

Leisure is Pleasure

Neue Jugendfreizeitstudie des Instituts für Jugendkulturforschung zeigt: Party und Shopping waren gestern

Dass junge Österreicherinnen und Österreicher die Freizeit lieben, ist bekannt. Und auch, dass sie in der Freizeit Energie tanken und ihre Batterien für Schule, Studium und Beruf aufladen. Aber wie funktioniert das konkret: Was tun Jugendliche in ihrer Freizeit besonders gerne? Das Institut für Jugendkulturforschung hat in der aktuellen Jugendfreizeitstudie „Leisure ist Pleasure“ bei 1.000 repräsentativ ausgewählten Österreicherinnen und Österreichern im Alter von 16 bis 29 Jahren nachgefragt.

Hauptsache Freizeit: 31% noch auf der Suche nach einer Lieblingsfreizeitbeschäftigung

Freizeit bedeutet für Jugendliche „frei bekommen vom Alltagsstress“ und „etwas tun können, was man nicht tun muss und einem Spaß macht“. Die Freizeitkulturen der jungen Österreicherinnen und Österreicher bieten einen Mix aus Aktivität und Chillen. 8 von 10 Jugendlichen (81%) unternehmen in ihrer Freizeit besonders gerne etwas mit ihren Freunden, 7 von 10 Jugendlichen (71%) lieben es aber auch, einfach einmal nichts zu tun und zu relaxen. Vor allem für Jugendliche mit niedriger und mittlerer Bildung gilt: „Ich habe, was Freizeitgestaltung betrifft, keine speziellen Präferenzen – Hauptsache frei.“

Jugendfreizeit ist Freizeit mit Freunden und mit der Familie

Freunde und Familie sind wichtige Freizeitpartner. Jugendliche wollen ihre Freizeit mit Menschen verbringen, die ihnen persönlich wirklich etwas bedeuten. Bei Mädchen und jungen Frauen zeigt sich dies noch stärker als bei Jungs und jungen Männern: 84% der weiblichen Jugendlichen unternehmen in ihrer Freizeit besonders gerne etwas mit Freunden (bei den männlichen Jugendlichen sind es 77%), 73% der Mädchen und jungen Frauen lieben es, mit den Freunden einfach einmal gemütlich zusammensitzen und zu plaudern (bei den Jungs und jungen Männern tun das lediglich 49% gerne).

Immerhin 70% der weiblichen Jugendlichen verbringen ihre Freizeit aber auch gerne mit der Familie. Bei männlichen Jugendlichen ist Familienfreizeit weniger populär: 52% der männlichen Jugend verbringen die Freizeit gerne mit den Eltern, den Geschwistern oder Verwandten.

Weg vom exaltierten Vergnügen hin zum Soliden: Sport und Outdoor-Energietanken im Trend

In der öffentlichen Debatte werden Jugendfreizeitkulturen als expressive und vielfach auch exaltierte Vergnügungswelten beschrieben. Man hört und liest von der Party- und der Shopping-Jugend oder lifestyle-tauglichen Koch-Sessions und Yoga als junge Freizeittrends. Im Ranking der bei jungen Österreicherinnen und Österreichern beliebtesten Freizeitaktivitäten spielen exaltes Vergnügen und schrill-bunte Lifestyles jedoch wider Erwarten eine Nebenrolle. Shopping und Party, aber auch Koch-Sessions und Yoga liegen, wie die Studie

„Leisure is Pleasure“ zeigt, in dem von 1.000 jungen Österreicherinnen und Österreichern erstellten Beliebtheitsranking auf den unteren Ranglistenplätzen. „Die Jugend ist der bunten Lifestylewelt mit ihrer Vielzahl an ständig wechselnden Trends und Moden überdrüssig geworden. Sie sucht weniger das Abenteuer, sondern konzentriert sich auf das Solide und findet persönlichen Ausgleich vor allem in Sport und Bewegung“, kommentiert Studienautorin Dr. Beate Großegger.

44% der Jugendlichen nennen Sport und Fitnesstraining als eine ihrer Lieblingsfreizeitbeschäftigungen. Für jede/n Dritte/n (32%) sind Sport und Bewegung sogar die allerliebste Freizeitaktivität. Jugendliche denken hier übrigens vor allem an Outdoor-Sport.

