



FORSCHUNGSTELEGRAMM

07/2005

Peter Zellmann

Mehr Frust als Lust?

Die Freizeitkonjunktur lässt deutlich nach.

Das Freizeitangebot steigt ständig, die Menschen können oder wollen aber bei der Freizeitstress-Ralley – was zuerst, wann , wo – immer weniger mitmachen.

Das Institut für Freizeit- und Tourismusforschung untersucht jährlich das Freizeitverhalten der ÖsterreicherInnen. Der Freizeitmonitor 2005 ergibt ein deutliches Bild: Das Aktivitätenniveau sinkt in fast allen Bereichen und auf allen Ebenen.

Keine wesentliche Veränderung an der Spitze:

Medienkonsum (Fernsehen 89%, Radio 72%, Zeitung /Zeitschrift 68%) dominiert unverändert das Freizeitverhalten der Österreicher. Einzig erwähnenswertes Detail: Radio überholt diesmal Zeitung. Dieser gegenseitige Platztausch hat aber eine lange Tradition und ist von Jahr zu Jahr das einzig spannende Ergebnis für das Führungstrio.

Was die Beliebtheit und Häufigkeit der Freizeitaktivitäten betrifft gibt es im Österreichdurchschnitt derzeit eigentlich nur 3 wirkliche Gewinner:

Homebanking und E-Commerce haben sich in den letzten beiden Jahren deutlich mehr Anteile im (Frei) Zeitbudget der Bevölkerung erkämpft. Dies allerdings von einem klar geringerem Niveau der regelmäßigen Ausübung ausgehend als die traditionellen Spitzenreiter in der Freizeit-Beliebtheitsskala. In diesen beiden Bereichen besteht offensichtlich ein Aufholbedarf oder eine Anpassungsbereitschaft, die allerdings nur bedingt dem traditionellen Verständnis von Freizeitgestaltung zugeordnet werden kann.

In dieser engeren Auffassung von Freizeitverständnis überrascht der dann allein übrig bleibende Sieger doch einigermaßen: Camping und Caravaning.



Freizeitmonitor 2005:

Die „großen“ Gewinner im Freizeitbereich

Von je 100 Befragten nennen als regelmäßige Freizeitbeschäftigung...



Repräsentativbefragung in Österreich - Oktober 2005

Institut für Freizeit- und Tourismusforschung 2005

Dabei gilt es zu beachten:

- Die Ausgangslage für die regelmäßige Ausübung dieser „Freizeitaktivität“ ist über Jahrzehnte eher gering und lag bei etwa 3% Bevölkerungsanteil.
- Umso überraschender ist aber eine beinahe Verdoppelung der Interessenten bzw. des Zuspruchs. Dies dürfte seine Ursachen einerseits in der weiterhin durchaus vorherrschenden Erlebnisorientierung im Freizeitverhalten der Menschen haben und andererseits der insgesamt gegebenen Spareinsicht (Sparnotwendigkeit) entgegenkommen. In diesem Bereich scheinen sich also Wunsch und Wirklichkeit ideal zu ergänzen.

Damit kann diese Verschiebung aber als gutes und exemplarisches Beispiel für das generelle Stimmungsbild in der Bevölkerung dienen.

Bei der Beurteilung der aktuellen Entwicklung der Freizeitsstile in Österreich fällt allerdings auf, dass es offensichtlich nicht nur um Geldknappheit und Konsumverzicht geht. Es überrascht, wenn auch Freizeitaktivitäten wie „sich in Ruhe pflegen“ (von 38% Zustimmung auf 32%) oder „sich mit der Familie beschäftigen (56%/51%)“ weniger regelmäßig ausgeübt werden. Und es ergibt sich die Frage:

Wird den Menschen nicht nur das Geld, sondern auch die Zeit knapp?

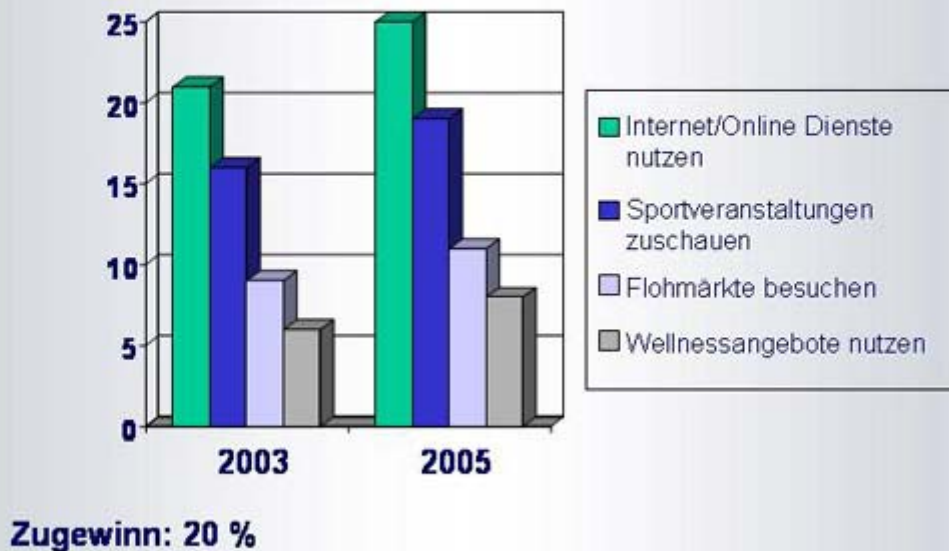
Demzufolge ist auch die Liste mit den positiven Entwicklungsaspekten – geringe aber doch feststellbare Zunahme – eher kurz. Aber auch sie bestätigt den generellen Trend: Erlebnis, Abwechslung ja, aber mit möglichst geringem (keinem nennenswerten) finanziellen Aufwand:



Freizeitmonitor 2005:

Die „kleineren“ Gewinner im Freizeitbereich

Von je 100 Befragten nennen als regelmäßige Freizeitbeschäftigung...



Repräsentativbefragung in Österreich - Oktober 2005

Institut für Freizeit- und Tourismusforschung 2005

Internetdienste als „kostenlose“ (von den Leitungskosten abgesehen) Informationsarchive, Sportveranstaltungen als preiswerte Events, Flohmärkte als günstiges Erlebnishopping und Wellness als ganzheitliche (Körper-Geist-Seele) Lebenseinstellung jenseits von Luxusangeboten: Diese Stimmung prägt derzeit die Erwartungshaltungen des Freizeitmarktes auf Seiten der Nachfrager. Eine Trendwende ist dabei nicht in Sicht!

Auch wenn es keine wirklichen, also speziellen Verlierer auf der Angebotsseite des Freizeitmarktes gibt, ist die Liste der nicht dramatischen, aber doch nachweisbaren Rückgänge derzeit länger als die der Gewinner. Am deutlichsten davon betroffen sind auch Freizeitaktivitäten die gar nichts kosten, außer eben Zeit. Dies stellt unter Umständen ein noch deutlicheres Warnsignal für die Entwicklung der individuellen Lebensqualität in Österreich dar als mancher durchaus nachvollziehbare bzw. erklärbare, rein kommerzielle „Einbruch“.

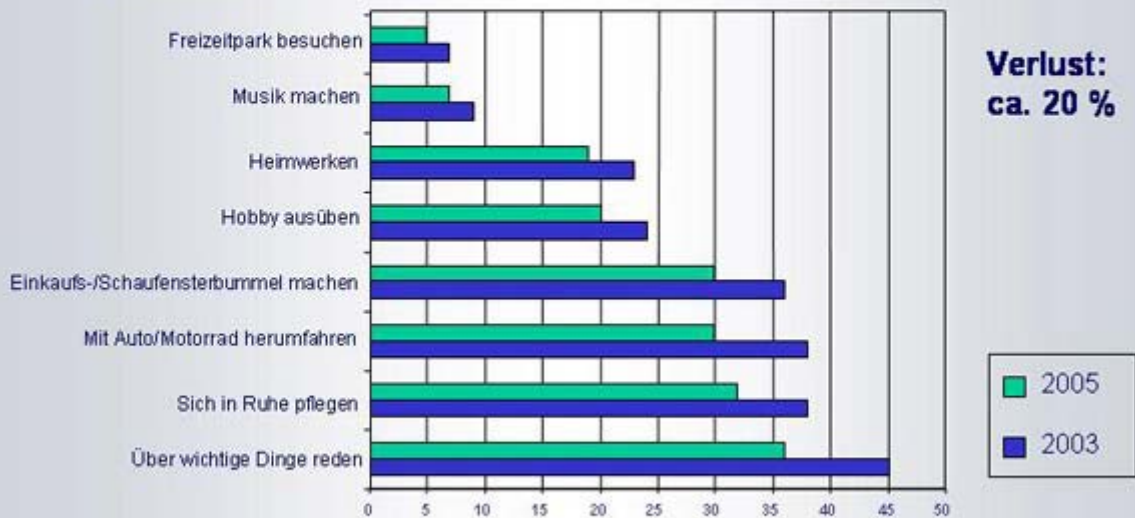
Die größten Verlierer sind nämlich die Freizeitaktivitäten: „über wichtige Dinge reden“ (45% auf 36%) und „sich in Ruhe pflegen“ (38/32).



Freizeitmonitor 2005:

Die aktuellen Verlierer im Freizeitbereich

Von je 100 Befragten nennen als regelmäßige Freizeitbeschäftigung...



Repräsentativbefragung in Österreich - Oktober 2005

Institut für Freizeit- und Tourismusforschung 2005

Wenn wir in der Freizeit weniger „mit Auto oder Motorrad herumfahren“ mag dies ja auch durchaus erfreuliche Aspekte haben, Zeit- und Geldeinsparungen beim „Einkaufsbummel“ beim „Hobby ausüben“, „Heimwerken“ oder „Musik machen“ müssen Ökonomen wie Pädagogen (Soziologen) gleichermaßen nachdenklich stimmen.

Bleibt als Resümee:

Aufgeschoben ist nicht aufgehoben, der nächste Freizeitaufschwung kommt bestimmt. Allerdings bei sich nicht verändernden Rahmenbedingungen nicht so sicher und vor allem nicht bald.

Institut für Freizeit- und Tourismusforschung

