

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

Freizeitmonitor 2015

Radio und Zeitung verlieren bei Jüngeren endgültig an Bedeutung, 1/3 weniger Leser, fast ein Viertel weniger Hörer als vor 10 Jahren

- Die am häufigsten regelmäßig ausgeübten Freizeitaktivitäten sind nach wie vor Fernsehen, Telefonieren (Handy), Radio hören und Zeitung lesen
- „Mobiltelefonie“ verdrängt „Radio hören“ erstmals vom 2. Platz der am häufigsten regelmäßig ausgeübten Freizeitaktivitäten
- Neben Medienkonsum überwiegen in der Freizeit ruhige bzw. beschauliche Tätigkeiten zu Hause
- Von deutlich weniger Menschen regelmäßig ausgeübt: „Hobbys (Sammeln, Basteln)“, „Einkaufen/Einkaufsbummel“ und private „Einladungen“

Institutsleiter Prof. Peter Zellmann: „Der längerfristige Zeitvergleich macht deutlich, dass in den Lebensstilen der Menschen zwar nie abrupte Veränderungen stattfinden, manche Entwicklungen aber klar als nachhaltig zu erkennen sind. Die mittelfristige Berechenbarkeit für Wirtschaft und Politik ist, entgegen mancher Boom- bzw. Trendberichterstattung, aus diesen Studien nachweisbar. Sie kann und muss daher aber rechtzeitig erfasst, bzw. ihre Auswirkungen entsprechend realistisch abgeschätzt und durch anzupassende Rahmenbedingungen vorweg genommen werden.“

Wir untersuchen kontinuierlich das Freizeitverhalten der ÖsterreicherInnen. Der gesellschaftliche Wandel lässt sich am deutlichsten im Freizeitverhalten nachweisen. Diese Zeitreihen werden laufend aktualisiert und daher anhand einer im Oktober 2015 von Spectra Marktforschung (Linz) durchgeführten Befragung von 1.050 ÖsterreicherInnen ab 15 Jahren, repräsentativ für die österreichische Bevölkerung, fortgesetzt.

In der Detailanalyse widmen wir uns zunächst 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.

1. Die am häufigsten regelmäßig ausgeübten Freizeitaktivitäten: Der (passive) Medienkonsum überwiegt

Die beliebtesten Freizeitaktivitäten, welche die meisten ÖsterreicherInnen regelmäßig ausüben, sind (in Klammer der Bevölkerungsanteil im Vergleich zum Jahr 2013 und die Häufigkeit der Nutzung / Ausübung):

- **Fernsehen (89 %, 2013: 89 %, mind. mehrmals pro Woche)**
- **Telefonieren von zu Hause aus (Mobiltelefon/Handy) (84 %, 2013: 77 %, mind. mehrmals pro Woche)**
- **Telefonieren von unterwegs (Mobiltelefon/Handy) (80 %, 2013: 74 %, mind. mehrmals pro Woche)**
- **Radio hören (79 %, 2013: 85 %, mind. mehrmals pro Woche)**
- **Zeitungen, Zeitschriften oder Illustrierte lesen (66 %, 2013: 68 %, mind. mehrmals pro Woche)**

