

Peter Zellmann / Sonja Mayrhofer
IFT Institut für Freizeit- und Tourismusforschung

Freizeitmonitor 2011

Die ÖsterreicherInnen werden immer „passiver“! Überraschende Ausnahmen: Weiterbildung und Kultur

- „Fernsehen“ verliert erstmals, vor allem bei den Jungen, deutlich an Bedeutung, bleibt aber Freizeitaktivität Nummer 1: Hat der Umstieg zu „online“ endgültig begonnen?
- Die traditionelle Mediennutzung ist grundsätzlich rückläufig.
- „Mobiltelefonie“ überholt „Zeitung lesen“: Platz 3
- Das Lesen von Büchern nimmt - vor allem bei Frauen - an Beliebtheit zu.
- Die ÖsterreicherInnen nutzen mehr kulturelle Angebote.
- Soziales Engagement hat wieder an Bedeutung gewonnen.
- Die allgemeine Lust „etwas zu unternehmen“ sinkt deutlich
- Je mehr das Fahrrad zum Verkehrsmittel wird, desto weniger wird es offensichtlich in der Freizeit genutzt
- Freizeitkonjunktur: Das Aktivitätenniveau insgesamt bleibt konstant

Institutsleiter Prof. Peter Zellmann: „Im Freizeitverhalten der ÖsterreicherInnen sind erstmals seit vielen Jahren auch bei den beliebtesten Aktivitäten Verschiebungen feststellbar. Die seit den 90er Jahren nachweisbare, grundsätzliche Veränderung der Lebensstile hat die Mehrheit der Bevölkerung erreicht. Die ‚Übergangsgesellschaft‘ ist in der ‚zweiten Halbzeit‘ angekommen.“

Wir untersuchen kontinuierlich seit 30 Jahren das Freizeitverhalten der ÖsterreicherInnen. Der gesellschaftliche Wandel lässt sich am deutlichsten im Freizeitverhalten nachweisen. Diese Zeitreihen werden laufend aktualisiert und daher anhand einer im September 2011 von Spectra Marktforschung (Linz) durchgeführten Befragung von 1.032 ÖsterreicherInnen ab 15 Jahren, repräsentativ für die österreichische Bevölkerung, fortgesetzt.

In der Detailanalyse widmen wir uns diesmal den „regelmäßig“ ausgeübten Freizeitbeschäftigungen. Was unter „regelmäßig“ zu verstehen ist, muss für jede Freizeitaktivität gesondert definiert werden. Aktivitäten wie „Fernsehen“ oder „Internet surfen“ zum Beispiel gelten als „regelmäßig“, wenn sie mindestens mehrmals pro Woche ausgeführt werden; dagegen sind Aktivitäten wie „Einkaufsbummel machen“ oder „Wellnessangebote nutzen“ als „regelmäßig“ definiert, wenn sie mindestens mehrmals pro Monat ausgeführt werden. Die jeweilige Definition ist den Tabellen bzw. Charts zu entnehmen.

Für die Analyse unterteilen wir die Freizeitbeschäftigungen in **fünf Aktivitätengruppen**:

- Mediennutzung,
- zu Hause zur Ruhe kommen,
- zu Hause aktiv sein,
- Unternehmungen machen,
- Nutzung von kulturellen Angeboten und
- Pflege von sozialen Kontakten

