

Neuer B-A-T Daten-Report über Freizeitaktivitäten der Deutschen

Wohl kaum eine Veränderung hat Einstellungen, Verhaltensweisen und Lebensgewohnheiten der Menschen so stark geprägt wie die Entwicklung der arbeitsfreien Zeit. Dies belegt der jetzt veröffentlichte neue Daten-Report des Hamburger B-A-T Freizeit-Forschungsinstituts über die Freizeitgestaltung der Deutschen. 1986 erstmals und seit 1992 jährlich analysiert das von British-American Tobacco gegründete Institut anhand eines detaillierten Fragebogens die Freizeit der Bundesbürger. Auch 1995 wurde hierzu wieder 2.600 Personen ab 14 Jahren eine Liste mit über 50 Aktivitäten vorgelegt - vom Bücherlesen über Fahrradfahren bis zum Volksfestbesuch.

Der jetzt mögliche 10-Jahres-Vergleich macht eines deutlich: Je hektischer das Alltagsleben wird, desto mehr wächst das Bedürfnis nach Ruhe, nach Faulenzen und Nichtstun oder einfach Ausschlafen. Freizeit als Muße- und Eigenzeit hat eine wachsende Bedeutung, so Institutsleiter Prof. Opaschowski in seinem Kommentar zum 95er B-A-T Daten-Report. Unverkennbar ist aber auch dies: Der Zuwachs an sozialen Freizeitaktivitäten hält sich bisher in engen Grenzen. Die alltägliche Freizeit wird von der Mehrheit der Deutschen eher entspannend als aktiv gestaltend oder sozial engagiert verbracht.

DAS MÄRCHEN VOM EINSAMEN COMPUTERFREAK

Der 95er B-A-T Daten-Report räumt aber auch mit Vorurteilen auf. Erstmals wurden für ausgewählte Personengruppen Aktivitätsprofile ermittelt, so zum Beispiel für Sporttreibende, Heimwerker oder Computerbenutzer. So beschäftigen sich zum Beispiel rund sieben Millionen Bundesbürger (= 11 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren) regelmäßig in ihrer Freizeit mit dem Computer. Im Vergleich zu den Frauen (6%) ist der Anteil der Männer fast dreimal so hoch (17%). Zu den Computerfreaks gehört jeder dritte Jugendliche (34%) im Alter von 14 bis 19 Jahren; schon bei den 20- bis 34jährigen läßt das Interesse deutlich nach (18%).

„Blaß, einsam und kontaktscheu sitzt der Computerfreak in seiner elektronischen Höhle und surft im Internet in acht Sekunden um die Welt“, so lautet ein Vorurteil, das der neuen Generation der sogenannten Multi-Media-Kids anhaftet. Die Auswertung der B-A-T Repräsentativerhebung zeigt das Gegenteil:

Herausgeber

BAT Freizeit-Forschungsinstitut GmbH
Alsterufer 4
20354 Hamburg

Wissenschaftlicher Leiter

Prof. Dr. Horst W. Opaschowski

Kontakt

Dr. Ulrich Reinhardt
Telefon (040) 4151-2448
www.bat.de
freizeitforschung@bat.de

Computerfreaks sind nicht losgelöst, sondern stehen mit beiden Beinen auf der Erde: Im Vergleich zur übrigen Bevölkerung treiben sie doppelt so viel Sport (38% - Gesamtbevölkerung: 18%), sind mehr als alle anderen mit dem Fahrrad oder Auto unterwegs und gehen besonders gerne baden oder ins Kino.

Computerfreaks sind eher jung, aktiv und viel unterwegs. Sie leben zwischen den beiden Spannungspolen Konzentration und Bewegung. Und sie machen von der Medienvielfalt intensiven Gebrauch. Im Vergleich zur übrigen Bevölkerung sind sie geradezu CD-Begeisterte (68% - übrige: 39%) und sehen sich gerne Videofilme an (42% - übrige: 23%). „Computerfreaks sind eigentlich immer in Aktion und Bewegung“, so Prof. Dr. Horst W. Opaschowski, der Leiter des B·A·T Instituts. „Eher besteht bei ihnen die Gefahr, daß sie nicht zur Ruhe kommen. Sie sind hin- und hergerissen, weil sie so viele Interessen haben. Der Computer läßt sie nicht in Ruhe. Er fordert ihre ganze Konzentration und Aufmerksamkeit.“ Daher nutzen sie zur psychischen Entspannung und zum körperlichen Ausgleich jede freie Minute und sind auf der Suche nach einem ausbalancierten Lebenskonzept.

NEUE „FREIZEITKARRIEREN“ ENTSTEHEN

Mit der wachsenden Freizeitorientierung des Lebens verändern sich auch die Einstellungen zu Arbeit, Beruf und Karriere. Karrieren bleiben nicht mehr nur auf den beruflichen Bereich beschränkt - sie bekommen Konkurrenz vom Freizeitbereich. Es entwickeln sich neue „Freizeitkarrieren“ mit eigenen Qualifikationsprofilen zum Beispiel als Sportler, als Heimwerker oder Computerfreak, die fast professionelle Ansprüche erfüllen und Hobby- und Berufsinteressen miteinander verbinden.

Immer aktiv, mobil und unternehmungslustig: So läßt sich beispielsweise die Freizeitkarriere eines Sportlers umschreiben. Der Sportler geht gerne aus, liebt die Geselligkeit und das Zusammensein mit Freunden und nutzt jede Gelegenheit zur Mobilität vom Tagesausflug bis zur Wochenendfahrt. Aktivsein und Selbsterfüllung stehen hoch im Kurs - auch in außersportlichen Lebensbereichen. So ist jeder siebte Sportler wenigstens einmal pro Woche ehrenamtlich tätig. Sportler sind selbst initiativ und warten nicht bloß auf die Initiative von anderen.

Aus den Freizeitprofilen des B·A·T Daten-Reports lassen sich neue Zielgruppenbestimmungen sowie Typisierungen des Verbraucherverhaltens - vom in-



tensiven Buchleser bis zum begeisterten Shopper - vornehmen, die für Marktforschung, Werbung und Medien wichtig sind.

Der neue B·A·T Daten-Report „Freizeitaktivitäten '95“ enthält die kompletten Fragebögen und Auswertungstabellen mit zahlreichen soziodemographischen Merkmalen sowie eine Kommentierung von Prof. Dr. Horst W. Opaschowski. Der Band ist gegen eine Schutzgebühr von DM 98,- beim B·A·T Freizeit-Forschungsinstitut, Alsterufer 4, 20354 Hamburg, ab sofort zu beziehen (Fax: 040 - 41513231).