



# Freizeitsoziologie Willkommen !!



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Verantst.-  
& EventmanagerIn

## Freizeit- soziologie

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**



- Wer ist Ingo Mörth, und was versteht er von Freizeit ?
- a.Univ.-Prof. für Soziologie an der Johannes Kepler Universität Linz
- tätig an: Institut für Soziologie, Institut für Kulturwirtschaft & Kulturforschung (Vorst.) Zentr. f. soziale & interkultur. Kompetenz
- Forschung & Lehre u.a. in d. Bereichen: Kultur, Alltagsleben, Freizeit, Tourismus
- Autor eines Skitourenführers



# Freizeitsoziologie Willkommen !!



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Veranst.-  
& EventmanagerIn

- Nähere Infos zu Ingo Mörth (homepage):
- <http://www.kuwi.jku.at/Personen> (->link)
- Online zugängliche Texte zu Freizeit etc.
  - \* Problembereiche u. Zielgruppen der Jugendarbeit
  - \* Stadtkultur-Freizeitkultur
  - \* Kulturtourismus - Kultur des Tourismus
  - \* City-Kultur und Stadtteilarbeit
  - \* Tourismus als Dünger regionaler Kultur
  - \* Stadtraum-Kultorraum-Freizeitraum
  - \* Reisemotivmessung
  - \* Fremdheit, wohldosiert: Tourismus als Begegnung
  - \* Freizeit in Linz: Themen und Trends
  - \* Die nachhaltige Tourismusgemeinde

## Freizeit- soziologie

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**





# Freizeitsoziologie Willkommen !!



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Veransth.-  
& EventmanagerIn

- Und wer sind SIE ?  
(Vorstellungsrunde)
- beruflicher Hintergrund
- Motive/ Perspektiven für d. Lehrgang
- geplantes Lehrgangprojekt
- bevorzugte Freizeitbeschäftigung
- Erwartungen an das Fach  
„Freizeitsoziologie“

**Freizeit-  
soziologie**

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**





# Freizeitsoziologie Unser Programm



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Verant.-  
& EventmanagerIn

## Freizeit- soziologie

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**



- Freizeitsoziologie als Teil d. Soziologie
- Block I: Freizeittheorie & Freizeitbegriffe
  - \* Gruppenarbeit: Freizeitfunktionen in Events
- Block II: Freizeitverhalten
  - \* Gruppenarbeit: Events für verschiedene soziale Gruppen
- Block III: Der Freizeitmarkt
  - \* Gruppenarbeit: Freizeitevents der Zukunft



# Freizeitsoziologie als Teil der Soziologie



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Verantst.-  
& EventmanagerIn

## Freizeit- soziologie

- Die soziologische Arbeitsteilung: Theorie, Empirie, Spezielle Felder (zB. Freizeit)
- Grundsätzliche Perspektive: Beschreibg. & Erklärung von sozialen Beziehungen
- Mehrebenenanalyse: Individuum-Gruppe-Gesellschaft im Zusammenhang
- Wichtige Begriffe der Soziologie:
  - \* *Individ. Ebene*: Identität, Biographie, Rolle Sozialisation; *Gruppenebene*: Kommunikation, Interaktion, Lebenswelt, Konflikte; *Gesellsch.-ebene*: Sozialstruktur, Kultur, Werte, Schicht & Distinktion, Institution, Organisation

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**





# Übersicht: „Freizeit: Theorien, Begriffe, Definitionen“



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Verant.-  
& EventmanagerIn

## Freizeit- soziologie

- Zeitsoziologische Grundaspekte
- Entwicklung von Zeitstrukturen
- Freizeitbegriffe
- Individuelle Freizeitfunktionen
- Soziale & ökonom. Freizeitfunktionen
- Freizeitforschung
- Unterwegs zur „Freizeitgesellschaft“?
- Exkurs: Das Spiel = „echte“ Freizeit ?

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**





# Soziale und kulturelle Zeitorganisation



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Veranst.-  
& EventmanagerIn

- *Normierung und Kontrolle sozialer Felder & Systeme (z.B. Kalender)*
- *Strukturierung von Lebensläufen*
- *Periodisierung des Alltages im Jahres-, Monats-, Tageslauf*
- *Synchronisierung sozialer Zeit*
- *Horizont der Zukunft*  
(Gestaltung, Planung, Verwertung)

**Freizeit-  
soziologie**

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**





# Individuelles Zeitbewusstsein



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Veranst.-  
& EventmanagerIn

## Freizeit- soziologie

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**



- Grundlagen des *Zeiterlebens* („occasional“, zyklisch, linear)
- Bedeutungen *erlebter Zeiträume*
- *Intensität* des Zeiterlebens („Flow“)
- Freiheit & Zwang d. *Zeitverwendung*
- Orientierungsraum der *Biographie* (retro- & prospektiv)
- zeitl. *Strukturierung der Lebenswelt*





