

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 70, 9. Jrg. 21. Juni 1988

Blatt 1

Unterwegs zur Freizeitstadt 2000

Was das Freizeitleben in der Stadt schon heute so attraktiv macht

Stadtparks und Naherholungsgebiete, Fußgängerzonen und Einkaufspassagen, Cafés und Restaurants stehen in der Gunst der Bundesbürger ganz oben an. Traditionelle Kultureinrichtungen wie Oper, Theater und Konzert tragen hingegen weniger zur Freizeitattraktivität eines Wohnortes bei. Dies geht aus einer neuen Repräsentativumfrage des B·A·T Freizeit-Forschungsinstituts hervor, in der 2.000 Personen ab 14 Jahren 44 Freizeiteinrichtungen und -anlagen in ihrem Wohn- und Stadtumfeld bewerten sollten.

Draußen im Freien zwischen Kontakt und Konsum

Den höchsten Attraktivitätsgrad erreichten Grünanlagen und Stadtparks mit 85 Prozent Zustimmung, gefolgt von Naherholungsgebieten (80%), Fußgängerzonen (79%), Einkaufszentren und -passagen (76%) sowie Restaurants (76%) und Cafés (75%). Favorisiert wurden Freizeitorde im Grünen, im Freien und in frischer Luft, aber auch kommunikative Treffpunkte beim Shopping oder Essen-gehen. "Was die Menschen an diesen Freizeitorde so fasziniert", so Prof. Dr. Horst W. Opaschowski, der wissenschaftliche Leiter des B·A·T Instituts, "ist das Gefühl von mehr Freiheit, von Zwanglosigkeit und Unverbindlichkeit: Niemand will etwas, niemand muß etwas tun". Man genießt die unverbindlichen Kontakte, die zwanglose Unterhaltung und Geselligkeit. Entspannen und Erleben, Kontakt und Konsum sind die vier Grundpfeiler eines urbanen Lebensstils in der Freizeit.

Natur und städtisches Grün gehören immer dazu. Dies erklärt auch die große Anziehungskraft von Tier- und Freizeitparks, von Fahrradwegen, Frei- und Hallen-

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 213 456, Telekopierer (040) 41 51 32 31, Telegramm Powhattan Hamburg
B·A·T, Postfach 30 06 60, 2000 Hamburg 36

Ausgabe 70, 9.Jrg. 21.Juni 1988

Blatt 2

bädern, von Spielplätzen und öffentlichen Sportanlagen. Dabei fällt auf, daß beispielsweise Tierparks für Ruheständler eine größere Bedeutung haben als für Familien mit Kindern, Fahrradwege von der gesundheitsbewußten mittleren Generation der 35- bis 54jährigen besonders hoch eingeschätzt werden und Jugendliche vor allem auf Freibäder und öffentliche Sportanlagen Wert legen.

Kulturelle Einrichtungen mehr für Stadtbesucher als für Stadtbewohner da?

Im Freizeitleben der Bevölkerung haben kulturelle Einrichtungen am Wohnort wie Theater (53%), Konzertsäle (44%) und Oper (38%) nur eine mittelmäßige Bedeutung. Kirche (57%), Kirmes (65%) und Kinos (58%), Flohmärkte (59%), Stadt- und Straßenfeste (68%) werden deutlich höher eingeschätzt. Das geringe Ansehen der klassischen Kultureinrichtungen bei der Bevölkerung muß die Kommunalpolitiker nachdenklich stimmen, zumal ihnen der Nachwuchs immer mehr verlorenggeht. Fast jeder zweite Ruheständler kann sich für die Oper begeistern, aber nur noch jeder sechste 14- bis 17jährige Jugendliche. Auch die 20- bis 29jährigen finden die Oper nicht sonderlich attraktiv (29%). Dies ist sicher mehr eine Frage der Preis- als der Programmpolitik. Denn Bücherhallen und Bibliotheken, Volkshochschulen und Museen werden von den jungen Leuten nach wie vor hoch eingeschätzt.

