

SOWI-ARBEITSPAPIER NR. 45

Werner Kriesel,
Paul Klein, Ekkehard Lippert

FREIZEIT DER SOLDATEN (III)
ZUM FREIZEITVERHALTEN
JUNGER MÄNNER
Sekundärauswertung einer Er-
hebung

München, Januar 1991

Inhalt

Einführung		
1.	Grundlagen der Sekundärauswertung	
2.	Freizeitverständnis: Zum Stellenwert von Arbeit, Einkommen und Freizeit	
3.	Wohnverhältnisse	
3.1	Wohnen bei den Eltern und persönlicher Wohnraum	
3.2	Zur Bedeutung der eigenen Wohnung/des eigenen Zimmers	
4.	Treff mit Freunden und Bekannten	
4.1	Häufigkeit und Örtlichkeit des Treffens	
4.2	Hausbesuch	
4.2.1	Art und Häufigkeit von Hausbesuchen	
4.2.2	Freizeitaktivitäten bei Hausbesuchen	
4.2.3	Einladung zum Essen	
4.3	Freundin (Partnerschaftssituation)	
5.	Freizeitaktivitäten (Gesamtspektrum)	
5.1	Zur Häufigkeit (Freizeitgewohnheiten)	
5.2.	Zur Beliebtheit der Freizeitaktivitäten	
5.3	Zur Erwünschtheit der Freizeitaktivitäten	
5.4	Zusammenfassung: Freizeitinteressen und Freizeitgewohnheiten	
6.	Sport	
6.1	Sportliche Betätigung (allgemein)	
6.2	Sportarten	
7.	Do-it-yourself	
7.1	Heimwerker-Sparten (Häufigkeiten)	
7.2	Heimwerker-Sparten (Beliebtheit)	
7.3	Heimwerker-Materialien	
8.	Konsumgüter der Freizeitindustrie	
8.1.	Fotografieren/Videofilmen	
8.2	Ausstattung mit elektronischen Musik- und Bildwiedergabegeräten	
8.3	Heim-/Personalcomputer und Videospiele	
8.4.	„Neue Medien“	
9.	Politisches und soziales Engagement	
9.1	Politisches Interesse	
9.2	Politische Grundorientierung	
Zusammenfassung: Anhaltspunkte für die Freizeitpolitik der Bundes-		

wehr	
Tabellenanhang	

Einführung

Arbeitspapier 45 enthält Beiträge zur Freizeit der Soldaten. Die mitgeteilten Freizeitbefunde stützen sich auf die Zweit- bzw. Sekundärauswertung einer vom INSTITUT FÜR JUGENDFORSCHUNG im Jahre 1989 durchgeführten Umfrage über das Freizeitverhalten junger Erwachsener.

Die Sekundärauswertung wurde in der Absicht vorgenommen, den mit der Gestaltung der Freizeit von Bundeswehrsoldaten befaßten Personen konkrete Hilfen zu vermitteln. Die statistische Aufbereitung der Umfrageergebnisse ist so angelegt, daß der Anwender in diesem Arbeitspapier auch Anhaltspunkte darüber findet, ob Freizeitmaßnahmen bei

- jüngeren (18 - 21 J.) und älteren (21 - 25 J.) Soldaten,
- Soldaten mit Haupt-, Mittel- und Oberschulabschluß,
- Soldaten aus ländlichen, mittel- und großstädtischen Regionen auf ein gleich starkes Interesse stoßen.

Als wichtige Hilfe für die Bereitstellung von Freizeitangeboten, die Alter und soziale Herkunft berücksichtigen, könnte sich insbesondere die Tabelle "Freizeitinteressen" (S. 45) erweisen.

1. Grundlagen der Sekundärauswertung

Datenbasis:

Ausgangsgrundlage der Sekundärauswertung sind 1.005 junge Erwachsene (18 - 27 Jahre), die im Jahre 1989 vom Institut für Jugendforschung zum Freizeit-/Konsumverhalten befragt wurden.

Auswertungsgruppe:

Gemäß dem Auswertungsziel, Grundlagen für die Freizeitpolitik der Bundeswehr -mit Schwerpunkt Wehrdienstleistende - zu gewinnen, beschränkt sich die Sekundäranalyse auf wehrdiensttaugliche junge Männer (18 - 25 Jahre), die den Wehrdienst nicht ablehnen - bzw. nicht abgelehnt haben - (283 Befragte). Ein genaueres Bild über die Einstellung der Befragten zum Wehr-/Zivildienst vermittelt Grundlagentabelle Nr. 1.

Grundlagentabelle Nr. 1: Auswertungsgruppe (n=282), untergliedert nach Bundeswehrerfahrung und Einstellung zum Wehr-/Zivildienst – des besten Freundes

	freigestellt	noch n. gemustert	freiwillig	Wehrdienst	zus
Angenommen, Ihr bester Freund wird eingezogen und leistet Wehrdienst - was halten Sie davon ?					
finde ich gut	18%	23%	55%	26%	26%
akzeptiere ich, weil es wegen d. allgem. Wehrpflicht sein muß	31%	44%	32%	40%	39%
lehne ich ab			5%	14%	6%
ist seine Sache/mir egal	43%	28%	9%	20%	26%
habe ich noch nicht darüber nachgedacht	8%	5%			3%
ohne Angabe .				1%	
Angenommen, er verweigert den Wehrdienst und macht Zivildienst - was halten Sie davon?					
finde ich gut	18%	23%	9%	35%	26%
lehne ich ab	4%	13%	18%	9%	10%
ist seine Sache/wir egal	71%	60%	68%	54%	60%
habe ich noch nicht darüber nachgedacht	8%	4%	5%	1%	4%
zus	100%	100%	100%	100%	100%
abs	51	94	22	116	283

Unter den Befragten überwiegt (39 %) die bloße Akzeptanz des Wehrdienstes. Lediglich bei einem Viertel (26 der Auswertungsgruppe findet der Wehrdienst - des besten Freundes volle Zustimmung. Ein ebenso großer Anteil (26 %) der Befragten findet die Wehrdienstverweigerung - des besten Freundes - gut. Nur ein Zehntel der Befragten lehnt den ersatzweisen Zivildienst ab.

Über die soziodemographische Zusammensetzung der Auswertungsgruppe informieren die Grundlagentabellen Nr. 2 und 3 im Tabellenanhang.

2. Freizeitverständnis: Zum Stellenwert von Arbeit, Einkommen und Freizeit

Freizeit ist wichtiger als Arbeit:

Der Aussage „Ein angenehmes Leben und viel Freizeit sind mir wichtiger als anstrengende Arbeit und beruflicher Erfolg“ stimmen 62 % der Befragten zu, vgl. Tabelle Nr. 1. Noch etwas größer (65 %) ist der Anteil derjenigen, die in der Arbeit „lediglich ein Mittel, mit dem ich das Geld verdiene, das ich zum Leben brauche“, sehen.

Tabelle Nr. 1: Freizeitverständnis (Freizeit ist wichtiger als Arbeit)

Viel Freizeit ist wichtiger als berufl. Erfolg	18-21 Jahre	22-25 Jahre	Hauptschule	Real-/ Fachsch.	Abi- tur/ Studi- um	bis 10 Tsd. Ew.	10-100 Tsd. Ew	über 100 Tsd. Ew	zus.
stimme völlig zu	18%	25%	20%	24%	221	24%	17%	27%	21%
stimme eher zu	42%	40%	44%	41%	387	40%	43%	40%	41%
lehne eher ab	29%	21%	23%	24%	29%	28%	24%	22%	25%
lehne völlig ab	6%	9%	8%	4%	9%	6%	10%	6%	7%
weiß nicht	5%	5%	5%	6%	3%	2%	7%	4%	5%
zus. (abs.)	152	129	97	82	93	83	123	67	281
Arbeit ist Mittel zum Zweck									
stimme völlig zu	25%	31%	35%	32%	16%	14%	34%	34%	28%
stimm eher zu	39%	33%	36%	40%	36%	45%	35%	25%	37%
lehne eher ab	25%	26%	25%	21%	30%	31%	22%	30%	26%
lehne völlig ab	7%	9%	4%	5%	14%	10%	6%	7%	87
weiß nicht	3%	1%		2%	4%		3%	3%	2%
zus. (abs.)	153	129	97	82	94	84	123	67	282

Geld und Arbeitsplatz sind wichtiger als Freizeit:

Die vorangehende Freizeitbewertung erfährt realistische Einschränkung, wenn nach den wichtigsten Gesichtspunkten zur Beurteilung der eigenen Arbeit gefragt wird.

Tabelle Nr. 2: Freizeitverständnis (Geld und Arbeit sind wichtiger als Freizeit)

am wichtigst. oder zweitwichtigst. ist	18-21 Jahre	22-25 Jahre	Haupt- schule	Real-/ Fach- sch.	Abitur/ Studium	bis 10 Tsd. Ew.	10-100 Tsd. Ew.	über 100 Tsd. Ew	zus.
„Geld“ (Be- zahlg./Eink.)	73%	79%	85%	76%	67%	76%	70%	85%	76%
Sicherer Arbeits- platz	54%	58%	65%	62%	43%	60%	54%	57%	56%
Sich selbst verwirk- lichen	31%	29%	15%	22%	53%	24%	35%	28%	30%
Sympathische Kol- legen	23%	15%	17%	23%	16%	24%	20%	12%	19%
Viel Freizeit	15%	16%	13%	15%	17%	15%	17%	12%	16%

Originalwerte s. Ergänzungstabelle (Tabellenanhang)

'Viel Freizeit' beurteilen dann nur noch 16 % der Befragten als vorrangig (am wich- tigsten/zweitwichtigsten), s. Tabelle Nr. 2.

Für drei Viertel der befragten jungen Männer rangiert das Geld (Bezahlung oder gutes Einkommen) an der Spitze - erste oder zweite Position - der Beurteilungskri- terien. Darauf folgt die Sicherheit des Arbeitsplatzes; sie wird von über der Hälfte der Befragten (56 %) mindestens als zweitwichtigstes Kriterium bezeichnet.

An dritter Stelle (30 %) steht die Selbstverwirklichung. Höchster Stellenwert kommt diesem Arbeitsaspekt vor allem unter Abiturienten (53 %) zu, vgl. Tabelle Nr. 2.

Für die Vermutung, daß 'viel Freizeit' allenfalls für eine Minderheit unter den Befragten tatsächlich mit Vorrang anstrebenswert ist, spricht auch die hohe Zustimmung (78 %) zu der Aussage „Der Erfolg eines Menschen wird bei uns in der Bundesrepublik letztlich am Geld gemessen“, s. Tabelle Nr. 3.

Tabelle Nr. 3: Freizeitverständnis (Zum Stellenwert von Arbeit, Einkommen, Freizeit)

Der Erfolg eines Menschen wird am Geld gemessen	18-21 Jahre	22-25 Jahre	Hauptschule	Real-/Fachsch.	Abi-tur/S-tudium	bis 10 Tsd. Ew	10-100 Tsd. Ew	über 100 Tsd. Ew.	zus.
stimme völlig zu	45%	39%	48%	41%	35%	35%	44%	51%	42%
stimme eher zu	32%	40%	30%	37%	40%	41%	33%	31%	36%
lehne eher ab	18%	12%	14%	13%	17%	18%	15%	10%	15%
lehne völlig ab	5%	9%	5%	9%	81%	5%	8%	7%	7%
weil nicht	1%	1%	2%			1%	1%		
zus. (abs.)	152	129	97	82	93	83	123	67	281

3. Wohnverhältnisse

3.1. Wohnen bei den Eltern und persönlicher Wohnraum

Drei Viertel der befragten jungen Männer wohnen noch zu Hause bei den Eltern bzw. im Elternhaus. In ländlich-kleinstädtischen Regionen (bis 10 Tsd. Einwohner) beträgt der Anteil der zu Hause Wohnenden knapp 90 %, in der 'Mittelstadt' (10 -100 Tsd. Einwohner) sind es gut drei Viertel (77%), im Großstadtbereich ist es gut die Hälfte (54 s. Tabelle Nr. 4).

Tabelle Nr. 4: Wohnen im Elternhaus und Wohnraum

	18-21 Jahre	22-25 Jahre	Hauptschule	Real-/Fachsch.	Abi-tur/Studium	bis 10 Tsd. Ew	10-100 Tsd. Ew	über 100 Tsd. Ew.	zus.
zuhause bei den Eltern wohnen	86%	63%	74%	78%	73%	89%	77%	54%	76%
über eigenes Zimmer oder eigene Wohnung verfügen	88%	88%	85%	89%	90%	85%	88%	96%	88%
eigenes Bad haben	21%	40%	30%	29%	30%	24%	25%	45%	29%
eigene Küche haben	10%	34%	24%	23%	17%	13%	17%	40%	21%
über eigene Wohnung verfügen	12%	28%	21%	18%	19%	13%	15%	36%	19%

Rund neun Zehntel (88 %) der jungen Männer können ihre Freizeit in den eigenen vier Wänden gestalten. Aber über mehr als ein eigenes Zimmer, z. B. über ein eigenes Bad, verfügen nur knapp 30 % der Befragten.

3.2. Zur Bedeutung der eigenen Wohnung/des eigenen Zimmers

Das eigene Zimmer/die eigene Wohnung bedeutet für über 90 % der Befragten 'vor allem' Erholung und Entspannung, d. h. folgende Aussagen treffen besonders

zu:

- ... der Ort, wo ich mich von der Arbeit/der Schule erholen kann
- ... daß es da gemütlich ist, daß ich mich da richtig wohlfühle
- ... daß alles sehr praktisch ist, bequem eingerichtet ist.

Detaillierte Zahlenangaben sind in Tabelle Nr. 5 (s. Tabellenanhang) enthalten.

Über 80 % der jungen Männer sehen in den eigenen vier Wänden 'vor allem' ein Persönliches Refugium, d. h.

- ... einen Ort, wo ich mich völlig zurückziehen kann, um auch mal ganz allein zu sein
- ... meinen Lebensmittelpunkt, meinen ganz persönlichen Bereich
- ... daß ich mich da so richtig geborgen und sicher fühle.

Gesellige Funktionen hat der eigene Wohnbereich 'vor allem' für drei Viertel der Befragten als Ort der

Begegnung, d. h.,

- ... daß man da jederzeit mit Freunden zusammensein kann
- ... daß sich auch andere dort wohl fühlen.

