

Reinhold Popp

ZUKUNFT: FREIZEIT

Das *Zentrum für Zukunftsstudien*, das ich leite, beschäftigt sich

- sowohl mit der wissenschaftlichen Analyse gesellschaftlich bedeutsamer Entwicklungen (derzeit vor allem mit dem Problemkreis „Zukunft: Lebensqualität“)
 - als auch mit der wissenschaftlichen Begleitung von Innovationsprozessen.
- Unter Zukunftsforschung verstehen wir „die wissenschaftliche Befassung mit möglichen, wahrscheinlichen und wünschbaren Zukunftsentwicklungen (‚Zukünften‘) und Gestaltungsoptionen sowie ihren komplexen Voraussetzungen in Vergangenheit und Gegenwart“. (Kreibich 2005, S. 36) Im Gegensatz zu jenen Trend-Guru's, die vor allem den Unterhaltungswert der *Zeitgeist-Magazine* steigern, weiß die *wissenschaftliche* Zukunftsforschung, dass es gar nicht möglich ist, die Zukunft vorherzusagen, weil es nämlich die Zukunft gar nicht gibt! In Wahrheit gibt es nur „Zukünfte“, also mehrere Szenarien, wie sich unsere Gesellschaft in der Zukunft entwickeln könnte. Welche Szenarien realisiert werden, hängt weniger von den ForscherInnen sondern vielmehr von der Gestaltungskraft gesellschaftlicher, wirtschaftlicher und politischer Interessensgruppen ab.

Freizeit und Lebensqualität

„*Lebensqualität*“ ist ein sehr vielschichtiger Begriff. Unter dem Stichwort Lebensqualität werden Urlaubsreisen gebucht, Lebensmittel angepriesen, Privatpensionsverträge abgeschlossen, Hobbies gepflegt, Haubenrestaurants besucht, Einfamilienhäuser gebaut oder aber Zufriedenheit und Glück empirisch gemessen. Eine Begriffsabgrenzung ist daher notwendig und schwierig zugleich. Im wissenschaftlichen Kontext bemüht man sich darum, das Konzept der Lebensqualität zu operationalisieren.

Gemeinsamer Nenner der meisten modernen Definitionen von *Lebensqualität* ist die zusammenschauende Betrachtung von *materiellen* und *immateriellen* Werten sowie *objektiven* und *subjektiven* Komponenten von Wohlstand.

Unser Zentrum für Zukunftsstudien vertritt ein *Lebensqualitäts*-Konzept, das von quantitativen und qualitativen Aspekten der Befriedigung von Grundbedürfnissen ausgeht, also Befriedigung von Bedürfnissen

- nach den notwendigen Ressourcen für den materiellen Wohlstand (Einkommen, Wohnen, Arbeitsbedingungen, Gesundheit, Bildung, Umwelt,...)
- nach sozialer Identität und Zugehörigkeit (Familie, Nachbarschaft, Freundschaften, Kontakte am Arbeitsplatz)
- nach Beteiligung, Selbstverwirklichung, Persönlichkeitsentwicklung, sinnvoller Arbeits- und Freizeitgestaltung.

Lebensqualität ist übrigens auch ein wichtiger Begriff im Kontext der aktuellen EU-Nachhaltigkeitsstrategie, die am 16. Juni 2006 von den Staats- und Regierungschefs der Europäischen Union beschlossen wurde.

Im vorliegenden Beitrag behandle ich das gesellschaftliche Phänomen Freizeit in untrennbarer Verbindung mit dem Begriff „Lebensqualität“.

Zukunft und Zeitbudget – Wertewandel im Spannungsfeld zwischen Beruf und Freizeit

In den Ländern der sog. *Ersten Welt*, also auch in den meisten Ländern Europas, hat sich das Verhältnis zwischen beruflich gebundener Zeit einerseits und außerhalb des Berufs verbrachter Zeit andererseits im Laufe des vergangenen 20. Jahrhunderts in einem fast unglaublichen Ausmaß verschoben. Diese Entwicklung hängt zum kleineren Teil mit der kollektiven Verkürzung der Berufszeit, zum größeren Teil jedoch mit der gigantischen Verlängerung der durchschnittlichen Lebenszeit - Erwartung zusammen.

Könnte der Durchschnittsbürger bzw. die Durchschnittsbürgerin zu Beginn des 20. Jahrhunderts mit einer Lebenszeit von knapp 50 Jahren rechnen, so hat sich die durchschnittliche Lebenserwartung bis heute zu Beginn des 21. Jahrhunderts um etwa 30 Jahre(!) auf knapp 80 Lebensjahre verlängert.

Die Tendenz ist bekanntlich steigend. Immerhin wird jedes zweite heuer geborene Mädchen den Beginn des 22. Jahrhunderts erleben! Als statistischer Richtwert für die steigende Lebenserwartung gilt ein Plus von etwa 2 Monaten pro Jahr, also jedes 6. Jahr 1 zusätzliches Lebensjahr. Gleichzeitig hat sich der Anteil der Berufszeit an der gesamten Lebenszeit deutlich reduziert, eine Tendenz, die sich offensichtlich kontinuierlich fortsetzt.