ift		Regelmäßig ausgeübte Freizeitaktivitäten							SPECTRA MARKTFORSCHUNG	
Von je 100 Befragten betreiben diese Freizeitaktivität regelmäßig (je nach Aktivität mehrmals wöchentlich bis einmal im Monat):										
Regelmäßige Ausübung bedeutet... mw=mind. mehrmals wöchentlich; w=mind. 1x wöchentlich mm=mind. mehrmals im Monat; m=mind. 1x monatlich										
	Trend	2015	2013	2011	2009	2008	2007	2005/ 2006		
Fernsehen (mw)	→	89	89	88	94	92	91	93		
Telefonieren von zu Hause aus (Handy) (mw)	→	84	77*	63	58	58	61	62		
Telefonieren unterwegs (Handy) (mw)	→	80	74	77	75	70	67	68		
Radio hören (mw)	↘	79	85	82	87	84	85	90		
Zeitungen/Zeitschriften/Illustrierte lesen (mw)	↘	66	68	70	75	69	70	74		
Sich mit der Familie beschäftigen (mw)	↘	58	63	65	65	66	60	65		
Seinen Gedanken nachgehen (mw)	→	55	57	56	57	58	55	50		
Ausschlafen (w)	→	53	55	54	56	59	60	56		
Mit eigenem PC beschäftigen/ "arbeiten" (mw)	→	52	49	54	50	44	44	38		
Faulenzen, Nichtstun (w)	→	49	48	46	51	49	51	45		
Internet/Online-Dienste nutzen (mw)	↗	49	46	39	38	34	34	26		
In ein Lokal gehen (mm)	→	46	49	49	48	47	52	54		
Spazieren gehen, Wandern (mm)	→	46	46	42	48	50	45	47		
Über wichtige Dinge reden (mw)	↘	43	54	55	57	54	55	53		
E-Mail (mw)	→	43	40	43	41	36	36	27		
Mit Tieren beschäftigen (mw)	→	43	39	39	43	41	42	41		

Repräsentativbefragung von ca. 7.000 Personen ab 15 Jahren in Österreich; 2005 – 2015, Angaben in Prozent *ab 2013 veränderte Fragestellung

Prof. Peter Zellmann Institut für Freizeit- und Tourismusforschung (IFT) 2015

Aus diesen am häufigsten regelmäßig ausgeübten Freizeitbeschäftigungen lässt sich ablesen, dass der (passive) Medienkonsum in der Freizeit der ÖsterreicherInnen nach wie vor dominiert. Der Zeitvergleich lässt vermuten, dass sich daran auch in nächster Zeit wenig ändern wird. Bei den Zeitungen ist der Umstieg auf die „Online-Formate“

längst im Gange. „Traditionelle“ Medien wie Radio und Printmedien büßen im langjährigen Zeitvergleich gesehen an Bedeutung ein:

- **Radio hören** verliert an Stellenwert als regelmäßig ausgeübte Freizeitbeschäftigung. Während 2005/06 noch 90 % der ÖsterreicherInnen regelmäßig Radio gehört haben, sind es aktuell 79 % (**-12 % im Vergleich zu 2005/06**).

Das Radio fällt damit auch erstmals vom 2. Platz der am häufigsten regelmäßig ausgeübten Freizeitaktivitäten hinter das Telefonieren mit dem Handy (von zu Hause aus sowie unterwegs) zurück.

- Auch das **Lesen von Zeitungen, Zeitschriften oder Illustrierten** nimmt weiter an Bedeutung ab. Während 2005/06 noch 74 % der ÖsterreicherInnen regelmäßig Zeitungen, Zeitschriften oder Illustrierte gelesen haben, sind es aktuell noch 66 % (**-11 % im Vergleich zu 2005/06**).

Vor allem in der jüngeren Altersgruppe (15 bis 34) ist im Jahresvergleich betrachtet eine verstärkte Abnahme an regelmäßigen LeserInnen bzw. HörerInnen festzustellen:

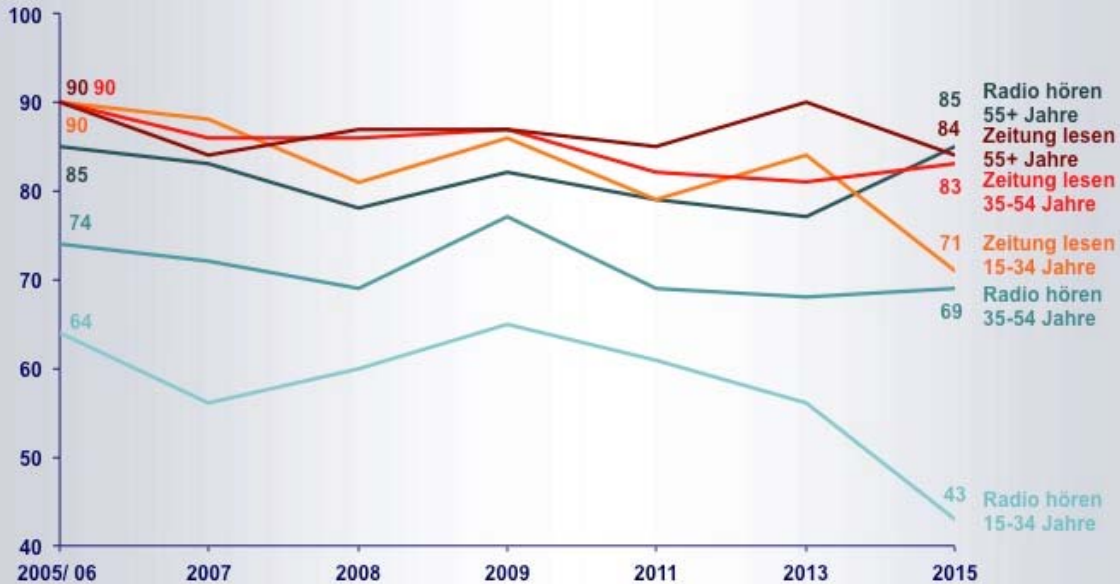
- Nur noch **43 % der 15 bis 34-Jährigen** lesen regelmäßig Zeitungen, Zeitschriften oder Illustrierte (2005/06: 64 %, **-33 %**), wohingegen es bei den **35- bis 54-Jährigen 69 %** (2005/06: 74 %, **-7 %**) und bei den **Über 55-Jährigen sogar 85 %** (2005/06: 85 %, **keine Änderung**) sind (Bevölkerungsdurchschnitt 66 %; 2005/06: 74 %, -11 %).

Der langjährige Jahresvergleich zeigt somit, dass sich die Schere zwischen den Altersgruppen weiter geöffnet hat: Die Abnahme der regelmäßigen ZeitungsläserInnen lässt sich vor allem durch weniger regelmäßige LeserInnen in der jüngeren Altersgruppe ableiten.

- Auch beim **Radio** ist eine größere Abnahme an regelmäßigen HörerInnen bei den Jüngeren auszumachen:

71 % der 15- bis 34-Jährigen hören regelmäßig Radio (2005/06: 90 %, **-21 %**), bei den **35- bis 54-Jährigen** sind es **83 %** (2005/06: 90 %, **-8 %**) bzw. bei den **Über 55-Jährigen 84 %** (2005/06: 90 %, **-7 %**) (Bevölkerungsdurchschnitt: 79 %, 2005/06: 90 %, -12 %).

Von je 100 Befragten nennen als regelmäßige (mind. mehrmals in der Woche) Freizeitaktivität...



Repräsentativbefragung von ca. 7.000 Personen ab 15 Jahren in Österreich 2005-2015

Prof. Peter Zellmann

Institut für Freizeit- und Tourismusforschung (IFT) 2015

2. Weitere interessante Veränderungen im Jahresvergleich: Hobbys (Sammeln, Basteln), Einladungen und Einkaufsbummel verlieren als Freizeitaktivität an Bedeutung

Bei den weniger häufig ausgeübten Freizeitaktivitäten fallen besonders folgende Entwicklungen auf:

- Während 2013 noch 26 % der ÖsterreicherInnen angaben, regelmäßig ein **Hobby auszuüben (Sammeln, Basteln)**, sind es aktuell nur noch **18 % (-31 %)**.
- 2013 **luden** 41 % der ÖsterreicherInnen regelmäßig andere Menschen **ein** bzw. **wurden eingeladen** – aktuell tun das **32 % (-22 %)**.
- Während 2013 37 % der ÖsterreicherInnen regelmäßig **einkaufen** gingen bzw. **Schaufensterbummel** machten, sind es aktuell **31 % (-16 %)**.