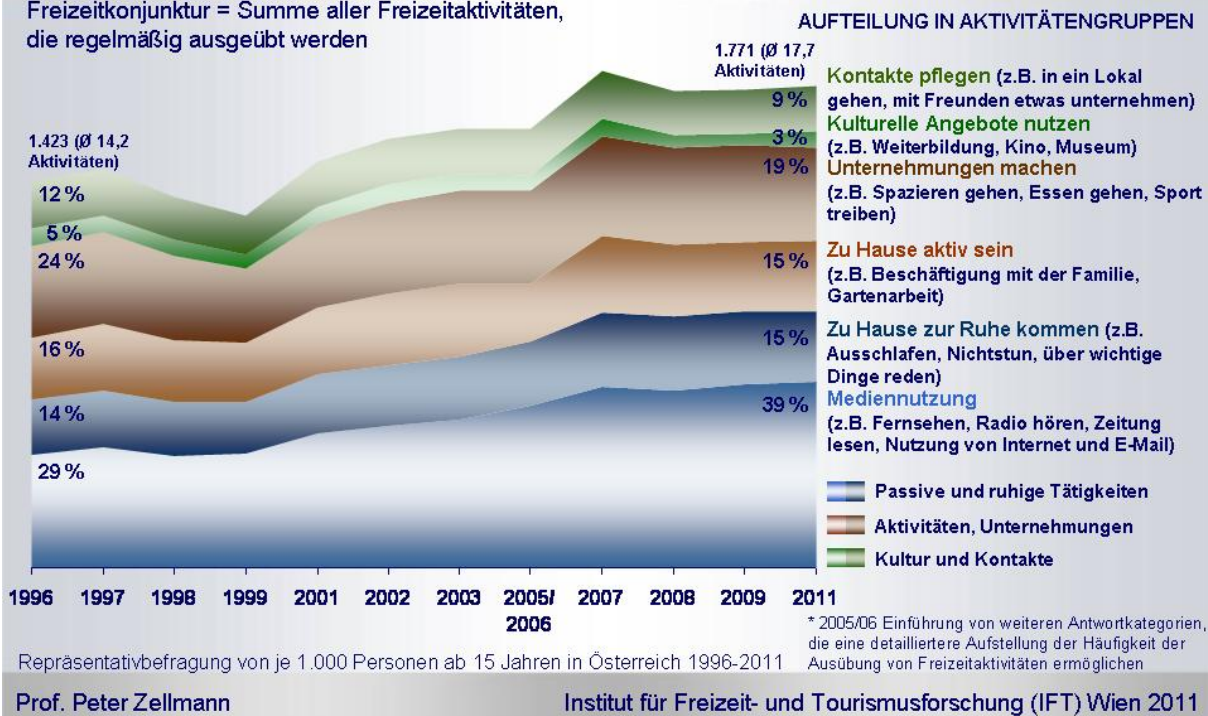
1. Freizeitkonjunktur: Der passive Medienkonsum macht den größten Teil der regelmäßigen Freizeitaktivitäten aus

Die ÖsterreicherInnen üben **durchschnittlich 17,7 Freizeitaktivitäten regelmäßig** aus. In den letzten 6 Jahren hat sich dieser Wert kaum verändert. Die Entwicklung der letzten 15 Jahre zeigt jedoch eine Zunahme an regelmäßig ausgeübten Freizeitaktivitäten nach einem Tiefpunkt von durchschnittlich nur 13 regelmäßig ausgeübten Freizeittätigkeiten im Jahr 1999.

Unterteilt man die regelmäßig ausgeführten Freizeitaktivitäten in die oben vorgestellten Aktivitätengruppen, ergibt sich aktuell folgendes Bild:

- **39 %** der regelmäßig ausgeübten Freizeitaktivitäten fallen in den Bereich „**Mediennutzung**“ (z.B. Fernsehen, Radio hören, Zeitung lesen, Telefonieren, Videos/DVDs schauen, Nutzung von Internet oder E-Mail).
- **19 %** der regelmäßig durchgeführten Freizeitbeschäftigungen sind aktiver Natur, d.h. **Unternehmungen außer Haus oder aktive Beschäftigungen** wie z.B. Spazieren gehen/Wandern, Sport treiben, Radfahren, Essen gehen, Tagesausflüge, Wochenendfahrten oder Einkaufsbummel machen.
- **15 %** der regelmäßigen Tätigkeiten in der Freizeit dienen der **Rekreation** und finden **im häuslichen Bereich** statt (z.B. Ausschlafen, Nichtstun, sich in Ruhe pflegen oder über wichtige Dinge reden).
- Weitere **15 %** sind **aktive Tätigkeiten zu Hause** (z.B. Beschäftigung mit der Familie, Gartenarbeit, mit Kindern spielen oder die Ausübung eines Hobbys).
- Bei **9 %** der regelmäßig ausgeübten Freizeitbeschäftigungen geht es um die **Pflege von sozialen Kontakten** (z.B. in ein Lokal gehen, mit Freunden etwas unternehmen oder jemanden einladen bzw. eingeladen werden).
- **3 %** der regelmäßigen Freizeitaktivitäten werden für **kulturelle Angebote** (z.B. persönliche Weiterbildung, Besuch von Kino, Konzerten, Opern oder Museen) genutzt.