"Im Verein ist Sport am schönsten"

In der subjektiven Einschätzung der Bevölkerung hat der Werbeslogan "Im Verein ist Sport am schönsten" offensichtlich seine Berechtigung. Fast zwei Drittel der Bevölkerung (62%) sprechen sich für den Freizeitwert der Sportvereine aus. Eine deutlich geringere Bewertung bekommen Fitness-Studios (46%) und kommer-

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 70, 9. Jrg. 21. Juni 1988

Blatt 3

zielle Sportzentren (44%). Vor allem Befragte mit höherer Schulbildung (Abitur) können kommerziellen Fitness- und Sportzentren nur eine geringe Attraktivität (35%) abgewinnen.

Die Kommerzialisierung der Freizeit stößt bei einigen Einrichtungen auf überwiegende Ablehnung der Bevölkerung. Videotheken, Spielcasinos, Spielhallen und Sex-Shops stehen am unteren Ende der Beliebtheitsskala. So können sich zwei Drittel der Bundesbürger nicht für Videotheken begeistern. Und 79 Prozent halten die Spielcasinos, 83% die Spielhallen für weniger attraktiv. Zwischen Spielcasino und Spielhalle machen die Befragten überraschenderweise wenig Unterschiede. Dieses Ergebnis scheint eher eine moralische Bewertung und weniger eine Frage von Äußerlichkeiten wie Ausstattung und Atmosphäre, Licht oder Luxus zu sein.

Neue Anforderungen an kommunale Freizeitpolitik

Die infrastrukturellen Voraussetzungen für die Freizeit der Bürger nachhaltig zu verbessern, muß eine wichtige Aufgabe der Landes- und Kommunalpolitik in den nächsten Jahren werden. Das sich verändernde Freizeitverhalten der Bundesbürger macht eine ressortübergreifende Freizeitpolitik notwendig, die Grün- und Bäderplanung, Sport- und Kulturpolitik miteinander koordiniert. Eine zukunftsbezogene Freizeitpolitik darf wirtschaftliche Interessen nicht aus dem Auge verlieren: sie muß sich aber nachdrücklicher als bisher zum Anwalt nichtkommerzieller Freizeitmöglichkeiten der Bürger machen. Eine bedarfsgerechte Freizeitinteressenpolitik ist zugleich eine wirksame Investitionspolitik für die Freizeit von morgen.

Unterwegs zur Freizeitstadt 2000

Was das Freizeitleben in der Stadt schon heute so attraktiv macht

Von je 100 befragten
Bundesbürgern
finden attraktiv:

	85	Grünanlagen, Stadtpark
	80	Naherholungsgebiete
Fußgängerzonen	79	
	78	Wanderwege
Einkaufszentren, -passagen	76	Restaurants
Freibad	75	Cafes
	74	Fahrradwege
Hallenbad	70	Freizeit-, Tierpark, Zoo
Stadt-, Straßenfeste	68	
Spielplätze	66	Öffentl. Sportanlagen
Kombi-Bad	65	Kirmes, Volksfeste
	64	Mehrzweckhallen
Jugendzentren, Kindertagesstätten	62	Sportvereine
	61	Sportveranstaltungen
Badesee	60	
Flohmärkte	59	Volkshochschule
Kino	58	
	57	Kirche, Gemeindehaus
Altentagesstätte	56	
	55	Bücherhallen
Museen	54	
	53	Theater
Kneipen	51	Tanzschulen
Konzertsäle	47	
	46	Fitness-Studio
Kommerzielle Sportzentren	44	
	42	Kunstgalerien
Diskotheken	40	
	38	Oper
Jazz-, Ballettschule	35	
Videotheken	31	
	14	Spielkasino
	12	Spielhallen
Sex-Shops, Erotik-Center	9	

Repräsentativbefragung von 2000 Personen ab 14 Jahre

B·A·T Freizeit-Forschungsinstitut 1988

Was das Freizeitleben in der Stadt schon heute so attraktiv macht, läßt sich auf vier Hauptwünsche reduzieren: Entspannen und Erleben, Kontakt und Konsum sind die vier Grundpfeiler eines urbanen Lebensstils.