Univ.-Prof. Dr. Ingo Mörth
Johannes Kepler Universität Linz

Online-Archiv der Publikationen

Nr./ number	V-60
Titel/ title	**Freizeit in Linz – Themen und Trends**
Untertitel/ subtitle	-
title & subtitle English	Leisure in Linz (Austria) – issues and trends.
Koautor/ co-author(s)	-
Art/ category	Vortragsmanuskript/ report manuscript
Jahr/ year	2002
Publikation/ published	Vortrag und Konzept für das interne workshop "Kultur, Medien, Freizeit" im Rahmen des Stadtentwicklungsprojekts "Linz 21", Magistrat der Stadt Linz, April 2002
weiteres/ further link	-

© Ingo Mörth

Dieser Text ist urheberrechtlich geschützt. Er kann jedoch für persönliche, nicht-kommerzielle Zwecke, insbesondere für Zwecke von Forschung, Lehre und Unterricht ("fair use"-copy), gespeichert, kopiert und ausgedruckt und zitiert werden, solange eindeutig die Urheberschaft und die Erstveröffentlichung durch die folgende Zitation kenntlich gemacht wird.

Zitation/ citation:

Mörth, Ingo: Freizeit in Linz –Themen und Trends, Vortrag beim wokshop "Kultur, Medien, freizeit" im Rahmen des Projekts "Linz 21", Magistrat der Stadt Linz, Linz 2002;
online verfügbar über: http://soziologie.soz.uni-linz.ac.at/sozthe/staff/moerthpub/VortragFreizeitLinz.pdf

Externe Links auf diesen Text sind ausdrücklich erwünscht und bedürfen keiner gesonderten Erlaubnis. Eine Übernahme des ganzen Beitrages oder von Beitragsteilen auf einem nicht-kommerziellen web-server bedürfen der Zustimmung des Autors. Jede Vervielfältigung oder Wiedergabe, vollständig oder auszugsweise, in welcher Form auch immer, zu kommerziellen Zwecken ist ohne vorherige schriftliche Genehmigung durch den Autor verboten.

---

copyright notice

Permission to make digital or hard copies of part or all of this work for scholarly, research, educational, personal, non-commercial use is granted without fee provided that these copies are not made or distributed for profit or direct commercial advantage ("fair use"-restriction), and that copies show this notice on the first page or initial screen of a display along with the full bibliographic citation as shown above. External links to this source are welcome and need no specific consent. Any online display of part or all of this work is subject to the prior consent of the author. Any commercial use or distribution is forbidden, unless consented in writing by the author and the publisher.

Übersicht: „Freizeit in Linz - Themen und Trends."

Projekt LINZ 21

Themen-bereich: Freizeit

Impulsreferat

Univ.-Prof. Dr. Ingo Mörth

- Zeitkultur der Moderne
- Freizeitkonzepte zw. Arbeit & Freiheit
- individ. & soziale Funktionen d. Freizeit
- Veränderungen seit den 50er Jahren
- Unterwegs zur „Freizeitgesellschaft"?
- Megatrend I: Freizeit als Erlebnismarkt
- Megatrend II: die Unterhaltungsindustrie
- Megatr. III: Lebensstilisierung, Wertewandel
- Mittelfristige Trends im Freizeitbereich (Verhaltenmuster & Nutzung urbaner Räume)
- Freizeit in Linz 2005 - 2010

„Zeit ist Geld": Zeitkultur der Moderne

Projekt LINZ 21

Themen-bereich: Freizeit

Impulsreferat

Univ.-Prof. Dr. Ingo Mörth

- Disziplinierung der Arbeit(-szeit)
- Zeitregime im „Takt der Maschinen"
- Zeit als „Investitionskapital"
- Zeit als Medium der Geldwirtschaft
- Differenzierung Arbeit - Nicht-Arbeit
- Kampf um arbeitsfreie Zeit
- Entstehung der Freizeit als Institution
- Freizeit als Gegenpol & Komplement der Arbeit und Arbeitsrolle

Freizeitbegriffe zw. Arbeit und Freiheit

Projekt LINZ 21

Themen-bereich: Freizeit

Impulsreferat

Univ.-Prof. Dr. Ingo Mörth

- 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

Individuelle Funktionen der Freizeit

Projekt LINZ 21

Themen-bereich: Freizeit

Impulsreferat

Univ.-Prof. Dr. Ingo Mörth

- Entspannung, Erholung
- Abwechslung, Zerstreuung
- Kommunikation, Geselligkeit
- Information, Bildung
- Bewegung
- Expression
- Identität, Selbstverwirklichung
- Befreiung von Zwängen

Soziale Funktionen der Freizeit

Projekt LINZ 21

Themen-bereich: Freizeit

Impulsreferat

Univ.-Prof. Dr. Ingo Mörth

- Sozialisation
- Regeneration
- Kompensation
- Integration
- Konsum, Kommerz
- Systemstabilisierung
- Innovation, Lebensstilkreation

Veränderungen des Freizeitverhaltens seit den 50er Jahren

Projekt LINZ 21

Themen-bereich: Freizeit

Impulsreferat

Univ.-Prof. Dr. Ingo Mörth

- 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
- 1995~2005: „6A“ - Action, Abwechslung, Ambiente, Ausleben, Ausbildung, (Arbeit als Freizeit erleben ?)

