

# Forschung aktuell

Newsletter | Ausgabe 212 | 30. Jahrg. | 04. Februar 2009 | Seite 1

BAT STIFTUNG FÜR ZUKUNFTSFRAGEN  
STELLT DIE 25. DEUTSCHE TOURISMUSANALYSE VOR

Ferienfreuden in Krisenzeiten.  
Deutsche reisen weniger ins Ausland:  
Comeback des Inlandstourismus

Inlandsreisen 2008.  
Bayern baut Spitzenposition aus

Auslandsreisen 2008.  
Die Türkei überholt Österreich

Reiseverkehrsmittel 2008.  
Mobilitätswende im Urlaub: Das Auto kommt wieder  
Spürbarer Einbruch im Flugtourismus

Folgen der Finanzkrise.  
Sparen auf breiter Ebene: Auch Urlaubsreisen betroffen

656 Euro kostet eine Deutschlandreise.  
Fernreisen um ein Vielfaches teurer

Tennis. Tauchen. Trekking.  
Aktivurlaub bleibt im Trend

Reiseabsichten 2009.  
Bundesbürger im Wartestand:  
Das Lager der „Unentschlossenen“ als touristische Herausforderung

**Herausgeber**

Stiftung für Zukunftsfragen  
Alsterufer 4  
20354 Hamburg  
Telefon (040) 4151 - 2448  
Telefax (040) 4151 - 2091  
zukunftsfragen@bat.de  
www.bat.de

**Wissenschaftlicher Leiter**  
Prof. Dr. Horst W. Opaschowski

**Redaktion**  
Dr. Ulrich Reinhardt

# Forschung aktuell

Newsletter | Ausgabe 212 | 30. Jahrg. | 04. Februar 2009 | Seite 2

## Ferienfreuden in Krisenzeiten. Deutsche reisen weniger ins Ausland: Comeback des Inlandstourismus

Seit dem 11. September 2001 ist die „heile Urlaubswelt“ nicht mehr das, was sie einmal war: Terroranschläge, Irakkrieg, Tsunami, Vogelgrippe, Karikaturenstreit, Börsenkrise und Rezession haben in einer erfolgsverwöhnten Wachstumsbranche ihre Bremsspuren hinterlassen. Die Reiselust der Deutschen bleibt zwar ungebrochen, aber die Urlaube werden immer kürzer (2008: 12,2 Tage), die Urlaubsbudgets immer knapper (2008: 960 Euro Urlaubsbudget pro Person) und die Reiseziele rücken immer näher: Fast zwei von fünf Urlaubern (38%) hielten sich im vergangenen Jahr in Deutschland auf und verzichteten auf eine Auslandsreise. Und das Jahr 2009 droht zum Jahr der touristischen Verunsicherung zu werden, weil das Lager der zur Reise „Unentschlossenen“ (34,8%) größer ist als je zuvor. Dies geht aus der 25. Deutschen Tourismusanalyse der BAT Stiftung für Zukunftsfragen hervor, in der 4.000 Personen ab 14 Jahren nach ihrem Urlaubsverhalten 2008 und ihren Reiseabsichten 2009 befragt wurden.

„Statt Wärme, Ferne und Weite heißt es eher: Kurz. Nah. Weg“, so Prof. Dr. Horst W. Opaschowski, der Wissenschaftliche Leiter der BAT Stiftung. „Anstelle eines Reiseverzichts wird die Urlaubsfreude durch eine Verkürzung der Reisedauer regelrecht erkaufte und finanziell ausgeglichen. Auf diese Weise lebt die populärste Form von Glück weiter: Kürzer verreisen heißt dann eben: Intensiver genießen und gleichzeitig den Gürtel enger schnallen.“ Und den Luxus einer Zweit- oder Drittreise kann sich ohnehin nur eine Minderheit leisten: 2007 waren es 16,4 Prozent, 2008 15,7 Prozent und 2009 werden es – so die aktuellen Reiseabsichten der Deutschen – vielleicht nur noch 11,6 Prozent sein.