Weitere - eher ungesellige - Bedeutungen der eigenen Wohnung liegen, ebenfalls für einen Anteil von jeweils rd. drei Viertel, 'vor allem, in der

Freiheit von Zwängen/Rücksichtnahme, d. h.,

- ... daß ich da ungestört Musik hören kann
- ... ein Ort, wo man frei atmen und sprechen kann;

sowie bei der

Entfaltung der Persönlichkeit, d. h.,

- ... daß ich den Raum ganz nach meinem eigenen Geschmack gestalten und verändern kann
- ...daß man sich da mit schönen Dingen umgeben kann

...daß ich sie immer wieder ergänzen und umgestalten kann, wie es mir gefällt.

Nur ein Drittel der Auswertungsgruppe betrachtet den eigenen Wohnbereich 'vor allem' als

Statussymbol/Demonstrationsobjekt, d. h.,

... daß man ihn Besuchern vorzeigen kann

... daß es da immer tiptop in Ordnung und sauber ist

... daß da wertvolle Möbel und andere wertvolle Sachen stehen

... ein Ort, wo man zeigen kann, daß es einem finanziell gut geht.

4. Treffen mit Freunden und Bekannten

4.1. Häufigkeit und Örtlichkeit des Treffens

Nur sehr wenige der befragten jungen Männer (4 %) verbringen ihre Freizeit ausgesprochen kontaktarm; sie treffen sich in 14 Tagen nicht ein einziges Mal mit Freunden oder Bekannten, s. Tabelle Nr. 6.

in den letzten 14 Tagen zus. mit Freunden / Bekannten	18-21 Jahre	22-25 Jahre	Haupt-schule	Real-/Fachsch.	Abi-tur/Stu-dium	bis 10 Tsd. Ew.	10-100 Tsd. Ew.	über 100 Tsd. Ew.	zus.
kein mal	5%	2%	17	62	4%	4%	3%	3%	4%
1 -3 mal	137	16%	15%	15%	15%	16%	12%	17%	14%
4-5 mal	24%	21%	247	26%	157	ZU	18%	33%	23%
6-9 mal	23%	29%	30%	27%	19%	29%	24%	26%	26%
10-12 mal	22%	26%	23%	16%	32%	22%	28%	15%	24%
13-15 mal	137	6%	7%	10%	14%	6%	14%	65	105
zus abs	100% 1 so	100% 129	100% 96	100% 81	100% 93	100% 85	100% 120	100% 66	100% 279
Mittl. Treff-Häufigkt	7.6	7.0	6.9	7.0	8.2	6.7	8.1	6.5	7.3
wo an liebsten zus.?									
bei mir	17%	22%	19%	20%	19%	20%	18%	21%	19%
bei Freunden	20%	18%	19%	15%	23%	19%	15.%	20%	19%
woanders	63%	60%	61%	65%	58%	61%	67%	59%	62%
zus abs	100% 151	100% 128	100% 98	100% 79	100% 93	100% 84	100%	100% 66	100% 2

Die Mehrheit der Befragten (49) ist 4 - 9mal im Verlaufe von 2 Wochen mit Bekannten zusammen. Nahezu täglich (10 - 15mal) nimmt ein Drittel der Auswertungsgruppe soziale Freizeitkontakte auf, wobei sich Abiturienten/Studenten (46) als besonders kontaktfreudig erweisen.

Als Treffpunkt bevorzugen die jungen Männer außerhäusliche Örtlichkeiten; knapp, zwei Drittel (62 %) sind am liebsten 'woanders' mit ihren Freunden/Bekanntem zusammen.

4.2. Hausbesuch

4.2.1. Art und Häufigkeit von Hausbesuchen

Keinerlei Abend- oder Wochenendbesuch von Freunden empfing - in den letzten 14 Tagen - gut ein Zehntel der Befragten, s. Tabelle Nr. 7.

Tabelle Nr. 7: Häufigkeit und Art von Hausbesuchen

Hausbesuch in den letzten 14 Tagen	18-21 Jahre	22-25 Jahre	Hauptschule	Realsch./Fachsch.	Abitur/Studium	bis 10 Tsd. Ew.	10-100 Tsd. Ew.	über 100 Tsd. Ew.	zus.
einfach zus. sitzen und etwas trinken									
kein mal	14%	8%	10%	18%	7%	16%	9%	10%	11%
1-3 mal	32%	47%	44%	7%	34%	45%	35%	42%	39%
4-5 mal	24%	17%	18%	23%	21%	15%	22%	27%	21%
6-9 mal	14%	19%	20%	12%	19%	13%	19%	15%	16%
10-12 mal	11%	7%	7%	8%	14%	10%	11%	5%	9%
13- 14 mal	5%	2%	2%	3%	6%	1%	5%	2%	3%
zus. abs	100% 144	100% 120	100% 91	100% 78	100% 86	100% 82	100% 113	100% 62	100% 264
Mittl. Besuchshäufigkt	5.2	4.4	4.5	4.7	5.5	4.2	5.3	4.4	4.8
etwas zus. essen u. trinken									
kein mal	99%	99%	100%	100%	97%	100%	98%	100%	99%
einmal	1%	1%			3%		2%		1%
etwas Besond. kochen									
kein mal	75%	75%	78%	78%	68%	81%	76%	72%	75%
einmal	16%	12%	14%	13%	15%	11%	13%	21%	14%
2 mal	6%	9%	5%	5%	13%	4%	9%	4%	7%
öfter	3%	4%	3%	4%	4%	5%	2%	3%	4%
zus. abs	100% 154	100% 129	100% 98	100% 82	100% 94	100% 85	100% 123	100% 67	100% 283

Fast 40 % der jungen Männer haben - innerhalb 2 Wochen – zwischen 1 - 3mal Hausbesuch, bei dem man einfach zusammen sitzt und etwas trinkt.

Die restliche Hälfte der Befragten trifft sich öfter als 3mal in 14 Tagen mit Freunden oder Bekannten bei einfachen Hausbesuchen. Abend- oder Wochenendbesuche, bei denen Freunde ohne viel Aufhebens an den üblichen häuslichen Mahlzeiten teilnehmen, sind dagegen fast (bei 99 %) ausgeschlossen, s. Tabelle Nr. 7.

Auch Einladungen zum Essen, bei denen etwas Besonderes gekocht wird, sind bei den jungen Männern nicht sehr beliebt, höchstens bei einem Viertel der Befragten.

4.2.2. Freizeitaktivitäten bei Hausbesuch

Wenn die befragten jungen Männer ganz normalen Besuch haben, für den sie sich nicht besonders anstrengen - Essen kochen und Tisch decken -, dann werden fast immer (bei 99 %) Gespräche geführt und in den meisten Fällen (bei 95 %) Getränke konsumiert.

häufige Aktivitäten bei normalem Besuch	18-21 Jahre	22-25 Jahre	Hauptschule	Real-/Fachsch.	Abitur/Studium	bis 10 Tsd. Ew.	10-100 Tsd. Ew.	über 100 Tsd. Ew.	zus.
Gespräche führen	98%	100%	100%	99%	98%	99%	98%	100%	99%
- Unterhalten	94%	96%	98%	95%	91%	95%	93%	97%	95%
- Diskutieren	59%	64%	59%	57%	66%	52%	64%	67%	61%
Getränke	94%	95%	95%	96%	93%	99%	91%	96%	95%
- Bier trinken	73%	79%	80%	76%	72%	79%	74%	79%	76%
- Nichtalkoholisches	64%	63%	61%	59%	70%	62%	59%	70%	64%
- Wein trinken	21%	40%	26%	32%	29%	16%	29%	45%	30%
- Schnaps oder Likör	25%	20%	21%	27%	21%	21%	20%	28%	23%
- Cocktails/Mixgetränke	16%	13%	9%	18%	17%	13%	11%	19%	14%
- Sekt/Champagner	13%	12x	10%	12%	15%	8%	13%	13%	12%
Hören und Sehen	89%	82%	92%	89%	78%	88%	86%	87%	86%
- Musik hören	80%	76%	87%	78%	70%	80%	81%	73%	78%
- Fernsehen/Video	68%	57%	68%	67%	52%	64%	62%	66%	63%
Essen	81%	77%	73%	84%	79%	72%	80%	82%	79%
Knabbern	67%	63%	59%	70%	66%	60%	66%	67%	65%
Kaffee/Kuchen	31%	36%	34%	32%	34%	28%	32%	39%	34%
Belegte Brote	31%	24%	28%	35%	19%	27%	28%	24%	28%
Spiele spielen	36%	53%	42%	44%	41%	45%	41%	45%	44%
- Kartenspiele	28%	32%	33%	32%	20%	27%	31%	28%	30%
- Gesellschaftsspiele	21%	36%	22%	29%	32%	29%	23%	31%	28%
Musik wachen	8%	9%	5%	7%	13%	4%	11%	9%	8%
Tanzen	6%	3%	5%	1%	5%	2%	5%	6%	5%

Streitgespräche (Diskutieren, 61 %) sind weniger beliebt als das Unterhalten (95 %) und werden besonders in ländlich-kleinstädtischen Regionen gemieden (52%).

Unter den Getränken steht bei normalem Hausbesuch das Bier (bei 76 %) an erster Stelle, darauf folgen (bei 64 nichtalkoholhaltige Getränke.

Beim Wein, der im Normalfall bei weniger als einem Drittel (30 %) der Befragten auf dem Tisch steht, fällt auf, daß er vor allem von den Älteren (22 - 25 Jahre: 40 %) und in den Großstadtregionen (45 %) getrunken wird.

Zu den Getränken werden meistens (bei rd. 80 %) auch Kleinigkeiten zum Essen angeboten.

Neben den Gesprächen gehören bei normalem Hausbesuch vor allem passives Musikhören und/oder Fernsehen (bei zus. 86 %) zum Standardprogramm. Weitaus seltener ist aktive Freizeitgestaltung anzutreffen. Spiele werden - im Schnitt betrachtet - bei weniger als der Hälfte (44 %) der befragten Männer gespielt, eine Ausnahme bil-

den nur die Älteren (53 %); und Hausmusik (8 %) oder Tanzen (5 %) sind ausgesprochen selten.

Aus dem skizzierten Gesamtrahmen fallen allenfalls die Abiturienten etwas heraus: Hören und Sehen (78 %) sowie Kartenspielen (20 %) hat bei ihren Hausbesuchen geringeren, das Musizieren (13 %) dagegen höheren Stellenwert als bei jungen Männern mit Haupt- oder Realschulabschluß.

4.2.3. Einladung zum Essen

Falls die jungen Männer Freunde oder Bekannte zu Besuch haben, für die etwas Besonderes gekocht wird, dann legen sie erstaunlich geringen Wert darauf, daß der Tisch in besonderer Weise gedeckt ist und alles besonders schön aussieht; knapp zwei Drittel der Befragten tun das (63 %) selten oder nie, s. Tabelle Nr. 9.

Wenn der Tisch überhaupt für den Besuch dekoriert wird, dann verwenden sie hierzu vor allem Kerzen, besondere Trinkgläser und Servietten, vgl. Tabelle Nr. 10 (Tabelleanhang).

Tabelle Nr. 9: Tischdekoration bei Besuch, wo etwas Besonderes gekocht wird

v. d. Befr. legen Wert auf schön gedeckten Tisch	18-21 Jahre	22-25 Jahre	Hauptschule	Real-/Fachsch.	Abi-tur/Studium	bis 10 Tsd. Ew.	10-100 Tsd. Ew.	über 100 Tsd.Ew.	zus.
immer	13%	11%	10%	11%	14%	7%	14%	10%	12%
meistens	26%	23%	22%	30%	22%	27%	25%	22%	25%
selten	20%	22%	18%	18%	26%	29%	15%	21%	21%
nie	41%	43%	49%	40%	38%	36%	46%	46%	42%
zus	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
abs	152	129	98	82	92	85	121	67	281

4.3. Freundin (Partnerschaftssituation)

Weit über die Hälfte (57 %) der jungen Männer ist ohne feste Partnerin, s. Tabelle Nr. 11. Nochmals knapp ein Fünftel (18 %) hat zwar eine Freundin, aber ohne feste Absichten bzw. gemeinsame Zukunftspläne.

Tabelle Nr. 11: Partnerschaftssituation

Partnerschaftssituation:	18-21 Jahre	22-25 Jahre	Hauptschule	Real-/Fachsch.	Abi-tur/Studium	bis 10 Tsd. Ew.	10-100 Tsd. Ew.	über 100 Tsd.Ew.	zus.
-in Moment allein, ohne feste Freundin	64%	48%	62%	49%	60%	56%	56%	58%	57%
-feste Freundin, aber ohne gemeinsame Zukunftspläne	21%	14%	14%	18%	20%	21%	16%	16%	18%
-feste Freundin, Pläne für eine gemeinsame Zukunft	10%	25%	13%	24%	14%	16%	16%	18%	17%
-feste Freundin, wir werden wahrscheinlich heiraten	1%	5%	4%	2%	3%	4%	4%	1%	3%
-verheiratet	1%	6%	6%	2%	1%	2%	4%	4%	4%
-gesch./lebe getrennt	1%	1%		1%	1%		2%		1%
- o. A	1%	1%		2%	1%		2%	1%	1%
zus. abs	100% 154	100% 129	100% 98	100% 82	100% 94	100% 85	100% 123	100% 67	100% 283

Der Anteil derjenigen jungen Männer, die feste und ernsthafte Partnerbindungen haben, beträgt somit insgesamt nur rd. ein Viertel (24 %); bei den Jüngeren gut ein Zehntel (12 %), bei den Älteren über ein Drittel (36 %).

5. Freizeitaktivitäten (Gesamtspektrum)

5.1. Zur Häufigkeit (Regelmäßige Freizeitaktivitäten/Freizeitgewohnheiten)

An erster Stelle der regelmäßig ausgeübten Freizeitbeschäftigungen steht die 'Nutzung der Unterhaltungselektronik'. Fast alle befragten jungen Männer (85 %) nutzen mindestens eines der entsprechenden Geräte, wie z. B. Radio oder Fernseher, besonders häufig in ihrer Freizeit, s. Tabelle Nr. 12.