Freizeitkonjunktur = Summe aller Freizeitaktivitäten, die regelmäßig ausgeübt werden



Der Jahresvergleich zeigt, dass die Zunahme an regelmäßig durchgeführten Freizeitaktivitäten vor allem auf die **gestiegene Vielfalt der Mediennutzung** zurückzuführen ist. Während 1996 noch 29 % der Aktivitäten in diesem Bereich stattfanden, waren es 2011 bereits 39 %. Der Anteil der anderen Aktivitätengruppen an den regelmäßigen Freizeitbeschäftigungen ist im Vergleichszeitraum entweder gleich geblieben oder hat leicht abgenommen.

2. Top 15 Freizeitbeschäftigungen: Fernsehen, Radio hören und Telefonieren (Handy) sind die am häufigsten regelmäßig ausgeübten Freizeitaktivitäten

Die beliebtesten Freizeitaktivitäten, die die meisten ÖsterreicherInnen regelmäßig ausüben (ÖsterreicherInnen, die dieser Freizeitaktivität regelmäßig nachgehen in %, Häufigkeit der Nutzung/Ausübung):

- Fernsehen (88 %, mind. mehrmals pro Woche)
- Radio hören (82 %, mind. mehrmals pro Woche)
- Telefonieren (unterwegs mit Mobiltelefon/Handy) (77 %, mind. mehrmals pro Woche)
- Zeitungen/Zeitschriften/Illustrierte lesen (70 %, mind. mehrmals pro Woche)
- Sich mit der Familie beschäftigen (65 %, mind. mehrmals pro Woche)
- Telefonieren (von zu Hause aus) (63 %, mind. mehrmals pro Woche)
- Seinen Gedanken nachgehen (56 %, mind. mehrmals pro Woche)
- Über wichtige Dinge reden (55 %, mind. mehrmals pro Woche)
- Ausschlafen (54 %, mind. mehrmals pro Woche)

- Mit eigenem Computer beschäftigen (54 %, mind. mehrmals pro Woche)
- Faulenzen, Nichtstun (46 %, mind. einmal pro Woche)
- Buch lesen (45 %, mind. mehrmals pro Monat)
- E-Mail (43 %, mind. mehrmals pro Woche)
- Spazieren gehen, wandern (42 %, mind. mehrmals pro Monat)
- Mit dem Auto/Motorrad herumfahren (41 %, mind. mehrmals pro Woche)

Aus diesen Top-15-Freizeitbeschäftigungen lässt sich ablesen, dass der passive Medienkonsum in der Freizeit der ÖsterreicherInnen dominiert. Neben Medienkonsum gehören „erholsame Tätigkeiten zu Hause“ zu den häufigsten regelmäßig ausgeübten Freizeitaktivitäten der ÖsterreicherInnen.

3. Mediennutzung: Klassische Medien büßen aktuell an Bedeutung ein

Die Nutzung der klassischen Medien wie Fernsehen, Radio und Zeitung hat 2011 im Vergleich zu den Vorjahren etwas abgenommen, die Nutzung der neuen Medien wie Handy, Internet und E-Mail hat dagegen weiter (leicht) zugenommen:

- **88 %** der ÖsterreicherInnen **sehen** regelmäßig **fern** (2009: 94 %).
- **82 %** hören regelmäßig **Radio** (2009: 87 %).
- **77 % telefonieren** regelmäßig unterwegs mit dem **Handy** (2009: 75 %).
- **70 % lesen** regelmäßig **Zeitung, Zeitschriften oder Illustrierte** (2009: 75 %).
- **63 % telefonieren** regelmäßig **von zu Hause** (2009: 58 %).
- **54 %** beschäftigen sich zu Hause regelmäßig mit ihrem eigenen **Computer** (2009: 50 %).
- **45 %** lesen regelmäßig **Bücher** (2009: 39 %).
- **43 %** schreiben und lesen regelmäßig in ihrer Freizeit **E-Mails** (2009: 41 %).
- **39 %** nutzen regelmäßig das **Internet** (2009: 38 %).



