

# Der Freizeitbrief

vom B·A·T Freizeit-Forschungsinstitut.



Herausgeber B·A·T Cigarettenfabriken GmbH, Presse und Information  
Wissenschaftl. Berater Prof. Dr. Horst W. Opaschowski  
Hausanschrift Alsterufer 4, 2000 Hamburg 36  
Kontakte Telefon (040) 41 51-25 73, Telex 2 13 456, Telekopierer (040) 41 51 32 31, Telegramm Powhattan Hamburg  
Postanschrift B·A·T, Postfach 30 06 60, 2000 Hamburg 36

Ausgabe 36 5. Jhrg. November 1984

Blatt 1

## Bundesbürger verlieren die Lust am Schenken

Nach einer neuen Repräsentativumfrage des B·A·T Freizeit-Forschungsinstituts, bei der 2000 Personen über 14 Jahre befragt wurden, verlieren 49 Prozent der Bundesbürger langsam die Lust am Schenken. Vor allem junge Familien mit Kindern, insbesondere die 25- bis 39jährigen empfinden zu 59 Prozent die Geschenkeinkäufe als Belastung. Sie stehen unter Zeitdruck und müssen sich mit "Wunsch"-und Einkaufslisten "in den Weihnachtsrummel stürzen". Das Gedränge in Straßen und Geschäften wird zur körperlichen Anstrengung und führt nicht selten zu Unwohlsein und psychischer Erschöpfung.

Nur wer viel Zeit zur Verfügung hat oder sich einfach Zeit dafür nimmt, genießt den Einkaufsbummel. Für Jugendliche über 14 Jahre sowie für Rentner und Pensionäre wird das Einkaufen zum Shopping-Spaß. Nur 43 Prozent bzw. 40 Prozent von ihnen fühlen sich durch Geschenkeinkäufe "belastet". Die meisten aber können sich ihre Einkaufszeit selbst aussuchen. Dafür aber haben sie ein anderes Problem: Vor allem die Jugendlichen klagen zu 63 Prozent über "zu hohe Geldausgaben" beim Einkaufen. Das Konsumangebot ist verführerisch, und so verausgaben sie sich schnell.

# Der Freizeitbrief

## vom B·A·T Freizeit-Forschungsinstitut.



Herausgeber  
Wissenschaftl. Berater  
Hausanschrift  
Kontakte  
Postanschrift

B·A·T Cigarettenfabriken GmbH, Presse und Information  
Prof. Dr. Horst W. Opaschowski  
Alsterufer 4, 2000 Hamburg 36  
Telefon (040) 41 51-25 73, Telex 2 13 456, Telekopierer (040) 41 51 32 31, Telegramm Powhattan Hamburg  
B·A·T, Postfach 30 06 60, 2000 Hamburg 36

Ausgabe 36 5. Jhrg. November 1984

Blatt 2

In ganz anderer Weise betroffen sind die Arbeitslosen. Sie haben gezwungenermaßen mehr Zeit zur Verfügung, sind aber knapp bei Kasse. Für 59 Prozent der Arbeitslosen wird der Geschenkeinkauf zum psychischen Streß.

Nach Auffassung der B·A·T Freizeitforscher hat sich das Anspruchsniveau der Käufer deutlich verändert: Die alte SOS-Devise ("Socken, Oberhemd und Schlips") ist schon lange überholt. Gefragt sind Neuheiten, ausgefallene Geschenkideen oder individuelle Besonderheiten ("Geschenke zum Selbermachen"). Viele wissen vorher noch gar nicht, was sie kaufen oder schenken wollen. Sie erhoffen sich Anregung und Beratung und erleben stattdessen Hektik und Gedränge.

Professor Dr. Horst W. Opaschowski, wissenschaftlicher Leiter des B·A·T Freizeit-Forschungsinstituts: "Die Konsumangebote werden immer vielfältiger, die Einkaufswünsche immer zeitaufwendiger - nur die Öffnungszeiten der Geschäfte bleiben gleich. Über flexiblere Einkaufszeiten muß neu nachgedacht werden. Denn das konsumbewußte und konsumkritische Einkaufen kostet nicht nur Geld, sondern vor allem Zeit. Auch beim Einkaufen sollte das "mañana"-Prinzip der Freizeit zum Zuge kommen - morgen ist schließlich auch noch ein Tag !"