

B.A.T Freizeit-Monitor mit aktuellen Daten

WAS WENIGER KOSTET GEWINNT AN WERT!
UMDENKEN BEI DEN FREIZEITKONSUMENTEN

„Freizeit ist den Deutschen lieb und teuer“: Was jahrzehntelang erfolgreich propagiert wurde, gilt derzeit nicht mehr. Die angeblich krisenresistente Freizeitwirtschaft ist nun auch in der Wohlstandskrise angekommen. Die Freizeitkonsumenten müssen sparen. Kneipen, Kinos und Volksfestbesuche bekommen die zurückgehenden Besucherzahlen deutlich zu spüren. Und auch Diskotheken (2002: 11,6% - 2003: 8,9%) müssen mit Umsatzeinbußen leben. Dies geht aus dem soeben veröffentlichten „Freizeit-Monitor 2003“ hervor, in dem das B.A.T Freizeit-Forschungsinstitut seit 1995 jährlich repräsentativ 3.000 Personen ab 14 Jahren zu insgesamt 60 Freizeitaktivitäten befragt.

„Die Bundesbürger machen eine neue Erfahrung: Freizeit muss nicht immer Geld kosten“, so Prof. Dr. Horst W. Opaschowski, der Leiter des Instituts. Stattdessen wird das Bücherlesen zu Hause wieder entdeckt (+2,1 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr) und auch das Fahrradfahren erlebt einen weiteren Aufschwung (+4,5). Auf der Verliererseite befinden sich Freizeitbeschäftigungen, die mit Geldausgaben verbunden sind: Kinos (-1,3), Kneipen (-1,1) und Diskotheken (-2,7).

Freizeit ist nicht nur Konsumzeit

Die alltäglich ausgeübten Freizeitbeschäftigungen bekommen mehr entspannenden Charakter. „Das Wohlfühlen in den eigenen vier Wänden kommt auch ohne teure Erlebnisprogramme oder kommerzielle Wellnessangebote aus“, so Institutsleiter Opaschowski. „Jetzt bleibt wieder genügend Zeit für Gedanken und Gespräche.“ Über wichtige Dinge reden (33%) oder einfach den eigenen Gedanken nachgehen (36%) gehören zu den regelmäßigen Freizeit-Beschäftigungen, die Spaß machen und Sinn haben.

Geschäftigkeit und Aktionismus sind bei den Bundesbürgern weniger gefragt. Was in den achtziger und neunziger Jahren für viele fast unvorstellbar schien – „Freizeit, die nichts kostet“ – entwickelt sich jetzt zur neuen Lebenskunst in einer Mischung aus Eigeninitiative und Selbstreflexion. Das kann auch

Herausgeber

BAT Freizeit-Forschungsinstitut GmbH
Alsterufer 4
20354 Hamburg

Wissenschaftlicher Leiter

Prof. Dr. Horst W. Opaschowski

Kontakt

Dr. Ulrich Reinhardt
Telefon (040) 4151-2448
www.bat.de
freizeitforschung@bat.de

bewusstes Faulenzen und Nichtstun nach Feierabend sein. Opaschowski: „Sich mit sich selbst zu beschäftigen, sagt mehr über innere Aktivität aus als über äußere Betriebsamkeit.“ In Zeiten knapper Kassen nimmt das Gefühl für den Wert der Zeit zu.

Der neue umfassende Datenband „Freizeit-Monitor 2003“ enthält – aufgelistet nach soziodemographischen Merkmalen wie Geschlecht, Alter, Bildung, Einkommen, Lebensphase u.a. – detaillierte Angaben über 60 unterschiedliche Freizeitaktivitäten von Fernsehen und PC über Museum und Theater bis hin zu ehrenamtlichen Tätigkeiten in Kirche, Partei, Gewerkschaft oder Verein. Zusätzlich werden 25 Freizeitaktivitätenprofile (z.B. Internet, Weiterbildung, Kino, Gottesdienst, Freizeitpark) vorgestellt und kurz beschrieben.

Die Repräsentativbefragung der 3.000 Personen ab 14 Jahren wurde in der Zeit vom 14. August bis 10. September 2003 durchgeführt.

Der Datenband „Freizeit-Monitor 2003“ ist wahlweise als Studie oder CD-ROM (Word- und Exceltabellendatei) gegen eine Schutzgebühr von 49,80 Euro beim B.A.T Freizeit-Forschungsinstitut GmbH, Alsterufer 4, 20 354 Hamburg ab sofort zu beziehen.

(Fax: 040/4151 3231, Email: freizeitforschung@bat.de sowie im Internet unter www.bat.de).

