

Bescheidener leben – Bundesbürger im Sparzwang

BAT FREIZEIT-MONITOR 2002 MIT AKTUELLEN DATEN ZU
KONSUM- UND LEBENSGEWOHNHEITEN DER DEUTSCHEN

„Back to the simply life“ – zurück zum einfachen Leben: So hieß die Formel der Amerikaner zur Zeit des Golfkriegs. Die Welt nach dem 11. September 2001, die Teuro-Debatte, die konjunkturelle Krise und der Irak-Konflikt lösen bei den deutschen Verbrauchern derzeit ähnliche Reaktionen aus. Die Sparkonsumenten geben den Ton an und der Erlebniskonsum stagniert auf breiter Ebene. Im Vergleich zum Vorjahr ging der Anteil der regelmäßigen Einkaufsbummler von 36 auf 33 Prozent und der Kinogänger von 14 auf 12 Prozent zurück. Stagnierende Besucherzahlen weisen auch Restaurants, Freizeitparks und Sportveranstaltungen auf. Dies geht aus dem soeben veröffentlichten jährlichen „Freizeit-Monitor 2002“ hervor, in dem das Freizeit-Forschungsinstitut der British American Tobacco seit 1995 repräsentativ 3.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland zu ihren Freizeit-, Konsum- und Lebensgewohnheiten befragt.

„Die Verbraucherstimmung bewegt sich zwischen Pessimismus und Pragmatismus, Sparzwang und Schnäppchenjagd“, so Prof. Dr. Horst W. Opaschowski, der Leiter des BAT Instituts. „Alles, was das Leben bisher angenehm und erlebnisreich machte, wird vorübergehend eingeschränkt. Aus- und Essengehen, Ausflüge und Reisen sind für viele Bürger keine Selbstverständlichkeiten mehr.“ An der positiven Grundeinstellung „Freizeit ist den Deutschen lieb und teuer“ hat sich zwar nichts geändert; aber zunehmend setzt sich die Erkenntnis durch: Den Erlebniskonsum in der Freizeit muss man sich auch leisten können.

Jugendliche schränken ihre Kinobesuche ein (2001: 44% - 2002: 40%), Singles gehen weniger in die Kneipe (43% /39%), Paare reduzieren ihre Restaurantbesuche (37%/34%) und Familien mit Kindern machen weniger Wochenendfahrten (18%/11%). Konsumintensive Freizeitangebote bekommen die Knappheit der Haushaltsbudgets am meisten zu spüren.

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

2002: Verunsicherte Verbraucher – sinkende Kaufbereitschaft - wachsender Nachholbedarf

Das bequeme und gedankenlose Konsumieren stößt an seine finanziellen Grenzen. Lebensnotwendige Ausgaben für den täglichen Bedarf (Essen, Trinken, Kleidung und Körperpflege) sowie laufende Ausgaben für Miete, Versicherungen und Schuldentilgung lassen wenig Spielraum für frei verfügbare Freizeitbudgets. Die Verbraucher verhalten sich zurückhaltend und verlagern einen Teil ihres Erlebniskonsums in die Zukunft – von der Urlaubsreise über die Ausgaben für Hobby und Sport bis hin zum Autokauf. Mit der sinkenden Kaufkraft verringert sich die Kaufbereitschaft, während gleichzeitig der Nachholbedarf wächst. „Der Trend zum Erlebniskonsum hat seinen Zenit überschritten“, so Professor Opaschowski. „Der Ereignischarakter von Freizeitbeschäftigungen kostet zu viel Geld. Jetzt ist wieder mehr Eigeninitiative gefragt und auch die Fähigkeit, sich mit sich selbst zu beschäftigen.“

Das Wohlfühlen in den eigenen vier Wänden wird wieder wichtig: Mit Kindern spielen (2001: 25% - 2002: 26%), Heimwerken (21%/23%) und Gartenarbeit (39%/43%). Gekauft wird das, was notwendig ist. Von Kaufrausch keine Spur, von Konsumskese aber auch nicht. Freizeit bleibt Konsumzeit. Aber gelebt wird mehr nach dem Grundsatz: „Ich muss nicht immer Geld ausgeben.“ Und eine neue Erfahrung stellt sich ein: Konsum konsumiert Zeit. Wer viel konsumiert, gerät schnell in Zeitnot. Wer hingegen weniger konsumiert, kann mehr den eigenen Zeitwohlstand genießen. „Seinen Gedanken nachgehen“ (2001: 34% - 2002: 36%) ist schließlich kostenlos zu haben. So bleibt mehr Zeit für sich – und vielleicht auch für andere.

Der neue umfassende Datenband „Freizeit-Monitor 2002“ enthält – aufgelistet nach soziodemographischen Merkmalen wie Geschlecht, Alter, Bildung, Einkommen, Lebensphase u.a. – detaillierte Angaben über 61 unterschiedliche Freizeitaktivitäten von Fernsehen und PC über Museum und Theater bis hin zu ehrenamtlichen Tätigkeiten in Kirche, Partei, Gewerkschaft oder Verein.

Die Repräsentativbefragung der 3.000 Personen ab 14 Jahren wurde in der Zeit vom 17. August bis 11. September 2002 durchgeführt.

Der Datenband „Freizeit-Monitor 2002“ ist (wahlweise als Studie oder CD-ROM) gegen eine Schutzgebühr von 49,80 Euro beim BAT Freizeit-Forschungsinstitut GmbH, Alsterufer 4, 20354 Hamburg ab sofort zu beziehen (Fax: 040/4151 32 31 sowie im Internet unter www.bat.de).

Bescheidener leben Bundesbürger im Sparzwang

Von je 100 Befragten nennen als regelmäßige Freizeitaktivität
(mindestens einmal die Woche):



Repräsentativbefragung von 3.000 Personen ab 14 Jahren im August/September 2002 in Deutschland
British American Tobacco / Freizeit-Forschungsinstitut 2002 · www.bat.de