Heute beträgt die in Beruf und Schule verbrachte Zeit im gesamten Lebensverlauf höchstens 70.000 Stunden. Das sind etwa 10 % der gesamten Lebenszeit! Dies bedeutet übrigens auch, dass wir in dem knappen Zehntel der beruflich gebundenen Lebenszeit die finanzielle Wertschöpfung für die übrigen 9 Zehntel des Lebens erarbeiten müssen! Denn mehr als 90% der Lebenszeit werden außerhalb des Lebensbereichs „Beruf“ gestaltet. In diese 90% fällt freilich auch der relativ große Zeitbudgetanteil der *Schlafzeit*.

REINHOLD POPP

Zeit und Raum

Ca. 75% unserer Lebenszeit werden in der *Wohnung* und im *direkten Wohnumfeld* gestaltet. Die Wohnung ist nicht nur Ort für Essen und Schlafen sondern das wichtigste Zentrum für Wohlbefinden und Lebensqualität.

Nur ca. 25% unserer Lebenszeit beziehen sich auf Raumeinheiten außerhalb dieses „Reviers“:

- Etwa 10% entfallen
 - auf den jeweiligen Standort des *Arbeitsplatzes* sowie
 - (in Phasen der Aus- bzw. Weiterbildung) auf den Standort der jeweiligen *Bildungseinrichtung*.
- Etwas mehr als 11 - 12% sind nicht-beruflichen bzw. nicht-bildungsbezogenen Aktivitäten an Standorten außerhalb des Wohnumfelds gewidmet, z. B. Einkäufen im Shopping-Center, Sport im Fitness-Center, Freizeit im Naherholungsgebiet, ...
- Für touristische Aktivitäten werden übrigens selbst von jener Hälfte der Bevölkerung in den Ländern der sog. Ersten Welt, die überhaupt Urlaubsreisen durchführen, höchstens 3-4% des gesamten Lebenszeitbudgets benötigt!

Fortschreitender Wertewandel im Spannungsfeld zwischen Beruf und Freizeit

Trotz der gigantischen Verlängerung des außerhalb des Berufs verbrachten Zeitbudgets gibt es – im Gegensatz zu manchen diesbezüglichen Schlagzeilen – bei seriöser Betrachtung der einschlägigen Daten keinen Grund zu der Annahme, der *Beruf* würde in der Zukunft, z. B. bis 2027, völlig bedeutungslos werden und wir würden auf eine *hedonistische Freizeitgesellschaft* zugehen.

Richtig ist freilich, dass der Lebensbereich Beruf schon heute seine zentrale Bedeutung im Leben der meisten Menschen verloren hat und weiter verliert. Die Zeiten, in denen die Mehrheit der Menschen glaubwürdig sagen konnte „Wir leben um zu arbeiten“, und die spärliche Freizeit überwiegend der Erholung für den Beruf dienen musste, sind längst vorbei.

Insgesamt betrachtet hängen Lebenszufriedenheit und Lebensglück für eine wachsende Zahl von Menschen vermehrt von Erfolgserlebnissen auch außerhalb des Berufs ab. Die materielle Basis dieses Wertewandels besteht im Anwachsen der folgenden 4 „Budget“-Typen:

- 1) *Zeitbudget*: Noch nie in der Menschheitsgeschichte hatte der Großteil der Mitglieder einer Gesellschaft ein so beachtliches Lebenszeit-Budget (ca. 700.000 Stunden) zur Verfügung und kam dem beruflich bzw. schulisch

- gebundenen Teil des Lebenszeitbudgets ein vergleichbar geringer quantitativer Stellenwert zu.
- 2) *Raumbudget*: Noch nie in der Menschheitsgeschichte stand dem Großteil der Bevölkerung die Ressource „Raum“ in vergleichbarem Ausmaß sowie in vergleichbarer Form zur Verfügung:
 - in Form von qualitativem Wohnraum,
 - in Form von vielfältig nutzbarer Infrastruktur,
 - in Form der – durch schnelle und bequeme Verkehrsmittel – technisch ermöglichten Mobilität u. a. auch zu weiter entfernten Raumeinheiten.
 - 3) *Wissensbudget*: Noch nie in der Menschheitsgeschichte stand einem ähnlich großen Anteil der Bevölkerung eine vergleichbare Menge an Wissen sowie eine vergleichbare technische Möglichkeit des Zugriffs auf dieses Wissen zur Verfügung.
 - 4) *Geldbudget*: Noch nie in der Menschheitsgeschichte stand einem so großen Teil der Bevölkerung – jedenfalls in den Gesellschaften der sog. Ersten Welt – ein vergleichbar großes Ausmaß an finanziellen und materiellen Ressourcen zur Verfügung.

Auf der Basis dieser 4 „Budget-Typen“ wächst also seit einigen Jahrzehnten das Bedürfnis nach – aber auch die Fähigkeit zu – einer möglichst souveränen, selbst gesteuerten und subjektiv befriedigenden Gestaltung des *Zeitbudgets* – mit Hilfe der Ressourcen *Geld*, *Raum* und *Bildung* sowie mit dem Ziel einer möglichst hohen *Lebensqualität*.