# Zeiteinteilung & Zeitmessung



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Verantst.-  
& EventmanagerIn

## Freizeit- soziologie

- Tages-, Jahres-, Epochengliederung
- *Kalender*: „kosmische“ Abstraktionen
- *Wochen*: soziale Definitionen
- *Stunden*: Messtechnik durch Uhren
- Synchronisierung von Zeitmaßen zur „Weltzeit“ = Teil der Globalisierung
- Trennung von *Raum* und Zeit
- Von zyklischen zu linearen Zeiten:  
*universelle Zeitachsen*

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**





# „Zeit ist Geld“: Zeitkultur der Moderne



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Verantst.-  
& EventmanagerIn

## Freizeit- soziologie

- *Disziplinierung* der Arbeit(-szeit)
- *Zeitregime* im „Takt der Maschinen“
- „*Just in time*“: Zeit & Arbeitsteilung
- Zeit als „Investitionskapital“
- Zeit als *Medium der Geldwirtschaft*
- Differenzierung *Arbeit/ arbeitsfreie Zeit*
- Entstehung der *Freizeit als Institution*
- Kampf um Arbeitszeitverkürzung
- Freizeit als *Gegenpol & Ergänzung*

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**





# Freizeitbegriffe zw. Arbeit und Freiheit



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Verant.-  
& EventmanagerIn

## Freizeit- soziologie

- Wurzeln: Muße, Spiel, Kampffreiheit
- „positive Freizeitbegriffe“:
  - Kontemplation, Muße, Kommunikation
  - eigener (sozialer) Handlungsraum
  - Selbstbestimmung, Selbstverwirklichg.
- „negative Freizeitbegriffe“:
  - Regeneration, soziale Verpflichtung
  - Restzeit, Nicht-Erwerbsarbeit
  - obligationsfreie Zeit
- Komplexe Definitionen: Freizeit als eigenständiger Erfahrungsbereich

