

Forschung aktuell

Newsletter | Ausgabe 286 | 40. Jahrgang | 12. September 2019

Seite 1

FREIZEIT-MONITOR 2019

Die BAT-Stiftung für Zukunftsfragen stellt heute, am 12. September 2019, ihren „Freizeit-Monitor 2019“ vor. Für die seit 1986 regelmäßig durchgeführte Studie wurden über 2.200 Personen ab 14 Jahren repräsentativ (face-to-face) zu ihrem Freizeitverhalten sowie zum Sonderthema „Zufriedenheit in der Freizeit“ befragt.

Kernergebnisse:

- Die Top 3 der Freizeitaktivitäten: Fernsehen, Radiohören, Telefonieren
- Medien immer weiter auf dem Vormarsch
- Sonderthema „Zufriedenheit in der Freizeit“: Ruheständler sind am glücklichsten

DIE BELIEBTESTEN FREIZEITBESCHÄFTIGUNGEN DER DEUTSCHEN: FERNSEHEN BLEIBT UNANGEFUCHTEN AUF PLATZ 1

Die Mediatisierung der Freizeit setzt sich ungebrochen fort. Leitmedium der Bundesbürger bleibt hierbei nach wie vor das Fernsehen. Nahezu jeder Deutsche (94%) schaltet regelmäßig – d.h. wenigstens einmal pro Woche – in die Programme der öffentlich-rechtlichen und privaten Sendeanstalten.

Von hoher Beliebtheit sind zudem das Radiohören (88%) und das Telefonieren von daheim (87%) – knapp gefolgt von Musikhören (83%), im Internet surfen (81%) und dem Telefonieren mit dem Smartphone (73%).

Die Nutzung des Smartphones für andere Aktivitäten ist mittlerweile ebenfalls für eine Mehrheit der Bevölkerung (57%) selbstverständlich. Die Beliebtheit des Chats, Spielens oder Surfens mit dem Mobiltelefon hat sich allein in den vergangenen fünf Jahren mehr als verdoppelt und die Bürger verbringen ihre Freizeit immer häufiger online. Demnach ist es laut dem Wissenschaftlichen Leiter der Stiftung Professor Dr. Ulrich Reinhardt nur noch eine Frage der Zeit, bis die digitalen Medien die Spitzenplätze erreichen.

Erstmals seit Jahren bleibt der Anteil der Zeitungsläser im Vergleich zum Vorjahr konstant, während der Anteil der regelmäßigen Social-Media-Nutzer im Jahresvergleich zu 2018 sogar leicht rückläufig war. Reinhardt: „Das Angebot vieler Zeitungen, ihre Inhalte auch digital anzubieten, zeigt erste Erfolge. Gelesen wird nicht mehr nur am Frühstückstisch, sondern wann und wo es gerade passt. Für die Zukunft werden neben dieser Grundvoraussetzung auch Inhalte, Aktualität und persönliche Relevanz entscheidend sein.“

HERAUSGEBER

Stiftung für Zukunftsfragen
Alsterufer 4
20354 Hamburg
www.stiftungfuerzukunftsfragen.de

WISSENSCHAFTLICHER LEITER

Prof. Dr. Ulrich Reinhardt

REDAKTION

Kristina Richter
Telefon (040) 4151- 2264
Telefax (040) 4151- 2091
kontakt@stiftungfuerzukunftsfragen.de



