



**Univ.-Prof. Dr. Reinhold Popp**  
(Zentrum für Zukunftsstudien – Salzburg/Urstein)

**ZUKUNFT : FREIZEIT : EHRENAMT.**

**Das Freizeitverhalten der jungen Generation**

**Vortrag**

**im Rahmen des Symposiums der Stiftung ZUKUNFT  
BERLIN „Wie man sich Freunde schafft. Förder- und  
Freundeskreise in der Kultur. Die junge Generation“**

**Staatsbibliothek zu Berlin, 23.01.2009**



## Zentrum für Zukunftsstudien



am FH-Campus *Salzburg-Urstein*

Das *Zentrum für Zukunftsstudien* beschäftigt sich

- sowohl mit der wissenschaftlichen Analyse gesellschaftlich bedeutsamer Entwicklungen (z.B. mit dem Problemkreis „*Zukunft : Lebensqualität*“)
- als auch mit der wissenschaftlichen Begleitung von Innovationsprozessen.



## Freizeit & Lebensqualität im 21. Jahrhundert

Der *Club of Rome* hat bereits 1984 den *Bedeutungszuwachs des Lebensbereichs FREIZEIT* als einen der wichtigsten MEGATRENDS der Zukunft und als *eine der größten Herausforderungen für die Lebensqualität der Menschen im 21. Jahrhunderts* erkannt.

Zukünftig werden Erfolgserlebnisse auch außerhalb des Berufes unsere Lebensqualität noch mehr als heute beeinflussen.



## **90% der Lebenszeit – außerhalb des Berufs**

In den vergangenen hundert Jahren hat sich die statistische Lebenszeit um ca. 30 Jahre verlängert.

Gleichzeitig hat sich der Anteil der Berufszeit an der gesamten Lebenszeit deutlich reduziert.

Heute beträgt die in Beruf und Schule verbrachte Zeit im gesamten Lebensverlauf höchstens 70.000 Stunden.

**Das sind etwa 10 % der gesamten Lebenszeit!**

90% der Lebenszeit werden außerhalb des Lebensbereichs „Beruf“ gestaltet.



## Freizeit im Spannungsfeld zwischen Konsum und aktiver Gestaltung

### FREIZEIT ALS KONSUMZEIT

Freizeit ist ein gigantisches Zeitkapital, das in erster Linie *konsumierend* genutzt wird, z.B. Medienkonsum, Einkaufen, ...

Der traditionelle bedarfsdeckende *Versorgungskonsum* wird immer stärker von immer neuen Ausprägungsformen des *Erlebniskonsums* überlagert. Diese Entwicklung trifft gerade bei jungen Menschen auf ein *starkes Bedürfnis nach Erlebnisorientierung*. (WICHTIG – auch beim Ehrenamt!)

### FREIZEIT ALS ZEIT FÜR AKTIVITÄT & ENGAGEMENT

*Aktivität & Engagement* im Vergleich zur Konsumorientierung *eher gering* entwickelt.

Das aus *vielen Milliarden von Stunden* bestehende Zeitbudget der Freizeit ist ein viel zu wenig beachtetes „Kapital“ für den *sozialen Zusammenhalt!*



## Gefahrenpotential des konsumorientierten Modells der Bedürfnisbefriedigung

### ANIMATION ZUR PARTIZIPATION

Kritisch betrachtet ist übrigens **nicht die Konsum-Logik *an sich*** sondern vor allem die ***Dominanz*** der in unserem Wirtschafts- und Gesellschaftssystem zentralen **Logik der Bedürfnisbefriedigung durch Konsum** auch aus ***demokratiepolitischer*** Sicht problematisch.

Durch diese Dominanz des **konsumorientierten Modells** der Bedürfnisbefriedigung werden nämlich Menschen herangebildet, für die Probleme **nicht** durch **gemeinsame Aktivität und Initiative** lösbar erscheinen sondern durch Konsum von am Warenmarkt angebotenen Produkten bzw. Dienstleistungen.