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**





# Objektive und subjektive Dimensionen der Freizeit



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Verant.-  
& EventmanagerIn

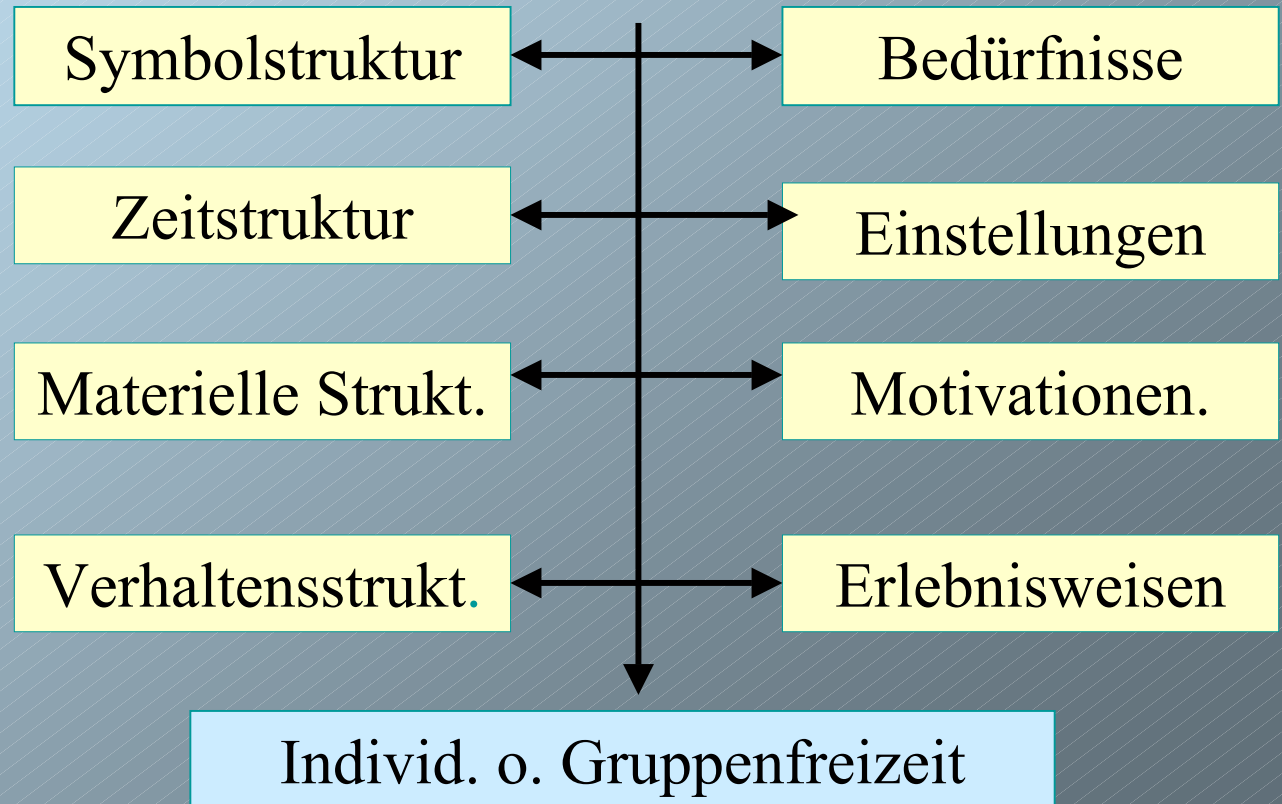
**Freizeit-  
soziologie**

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**



Objektiv

Subjektiv





# Individuelle Funktionen d. Freizeit



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Verantst.-  
& EventmanagerIn

## Freizeit- soziologie

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**



- Entspannung, Erholung = „*recreation*“
- Abwechslung, Zerstreuung = „*variety, amusement & entertainment*“
- Kommunikation, Geselligkeit = „*social communication*“
- Information, Bildung = „*education*“
- Bewegung = „*sports & motion*“
- Expression = „*emotional presentation*“
- Identität, Selbstverwirklichung = „*identity*“
- Befreiung von Zwängen = „*freedom*“



# Soziale & ökonom. Funktionen d. Freizeit



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Verantst.-  
& EventmanagerIn

## Freizeit- soziologie

- Sozialisation = „*continuous social learning*“
- Regeneration = „*always fit for the job*“
- Kompensation = „*alternatives tw.a true self*“
- Integration = „*social spheres reconstructed*“
- Konsumteilnahme = „*leisure consumption*“
- Grundlage d. Dienstleistungswirtschaft  
= „*leisure needs offered & fulfilled*“
- Systemstabilisierung = „*social stabilisation*“
- Innovation = „*vehicle of innovation*“
- Lebensstil-Kreation = „*lifestyle developmen*“

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**





# Themen der Freizeitforschung



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Verant.-  
& EventmanagerIn

- Freizeit und Lebenswelt
  - Zeitstrukturen, Zeitbudgets
  - Verhaltensformen und -änderungen
  - Lebensstile
  - Freizeiterleben
- Freizeit und Gesellschaft
  - Tourismus/Fremdenverkehr
  - Medien/Kommunikation
  - Kultur/Kulturelle Bildung
  - Sport/Spiel
  - Konsum/Unterhaltung

**Freizeit-  
soziologie**

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**





# Unterwegs zur „Freizeitgesellschaft“



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Veranst.-  
& EventmanagerIn

## Freizeit- soziologie

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**



- Arbeit wird freizeitähnlicher (wird Freizeit auch „arbeitsähnlicher“ ?)
- Gruppen ohne (klassische) Erwerbsarbeit wachsen bzw. werden mehr
- Freizeitstile prägen Lebensbereiche
- „FreizeiterInnen“ als Trendsetter der Gesellschaft
- Freizeit als Ort sozialen Lernens





# Exkurs: Freizeit, Spiel und Gemeinschaft



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Veranst.-  
& EventmanagerIn

## Freizeit- soziologie

- Die Rückkehr gemeinschaftlicher Strukturen
- Grenzen der Systemrationalität
- Substitution von Arbeit durch Spiel
- Spiele als Symbole der Gemeinschaft
- Spiele als Grundfunktion der Integration des Individuums
- „homo ludens“ zwischen Arbeit und Freizeit
- Das Ende des Spiels?

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**





# Übersicht: „Freizeitverhalten: Formen, Motive etc.“



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Verant.-  
& EventmanagerIn

- Verhaltensfelder der Freizeit
- Entwicklung seit den 50er Jahren
- Freizeitaktivitäten und Funktionen
- Freizeit sozialer Gruppen
  - Frauen
  - Jugend
  - Ältere Generation
- Verhaltenstrends

**Freizeit-  
soziologie**

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**





# Verhaltensfelder im Freizeitbereich



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Verant.-  
& EventmanagerIn

## Freizeit- soziologie

- Körper, Gesundheit, Sport (Sport, Wandern, „Wellness-Bildung“ ...)
- Kunst, Kirche, Bildung (Theater, Galerien, Kirchen, Caritas, Lesen, ...)
- Aktiver Alltag (Verein, Hobby, Urlaub, Geselligkeit, auch Aspekte der Arbeit)
- Männliche Freizeit (Fernsehen, Jagen, Kegeln, Frühschoppen, Autobasteln ...)
- Weibliche Freizeit (Einkaufsbummel, Handarbeit, Wohnung, Kontakte, Kinder ...)
- Jugendfreizeit (Disco, Kino, Mountain-biking, Musikinstrument, Laientheater ...)

