulturarbeit und Freizeit in der DDR
3-4/88: Sanfter Tourismus und Reisepädagogik
1-2/89: Freizeitpädagogik und Kulturarbeit als öffentliche Aufgabe
3-4/89: Freizeitbildung in der Postmoderne
1-2/90: Freizeitpädagogik im Museum
3-4/90: Die „neuen Alten“ –Trendsetter für Freizeitstil und Freizeitpädagogik?
1/91: Kulturpädagogik - Kulturwissenschaften
2/91: Bilanz pädagogischer Tourismusforschung
3/91: Familie und Freizeit
1/92: Freizeitpädagogik in den NBL
2/92: Freizeit und Neue Medien
3/92: Freizeitsport: Addition oder Innovation?
1/93: Reisen trotz Handicaps?
2/93: Spiel als Lebensmuster
3/93: Freizeiteinrichtungen in Europa
1/94: Freizeitlust als Umweltlast?
2/94: Freizeitpädagogische Fachdidaktik als Herausforderung
3/94: Freizeitökonomie
1/95: Bilanz der Freizeitpädagogik

Ab Heft 2/3 95 unter dem Namen SPEKTRUM FREIZEIT:

2-3/95: Freizeitwissenschaft auf dem Weg zur Spektrumswissenschaft
1/96: Erlebnis – ein Schlüsselbegriff der Freizeitwissenschaft
2-3/96: Freizeit in Europa
1-2/97: Freizeit zwischen Markt und Staat
3/97: Freizeit und Tourismus
1-3/98: Jahrbuch Freizeitwissenschaft
1/99: Sozialpädagogik / Freizeitpädagogik
2/99: Edutainment, Vergnügen, Geselligkeit
1/00: Freizeit und Reisen
2/00: Übergang – wohin?
1/01: Globalisierung, Wissens- und Freizeitgesellschaft
2/01: Wertevermittlung in der Freizeit
1/02: Informelle Bildung in der Freizeit
2/02: Bowling alone
1/03: Schule statt Freizeit – Freizeit in der Schule
2/03: Informelle Bildung, Wissen und Medien
1/04: Kultur(arbeit), Bildung, Cultural Studies