Freizeitaktivitäten im Vergleich Mediennutzung



Von je 100 Befragten betreiben diese Freizeitaktivität regelmäßig (je nach Aktivität mehrmals wöchentlich bis einmal im Monat):

MEDIEN NUTZEN	Regelmäßige Ausübung bedeutet... mw=mind. mehrmals wöchentlich; w=mind. 1x wöchentlich mm=mind. mehrmals im Monat; m=mind. 1x monatlich	Trend	2011	2009	2008	2007	2005/ 2006
Fernsehen (mw)		↘	88	94	92	91	93
Radio hören (mw)		↘	82	87	84	85	90
Telefonieren (unterwegs mit Mobiltelefon/ Handy) (mw)		↗	77	75	70	67	68
Zeitungen/Zeitschriften/Illustrierte lesen (mw)		↘	70	75	69	70	74
Telefonieren (von zu Hause aus) (mw)		↗	63	58	58	61	62
Mit eigenem Computer beschäftigen (mw)		↗	54	50	44	44	38
Buch lesen (mm)		↗	45	39	42	45	40
E-Mail (mw)		↗	43	41	36	36	27
Internet/Online-Dienste nutzen (mw)		↗	39	38	34	34	26
CDs/MCs/MP3s/DVDs hören (mw)		↘	37	39	44	42	45
Video-/DVD-Filme sehen (w)		→	26	25	29	34	31
Homebanking (w)		↗	19	17	15	17	12
Videospiele (Playstation u.ä.) spielen (w)		→	15	14	14	17	14
Lexikon/Nachschlagewerk benutzen (w)		→	15	12	16	15	12
E-Commerce (Onlineshopping, u.a.) (w)		↗	12	10	8	9	6

Repräsentativbefragung von je 1.000 Personen ab 15 Jahren in Österreich; 1998 – 2011, Angaben in Prozent

Prof. Peter Zellmann

Institut für Freizeit- und Tourismusforschung (IFT) Wien 2011

Im Vergleich zu den vergangenen Jahren zeigen sich folgende Unterschiede:

(Die Veränderungen sind in Prozent der tatsächlichen Personenanteile und nicht in Prozentpunkten ausgewiesen. Die Reihenfolge ist nach der Größe dieser Abweichung im Jahresvergleich gewählt.)

Interessant ist, dass der Rückgang beim **Fernsehen** auf einen Rückgang in der Nutzung besonders der jüngeren Altersgruppe (15 bis 29 Jahre) und - wenn auch in geringerem Ausmaß - der Altersgruppe 30 bis 49 Jahre zurückzuführen ist:

- ☒ Während 2009 96 % der 15- bis 29-Jährigen angaben, regelmäßig fernzusehen, sind es 2011 84 % (-13% relativer Anteil an Personen!).
- ☒ 2009 schauten 94 % der 30- bis 49-Jährigen regelmäßig fern, 2011 sind es 87 % (-7%).
- ⇒ Bei den Über 50-Jährigen liegt der Anteil der Personen, die regelmäßig fernsehen, seit 2005 stabil zwischen 92 % (2011) und 94 % (2008).

Weiters fällt auf, dass es in den vergangenen Jahren keine großen Unterschiede in der Häufigkeit des Fernsehens zwischen den Altersgruppen gab - 2011 zeigen sich allerdings erste Unterschiede. Deutet sich hier eine Ablösung des Fernsehens durch andere Medien (Internetdienste) an?

„**Radio hören**“ hat vor allem in der Gruppe der 15- bis 29-Jährigen an Stellenwert verloren:

- ☒ Während 2009 noch 86 % der 15- bis 29-Jährigen regelmäßig Radio hörten, sind es 2011 nur mehr 76 % (-12 % relativer Anteil an Personen!).