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**





# Ausgewählte Freizeitaktivitäten in Österreich



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Verant.-  
& EventmanagerIn

## Freizeit- soziologie

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**



- Aktives Musizieren: Jugend, Tiroler
- Kreative Hobbies: Mädchen, Schüler
- Kartenspielen: Arbeitslose, Männer
- Kinobesuch: Jugend, Wiener
- Theaterbesuch: gebildete Frauen
- Volksmusikveranstaltung: Landbevölk.
- Museum, Ausstellung: Gebildete
- Sport betreiben: 48% mind. 1x wöchentl.
- Kontemplation: 52 % mind. 1x wöchentl.



# Veränderungen des Freizeitverhaltens seit den 50er Jahren



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Verant.-  
& EventmanagerIn

- 1950 ~ 1975 „3F“: Fernsehen, Filzpantoffeln, Familie (& Vereine)
- 1975 ~ 1985 „4K“: Kreativität, Kaufen & Konsum, Kommunikation (& Urlaub/ Reisen)
- 1985 ~ 1995 „5S“: Selbermachen, Sich entspannen, Spaß haben, Spontaneität, Sozialkontakte pflegen
- 1995 ~ 200x „6S“: Action, Abwechslung, Ambiente, Ausleben, Ausbildung, (Arbeit als Freizeit erleben ?)

## Freizeit- soziologie

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**





# Funktionen verschiedener Freizeitaktivitäten



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Verantst.-  
& EventmanagerIn

- Routinefunktionen: Fernsehen, Freunde, Einkaufen (auch: Arbeit)
- Hedonismusfunktionen: Musik hören, Geselligkeit, Wandern, Kinder, Wohnung
- Selbstverwirklichungsfunktionen: Geselligkeit, Kinder, Hobby, Urlaub, Lesen (auch: Arbeit)
- Aktivierungsfunktionen: Sport, Theater, Lesen, Urlaub, Musik machen

**Freizeit-  
soziologie**

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**





# Frauenfreizeit 1: Geringe Tendenzen zur „neuen Frau“



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Verant.-  
& EventmanagerIn

## Freizeit- soziologie

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**



- Die *"Neue Frau"*: (= lebt gleichberechtigte Partnerschaft; verbindet Kinder & Karriere; Freizeit => Selbstverwirklichungschance)
- Realität: *„Familienfrau“* (= Erzieherin, Haushaltsleiterin, Einkäuferin, Gastgeberin, Kontaktpflegerin, Nachbarschaftshelferin, Freizeitplanerin u.a.)
- Varianten: *„Teilzeit-Doppelfrau“*, Berufsfrau, Karrierefrau
- Freizeit: für Mehrheit als *„Familienfrau“* => Obligationen (*„Familie etwas bieten“*); Defizite bei den Varianten der Frauenrolle



# Frauenfreizeit 2: Das Freizeitbudget



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Verant.-  
& EventmanagerIn

- Jeder 3. *berufstätige Mann* hat mehr als 5 h Freizeit pro Tag, aber nur jede 3. *berufstätige Frau* verfügt pro Werktag über mehr als 4 h Freizeit.
- 2/3 der berufstätigen Frauen klagen über *zuwenig Freizeit* (z.B. wegen mehr Samstagsbelastungen)
- *Wohnungsreinigung, Kochen, Einkaufen:* Hausfrauen wenden ca. 1,5 x soviel Zeit auf
- *Wochenendkompensation* : Restaurant-, Kino- und Theaterbesuche samstags 154 Minuten bei berufstätigen Frauen, bei Hausfrauen nur 45 Minuten.

**Freizeit-  
soziologie**

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**







# Frauenfreizeit 3: Erleben und Bereiche



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Verantst.-  
& EventmanagerIn

## Freizeit- soziologie

- Frauenfreizeit = *positives Lebensgefühl*
  - *Freisein von* Haushaltspflichten und notwendigen Erledigungen;
  - *Freisein für* Entspannung, gemeinsame Unternehmungen (Familie & Freunde)
- Frauenfreizeit = *persönliche Freizeit*
  - sporadisch & familiendeterminiert
  - Gestaltungsfreiheit & Rückzug
- Frauenfreizeit = *typische Orientierungen*
  - soziales Engagement & Rücksicht
  - Offenheit & Spontaneität
  - Vielseitigkeit & Unternehmungslust