## **DATEN & FAKTEN**

### **zum freiwilligen Engagement der jungen Generation**

Die folgenden Daten aus dem deutschen „Freiwilligensurvey“ beziehen sich auf die junge Generation im Alter von 14 bis 24 Jahren:

#### **36% engagieren sich freiwillig in verschiedenen Praxisfeldern**

- Größter Engagementbereich: Sport (11 %)
- Immer wichtiger: Schule 7 % (schulische Projektgruppen, Elterninitiativen,...)
- Kultur & Musik (5 %)
- Kirche & Religion (5 %)
- Freizeit & Geselligkeit (5 %)
- Soziales Engagement (4 %)
- Freiwillige Feuerwehr & Rettungsdienste (2,5 %)
- Außerschulische Jugendarbeit (1,5 %)



## **DATEN & FAKTEN**

### **zum freiwilligen Engagement der jungen Generation**

- Wenig **weibliche** Jugendliche/junge Erwachsene in leitenden Funktionen
- Trend zu **informellen** Organisationsformen (Initiativen, Projekte, ...)
- So viel **formelle Struktur** wie nötig – so viel **informelles Vereinsleben** wie möglich
- Trend zu zweckrationaler Motivation (Kompetenzerwerb für Beruf)
- Der/die „**typische**“ **engagierte 14-24-Jährige**: höherer Bildungsstatus, Mittel- bzw. Oberschicht, größerer Freundes- bzw. Bekanntenkreis, gut sozial integriert





## DATEN & FAKTEN

### zum freiwilligen Engagement der jungen Generation

- Über die bereits engagierten 36 % hinaus wären **43 %** der jungen Menschen zu Engagement bereit, werden jedoch nicht aktiviert! Allem Anschein nach gibt es **zu wenig zielgruppenspezifische Beratung & öffentliche Information**
- Besonders hohes – bisher nicht ausgeschöpftes – Engagementpotential:  
weibliche Jugendliche + Jugendliche mit eher niederem Bildungsstatus
- Mehr **Unterstützung durch Arbeitgeber**
- Nur *selten* Wunsch nach Bezahlung, jedoch *häufig* Wunsch nach unbürokratischem **Spesenersatz**
- (Unfall- sowie Haftpflicht-) **Versicherung**



## 10 Gebote

### für die Aktivierung junger Menschen zu mehr freiwilligem Engagement

- ERSTENS:** Für **bessere Anerkennung** des freiwilligen Engagements in Gesellschaft, Wirtschaft und Politik sorgen!
- ZWEITENS:** Strategien für die bessere **Ausschöpfung des großen Engagement-Potentials** erarbeiten!
- DRITTENS:** Zielgruppenspezifische – also jugendgemäße – **Beratung und öffentliche Information** ausbauen!
- VIERTENS:** Überbordende „**Vereinsmeierei**“ einschränken!
- FÜNFTENS:** **Informelle und lockere Organisationsformen** ermöglichen!



## 10 Gebote

### für die Aktivierung junger Menschen zu mehr freiwilligem Engagement

- SECHSTENS:** Eine ausgeprägte **Erlebnisqualität** schaffen!
- SIEBENTENS:** Den offenen **Projektcharakter** betonen!
- ACHTENS:** Den **Nutzen für die berufliche Zukunft** hervorstreichen!
- NEUNTENS:** Entsprechende **Weiterbildungsmöglichkeiten** anbieten!
- ZEHTENS:** Eher auf die **Kür** als auf die Pflicht setzen!



**Univ.-Prof. Dr. Reinhold Popp**  
(Zentrum für Zukunftsstudien – Salzburg/Urstein)

**ZUKUNFT : FREIZEIT : EHRENAMT.**

**Das Freizeitverhalten  
der jungen Generation**

**DANKE**  
**FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT**