



# FREIZEITBRIEF

B·A·T FREIZEIT-FORSCHUNGSINSTITUT

Nr. 13/81 Oktober 1981

## Wenig Sparneigung bei Freizeitbedürfnissen

Wenn er schon sparen muß, möchte der Bundesbürger Urlaub und Auto am wenigsten missen. Die Bereitschaft, grundsätzlich sparsamer zu leben, erstreckt sich eher auf andere Gebiete oder, soweit es die Freizeit betrifft, auf Nebenausgaben.

Dies geht aus einer aktuellen Umfrage des B·A·T Freizeit-Forschungsinstitut hervor, bei der 400 Personen im Alter zwischen 16 und 70 Jahren nach ihren derzeitigen Konsumwünschen und -gewohnheiten befragt wurden. Danach entwickeln sich Freizeit, Hobby und Urlaub immer mehr zu Lebensbereichen, in denen die Bundesbürger verstärkt nach Erlebnissen und Lebenserfüllung suchen. Die Befragten möchten den hier erreichten Lebensstil unter allen Umständen halten. Der Stellenwert der frei verfügbaren Zeit, die Dynamik des Freizeitkonsums und die damit verbundene Expansion des Freizeitmarktes spiegeln sich in dieser Tendenz deutlich wider.

Konkret heißt das: Man will nicht ohne das Auto leben, es allenfalls sparsamer benutzen. Auch auf den Urlaub will die Mehrheit der Befragten keinesfalls verzichten. Allerdings schränkt

man die persönlichen Nebenausgaben ein, wie Restaurantbesuche oder Strandkorbmiete. Die Gastronomie in den Urlaubsorten hat dies schon im Sommer 1981 zu spüren bekommen.

Nach den Ergebnissen der B·A·T-Umfrage sind Einsparungen vor allem in solchen Bereichen beabsichtigt, die den Lebensstil zwar schöner, aber auch teurer machen. Die Aufwendungen für Schmuck und Kosmetik, Kunst und Antiquitäten, Möbel und Bekleidung werden stagnieren oder gar schrumpfen, bis die frei verfügbaren Einkommen auf breiter Ebene wieder steigen. Auch bei den Ausgaben für Essen und Trinken zeigt sich dieses Konsumverhalten. Rund 40 % der Befragten beabsichtigen "eher preiswerte" Lebensmittel zu kaufen.

Eine unverändert günstige Entwicklung scheint dagegen die Freizeitbedarf-Branche zu erwarten. Wie die Umfrage des B·A·T Freizeit-Forschungsinstitut ergab, ist man trotz knapperer Haushaltskasse bereit, für Sport und Spiel, für elektronische Medien oder Heimwerken mehr Geld auszugeben. Dies gilt auch für die Gartenpflege oder Ausgaben für Haustiere.