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**





# Jugend & Freizeit 1: Freizeitaktivitäten (zumindest 1x pro Woche)



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Verant.-  
& EventmanagerIn

- mit Freunden etwas machen: 92 %
- Fernsehen, Video: 92 %
- Sport betreiben: 88 %
- Musik hören: 87 %
- Freundin/ Freund treffen: 72 %
- Herumhängen: 67 %
- Lokale besuchen: 59 %
- Computerspiele, Internet: 58 %
- Lesen: 51 %

**Freizeit-  
soziologie**

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**





# Jugend & Freizeit 2: Jugendkulturen



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Verantst.-  
& EventmanagerIn

## Freizeit- soziologie

- Skater: 44% Symp., 10% Zugeh.
- Hip-Hopper: 36% Symp., 8% Zugeh.
- Fussballfans: 30% Symp., 10% Zugeh.
- Raver: 27% Symp., 7% Zugeh.
- Rapper: 31% Symp., 2% Zugeh.
- Computerspieler: 20% Symp., 4% Zugeh.
- Sprayer: 22% Symp., 1% Zugeh.
- Alternative: 20% Symp., 3% Zugeh.
- Hippies: 20% Symp., 1% Zugeh.
- Heavy-Metals: 11% Symp., 2% Zugeh.

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**





# Freizeit der älteren Generation 1



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Veranst.-  
& EventmanagerIn

## Freizeit- soziologie

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**



- Probleme der Abgrenzung: 50+, 60+ ?
- Das „neue“, das dritte und das vierte Alter
- Merkmale der Lebenssituation im neuen (dritten) Alter:
  - \* Aktivitäts- und Kreativitätspotenzial
  - \* Freizeit- und Konsumorientierung
  - \* „Niveauerhöhungen“ des Lebensstandards
  - \* positive Sozial- und Selbstdefinition
- Freizeitverhalten als Intensivierung und Dehnung bisheriger Tendenzen



# Freizeit der älteren Generation 2



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Veranst.-  
& EventmanagerIn

## Freizeit- soziologie

- Zeitverwendung:  
Männer 7, Frauen 6 h Freizeit pro Tag
- Steigerung der „unbezahlten“ Arbeit:  
Männer 4, Frauen 6 h pro Tag
- Steigerung des Medienkonsums, des Spazierengehens und der Familienzeit
- keine Steigerung von Sport und Geselligkeit, Bildung
- erwartbare Veränderungen durch Nachrücken neuer Generationen ?

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**





# Trends im Freizeitverhalten I



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Verant.-  
& EventmanagerIn

## Freizeit- soziologie

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**



- Die Wohnung wird als Freiraum noch wichtiger als bisher („**Cocooning**“).
- Fitness- und Wellnesserlebnisse werden immer zentraler („**Bodyfeeling**“).
- Freizeit sucht wieder Sozialbindungen, aber in loser Form („**Socialising**“).
- Der Drang zur Bildung in der Freizeit wird zunehmen („**Edutainment**“).
- mehr Mediennutzung, aber langsamerer Übergang zu neuen Medien, als bisher angenommen („**Media for Fun**“).
- Mobilität (Reisen, Urlaub, Ausflüge) bleibt wichtig („**Discovery**“).



# Freizeitrends II: Lebensstile & Wertewandel: Differenzierungen



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Verant.-  
& EventmanagerIn

## Freizeit- soziologie

- Hedonismus versus Askese & Minimalismus
- „Eventismus“ vs. verinnerlichte Sinnsuche
- Betroffenheit & Engagement vs. „Spaß“
- Sparen vs. Kultivieren
- Erlebnis vs. Sicherheit
- „Egonomics“ vs. „Networking“
- Fitness vs. Körpergenuss

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**





# Übersicht: „Freizeitmarkt. Angebote und Medien.“



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Veran.-  
& EventmanagerIn

## Freizeit- soziologie

- Megatrends im Freizeitmarkt
- Der Freizeitmarkt als Erlebnismarkt
- Mittelfristige Trends in Stadt und Land
- Sport und Fitness als Freizeitangebote
- Extrem- und Risikosport, "Abenteuer"
- Unterhaltungsindustrie I: Musikmarkt
- Unterhaltungsindustrie II: Audiovisuelle Massenmedien
- Unterhaltungsindustrie III: Cyberspace
- Konsumieren als Freizeitangebot