BRITISH AMERICAN
TOBACCO
GERMANY

Forschung aktuell

Newsletter | Ausgabe 286 | 40. Jahrgang | 12. September 2019

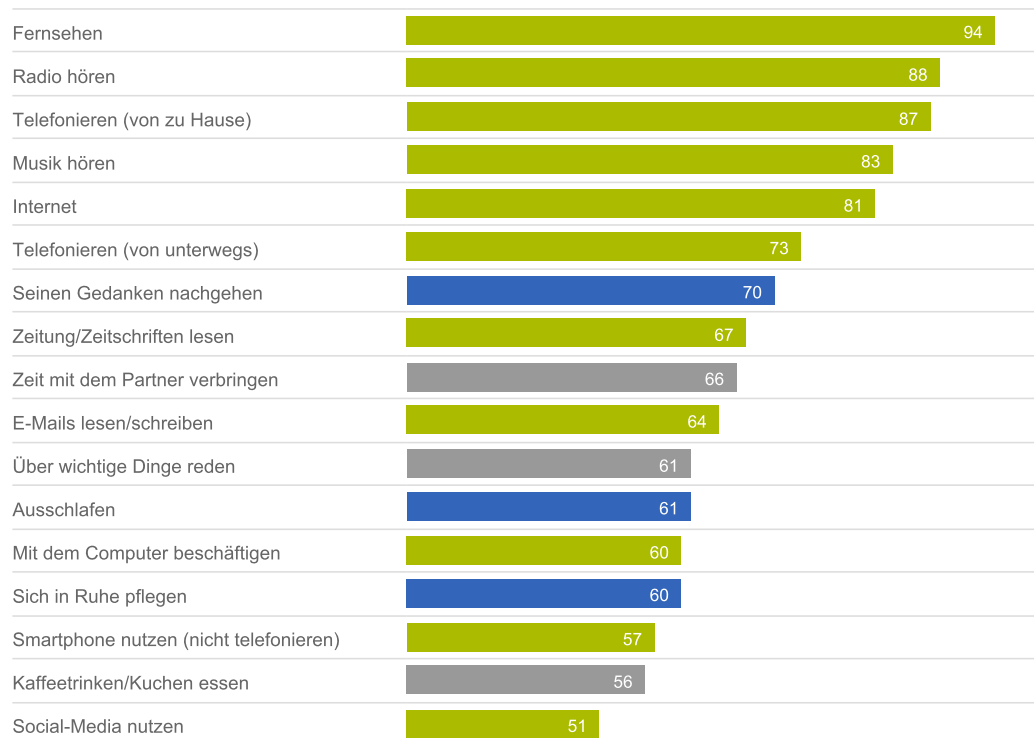
Seite 2

Auffällig bleiben die geringen Erholungs- und Sozialzeiten in der Freizeit der Deutschen. So werden nur noch lediglich drei soziale Aktivitäten von der Mehrheit der Bevölkerung regelmäßig ausgeübt, wobei weniger Bürger Zeit mit dem Partner verbringen oder über wichtige Dinge reden als noch vor fünf Jahren. Und auch regenerative Aktivitäten wie „Seinen Gedanken nachgehen“, Ausschlafen oder „Sich in Ruhe pflegen“ finden seltener statt als in der Vergangenheit.

Medien dominieren unseren Alltag

Die häufigsten Freizeitbeschäftigungen der Deutschen

Von je 100 Befragten nennen als regelmäßige Freizeitaktivität (wenigstens einmal pro Woche):



Grün: Medial / Blau: Regenerativ / Grau: Sozial

Forschung aktuell

Newsletter | Ausgabe 286 | 40. Jahrgang | 12. September 2019

Seite 3

INDOOR STATT OUTDOOR: FREIZEIT FINDET FAST DURCHGÄNGIG IN DEN EIGENEN VIER WÄNDEN STATT

Der Wunsch, seine Freizeit regelmäßig beim Sport, im Park, im Kino oder im Theater zu verbringen, ist mehr Fantasie als Realität. Fast sämtliche von der Mehrheit der Bevölkerung ausgeübte Freizeitaktivitäten finden daheim statt. Einzige Ausnahmen sind die Nutzung des Smartphones sowie die mit dem Partner verbrachte Zeit. Doch auch diese Aktivitäten werden zunehmend zu Hause wahrgenommen.