Bis weit in das vergangene 20. Jahrhundert hinein konnte das Lebensgefühl des Großteils der Menschen (frei nach Shakespeare) mit dem Sinnspruch „Die ganze Welt ist Bühne“ ausgedrückt werden. Denn die Rollen für das Spiel des Lebens waren weitgehend fremdbestimmt vordefiniert, ja *vorgeschrieben* – im doppelten Sinne des Wortes. Unter den Lebensbedingungen unserer Multioptionengesellschaft wird sich in der Zukunft vielleicht ein abgewandeltes Sprichwort einbürgern: „Die ganze Welt ist ein Workshop“. Denn vielfach werden die fertigen Drehbücher fehlen und die aufeinander folgenden Szenen müssen immer wieder phantasievoll und kreativ erarbeitet werden.

Der Wunsch nach *Lebensqualität* bezieht sich aber mit steigender Tendenz keineswegs – wie in früheren Lebensentwürfen – nur auf den Lebensbereich der sog. „Freizeit“ sondern auf die *gesamte Lebenszeit*, also auch auf die *Berufswelt*.

Zukunft: Freizeit: Lebensqualität

Der Begriff „Freizeit“ floss erst kurz nach 1800 als Bezeichnung *für das (damals noch außerordentlich geringe) Zeitpotential der Wachzeit außerhalb von Beruf (und Schule)* in die Umgangssprache ein. Heute macht die nicht beruflich (bzw. nicht schulisch) gebundene Wachzeit, alltagssprachlich meist als „Freizeit“ bezeichnet, bekanntlich bereits mehr als die Hälfte der statistischen Lebenszeit

aus. Selbstverständlich ist ein beachtlicher Teil der Freizeit nicht vollkommen frei gestaltbar sondern für mehr oder weniger befriedigende Alltagsaufgaben gebunden – z. B. für Haushalts- und Reparaturarbeiten, für Einkäufe, für Behördengänge, für familiäre und gesellschaftliche Verpflichtungen. Freizeit präsentiert sich bei den verschiedenen Bevölkerungsgruppen sehr unterschiedlich. Während z. B. berufstätige Hausfrauen mit Kindern über ein besonders geringes *freizeitbezogenes* Zeitbudget verfügen, dürfen sich etwa SchülerInnen, StudentInnen oder PensionistInnen über ein beachtliches Freizeitbudget freuen.

Der *Club of Rome* hat bereits 1984 den *Bedeutungszuwachs des Lebensbereichs FREIZEIT* als einen der wichtigsten *MEGATRENDS* der Zukunft und als eine der größten Herausforderungen für die Lebensqualität der Menschen im 21. Jahrhunderts erkannt (Peccei 1984, S.4).

Freizeit als Job-Motor

„Neue Sehnsüchte prägen neue Märkte“. Mit diesem von H. Opaschowski entlehnten Slogan lässt sich der Motor für die Innovation im freizeitorientierten Dienstleistungssegment gut kennzeichnen. Offensichtlich verstärkt sich – nicht zuletzt in Anbetracht der bereits angesprochenen Freizeitentwicklung – bei einem kontinuierlich wachsenden Teil der Bevölkerung eine komplexe Bedürfnislage, die sich stichwortartig folgendermaßen umschreiben lässt: *aktiver leben & bewusster leben & gesünder leben & genussorientierter leben & geselliger leben*. Kein Wunder also, dass schon heute die mit dem gesellschaftlichen Phänomen Freizeit zusammenhängenden vielfältigen Dienstleistungen sowohl global als auch regional beachtliche Wachstumsraten aufweisen. Freizeitbezogene Unternehmen (einschließlich Tourismus) erzielen eine gigantische Wertschöpfung! In vielen europäischen Ländern liegt der Anteil der *Freizeitwirtschaft (einschl. Tourismus)* am Bruttoinlandsprodukt (BIP) bei ca. 16 -18%.

Ein entsprechender Anteil von Arbeitsplätzen steht im Spektrum der vielfältigen Berufe der sog. *Freizeitwirtschaft* zur Verfügung, also in Form der Berufe der Gastronomie, der Hotellerie, im Reisebürosektor, im Bäder-, Wellness- und Kurbereich, im Freizeit- und Gesundheitssport oder im weiten Feld der Vergnügungs- und Unterhaltungsbetriebe (von den Spielhallen bis zu den Kinos).