Das **Lesen von Zeitungen, Zeitschriften oder Illustrierten** ist traditionell bei der jüngeren Altersgruppe weniger beliebt. Im Vergleich zu 2009 hat die Beliebtheit dieser Tätigkeit in allen Altersgruppen abgenommen und befindet sich wieder auf dem Niveau von 2008:

- ☒ 2009 gaben 66 % der 15- bis 29-Jährigen an, regelmäßig Zeitungen, Zeitschriften oder Illustrierte zu lesen. 2011 sind es 57 % (-14% relativer Anteil an Personen!).
- ☒ 2009 haben 74 % der 30- bis 54-Jährigen regelmäßig Zeitung gelesen, 2011 sind es 69 % (-7%).
- ☒ 2009 waren 82 % der Über 50-Jährigen ZeitungsleserInnen, 2011 sind es 77 % (-6%).

Neuere Medien wie Internet oder E-Mail und ihre Anwendungsmöglichkeiten wie E-Commerce oder Homebanking gewinnen weiter an Bedeutung:

- ☒ 12 % nutzen regelmäßig **E-Commerce** (2009: 10 %, +20% relativer Anteil an Personen!).
- ☒ 19 % verwenden regelmäßig **Homebanking** (2009: 17%, +12%).
- ☒ 43 % schreiben oder lesen in ihrer Freizeit regelmäßig **E-Mails** (2009: 41 %, +5%).
- ☒ 39 % nutzen regelmäßig das **Internet** (2009: 38 %, +3%).

Außerdem ist bei der Nutzung von Medien auffällig, dass wieder mehr Menschen regelmäßig **Bücher lesen**. 2009 gaben 39 % an, regelmäßig Bücher zu lesen, 2011 sind es dagegen 45 %. Zurückzuführen ist dies vor allem auf eine Zunahme der Leserinnen:

- ☒ 56 % der Frauen lesen regelmäßig Bücher (2009: 49 %; +14% relativer Anteil an Personen!).
- ☒ 32 % der Männer lesen regelmäßig Bücher (2009: 30 %; +7%).

„Bücher lesen“ insgesamt ist somit eine eher weibliche Freizeitbeschäftigung.

4. Ruhe vs. Aktivität zu Hause: Wenig Änderungen bei den beliebtesten Tätigkeiten zu Hause

Im Vergleich zu 2009 hat sich an den beliebtesten **aktiven Tätigkeiten** der ÖsterreicherInnen **zu Hause** wenig geändert:

- **65 %** der ÖsterreicherInnen **beschäftigen** sich regelmäßig **mit der Familie** (2009: 65 %).
- **37 %** arbeiten regelmäßig im **Garten** (2009: 38 %).
- **27 %** spielen regelmäßig mit **Kindern** (2009: 30 %).

Auch bei den **ruhigen Tätigkeiten zu Hause** bleiben die Spitzenreiter gleich:

- **56 %** der ÖsterreicherInnen gehen regelmäßig ihren **Gedanken** nach (2009: 57 %).
- **55 %** **reden** regelmäßig **über wichtige Dinge** (2009: 57 %).
- **54 %** **schlafen** sich regelmäßig **aus** (2009: 56 %).

Von je 100 Befragten betreiben diese Freizeitaktivität regelmäßig (je nach Aktivität mehrmals wöchentlich bis einmal im Monat):

ZU HAUSE AKTIV SEIN	Regelmäßige Ausübung bedeutet... mw=mind. mehrmals wöchentlich; w=mind. 1x wöchentlich mm=mind. mehrmals im Monat; m=mind. 1x monatlich	Trend	2011	2009	2008	2007	2005/ 2006
Sich mit der Familie beschäftigen (mw)		→	65	65	66	60	65
Gartenarbeit machen (mm)		→	37	38	39	41	39
Mit Kindern spielen (mw)		→	27	30	28	30	32
Erotik, Sex (mw)		→	24	25	23	23	26
Hobby ausüben (Sammeln, Basteln) (w)		→	24	25	26	30	26
Fest/Partys feiern (mm)		↗	19	16	14	20	17
Heimwerken/Do-it-yourself in eigener Wohnung/Haus (w)		→	16	15	17	18	19
Gesellschafts-/Kartenspiele spielen (w)		↘	15	17	21	21	21
Handarbeiten (Stricken, Nähen, Selberschneidern) (mm)		↗	15	12	12	18	16
Musik machen/musizieren (w)		→	10	8	11	10	8
Briefe schreiben (mm)		→	9	6	10	10	8
ZU HAUSE ZUR RUHE KOMMEN							
Seinen Gedanken nachgehen (mw)		→	56	57	58	55	50
Über wichtige Dinge reden (mw)		→	55	57	54	55	53
Ausschlafen (w)		→	54	56	59	60	56
Faulenzen, Nichtstun (w)		↘	46	51	49	51	45
Sich in Ruhe pflegen (mw)		→	41	44	43	42	41
Wellnessangebote nutzen (mm)		→	7	5	6	9	8

Repräsentativbefragung von je 1.000 Personen ab 15 Jahren in Österreich; 1998 – 2011, Angaben in Prozent

Prof. Peter Zellmann

Institut für Freizeit- und Tourismusforschung (IFT) Wien 2011

Im Vergleich zu den vergangenen Jahren zeigen sich folgende Unterschiede:

(Die Veränderungen sind in Prozent der tatsächlichen Personenanteile und nicht in Prozentpunkten ausgewiesen. Die Reihenfolge ist nach der Größe dieser Abweichung im Jahresvergleich gewählt.)

- ↗ 15 % machen regelmäßig **Handarbeiten** wie Stricken oder Nähen (2009: 12 %; +25%).
- ↗ 19 % feiern regelmäßig **Partys** (2009: 16 %, + 19%).
- ↘ 15 % spielen regelmäßig **Karten oder Gesellschaftsspiele**. In den Jahren 2006 bis 2008 waren es noch 21 % und 2009 17 % (-12%).

5. Unternehmungen: Wandern, Auto/Motorrad fahren und die Beschäftigung mit Tieren als beliebteste Unternehmungen

Die Reihenfolge der beliebtesten Unternehmungen der ÖsterreicherInnen bleibt gleich, die ÖsterreicherInnen werden allgemein aber, mit Ausnahme des Besuchs von Freizeitparks, klar weniger unternehmenslustig:

- **42 %** der ÖsterreicherInnen **wandern regelmäßig oder gehen spazieren** (2009: 48 %).
- **41 %** fahren regelmäßig **mit dem Auto oder Motorrad herum** (2009: 47 %).
- **39 %** beschäftigen sich **regelmäßig mit Tieren** (2009: 43 %).

Von je 100 Befragten betreiben diese Freizeitaktivität regelmäßig (je nach Aktivität mehrmals wöchentlich bis einmal im Monat):

AKTIV SEIN, UNTERNEHMUNGEN MACHEN	Regelmäßige Ausübung bedeutet... mw=mind. mehrmals wöchentlich; w=mind. 1x wöchentlich mm=mind. mehrmals im Monat; m=mind. 1x monatlich	Trend	2011	2009	2008	2007	2005/ 2006
			Spazieren gehen, Wandern (mm)	→	42	48	50
Mit dem Auto/Motorrad herumfahren (mw)	→	41	47	42	45	47	
Mit Tieren beschäftigen (mw)	→	39	43	41	42	41	
Essen gehen (mm)	→	37	39	33	40	35	
Einkaufs-, Schaufensterbummel machen (mm)	→	35	38	34	42	39	
Selbst Sport betreiben (w)	→	32	31	34	32	27	
Fahrrad fahren (w)	→	23	26	31	26	25	
Bei Sportveranstaltungen zuschauen (mm)	→	21	19	20	21	23	
Tagesausflug machen (mm)	→	18	18	17	19	17	
Baden gehen (w)	→	14	14	13	10	12	
Auf Flohmärkte/Basare gehen (m)	→	11	9	12	13	14	
Wochenendfahrt (mit mindestens 1 Übernachtung) machen (m)	→	9	7	9	9	11	
Tanzen gehen, in die Disco gehen (w)	→	6	5	7	6	10	
In den Zoo/Tierpark gehen (m)	→	6	4	5	7	6	
Freizeitpark besuchen (mm)	→	6	3	4	5	5	
Camping/Caravanning (mm)	→	3	2	3	4	4	

Repräsentativbefragung von je 1.000 Personen ab 15 Jahren in Österreich; 1998 – 2011, Angaben in Prozent

Prof. Peter Zellmann

Institut für Freizeit- und Tourismusforschung (IFT) Wien 2011

Im Vergleich zu den vergangenen Jahren zeigen sich folgende Unterschiede:

(Die Veränderungen sind in Prozent der tatsächlichen Personenanteile und nicht in Prozentpunkten ausgewiesen. Die Reihenfolge ist nach der Größe dieser Abweichung im Jahresvergleich gewählt.)

