



# Leben in der Zeit und Leben mit der Zeit

Vom Lebensstandarddenken im Industriezeitalter zur Lebensqualität in der Zeit nach der Krise: Peter Zellmann skizziert die Ära der neuen Aufklärung und nennt jene beim Namen, die unsere Freizeit anknabbern.

**D**as 1987 gegründete Institut für Freizeit- und Tourismusforschung (IFT) in Wien möchte mit seiner wissenschaftlichen Arbeit einen möglichen Weg zu mehr Lebensqualität im privaten wie gesellschaftlichen Leben aufzeigen. Der Institutsleiter im Gespräch mit *economy* über den Sprung von der Sportwissenschaft zur Zukunftsforschung und das sich ändernde Urlaubsverhalten.

**economy:** *Wie kommt man dazu, sich wissenschaftlich mit dem Thema Zukunft auseinanderzusetzen?*

**Peter Zellmann:** Zur Zukunftsforschung kommt man als Wissenschaftler durch sich ständig erweiternde Lebenserfahrung oder Horizonterweiterung. Ich habe als klassischer Sportwissenschaftler begonnen, Sport- auf Freizeitwissenschaft auszuweiten, weil ich in meinem beruflichen wie privaten Leben draufgekommen bin, dass alles immer ein Teil eines Höheren ist. Und wenn man sich mit der Freizeit beschäftigt, kommt man sehr schnell drauf, dass sie von der Arbeit nicht wirklich zu trennen ist. Arbeit und Freizeit sind komplementäre, untrennbar verbundene Teile des Ganzen. Das eine ist ohne das andere nichts. Da kommt man dann konsequenterweise zur Lebensstilforschung. Und wenn man sich mit Lebensstilen beschäftigt, fragt man bald, wie es mit der Zukunft aussieht.

*Es gibt Trendforscher wie Matthias Horx, Li Edelkoort, John Naisbitt. Was ist an Ihrem Ansatz anders oder das Besondere?*

Dass ich versuche, den Nichtwissenschaftsbereich Zukunft als solchen zu systematisieren. Gegenstand der Wissenschaft kann nur „Handfestes“ sein. Als Erfahrungswissen, das dokumentierbar ist. Im eigentlichen

strengen wissenschaftlichen Sinn ist Zukunftsforschung ein Paradoxon.

***Bleiben wir zunächst bei der Gegenwart: Wie hat sich das Freizeitverhalten der Österreicher in den letzten 20 Jahren gewandelt?***

Eigentlich hat es nur zwei Veränderungen gegeben: die Mobiltelefonie und die Nutzung des Internets. Beides braucht Zeit. Telefonie als Hobby – und erst recht Internet und Recherche. Daher sind auch diese beiden Zeitfresser die einzigen, die das Freizeitverhalten quantitativ verändert haben. Qualitativ hat sich wenig, was wir in unserer Freizeit tun, oder, um es provokant zu formulieren, nichts geändert. Aus Sportlern werden keine Kulturmenschen, aus passiven Medienkonsumenten keine aktiven Lebenskünstler. Wir bleiben bei unseren Gewohnheiten, verlegen uns innerhalb des Spektrums Sport vom Laufen aufs Nordic Walking, von der Oper zum Theater, vom Zeitung- zum Buchlesen. Während Internet-Recherche von allen klassischen Freizeitaktivitäten Zeit angeknabbert hat.

***Das wahre Leben – am Strand, an der Theke, in der Sauna, in der Disko – heißt es, findet immer außerhalb statt. Gilt dieser Trend nach wie vor?***

Die Menschen denken mehr nach und leben freizeitbewusster, ändern aber deshalb ihre Gewohnheiten nicht. Es ist immer eine Frage des Graduellen oder Prinzipiellen. Wenn wir weniger verreisen, hat die Freizeitwirtschaft davon einen Vorteil. Der teure Mittelmeerurlaub wird durch einen günstigeren Inlandsurlaub ersetzt, Letzterer eventuell durch einen Urlaub auf Balkonien. Was vom Mittelstand nicht als Verlust von Lebensstandard interpretiert wird, sondern zunehmend als Gewinn an Lebensqualität. Weil wir uns



Peter Zellmann vom Institut für Freizeit- und Tourismusforschung in Wien behauptet, dass Mobiltelefonie und Internet-Nutzung das Freizeitverhalten revolutioniert haben. Foto: IFT

insgesamt vom Lebensstandarddenken des Industriezeitalters in das Lebensqualitätsdenken des Informations- und Dienstleistungszeitalters weiterentwickelt haben. Wir haben uns gesellschaftlich fortschrittlich weiterentwickelt.

***Das Flüchtige vergeht, aber man besinnt sich auf die wahren Werte – auf Zeit, auf das Nutzen der Zeit.***

Ohne pathetische Überhöhung, das ist eine Entwicklung, die wir seit 20 Jahren verfolgen. Es hat mit der Faith-Popcorn-Interpretation des Cocoonings begonnen und sich mit der Wellness-Geschichte fortgesetzt. Im Prinzip ist das alles dasselbe. Jeder Wechsel braucht Generationen. Was wir seit einer Generation etwa erleben, ist die Freizeitorientierung der Lebensstile, das heißt, nicht die fälschlich ausgerufenen Freizeitgesellschaft, noch weniger die dümmlich zusammengekürzte Spaßgesellschaft war jemals Fakt. Die Spaßgesellschaft war die Überschreibung eines Lebensstils und damit auch Kritik an einem Lebensstil einer

Minderheit. Nämlich von etwa zwölf, 13 Prozent.

***Wofür stand die Freizeitgesellschaft?***

Sie kennzeichnete den Lebensstil von etwa 30 Prozent der Menschen in Deutschland wie in Österreich und die Spaßgesellschaft mit maximal 13 Prozent. Das ist aber keine Freizeitgesellschaft, keine Spaßgesellschaft, in der an sich freizeitorientierten Gesellschaft; das heißt, der Lebensbereich Freizeit wird Bestandteil des persönlichen Lebenskonzepts, steht gleichwertig neben der Arbeit als sich gegenseitig ergänzende Lebensplanung zur Disposition. Das ist die große Veränderung gewesen. Im Industriezeitalter war Freizeit eine große Restkategorie, ein gesellschaftlicher Restwert. Diese Cocooning-Welle ist nichts anderes als der Beginn einer Besinnung des Menschen auf sich selbst. Ichbezogener werden die Menschen, aber nicht im Sinne des quantitativen „Mehr und mehr“, sondern des qualitativen „Ich nehme mich wichtig“. Das habe ich als Freizeitorientierung zu-

sammengefasst. Das hat mit hedonistischer Gaudigesellschaft, mit leistungsverweigernder Jugend überhaupt nichts zu tun.

***Wofür steht Freizeitorientierung?***

Freizeitorientierung war das Erkennen dieses quantitativ größten Anteils des Lebenszeitbudgets. 53 Prozent unserer Lebenszeit sind diese Freizeit. Für mich ist Freizeit noch nicht freie Zeit, das heißt, ich arbeite nicht und ich schlafe nicht.

***Leben wir nicht in einer Welt des Jeder-für-sich-und-Gott-gegen-alle?***

Im Zuge des gestärkten Ich-Bewusstseins wird die Familie wichtiger.

***Wie sind in der heutigen Welt von Facebook, Twitter und anderen Plattformen soziale Beziehungen zu bewerten?***

Es wird quantitativ maßlos übertrieben. Facebook ist nur eine besondere Ausprägung der Internet-Nutzung. Die, die früher planlos gesurft sind, verwenden jetzt Facebook.

Ralf Dziobowski