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**







# Megatrends im Freizeitmarkt I



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Verant.-  
& EventmanagerIn

## Freizeit- soziologie

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**



- **Grundlage: Idealtypische Modelle** der Gesellschaft & Event-Orientierg.
- **„Postmoderne“ Gesellschaft:**
  - \* *„anything goes“ = Cross-over-events & offers*
- **„Konsum- & Wohlstandsgesellschaft“:**
  - \* *„Prestigeorientierung“ = Distinctive-events etc.*
- **„Informations-, Wissens- & Medienges.“:**
  - \* *„Hunger nach Wissen“ = Informational-events*
- **„Risikogesellschaft“:**
  - \* *„Lifestyle & Risk“ = Welfare & Risk-events*
- **„Erlebnisgesellschaft“ & „Sensual Soc.“:**
  - \* *„Erlebnisorientierung und Sinnsuche“*



# Megatrends im Freizeitmarkt II



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Verant.-  
& EventmanagerIn

**Freizeit-  
soziologie**

- **Die „Erlebnissgesellschaft“:**
  - \* Gerhard Schulze (dt. Soziologe)
  - \* Alltagsästhetik & Milieus
- **Alltagsästhetische Schemata:**
  - \* „Hochkulturschema“
  - \* „Trivialschema“
  - \* „Spannungsschema“
- **Milieubeschreibungen:**
  - \* „Niveaumilieu“
  - \* „Harmoniemilieu“
  - \* „Integrationsmilieu“
  - \* „Selbstverwirklichungsmilieu“

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**





# Megatrends im Freizeitmarkt IIa: Erlebnisschemata



Schema	typische Zeichen	typischer Genuß	typische Distinktion	Lebensphilosophie
Hochkultur-schema	klassische Musik Museumsbesuch "gute Literatur"	Kontemplation	antibarbarisch	Perfektion
Trivial-schema	Schlagermusik Fernsehquiz Arztroman	Gemütlichkeit	antiexzentrisch	Harmonie
Spannung-schema	Rockmusik Thriller Ausgehen (Kino...)	Action	antikonventionell	Narzißmus



# Megatrends im Freizeitmarkt IIb: Milieus



Milieu	Erlebensorientierung	Verhältnis zum Hochkultur-schema	Verhältnis zum Trivial-schema	Verhältnis zum Spannungsschema
Niveaumilieu	Streben nach Rang	Nähe	Distanz	Distanz
Integrationsmilieu	Streben nach Konformität	Nähe	Nähe	Distanz
Harmoniemilieu	Streben nach Geborgenheit	Distanz	Nähe	Distanz
Selbstverwirklichungsmilieu	Streben nach Selbstverwirklichung	Nähe	Distanz	Nähe
Unterhaltungsmilieu	Streben nach Stimulation	Distanz	Distanz	Nähe



# Exkurs: Erlebnis- & Eventpsychologie



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Verantst.-  
& EventmanagerIn

**Freizeit-  
soziologie**

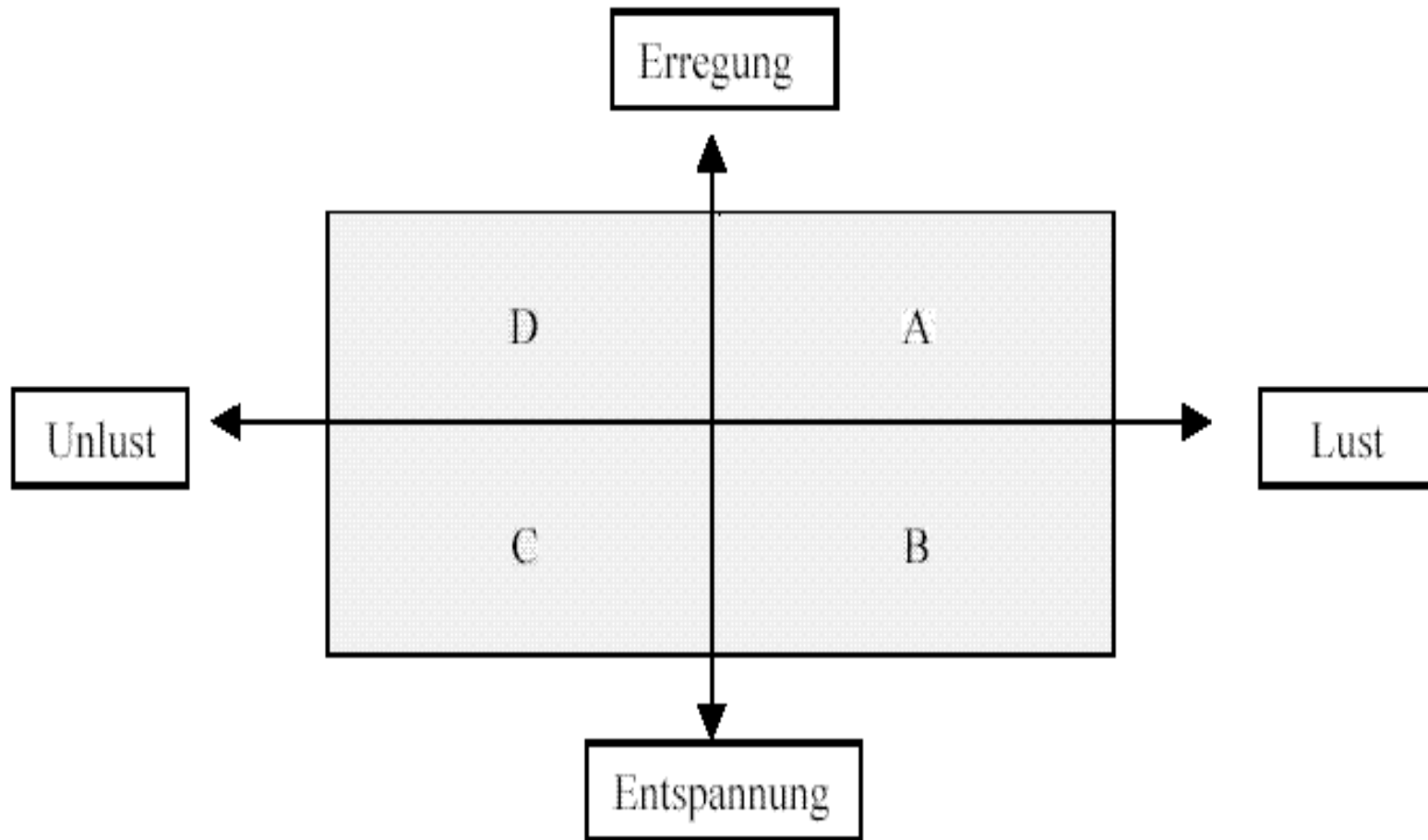
Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**