Dazu kommt noch eine Vielzahl von überwiegend freizeitorientierten Arbeitsplätzen, die im Bereich der *wirtschaftsbezogenen* Beschäftigtenstatistik gar nicht erfasst werden, z. B. Pädagoginnen und Pädagogen in ganztägigen Schulformen, in freizeitrelevanten Bereichen der Erwachsenenbildung oder in der Jugendarbeit, MitarbeiterInnen in gemeinnützig orientierten Teilen der Kulturarbeit oder des Sports, in öffentlichen Bädern, Parks, Spielplätzen, Eislaufenanlagen oder übrigens auch auf Friedhöfen, welche ja – zumindest für die

Lebenden – eine vielfach unterschätzte Freizeitfunktion erfüllen. Darüber hinaus gibt es eine Reihe von Berufen, die zwar nicht „Freizeitberufe“ im engeren Sinne sind, in denen jedoch ein wesentlicher Teil der Funktionen mit den vielfältigen Ausprägungsformen des modernen Freizeitens eng verbunden ist. Dies gilt z. B. für die Medienbranche, für die boomende Spiele - Industrie, für wesentliche Teile des Handels – oder auch für die Polizei! So paradox dies – auf dem Hintergrund des weit verbreiteten Alltagsverständnisses von „Freizeit“ – klingt: Freizeit ist ein gigantischer Job-Motor!

Sozialkapital Freizeit

Die Entwicklung moderner Sozialstaaten (vor allem im europäischen Raum) ist – in enger Verknüpfung mit dem Konzept der *sozialen Marktwirtschaft* – das wohl am stärksten unterschätzte Megaprojekt des vergangenen 20. Jahrhunderts. Der Sozialstaat realisierte und realisiert sich als *Querschnittpolitik* in einer Vielzahl von Politikbereichen, z. B. Arbeitsmarkt- und Arbeitsschutzpolitik, Einkommens- und Konsumpolitik, Renten- bzw. Pensionspolitik, Gesundheitspolitik, Wohnungs- und Infrastrukturpolitik, Bildungs- und Kulturpolitik und natürlich in den Politikbereichen der Sozialhilfe, Behindertenhilfe und Jugendwohlfahrt, auf die der Sozialstaatsdiskurs in der öffentlichen & veröffentlichten Meinung unzulässigerweise meist reduziert wird. Vielfach wird jedoch völlig vernachlässigt, dass auch FREIZEIT in ihrer modernen (europäischen) Ausprägungsform sowohl in *quantitativer bzw. zeitbudgetärer* Hinsicht als auch hinsichtlich vieler *qualitativer* Aspekte der Gestaltung dieses Zeitbudgets in besonderer Weise ein Ergebnis des Megaprojekts *Sozialstaat* ist.

Die Ausweitung der freien Zeit stellt offensichtlich ein „Kapital“ dar, das bisher in erster Linie *kommerziell* genutzt wurde und wird. Das aus vielen Milliarden von Stunden bestehende Zeitbudget der sog. Freizeit stellt dagegen ein bisher viel zu wenig beachtetes „Kapital“ für den *sozialen Zusammenhalt* unserer Gesellschaft dar:

In Anbetracht eines – empirisch gut belegbaren – dramatischen Rückgangs der Bereitschaft zum ehrenamtlichen sozialen Engagement werden seit einigen Jahren jene Stimmen immer lauter, die einen Zugriff auf das „*Sozialkapital Freizeit*“, also auf das Zeitbudget der vielen Milliarden von Dispositionsstunden durch die Sozialpolitik fordern.

Ehrenamtliches soziales Engagement soll also die Rückbindung der privatisierten und kommerzialisierten Früchte der modernen Freizeit in den Sozialstaat ermöglichen. In diesem Sinne ist ein verstärkter staatlicher Zugriff auf das Sozialkapital der außerberuflichen Zeit in den kommenden Jahren sehr wahrscheinlich und möglicherweise auch unverzichtbar.

Besonders deutlich wurde und wird diese Forderung im Rahmen des Konzepts des sog. *aktivierenden Sozialstaats* erhoben. In diesem Sinne erweist

sich die Nutzung des derzeit noch weitgehend brach liegenden Potentials der freizeitbezogenen Dispositionszeit grundsätzlich als wichtige (vielleicht sogar unverzichtbare) Investition in die Zukunft. Übrigens sollte jenseits des moralisierenden „Lamentos über den Werteverfall“ (Beck 1997) nicht übersehen werden, dass der Rückzug eines wachsenden Bevölkerungsanteils aus Funktionen des freiwilligen Engagements – gerade auch mit sozialem Bezug – nicht nur negativ zu bewerten ist. Soziales Engagement befindet sich nämlich vom Übergang aus dem alten Wertesystem des *Überlebens* hin zum heute weit verbreiteten *erlebnisorientierten Wertesystem* auf dem Weg von der „Pflicht“ zur „Kür“! Dieser neue Typus der Freiwilligenarbeit ist mit dem von manchen Politikern angestrebten Typus des Ehrenamts, der letztlich nur dem Abbau des Sozialstaates dient, nicht kompatibel.

Aus demokratiepolitischen Gründen ist es übrigens wünschenswert, die Idee des *aktivierenden Staates* nicht nur auf das Subsystem des sog. Sozialstaats bzw. auf die Frage des Ehrenamts zu reduzieren sondern das Verhältnis zwischen Staat und Zivilgesellschaft – mit besonderer Berücksichtigung der Stärkung von partizipativen Elementen – in den Vordergrund zu stellen.