Unterwegs zur „Freizeitgesellschaft“: langfristige Trends

Projekt LINZ 21

Themen-bereich: Freizeit

Impulsreferat

Univ.-Prof. Dr. Ingo Mörth

- Arbeit wird freizeitähnlicher (wird Freizeit auch „arbeitsähnlicher“ ?)
- Gruppen ohne (klassische) Erwerbs-arbeit wachsen/ werden mehr
- Freizeitstile prägen Lebensbereiche
- „Freizeiter“ als Trendsetter der Gesellschaft
- Freizeit als Ort sozialen Lernens
- Freizeit als Erlebnismarkt

Megatrend I: Der Freizeitmarkt als Erlebnismarkt

Projekt LINZ 21

Themen-bereich: Freizeit

Impulsreferat

Univ.-Prof. Dr. Ingo Mörth

- Konkurrenz ***aller*** Erlebnisangebote
- Erlebnisnachfrage: innenorientierter Konsum, Erlebnis als Handlungsziel
- Erlebnisbedürfnisse und Erlebnis-angebote korrespondieren
- Rationalität der Erlebnisnachfrage: Kumulation, Variation, Autosuggestion
- Rationalität des Erlebnisangebotes: Schematisierung, Profilierung
- Dynamik des Erlebnismarktes: Volumenexpansion, räuml. Expansion, Konzentration, Beschleunigung

Megatrend II: Unterhaltungsindustrie - von der Musik z. Cyberspace

Projekt LINZ 21

Themen-bereich: Freizeit

Impulsreferat

Univ.-Prof. Dr. Ingo Mörth

- Medienkonsum: zentrales Freizeitverhalten
- „Expressive" Medienerlebnisse: Identität, Distinktion, Gruppe, Lebensstil
- Musikmarkt ist expansivster Erlebnismarkt
- Globalisierung durch AV-Medien und CVK
- Musikmarkt heute: Recycling, mediale Inszenierung, Diversifizierung
- "Cyberspace-Erlebnisse": Gefahrloser Thrill, Interaktivität, Identitätsgestaltung, Spiel- und Geschicklichkeitserfahrungen
- Größtes Marktsegment: Computerspiele
- Vom Fernseh-Zapper zum Cyber-Hopper ?

Megatrend III: *Differenzierte* Lebens-stilisierung & Wertewandel

Projekt LINZ 21

Themen-bereich: Freizeit

Impulsreferat

Univ.-Prof. Dr. Ingo Mörth

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

Mittelfristige Trends im Freizeitbereich I: Verhaltenstendenzen

Projekt LINZ 21

Themen-bereich: Freizeit

Impulsreferat

Univ.-Prof. 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***").

Mittelfristige Trends im Freizeitbereich II: Nutzung urbaner Räume

Projekt LINZ 21

Themen-bereich: Freizeit

Impulsreferat

Univ.-Prof. Dr. Ingo Mörth

- Verstärkung der Festivalisierung und „Eventisierung" des öffentlichen Raumes (= auch: Revitalisierung als Kommunikationsraum)
- Multifunktionale Nutzung freizeit-bezogener Räume & Infrastruktur („Cross-Over" Sport-Kultur-Freizeit)
- Verstärkung der Modeabhängigkeit frei-zeitbezogener Infrastrukturansprüche (wachsende Gefahr v. Fehlinvestitionen)
- Verstärkung der Infrastrukturansprüche im Wohnumfeld, der Nachbarschaft bzw. im Stadtviertel

Freizeit in Linz 2005 - 2010

Projekt LINZ 21

Themen-bereich:

Freizeit

Impulsreferat

Univ.-Prof. Dr. Ingo Mörth

- Ausweitung von Kultur- und Sport-spektakeln im öffentlichen Raum als Freizeiterlebnisse;
- Inhaltliche und räumliche Öffnung bestehender Kultur-, Freizeit- und Sport-einrichtungen für gemeinsame und wechselseitige Angebote u. Nutzungen;
- Zunehmende Bedeutung der dezentralen Kultur- und Sportinfrastruktur für die Freizeitgestaltung unterschiedlicher sozialer Gruppen;
- Ausweitung von lebensstilspezifischen Netzwerken (Szenen) im Freizeitbereich