Überdurchschnittliche Sportbegeisterung im Westen, Couch-Potatoes im Osten

In den Freizeitkulturen der österreichischen Jugend lässt sich ein regionales Gefälle beobachten. Überdurchschnittliche Sportbegeisterung zeigt sich in Westösterreich. „Sport und outdoor, also rausgehen und draußen in der Natur Energie tanken, dominieren die jungen Freizeitkulturen im Westen, den Typus des Couch-Potatoes sehen wir vor allem im Osten besonders stark vertreten,“ so Großegger.

Digitale Freizeitgestaltung ist „basic“, bleibt aber ohne große Faszination

Social Media sind im Alltag der heutigen Jugend fest verankert. Die überwiegende Mehrheit ist via Social Media mit Altersgleichen vernetzt. Umso erstaunlicher ist es, dass Social-Media-Aktivitäten nicht zum „wirklich coolen Freizeitprogramm“ zählen. Mediennutzung steht in den Freizeitpräferenzen der Jugendlichen generell nicht im Vordergrund, sondern rangiert bei den beliebtesten Freizeitaktivitäten lediglich im Mittelfeld. Gaming wie auch Lesen kommen noch vor Internetnutzung, TV und Streamen.

Freizeit als Eigenzeit

Freizeit ist für junge Menschen heute ein rares Gut. Wer zu viel Freizeit für Familienarbeit, Haushalt oder Lernen verwenden muss, reagiert genervt. 53% der jungen Österreicherinnen und Österreicher möchten ihre Freizeit dazu nutzen, endlich einmal ihren ganz persönlichen Interessen oder Hobbys nachzugehen. Vor allem in bildungsnahen Milieus bedeutet Freizeit hier auch kreativ sein und Muse finden zu können, also zum Beispiel Musik zu machen, zu schreiben oder zu fotografieren.

Generell möchten Jugendliche Freizeit als Eigenzeit gestalten. Vom bis ins Letzte durchgeplanten Freizeitkalender halten sie wenig. Zeit für sich haben und spontan entscheiden, wie man die Freizeit verbringt, ist das, was für sie zählt.

Freizeitbedürfnisse der Jugend verändern sich, Introvertierte werden nach wie vor vernachlässigt – ein Auftrag an Freizeitanbieter

Wie die Jugendfreizeitstudie „Leisure is Pleasure“ zeigt, ist im Jugendfreizeitsektor derzeit vieles in Bewegung. Für Freizeitanbieter gilt es, diese Entwicklungen im Auge zu behalten. Und sie sollten sich vor allem auch um eine im Jugendfreizeitbereich bislang vernachlässigte

Gruppe kümmern: die Introvertierten. „Extrovertierte haben andere Freizeitinteressen als Introvertierte – sie sind stärker *outgoing* und werden vom Jugendfreizeitmarkt auch viel besser bedient. Zahlenmäßig machen sie, wie unsere aktuelle Studie zeigt, aber gerade einmal knapp die Hälfte der Jugendlichen (47%) aus. Hier besteht Nachholbedarf, und zwar nicht nur seitens des kommerziellen Jugendfreizeitmarktes, sondern auch seitens der Freizeitarbeit der außerschulischen Jugendarbeit, die sich um attraktive Freizeitgestaltung für junge Menschen mit knappen Freizeitbudgets bemüht“, so Dr. Beate Großegger.

Cooler Freizeitangebote gegen Stress – auch die Gesundheitsförderung muss reagieren

Auch für die Gesundheitsförderung sind Studienergebnisse, die die Freizeitbedürfnisse der Jugend erschließen, von Bedeutung, zumal Freizeitaktivitäten Rekreation bieten und Stressabbau ermöglichen. Bedarf besteht hier ganz besonders bei jungen Frauen: 65% der jungen Österreicherinnen fühlen sich im Alltag gestresst (bei den jungen Männern sind es mit 42% deutlich weniger). „Hier braucht es neue Konzepte und teils wohl auch kritische Distanz zu den medial gehypten Trends“, so Großegger. „Yoga wird beispielsweise gerne als junges, lifestyle-taugliches Stressbekämpfungsmittel gepriesen. Tatsächlich spielt Yoga als Stressmanagementstrategie in den Lebenswelten der jungen Frauen aber keine große Rolle: Gerade mal jede Zehnte macht in der Freizeit gerne Yoga.“

