

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) 4151-25 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 46 7. Jhrg. Januar 1986

Blatt 1

Lieber mehr Geld als mehr Freizeit

Jüngere Generation favorisiert wieder materielle Werte

In der Freizeitorientierung der jüngeren Generation zeichnet sich ein deutlicher Einstellungswandel ab. Noch vor vier Jahren waren 51 Prozent der 16-bis 24jährigen zu Einkommensverzichten bereit, wenn dafür mehr Freizeit zur Verfügung stand. Heute sind in dieser Altersgruppe nur noch 43 Prozent mit mehr Freizeit und weniger Einkommen zufrieden. Dies geht aus einer neuen Repräsentativumfrage des B.A.T Freizeit-Forschungsinstituts bei 2.000 Bürgern im gesamten Bundesgebiet hervor.

Im Vergleich der Jahre 1982 und 1986 zeigt sich: Mehr Freizeit ist ohne mehr Geld immer weniger wert. Knapp zwei Drittel der Bundesbürger (63%) lehnen die Möglichkeit "Weniger verdienen - dafür mehr Freizeit" ab. Besonders starke Vorbehalte zeigen die 60-bis 69jährigen (72%), aber auch die Bewohner auf dem Land (73%).

"Die Angst vor Arbeitslosigkeit sowie stagnierende Realeinkommen gehen an den Menschen nicht spurlos vorüber", so Professor Dr. Horst W. Opaschowski, der Leiter des B.A.T Freizeit-Forschungsinstituts. "Hauptbetroffene sind Arbeitslose, Rentner und Bezieher niedriger Einkommen. Für viele Bundesbürger ist mehr Freizeit bisher immer mit mehr Geldausgaben verbunden gewesen, was auch den Wachstumsmarkt Freizeit und den Anstieg der Freizeitausgaben in den letzten Jahren erklärt. Doch die Einkommenszuwächse konnten mit dem Freizeitgewinn nicht Schritt halten. Zwangsläufig nehmen materielle Orientierungen wieder zu - offensichtlich aber auch der Fernsehkonsum als Ausgleich, der nichts kostet. Der eigene Einfallstreueichtum zu anderen Freizeitbeschäftigungen, die wenig oder gar nichts kosten, hält sich hingegen in

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

46 7. Jhrg. Januar 1986

Blatt

2

engen Grenzen. Die Menschen leben in der Freizeit auf, können aber von der Freizeit allein nicht leben. Die ökonomische Herausforderung der Zukunft lautet daher: Wie soll die wachsende Freizeit eigentlich finanziert werden?"

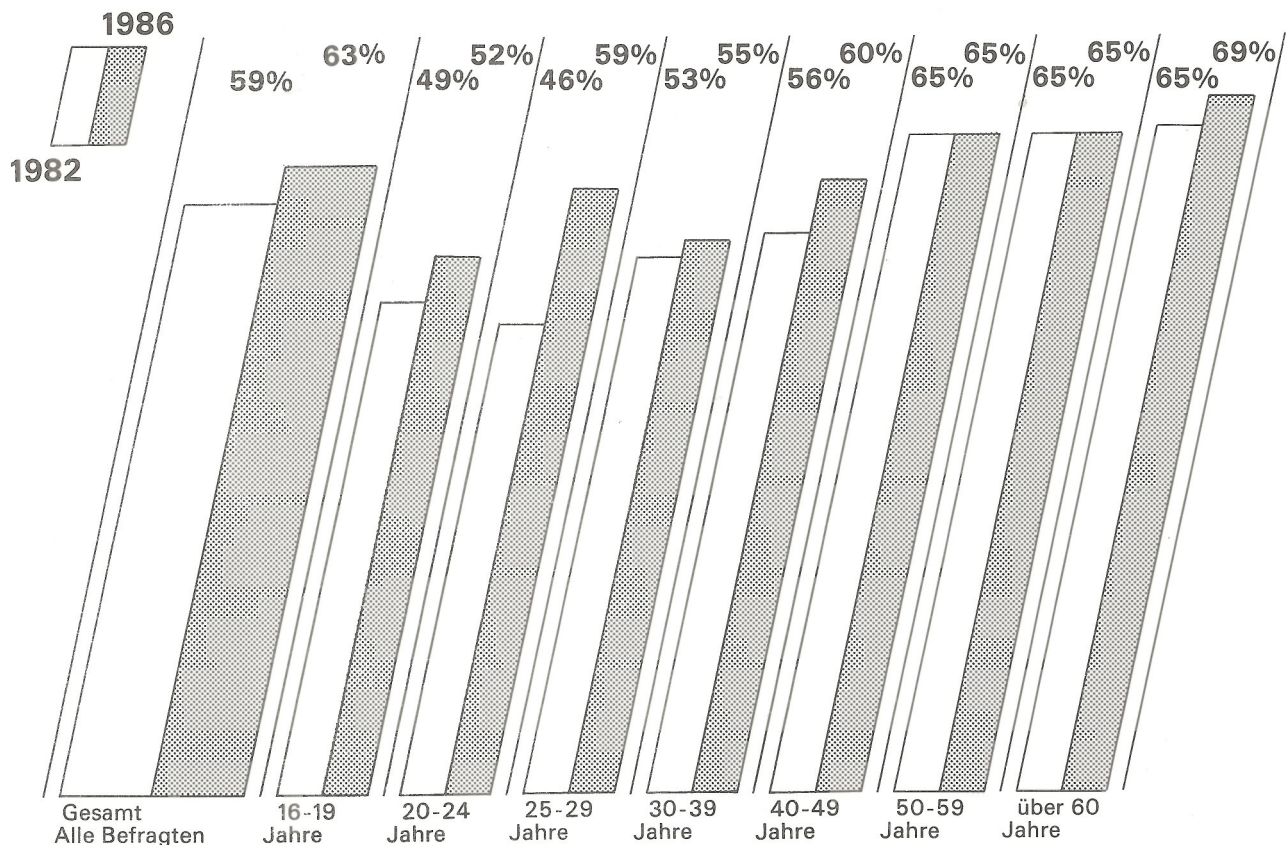
Nach der B.A.T-Untersuchung gibt es nur noch eine Bevölkerungsgruppe, bei der sich Ablehnung und Zustimmung die Waage halten: 48 Prozent der Befragten mit Abitur oder Hochschulabschluß stellen die Freizeitorientierung über das Geldverdienen, ebensoviele (48%) sind dagegen. Dazu Opaschowski: "Die Höhergebildeten sind in den letzten zehn Jahren Vorreiter des Wertewandels gewesen. Sie halten daher noch am stärksten an den immateriellen Wertorientierungen fest".

Lieber mehr Geld als mehr Freizeit

Jüngere Generation favorisiert wieder materielle Werte

Frage: „Würden Sie in Kauf nehmen, etwas weniger zu verdienen, wenn Sie dafür mehr Freizeit zur Verfügung hätten?“

Nein (in Prozent)



Quelle: B·A·T Freizeit-Forschungsinstitut Januar 1986

Mehr Freizeit ist ohne mehr Geld immer weniger wert. Nach einer Repräsentativumfrage des B·A·T Freizeit-Forschungsinstituts hat sich zwischen 1982 und 1986 ein Einstellungswandel in der jüngeren Generation vollzogen. 1982 rangierte noch die Freizeitorientierung vor dem Geldverdienen. Drohende Arbeitslosigkeit und stagnierende Realeinkommen haben inzwischen materielle Werte wieder an Bedeutung gewinnen lassen. Eine deutliche Mehrheit der 16- bis 24jährigen lehnt heute die Möglichkeit „Weniger verdienen – dafür mehr Freizeit“ ab. Die Generationen gleichen sich in ihren Einstellungen immer mehr an.