

Überarbeiteter Vortrag, gehalten am Kongreß der Österreichischen Wirtschaftsingenieure 1990 in Graz

Lebensstile und Freizeit

Rudolf BRETSCHEIDER, Dr., Jahrgang 1944, Studium der Psychologie, Germanistik und Leibesübungen.

Seit 1965 beschäftigt im Fessel + GfK-Institut, derzeit Geschäftsführer und Leiter der Abteilung für Sozialforschung, Lehrbeauftragter an der Universität Wien. Zahlreiche Publikationen in sozialwissenschaftlichen bzw. öffentlichen Organen zu Fragen der Sozialforschung.

»Freizeit als Wirtschaftsfaktor« ist schon längere Zeit in aller Munde bzw. in den Köpfen jener Marketingfachleute, die zu berücksichtigen haben, daß Konsum nicht nur Geld, sondern auch Zeit erfordert - Alltagsfreizeit, Wochenendfreizeit, Urlaubsfreizeit bzw. die »späte Freizeit« der Pension.

Lebensstilforschung ist jüngerer Datums.

Lebensstilanalysen sind keine bloß modische Neubetrachtungswiese gesellschaftlicher Veränderungen. Sie leiten ihre Berechtigung u.a. von der Tatsache ab, daß herkömmliche Gliederungen der Gesellschaft (nach Stand, sozialer Schichtung etc.) zu unscharf werden und den Differenzierungsformen in Wohlstandsgesellschaften nicht mehr voll gerecht werden.

Was jemand tut, kauft, wie er seine Zeit verbringt, hängt weniger denn je (aber natürlich immer noch sehr stark) davon ab, was man aufgrund der vorhandenen Geldmenge tun kann bzw. was man sich kaufen kann, sondern wird von Werthaltungen, Interessen und übernommenen Gewohnheiten gesteuert.

Die Stellung, die man sich in der Gesellschaft gibt, geben kann und geben will, wird auch nicht mehr primär davon bestimmt, was man beruflich tut (obwohl die Frage »was sind sie« - beruflich - immer noch eine der ersten Identifikationsfragen ist) und auch nicht davon **wieviel** man sich leisten kann, sondern es wird bezeichnender was man sich leistet (welches Auto, welche Wohnungseinrichtung, welchen Urlaub, welche Freizeit).

Die Positionierung, die man sich - mehr oder weniger bewußt - zu geben versucht, leitet sich nicht von der Menge des Verbrauchs, sondern von dessen Art ab. **Stil** wird wichtig - insbesondere auch das, was man in der Freizeit tut, diesem »zweiten Lebensansatz des Menschen«, dem wichtiger werdenden Komplement zur Arbeit.

Lebensstile sind ein »System kohären-

ter Ausdrucksformen« und Orientierungsmuster, mit denen die Zugehörigkeit zu einer sozialen Gruppe dokumentiert wird und mit denen (anderen und sich selbst) ein Schema für eine einheitliche Interpretation angeboten wird.

Die Tendenz zur Individualisierung, die der Herausbildung von Lebensstilen zugrunde liegt, hat ihre **Geschichte**. Die Ablösung von ständischen Lebensformen, »Weltgewinn« durch ausgreifende Kommunikation, Spezialisierung in Wissen und Arbeit, Bürokratisierung und Technisierung sind Voraussetzungen für die Herausbildung »moderner« Lebensformen, die das Individuum nicht mehr auf jeweils **ein** verpflichtendes und allgemeinverbindliches Wertmuster fixieren. Die Herausbildung einer privaten, familiären Innenwelt, »Reflektion in der Vereinzelung« ist ein Vorläufer unserer modernen Lebensstile, die uns heute selbstverständlich erscheinen.