- ☒ 6 % besuchen regelmäßig **Freizeitparks** (2009: 3 %; +100% relativer Anteil an Personen!).
- ☒ 41 % fahren regelmäßig mit dem **Auto oder Motorrad** herum (2009: 47 %; -13%).
- ☒ 42 % der ÖsterreicherInnen **wandern** regelmäßig oder gehen spazieren (2009: 48 %; -12%).
- ☒ 23 % fahren regelmäßig mit dem **Fahrrad** (2009: 26 %; -12%). Stärker zeigt sich die Abnahme im Vergleich mit 2008, wo noch 31 % regelmäßig mit dem Fahrrad unterwegs waren.

6. Kulturelle Angebote nutzen: Mehr kulturelle Aktivitäten

Die aktuell beliebtesten kulturellen Aktivitäten sind:

- **23 %** der ÖsterreicherInnen **bilden sich** in ihrer Freizeit **weiter** (2009: 19 %).
- **9 %** der ÖsterreicherInnen gehen regelmäßig ins **Kino** (2009: 10 %).
- **8 %** besuchen regelmäßig **Museen oder Kunstausstellungen** (2009: 6 %).
- **8 %** gehen regelmäßig auf **Volksfeste oder Kirtage** (2009: 4 %).

Von je 100 Befragten betreiben diese Freizeitaktivität regelmäßig (je nach Aktivität mehrmals wöchentlich bis einmal im Monat):

KULTURELLE ANGEBOTE NUTZEN	Regelmäßige Ausübung bedeutet...					
	Trend	2011	2009	2008	2007	2005/ 2006
Sich persönlich weiterbilden (w)	→	23	19	21	22	16
Ins Kino gehen (mm)	→	9	10	11	12	11
Museum/Kunstaussstellung besuchen (m)	→	8	6	6	10	6
Volksfest/Kirtag besuchen (m)	→	8	4	5	10	9
Oper/Konzert/Theater besuchen (mm)	→	5	3	3	6	5
Rock-/Pop-/Jazzkonzerte besuchen (mm)	→	4	2	2	5	4
KONTAKTE PFLEGEN						
In ein Lokal gehen (mm)	→	49	48	47	52	54
Mit Freunden etwas unternehmen (w)	→	41	39	39	39	39
Einladen/eingeladen werden (mm)	→	37	40	34	43	41
Gottesdienst / Kirche besuchen (mm)	→	19	15	18	18	21
Im Freundeskreis handwerklich tätig sein (mm)	→	10	11	13	15	14
In Kirche/Gewerkschaft/Verein/Partei ehrenamtlich tätig sein (w)	→	8	5	8	6	7
Sich in einer Bürgerinitiative engagieren (w)	→	2	1	3	3	2

Repräsentativbefragung von je 1.000 Personen ab 15 Jahren in Österreich; 1998 – 2011, Angaben in Prozent

Prof. Peter Zellmann

Institut für Freizeit- und Tourismusforschung (IFT) Wien 2011

Im Vergleich zu den vergangenen Jahren zeigen sich folgende Unterschiede:

(Die Veränderungen sind in Prozent der tatsächlichen Personenanteile und nicht in Prozentpunkten ausgewiesen. Die Reihenfolge ist nach der Größe dieser Abweichung im Jahresvergleich gewählt.)