Freizeit & Medien

Schon heute wird allein dem *Fernsehbkonsum* im gesamten Lebensverlauf mehr Zeit gewidmet als der beruflichen Arbeit! In der Zukunft werden nicht nur die *Konsumgewohnheiten* sondern auch die *kulturellen Ausdrucksformen* der Freizeitwelt von der allgegenwärtigen Medienpräsenz stark geprägt sein. Es spricht allerdings Vieles dafür, dass die MultiMedia-Kids der Zukunft neben den – für sie selbstverständlichen – elektronischen Medien auch am Lesen von Büchern, Zeitschriften und Zeitungen Gefallen finden. Die Herausforderung der zukünftigen Medienpolitik besteht u. a. in der Förderung einer möglichst ausbalancierten Nutzung der vielfältigen Angebotsstruktur im Spannungsfeld zwischen „alten“ und „neuen“ Medien. (Siehe ausführlicher bei Opaschowski 2006, SS. 167 ff.)

Eine zentrale Funktion im breiten Spektrum der informations- und unterhaltungsorientierten Dienstleistungsangebote wird den sog. *Neuen Medien* zukommen. Die damit verbundene Möglichkeit, z.B. mit Hilfe des Internet eine Vielzahl von Informationen abzurufen bzw. eine Reihe geschäftlicher Erledigungen (wie Zahlungen, Bestellungen, ...) durchzuführen, ohne den *Indoor*-Bereich, die Wohnung verlassen zu müssen, wird den Trend zur Privatisierung bisher haushaltsfremder Dienstleistungen noch erheblich verstärken.

Der Stellenwert von *eCommerce* wird sich also weiter erhöhen – übrigens gerade auch im Bereich der Freizeitwirtschaft und in diesem Zusammenhang vor allem im Tourismus (*eTourism*).

Ein immer wichtiger werdendes Segment des Problemkreises „Freizeit & Medien“ ist übrigens auch der Markt für *Spielkonsolen*. Schon heute setzt die Gaming-Industrie weltweit fast 30 Milliarden US-Dollar um und kommt damit der Filmwirtschaft, die sich derzeit über einen Jahresumsatz von 45 Milliarden Dollar freuen kann, immer näher. Derzeit dominieren allerdings wenig anspruchsvolle Kriegsspiele, Actionspiele und Autorennspiele, mit denen nach wie vor insbesondere der *jugendliche & männliche* Spielermarkt erreicht wird. Das angestrebte Wachstum wird wohl nur dann zu schaffen sein, wenn die Inhalte nicht – wie bisher – weit hinter den technischen Möglichkeiten zurückbleiben und wenn der Hoffnungsmarkt *Mädchen und Frauen* mit deutlich differenzierteren Spielideen angesprochen wird.

Noch mehr als heute werden Medien aller Art in Zukunft unseren Alltag begleiten und zum Teil auch steuern. So wird etwa das „Handy“ bereits mittelfristig nicht mehr nur zum Telefonieren dienen sondern wird Schritt für Schritt zur elektronischen Service - Zentrale für unsere Alltagsgestaltung, quasi ein elektronischer „Butler James“. Butler James erkennt dann unsere Stimme und kennt unsere Vorlieben, verwaltet den Terminkalender, steuert die Haustechnik, vergleicht die Preise für Haushaltseinkäufe und bestellt online, checkt täglich das Fernseh-, Kultur- und Sportangebot, macht Vorschläge für unsere Freizeitgestaltung, liefert alle Daten für unsere Reise- und Urlaubsplanung, misst regelmäßig unser körperliches Wohlbefinden und berät uns in Gesundheits- und Ernährungsfragen (Gassner/Steinmüller 2005, S. 99 ff).

Vielleicht sind in 15-20 Jahren auch die ersten halbwegs funktionierenden elektronischen Dolmetsch - Programme am Markt, welche die direkte Übersetzung einfacher gesprochener Texte in die wichtigsten Sprachen ermöglichen und nicht nur den herkömmlichen Sprachunterricht sondern auch die globale Kommunikation revolutionieren würden.

Freizeit im Spannungsfeld zwischen Konsum und Aktivität

Mehr Freizeit führt *nicht* unbedingt zu mehr *aktiver* Zeitgestaltung oder zu mehr sozialem Engagement. Denn Freizeit ist insgesamt über weite Strecken *Konsumzeit*. Im Vergleich zur dominanten Konsumorientierung im Freizeitbereich nimmt sich die eher auf Engagement und Aktivität bezogene Freizeitgestaltung (z.B. aktive Sportausübung, musizieren, ...) recht bescheiden aus. Für fast jedes Bedürfnis scheint es ein entsprechendes und konsumierbares Waren- und Dienstleistungsangebot zu geben.

Der Freizeitkonsum entwickelt sich immer stärker weg vom bedarfsdeckenden *Versorgungskonsum* hin zu einem von Spiel & Spass geprägten *Erlebniskonsum*. Die Auswahl der Konsumgüter in den Bereichen Hobby, Sport, Medien und Unterhaltung erfolgt offensichtlich in zunehmendem Maße nach deren Erlebniswert.