Beim Haushalten mit dem Urlaubsbudget rücken Fernreiseziele in weite Ferne. Umso mehr ist Urlaub im eigenen Land gefragt, bei dem man Zeit und Geld sparen kann. Doch die Umsetzung der praktischen Reiseformel „Kurz. Nah. Weg.“ hat auch ihre Schattenseiten: Die Urlauber sind schnell da – aber auch schnell wieder weg. Inlandsurlauber bleiben gerade einmal 9,8 Tage, Auslandsreisende jedoch durchschnittlich 13,7 Tage. Professor Opaschowski: „Aus den schönsten Wochen des Jahres werden die schönsten Tage des Jahres.“ Von den touristischen Boomzeiten Anfang der achtziger Jahre mit fast dreiwöchiger Aufenthaltsdauer (1980: 18,2 Tage im Durchschnitt) können die Ferienanbieter in Deutschland heute nur noch träumen.

# Forschung aktuell

Newsletter | Ausgabe 212 | 30. Jahrg. | 04. Februar 2009 | Seite 3

## INLANDSREISEN 2008. BAYERN BAUT SPITZENPOSITION AUS

Deutschland bleibt das mit Abstand beliebteste Reiseziel der Deutschen – mit steigender Tendenz (2005: 32% - 2006: 34% - 2007: 36% - 2008: 38%). Im vergangenen Jahr hat der Inlandsurlaub spürbare Marktanteile erobert. „Ein Comeback des Deutschlandtourismus zeichnet sich ab. Die Finanz- und Wirtschaftskrise verstärkt diesen Trend: Die Weltmeister im Reisen reisen weniger ins Ausland“, so der Leiter der BAT Stiftung. Dies trifft vor allem für Familien mit Kindern zu. Fast jede zweite Familie (46%) hat im vergangenen Jahr Urlaub in Deutschland gemacht. In wirtschaftlich schwierigen Zeiten zählen wieder mehr die Qualitätsmerkmale des Familienurlaubs: Nah, preiswert und gemütlich. Die Krise wird zur Chance für familienfreundliche Ferienorte. Für eventtouristische Angebote fehlt das Geld. Anspruchs- und Prestigedenken können sich immer weniger Urlauber leisten.

Zwischen Alpen, Nord- und Ostsee fühlen sich die Urlauber in Deutschland am wohlsten. Im inländischen Wettbewerb ging in der vergangenen Saison Bayern als Sieger hervor und baute seine Spitzenposition aus. Mehr als jeder fünfte Inlandsurlauber (22,9%) hielt sich 2008 in Bayern auf, dicht gefolgt von den Ostseurlaubern (20,1%). Nordseeküste und Nordseeinseln müssen weiter um ihre Anteile (14,8%) kämpfen, wie Bodensee und Schwarzwald auch (7,7%).

Auf der Gewinnerseite befinden sich – neben den Bayern – vor allem die Ferienanbieter in Mecklenburg-Vorpommern: Von der Mecklenburgischen Seenplatte über die Ostseeküste bis zur Insel Rügen. Opaschowski: „Mit der verstärkten Nachfrage nach Urlaub im eigenen Land wird der Wettbewerb um innerdeutsche Marktanteile härter. Berge und Seen, Küste und Inseln kämpfen um die Gunst der Urlauber. Der Wettbewerb ‚Berge contra Küste‘ ist offener denn je.“

## AUSLANDSREISEN 2008. DIE TÜRKEI ÜBERHOLT ÖSTERREICH

Seit mehr als dreißig Jahren gibt es unter den beliebtesten Auslandsreisezielen der Deutschen drei ungefährdete Spitzenreiter: Spanien, Italien und Österreich. Was sich in den letzten Jahren an touristischen Bewegungen schon ankündigte, ist 2008 Wirklichkeit geworden: Die Türkei (6,3%) überholt Österreich (4,9%). Noch 1970 war Österreich der einsame Spitzenreiter mit 15 Prozent Marktanteilen. Und auch vor einem Jahrzehnt gab es noch doppelt so viele Österreicherurlauber (1998: 6%) wie Türkeireisende (3%). Professor Opaschowski: „Was mit

# Forschung aktuell

Newsletter | Ausgabe 212 | 30. Jahrg. | 04. Februar 2009 | Seite 4

dem so genannten ‚Teutonengrill‘ in Italien begann, hat jetzt seine konsequente Fortsetzung gefunden: Die Sehnsucht nach Sonne überstrahlt alle anderen Reisewünsche. Sonnengarantie wird zum Synonym für gelungenen Urlaub.“ Infolgedessen dominierten in der vergangenen Reisesaison mediterrane Sommerziele wie Spanien (12,3%), Italien (7,2%) und die Türkei (6,3%).

