

sinn und Orientierung, nach Geborgenheit und Glück. Nicht in erster Linie der Staat, sondern die Gesellschaft insgesamt muß sich dieser Herausforderung stellen“ (ebd).

In dieser Richtung wird man weiterdenken müssen. So wird im Arbeitskreisbericht 1 auf die „tiefgreifenden sozialen und kulturellen Wandlungsprozesse“ wie Enttraditionalisierung, Risikogesellschaft, Erlebnisgesellschaft und Postmoderne hingewiesen (60). Auch wenn Religion mißbraucht werden kann, darf dies nicht zu einer grundsätzlichen „Psychiatisierung, Pathologisierung oder Kriminalisierung“ führen. Religion, religiöse Bedürfnisse und religiöse Praxis sind

„wesentliche humane Grundgegebenheiten“ und wollen respektiert werden. Schließlich wird trotz aller problematischen Aspekte in den „Sekten- und Psychogruppen“ deutlich betont, „daß man der neuen Frage nach religiöser Sinngebung des Lebens ... nur im Ernstnehmen der Religion begegnen kann“. Hier sehen die Kirchen eine zentrale Aufgabe und auch „eine Notwendigkeit der Kritik gegenüber der säkularen Gesellschaft und ihrer Kultur“ (60). Damit liegt der Ball aber nicht nur bei Staat und Gesellschaft, sondern bei den Kirchen selbst. Sekten und neureligiöse Bewegungen sind zuerst und vor allem eine pastorale Herausforderung.

Hans Gasper

Jugendtourismus – vom Staat zum Markt

Seit 1953 in Deutschland der Begriff Jugendtourismus zum ersten Mal – allerdings rein negativ – auftauchte, gab es Diskussionen über pädagogische Jugendreisen und „sinnvolle Reisegestaltung“ auf der einen und Jugendtourismus auf der anderen Seite. Dabei wurde vor allem zwischen den „gemeinnützigen“ und den „kommerziellen“ Jugendreiseveranstaltern unterschieden. Aber schon Helmut Kentler in den 60er Jahren und Dieter Breitenbach in den 70er Jahren kamen in ihren Untersuchungen zu der Erkenntnis, daß die Intention der Veranstalter wenig Einfluß auf die Gestaltung der Jugendferien hat. Entscheidend sei vielmehr die Qualität und die Einstellung der Jugendbetreuer und Jugendreiseleiter. Diese kamen häufig aus pädagogischen Berufen und machten während der Ferien ihr Praktikum als Sozialpädagogen oder Lehrer, mal bei diesem, mal bei jenem Veranstalter.

Durch die Jahrzehnte flammte der Streit immer wieder auf, welche Träger vom pädagogischen Standpunkt aus betrachtet besser wären, obwohl der Unterschied in der Organisationsform zunächst nur eine finanzpolitische Bedeutung hat. Diese Kluft zwischen „gemeinnützig“ und „kommerziell“ hängt nicht zuletzt mit dem Gesetz zusammen, daß Mittel aus dem Deutschen Bundesjugendplan (jetzt: Kinder- und Jugendplan) nur an gemeinnützige Veranstalter gegeben werden können. Sicherlich ein sinnvolles Gesetz, da die Erfolge der Pädagogik – au-

ßerhalb der Schule, an der die Ergebnisse mit Noten bewertet werden – nicht objektiv gemessen werden können. Das Eintreten für die bessere Pädagogik bei den Jugendverbänden und gemeinnützigen Veranstaltern hat daher auch den Charakter einer Legitimation. Allerdings gibt der Staat für normale Ferienreisen keine Zuschüsse wie bei internationalen Begegnungsprogrammen, die Qualifizierung kann jedoch unter bestimmten Voraussetzungen gefördert werden. Der Staat hat ein Interesse daran, daß möglichst viele Jugendliche bei ihren Reisen einen guten Betreuer haben.

Allerdings verreist heute die Mehrzahl der jungen Menschen ohne die Spezialanbieter von Jugendreisen. Sie machen sich mit den Eltern, mit allgemeinen Reiseveranstaltern oder auf eigene Faust auf den Weg, was z. B. auch durch günstige Angebote der Bahn möglich wurde. Die speziellen Jugendreise- und Jugendbegegnungsorganisationen verloren deshalb immer mehr an Gewicht. Da die beste Pädagogik wenig nützt, wenn niemand in ihren Genuß kommen will, begannen einige Pädagogen schon vor der Zeit der immer spärlicher fließenden Subventionen zu erkennen, daß sie sich Kenntnisse erwerben mußten, die in der Wirtschaft schon immer eine Rolle spielten, in der Pädagogik aber weitgehend negiert wurden: Öffentlichkeitsarbeit, Zielgruppenorientierung, Marketing usw. wurden als Fortbildungsthemen gefragt. Die Umsetzung der

Erkenntnisse auch in der professionellen Prospektgestaltung führte oft wieder zu der Unterstellung, man arbeite „kommerziell“ und nicht pädagogisch. Soweit der Blick in die Vergangenheit. Wo steht die Diskussion um die Pädagogik des Jugendreisens heute? Das Buch „Jugendreisen – vom Staat zum Markt“¹ versucht darauf eine Antwort zu geben.