REINHOLD POPP

„Erlebnis“ ist also ein Schlüsselbegriff der modernen Konsumwelt, wie dies der Kultursoziologe Gerhard Schulze in seinem berühmten Buch „Die Erlebnisgesellschaft“ schon 1992 gut nachvollziehbar zeigte.

Erlebnisorientierte Freizeitökonomie

Konsequenterweise müssen sich zukunftsorientierte Dienstleistungsbetriebe als Organisationen präsentieren, deren Angebote und Dienstleistungen sowie deren soziales Klima einen ausgeprägten *Erlebnischarakter* aufweisen.

In diesem Sinne entwickeln sich immer neue und größere Märkte, die von der Logik der modernen erlebnisorientierten Freizeitökonomie geprägt sind. Somit wandelt sich auch die zukünftige Einkaufswelt Schritt für Schritt hin zur freizeitorientierten Erlebniswelt.

Die allerorts aus dem Boden schießenden Shopping Citys sind besonders markante Vorboten für diese Entwicklung. Diese Konsumtempel dienen ja schon heute nicht nur dem Einkauf mehr oder weniger notwendiger Güter sondern sind wichtige Treffpunkte, Kommunikationszentren und Spielplätze für Jung und Alt.

Spiel, Spass und Erlebniskonsum prägen auch die Logik und das Design moderner künstlicher Erlebniswelten – von *Disneyland* bis zu den vielfältigen *Themenparks*. Bei dieser Gelegenheit sollten wir uns vielleicht auch daran erinnern, dass *Las Vegas* vor etwas mehr als einhundert Jahren mitten in der Wüste von Nevada gegründet wurde. In dieser „Sin City“, wie Las Vegas auch genannt wird, wurde eine bisher weltweit unerreichte Benchmark für einen wirtschaftlich perfekt ausbeutbaren Mix aus Spiel, Spass, Entertainment und Erlebniskonsum gesetzt.

Anfang der 60er - Jahre hatte das alte Ausbeutungskonzept gemeinsam mit der alten Form der amerikanischen Mafia ausgedient. Die Anwesenheit der Syndikate schreckte den aufkommenden neuen Typus von Investoren ab.

Auf den Ruinen des alten Zockerparadieses der alten Mafia bauten neue legendäre Milliardäre – wie z. B. Howard Hughes – eine beispiellose künstliche Erlebniswelt als Anziehungspunkt für *Familien*. Das Konzept ging voll auf. Immerhin hat Las Vegas pro Jahr fast 40 Millionen Besucher, die für Jahreseinnahmen in der Höhe von 8 bis 9 Milliarden Dollar sorgen.

Im Zeitalter der Eventkultur zeichnet sich der Bedeutungszuwachs derartiger künstlicher Erlebniswelten, die Opaschowski (2000) sehr treffend als „Kathedralen des 21. Jahrhunderts“ bezeichnete, ab.

Freizeitkonsum & ProsumentInnen-Szene

Eine interessante Ausprägungsform der Verknüpfung von Freizeit & Konsum lässt sich in der sog. „ProsumentInnen-“ Szene beobachten: Der von manchen Konsumforschern behauptete Trend vom *klassischen* Konsumenten hin zum neuen Typus des sog. *ProsumentInnen*, also zu einem Typus von Kunden, der sich eigenständig an der Produktion oder der Entwicklung von Produkten beteiligt, ist empirisch zwar feststellbar, jedoch keineswegs in der propagierten Dynamik.

Richtig ist allerdings, dass es – neben dem wohl auch in Zukunft dominanten *klassischen* Konsumverhalten – eine kontinuierlich wachsende Minderheit der sog. *ProsumentInnen* gibt, die sich (abgesehen von der Heimwerker- und Selbstbaumöbel - Szene) vor allem in Verbindung mit spielbezogenen Produkten realisiert.

In diesem derzeit noch sehr jungen und eher kleinen Marktsegment, das durch die aktive Einbeziehung von Kunden in die Produktinnovation gekennzeichnet ist („Innovation durch Interaktion“), gibt es ein nennenswertes Zukunftspotenzial (Kuom 2005, S. 578 f.): *Sony* hat etwa zur Weiterentwicklung der Software für die Playstation eine Website installiert, auf der Kundinnen und Kunden Ideen für neue Spiele entwerfen konnten. Kurz nach der Freischaltung waren mehr als 10.000 Teilnehmer, deren z.T. radikal neue Ideen in innovative Sony - Produkte einfließen, auf der Website aktiv.

Ein weiteres Beispiel ist das „Lego User Group Network“, das von begeisterten Lego-Nutzern eingerichtet wurde, um mit einer speziellen CAD - Software komplexe neue Lego - Modelle aus Standard-Teilen zu konstruieren. Damit hat *Lego* bei einer kleinen aber sehr engagierten Fanclub-Szene die von vielen Unternehmen angestrebte Integration der berühmten „3 C“ (Community, Content, Commerce) geschafft: Eine wachsende Community kreiert immer spannenderen Content (ebd). Durch die Nutzung dieser Initiative auf der Lego - Homepage werden engagierte Konsumentinnen und Konsumenten zum integralen Bestandteil des Unternehmensangebots und damit zu „Prosumenten“.