Reinhardt: „Der Freizeitalltag der Bundesbürger läuft recht routiniert ab. Nach Feierabend wird sich auf dem Sofa entspannt, informiert und unterhalten. ‚Passivität statt Aktivität‘ lautet das Motto. Außerhausaktivitäten sind dagegen das Highlight der Woche, wenn nicht sogar des Monats.“

Wenigstens einmal pro Woche sportlich aktiv ist lediglich etwa jeder Dritte (35%), jeder Vierte beschäftigt sich mit Gartenarbeit (25%) und nur jeder Sechste unternimmt etwas mit Freunden oder ist in einem Verein aktiv (jeweils 17%). Ins Restaurant, die Kneipe, die Kirche, zum Stammtisch oder zum Shopping in die Geschäfte zieht es sogar nicht einmal jeden zehnten Bürger regelmäßig. Kulturelle Veranstaltungen werden noch deutlich seltener besucht. So gehen nur drei Prozent wenigstens einmal pro Monat auf ein Konzert, vier Prozent gehen ins Theater und fünf Prozent finden den Weg in ein Museum.

FOMO ODER JOMO: ZUFRIEDEN IN DER FREIZEIT?

Freizeit wird für viele Bundesbürger immer mehr zur Stresszeit. So geben 58 Prozent der Deutschen an, sich in ihrer Freizeit zu viel vorzunehmen. Insbesondere Jugendliche, junge Erwachsene und Singles springen von einer Aktivität zur nächsten, wollen überall dabei sein und sich möglichst nichts entgehen lassen. Die Amerikaner haben eine eigene Abkürzung für dieses Verhalten: FOMO – Fear of missing out, also die Angst, in der Freizeit etwas zu verpassen.

In der Folge sinkt die Verweildauer bei einzelnen Aktivitäten, während gleichzeitig die Anzahl von unterschiedlichen Freizeitbeschäftigungen zunimmt. „Mehr tun in gleicher Zeit“ lautet das Motto. Groß ist in diesem Zusammenhang auch die Rolle der sozialen Medien in der Freizeit. Was erlebt wird, muss fast sofort geteilt und gepostet werden. Wichtiger als die Aktivität selbst ist mitunter die Anzahl der Likes hinterher. Dabei geben zwei von fünf der unter 25-Jährigen unumwunden zu, in ihrer Freizeit bereits stärker von sozialen Medien abhängig zu sein, als ihnen lieb ist (Gesamtbevölkerung: 20%).

82 Prozent aller Eltern bemängeln dagegen, in der eigenen Freizeit zu sehr den Bedürfnissen anderer gerecht werden zu müssen (Gesamtbevölkerung: 67%). Die

Forschung aktuell

Newsletter | Ausgabe 286 | 40. Jahrgang | 12. September 2019

Seite 4

höchste Unzufriedenheit mit der eigenen Freizeitgestaltung äußern Singles. 56 Prozent geben an, in ihrer Freizeit oftmals nicht wirklich das zu machen, was sie eigentlich möchten (Gesamtbevölkerung: 46%).

Über die höchste Zufriedenheit mit ihrer eigenen Freizeit verfügen dagegen Ruheständler. Frei von beruflichen und familiären Zwängen, oftmals nicht in sozialen Medien aktiv und genau wissend, wie und mit wem sie ihre Zeit verbringen möchten. Sie können, müssen und wollen nicht mehr überall dabei sein, sondern wählen genau die Aktivitäten aus, die ihnen gefallen und guttun.

„JOMO – Joy of missing out – der bewusste Genuss, etwas zu verpassen, könnte etwas sein, was auch die restliche Bevölkerung in Zukunft öfter praktizieren sollte“, so der Zukunftswissenschaftler Reinhardt.