An zweiter Stelle im Freizeitleben der Befragten folgen soziale Aktivitäten, die sich unter den Oberbegriff 'Unternehmen mit Freunden/Bekanntem' zusammenfassen lassen. Knapp drei Viertel (72 %) geben an, daß sie sich in der Freizeit besonders häufig im Bekanntenkreis, u.a. auch in Kneipe oder Disko, bewegen; wobei sich wiederum die Abiturienten als beachtlich geselliger speziell wenn es um das Zusammensein mit

Freunden geht (76 %) erweisen als Befragte mit Haupt(55 %) oder Realschul-abschluß (52 %), vgl. Tabelle Nr. 12.

„Lesen einschl. Fortbildung“ besonders häufig ausgeübte bzw. regelmäßige Freizeitbeschäftigungen dar. Motorisierte Freizeitbeschäftigung steht vor allem bei den jungen Männern aus dörflich-kleinstädtischen Regionen (60 %), weniger bei denen aus Großstädten (37 %) hoch im Kurs. Unter Abiturienten/Studenten sind Auto und Motorrad seltener (40 %), dafür das „Lesen“ (65 %) deutlich öfter ein regelmäßiger Freizeitbestandteil als in den Vergleichsgruppen.

Gut ein Drittel (36 %) der Befragten treibt regelmäßig -mindestens einmal pro Woche - Sport bzw. tut aktiv etwas für die Gesundheit. Dabei fällt ins Auge, daß die Sportlichkeit mit zunehmendem Verstädterungsgrad abnimmt: in Gemeinden bis 10 Tsd. Einwohnern (46 %) 10 - 100 Tsd. (33 %); über 100 Tsd. (27 %).

Tabelle Nr. 12: Zur Häufigkeit der Freizeitaktivitäten

Freizeitaktivität ...machen bes. häufig	18-21 Jahre	22-25 Jahre	Haupt- schule	Real- /Fach- sch.	Abi- tur/Stud- ium	bis 10 Tsd. Ew	10-100 Tsd. Ew	über 100 Tsd. Ew	zus.
Nutzung der Unter- haltungselektronik	86%	84%	82%	87%	89%	87%	80%	90%	85%
Musik	79%	75%	72%	76%	85%	81%	72%	79%	77%
- Radio hören	49%	43%	47%	44%	46%	54%	45%	34%	46%
- Schallplatte/CD anhören	46%	44%	44%	41%	51%	47%	41%	48%	45%
- Cassetten anhö- ren	47%	39%	40%	45%	46%	36%	46%	43%	43%
- Cass. aufnehmen	13%	11%	9%	17%	10%	11%	14%	12%	12%
Bildschirm	51%	60%	59%	59%	50%	59%	52%	55%	55%
- Fernsehen	38%	47%	44%	46%	35%	46%	37%	40%	42%
- Vi-Filme aus Vi- deoth. ansehen	18%	15%	24%	16%	9%	18%	15%	16%	16%
- Sonstiges (Bild)*	19%	21%	15%	27%	20%	19%	20%	18%	20%
Unternehmen mit Freunden	73%	71%	68%	65%	83%	76%	69%	70%	72%
- M. Freunden zus. sein	62%	60%	55%	52%	76%	68%	59%	54%	61%
- Kneipe, Gast- stätte besuchen	36%	33%	30%	33%	41%	40%	37%	24%	35%
- Diskothek bes.	29%	16%	26%	24%	20%	26%	25%	13%	23%
- Essen gehen	7%	14%	8%	9%	14%	9%	8%	13%	10%
- Tanzen	6%	6%	4	6%	9%	8%	7%	4%	6%
- Etwas gutes ko- chen	3%	7%	1%	4%	9%	1%	2%	13%	5%
Motorrad/Auto fah- ren	51%	45%	51%	54%	40%	60%	45%	37%	48%
Lesen und Fortbil- dung	47%	49%	39%	40%	65%	49%	46%	49%	48%
- Tageszeitungen lesen	28%	29%	22%	27%	36%	31%	27%	27%	29%
- Zeitschriften lesen	20%	23%	15%	20%	28%	24%	22%	16%	22%
- Bücher lesen	15%	20%	10%	12%	30%	13%	17%	24%	17%
- mich fortbilden	8%	13%	6%	9%	15%	8%	10%	10%	10%
Sport u. Gesund- heit	35%	38%	33%	40%	38%	46%	33%	27%	36%

- Sport treiben	34%	36%	32%	39%	36%	45%	32%	24%	35%
- In die Sauna gehen	3%	3%	3%	2%	3%		3%	6%	3%
- Yoga, Meditation u.a.	1%	1%		1%	2%	1%	2%		1%
Werkeln/Basteln/Sammeln	16%	19%	29%	17%	13%	22%	16%	13%	17%
- Auto/Motorrad reparieren	10%	7%	12%	9%	4%	11%	8%	7%	8%
- Do-it-yourself (Haus)	6%	9%	6%	7%	6%	11%	7%	4%	7%
- Basteln, Handarbeiten	4%	2%	3%		4%	2%	3%	3%	3%
- Sammel-Hobby (z.B. Briefm.)	1%	5%	1%	4%	3%	6%	2%		3%
Spiele spielen	14%	16%	16%	13%	13%	15%	14%	18%	15%
- Karten spielen	10%	10%	12%	9%	6%	8%	11%	10%	10%
- Gesellschaftsspiele	6%	8%	4%	6%	10%	8%	5%	9%	7%
- Schach spielen	3%	5%	4%	2%	4%	4%	2%	7%	4%
Musische Betätigung	7%	11%	4%	10%	13%	8%	10%	9%	9%
- Musiz., Instrum. spiel. sing	6%	9%	4%	9%	10%	7%	9%	6%	7%
- Zeichnen, malen, töpfern	3%	2%		2%	5%	2%	3%	3%	3%
Kino-, Theaterbesuch	6%	8%	9%	2%	9%	8%	5%	10%	7%
- Kino besuchen	6%	8%	9%	2%	9%	8%	5%	10%	7%
- Theater besuchen	1%	1%	1%		1%		1%	1%	1%
Freizeitjob: dazuverdienen	7%	5%	6%	7%	4%	6%	6%	6%	6%
Politik/Religion	3%	7%	3%	6%	5%	8%	3%	3%	5%
- in die Kirche gehen	1%	4%	2%	4%	2%	5%	1%	1%	2%
- mich politisch betätigen	2%	4%	1%	4%	3%	4%	2%	1%	3%

* unter Sonstiges fallen Videokamera, Heimcomputer und Videospiele, BTX und Videotext; s. hierzu ausführl. unter 8. Konsumgüter der Freizeitindustrie

Handwerklicher Betätigung (Werkeln und Basteln) und der Beschäftigung mit Spielen kommt im normalen Freizeitalltag der befragten jungen Männer allenfalls untergeordnete Bedeutung zu; nur 15 % - 17 % der Befragten gehen diesen Freizeitbeschäftigungen besonders häufig nach.

Als marginale Freizeitgewohnheiten (die weniger als 10 % der befragten jungen Männer pflegen) müssen Kino- oder Theaterbesuch und musische Betätigung, der Freizeitjob sowie politische und religiöse Teilhabe angesehen werden.

5.2. Zur Beliebtheit der Freizeitaktivitäten

Das Zusammensein mit Freunden ist mit Abstand die beliebteste Freizeitbeschäftigung unter den jungen Männern; mehr als zwei Drittel (68 %) machen es besonders gern, s. Tabelle Nr. 19 (S. 19).

Auf dem zweiten Platz der Beliebtheitsskala steht das Hören von Schallplatten/CD; dieser Beschäftigung geht knapp die Hälfte der Befragten (46 %) besonders gern in ihrer Freizeit nach, s. hierzu auch ausführlich Tabelle Nr. 13 (Tabellenanhang).

Danach folgen, jeweils von rd. 40 % besonders gern ausgeübt:

- Musik von Cassetten anhören,
- Auto/Motorrad fahren,
- Besuch von Kneipe/Gaststätte und
- Sport treiben.

Um die 30 % der Befragten haben eine Vorliebe für

- Radio hören (bes. gern = 32 %; bes. häufig = 46 %),
- Diskothek besuchen (bes. gern = 32 %; bes. häufig = 23 %),
- Videofilme aus der Videothek ausleihen (bes. gern = 28 %) bes. häufig = 16 %),
- Essen gehen (bes. gern = 27 %; bes. häufig = 10 %),
- Fernsehen anschauen (bes. gern = 26 %; bes. häufig = 42 %).

Der bei den Freizeitaktivitäten Radiohören und Fernsehen - in Klammern gesetzte - ins Auge fallende Ambivalenz-Befund, mehr Befragte, die es besonders häufig tun, als Befragte, die es besonders gerne machen, gab Anlaß zu einer Feinauswertung auf der Basis derjenigen Befragten, die jeweils eine Freizeitaktivität besonders häufig oder/und besonders gern machen.

Ambivalente Freizeitaktivitäten:

Als ambivalent werden solche Aktivitäten bezeichnet, die mindestens ein Drittel der damit befaßten jungen Männer zwar besonders häufig, aber keinesfalls auch besonders gern während der Freizeit ausüben; s. hierzu Tabelle Nr. 14.

Tabelle Nr. 14: Ambivalente Freizeitaktivitäten

Befr., die bes. häufig und/oder bes. gern ...	bes. häufig u. bes. gern	bes. häufig aber nicht bes. gern	bes. gern aber nicht bes. häufig	zus.
- Zeitschriften lesen	23%	59%	19%	100%
- Mich fortbilden	25%	56%	19%	100%
- Tageszeitungen lesen	36%	53%	11%	100%
- Freizeitjob: dazuverdien.	26%	48%	26%	100%
- Fernsehen	43%	46%	12%	100%
- In die Kirche gehen	33%	44%	22%	100%
- Mich polit.betätigen	44%	44%	11%	100%
- Do-it-yourself (Haus)	31%	41%	28%	100%
- Radio hören	49%	39%	12%	100%

Die Aktivitätengruppe 'Lesen und Fortbildung' ist - bis auf das Bücherlesen - am stärksten ambivalenzbelastet. Hier liegt der Anteil derjenigen, die zwar besonders häufig, aber ohne besonders große Neigung einer Freizeitbeschäftigung nachgehen, bei über der Hälfte der Anhänger, vgl. Tabelle Nr. 14.

Zwiespältige Freizeitbeschäftigungen stellen auch das Geldverdienen (Freizeitjob), das Ausgabensparen (Do-it-yourself) sowie der Freizeitkomplex Politik/Religion dar.

Den aufgeführten Freizeitaktivitäten ist gemeinsam, daß es sich hierbei nicht um reine Muße-Beschäftigungen handelt.

Aber auch Radiohören und Fernsehen – elektronische Unterhaltung – können als Freizeitgewohnheiten ohne allzugroße Beliebtheit Beliebtheit deklariert werden.

Attraktive Freizeitaktivitäten:

Attraktiv heißen hier Freizeitaktivitäten, denen sich mindestens ein Drittel der Betroffenen zwar besonders gern, nicht aber auch besonders häufig hingibt, s. hierzu Tabelle Nr. 15.

Tabelle Nr. 15: Attraktive Freizeitaktivitäten

Befr., die bes. häufig und/oder bes. gern ...	bes. häufig u. bes. gern	bes. häufig aber nicht bes. gern	bes. gern aber nicht bes. häufig	zus
- Theater besuchen	25%		75%	100%
- Kino besuchen	23%	8%	69%	100%
- Essen gehen	17%	16%	68%	100%
- Yoga, Meditation u.a	11%	22%	67%	100%
- Tanzen	38%	2%	60%	100%
- Etwas Gutes kochen	34%	10%	55%	100%
- In die Sauna gehen	44%	6%	50%	100%
- Vi-Filme aus Videoth.ans	42%	10%	48%	100%
- Gesellschaftsspiele	36%	17%	47%	100%
- Basteln, Handarbeiten	36%	21%	43%	100%
- Karten spielen	41%	16%	43%	100%
- Sammel-Hobby (z.B. Briefm.)	36%	21%	43%	100%
- Diskothek besuchen	50%	13%	37%	100%
- Cass. aufnehmen	39%	24%	37%	100%
- Schach spielen	47%	18%	35%	100%
- Musiz., Instrum. spiel., sing	50%	16%	34%	100%

Als ganz besonders attraktiv erweisen sich der Besuch von Kino und Theater; mehr als zwei Drittel (75 %; 69 %) der Anhänger tun es besonders gern, finden aber kaum Gelegenheit, es auch besonders häufig zu machen.

Unter den Unternehmen mit Freunden/Bekanntem haben die kostenaufwendigen Treffen (Essengehen, Tanzen, etwas Besonderes kochen und Diskotheken besuchen) besondere Anziehungskraft.

Weiter zeichnen sich der gesamte Freizeitkomplex „Spiele spielen“

- Gesellschaftsspiele, Karten und Schach -, ebenso das mußebedingte Basteln und Sammeln sowie das Musizieren durch Attraktivität im oben definierten Sinne aus.

Auch der Ruhe und Entspannung vermittelnde Saunabesuch wie das Meditieren gehören zu den attraktiven Freizeitbeschäftigungen.

Im Bereich der Unterhaltungselektronik kommen den Musikaufnahmen auf Cassette und den Filmen aus der Videothek erhöhte Anziehungskraft zu.

5.3. Zur Erwünschtheit der Freizeitaktivitäten

In welchem Umfange die befragten jungen Männer den verschiedenen Freizeitbeschäftigungen gern häufiger nachgehen würden, darüber informiert ausführlich Tabelle Nr. 16 (Tabellenanhang).

Hauptbefunde:

Die größte Nachfrage besteht nach sportlicher Freizeitbetätigung; über ein Viertel der Befragten (27 %) würde gern häufiger Sport treiben, vgl. auch Tabelle Nr. 19.

Als nächste Freizeitaktivitäten, denen die Befragten gern häufiger nachgehen würden, folgen Unternehmen mit Bekannten, vor allem Zusammensein mit Freunden (25 %) und das Essengehen (20 %).

Jeweils 16 % der jungen Männer würden gern häufiger Bücher lesen oder ins Kino gehen; 15 % der Befragten verspüren Mangel an motorisierter Freizeitgestaltung, und jeder Zehnte konnte offensichtlich seine Nachfrage nach Schallplatten/CD noch nicht ausreichend befriedigen.