Obwohl das zuletzt angesprochene Prosumenten - Konzept in gewisser Weise ein aktivierendes Element in der Konsumwelt thematisiert, dominiert selbstverständlich die klassische Konsum - Logik.

Freizeitkonsum & Demokratiepoltik

Kritisch betrachtet ist übrigens nicht diese Konsum - Logik *an sich* sondern vor allem die *Dominanz* der in unserem Wirtschafts- und Gesellschaftssystem zentralen Logik der Bedürfnisbefriedigung durch Konsum vor allem auch aus *demokratiopolitischer* Sicht problematisch.

REINHOLD POPP

Durch diese Dominanz des konsumorientierten Modells der Bedürfnisbefriedigung werden nämlich Menschen herangebildet, für die Probleme nicht durch (solidarische) Aktivität und Initiative lösbar erscheinen sondern durch Konsum von am Warenmarkt angebotenen Produkten bzw. Dienstleistungen.

Die Parole des Erlebniskonsums lautet nämlich: *„Wenn Du ein Bedürfnis hast, dann befriedige dieses durch den Einkauf des jeweiligen emotional aufgeladenen Konsumgutes.“* So wohltuend dieses Befriedigungskonzept auch für uns alle immer wieder ist, so wenig darf die folgende für ein auf die aktive Beteiligung der Bürger angewiesenes demokratisches System unverzichtbare Parole in Vergessenheit geraten: *„Wenn Du ein Bedürfnis hast, dann engagiere Dich – möglichst gemeinsam mit anderen Bürgerinnen und Bürgern – und befriedige Dein Bedürfnis durch solidarische Aktivität.“*

Kompensatorische Demokratisierungskonzepte in Politik und Pädagogik müssten also in Zukunft diesen auf Engagement und Aktivität bezogenen Aspekt stärker betonen ohne die Verknüpfung von Freizeit & Konsum generell zu denunzieren. *„Animation zur Partizipation“* lautet die entsprechende Programmforderung, die sich übrigens auch in der Definition des Begriffs *„Animation“* durch den Europarat findet.

Animation zur Partizipation: Kompensatorisch orientierte Freizeitplanung

In Anbetracht der konkurrenzlosen Dominanz der allgegenwärtigen Verknüpfung von Freizeit & Konsum kann die Vielfalt des Lebensbereichs *„Freizeit“* nur durch eine kompensatorisch angelegte Freizeitpolitik und -planung abgesichert werden.

Das Ziel einer kompensatorisch angelegten Freizeitpolitik und -planung besteht in einem Netz von bedürfnisorientierten Angeboten und Möglichkeiten – im Spannungsfeld zwischen Konsum und Selbermachen.

Dieses Netz ist standortpolitisch betrachtet auf 2 Ebenen zu spannen:

- 1. Ebene: Die freizeitgerechte Wohnung: Immerhin werden mehr als 60% der nicht beruflich gebundenen Lebenszeit im Bereich der Wohnung gestaltet. Die Wohnung ist also eigentlich das wichtigste Freizeitzentrum; eine bisher viel zu wenig beachtete Herausforderung für Wohnbaupolitik und Wohnungsplanung!
- 2. Ebene: Die freizeitgerechte Infrastruktur im Wohnumfeld und in der Gemeinde bzw. im Stadtteil: In diesem Planungs- und Gestaltungsbereich werden immerhin mehr als 15% der nicht beruflich gebundenen Zeit verbracht. Das Angebot von vielfältiger und bedürfnisgerechter Infrastruktur für diesen Lebensbereich – von Sport und Spiel über Kunst und Kultur bis hin zu Bädern und Bibliotheken – ist überwiegend Aufgabe der Gemeinden.

Auf beiden Ebenen – in der *Wohnung* und im *Wohnumfeld* – müssen sich Freizeitpolitik und -planung an der Tatsache orientieren, dass sich die freizeitbezogenen Bedürfnisse immer stärker ausdifferenzieren. In dieser Situation sind phantasielose Einheitslösungen unangemessen. Politik und Planung müssen sich vielmehr (in Anlehnung an Zacharias 2005) im Sinne einer „*Sozialökologie der Freizeit*“ entfalten.

Dieses Konzept geht bekanntlich davon aus, dass *Raum* eine wesentliche Ressource der Lebensbewältigung ist. Auf der Basis dieses sozialökologischen Konzepts sollten freizeitbezogene Lebensräume und Lebenswelten in Form von Netzwerken organisiert werden, um so ein möglichst breites Spektrum an Freizeitangeboten zu knüpfen.

Am Beispiel der Freizeitaktivität „Spiel“ zeigen die in München und Salzburg realisierten Modelle einer „*Spiellandschaft Stadt*“ schon heute vor, wie sich in der Zukunft ein *sozialökologisch konstruiertes Netzwerk freizeitkultureller Infrastrukturangebote* praktisch umsetzen ließe.