Von je 100 Befragten nennen als regelmäßige Freizeitaktivität:



Repräsentativbefragung von ca. 17.000 Personen ab 15 Jahren in Österreich in den Jahren 1996 bis 2015

* Geschätzte Werte

Prof. Peter Zellmann

Institut für Freizeit- und Tourismusforschung (IFT) 2015

3. Resümee

Zu den am häufigsten regelmäßig ausgeübten Freizeitaktivitäten der ÖsterreicherInnen zählen traditionell der (passive) Medienkonsum, also Fernsehen, Telefonieren (Handy), Radio hören sowie Zeitungen, Zeitschriften oder Illustrierte lesen.

Erstmalig folgt „Radio hören“ allerdings nicht nach dem Fernsehen auf dem zweiten Platz der am häufigsten regelmäßig ausgeübten Aktivitäten, sondern das Telefonieren mit dem Handy (sowohl von zu Hause aus als auch von unterwegs). Vor allem die im langjährigen Jahresvergleich betrachtete stärkere Abnahme an jüngeren regelmäßigen RadiohörerInnen führte zu dieser Entwicklung.

Ebenso hat das Lesen von Zeitungen, Zeitschriften oder Illustrierten weiter an Bedeutung verloren – auch hier werden die Abnahmen besonders durch die jüngeren Altersgruppen verursacht. Online-Formate entsprechen eher den Bedürfnissen der Jüngeren als die traditionellen Printmedien – dieser Umstieg wird sich weiter fortsetzen.

Neben dem Medienkonsum gehören „erholsame Tätigkeiten zu Hause“ zu den häufigsten regelmäßig ausgeübten Freizeitaktivitäten der ÖsterreicherInnen. Lokalbesuche und Wandern/Spazieren gehen sind die beliebtesten „aktiven“ Freizeitbeschäftigungen.

Bei den weniger häufig ausgeübten Freizeitaktivitäten sind im Jahresvergleich deutliche Abnahmen bei der Ausübung von Hobbys, privaten Einladungen und beim Einkaufsbummel zu beobachten.

Die Ausübung von Hobbys, wie z.B. Sammeln oder Basteln, befindet sich im Jahresvergleich gesehen auf dem tiefsten Stand seit 20 Jahren.

Auch FreundInnen einzuladen bzw. eingeladen zu werden erscheint im Moment für weniger Mensch attraktiv – ob als Folge der Bequemlichkeit (Aufwand), der vielen Alternativen im Freizeitangebot oder der zunehmenden „Versingelung“ bleibt allerdings offen.

Gerade in Hinblick auf das Weihnachtsgeschäft wird die abnehmende Freude am Einkaufsbummel der ÖsterreicherInnen genauer zu beobachten sein. Auch hier ist im Jahresvergleich die geringste Personenanzahl, zumindest was die Regelmäßigkeit betrifft, festzustellen – Geschenke können allerdings auch „online“ eingekauft werden.

TECHNISCHE DATEN

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 das Freizeitverhalten der österreichischen Bevölkerung erhoben (Freizeitmonitor).

Stichprobe/Methodik Die Erhebung richtete sich insgesamt an **n=1.050 Personen**, repräsentativ für die österreichische Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren. Die Stichprobenauswahl erfolgte durch das Quotaverfahren. Die Befragungen wurden face-to-face von 97 geschulten und kontrollierten Spectra-Interviewern im Rahmen des Spectra-Bus durchgeführt.

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

Sind keine Mehrfachangaben möglich, kann sich eine Abweichung von +/- 1% auf 100% durch Rundungsmaßnahmen ergeben.

Timing

Die Feldarbeit fand vom 5.10. bis 2.11.2015 statt.

Grundgesamtheit der Erhebung Österreich: 7,11 Mio. Personen ab 15 Jahren