Freizeitaktivitäten mit hohem Aufforderungscharakter:

Unter den Befragten, die gern häufiger Bücher lesen oder ins Kino gehen würden, befinden sich jeweils knapp zur Hälfte (46 %; 49 %) junge Männer, die sich bislang weder besonders häufig noch besonders gern mit diesen Arten der Freizeitgestaltung befaßt haben; m.a.W., Bücher und Kino fordern offensichtlich zur intensiven Beschäftigung auf.

In der folgenden Tabelle Nr. 17 finden sich alle Freizeitaktivitäten aufgelistet, die sich durch noch höheren Aufforderungscharakter auszeichnen; d.h. es handelt sich um Freizeitbetätigungen, mit denen mindestens die Hälfte der Nachfrager bislang noch nicht intensiver - besonders häufig oder gern - in Berührung gekommen ist.

Tabelle Nr. 17: Freizeitaktivitäten mit hohem Aufforderungscharakter

Befr., die gern häufiger machen würden ...	machen bereits bes. häufig	bes. gern aber nicht bes. häufig	bislang weder noch	zus
- in die Kirche gehen			100%	100%
- Theater besuchen		11%	89%	100%
- Freizeitjob:dazuverdienen	11%	6%	83%	100%
- Cass. aufnehmen	6%	12%	82%	100%
- Mich fortbilden	12%	12%	76%	100%
- Zeichnen,malen,töpfeln		25%	75%	100%
- Zeitschriften lesen	21%	11%	68%	100%
- In die Sauna gehen	6%	28%	67%	100%
- Do-it-yourself (Haus)	25%	13%	63%	100%
- Vi-Filme aus Videoth. ans	13%	26%	61%	100%
- Mich polit.betätigen	30%	10%	60%	100%
- Tageszeitungen lesen	42%		58%	100%
- Schach spielen	25%	20%	55%	100%
- Gesellschaftsspiele	21%	26%	53%	100%
- Etwas Gutes kochen	21%	29%	50%	1007%

Als erstes fällt ins Auge, daß sich unter den Freizeitbeschäftigungen mit hohem Aufforderungscharakter ausnahmslos diejenigen befinden, die zuvor als „ambivalent“ herausgefiltert wurden, weil sie keine reine Muße verkörpern:

- Freizeitarbeiten: Freizeitjob und Do-it-yourself,
- Fortbildung in der Freizeit einschließlich Tageszeitung und Zeitschriften,
- Politische und religiöse Teilnahme.

Aber auch die übrigen, besonders aufforderungsträchtigen Freizeitbeschäftigungen sind bereits aufgefallen; sie setzen sich - mit Ausnahme von 'Zeichnen, Töpfeln, Malen' - aus 'attraktiven' Freizeitaktivitäten zusammen.

Die Befunde berechtigen zu der Vermutung, daß im Freizeitleben junger, wehrdienstbereiter Männer unter den Unternehmungen mit Freunden

- Etwas Besonderes kochen
 - bei den Spielen
 - Schach und Gesellschaftsspiele bei Sport und Gesundheit vor allem das
 - Sauna gehen,
 - bei der elektronischen Unterhaltung
 - Cassettenaufnahmen und
 - Videofilme aus der Videothek
 - und - last not least - ganz besonders
 - Theaterbesuche
- noch beträchtliche Expansionschancen durch Neuzugänger haben.

5.4. Zusammenfassung: Freizeitinteressen und Freizeitgewohnheiten

Interesse an einer Freizeitaktivität wird angenommen, wenn ein Befragter angibt, er mache sie gern, besonders gern oder besonders häufig oder er würde sie gern häufiger machen. Wie stark diese Freizeitinteressen in den verschiedenen soziodemogra-

fischen Gruppen ausgeprägt sind, ist der Tabelle Nr. 18 (Tabellenanhang) zu entnehmen.

Die zusammenfassende Tabelle Nr. 19 zeigt, wie stark das Interesse an den Freizeitaktivitäten in der Gesamtgruppe der Befragten ausgeprägt ist.

Abschließend werden diejenigen Freizeitaktivitäten herausgestellt, an denen beachtlich mehr Befragte Interesse zeigen als ihnen Befragte gewohnheitsmäßig - d. h. besonders häufig - nachgehen.

Die größten Unterschiede zwischen Interesse und Gewohnheit zeigen sich bei den Freizeitunternehmungen „Kino- und Theaterbesuche“: hier ist der Anteil derjenigen jungen Männer, die Interesse haben (63 %; 15 %), 9mal bzw. 15mal größer als der Anteil der Befragten, die es gewohnheitsmäßig tun (7 %; 1 %); vgl. Tabelle Nr. 19.

Tabelle Nr. 19: Zusammenfassung „Freizeitaktivitäten“

Freizeitaktivität	machen besonders häufig	machen besonders gern	würden gern häufiger machen	insges. interessiert
Nutzung der Unterhaltungselektronik	85%	86%	33%	99%
Musik	77%	63%	16%	98%
- Radio hören	46%	32%	6%	82%
- Schallpl/CD anhören	45%	46%	10%	79%
- Cassetten anhören	43%	42%	6%	83%
- Cass. aufnehmen	12%	14%	6%	53%
Bildschirm	55%	52%	20%	92%
- Fernsehen	42%	26%	2%	83%
- Vi-Filme aus Videoth. ans.	16%	28%	8%	58%
- Sonstiges (Bild)*	20%	21%	13%	54%
Unternehmen mit Freunden	72%	84%	52%	98%
- M.Freunden zus. sein	61%	68%	25%	92%
- Kneipe, Gastst. besuchen	35%	39%	10%	71%
- Diskothek besuchen	23%	32%	11%	59%
- Essen gehen	10%	27%	20%	57%
- Tanzen	6%	16%	10%	32%
- Etwas Gutes kochen	5%	9%	5%	21%
Motorrad/Auto fahren	48%	42%	15%	72%
Lesen u. Fortbildung	48%	33%	25%	88%
- Tageszeitungen lesen	29%	15%	7%	63%
- Zeitschriften lesen	22%	11%	7%	63%
- Bücher lesen	17%	20%	16%	50%
- Mich fortbilden	10%	6%	9%	35%
Sport u. Gesundheit	36%	43%	31%	65%
- Sport treiben	35%	39%	27%	61%
- In die Sauna gehen	3%	5%	6%	15%
- Yoga, Meditation u.a	1%	2%	0%	4%

Werkeln / Basteln / Sammeln	17%	20%	7%	48%
- Auto/Motorrad reparieren	8%	9%	3%	2%
- Do-it-yourself (Haus)	7%	6%	3%	26%
- Basteln, Handarbeiten	3%	4%	2%	10%
- Sammel-Hobby (z.B. Briefm.)	3%	4%	1%	10%
Spiele spielen	15%	25%	18%	58%
- Karten spielen	10%	15%	8%	38%
- Gesellschaftsspiele	7%	11%	7%	38%
- Schach spielen	4%	5%	7%	18%
Musische Betätigung	9%	11%	7%	19%
- Musiz., Instrum. spiel., sing	7%	10%	6%	14%
- Zeichnen, malen, töpfern	3%	3%	1%	10%
Kino-, Theaterbesuch	7%	21%	21%	64%
- Kino besuchen	7%	21%	16%	63%
- Theater besuchen	1%	3%	7%	15%
Freizeitjob: dazuverdien	6%	4%	6%	25%
Politik / Religion	5%	4%	5%	15%
- In die Kirche. gehen	2%	2%	2%	8%
- Mich polit. betätigen	3%	2%	4%	8%

*Unter Sonstiges fallen Videokamera, Heimcomputer und Videospiele, BTX und Videotext; s. hierzu ausführl. unter 8. Konsumgüter der Freizeitindustrie.

Mindestens 5mal mehr interessierte als gewohnheitsmäßige Aktivitätsanhänger finden sich beim

- Essen- oder Tanzengehen sowie dem
- Sauna-Besuch.

Weiter besteht beachtlicher Interessenüberhang - mindestens 4mal mehr Interessenten - bei

- Cassetten aufnehmen
- Etwas Gutes kochen
- Schach und Gesellschaftsspielen sowie
- dem ambivalenten „Freizeitjobben“.

6. Sport

6.1. Sportliche Betätigung (allgemein)

Immerhin ein Drittel der befragten jungen Männer treibt überhaupt keinen Sport, vgl. Tabelle Nr. 20.

Tabelle Nr. 20: Sportliche Betätigung (allgem.)

v. d. Befragten	18-21 Jahre	22-25 Jahre	Hauptschule	Real-/Fachsch.	Abi-tur/Studium	bis 10 Tsd.Ew.	10-100 Tsd.Ew.	über 100 Tsd.Ew.	zus.
treiben zumindest ab und zu Sport	68%	64%	56%	67%	77%	73%	63%	61%	66%
treiben eine Sportart intensiv.	51%	47%	40%	52%	56%				
aktives Mitgl. in Sport-verein	45%	40%	36%	45%	49%	53%	39%	31%	42%

treiben häufig	Sport bes.	34%	36%	32%	39%	36%	45%	32%	24%	35%
treiben gern	Sport bes.	38%	40%	35%	37%	46%	49%	37%	28%	9%
würden häufiger treiben	Sport gern	25%	29%	17%	32%	29%	21%	33%	22%	27%

Die Hälfte (49 %) der Befragten treibt eine Sportart intensiv, aber nicht unbedingt im Verein (42 %). Als sportlich im anspruchsvollen Sinne kann gut ein Drittel (35 %) der Befragten angesehen werden; sie betreiben Sport mindestens einmal pro Woche.

6.2. Sportarten

Die Befragten, die sich zumindest ab und zu sportlich betätigen, betreiben fast alle (95 %) eine Sportart, bei der sie nicht auf soziale Interaktionen angewiesen sind. Unter den Arten des 'Individualsports' nehmen Schwimmen (73 %) und Joggen (56 %) die Spitzenpositionen ein, s. Tabelle Nr. 21.

betreiben	18-21 Jahre	22-25 Jahre	Haupt- schule	Real- / Fach sch.	Abitur/ Studium	bis 10 Tsd. Ew.	10-100 Tsd. Ew.	über 100 Tsd. Ew.	aus.
Individualsport	95%	94%	89%	93%	100%	95%	92%	98%	95%
- schwimmen	72%	73%	75%	73%	75%	77%	68%	76%	73%
- Joggen(Laufen)	48%	66%	49%	49%	65%	55%	51%	66%	56%
- Skifahren,alpin	33%	27%	18%	24%	44%	35%	24%	34%	30%
- Bodybuild,Stretch	20%	23%	18%	27%	21%	15%	18%	32%	21%
- Schlittschuhlaufen	17%	17%	16%	16%	17%	10%	26%	12%	17%
- Leichtath,Geräteturn	20%	10%	9%	15%	21%	19%	14%	10%	15%
- Surfen	17%	14%	9%	18%	19%	10%	18%	17%	16%
- Radsport,nicht radf	13%	10%	13%	9%	14%	13%	12%	12%	12%
- Schießen Gew.Pistol	15%	5%	13%	15%	6%	13%	12%	5%	11%
- Skilanglauf	6%	10%	9%	7%	7%	10%	4%	7%	7%
- Tur- nen,Gymnas,Aerobic	8%	5%	4%	7%	7%	6%	6%	7%	6%
- Wandern nicht spaz	10%	8%	9%	7%	10%	15%	6%	10%	10%
- Tauchen	7%	5%	5%	2%	8%	5%	8%	2%	6%
- Segeln	7%	6%	9%	10%	5%	5%	7%	6%	6%
- Ru- dern,Kanu,Paddeln	3%	5%	2%	4%	4%		5%	7%	4%
- Bergsteigen	4%	4%	4%		7%	5%	4%	2/	4%
- Reiten	3%	4%	4%	2%	1%	3%	3%	5%	3%
- Rollschuhlaufen	9%	6%	7%	7%	7%	13%	6%	2%	7%
- Ballett,Tanzsport	5%	4%	4%	2%	6%	3%	5%	2%	4%
- Golf	4%	2%		4%	4%	8%	1%		3%
- Ralleyfahren	2%	1%	2%	4%		3%	1%		2%
- Bogen-Schießen	2%						3%		1%
Partner-Sport"	73%	60%	53%	71%	73%	63%	72%	66%	68%
- Tischtennis	42%	29%	27%	36%	43%	35%	40%	29%	36%
- Squash	36%	26%	18%	36%	50%	31%	38%	37%	36%

- Tennis	33%	25%	20%	25%	39%	32%	31%	27%	30%
- Ju- do,Karate,Box,Ringen	10%	7%	7%	13%	7%	10%	10%	5%	9%
Mannschaftssport"	70%	58%	62%	65%	65%	66%	62%	63%	64%
- Fußball	55%	47%	53%	53%	49%	58%	46%	46%	52%
- Bask-Voll-Handball	39%	17%	15%	31%	40%	24%	29%	37%	29%
- Eishockey	9%	4%	7%	7%	4%	6%	8%	2%	6%
„Quasi-Sport in Grup- pen“	31%	33%	29%	44%	25%	27%	35%	32%	32%
- (Pool-)Billard	25%	22%	18%	31%	21%	19%	26%	22%	23%
- Kegeln,Bowling	12%	23%	16%	24%	11%	16%	17%	22%	17%

Sportarten, zu deren Ausübung es eines Partners bedarf (68 %), und Mannschaftssport (64 %) gehören nicht ganz so häufig zum Freizeitleben der jungen Männer. Erwähnung verdient, daß Tischtennis, Squash, Tennis und der Handballsport besonders stark bildungsabhängig sind; je höher der formale Bildungsabschluß, umso häufiger werden sie betrieben. Für rund ein Fünftel der Befragten gehören Billard oder Kegeln zum Freizeitrepertoire.

7. Heimwerken (Do-it-Yourself)

Knapp die Hälfte der befragten jungen Männer (127 = 45 %) hat in ihrer Freizeit zumindest gelegentlich Heimwerkerarbeiten durchgeführt, s. die ausführliche Tabelle Nr. 22 (Tabellenanhang).

7.1. Heimwerker-Sparten (Häufigkeit)

Fast alle Heimwerker unter den Befragten waren schon mit der Renovierung von Wohnräumen (91 %) oder mit Reparaturen am 'fahrbaren Untersatz' (86 %) beschäftigt, s. Tabelle Nr. 23.

