



FREIZEITBRIEF

B·A·T FREIZEIT-FORSCHUNGSINSTITUT

3. Jhrg.

Nr. 19/82 August 1982

Neuer Freizeittrend: Mehr Aktivität und Geselligkeit

Doppelt so viele Bundesbürger (64 Prozent) wie noch 1953 (31 Prozent) unternehmen häufiger Wochenendfahrten oder Wanderungen, akzeptieren öfter Einladungen außer Haus bei Freunden und Bekannten, treiben aktiv Sport und haben Freude an Bewegungs- und Gesellschaftsspielen. Dies geht aus repräsentativen Zeitvergleichs-Studien des B·A·T Freizeit-Forschungsinstituts hervor.

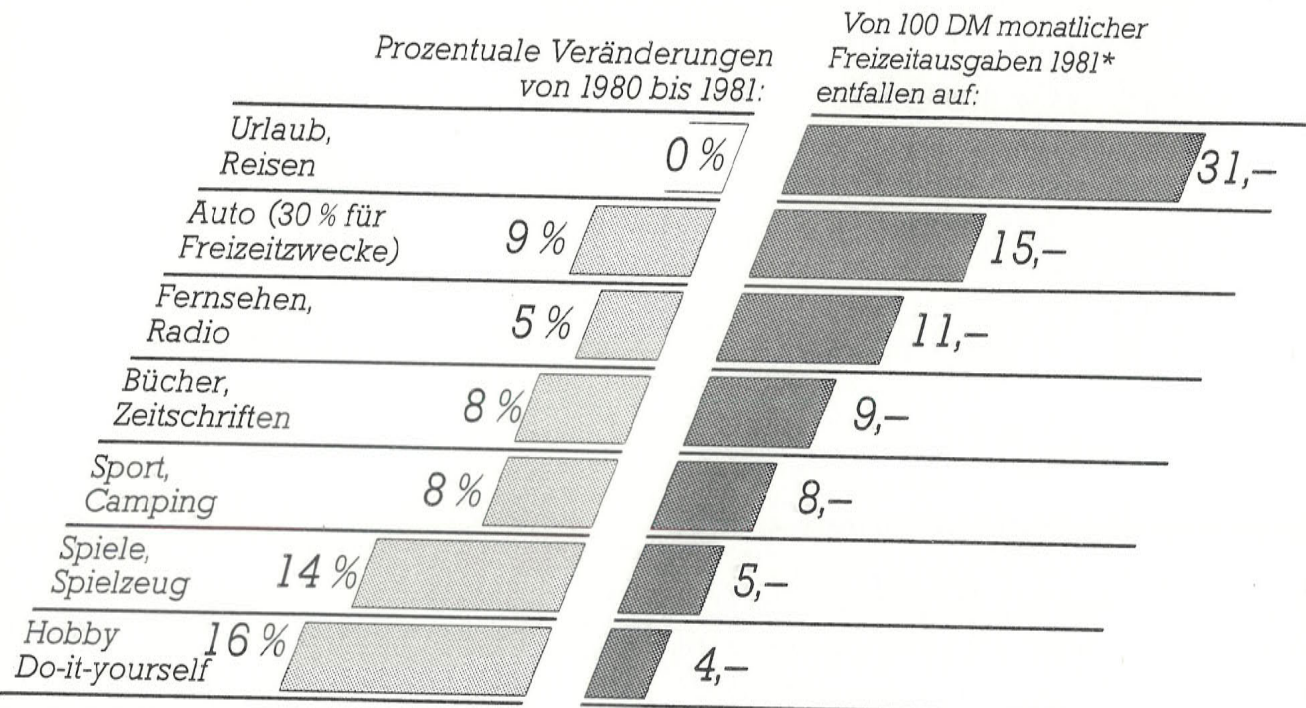
Dabei steht, wie die Freizeitforscher ermittelten, das Selbst-Aktiv-Sein höher im Kurs als passives Unterhalten-Werden. Die Deutschen besinnen sich wieder auf ihre eigenen Fähigkeiten, in der Freizeit macht das selbstbestimmte Handeln mehr Spaß als früher. Für viele sind Heimwerken, Do-it-yourself und Selbstgeschaffenes wieder attraktiver geworden als der Erwerb statusbezogener Konsum- und Luxusgüter.

Das Zusammensein mit Freunden, Nachbarn und Bekannten **a u ß e r H a u s** gewinnt wieder mehr an Bedeutung. Noch vor gar nicht langer Zeit haben sich die Menschen lieber in die Festung der eigenen vier Wände, Wohnung oder Haus zurückgezogen. In der Familie oder für sich sein stand im Vordergrund.

Vorrang gewinnt auch die zwanglose Geselligkeit bei Spiel, Fest oder Feier sowie das Zusammensein in Cliquen, Vereinen oder Initiativen. Gleichzeitig nimmt das Bedürfnis nach körperlicher Betätigung wie Wandern, Fahrradfahren, Jogging zu. Im Vergleich zu den 50er Jahren wird die Freizeit heute also immer aktiver und geselliger.

Trendwende im Freizeitbereich ?

Der Spitzenreiter Urlaub hat Konkurrenz bekommen



Quelle: B·A·T Freizeit-Forschungsinstitut 1982

*4-Personen-Haushalt mit mittlerem Einkommen.
Statistisches Bundesamt Wiesbaden

Das größte Stück vom Kuchen der deutschen Freizeitausgaben beansprucht immer noch die alljährliche Urlaubsreise. Aber zum ersten Mal stagniert hier die Zuwachsrate. Erheblich gestiegen ist hingegen die prozentuale Zunahme bei Hobby/Do-it-yourself und für Spiel/Spielzeug.

Damit hat sich fast unbemerkt innerhalb des Wachstumsmarktes Freizeit ein Wandel vollzogen, der eventuell sogar eine Trendwende im Freizeitverhalten der Deutschen anzeigt: Die schönsten Wochen des Jahres haben von den schönsten Stunden des Tages Konkurrenz bekommen.