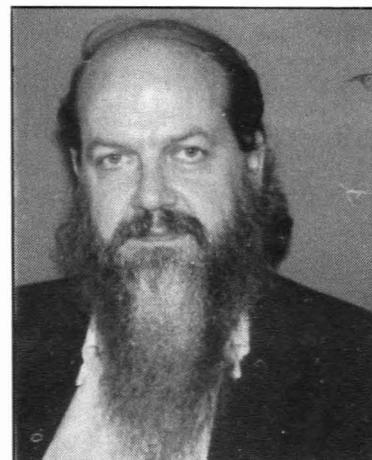
Im ersten Teil meines Vortrages werde ich kurz darstellen, wie man - auf internationaler Vergleichsbasis - das Lebensstilkonzept zu konkretisieren versucht.

In einem zweiten Abschnitt werde ich beleuchten, welche Freizeitmuster - generell gesehen - diesen Lebensstilen entsprechen; d.h. welche Entsprechungen zwischen allgemeinen Lebensstilen und Freizeitgewohnheiten bestehen.

In einem dritten Abschnitt schließlich werde ich auf die Notwendigkeit einer differenzierten Betrachtung der Freizeitentwicklung verweisen -, die ursprünglichen utopischen Vorstellungen von der kommenden Freizeitgesellschaft mit der »Zeitnot« der Gegenwart konfrontieren und zeigen, daß auch »Zeitsparer« ihre wirtschaftliche Bedeutung haben.

Mit den Methoden empirischer Sozialforschung versucht man, die Vielfalt moderner Lebensstile vergleichend zu erfassen, wobei freilich die Dynamik und Entwicklung einzelner Formen zunächst außer Ansatz bleiben muß.

Eine der umfassendsten Analysen die-



ser Art wurde von CCA-Paris GfK Nürnberg für 15 europäische Länder im Jahr 1989 angestellt (24.000 Personen). 16 Lebensstiltypen wurden beschrieben und in einer Life-Stil-Karte dargestellt.

Die Bedeutung dieser Lebensstiltypen liegt u.a. darin, daß es mit dieser komplexen Betrachtungsweise möglich wird, Lebensgewohnheiten einzelner Gruppen in ihrem Zusammenhang und Muster zu verstehen - und einzelne Verhaltensweisen, Einstellungen und Präferenzen als Teil und Ausdruck eines Syndroms zu begreifen.

Selbstverständlich drückt sich der Lebensstil auch in den Präferenzen für bestimmte Freizeitaktivitäten aus (»Wohnen« gehört da durchaus dazu). Wobei man davon ausgehen kann, daß die Freizeitorientierung zugenommen hat.

In einer großangelegten Freizeitstudie des Fessel+GfK-Instituts (Freizeitmonitor 1987) war - als Ergebnis einer Freizeittypologie - eine Gruppe weitgehend freizeitaktiver Menschen erkennbar. Sie umfaßt rund 1/5(!) der Bevölkerung.

Die Gruppe, die am »Niedersten« der Lift-Stile Karte anzusiedeln ist, umfaßt ein schwaches 1/5 der Bevölkerung. Die Freizeit wird von diesen Personen vorwiegend außer Haus verbracht; sie ist mit sozialen Kontakten verknüpft; die hedonistischen Erwartungen an die Freizeithalte sind deutlich. Neben den sportlichen Aktivitäten sind körperbezogene/soziale Gewohnheiten (Saunabesuch, Tanzen etc.), aber auch die »Erlebnisabbildung« durch Filmen und Fotografieren überproportional häufig. Es sind erwartungsgemäß jüngere, ledige Menschen mit höherer Schulbildung und höherer Finanzkraft, die in diesem Freizeittypus anzutreffen sind - Arbeit und Beruf ist ihnen (noch) vergleichs-



weise weniger wichtig als Freunde und Freizeit.

Ein weiterer Freizeittypus, den wir »Motor-Sport-Fan« genannt haben und der sich - nomen est omen - mit dem fahrbaren Untersatz teils fahrend, teils pflegend, teils liebend auseinandersetzt, ist überwiegend männlichen Geschlechts. Er ist aber auch bei der Gartenarbeit und im »Do it yourself«-Bereich häufig anzutreffen. Es sind Angehörige der Mittelschichten, der mittleren Generation bzw. von Facharbeiter- und Angestelltenkreisen, die hier verstärkt antreffbar sind.