Tabelle Nr. 23: Heimwerken (Häufigkeit und Beliebtheit)

Befr., die heimwerken	haben schon gemacht	machen bes. gern
Wohnung renovieren	91%	21%
- Wä.,Decke streichen	82%	7%
- Tapezieren	72%	6%
- Tür,Fenst.lackier	56%	2%
- Teppichbod verleg	55%	3%
- m. Holz verkleid	51%	137
Fahrzeug-Rep	86%	467
- RepAuto/Mot/Fahrr	85%	44%
- Lackarbeit	64%	20%
Möbel-Arbeiten	69%	23%
- Möbel montieren	67%	18%
- Möb.entwerf u.b	15%	9%
Hausbau	67%	19%
- Malerarbeiten	46%	5%
- Schall/Wärmeisol	38%	2%
- Maurerarbeiten	27%	3%

- Elektr.Installat	24%	7%
- Zimmermannsarbeit	19%	6%
- Wass/Gas Install	12%	4%
Rep.elekt.Geräte	59%	24%
Hecke/Baum Stutzen	50%	6%

Gut zwei Drittel (69 %) der befragten Heimwerker haben Möbel-Arbeiten ausgeführt; aber nur wenige (15 %) haben Möbel selber entworfen und geschreinert.

Fast ebenso viele (67 %) haben in ihrer Frei

Elektrische Geräte hat gut die Hälfte (59 %) der jungen Heimwerker repariert.

Der Anteil derjenigen, die – im eigenen Garten – Hecken und Bäume stutzen, fällt etwas geringer (50 %) aus.

7.2. Heimwerker-Sparten (Beliebtheit)

An erster Stelle der Beliebtheitsskala stehen die Reparatur- und Lackarbeiten am ‚fahrbaren Untersatz‘: 46 machen so etwas besonders gern, s. Tabelle Nr. 23.

Danach folgen mit deutlichem Abstand die Reparatur elektrischer Geräte (24 %) und Möbelarbeiten (23 %).

Geringste Beliebtheit verzeichnet das ‚Hecken/Bäume stutzen‘ (6 %); es vermittelt auch nur geringe Freizeitzufriedenheit; besonders gern tut es nur rund ein Zehntel von denen, die es schon gemacht haben.

7.3. Heimwerker-Materialien

Unterscheidet man das Heimwerken nach Materialbereichen (s. Tabelle Nr. 24), dann ergibt sich aus dem Anteil derjenigen, die jeweils auch besonders gerne damit umgehen, daß

- Metall- und Elektroarbeiten relativ hohe (Anteil = 0,5 – 0,4)
- Holz- und Lackarbeiten mittlere (Anteil = 0,3 – 0,2) und
- Arbeiten mit Leimfarben, Tapeten oder Auslegeteppichen und Bau-/Isolierarbeiten nur geringe (Anteil = 0,1)

Freizeitzufriedenheit stiften.

Tabelle Nr. 24: Heimwerke – Materialien (Häufigkeit und Beliebtheit)

Befr., die heimwerken	haben schon gemacht	machen besonders gerne
Farb-Arbeiten	93%	28%
- Leim-Farben	85%	9%
- Lack-Farben	82%	21%
Metall (Fahrzeug/Installation)	86%	46%
Tapete / Teppich	80%	9%
Holz-Arbeiten	78%	28%
Elektro-Arbeiten	63%	26%
Bau-/Isolier-Arbeiten	43%	5%

8. Konsumgüter der Freizeitindustrie

8.1. Fotografieren/Videofilmen

Drei Zehntel der befragten jungen Männer fotografieren oder filmen überhaupt nicht in ihrer Freizeit. Mit der neuesten Errungenschaft auf dem Gebiet der privaten Bilddokumentation, dem Videofilmen, dürfte sich zur Zeit höchstens ein Zehntel der Befragten beschäftigen. Etwas besser ist es um das gelegentliche Ansehen privat aufgezeichneter Videofilme bestellt; knapp ein Drittel (30 %) sieht sie gern an. Aber kaum einer (2 %) würde sich diese Filme gern häufiger ansehen, s. hierzu ausführlich Tabelle Nr. 25 (Tabellenanhang).

Die noch geringe Freizeitbedeutung des Videofilms läßt sich auch daran ablesen, daß gegenwärtig nur 2 % der jungen Männer eine Videokamera besitzen, s. Tabelle Nr. 26 (Tabellenanhang).

Zukünftig könnte dem aktiven Videofilmen aber beträchtlich höherer Stellenwert im Freizeitleben junger Männer zukommen: gut 20 % der Befragten beabsichtigen, sich in den nächsten 12 Monaten eine Videokamera anzuschaffen, und knapp ein Zehntel (8 %) auch Geräte zum Nachbearbeiten selbstgedrehter Videofilme, s. Tabelle Nr. 27.

Das Zukauf-Interesse am Fotolabor ist dagegen nur halb so groß (4 %).

v. d. Befr. wollen zukaufen	18-21 Jahre	22-25 Jahre	Hauptschule	Real-/Fachsch.	Abitur/Studium	bis 10 Tsd. Ew.	10-100 Tsd. Ew.	über 100 Tsd. Ew.	zus.
Fotoapparat	32%	28%	29%	34%	28%	34%	31%	22%	30%
Objektive	11%	9%	9%	10%	12%	9%	12%	6%	10%
Dia-Projector	6%	7%	9%	5%	6%	6%	8%	4%	7%
Laborgeräte zum Entwickeln/Vergrößern	4%	4%	4%	6%	2%	6%	5%		4%
Videokamera	23%	20%	20%	29%	17%	20%	28%	13%	22%
Geräte zum Nachbearbeiten selbstgedrehter Videofilme	7%	9%	10%	11%	3%	9%	9%	4%	8%

8.2. Ausstattung mit elektronischen Musik- und Bildwiedergabegeräten

Jeder Befragte in der Auswertungsgruppe besitzt mindestens ein Musikwiedergabegerät (Hi-Fi-Anlage, Radio, Plattenspieler oder Walkman) und einen Fernseher oder Videorecorder.

Tabelle Nr. 28: Ausstattung mit Geräten der Unterhaltungselektronik

Geräte der U-Elektronik besitzen	18-21 Jahre	22-25 Jahre	Hauptschule	Real-/Fachsch.	Abitur/Studium	bis 10 Tsd. Ew.	10-100 Tsd. Ew.	über 100 Tsd. Ew.	zus.
Stereo-Hifi-Anlage mit									
- Plattenspieler	68%	67%	68%	74%	61%	61%	66%	76%	67%
- CD-Player	37%	43%	35%	43%	43%	39%	37%	45%	40%
- Verstärker, ohne Tuner	25%	19%	16%	27%	24%	22%	21%	22%	22%
- Verstärker u. Tuner	34%	50%	46%	49%	30%	36%	37%	52%	41%
- Receiver, ein Gerät	27%	26%	22%	24%	32%	27%	27%	24%	26%
- Recorder/Kassetendeck-	72%	69%	65%	74%	73%	66%	69%	79%	71%
- Spulen-Tonbandgerät	7%	5%	3%	12%	4%	7%	6%	4%	6%
Einzelgeräte:									
- Plattenspieler	16%	17%	20%	20%	10%	16%	18%	15%	16%
- CD-Player	7%	9%	12%	9%	4%	8%	9%	7%	8%
- Radio o. Kassette	16%	17%	18%	13%	16%	15%	17%	18%	16%
- Radio Record, Mono	5%	5%	6%	4%	4%	5%	3%	7%	5%
- Radio Record, Stereo	39%	26%	34%	35%	33%	40%	35%	25%	33%
- Kassetten-Record	25%	22%	27%	27%	19%	26%	24%	21%	24%
Walkman	52%	43%	45%	49%	52%	40%	57%	45%	48%
Spulen-Tonbandger	3%	2%	2%	4%	1%	2%	2%	1%	2%
Autoradio:									
- Autoradio o. Kassett	4%	8%	5%	4%	5%	9%	1%	9%	6%
- Autoradio m. Kassett	49%	64%	47%	66%	56%	66%	50%	49%	55%
- Auto-HiFi-Anlage	14%	16%	19%	17%	11%	18%	15%	12%	15%
Fernsehen, Video									
- Schw/w TV	3%	9%	3%	5%	10%	6%	4%	7%	6%
- Schw/w TV, Portable	11%	7%	7%	7%	11%	6%	11%	12%	9%
- Farb-TV	29%	45%	41%	40%	28%	39%	35%	37%	36%
- Farb-TV, Portable	34%	33%	28%	37%	37%	24%	33%	42%	33%
- Videorecorder	34%	44%	48%	41%	28%	39%	36%	42%	39%

Jeder Befragte in der Auswertungsgruppe besitzt mindestens ein Musikwiedergabegerät und ein Fernsehgerät bzw. Videorecorder

Tabelle Nr. 28 gibt detaillierte Auskunft über die Ausstattung mit den verschiedenen Produkten der Unterhaltungselektronik.

Die Angaben über den Besitz von Autoradios lassen einen Rückschluß auf die PKW-Ausstattung zu: etwa drei Viertel der wehrdienstbereiten jungen Männer dürften

ein Auto besitzen; die 18 - 21jährigen zu rd. zwei Dritteln, von den Älteren ungefähr neun Zehntel.

8.3. Heim-/Personalcomputer und Videospiele

Kontakte mit Computern:

Mehr als zwei Drittel (70 %) der Befragten haben bereits Erfahrungen mit Computern gesammelt, vgl. Tabelle Nr. 29.

Tabelle Nr. 29. Computer-Kontakte

v. d. Befragten haben	18-21 Jahre	22-25 Jahre	Haupt- schule	Real- Fachs.	Abitur/ Studium	bis 10 Tsd. Ew	1.0-100 Tsd. Ew	über 100 Tsd. Ew	zus.
Mit Computern zu tun gehabt:									
Arbeitsplatz u. Freizeit	29%	33%	14%	41%	40%	22%	35%	33%	31%
nur-an Arbeitsplatz	16%	14%	10%	18%	17%	16%	15%	12%	15%
nur in der Freizeit	26%	21%	23%	21%	26%	32%	17%	25%	24%
nein	29%	32%	52%	20%	17%	29%	33%	30%	30%
zus. abs.	100% 154	100% 129	100% 98	100% 82	100% 94	100% 85	100% 123	100% 67	100% 283
eher Spaß an Um- gang mit Computern	60%	61%	39%	72%	72%	64%	55%	64%	60%

In der Freizeit hat sich über die Hälfte (55 %) schon mal mit Computern beschäftigt. Eher Spaß bereitet der Umgang mit dem Computer insgesamt 60 % der jungen Männer.

Gravierende Unterschiede bestehen zwischen Hauptschülern und den beiden anderen formalen Bildungsgruppen: über die Hälfte der Hauptschüler (52 %) hat noch nie mit Computern zu tun gehabt (dagegen: Realschüler = 20 %; Abiturienten = 17 %). Die 'Kontaktschwäche' der Hauptschüler kann kaum mit 'Berührungsängsten' erklärt werden. Sie beruht eher auf einem Mangel an Arbeitskontakten mit Computern: Hauptschüler haben nur zu knapp einem Viertel (24 %) am Arbeitsplatz mit Computern zu tun gehabt, unter den anderen Befragten ist der entsprechende Anteil mehr als doppelt so hoch (Realschüler = 59 %; Abiturienten = 57 %), vgl. Tabelle Nr. 29. Reine Freizeitkontakte mit dem Computer sind dagegen in allen drei Bildungsgruppen nahezu gleich häufig anzutreffen.

Der Mangel an Arbeitskontakten mit Computern dürfte auch dafür verantwortlich sein, daß Heimcomputer unter den Befragten mit Hauptschulabschluß durchgängig eine geringere Freizeitrolle spielen als bei Realschülern und Abiturienten.

Heimcomputer in der Freizeit:

Ein Drittel der Befragten gibt an, bei sich zu Hause gäbe es schon einen PC; aber als Freizeitbeschäftigung stößt der Heimcomputer nur bei einem Viertel (26 %) auf Interesse, s. Tabelle Nr. 30.

Tabelle Nr. 30: Heim-/Personal-Computer Häufigkeit und Beliebtheit als Freizeitbeschäftigung

v. d. Befragten	18-21 Jahre	22-25 Jahre	Haupt- schule	Real-/ Fach- sch.	Abitur/ Studium	bis 10 Tsd. Ew.	10-100 Tsd. Ew.	über 100 Tsd. Ew.	Zus
in Haushalt schon Heim- oder Personal-Computer könnten s. den nächsten Jahren Heim/PC an- schaffen?	35%	33%	19%	35%	49%	31%	33%	39%	34%
beschäftigen sich gern mit Heimcomputer	14%	12%	10%	16%	14%	14%	12%	15%	13%
beschäftigen sich bes. gern mit Heimcomputer	23%	22%	12%	27%	30%	19%	20%	31%	23%
beschäftigen sich bes. häuf. mit Heimcomputer	10%	13%	6%	16%	14%	8%	10%	16%	12%
würden s. gern häuf. mit Heimcomputer beschäft sind insges. an Heim- computer interessiert	5%	12%	3%	11%	12%	6%	8%	9%	8%
	9%	7%	7%	9%	9%	8%	5%	10%	8%
	26%	26%	15%	28%	34%	22%	22%	36%	26%

Besonders gern beschäftigen sich 12 % der jungen Männer mit dem Heimcomputer; und als eine Freizeithauptbeschäftigung kommt er lediglich für 8 % in Betracht. Ein ebenso großer Anteil (8 %) würde sich gern häufiger damit beschäftigen.

Ein Indiz dafür, daß der PC als Freizeitbeschäftigung weiter an Bedeutung zugewinnen könnte, läßt sich den Zukaufabsichten (bei 13 %) entnehmen.

Videospiele und Heimcomputer:

Interesse für Videospiele läßt sich bei gut einem Zehntel (11 %) der Befragten ausmachen. Als Freizeitgewohnheit oder besonders gern gehen dieser Spielvariante aber lediglich 2 % der jungen Männer nach, s. Tabelle Nr. 31 (Tabellenanhang).

Die am Videospiel Interessierten (n = 32) sind zu rund 60 % auch am Computer interessiert. Die Computer-Interessierten (n = 73) haben dagegen zu rund 75 % keinerlei Interesse an Videospielen.