So beschreibt Werner Müller in seinem Beitrag „Inhaltliches Engagement und professioneller Rahmen. Zur dualen Legitimation des Jugendreisens“ die eben skizzierte Entwicklung und fordert, daß Anbieter von Begegnungs- und Jugendreisen dabei Marktorientierung und Spaß mit pädagogischen Inhalten koppeln müßten. Nicht ohne Grund legt „RuF“-Reisen, der derzeit wohl größte Jugendreiseveranstalter in Deutschland, großen Wert auf die Verbindung von Theorie und Praxis. Deshalb spiegelt sich in den 28 sehr unterschiedlichen Beiträgen aus einer Tagung in Bielefeld zugleich diese Grundorientierung und der heutige Diskussionsstand. Die sechs Überschriften der Kapitel geben ein gutes Bild, wohin die Reise auf dem deutschen Jugendreisemarkt geht: Von der Jugendpflege zum Jugendtourismus, von der freien Organisation zur organisierten Freiheit, vom Jugendferienwerk zum Jugendreiseveranstalter, von der selbstverständlichen zur begründeten Subvention, vom Klienten zum Kunden, vom Betreuer zum Jugendreiseleiter. Diese Titel deuten einen Übergang an, der insgesamt der Individualisierung in der Gesellschaft und dem heutigen selbstverantwortlichen mündigen jungen Menschen gerecht wird. Die Modernisierung hat auch den Jugendreisemarkt erreicht.

Unter diesen treffenden Überschriften finden sich viele kritische und selbstkritische Überlegungen. Einige seien vorgestellt: Jens Kosmale schließt seinen Beitrag über „Soziale Reiseformen heute“ mit der Forderung an die Veranstalter sozialtouristischer Reisen, der Einsatz von Leitungspersonal sei nicht der wichtigste Punkt. Entscheidend bleibe, daß der Urlaub und die Reise durch den Träger für anderes als nur für Spaß in den schönsten Wochen des Jahres eingesetzt werde. Daran schließt sich Heinz Hahn an, der sich seit Anfang der 60er Jahre mit den Reisen junger Menschen befaßt und einige grundlegende

Untersuchungen aus diesem Lebensbereich angeregt. Er meint, wichtig sei die Aufforderung an die Schlüsselleute der Jugendreise- und Jugendbegegnungsszene, sich auf die pädagogischen und politischen Orientierungen ihres Tuns zu besinnen und gemeinsame Projekte anzugehen.

Wolfgang Isenberg ortet den Jugendtourismus zwischen der Konsumorientierung und der Pädagogik. Wenn ein Großteil Jugendlicher heute als Lebenssinn den Lebensgenuß nennt, dann hat sich der Wertwandel von Pflichtwerten zur Selbstentfaltungswerten auch im Reisemarkt durchgesetzt. Spaß heißt die beliebte Zielvorstellung. Isenberg folgert: „Jugendreisen als erlebnisorientiertes, eigenständiges Lernfeld pädagogischer Intervention in der Freizeit anerkennen – auch im Sinne einer politischen Bildung; traditionelle politische Bildung erstickt an ihrer Beharrlichkeit und Weigerung zur Kenntnis zu nehmen, daß Reisen ein optimales Lernfeld darstellt bzw. darstellen könnte.“

Es liegt in der Logik dieser Reflexionen, wenn Wolfgang Nahrstedt in seinem Beitrag „Der Pädagoge geht auf den Markt“ aufgrund der aktuellen Verzahnung von Didaktik und Marketing auch eine spezielle Aus-, Fort- und Weiterbildung für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Jugendtourismus fordert. Die Konsequenz liegt auf der Hand: „Insgesamt muß für Forschung und Lehre das Verhältnis von Pädagogik und Markt eine Aufwertung erfahren.“

Demnach stellt das Buch keine Absage an die Pädagogik dar, im Gegenteil: die Forderung nach pädagogischen Inhalten, die neben Spaß und Feriengenuß stehen, klingt in fast allen Beiträgen an. Verschwunden ist das Feindbild, das den marktgerechten Rahmen und die zielgruppengerechte Forderung nach Fun, nach Spaß, verdammt. Gelungene Kombinationen und professioneller Rahmen und Freude mit Lernmöglichkeiten in sozialer, gesundheitlicher, historischer, internationaler und ökologischer Richtung sind eingefordert. Die Pädagogik zeigt sich in einem neuen, etwas bunten Gewand. *Brigitte Gayler*

¹ Jugendreisen: Vom Staat zum Markt. Analysen und Perspektiven. Hg. v. Thomas Korbus u. a. Bielefeld: Institut für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit 1997. 312 S., Abb. (Bielefelder Jugendreiseschriften. 1.) Kart. 25,-.