Einschätzung der eigenen Freizeit Nur etwa jeder zweite Bundesbürger ist zufrieden

Von je 100 Befragten stimmen folgenden Aussagen zur eigenen Freizeitgestaltung zu:

Ich nehme oftmals Rücksicht auf die Wünsche von anderen	67
Irgendetwas kommt immer zu kurz	58
Ich nehme mir oftmals zu viel vor	58
Ich habe öfter das Gefühl, anderen gerecht werden zu müssen	46
Ich mache nicht das, was ich wirklich will	46
Ich vergeude oftmals meine freie Zeit	42
Ich bekomme meinen Hintern oft nicht hoch	40
Ich bin stärker von sozialen Medien abhängig als ich möchte	20
Ich langweile mich in der Freizeit	18
Ich mache genau das, was ich will und bin zufrieden mit meiner Freizeit	55

Forschung aktuell

Newsletter | Ausgabe 286 | 40. Jahrgang | 12. September 2019

Seite 5

10 FAKTEN ZUM FREIZEIT-VERHALTEN DER BUNDESBÜRGER

1. NETFLIX UND CO.

Mehr als jeder Fünfte schaut mittlerweile regelmäßig (= wenigstens einmal pro Woche) Serien und Filme über Streaming-Anbieter wie Amazon Prime, Netflix, Maxdome oder Sky.

2. GESUNDHEIT

Fast jeder zweite Ruheständler tut jede Woche etwas für die eigene Fitness/Gesundheit – in keiner anderen Lebensphase ist der Wert höher.

3. FREUNDE

17 Prozent der Deutschen treffen sich wöchentlich persönlich mit Freunden, dreimal so viele (51%) halten den Kontakt über Facebook, Instagram und Co.

4. SHOPPING

Frauen unternehmen fast doppelt so häufig einen Shoppingbummel wie Männer (11%-6%); Männer kaufen dafür häufiger online ein (8%-7%).

5. SEX

Nur etwa jeder zweite Bundesbürger (52%) hat wenigstens einmal pro Monat Sex. Vor 5 Jahren waren es noch 56 Prozent.

6. EHRENAMT

Jeder Fünfte ist wenigstens einmal pro Monat ehrenamtlich engagiert (20%) und jeder Dritte (33%) leistet nachbarschaftliche Hilfe.

7. KULTUR

4 Prozent gehen wenigstens einmal pro Monat in ein Theater, die Oper, Ballett oder ein klassisches Konzert, 14 Prozent ins Kino und 28 Prozent zu einer Sportveranstaltung.

8. KIRCHE

Jeder dritte Westdeutsche geht niemals in die Kirche (31%). Im Osten sind es mehr als doppelt so viele, die niemals einen Gottesdienst besuchen (71%).

Forschung aktuell

Newsletter | Ausgabe 286 | 40. Jahrgang | 12. September 2019

Seite 6

9. LANGEWEILE

Fast jeder dritte junge Erwachsene (31% der 18 bis 24-Jährigen) langweilt sich oftmals in seiner Freizeit und weiß nicht, was er tun soll – im Bundesdurchschnitt sind es nur 18 Prozent.

10. SINGLES

Mehr als drei Viertel aller Singles (76%) haben das Gefühl, nicht genügend Freizeit zu haben (Gesamtbevölkerung: 56%). Gleichzeitig gibt fast jeder Zweite (47%) zu, in der Freizeit oftmals nicht den eigenen Hintern hochzubekommen (Gesamtbevölkerung: 40%).

Auf unserer Themenwebsite www.freizeitmonitor.de finden Sie ab sofort diese und viele weitere Ergebnisse der Studie im Detail. Dort steht Ihnen in Kürze auch ein kostenloser PDF-Download der vollständigen Studie zur Verfügung.

TECHNISCHE DATEN FREIZEIT-MONITOR 2019

Anzahl und Repräsentanz: über 2.200 Personen ab 14 Jahren in Deutschland
Zeitraum der Befragung: Juli 2019
Methode: Face-to-Face-Interviews
Befragungsinstitut: Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), Nürnberg