Trendanalyse: die zwei wichtigsten Trends im Freizeitbereich

Trendname:	***Freizeit als Erlebnismarkt***
Trendent-wicklung:	• kurzfristig: stark zunehmend • mittelfristig: zunehmend bis stagnierend auf hohem Niveau • langfristig: wieder abnehmend
Relevanz für Linz:	**hoch** • weil sich Städte als "Supermarkt für Freizeiterlebnisse" entwickeln; • weil Städte als Erlebnisorte in Konkurrenz zu anderen Anbietern treten; • weil alle Bevölkerungsgruppen spezifische Erlebnisangebote erwarten; • weil urbane Räume als Ort und Kulisse für Freizeiterlebnisse dienen; • weil Lebensgefühl und Image einer Stadt zunehmend von der Erlebnis-qualität ihrer Freizeitangebote bestimmt wird.
Unschärfen:	Unsicherheiten bestehen wegen einiger Gegentrends: • Trend zum Rückzug in die 4 Wände (Cocooning), • Trends zu Minimalismus und Verinnerlichung ("neue Sinnsuche"), • Rolle und Entwicklung der Medien
Trend-beschreibung:	• Freizeitverhalten wird zu innenorientiertem Konsum; • Freizeitbedürfnisse richten sich auf Kumulation, Intensivierung und Vari-ation (immer mehr und immer wieder und in immer neuen Spielarten); • Freizeitangebote werden schematisiert und professionalisiert; • Kultur- und Sportangebote und -ereignisse werden zum Bestandteil des Erlebnismarktes Freizeit ("Cross-over-Tendenz"); • verschiedene Bevölkerungsgruppen entwickeln unterschiedliche Erleb-nisorientierungen und erwarten ein differenziertes Angebot am Erlebnis-markt
Linz-relevante Akteure/ Akti-vitäten:	• alle Erlebnisanbieter im öffentlichen Raum (Kulturevents: Pflasterspektakel, Linzfest, Klangwolke ...; Sportevents: Linz-Marathon ...; Sozialevents: Jahrmarkt ...); • Betreiber von Einrichtungen und Angeboten im Freizeitbereich (Gastro-nomie, Sport und Wellness, Kinos, Kulturstätten, Volkshäuser, Vereine...)
Ergänzende Bemerkungen:	• auch im Wohnumfeld und im Stadtteil werden wieder zunehmend Erleb-nisangebote erwartet, wodurch auch die Stadtflucht gemindert werden kann.

Trendname:	***Mediatisierung der Freizeit***
Trendent-wicklung:	• kurzfristig: zunehmend • mittelfristig: stark zunehmend • langfristig: nicht abschätzbar (wegen unvorhersehbarer Innovationen in der Medientechnik)
Relevanz für Linz:	**mittel** • weil die Medienentwicklung auf globaler Ebene stattfindet; • weil eine mediatisierte Unterhaltungsindustrie sich nicht lokal, sondern national und multinational formiert; • weil trotzdem lokale Produzenten und Anbieter ihre Nischen am Medienmarkt behaupten und mit passenden Angeboten gerade im Freizeitbereich auch ausbauen können; • weil die Medienentwicklung mehr interaktive und kommunikative Komponenten zulassen wird und lokale Vernetzungen ermöglichen kann.
Unschärfen:	• technikbedingte Veränderungen und neue Möglichkeiten der Mediennutzung und -anwendung (z.B. VR (virtual reality) am PC); • ev. Technikmüdigkeit und Überforderung durch Komplexität neuer Medientechniken zumindest bei einzelnen sozialen Gruppen
Trend-beschreibung:	• Medienkonsum wird zum zentralen (häuslichen) Freizeitverhalten • auch "expressive" Freizeiterlebnisse werden über Medien vermittelt (Identität, Distinktion, Gruppenbildung) • Virtuelle Welten (Computer- und Web-Spiele, ev. VR zuhause) ermöglichen komplexe Erlebnisse ohne Gefahr und Mühe • Mediennutzung für freizeitähnliche Gestaltung anderer Bereiche (z.B. Bildung und Information als "edutainment" und "infotainment") • Entwicklung einer globalen Unterhaltungsindustrie mit immer mehr freizeitbezogenen Medienprodukten (Musik, AV-Medien, CVK (computervermittelte Kommunikation)) • Lokale Medienanbieter verbreitern ihre Medienplattformen gerade auch im Freizeitbereich (vom informierenden Print- zum interaktiven Web-Medium)
Linz-relevante Akteure/ Aktivitäten:	• Printmedien und Web-Medien; • ORF und private AV-Anbieter; • AEC; • Medienpräsenz aller Kultur-, Freizeit und Sportanbieter
Ergänzende Bemerkungen:	• Aktive und passive Medienkompetenz aller Bevölkerungsgruppen wird zu einer zentralen Bildungsaufgabe lokaler und regionaler Institutionen, um der Unterhaltungsindustrie selbstbestimmte Entwicklungen und Nutzungen gerade im Freizeitbereich entgegensetzen zu können.