8.4. „Neue Medien“

Die neuen Medien, die in absehbarer Zukunft für die - ambivalente Freizeitausfüllung vor dem Bildschirm an Bedeutung gewinnen können, stoßen bei über drei Viertel (77 %) der befragten jungen Männer auf Interesse, s. Tabelle Nr. 33.

Tabelle Nr. 33: Neue Fernsehmöglichkeiten

Was sagen die Befragten zu den Möglichkeiten	18-21 Jahre	22-25 Jahre	Hauptschule	Real-/ Fachsch.	Abitur/ Studium	bis 10 Tsd. Ew.	10-100 Tsd. Ew.	über 100 Tsd. Ew.	zus.
immer mehr Fernsehprogramme zu empfangen interessiert mich sehr	44%	43%	41%	46%	44%	48%	41%	45%	43%
interessiert mich etwas	36%	31%	34%	33%	34%	36%	33%	30%	34%
ist mir egal	13%	14%	15%	11%	14%	9%	15%	15%	13%
interessiert mich wenig	6%	6%	7%	5%	6%	5%	7%	4%	6%
interessiert mich gar nicht	2%	5%	3%	5%	2%	1%	4%	6%	4%
zus	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
zus. (abs.)	154	129	98	82	94	85	123	67	283

Besonders hoch ist das Interesse an den Möglichkeiten, immer mehr Fernsehprogramme zu empfangen, bei den Jüngeren (80 %) und bei den Befragten aus kleinen Gemeinden (84 %).

Die geringsten Zukunftschancen unter den „Neuen Medien“ hat vermutlich der Bildschirmtext (BTX). Nur knapp ein Fünftel (19 %) der Befragten zeigt sich hieran stark interessiert, s. Tabelle Nr. 34.

Tabelle Nr. 34: „Neue Medien“ (Bildschirmtext)

BTX von den Befragten	18-21 Jahre	22-25 Jahre	Hauptschule	Real-/ Fachsch.	Abitur/ Studium	bis 10 Tsd. Ew.	10-100 Tsd. Ew.	über 100 Tsd. Ew.	zus.
antworten, BTX interessiert m. stark	16%	22%	16%	20%	21%	18%	21%	19%	19%
wissen über BTX einigermaßen Bescheid	12%	19%	6%	20%	19%	8%	15%	25%	15%
nutzen BTX bereits bes. häufig.		2%		2%				3%	1%
werden BTX wahrsch. nutzen	5%	5%	4%	10%	2%	6%	5%	6%	5%

Gegenwärtig wird BTX regelmäßig nur von wenigen älteren Befragten mit Realschulabschluß (2 %) genutzt.

Die Chancen für Videotext sehen etwas günstiger aus; hieran ist gut ein Viertel (26 %) der Befragten stark interessiert, s. Tabelle Nr. 35.

Tabelle Nr. 35: „Neue Medien“ (Videotext)

Videotext von den Befragten	18-21 Jahre	22-25 Jahre	Haupt- schule	Real-/, Fachsch.	Abitur/ Studium	bis 10 Tsd. Ew.	10- 100 Tsd. Ew.	über 100 Tsd. Ew.	zus.
antworten, V. interes- siert m. stark	23%	29%	19%	24%	34%	24%	31%	22%	26%
wissen über V. eini- germaßen Bescheid	18%	26%	18%	18%	28%	20%	22%	24%	22%
nutzen V. bereits bes. häufig	4%	4%	4%	2%	5%	5%	5%	1%	4%
werden V. wahrschein- lich nutzen	12%	16%	13%	13%	16%	12%	17%	10%	14%

Bereits gegenwärtig gehört die Beschäftigung mit Videotexten, im Schnitt gesehen, für 4 % der jungen Männer zum regelmäßigen (bes. häufigen) Freizeitrepertoire, allerdings kaum (1 %) in den Großstadtregionen.

An der Möglichkeit, Satelliten-Fernsehen zu empfangen, ist fast die Hälfte der Befragten (44 %) stark interessiert, s. Tabelle Nr. 36.

	Jahre	Jahre	schule	Fachs	Studi- um	Tsd. Ew.	100 Tsd. Ew.	100 Tsd. Ew.	
polit. aktiv in einer Partei, Gewerksch. oder ähnl	8%	5%	4%	6%	9%	7%	5%	6%	6%
polit. aktiv in einer nicht fest									
organis. Bürgerinitiative		2%	1%			1%	1%		1%
Polit. interessiert, aber nicht									
politisch aktiv	53%	57%	34%	54%	76%	52%	54%	58%	55%
Politik interessiert nur we- nig.	29%	29%	46%	32%	10%	33/	35%	17%	29%
Politik interessiert über- haupt									
nicht	10%	8%	15%	9%	4%	7%	6%	20%	9%
zus	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
abs.	153	129	98	82	93	85	123	66	282

Politisches Interesse und politische Aktivität sind in hohem Maße bildungsabhängig. Unter Hauptschülern beträgt der Anteil der politisch Interessierten -einschließlich Aktive - knapp 40 %, bei Realschülern liegt er bei 60 % und unter Abiturienten/Studenten steigt er auf fast 90 % an; vgl. Tabelle Nr. 38.

9.2. Politische Grundorientierung

Gut die Hälfte der befragten jungen Männer (54 %) rechnet sich der politischen Mitte zu; jeweils fast ein Viertel tendiert politisch nach links bzw. rechts, s. Tabelle Nr. 39.

Tabelle Nr. 39: Politische Grundorientierung

	18-21 Jahre	22-25 Jahre	Haupt- schule	Real-/ Fachs	Abitur/ Studium	bis 10 Tsd. Ew.	10-100 Tsd. Ew.	über 100 Tsd. Ew.	zus.
links	22%	26%	15%	26%	28%	17%	31%	19%	24%
mitte	53%	54%	63%	49%	49%	52%	53%	57%	54%
rechts	25%	21%	22%	25%	23%	30%	16%	24%	23%
zus	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
abs	146	121	94	76	88	80	116	63	267

Bemerkenswerte Abweichungen von dieser ausgewogenen politischen Orientierungskonstellation zeigen sich

- bei den Befragten mit Hauptschulabschluß: sie tendieren weniger
- nach links (15 %), dafür umso stärker zur Mitte (63 %);
- bei den jungen Männern aus kleinen Gemeinden - bis 10 Tsd. Einw. sie tendieren stärker nach rechts (30 %), dafür weniger nach links (17 %) und
- bei den jungen Männern in Gemeinden zwischen 10 bis 100 Tsd. Einw.: hier ist die politische Linkstendenz am stärksten (31 %) dagegen die Rechtstendenz am schwächsten (16 %) ausgeprägt.

Bei politisch Interessierten - einschließlich aktiven - wie politisch 'Desinteressierten' - nur wenig oder überhaupt nicht interessiert halten sich linke wie rechte politische

Grundorientierung praktisch jeweils die Waage. Die Gruppe der politisch Interessierten ist aber stärker polarisiert als die der politisch Desinteressierten, s. Tabelle Nr. 40.

Tabelle Nr. 40: Politische Grundorientierung und Politisches Interesse

	Politisch aktiv/interessiert	Politisch wenig interessiert	zus.
links	26%	20%	24%
Mitte	49%	60%	54%
rechts	25%	19%	23%
zus	100%	100%	100%
abs	168	98	267

Die stärkere politische Polarisierung findet deutlich Niederschlag im Mittelbereich: diesem rechnen sich unter den Interessierten nur knapp die Hälfte (49 %), unter den Desinteressierten dagegen 60 % zu.

9.3. Soziales Engagement

Für 'Soziales Engagement' verwendet offensichtlich nur eine Minderheit der befragten jungen Männer (maximal ein Viertel) ihre Freizeit. Ausgesprochen sozial engagiert - in Gestalt aktiver Hilfestellungen für Mitmenschen - ist nur knapp ein Zehntel der Befragten, s. Tabelle Nr. 41.

Tabelle Nr. 41: Soziales Engagement

	18-21 Jahre	22-25 Jahre	Haupt- schule	Real-/ Fach- sch.	Abitur/ Studium	bis 10 Tsd. Ew.	10-100 Tsd. Ew.	über 100 Tsd. Ew.	zus.
in Freizeit sozial en- ga6%giert ?									
ja, tue aktiv etwas für andere / helfe anderen	7%	11%	5%	6%	13%	12%	8%	7%	9%
ja, interessiere mich für die Probleme von anderen/ informiere mich darüber	14%	18%	7%	22%	18%	18%	16%	12%	16%
nein, eigentlich weniger	47%	36%	42%	39%	48%	40%	46%	37%	42%
nein, gar nicht	31%	36%	47%	33%	21%	31%	30%	43%	33%

Drei Viertel der jungen Männer nehmen weniger bis gar keinen Anteil an den Problemen ihrer Mitmenschen.

Entschieden anders liegen die Verhältnisse, wenn es um gesellschaftliche Veränderungen, Gerechtigkeit und Menschenwürde geht: hierfür erweist sich gut die Hälfte (56 %) der Befragten zumindest als sozial engagierbar, vgl. Tabelle Nr. 42.

Die als sozial engagierbar angesehenen jungen Männer erachten eine der drei folgenden Aussagen als eine Auffassung, die ihrer eigenen Einstellung zur Gesellschaft am nächsten kommt:

Tabelle Nr. 42: Einstellung zur Gesellschaft

	18-21	22-25	Haupt-	Real-/	Abitur/	bis 10	10-	über	zus.
--	-------	-------	--------	--------	---------	--------	-----	------	------

	Jahre	Jahre	schule	Fach- sch.	Studi- um	Tsd. Ew.	100 Tsd. Ew.	100 Tsd. Ew.	
Einstellung zur Gesellschaft Hauptsache mir geht es gut, Ges. ist weniger wichtig	22%	23%	28%	21%	13%	25%	21%	23%	23%
Anpassen, so wenig wie möglich auffallen	16%	13%	20%	11%	12%	15%	17%	9%	14%
Wo Ungerechtigkt. nicht zu übersehen ist, aktiv einsetzen.	22%	20%	18%	14%	29%	25%	17%	26%	21%
In Ges. ist viel zu ändern, schwanke aber, ob aktiv	28%	27%	22%	30%	32%	27%	28%	24%	27%
Für menschenwü. Leben schließe ich mich mit anderen zusamm	7%	10%	5%	9%	11%	5%	11%	8%	8%
Nicht m eine Gesellschaft, halte mich da raus	6%	%	7%	10%	3%	2%	7%	11%	6%
zus. abs	100% 152	100% 126	100% 96	100% 81	100% 92	100%	100% 120	100% 66	100% 278

- Im großen und ganzen akzeptiere ich diese Gesellschaft, so wie sie ist. Aber dort, wo soziale und politische Ungerechtigkeiten nicht zu übersehen sind, setze ich mich auch aktiv ein.
- Ich erkenne zwar in dieser Gesellschaft eine Menge von Dingen, die geändert werden müßten, schwanke aber noch hin und her, ob ich da selbst aktiv werden soll oder nicht.
- Ich versuche, in dieser Gesellschaft meine eigenen Vorstellungen von einem menschenwürdigeren, besseren Leben zu verwirklichen, und schließe mich deshalb mit anderen zusammen, die dasselbe wollen.

Im konkreten Falle dürfte die Bereitschaft zu sozialem Engagement in der Freizeit am größten sein, wenn es um den Schutz der Umwelt oder die Beseitigung von Umweltschäden geht.*

* S. hierzu auch Kohr, Heinz-Ulrich: Wehrdienst als Teil eines allgemeinen Gesellschaftsdienstes, SOWI-Arbeitspapier Nr. 42, München, Oktober 1990. Zusammenfassung: Anhaltspunkte für die Freizeitpolitik der

Zusammenfassung: Anhaltspunkte für die Freizeitpolitik der Bundeswehr

Orientierungsrahmen für die Freizeitpolitik:

Das Freizeitleben wie die Freizeitinteressen junger, Wehrdienst akzeptierender Männer kreisen in erster Linie um das Zusammensein mit Freunden und Bekannten, wobei sie außerhäusliche Treffpunkte, vor allem Kneipen oder Diskotheken bevorzugen.

Bei den außerhäuslichen Treffen halten viele junge Männer vermutlich auch Ausschau nach einer passenden Partnerin, denn nur rund ein Viertel hat bereits eine feste Freundin, mit der sie eine gemeinsame Zukunft planen.

Zu Hause treffen sich die jungen Männer, von denen drei Viertel noch bei den Eltern wohnen, im Schnitt jeden zweiten Tag mit ihresgleichen. Dann werden, in der Regel bei Bier oder nichtalkoholischen Getränken, fast immer Gespräche geführt sowie meistens Musik gehört oder der Fernseher eingeschaltet.

Nahezu jeder junge Mann hat ein eigenes Zimmer; über eine eigene Wohnung verfügt jedoch lediglich ein Fünftel, aber immerhin fast jeder Dritte hat ein eigenes Bad. Die eignen vier Wände dienen vor allem der Erholung und Entspannung und als persönliches Refugium; hohe Bedeutung haben sie auch als Ort der Begegnung mit Freunden sowie als Stätte der persönlichen Geschmacksentfaltung. Geringe Bedeutung hat der eigene Wohnbereich unter jungen Männern dagegen als Demonstrationsobjekt, das man Besuchern vorzeigen kann und in dem alles in Ordnung und sauber ist.

Freizeitinteressen/Freizeitangebote:

Zu den wichtigsten Freizeitbeschäftigungen der jungen Männer gehören Radio- und Musikhören, Vor-dem-Fernseher-Sitzen und das Lesen von Zeitungen und Zeitschriften. Freizeitangebote der Bundeswehr, die hieran anknüpfen, stoßen vermutlich bei Über zwei Dritteln auf Interesse vor allem, wenn sich darunter Schallplatten/CD oder Videofilme aus der Videothek befinden. Ebenfalls hohes Interesse, bei rd. 60 % besteht am Kino-Besuch.

Freizeitangebote, die abzielen auf - Bücher lesen,

- sportliche Betätigung, - Do-it-yourself,
- Karten- und Gesellschaftsspiele,
- Fortbildung (einschl. Computer) oder politische Bildung

können bei ungefähr der Hälfte der jungen Männer - mindestens einem Drittel - auf Interesse stoßen. Sportangebote wie Schwimmen, Joggen und Bodybuilding, Tischtennis, Tennis und Squash sowie Fußball und Basket-/Volleyball dürften dabei am meisten Zuspruch finden.