- ↗ 8 % besuchen regelmäßige **Volksfeste bzw. Kirtage** (2009: 4 %, +100% relativer Anteil an Personen!).
- ↗ 4 % gehen regelmäßig zu **Rock-, Pop- oder Jazzkonzerten** (2009: 2 %, +100%).
- ↗ 5 % besuchen regelmäßig die **Oper, Konzerte oder das Theater** (2009: 3 %, +67%).
- ↗ 8 % der ÖsterreicherInnen gehen regelmäßig ins **Museen** bzw. besuchen **Kunstaussstellungen** (2009: 6 %, +33%).
- ↗ 23 % der ÖsterreicherInnen **bilden sich regelmäßig weiter** (2009: 19 %; +21%).

7. Soziale Kontakte pflegen: Mehr soziales Engagement

Die Pflege von sozialen Kontakten ist für die ÖsterreicherInnen sehr wichtig:

- **49 %** der ÖsterreicherInnen gehen regelmäßig in ein **Lokal** (2009: 48 %).
- **41 %** unternehmen regelmäßig etwas **mit FreundInnen** (2009: 39 %).
- **37 % laden** regelmäßig andere Personen **ein bzw. werden eingeladen** (2009: 40 %).

Im Vergleich zu den vergangenen Jahren zeigen sich folgende Unterschiede:

(Die Veränderungen sind in Prozent der tatsächlichen Personenanteile und nicht in Prozentpunkten ausgewiesen. Die Reihenfolge ist nach der Größe dieser Abweichung im Jahresvergleich gewählt.)

- ↗ 2 % der ÖsterreicherInnen engagieren sich regelmäßig in einer **Bürgerinitiative** (2009: 1 %, +100% relativer Anteil an Personen!).
- ↗ 8 % sind regelmäßig in der Kirche, einer Gewerkschaft, einem Verein oder einer Partei **ehrenamtlich tätig** (2009: 5 %, +60%).
- ↗ 19 % der ÖsterreicherInnen besuchen regelmäßig den **Gottesdienst** (2009: 15 %, +27 %). Damit gehen 2011 wieder ähnlich viele ÖsterreicherInnen in die Kirche wie 2007 oder 2008.

8. Resümee

Die Freizeit der ÖsterreicherInnen ist überwiegend und zunehmend durch passive Tätigkeiten geprägt: Bei den regelmäßig ausgeübten Freizeitaktivitäten überwiegen der passive Medienkonsum wie Fernsehen, Radio oder Zeitung lesen und rekreative, erholsame Freizeitbeschäftigungen zu Hause.

Allerdings ist aktuell festzustellen, dass klassische Medien wie Fernsehen, Radio oder Zeitung etwas an Bedeutung verloren haben. Vor allem die jüngeren Menschen nutzen diese Medien weniger häufig. Die Nutzung von Internet oder E-Mail hat demgegenüber weiter - wenn auch nur leicht - zugenommen.

Zu beobachten ist außerdem, dass mehr Menschen regelmäßig kulturelle Angebote wie Besuche von Volksfesten, Museen oder Theater in Anspruch nehmen und dass sich mehr ÖsterreicherInnen regelmäßig ehrenamtlich bzw. in Bürgerinitiativen engagieren.

TECHNISCHE DATEN FREIZEITMONITOR 2011

Aufgabenstellung

Die dieser Studie zugrunde liegenden Daten beruhen auf Erhebungen von SPECTRA Marktforschung – Linz. Auf Basis des Befragungsmodells des Instituts für Freizeit- und Tourismusforschung (IFT) wird jährlich das Freizeitverhalten der österreichischen Bevölkerung erhoben (Freizeitmonitor).

Stichprobe/Methodik

Die Erhebungen fanden im Rahmen des SPECTRA-Bus statt und richtete sich an eine Stichprobe von **n=1.032** Personen repräsentativ für die österreichische Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren. Bei der Stichprobe handelte es sich um ein Quota-Sample. Die Durchführung der Interviews erfolgte **face-to-face** durch 138 Interviewer.

Timing

Die Feldarbeit fand in der Zeit vom 09. bis 30. September 2011 statt.

Grundgesamtheit der Erhebung

Österreich: 7,11 Mio. Personen ab 15 Jahren.

Ergibt eine Addition der Prozentwerte mehr als 100, so bedeutet dies, dass zu den einzelnen Erhebungspunkten mehr als eine Angabe gemacht wurde.