Ein häuslicher Freizeittypus, der etwas über 20 % umfaßt, ist vornehmlich aus Frauen zusammengesetzt. Überproportional oft entdeckt man in ihm Angehörige der (unteren) Mittelschichten, Bewohner kleiner Gemeinden und Mehr-Personenhaushalten, in denen Kinder eine große Rolle spielen.

Dieser »Cluster« mag auf den ersten und zweiten Blick als Zielgruppe für Freizeitangebote nicht sonderlich interessant sein; der für ihn typische Lebensraum »Haus bzw. Wohnung« ist jedoch eines der großen gegenwärtigen und zukünftigen Aktivitäts- und Investitionsfelder. Im Freizeitmonitor 1987 nannten 63 % auf die Frage, für welchen Lebensbereich sie gerne mehr

Geld zur Verfügung hätten, Haus, Wohnung oder Garten.

Einen 5. Freizeittypus, 17 % der Bevölkerung umfassend, haben wir »Aktivisten« getauft. An ihn denkt man wohl, wenn man die Freizeitwelt vor Augen hat. Es ist ein breites Spektrum an Freizeitaktivitäten feststellbar; musische Tätigkeiten und Genüsse finden sich neben sportlichen Aktivitäten, Geselligkeit neben Hobbýtätigkeiten. Alles liegt neben allem und miteinander in Zeitkonkurrenz.

Das Überraschende an diesem »Typus« ist, daß er nicht jung, gebildet und reich ist - im Gegenteil, es finden sich überproportional viele ältere Menschen; jüngere Senioren im Pensionsalter, die - entsprechend der heute noch gültigen Merkmalskorrelation - das Gesamtniveau dieser Gruppe bezüglich Einkommen und Bildung drücken. Aber sie haben Zeit und sichtlich auch (schon) genug Geld und Interessen.

Nicht nur für den Tourismus, auch für die Sport(artikel)anbieter und für Kulturinstitutionen und ihre Nachfolgeproduktion, für die Gesundheitswirtschaft etc. entstehen hier unter Umständen interessante Märkte (sofern sie nicht schon da sind).

Es war einmal eine Zeit, da machte

man sich Sorgen, was wohl die Menschen mit der auf sie zukommenden Freizeitlawine anfangen würden.

Dazu müßte man dieser Freizeit aber erst habhaft und überdrüssig geworden sein. Von Langeweile ist nicht viel zu sehen. Allgegenwärtig ist hingegen der Streß - längst kein Privileg der Manager mehr: Schulkinder leiden unter ihm, die dazugehörigen Eltern, die erwerbstätige Bevölkerung (vor allem die zusätzlich haushaltsführende) und sogar die Pensionisten. In einer großangelegten Repräsentativuntersuchung zum Freizeitverhalten der Österreicher(innen) klagt ein beachtlicher Teil über Streßbelastung; rund ein Drittel der Bevölkerung klagt über »zuwenig Freizeit«; »zuviel« davon hat fast niemand.

Gewisse Freizeitteile sind nachweislich stark gestiegen. Für die BRD schätzte man die Zunahme der Urlaubslänge zwischen 1975-85 auf 72 %, die der Wochenendfreizeit auf 50 %; dagegen wirkt sich der 3 % Zuwachs an Werktagsfreizeit im gleichen Zeitraum geradezu minimal aus. In absoluten Stunden gerechnet repräsentiert er aber rund 4/10 des Freizeitbudgets. Der stark verlängerte Urlaub macht 2/10 dieses Zeitkuchens aus.

Für die Zukunft werden geringere Freizeitgewinne in den Sektoren All-



**DAS SCHÖNE GESICHT
MODERNER GEBÄUDE
DIE GUTE FASSADE
VON BINDER + Co**



- Ihr Partner für Stahlbau und Fassadenbau -

Binder & Co. AG, 8200 Gleisdorf, Grazerstr. 19 - 25 und Neugasse 9, Telefon: 03112-2136-0*, Telex: 311551 bg a, Telefax: 03112-2136-300

tag, Wochenende, Urlaub prognostiziert. Mehr Zeitstreß läßt sich somit leicht vorhersagen. Mehr Kampf um die Zeit der Menschen ebenso.