Do-it-yourself-Angebote stoßen vor allem dann auf Resonanz, wenn sie Autoreparaturen, Lackier- und Elektroarbeiten sowie Holzbearbeitung ermöglichen.

Geringeren Widerhall - Interesse bei höchstens einem Drittel der jungen Männer - dürften Freizeitangebote wie Schachspielen, Theaterbesuch, Experimente mit der Videokamera oder Musizieren und Singen finden.

Anregungen, sich in der Freizeit sozial bzw. gemeinnützig zu engagieren, könnten bei rund der Hälfte der jungen Männer auf fruchtbaren Boden fallen.

Tabellenanhang

Grundlagentabelle Nr. 2: Zusammensetzung der Auswertungsgruppe, untergliedert nach Alter, Schulbildung und Gemeindegröße

	Haupt- schule	Real-/ Fachsch.	Abitur/ Studium	ohne Angabe	18-21 Jahre	22-25 Jahre	zus.
18-21 Jahre							
bis 10 Tsd. Ew	16	14	15	1	46		46
10-100 Tsd. Ew	22	22	26	Z	72		72
über 100 Tsd. Ew	10	11	10		31		31
ohne Angabe		2	3		5		5
zus	48	49	54	3	154		154
22-25 Jahre							
bis 10 Tsd. En	22	9	6	2		39	39
10-100 Tsd. Ein	19	10	20	Z		51	51
über 100 Tsd.' Ew	8	12	14	2		36	36
ohne Angabe	1	Z				3	3
zus	50	33	40	6		129	129
18-21 Jahre	48	49	54	3	154		154
22-25 Jahre	50	33	40	6		129	129
bis 10 Tsd. Ew	38	23	21	3	46	39	85
10-100 Tsd. Ein	41	32	46	4	72	51	123
Ober 100 Tsd. Ew	18	23	24	2	31	36	67
ohne Angabe	1	4	3		5	3	8
insgesamt	98	82	94	9	154	129	283

Grundlagentabelle Nr. 3: Soziale Zusammensetzung der Alters-, Bildungs- und Gemeindegruppen

	18-21 Jahre	22-25 Jahre	Haupt- schule	Real-/ Fachsch	Abitur/ Studium	bis 10 Tsd. Ew.	10-100 Tsd. Ew.	über 100 Tsd. Ew.	zus.
Erwerbsstatus									
Schüler	12%	2%			22%	8%	9%	6%	8%
Student	8%	1%			34%	8%	11%	18%	12%
Azubi	36%	7%	24%	32%	13%	20%	30%	15%	23%
berufstätig	36%	65%	65%	63%	24%	54%	43%	54%	49%
arbeitslos	7%	8%	10%	5%	6%	9%	6%	7%	7%
ohne Angabe		1%							
zus	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
abs	154	129	98	82	94	85	123	67	283
Berüfl. Stellung									
Arbeiter	41%	41%	72%	39%	12%	46%	41%	33%	41%
Angestellter	18%	21%	11%	38%	12%	14%	22%	22%	19%
Beamter	14%	11%	6%	18%	14%	14%	11%	13%	12%
Schüler/Stud	20%	19%			56%	16%	20%	24%	20%
arbeitslos	7%	8%	10%	5%	6%	9%	6%	7%	7%
zus	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
abs	154	129	98	82	94	85	123	67	283
Familienstand									
ledig	79%	63%	74%	67%	72%	73%	71%	72%	72%
ledig, feste Partne- rin	19%	29%	17%	29%	26%	22%	24%	22%	23%
verlobt	1%	2%	2%	1%	1%	2%	1%	1%	1%
verheiratet	1%	6%	6%	2%	1%	2%	4%	4%	4%
zus	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
abs -	154	129	98	82	94	85	123	67	283
Eigenes Nettoein- kommen bzw. monatl. zur Ver- fügung									
unter 500 UM	34%	8%	9%	20%	7%	19%	26%	16%	22%
500-1000 DM	25%	22%	15%	18%	35%	22%	27%	19%	23%
1000-1750 DM	23%	28%	36%	29%	12%	33%	18%	30%	25%
1750-2500 DM	7%	29%	23%	23%	6%	19%	13%	21%	17%
über 2500 DM	3%	8%	8%	6%		2%	7%	67	5%
ohne Angabe	8%	6%	8%	4%	10%	5%	10%	7%	7%
zus	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
abs	154	129	98	82	94	85	123	67	283
Mittl. Einkommen (DM)	913	1467	1528	1293	694	1164	1102	1306	1169

Ergänzung zu Tabelle Nr. 2: Freizeitverständnis – Geld und Arbeit sind wichtiger als Freizeit -

Beurteilung der eigenen Arbeit	18-21 Jahre	22-25 Jahre	Hauptschule	Real-/ Fachsch	Abitur/ Studium	bis 10 Tsd. Ew	10-100 Tsd. Ew	über 100 Tsd. Ew	zus.
an wichtigsten ist									
Bezahlung	18%	16%	26%	20%	7%	11%	22%	15%	17%
Sicherer Arbeitsplatz	36%	40%	42%	44%	29%	42%	36%	37%	38%
Sympathische Kollegen	5%	3%	6%	1%	5%	6%	6%		4%
Sich selbst verwirklichen	22%	18%	6%	17%	38%	12%	22%	25%	20%
Viel Freizeit	3%	3%	1%	1%	5%	6%	2%	3%	3%
Gutes Einkommen	14%	21%	19%	17%	14%	24%	13%	18%	17%
ohne Angabe	1%				17			1%	0%
zus. (abs.)	154	129	98	82	94	85	123	67	283
an zweitwichtigst. ist									
Bezahlung	13%	15%	15%	17%	11%	13%	11%	19%	14%
Sicherer Arbeitsplatz	18%	19%	23%	18%	14%	18%	19%	19%	18%
Sympathische Kollegen	18%	12%	11%	22%	11%	18%	14%	12%	15%
Sich selbst verwirklichen	9%	11%	9%	5%	15%	12%	13%	3%	10%
Viel Freizeit	12%	13%	12%	13%	12%	9%	15%	9%	12%
Gutes Einkommen	29%	30%	27%	23%	36%	29%	26%	34%	29%
ohne Angabe	3%	1%	2%	1%	2%	1%	2%	3%	2%
zus. (abs.)	154	129	98	82	94	85	123	67	283

Tabelle Nr. 5: Zur Bedeutung der eigenen Wohnung bzw. eines eigenen Zimmers

Was bedeutet eigene Wohnung/Zimmer vor allem	18-21 Jahre	22-25 Jahre	Hauptschule	Real-/ Fachsch	Abitur/ Studium	bis 10 Tsd. Ew	10-100 Tsd. Ew	über 100 Tsd. Ew	zus.
Erholung und Entspannung	92%	91%	92%	95%	88%	95%	93%	88%	92%
- Erfolg. v. Schule/Arbeit	71%	73%	73%	71%	70%	78%	67%	72%	72%
- gemütl., wohl fühlen	71%	71%	74%	76%	65%	74%	71%	64%	71%
- praktisch, bequem	47%	46%	51%	48%	38%	45%	54%	34%	46%
Persönl. Refugium	82%	87%	89%	77%	84%	89%	83%	79%	84%
- völlig zurückziehen	71%	70%	70%	64%	74%	76%	67%	69%	71%
- ganz persönliche Bereiche	34%	46%	47%	39%	32%	46%	40%	33%	39%
- geborgen/sicher fühlen	35%	35%	44%	39%	23%	35%	41%	24%	35%
Begegnung	73%	75%	79%	71%	73%	72%	81%	64%	74%
- mit Freunden zus.	70%	69%	73%	62%	72%	69%	75%	60%	70%

sein									
- auch andere wohl fühlen	31%	35%	36%	34%	29%	31%	40%	24%	33%
frei von Zwängen/Rücksichtnahme	72%	77%	77%	74%	73%	76%	79%	64%	74%
- ungestört Musik hören	62%	67%	70%	57%	66%	67%	69%	69%	64%
- frei atmen/sprechen	40%	42%	50%	45%	29%	49%	42%	28%	41%
Persönlikt.-Entfaltung	74%	70%	71%	76%	70%	73%	76%	63%	72%
- n. Geschm. gestalten	66%	57%	63%	66%	56%	65%	62%	55%	62%
- ergänzen/umgestalten	48%	45%	50%	51%	41%	45%	55%	33%	47%
- schöne dinge umgeben	35%	29%	39%	29%	29%	33%	37%	22%	33%
Statussymbol/Demonstrationsobjekt	32%	35%	40%	27%	32%	27%	41%	28%	34%
- Besuchern vorzeigen	21%	27%	29%	21%	21%	24%	26%	22%	24%
- in Ordnung und sauber	12%	14%	15%	12%	11%	5%	20%	12%	13%
- wertv. Möbel/Sachen	10%	5%	10%	6%	6%	5%	14%	3%	8%
- es finaz. gut eht	6%	6%	11%	2%	4%	1%	11%	3%	6%

Tabelle Nr. 10: Tischdekoration

zur Tischdekoration verwenden	18-21 Jahre	22-25 Jahre	Haupt-schule	Real-/Fachsch.	Abitur/Studium	bis 10 Tsd. Ew.	10-100 Tsd. Ew.	Über 100 Tsd. Ew.	zus.
Kerzen	42%	35%	30%	46%	40%	39%	39%	34%	39%
Bes.Trinkgläser	31%	34%	31%	33%	32%	32%	33%	27%	33%
Servietten	37%	27%	26%	39%	33%	28%	33%	34%	33%
Kein Kochgeschirr auf den Tisch	34%	28%	26%	39%	30%	33%	29%	30%	31%
Tischdecke	27%	31%	27%	28%	32%	38%	23%	27%	29%
Farblich abgestimmt	25%	19%	22%	22%	21%	22	22%	19%	22%
Bes.Eßgeschirr	17%	27%	20%	28%	15%	24%	24%	13%	22%
bes.schöne Tischd	23%	15%	18%	22%	16%	16%	24%	15%	19%
Bes.Besteck	14%	20%	16%	18%	14%	21%	22%	23%	17%
Blumen	17%	16%	15%	16%	15%	22%	15%	10%	16%
Schönes Kochgeschirr	10%	5%	9%	7%	7%	12%	7%	6%	5%

Tabelle Nr. 13: Zur Beliebtheit der Freizeitaktivitäten

Freizeitaktivität machen bes. gern	18-21 Jahre	22-25 Jahre	Hauptschule	Real-/ Fachsch	Abitur/ Studium	bis 10 Tsd. Ew	10-100 Tsd. Ew	über 100 Tsd. Ew	zus.
Nutzung der Unterhaltungs elektronik	86%	85%	87%	87%	86%	82%	88%	88%	86%
Musik	69%	56%	62%	60%	67%	58%	69%	60%	327
- Radio hören	35%	29%	39%	28%	27%	38%	31%	28%	32%
- Schallpl/CD anhören	49%	43%	43%	43%	52%	40%	51%	45%	46%
- Cassetten anhören	49%	35%	43%	39%	45%	32%	50%	45%	42%
- Cass. aufnehmen	18%	11%	14%	15%	13%	7%	19%	18%	14%
Bildschirm	52%	53%	54%	65%	40%	46%	54%	57%	52%
Fernsehen	28%	23%	29%	34%	16%	21%	29%	27%	26%
Vi-Filme aus Videoth. ans.	27%	29%	36%	32%	18%	27%	27%	33%	28%
Sonstiges (Bild)*	22%	20%	17%	28%	20%	15%	21%	27%	21%
Unternehmen mit Freunden	84%	84%	82%	83%	88%	87%	82%	87%	84%
- M.Freunden zus. sein	71%	64%	63%	61%	77%	74%	65%	64%	68%
- Kneipe,Gastst. besuchen	40%	38%	36%	40%	40%	40%	41%	36%	39%
- Diskothek besuchen	38%	25%	35%	35%	27%	29%	35%	28%	32%
- Essen geben	21%	33%	30%	26%	24%	21%	25%	36%	27%
- Tanzen	14%	17%	13%	17%	16%	18%	14%	16%	16%
- Etwas Gutes kochen	7%	12%	6%	10%	12%	6%	9%	13%	9%
Motorrad/Auto fahren	45%	37%	47%	48%	33%	42%	41%	40%	42%
Lesen u. Fortbildung	29%	37%	20%	29%	48%	27%	35%	36%	33%
- Tageszeitungen lesen	13%	18%	8%	15%	21%	11%	16%	18%	15%
- Zeitschriften lesen	10%	12%	7%	13%	13%	7%	15%	9%	11%
- Bücher lesen	16%	24%	9%	18%	32%	12%	22%	27%	20%
- Mich fortbilden	8%	3%	5%	7%	5%	1%	5%	10%	6%
Sport u. Gesundheit	40%	47%	37%	43%	50%	52%	40%	37%	43%
- Sport treiben	38%	40%	35%	37%	46%	49%	37%	28%	39%
- In die Sauna gehen	4%	7%	4%	5%	7%	2%	6%	9%	5%
- Yoga,Meditation	2%	3%		4%	4%	1%	2%	4%	2%
u.a.									
Werkeln/Basteln/Sammeln	21%	19%	27%	22%	13%	29%	25%	12%	20%
- Auto/Motorrad reparieren	12%	5%	14%	11%	2%	6%	13%	7%	9%
- Do-it-yourself (Haus)	6%	6%	8%	4%	5%	8%	6%	1%	6%
- Basteln, Handarbeiten	5%	3%	4%	4%	3%	4%	5%	3%	4%
- Sammel-Hobby (z.B.Briefm.)	3%	5%	2%	6%	3%	6%	4%	1%	4%