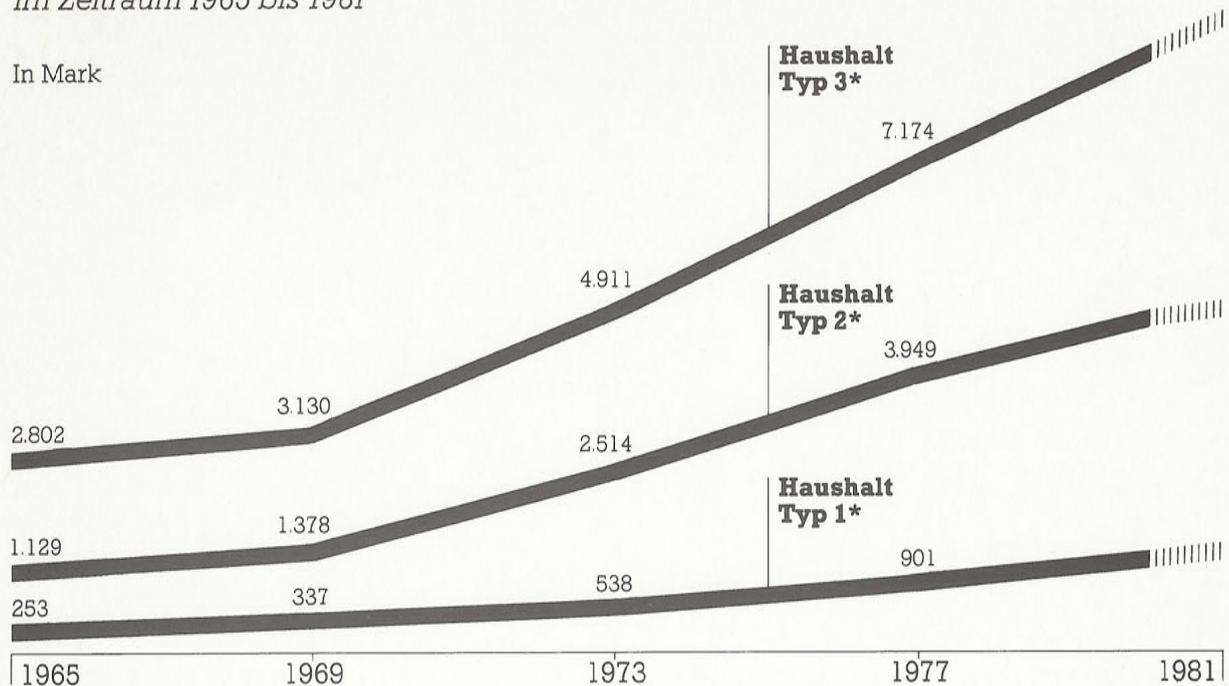
Insgesamt läßt sich ein allgemeines Problembewußtsein der Bundesbürger über notwendige Einsparungen und Einschränkungen erkennen, jedoch wenig persönliche Sparneigung in solchen Lebensbereichen, für die es sich offenbar zu arbeiten lohnt und die das Leben angenehm und lebenswert machen. Und dies sind in den Augen der meisten Bürger Freizeit, Hobby und Urlaub.

-----

## Wachstumsmarkt Freizeit

Im Zeitraum 1965 bis 1981

In Mark



\*Freizeitausgaben privater Haushalte nach Haushaltstypen;

**Haushalt Typ 1:** 2-Personen-Haushalt von Rentnern und Sozialhilfeempfängern mit geringem Einkommen

**Haushalt Typ 2:** 4-Personen-Haushalt von Arbeitnehmern mit mittlerem Einkommen (2.000 bis 3.000 Mark im Monat).

**Haushalt Typ 3:** 4-Personen-Haushalt von Beamten und Angestellten mit höherem Einkommen (3.800 bis 5.100 Mark im Monat).

Quelle: B·A·T Freizeit-Forschungsinstitut 1981

### Wachstumsmarkt Freizeit

An der Freizeit wird noch nicht gespart: Das Freizeit-Budget der Bundesbürger hat sich zwischen 1965 und 1981 mehr als vervierfacht, also eine Steigerung von über 420 Prozent erfahren. Die Freizeitausgaben privater Haushalte sind bei allen Einkommensgruppen stetig und ungebrochen gewachsen.

Vor dem Hintergrund gesättigter Märkte für Kühlschränke und Kleidung, Autos und Fernsehgeräte sehen Reiseveranstalter und Heimwerkermärkte, Videogerätehersteller und Spielartikelproduzenten dem Trend zu kürzerer Arbeitszeit gelassen entgegen. Ein auf Aktivität und Mobilität, Geselligkeit und Lebensgenuß ausgerichtetes Freizeitverständnis läßt eine wichtige Wachstumsbranche entstehen und schafft neue Arbeitsplätze: etwa 4 Millionen Erwerbstätige (mehr als in der Automobilindustrie) arbeiten heute schon in der Freizeitindustrie. Jeder sechste bis siebte Arbeitsplatz in der Bundesrepublik hängt direkt oder indirekt von der Freizeitwirtschaft ab.

(Abdruck honorarfrei)