Studiensteckbrief:

Titel der Studie:	Leisure is Pleasure – die Jugendfreizeitstudie
Multimethoden-Design:	Bundesweite Repräsentativ-Umfrage unter 1.000 jungen ÖsterreicherInnen im Alter von 16 bis 29 Jahren, ergänzt durch eine Lebensweltextploration: Word-Rap mit 59 Jugendlichen und jungen Erwachsenen
Stichprobe der Repräsentativumfrage:	Quotenstichprobe: n=1.000, rep. für 16- bis 29-jährige ÖsterreicherInnen (quotiert nach Alter, Geschlecht, Bildung, Wohnbundesland und Migrationshintergrund)
Durchführung:	Institut für Jugendkulturforschung: Eigenstudie Basis-Studienpaket zum Preis von € 390,00 im freien Verkauf über das Institut für Jugendkulturforschung erhältlich: -- Chartsband mit ausführlicher grafischer Darstellung der Ergebnisse inkl. Subgruppen -- Tabellenband mit folgenden Breaks: 16 bis 29 Jahre gesamt, Geschlecht: weiblich/männlich, Alter: 16 bis 19/20 bis 24/25 bis 29 Jahre, Bildung: niedrige & mittlere Bildung/höhere Bildung, Region: Ost/Mitte/West/Süd, Migrationshintergrund: ohne/mit Migrationshintergrund, Introvertierte/Extrovertierte Basis-Studienpaket sowie ausführliche Präsentation inhouse: € 990,00 Basis-Studienpaket sowie halbtägiger Workshop mit spezifischen individuellen Lösungen für unsere KundInnen: € 1.590,00 Alle Preise exkl. USt.
Studienleitung:	Dr. Beate Großegger, Matthias Rohrer
Themen:	Quantitativ: Lieblingsfreizeitbeschäftigung (offene Frage vercodet) -- Freizeitgestaltung mit hohem Impact-Faktor -- Kontakt-Typen -- Stressoren im Alltag (offene Frage vercodet) Qualitativ: Bedeutung von Freizeit aus lebensweltlicher Sicht -- Tätigkeiten, die in der Freizeit nerven

Rückfragenachweis & Bestellung:

Institut für Jugendkulturforschung

Alserbachstraße 18 / 7.OG, 1090 Wien

Tel. 01/532 67 95

Mail: studien@jugendkultur.at

Institut für Jugendkulturforschung

Alserbachstraße 18/7.0G – 1090 Wien

Seit 2001 bietet das Institut für Jugendkulturforschung praxisrelevante Jugendforschung. Seit 2016 betreibt das Institut darüber hinaus ein „generationlab“ mit Forschung, Fortbildung und Beratung zu Generationenfragen.

Das Institut für Jugendkulturforschung verfolgt einen lebensweltlichen Forschungsansatz und bedient sich neben quantitativer Verfahren auch erprobter qualitativer Methoden, die Alltagskulturen optimal erschließen. Die Kombination von interpretativen und statistischen Verfahren ermöglicht angewandte Sozialforschung auf hohem Niveau. Das Leitungsteam des Instituts ist seit mehr als zwei Jahrzehnten erfolgreich in der angewandten Sozialforschung tätig.

Wir sind spezialisiert auf:

- Repräsentativumfragen → face-to-face, telefonisch sowie online
- qualitative Jugend- und Intergenerationenstudien → fokussierte und problemzentrierte Interviews, Gruppendiskussionen, teilnehmende Beobachtungen
- Praxisforschung → summative und formative Evaluationen, Kreativ-Workshops, Werbemittel- und Homepage-Abtestungen, Mystery Checks
- Sekundär(daten)-Analysen und Expertisen zu allen Kernthemen der Jugend- und Generationenforschung
- triangulative Studien-Designs → Kombination verschiedener Erhebungs- und Auswertungsverfahren, um umfassende Antworten auf die zu untersuchenden Fragestellungen zu erhalten
- Trendmonitoring
- Generationenanalyse und -beratung
- Entwicklung empirisch begründeter Typologien als Tool der Zielgruppensegmentierung und strategischen Maßnahmenplanung

Kontakt:

Phone: +43 (1) 532 67 95

Web: <http://www.jugendkultur.at>

E-mail: studien@jugendkultur.at

E-Mail: generationlab@jugendkultur.at