Spiele spielen	24%	26%	24%	24%	22%	25%	23%	30%	25%
- Karten spielen	16%	15%	16%	13%	12%	12%	18%	15%	15%
- Gesellschaftsspiele	12%	9%	6%	10%	14%	11%	10%	12%	11%
- Schach spielen	5%	5%	4%	6%	4%	5%	2%	10%	5%
Musische Betätigung	8%	14%	3%	12%	18%	7%	14%	12%	11%
- Musiz., Instrum. spiel., sing	8%	11%	3%	10%	16%	6%	11%	12%	10%
- Zeichnen, malen, töpfern	3%	3%		2%	5%	6%			5%
Kino-, Theaterbesuch	21%	21%	21%	20%	23%	19%	20%	30%	21%
- Kino besuchen	21%	20%	20%	20%	23%	19%	19%	30%	21%
- Theater besuchen	2%	4%	3%	2%	3%		3%	6%	3%
Freizeitjob: dazuverdien	5%	3%	4%	6%	3%	4%	6%	3%	4%
Politik 7 Religion	4%	3%	1%	2%	6%	5%	2%	4%	4%
- In die Kirche geben	2%	2%	1%	1%	3%	2%	2%	1%	2%
- Mich polit.betätigen	2%	2%		1%	3%	2%	1%	3%	2%

*Unter sonstiges fallen Videokamera, Heimcomputer und Videospiele, BTX und Videotext, s. hierzu ausführl. unter 8. Konsumgüter der Freizeitindustrie

Tabelle Nr. 16: Zur Erwünschtheit der Freizeitaktivitäten

würden gern häufiger machen	18-21 Jahre	22-25 Jahre	Hauptschule	Real-/Fachsch.	Abitur/Studium	bis 10 Tsd. Ew	10-100 Tsd. Ew	über 100 Tsd. Ew	zus.
Nutzung der Unterhaltungselektronik	35%	31%	36%	32%	29%	28%	37%	30%	33%
Musik	14%	18%	20%	15%	11%	14%	21%	7%	16%
- Radio hören	6%	6%	7%	9%	2%	6%	7%	6%	6%
- Schallpl/CD anhören	8%	12%	14%	9%	6%	12%	12%	6%	10%
- Cassetten anhören	6%	6%	7%	6%	5%	4%	11%	3%	6%
- Cass. aufnehmen	5%	8%	9%	7%	2%	4%	10%	1%	6%
Bildschirm	23%	16%	19%	22%	19%	16%	20%	22%	20%
Fernsehen	1%	3%	3%	2%	1%	2%	2%	3%	2%
Vi-Filme aus Videoth. ans.	11%	5%	11%	7%	6%	6%	12%	4%	8%
Sonstiges (Bild)*	14%	12%	10%	15%	15%	11%	11%	16%	13%
Unternehmen mit Freunden	53%	50%	50%	51%	52%	55%	44%	58%	52%
- M.Freunden zus. sein	27%	23%	26%	29%	22%	31%	21%	25%	25%
- Kneipe, Gastst. besuchen	12%	7%	11%	19%	9%	8%	11%	10%	10%
- Diskothek besuchen	12%	10%	14%	9%	11%	15%	11%	9%	11%
- Essen geben	18%	23%	21%	13%	24%	18%	17%	31%	20%
- Tanzen	11%	9%	11%	9%	7%	14%	7%	10%	10%
- Etwas Gutes kochen	4%	6%	3%	6%	6%	4%	2%	7%	5%
Motorrad/Auto fahren	17%	12%	19%	12%	12%	12%	15%	21%	15%
Lesen u. Fortbildung	23%	28%	14%	21%	39%	18%	26%	31%	25%
- Tageszeitungen lesen	5%	9%	1%	4%	14%	4%	5%	12%	7%
- Zeitschriften lesen	6%	8%	3%	6%	12%	4%	7%	9%	7%
- Bücher lesen	14%	19%	5%	17%	27%	7%	20%	18%	16%

- Mich fortbilden	10%	8%	9%	9%	7%	9%	11%	3%	9%
Sport u. Gesundheit	29%	33%	20%	34%	36%	25%	37%	25%	31%
- Sport treiben	25%	29%	17%	32%	29%	21%	33%	22%	27%
- In die Sauna gehen	6%	7%	4%	5%	11%	4/	7%	6%	6%
- Yoga, Meditation u.a.		1%	9%		1%			1%	0%
Werkeln/Basteln,/Sammeln	8%	7%	5%	7%	5%	5%	9%	9%	7%
- Auto/Motorrad reparieren	4%		2%	1%	1%		5%	3%	3%
- Do-it-yourself (Haus)	2%	4%	2%	4%	2%	4%	3%	1%	3%
- Basteln, Handarbeiten	3%	1%		2%		1%	2%	3%	2%
- Sammel-Hobby (z.B. Briefm.)	1%	1%		1%	2%	1%	1%	1%	1%
Spiele spielen	18%	19%	12%	22%	19%	18%	16%	24%	18%
- Karten spielen	10%	6%	4%	10%	11%	7%	7%	12%	8%
- Gesellschaftsspiele	6%	7%	5%	10%	5%	6%	7%	7%	7%
- Schach spielen	6%	9/	5%	6%	10%	9%	6%	7%	7%
Musische Betätigung	5%	9%	4%	10%	5%	5%	10%	3%	7%
- Musiz., Instrum.s piel., singen	3%	9/	1%	7%	5%	4%	8%	3%	6%
- Zeichnen, malen, töpfen	3%		17%	2%	1%	1%	2%		1%
Kino-, Theaterbesuch	19%	23%	14%	16%	29%	20%	20%	22%	21%
- Kino besuchen	16%	16%	3%	13%	19%	18%	15%	15%	16%
- Theater besuchen	4%	10%	7%	4%	14%	4%	7%	7%	7%
Freizeitjob: dazuverdienen	3%	10%	5%	4%	7%	4%	8%	7%	6%
Politik 7 Religion	6%	4%	5%	4%	7%	7%	4%	4%	5%
- In die Kirche geben	3%		3%		2%	4%	2%		2%
- Mich polit.betätigen	3%	4%	2%	4%	5%	4%	2%	4%	4%

*Unter sonstiges fallen Videokamera, Heimcomputer und Videospiele, BTX und Videotext, s. hierzu ausführl. unter 8. Konsumgüter der Freizeitindustrie

Tabelle Nr. 18: Freizeitinteressen

v.d.Befragten sind interessiert an	Jahre	22-25 Jahre	Hauptschule	Real-/Fachsch.	Abitur/Studium	bis 10 Tsd. Ew.	10-100 Tsd. Ew.	über 100 Tsd. Ew.	zus.
Nutzung der Unterhaltungselektronik	100%	98%	99%	99%	100%	100%	99%	99%	99%
Musik	99%	98%	98%	98%	100%	99%	98%	99%	98%
- Radio-hören	82%	82%	64%	85%	77%	88%	78%	79%	82%
- Schallpl/CD anhören	79%	78%	72%	80%	84%	73%	80%	84%	79%
- Cassetten anhören	83%	82%	81%	78%	90%	74%	85%	87%	83%
- Cass. aufnehmen	51%	55%	59%	52%	46%	45%	54%	58%	53%
Bildschirm	91%	94%	98%	90%	88%	95%	91%	90%	92%
- Fernsehen	80%	87%	90%	85%	76%	86%	80%	82%	83%
- Vi-Filme aus Videoth.	60%	56%	74%	62%	40%	52%	63%	57%	58%
ans.									
- Sonstiges (Bild)*	53%	54%	52%	59%	51%	49%	56%	52%	54%

Unternehmen mit Freunden	99%	98%	98%	99%	98%	99%	97%	100%	98%
- M.Freunden zus. sein	92%	92%	89%	89%	97%	93%	89%	94%	92%
- Kneipe, Gastst. besuchen.	73%	69%	72%	63%	74%	71%	72%	73%	71%
- Diskothek besuchen.	66%	50%	61%	62%	53%	62%	58%	55%	59%
- Essen gehen	51%	64%	54%	57%	56%	54%	52%	66%	57%
- Tanzen	31%	33%	29%	33%	34%	28%	29%	40%	32%
- Etwas Gutes kochen	19%	24%	17%	22%	23%	11%	23%	28%	21%
Motorrad/Auto fahren	73%	71%	73%	78%	67%	80%	67%	69%	72%
Lesen u. Fortbildung	87%	89%	82%	85%	96%	92%	84%	93%	88%
- Tageszeitungen lesen	58%	68%	52%	61%	71%	61%	61%	67%	63%
- Zeitschriften lesen	62%	63%	53%	62%	72%	62%	60%	67%	63%
- Bücher lesen	47%	52%	32%	50%	67%	41%	51%	60%	50%
- Mich fortbilden	36%	33%	30%	34%	38%	31%	33%	42%	35%
Sport u. Gesundheit	66%	65%	59%	67%	70%	66%	66%	61%	65%
- Sport treiben	63%	60%	55%	65%	65%	65%	62%	54%	61%
- In die Sauna gehen	13%	18%	13%	15%	19%	9%	15%	19%	15%
- Yoga, Meditation u.a	3%	5%	1%	6%	5%	4%	4%	4%	4%
Werkeln/Basteln/ Sammeln	43%	53%	51%	56%	37%	47%	53%	39%	48%
- Auto/Motorrad reparieren	25%	29%	33%	32%	17%	32%	28%	21%	27%
- Do-it-Yourself (Haus)	23%	29%	27%	30%	20%	27%	25%	22%	26%
- Basteln, Handarbeiten	11%	8%	8%	10%	10%	9%	13%	4%	10%
- Sammel-Hobby (z.B. Briefm.)	11%	9%	6%	12%	11%	11%	15%	3%	10%
Spiele spielen	55%	62%	52%	61%	61%	55%	58%	63%	58%
- Karten spielen	36%	40%	35%	40%	35%	34%	38%	42%	38%
- Gesellschaftsspiele	35%	41%	30%	41%	40%	40%	32%	46%	38%
- Schach spielen	16%	22%	11%	21%	23%	16%	20%	18%	18%
Musische Betätigung	18%	22%	12%	21%	26%	16%	24%	16%	19%
- Musiz., Instrum. spiel.,sing	11%	18%	7%	17%	19%	12%	17%	12%	14%
- Zeichnen, malen, töpfern	12%	8%	8%	9%	13%	8%	13%	9%	10%
Kino-, Theaterbesuch	65%	64%	58%	70%	66%	62%	59%	76%	64%
- Kino besuchen.	64%	61%	57%	70%	63%	62%	57%	72%	63%
- Theater besuchen	11%	20%	8%	15%	22%	6%	17%	21%	15%
Freizeitjob:dazuverdienen	23%	26%	21%	22%	29%	18%	29%	27%	25%
Politik / Religion	13%	17%	12%	15%	17%	24%	11%	10%	15%
- In die Kirche gehen	7%	10%	9%	7%	9%	19%	4%	3%	8%
- Mich polit.betätigen	7%	10%	7%	10%	9%	9%	7%	9%	8%

*Unter sonstiges fallen Videokamera, Heimcomputer und Videospiele, BTX und Videotext, s. hierzu ausführl. unter 8. Konsumgüter der Freizeitindustrie

Tabelle Nr. 22: Heimwerken (Do-it-yourself)

Befr., die heimwerken, haben ausgeführt	18-21 Jahre	22-25 Jahre	Hauptschule	Real-/Fachs	Abitur/ Studi-	bis 10 Tsd. Ew	10-100 Tsd.	über 100	zus.
---	-------------	-------------	-------------	-------------	----------------	----------------	-------------	----------	------

	61	66	42	41	40	48	42	30	127
--	----	----	----	----	----	----	----	----	-----

Tabelle Nr. 25: Fotografieren/Filmen – Häufigkeit und Beliebtheit

v. d. Befragten	18-21 Jahre	22-25 Jahre	Haupt- schule	Real-/. Fachsc h.	Abitur/ Studi- um	bis 10 Tsd. Ew.	10-100 Tsd. Ew.	über 100 Tsd. Ew.	zus.
fotograf./filmen selber	71%	68%	64%	77%	69%	79%	64%	66%	70%
abs	110	88	63	63	65	67	79	44	198
machen Videofilme gern	8%	6%	6%	9%	6%	5%	12%	1%	7%
selber									
machen Videofilm bes- gern									
selber	3%	2%	2%	2%	3%	1%	5%		2%
würden Videofilme gern häufiger									
machen*	3%	2%	2%	1%	3%		5%	1%	2%
insges. Interesse an s. machen									
v.Videofilmen	8%	7%	6%	9%	7%		12%	3%	7%
sehen gern selbst auf- gezeichn.									
Videofilme an	29%	32%	38%	37%	17%	31%	32%	24%	30%
sehen bes. gern s. auf- gezeichn.									
Video-filme an.	8%	6%	9%	9%	5%	7%	8%	7%	7%
sehen bes. häuf. s. aufgezeichn. Videofilme	8%	5%	8%	10%	3%	8%	7%	3%	7%
an									
würd. gern häuf. s. auf- gez.									
Videofilme ansehen	3%	2%	3%	4%	1%	1%	3%	3%	2%
insges. Interesse an An- sehen s.									
gem.Videofilme	29%	33%	38%		20%	32%	33%	24%	31%

Tabelle Nr. 26: Ausstattung mit Fot- und Filmgeräten

v. d. Befragten besitzen	18-21 Jahre	22-25 Jahre	Hauptschule	Real-/Fachsch.	Abitur/Studium	bis 10 Tsd. Ew.	10-100 Tsd. Ew.	über 100 sd. Ew.	zus.
Fotoapparat	66%	62%	57%	71%	71%	61%	58%	58%	64%
Objektive	5%	10%	3%	5%	12%	12%	4%	6%	7%
Dia-Projektor	12%	12%	9%	13%	14%	13%	11%	10%	12%
Laborgeräte zum Entwickeln/Vergrößern	1%	3%		2%	3%	5%		1%	2%
Videokamera	1%	4%	3%	1%	3%	1%	4%	1%	2%
Geräte zum Nachbearbeiten selbstgedreht. Videofilme		1%		1%				1%	0%

Tabelle Nr. 31: Videospiele (Häufigkeit und Beliebtheit)

v. d. Befragten	18-21 Jahre	22-25 Jahre	Hauptschule	Real-/Fachsch.	Abitur/Studium	bis 10 Tsd. Ew.	10-100 Tsd. Ew.	über 100 sd. Ew.	zus.
machen Videospiele bes. gern	3%	1%	2%	2%	2%	2%	1%	4%	2%
machen Videospiele b. häufig	3%	2%	1%	5%	2%	4%	2%	3%	2%
würden Videospiele g. häufiger machen	2%	1%		1%	3%	1%	2%	1%	1%
sind insges. an Videospielen interessiert	10%	13%	11%	13%	10%	13%	11%	10%	11%