Anhang: Freizeitaktivitäten der Deutschen seit den fünfziger Jahren

Die regelmäßig vom Freizeit-Forschungsinstitut der British American Tobacco durchgeführte Freizeitaktivitäten-Untersuchung macht bei einem Zeitvergleich deutlich: Die Deutschen ändern ihr Freizeitverhalten nicht kurzfristig. Zwar führen kurzfristige Trends oder warme Sommer zu vorübergehenden Veränderungen, aber wer beispielsweise gerne wandert, bleibt auch dabei und wird nicht plötzlich zum Fahrradfahrer.

Andererseits: Wohl kaum eine Entwicklung hat die Einstellungen, Verhaltensweisen und Lebensgewohnheiten der Menschen so stark geprägt wie der Wandel der arbeitsfreien Zeit. Neue Lebensstile entwickeln sich und verändern sich mit erkennbarer Dynamik. Das hat Auswirkungen auf den Menschen und die Gesellschaft.



Ende der 50er Jahre ging die Geburtenrate in der Bundesrepublik einem Höhepunkt entgegen. Der sogenannte "Baby-Boom" führte dazu, dass "Mit Kindern spielen" eine der wichtigsten Freizeitbeschäftigungen in der Familie wurde. Die Familie war das eigentliche Freizeitzentrum. Zu den familienbezogenen Freizeitaktivitäten gehörten auch regelmäßige Verwandtenbesuche. Die 6-Tage-Woche ließ zudem den Wunsch aufkommen, sich in der verbleibenden Freizeit am Feierabend oder Sonntag erst einmal "gründlich" auszuschlafen. Was dann noch an frei verfügbarer Zeit verblieb, wurde in die ebenso beschauliche wie z.T. kommunikative Freizeitbeschäftigung "Aus dem Fenster sehen" investiert - eine Beschäftigung, die seither fast ausgestorben ist.

Anfang der 60er Jahre wurde das "Aus-dem-Fenster-Sehen" durch das "Fernsehen" verdrängt. Und aus dem Spiel mit den Kindern wurde die Beschäftigung mit der Familie. Der Geburtenrückgang kündigte sich an. Mit der Einführung der 5-Tage-Woche wurden auch die Erholungsbedürfnisse verändert. Man ruhte sich jetzt aus und schlief etwas mehr, ohne sich unbedingt gründlich ausschlafen zu müssen. Zugleich waren die Menschen seinerzeit in ihrem Freizeitverhalten mehr als heute von sozialen Normen abhängig. Man "musste" einfach ins Theater gehen, kulturelle Veranstaltungen besuchen, am kirchlichen Gemeindeleben teilnehmen oder seine Allgemeinbildung verbessern. Diese kulturellen und sozialen Aktivitäten tauchen in den Ranglisten der nächsten Jahre nicht wieder auf.

Mitte der 70er Jahre kündigte sich eine wesentliche Zäsur in der Entwicklung des Freizeitverhaltens an: Der Medienkonsum mit Zeitschriften und Zeitungen lesen, Radio hören und Fernsehen wurde zum Leitmedium des Freizeitverhaltens. Alle anderen Aktivitäten waren nachgeordnet. Erstmals stellte sich auch der Anspruch auf Nichtstun und Faulenzen ein: "Sich ausruhen, ohne etwas zu tun" stand an vierter Stelle der Freizeitbeschäftigungen - noch vor Hausputz oder Bücher lesen.

Mitte der 80er Jahre kam neben dem Medienkonsum das Telefonieren als dominante Freizeitbeschäftigung hinzu. Das Telefon bekam eine wichtige Rolle bei der Suche nach Freizeitkontakten. Das Telefon war Kontaktbrücke nach außen und zugleich ein Instrument der Langeweilverhinderung. Auf dem Höhepunkt des neuen Tennisfiebers tauchte erstmals der Sport in der Top-Ten-Liste der Freizeitaktivitäten auf.

Was in den 50er bis 80er Jahren noch Schallplatte und MC waren, war in den 90er Jahren die CD. Die elektronischen Freizeitmedien wurden immer bedeutsamer. Vor dem Hintergrund von Konsumstress und Medienflut blieb das Bücherlesen jedoch eine beliebte Freizeitbeschäftigung – „das“ Medium der Muße. Und je hektischer das Alltagsleben wurde, desto mehr wuchs die Sehnsucht nach Ruhe, nach Faulenzen und Nichtstun oder einfach nach Ausschlafen.

Zu Beginn des dritten Jahrtausends müssen die Freizeitkonsumenten mit zwei Gegensätzen leben: Auf der einen Seite die ständig zunehmende Anzahl von Angeboten und auf der anderen Seite die Verknappung von Zeit und Geld. Dies führt dazu, dass die Verbraucher ihre kostbare Freizeit differenzierter einteilen. Sie können nicht mehr alles erleben und bei jedem neuen Trend von Anfang an dabei sein. Jetzt müssen sie genau überlegen, wofür sie ihre Zeit und Euros einsetzen.