- **Erlebnis als Prozess**
  - \* Bedürfnisspannung->Suche nach Zielen->
  - \* Wahrnehmung & Vorfreude->Erlebensphase
  - \* Lust an Zielerreichg.->Sättigung->Erinnerg.
- **Erlebnisformen**
  - \* exploratives, soziales, biotisches, ...
  - \* demonstrativ-symbolisches Erleben
- **Erlebnisstrukturen**  
zw. Lust/Unlust und Erregung/Entspannung
- **Erlebnisoptimierung**
  - \* Intensivierung, \* Verlängerung,
  - \* Differenzierung, \* Kommunikation



# Erlebnisformen





# Der Freizeitmarkt als Erlebnismarkt



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Verantst.-  
& EventmanagerIn

## Freizeit- soziologie

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**



- Konkurrenz aller *Erlebnisangebote*
- Erlebnismachfrage: innenorientierter Konsum, Erlebnis als Handlungsziel
- Korrespondenz von Erlebnisbedürfnissen und Erlebnisgütern & -dienstleistungen
- Rationalität der Erlebnismachfrage: Korrespondenz, Abstraktion, Kumulation, Variation, Autosuggestion
- Rationalität des Erlebnisangebotes: Schematisierung, Profilierung, Abwandlung, Suggestion
- Dynamik des Erlebnismarktes: Produktstruktur, Volumenexpansion, räuml. Expansion, Konzentration, Progredienz



# Mittelfrist. Trends I: Freizeitangebote „Stadt“



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Verant.-  
& EventmanagerIn

## Freizeit- soziologie

- Verstärkung der Festivalisierung und „Eventisierung“ des öffentlichen Raumes (auch: Revitalisierung als Kommunik.raum)
- Multifunktionale Nutzung freizeit-bezogene Räume & Infrastruktur („Cross-Over“ Sport Kultur-Freizeit)
- Verstärkung der Modeabhängigkeit freizeitbezogener Infrastrukturansprüche (wachsende Gefahr v. Fehlinvestitionen)
- Verstärkung der Infrastrukturansprüche im Wohnumfeld, der Nachbarschaft bzw. im Stadtviertel

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**







## Mittelfrist. Trends II: Freizeitangebote „Land“



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Verant.-  
& EventmanagerIn

## Freizeit- soziologie

- Ausweitung von lebensstilspezifischen Netzwerken (Szenen) und Treffpunkten auch im ländlichen Raum;
- Erneuerung von lokalen Traditionen und Angeboten durch Eventisierung;
- Zunehmende Bedeutung der dezentralen Kultur- und Sportinfrastruktur für die Freizeitgestaltung unterschiedlicher sozialer Gruppen;
- Problem der Verbindung und Differenzierung der „einheimischen“ und „touristischen“ Freizeitbedürfnisse, -angebote und Veranstaltungen