Gegen diesen unaufhaltsam erscheinenden Trend gen Süden und Sonne kann Österreich mit seinen besonderen Qualitätsmerkmalen von „schöner“ Landschaft, „gesundem“ Klima und „gemütlicher“ Atmosphäre nicht genug entgegensetzen. Es ist vielleicht nur noch eine Frage der Zeit, wann auch Griechenland oder nordafrikanische Reiseziele wie Marokko, Tunesien und Ägypten in der Gunst der deutschen Urlauber an Österreich vorbeiziehen.

Nach wie vor stark nachgefragt sind osteuropäische Ziele (Ungarn/Polen: 3,7%) sowie Kroatien und Slowenien (2,8%). Mit größerem Abstand folgen dann Fernreiseziele wie USA (1,5%), Karibik (1,3%) und Asien (1,2%). Fernreisen sind für viele Bundesbürger attraktiv, können sich aber nur wenige leisten. Sie stellen keine ernsthafte Alternative zu den Inlands- oder mediterranen Ferienzelen dar. In wirtschaftlich schwierigen Zeiten muss Kroatien die Karibik ersetzen.

## REISEVERKEHRSMITTEL 2008.

### MOBILITÄTSWENDE IM URLAUB: DAS AUTO KOMMT WIEDER. SPÜRBARER EINBRUCH IM FLUGTOURISMUS

Vor über hundert Jahren haben die eigenen vier Wände Räder bekommen: Das Auto als Verkehrsmittel wurde geboren. Es veränderte das Lebensgefühl des mobilen Menschen: Erlebnismobilität und Massentourismus waren die Folge. Etwa jeder zehnte Autokilometer wird seither nur für Urlaubszwecke zurückgelegt. Mit der wachsenden Bedeutung des Flugtourismus (1970: 8% - 2000: 35%) drohte das Auto in den letzten Jahrzehnten seine Dominanz zu verlieren (1970: 61% - 2000: 49%). Jetzt zeichnet sich eine Mobilitätswende im Tourismus ab: Das Auto (2008: 51%) hat das Flugzeug (2008: 34%) wieder überholt. Ein spürbarer Einbruch im Flugtourismus, der sich noch verstärken kann, wenn die Flugkosten in nächster Zeit weiter steigen sollten.

Professor Opaschowski: „Die Urlauber erinnern sich: Autoreisen sind vor allem preiswert und nicht nur bequem. In Zeiten knapper werdender Urlaubsbudgets rechnet sich das Auto wieder. Es gilt zudem als familienfreundlich, ist flexibel nutzbar und macht orts- und zeitunabhängig. Das Auto macht mobil: Es trägt seinen Namen zu Recht.“ Das könnte eine Zukunftschance für die – derzeit not-

# Forschung aktuell

Newsletter | Ausgabe 212 | 30. Jahrg. | 04. Februar 2009 | Seite 5

leidende – Automobilbranche sein: Die Wiederentdeckung des Autos als Urlaubsmobil.

FOLGEN DER FINANZKRISE.

SPAREN AUF BREITER EBENE: AUCH URLAUBSREISEN BETROFFEN

Keine Branche bleibt zur Zeit von der Wirtschaftskrise verschont. Doch Erfahrungswerte der letzten Jahrzehnte weisen nach: Wenn die Gesamtwirtschaft zu schrumpfen beginnt, läuft die Touristik oft noch auf vollen Touren, weil sie mit Zeitverzögerung reagiert. Bei kleineren Konjunkturdellen kommt die Krise in der Touristik manchmal gar nicht erst an. Doch jetzt in Zeiten einer weltweiten Rezession von Europa bis China kann auch die Urlaubsreise nicht verschont bleiben. Zudem hat der sich bisher positiv auswirkende Zeitverzögerungsfaktor auch seine Schattenseiten: Die Touristiker mögen der kommenden Sommersaison noch relativ gelassen entgegensehen; doch schon in der Wintersaison 2009/2010 werden sie sich auf schlechtere Zeiten einstellen müssen. Opaschowski: „Dann ist der Bonus ‚Glücksfaktor Reisen‘ aufgebraucht und ein ‚harter Winter‘ mit Einbrüchen im Geschäft steht bevor.“