Tatsächlich spielte sich die Arbeitszeitverkürzung zumeist in einer Verlängerung desurlaubes ab; auch eine Verlängerung des Wochenendes wurde für viele Bevölkerungsgruppen realisiert. Zu einer Zunahme der Werktag-freizeit kam es kaum.

Aber Nicht-Erwerbs-Arbeit ist nicht automatisch Freizeit. Weniger Arbeitsstunden im Betrieb oder Büro verlängern nicht unbedingt die ungebundene Zeit.

In der Nicht-Erwerbs-Arbeitszeit lauern zunächst viele »Verpflichtungen«. Man muß schlafen, essen und ein Mindestmaß an Körperpflege vornehmen; man muß von und zur Arbeit fahren, einkaufen und »Wege erledigen« (Behörden, Zahnarzt, Friseur, Schuster etc.). »Man« - das ist in vielen Fällen eine Frau, der, ob sie berufstätig ist oder nicht, die Hausfrauenrolle zuge-dacht ist (wird). Sie muß auch waschen, bügeln, kochen und putzen und das vielfach unter Zeitdruck. Ist sie berufstätig, schiebt sie meist einen Berg von Arbeit vor sich her und schleppt ein schlechtes Gewissen nach. Oft muß das Wochenende erhalten, um Defizite auszugleichen. Zeitgewinne durch eine kleine tägliche Arbeitszeitverkürzung werden mühelos von der Rollentätigkeit im Haushalt »gefressen«; die Aufgaben werden dann »endlich so erledigt, wie man sich das vorstellt« oder man verringert gelegentlich die Ermüdung durch etwas mehr Schlaf.

Nicht nur für die handwerklichen Haushaltstätigkeiten braucht man Zeit; auch Kaufentscheidung erfordert Consumer-Capital in Form von Wissen. Bei Routinekäufen fallen die »Zeitkosten« des Kaufentscheids nicht so sehr ins Gewicht. Bei teuren, langlebigen Gütern hingegen ist schon der Informationsprozeß, den man (sich) macht, zeitaufwendig.

Die oben erwähnte Eigenarbeit für den Haushalt und die komplizierter werdende Arbeitsvorbereitung können als erste Indikatoren dafür gelten, daß wir uns auf dem Weg von einer Dienstleistungs- zu einer Self-Service-Gesellschaft befinden.

Die modernen Ansprüche an die Gesundheit erfordern ein regelmäßiges Fitnessprogramm, dessen Pflichtcharakter die einschlägigen Tätigkeiten nicht immer der Freizeit zurechenbar macht. Leistungssport und Spaß-Sport gehören jedenfalls unterschiedlichen Kategorien an.

Anstrengung und Zeit »kostet« auch die Betreuung älterer Familienangehöriger. Die Mehr-Generationen-Familie - allerdings über verschiedene Haushalte verteilt - ist infolge gestiegener Lebenserwartungen häufiger anzutreffen als je zuvor.

Rollenvielfalt und Vielfältigkeit der sozialen Welt frißt Alltagszeit. Es entstehen immer mehr Koordinations- und Abstimmungsprobleme (auch innerhalb der Familie), die Zeit erfordern.

Zwischendurch flüchtet man in die Medien. Vornehmlich zum TV oder in die Illustrierten- und Tageszeitungswelt mit ihren einfachen Unterhaltungs- und Informationsportionen. Die mehr oder weniger lange tägliche Mediennutzung spiegelt nicht Zeitüberfluß, sondern Erholung vom Streß.

Die Zuflucht zu den Medien, die diesem Ideal der Teilnahme am Diskurs der Kultur und des öffentlichen Lebens nicht allzusehr ähnelt, verschärft durch eine Nebenwirkung noch der Streß: Sie liefert via Werbung, Spielfilme, Natursendungen usw. Einblicke in die weite Welt der Möglichkeiten. Die Folgen der Zeitknappheit sind nicht nur Streß und Zeithunger. Die Symptomatik äußert sich auch in Handlungen bzw. Gewohnheiten, die manchmal gar nicht klar bewußt mit der »Zeitnot« verbunden sind, sondern sich als Routinen verselbständigt und ihre Genese »vergessen« haben.

