

## **Kolloquium „Freizeit- und Erlebniswelten“ in Berlin**

### **Aufruf zur Ideensammlung „JugendFreizeit in Berlin“**

**(Berlin, 11. Oktober 2007) – Konzepte für Bewegungs- und Begegnungszonen, „Grüne Räume“ und innovative Spiellandschaften für Jung und Alt stehen auf der Tagesordnung der Zukunft. Sport und Freizeit genießen einen hohen Stellenwert. Gesundheit ist längst zum Lifestyle geworden. Gerade in Großstädten mangelt es jedoch an geeigneten Plätzen für eine sinnvolle Freizeitbeschäftigung junger Menschen. Das Kolloquium „Freizeit- und Erlebniswelten“ der BetonMarketing Ost am 25. September in Berlin informierte über neue Trends im Freizeitbereich und zeigte Handlungsbedarf für die Planung und Gestaltung neuer Anlagen auf.**

„Bereits bei der Einschulung haben über 20 Prozent der Lernanfänger Haltungsschäden, ein Fünftel aller Kinder und Jugendlichen sind übergewichtig“, sagte Rainer Janke, Geschäftsführer der BetonMarketing Ost in seiner Begrüßung. Junge Menschen brauchen sinnvolle Freizeitangebote. „Deshalb wollen wir mit dem Kolloquium einen deutlichen Impuls für mehr Bewegung geben“, so Rainer Janke.

Die Sportwissenschaftlerin Dr. Petra Tzschoppe von der Universität Leipzig referierte zum Thema „Veränderungen des Sports in unserer Gesellschaft“. „Gerade im Kindes- und Jugendalter spielt die körperliche Aktivität eine wichtige Rolle für die physische, psychische und auch soziale Entwicklung“, so Dr. Tzschoppe. Hier werden die Weichen für einen aktiven Lebensstil gestellt. Der Anteil an adipösen und motorisch auffälligen Kindern ist in den sozial schwachen Berliner Bezirken deutlich höher. Eine kluge Stadtentwicklung müsse daher die Lebensverhältnisse und -chancen von Menschen in benachteiligten Stadtteilen verbessern.

Norbert Altenhöner von der Themata Freizeit- und Erlebniswelten Services GmbH, Potsdam, sprach zum Thema „Notwendigkeit von Freizeitanlagen im städtebaulichen Kontext“. Die Bedeutung von Erlebniswelten und -angeboten werde in den nächsten Jahren weiter zunehmen, so Altenhöner. Neue Trends sind „Family Entertainment Center“ und „Brand Lands“ (Großanlagen) wie z.B. die BMW Welt München als Erlebnis- und Konsumwelten. „Zeitwohlstand und Zeitnot verstärken jedoch gesellschaftliche Spaltungstendenzen. Diese Spaltung wird am Zugang zum Freizeitkonsum besonders deutlich“, konstatierte der Freizeitforscher.

### **Neue zukunftsweisende Projekte**

Mit dem „Haus der Jugend“ in Hamburg-Kirchdorf und dem deutschlandweiten Projekt „Bespielbare Kunst“ wurden neue zukunftsweisende Projekte im Freizeitbereich für Kinder und Jugendliche vorgestellt. Das Haus der Jugend soll im Frühjahr 2008 fertiggestellt sein. Multifunktional von den Architekten Minka Kersten und Andreas Kopp aus Berlin entworfen, bietet es viele Möglichkeiten für eine attraktive Jugendarbeit. Es wird eine

**Es kommt drauf an,  
was man draus macht.**

Skaterbahn, einen Kletterturm, ein Café sowie eine Multisportanlage haben. "So ein Haus würde auch Berlin gut anstehen", so die einhellige Teilnehmermeinung.

### **Das Podiumsgespräch**

Weit über 100 Architekten und Planer, Pädagogen, Mitarbeiter von Kinder- und Freizeiteinrichtungen, Politik und Verwaltung sowie Unternehmen verfolgten mit großem Interesse das Podiumsgespräch zum Abschluss des Kolloquiums. Experten aus Jugendpolitik und Sport gaben wertvolle Anregungen für neue Freizeitobjekte. Moderiert wurde das Podiumsgespräch von Angela Fritsch, Rundfunk Berlin-Brandenburg.

### **Ideensammlung „JugendFreizeit in Berlin“**

Die BetonMarketing Ost ruft alle Teilnehmer, Studierende, Architekten, Ingenieure und Mitarbeiter von Kinder- und Jugendeinrichtungen sowie alle Interessierte zu einer Ideensammlung „JugendFreizeit in Berlin“ auf. Es werden Beiträge zur Nutzung und Ausgestaltung von Freizeiteinrichtungen, Tips, Hinweise, Erfahrungen und Berichte gesammelt. Bitte schriftlich an die u.a. Adresse einreichen. Kinder und Jugendliche werden von der BetonMarketing Ost extra an Schulen sowie in Jugendzeitschriften über ihre Freizeitinteressen, Wünsche und Vorlieben befragt. Im nächsten Jahr 2008 folgt dann nach der Auswertung der Ideensammlung eine Ausschreibung für ein neues Freizeitobjekt.

Text und Fotos zum Download unter: [www.beton.org/presse](http://www.beton.org/presse).

### **Ansprechpartner für weitere Informationen:**

Dipl.-Journ. Katrin Ketelhut  
BetonMarketing Ost GmbH  
Teltower Damm 155  
14167 Berlin  
Telefon: 030/308 777 830  
Telefax: 030/ 308 777 831  
ketelhut@bmo-berlin.de  
[www.beton.org](http://www.beton.org)