656 EURO KOSTET EINE DEUTSCHLANDREISE.

FERNREISEN UM EIN VIELFACHES TEURER

„Reiselust – preisbewusst!“ heißt die aktuelle Urlaubsdevise der Deutschen. Trotz ungebrochener Reiselust müssen sich die Bundesbürger bei ihren Urlaubsausgaben einschränken. In der BAT Tourismusanalyse wurden die tatsächlichen Geldausgaben der Urlauber ermittelt. Die konkrete Fragestellung dazu lautete: „Und wie viel Geld haben Sie für diese letzte Urlaubsreise in etwa ausgegeben, für Anreise, Unterkunft, Essen, Trinken, Ausflüge etc. pro Person?“ Die Repräsentativerhebung ergab: Bei einer Durchschnittsreisedauer von 12,2 Tagen pro Jahr kommen 960 Euro zusammen.

„Wenn es um Preisvergleiche geht, machen die Deutschen auch vor der Urlaubsreise nicht mehr Halt“, so Professor Opaschowski. „Der Eindruck entsteht: Manche kaufen Preise – und nicht nur eine Reise.“ Die Deutschen entdecken den Urlaub als Sparprogramm. Kurz- und Billigurlauber geben zunehmend den Ton und Trend an. Deshalb kommt es auch zu erheblichen Preisunterschieden. 656 Euro kostet eine durchschnittliche Deutschlandreise. Am preiswertesten kann man derzeit im Harz und in der Lüneburger Heide Urlaub machen: Mit 446 Euro ist jeder Urlauber dabei. Am meisten Geld braucht man dagegen für

# Forschung aktuell

Newsletter | Ausgabe 212 | 30. Jahrg. | 04. Februar 2009 | Seite 6

Ferien an der Nordseeküste und auf den Nordseeinseln in Niedersachsen (826 Euro). Ein Urlaub in Bayern kostet 753 Euro, im Schwarzwald und am Bodensee 672 Euro. Ein Ostseeurlaub ist mittlerweile in Schleswig-Holstein preisgünstiger zu bekommen (672 Euro) als in Mecklenburg-Vorpommern (695 Euro).

Wenn gerechnet werden muss, dann ist ein Inlandsurlaub immer noch am günstigsten. Vergleichbare Kosten entstehen allenfalls beim Urlaub im Nachbarland Österreich (825 Euro). Eine Italienreise kostet dagegen schon 1.018 Euro. Spanien- und Türkeireisen weisen mittlerweile das gleiche Preisniveau auf (je 1.092 Euro). Um ein Vielfaches höher liegen allerdings Fernreisen, was auch mit der längeren Reisedauer zusammenhängt. Für einen 20-Tage-Aufenthalt in den USA geben die Bundesbürger etwa 2.367 Euro pro Person aus. Und wer gar nach Australien oder Neuseeland reisen will, muss gleichermaßen Zeit und Geld investieren. Eine solche Fernreise „kostet“ 3.074 Euro und einen zusätzlichen Zeitaufwand von 22,9 Tagen. Das können sich manche nur „einmal im Leben“, aber die meisten Bundesbürger „nie“ leisten.

Auch unabhängig von den Reisezielen gibt es bei den Reisekosten bemerkenswerte Unterschiede zwischen einzelnen Bevölkerungsgruppen: Männer geben im Urlaub mehr aus (1.019 Euro) als Frauen (909 Euro), Singles (1.013 Euro) mehr als Familien (813 Euro). Und auch Großstädter leben im Urlaub auf großem Fuß (1.072 Euro), während das Urlaubsbudget von Landbewohnern deutlich bescheidener ausfällt (862 Euro). Der sich abzeichnende Urlaubstrend zum Umstieg vom Flugzeug auf das Auto findet bei den Reisekosten auch seine nachweisbare ökonomische Begründung: Flugtouristen haben sich den letzten Urlaub einschließlich Unterkunft 1.342 Euro kosten lassen, Autourlauber nur 736 Euro. Opaschowski: „Zwei Drittel aller Familien fahren mit dem Auto in den Urlaub. Das ist preiswert und gesellig in der Regel auch.“ Neben Sonne, Sicherheit und schöner Landschaft wird der Preis zur wichtigsten Entscheidungsgrundlage für die Auswahl eines Reiseziels. Nur ein preiswertes Ferienangebot ist Vielen auch eine Reise wert. Mit ihrem Urlaubsgeld müssen die Bundesbürger immer sparsamer umgehen.