In den nächsten Abschnitten sind einige Konsequenzen von Zeitknappheit dargestellt. Manche haben individuellen, andere eher gesellschaftlichen Charakter. Es sind Beispiele; gedacht als Anregung zum Weiterdenken.

Um dem Zeitdruck zu entweichen, werden vielfach Techniken praktiziert, die oft in ganz anderen Zusammenhängen eingeübt wurden. Man »schwänzt« oder »macht blau«. Verpflichtungen werden unterlassen, um anderen Verpflichtungen (die vielleicht ihrerseits aufgeschoben wurden) endlich nachkommen zu können.

»Zeitersparnis« wird vielfach durch Tempoerhöhung bei den zu erledigenden Tätigkeiten angestrebt. Man bringt die Morgentoilette, das Duschen (Wannenbaden dauert länger), das Frühstück (im Stehen), möglichst rasch hinter sich. Man ißt am Würstelstand, nimmt das Abendessen bei TV ein.

Dem weitverbreiteten Bedürfnis nach Zeitersparnis wird auch längst durch Marktangebote Rechnung getragen. Convenience-Produkte in allen Produktbereichen versprechen mehr

Bequemlichkeit und »rapidité« (Instand-Kakao, Instant-Tee, geklopfte Schnitzel etc.).

Gesucht sind auch externe Zeitsparer: bei komplizierten Käufen (Haushalts-elektronik, Sportgeräte, Wertpapiere, Wohnungen etc.) sucht man nach »kompetenten Personen« i.e. nach solchen, die Fachkenntnisse/Erfahrung haben und Vertrauen genießen.

Typisch für die Existenz von Zeitknappheit ist auch der Hang zur Zukunftsplanung. Man hält Terminisierung und vorwegnehmende Ordnung für ein probantes Mittel gegen Streß. Freizeiterminkalender, Pinboards, langfristige Agreements, Abonnementdaten sollen die Einhaltung der Termine erleichtern.

Auch die Einsparung zeitintensiver Güter zählt zu den gängigsten Strategien. Schach wird mit dem disponiblen Computer und nicht mehr (nur) mit dem schwer zu treffenden Partner gespielt, lange Abenddiskussionen im Freundeskreis werden selten, die Zahl der Freundschaften, von denen jede ein gewisses Mindestmaß an Kontaktzeit verlangt, wird mit fortschreitender Hektik reduziert.

Knappe Güter steigen im Wert. Und die darüber verfügen, genießen entsprechendes Prestige; nicht der **nur** über Zeit verfügt, hat ein beneidetes »Positionsgut« vorzuweisen, sondern nur der, der über Geld **und** Zeit verfügt. Dabei kommt es sowohl auf die Länge der Zeit an als auch auf ihre Disponierbarkeit. Nicht daß man Tennis spielt, soll beeindrucken, sondern wann und wo.

Trotzdem sagt man der »Freizeitwirtschaft«, die freilich in ganz verschiedene, ganz unterschiedlich erfolgsträchtige Sektoren zerfällt, noch eine »große Zeit« voraus. Noch mehr Menschen werden finanziell in die Lage kommen, freie Zeit zu nützen wie sie wollen und vielfach werden sie sie intensiv nützen wollen (nicht zuletzt deshalb weil sie kostbar und selbst knapp ist).

Die relativen Chancen für die Zukunft sind selbstverständlich nicht bloß durch die unterschiedliche Sättigung der Märkte bestimmt, sondern auch durch die Innovation, die branchenweise verschieden ist, durch die begünstigenden und hemmenden Faktoren der demographischen und soziologischen Entwicklung und durch die zunehmende Segmentierung der Lebens- und Konsumstile.

Die Zeitknappheit, die Konkurrenz um die Zeit wird eine Rolle spielen, die man mehr und mehr beachten wird müssen.