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**





# Sport und Fitness



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Verant.-  
& EventmanagerIn

## Freizeit- soziologie

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**



- Zunahme von Sportinteresse, Sportausübung und Sportkonsum
- Diversifikation und "Erfindung" von Sportarten
- Sporterlebnisse: Anerkennung, Körpergefühl, Selbstdarstellung, Identität, Sozialkontakt
- Sportliche Leistung: klare Regeln und Kriterien
- Spitzen- und Leistungssport: Abstraktion und soziale Darstellung des Leistungsprinzips
- Hobby- und Fitnesssport:
- Sportvereine: Anbieter am Erlebnismarkt, Organisatoren der Infrastruktur
- Sportartikel- und Sportdienstleistungen
- Sportveranstaltungen: Zuschauersport
- Sport in den Medien



# Extrem- und Risikosport



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Verant.-  
& EventmanagerIn

## Freizeit- soziologie

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**



- "An die Grenzen gehen" als Grundprinzip
- Risikogrenzen, Ausdauergrenzen, Erlebnisgrenzen, Sozialgrenzen
- Extremerlebnisse: Körperbeherrschung, Beschleunigung, Schwindel, Belastung, Gefahr, Angstlust, Rauschzustände, Charakter, Steigerung
- Funktionen: Kontrast zum routinisierten Alltag, Initiation, Vergewisserungsritual, Stimulation
- Narzissmus und Leistungsideologie
- Extremes in den Medien: Novität und Sensation "garantiert"



# Unterhaltungsindustrie I: Der Musikmarkt



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Verant.-  
& EventmanagerIn

- Musik ist *zentrales Symbol für Erlebnisweisen* (Schemata, Milieus)
- *Pop/Rock/Jazz, Klassik, Volkstümlich:* zentrale Teilmärkte
- Musikmarkt als *expansivster Erlebnismarkt*
- *Entwicklung der Tonträger* als Motor
- *Globalisierung* durch AV-Medien
- (tw.) *Entkoppelung des Musikerlebnisses* von sozialen Anlässen und Funktionen
- Pop als Ausdruck, Abfolge und *Vereinnahmung jugendl. Subkulturen*
- Musikmarkt heute: *Recycling, mediale Inszenierung, Diversifizierung*

## Freizeit- soziologie

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**





# Unterhaltungsindustrie II: Audiovisuelle Massenmedien



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Verant.-  
& EventmanagerIn

## Freizeit- soziologie

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**



- Medienkonsum a. *zentrales Freizeitverhalten*
- *"Expressive" Medienerlebnisse zentral:* Identitätsstiftung, Distinktion, Gruppenzugehörigkeit, Lebensstil
- *Weitere Medienerlebnisse:* Unterhaltung, Information, Kommunikation
- Medienkonsum Jugendlicher nach Medien:  
\* 95% Musik, \* 78% Fernsehen,  
\* 31% Computerspiele, \* 6% Internet
- ***Fernsehkonsum*** nimmt mit dem Alter zu (
- ***Radiokonsum als "Begleitmusik";*** milieuspezifische Präferenzen (Ö1, ÖR, Ö3)  
\* Ö3 = Jugendsender, ÖR = 50+ Sender



# Unterhaltungsindustrie III: Unterwegs im Cyberspace



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Verant.-  
& EventmanagerIn

- **Virtualität als Kernkonzept:**
  - \* "Schein" statt "Sein" - Cyberspace heute
- **"Virtual Reality als Eventbereich"**
  - \* Erlebnisraum für alle Sinne
- **"Cyberspace-Erlebnisse":**
  - \* Gefahrloser Thrill im Versuchsterrain;
  - \* Interaktivität statt bloße Rezeption,;
  - \* Identitätsgestaltung,
  - \* Spiel- und Geschicklichkeitserfahrungen
- **Computerspiele:**
  - \* = derzeit größtes Marktsegment :
- **Vom Fernseh-Zapper z. Cyber-Hopper ?**

**Freizeit-  
soziologie**

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**





# Konsumieren als Freizeitangebot



**WIFI-Lehrgang:**  
Freizeit-, Verant.-  
& EventmanagerIn

## Freizeit- soziologie

Univ.-Prof. (JKU) Dr.  
**Ingo Mörth**



- *Einkaufszentren* als „Freizeiteinrichtungen“:
  - \* Erlebnisdimension
  - \* Konsumdimension
- *Einkaufserlebnisse*:
  - \* Abwechslung,
  - \* Tagtraumaktivität,
  - \* "Genuss ohne Reue"
- *Erlebnismarketing*:
  - \* sinnliche Totalität;
  - \* Inszenierung „*milieuspezifischer Kulissen*“
- „*Shopping*“ als *Erlebnis*:
  - \* vom kompensator. zum süchtigen "Shopping".
- *Frauen als Protagonistinnen und Opfer*:
  - \* Facetten des Shopping-Erlebnisses