TENNIS. TAUCHEN. TREKKING.  
AKTIVURLAUB BLEIBT IM TREND

Urlauber wollen eigentlich zur Ruhe kommen und alles in Ruhe angehen lassen: Kein Stress und keine Hektik mehr. Das ist die Wunschvorstellung. Die Urlaubswirklichkeit aber zeigt, dass viele Urlauber die – plötzliche – Ruhe nicht lange

# Forschung aktuell

Newsletter | Ausgabe 212 | 30. Jahrg. | 04. Februar 2009 | Seite 7

ertragen können und sich schnell wieder nach Aktivität sehnen. Davon leben die Ferienregionen, die keine Langeweile aufkommen lassen wollen.

Zur Ferienphilosophie des 21. Jahrhunderts gehört auch die Devise „Urlaubszeit ist Aktivzeit“. Im Urlaub will man die Trägheit und Bequemlichkeit des Alltags überwinden, viel unternehmen und viel Sport treiben. Entsprechend vielfältig ist das Aktivurlaubsangebot. Wird es auch genutzt? In Zusammenarbeit mit der Hamburg Messe „Reisen“ gingen die BAT Tourismusforscher auch dieser Frage nach. Zwei Drittel aller Urlauber (66%) gehen regelmäßig schwimmen. Mehr als jeder Dritte (36%) hat das Wandern, Bergsteigen und Trekking als Urlaubserlebnis entdeckt. Und fast jeder fünfte Urlaubsreisende (19%) sucht sich Ferienregionen aus, in denen man tauchen, segeln oder surfen kann.

Genauso groß wie der Anteil der Wassersportler ist die Gruppe der Radfahrer und Mountainbiker (19%). Dagegen führen Reiten und Golfspielen (je 2%) fast ein Schattendasein. Dies trifft überraschend auch für den Wintersport zu: Nur zwei von hundert Urlaubsreisenden (2%) können sich für Skifahren oder Snowboarden begeistern, während beispielsweise der Anteil von Anhängern neuer Gesundheitssportangebote wie Yoga und Pilates mittlerweile schon doppelt so hoch ist (4%). Natürlich ist Aktivurlaub auch eine Geldfrage. Manche Sportarten muss man sich auch leisten können. Unter den nichtaktiven Urlaubern sind deshalb die Geringverdiener mit einem Haushaltsnettoeinkommen unter 1.000 Euro sechsmal so viel vertreten (31%) wie die Besserverdienenden über 3.500 Euro (5%).

Aktivurlaub bleibt im Trend. 86 Prozent der Deutschen waren auf ihrer letzten Urlaubsreise aktiv und in Bewegung. Nur jeder Siebte (14%) lag lieber auf der faulen Haut und wollte im Urlaub einfach in Ruhe gelassen werden. Opaschowski: „Im Einzelfall kann eine besondere Urlaubsleistung auch darin bestehen, demonstrativ faul zu sein und in den Tag hineinzuleben.“

REISEABSICHTEN 2009.

URLAUBER IM WARTESTAND: DAS LAGER DER „UNENTSCHLOSSENEN“ ALS TOURISTISCHE HERAUSFORDERUNG

2009 kommt die Wirtschaftskrise auch im Tourismus an, was insbesondere die Anbieter in der kommenden Wintersaison zu spüren bekommen. Zwar sind derzeit schon etwa zwei von fünf Bundesbürgern (42,2%) zur Reise fest entschlossen. Aber außergewöhnlich hoch ist der Anteil der Bevölkerung, der sich in Zeiten der Rezession verunsichert gibt und noch nicht weiss, ob er 2009 ver-

# Forschung aktuell

Newsletter | Ausgabe 212 | 30. Jahrg. | 04. Februar 2009 | Seite 8

reist (34,8%). Opaschowski: „Wenn es der Wirtschaft schlecht geht und Kurzarbeit und Jobverlust drohen, können Arbeitnehmer nicht beruhigt in Urlaub fahren. Sie müssen einfach abwarten.“ Die Bundesbürger im Wartestand werden die große Herausforderung der Touristikbranche im Jahr 2009 sein.