Wir brauchen eine freizeitbezogene Forschungs- & Qualifizierungsoffensive!

Ich hoffe, dass ich mit den bisherigen Anmerkungen nachvollziehbar zeigen konnte, dass sich die Herausforderungen im *Freizeitbereich* keineswegs auf Entscheidungen über die subjektive Auswahl aus dem breiten Spektrum von Hobbies, Sportarten oder Kulturangeboten reduzieren lassen, sondern „Freizeit“ vielmehr ein gesellschaftliches Phänomen von außerordentlich großer Bedeutung für Wirtschaft & Politik, für die Berufsentwicklung, für das menschliche Zusammenleben und die Lebensqualität ist!

Trotz dieser Bedeutung haben sich *Wissenschaft & Forschung* in Europa vergleichsweise wenig um dieses *Mega-Phänomen* gekümmert, während im anglo-amerikanischen Raum die sog. *Leisure Studies* an vielen Universitäten und Hochschulen vertreten sind. Weiters brauchen wir eine europaweite Qualifizierungsoffensive im Bereich der *Aus- und Fortbildung von Expertinnen und Experten* für Freizeitplanung, Freizeitmanagement und Freizeitanimation!

Literatur

- BECK, U. (1997): Kinder der Freiheit: Wider das Lamento über den Werteverfall. In: Beck, U. (Hg.): Kinder der Freiheit. Frankfurt a. M. 1997.
- BURGSTALLER, P. (2005): Zukunft: Spiel. Münster-Wien 2005.
- GASSNER, R./STEINMÜLLER, K. (2005): Freizeit mit Agenten, Avataren und virtuellen Butlern. In: Popp R. (Hg.): Zukunft:Freizeit:Wissenschaft. Wien 2005.

REINHOLD POPP

- KREIBICH, R./SOHR, S. (2003): Visiotopia. Bürger entwerfen die Zukunft der Gesellschaft. Baden-Baden 2003.
- KREIBICH, R. (2005): Zukunftsforschung und Freizeitwissenschaft. In: Popp, R. (Hg.): Zukunft: Freizeit:Wissenschaft. Wien 2005.
- KUOM, M. (2005): Vom umworbenen König zum Kundschafter im virtuellen Raum der Wünsche. In: Popp, R. (Hg.): Zukunft: Freizeit: Wissenschaft. Wien 2005.
- MOSER, H./MÜLLER, E./WETTSTEIN, H./WILLENER, A. (1999): Soziokulturelle Animation. Grundfragen, Grundlagen, Grundsätze. Luzern 1999.
- OPASCHOWSKI, H. W. (2000): Kathedralen des 21. Jahrhunderts. Erlebniswelten im Zeitalter der Eventkultur. Hamburg 2000.
- OPASCHOWSKI, H. W. (2005): Besser leben, schöner wohnen. Darmstadt 2005.
- OPASCHOWSKI, H. W. (2006): Deutschland 2020. Wie wir morgen leben – Prognosen der Wissenschaft. Wiesbaden 2006.
- OPASCHOWSKI, H.W./PRIES, M./REINHARDT, U. (2006, Hg.): Freizeitwirtschaft. Die Leitökonomie der Zukunft. Hamburg 2006.
- PECCEI, A. (1984): Berichte an den Club of Rome. Genf 1984.
- POPP, R./SCHWAB, M. (2003, Hg.): Pädagogik der Freizeit. Baltmannsweiler 2003.
- POPP, R. (2005, Hg.): Zukunft:Freizeit:Wissenschaft. Festschrift zum 65. Geburtstag von Univ.-Prof. Dr. Horst W. Opaschowski. Wien 2005.
- POPP, R. (2006): Freizeit und Spiel. In: Deutsche Jugend. Zeitschrift für Jugendarbeit. Heft 11/November 2006.
- POPP, R. (2006): Der Wert der Freizeit. In: Beyes, T. / Keller, H. / Libeskind, D. / Spoun, S. (Hg.): Die Stadt als Perspektive. Zur Konstruktion urbaner Räume. (Universität St. Gallen). Ostfildern 2006.
- POPP, R./SCHUSTER, T./SCHWAB, M. (2007): Animation zur Partizipation. (Werkstattbericht). Salzburg 2007.
- REINHARDT, U. (2005): Edutainment. Zwischen Bildung und Unterhaltung. In: Popp, R. (Hg.): Zukunft:Freizeit:Wissenschaft. Münster-Wien 2005.
- SCHULZE, G. (1992): Die Erlebnisgesellschaft. Frankfurt 1992.
- STEINMÜLLER, K./KREIBICH, R./ZÖPPEL, CH. (2000, Hg.): Zukunftsforschung in Europa. Ergebnisse und Perspektiven. Baden-Baden 2000.
- ZACHARIAS, W. (2005): Zukunft:Spielekultur. Auf dem Weg zu ganzheitlichen Spiel- und Bildungslandschaften. In: Popp, R. (Hg.): Zukunft:Freizeit:Wissenschaft. Wien 2005.