

## **Projekt „Freizeit- und Erlebniswelten“**

### 1. Beschreibung

Freizeit ist Lebenszeit. Unsere Leistungsgesellschaft befindet sich in einem Wandel. Sport und Freizeit haben in der Gesellschaft einen hohen Stellenwert erhalten.

Es werden gesellschaftliche Aspekte von Sport und Freizeit und die Notwendigkeit von Freizeitanlagen im städtebaulichen Kontext behandelt sowie neue Projekte im Freizeitbereich für Kinder und Jugendliche vorgestellt.

Instrumente des Projekts sind das Kolloquium (am 25.09.07) mit offenem Podium, eine Ideensammlung „JugendFreizeit in Berlin“ sowie die sich anschließende Ausschreibung eines neuen Betreibermodells für eine Berliner Freizeiteinrichtung.

### 2. Ziel

Das Kolloquium möchte für das Thema Freizeit und seine Bedeutung in der Gesellschaft sensibilisieren sowie Handlungsbedarf für die Planung und Gestaltung neuer Anlagen aufzeigen.

Die Veranstaltung soll eine konkrete Nachwirkung entfalten. Persönlichkeiten aus Politik, Verwaltung und Sport sollen sich konkret angesprochen fühlen. BetonMarketing Ost und die Mitveranstalter rufen gemeinsam zur Ideensammlung „JugendFreizeit in Berlin“ auf. Es folgt aus den Ergebnissen die Ausschreibung für eine neuartige Berliner Freizeiteinrichtung.

### 3. Zielgruppen

Das Projekt will folgende Zielgruppen erreichen und einbinden: Sportvereine und Freizeiteinrichtungen, Jugendhäuser, Mitarbeiter aus Politik und Verwaltungen, Architekten und Planer, Pädagogen und Sportfunktionäre, soziale Einrichtungen und Unternehmen.

### 4. Kolloquium „Freizeit- und Erlebniswelten“

Das Kolloquium ist der Start des Projekts. Hier sollen in offener Atmosphäre Experten zu Wort kommen, Probleme diskutiert und Lösungsmöglichkeiten vorgestellt werden.

Ein Podium bildet den Abschluss der Veranstaltung, der gleichzeitig Start für die Ideensammlung „JugendFreizeit in Berlin“ ist. Das Podium soll aus Referenten und Persönlichkeiten aus Politik, Jugend/Bildung, Freizeit und Sport bestehen und gemeinsam zu der Ideensammlung aufrufen.

### 5. Ideensammlung

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, Tipps, Hinweise, Erfahrungen und Berichte gesammelt. 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.

## 6. Ausschreibung

Die Ausschreibung für ein neues Freizeitobjekt wird medienwirksam angekündigt werden. Die Architektenkammer Berlin wird sich beteiligen. Ingenieurbüros und junge Architekten und Studierende sollen sich angesprochen fühlen. Eine Jury und ein Preisgeld sollen organisiert/gestiftet werden.

## 6. Ausblick

Das Projekt entwickelt eine Eigendynamik. Im Ergebnis der Ideensammlung und der Ausschreibung entsteht ein neues Modell für eine attraktive Berliner Freizeiteinrichtung neuen Stils. Darüber wird BMO in einer Folgeveranstaltung berichten.