Doch auch in Krisenzeiten wird es Sieger und Verlierer geben. Der Gewinner der kommenden Reisesaison steht schon fest: Deutschland bleibt 2009 die Nr. 1 unter den Reisezielen. Jeder vierte Bundesbürger (25,8%) will in diesem Jahr auf jeden Fall im eigenen Land Urlaub machen. Erst mit großem Abstand werden in den Reiseabsichten mediterrane Ziele wie Spanien (8,2%), Italien (5,5%) und die Türkei (5,2%) genannt. Und wenig deutet derzeit darauf hin, dass dem Urlaubsland Österreich (3%) wieder der Aufstieg unter die Top-3 gelingt. Eher können neben der Türkei Griechenland oder Kroatien in die Spitzengruppe aufsteigen.

2009 wird für die Touristikbranche zum Jahr der Zeitenwende. Die jahrzehntelange Erfolgsformel „Am Urlaub wird zu aller Letzt gespart“ steht vor ihrer größten Bewährungsprobe. Die Deutschen entwickeln in diesen schwierigen Zeiten ein neues Wohlstandsverständnis, wollen mehr ihre Lebensqualität dauerhaft sichern und nicht mehr nur ihren Lebensstandard steigern. Urlaub bleibt zwar ein Stück Lebensqualität, aber die kommende Reisesaison 2009 wird wenig Anlass zu großen Hoffnungen geben. Eher setzt das Nachdenken darüber ein, wie auch bei knapper Haushaltskasse das „kleine Urlaubsglück“ gefunden werden kann. Darauf wollen die Wenigsten verzichten. Denn in den schönsten Tagen des Jahres spüren die Menschen, wie viel Glück ihnen im Alltag entgeht. Glück hat keinen Plural: Reisen bleibt die populärste Form von Glück.

## TECHNISCHE DATEN DER BEFRAGUNG TA 2009. Ergebnisse der 25. Deutschen Tourismusanalyse

Anzahl und Repräsentanz der Befragten:	Deutschland 4.000 Personen ab 14 Jahren
Befragungszeitraum:	Januar 2009
Befragungsinstitut:	GfK Marktforschung/Nürnberg

# Forschung aktuell

Newsletter | Ausgabe 212 | 30. Jahrg. | 04. Februar 2009 | Seite 9

Die Studie DEUTSCHE TOURISMUSANALYSE (TA 2009) über die Reiseziele 2008 und die Reiseabsichten 2009 der Deutschen kann zum Preis von Euro 14,80 bezogen werden (wahlweise als Skript oder als pdf-Dokument erhältlich).

Stiftung für Zukunftsfragen  
Eine Initiative von British American Tobacco  
Alsterufer 4  
20354 Hamburg  
Telefon: 040/4151 2264  
Fax: 040/4151 2091  
eMail: [kontakt@stiftungfuerzukunftsfragen.de](mailto:kontakt@stiftungfuerzukunftsfragen.de)  
Internet: [www.stiftungfuerzukunftsfragen.de](http://www.stiftungfuerzukunftsfragen.de)

Die Studie enthält neben den aktuellen Analysen und Prognosen zum Reiseverhalten 2008/2009 auch Darstellungen zu den Schwerpunktthemen „Urlaubs-kosten“, „Reiseverkehrsmittel“ und „Aktivurlaub“.

## *Generationswechsel:*

***Dr. Reinhardt übernimmt die Leitung der BAT Tourismusforschung  
Professor Opaschowski konzentriert sich auf die  
Zukunftsforschung***

*Nach 25 Jahren ist der ideale Zeitpunkt gekommen, die Leitung der BAT Tourismusforschung an jüngere Hände zu übergeben. Am 04. Februar 2009 wird Prof. Dr. Horst W. Opaschowski (68) die Fachöffentlichkeit über die Ergebnisse der 25. Tourismusanalyse anlässlich der MESSE REISEN HAMBURG informieren und danach die wissenschaftliche Leitung der Tourismusforschung an Dr. Ulrich Reinhardt (38) übergeben.*

*Dr. Reinhardt hat sich seit Jahren einen Namen als Freizeit- und Tourismusexperte gemacht und die Tourismusanalyse wissenschaftlich begleitet. Professor Opaschowski wird sich mit der Umwandlung des Freizeit-Forschungsinstituts in die Stiftung für Zukunftsfragen mehr auf die Zukunftsforschung in den Bereichen Gesellschaft, Wirtschaft und Politik konzentrieren.*