



**Forschungsbericht**

## **Die Brack-Freizeitstudie 2025**

**Ergebnisse einer repräsentativen Onlinebefragung der Bevölkerung der Schweiz zu ihren liebsten Freizeitaktivitäten, dem Zeitbudget und der individuellen Zufriedenheit**

Ein Forschungsprojekt im Auftrag des Onlinehändlers Brack

## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Abstract/Management Summary.....</b>	<b>7</b>
<b>2. Einleitung.....</b>	<b>8</b>
2.1 Begriff und Geschichte der Freizeit .....	8
2.2 Relevanz des Forschungsgegenstands .....	8
2.3 Bestehende Studien zum Freizeitverhalten in der Schweiz .....	9
2.3.1 Beliebte Aktivitäten .....	9
2.3.2 Freizeitbudget und Zufriedenheit .....	9
2.4 Ziele .....	10
2.5 Fragestellung/Hypothesen.....	10
2.5.1 Arbeitshypothese 1 .....	10
2.5.2 Arbeitshypothese 2.....	10
2.5.3 Arbeitshypothese 3.....	11
<b>3. Methode.....</b>	<b>11</b>
3.1 Studiendesign und Datenerhebung .....	11
3.2 Grundgesamtheit und Stichprobe .....	11
3.2.1 Stichprobenstruktur: .....	11
3.2.2 Weitere sozioökonomische Eckvariablen und ihre Ausprägungen.....	12
3.3 Operationalisierung.....	13
3.3.1 Arbeitshypothese 1: Brack deckt mit seinem Sortiment 75 Prozent der Freizeitaktivitäten der Schweizer*innen ab. ....	13
3.3.2 Arbeitshypothese 2: Schweizer*innen sind mit ihrem Freizeitpensum unzufrieden. ....	13
3.3.3 Arbeitshypothese 3: Schweizer*innen wünschen sich mehr Zeit für sich ganz alleine ....	13
3.3.4 Zeitbudgets.....	14
3.4 Auswertung.....	14
<b>4. Ergebnisse .....</b>	<b>15</b>
4.1 Freizeitaktivitäten .....	15
4.1.1 Total.....	15
4.1.2 Top-of-mind.....	16
4.1.3 Sprachregionale Unterschiede .....	17
4.1.4 Unterschiede zwischen Stadt und Land .....	18
4.1.5 Geschlechtsspezifische Unterschiede.....	18
4.1.6 Unterschiede durch Bildungsniveau .....	19
4.1.7 Unterschiede durch Berufstätigkeit.....	20
4.1.8 Unterschiede durch Haushaltsgrösse.....	21
4.1.9 Unterschiede durch Einkaufsverantwortung.....	21
4.1.10 Einkommensspezifische Unterschiede.....	22
4.1.11 Unterschiede durch Wohnsituation .....	23
4.1.12 Unterschiede zwischen Altersgruppen.....	24
4.1.13 Unterschiede durch Lebensabschnitt .....	25
4.1.14 Freizeitaktivitäten mit den meisten und wenigsten signifikanten Unterschieden.....	26

4.1.15	Abdeckung auf Brack.....	28
4.2	Zur Verfügung stehende Zeit .....	29
4.2.1	Unterschiede bei der Freizeit werktags .....	30
4.2.2	Unterschiede bei der Freizeit an Wochenenden.....	34
4.2.3	Unterschiede bei der Me-Time werktags .....	37
4.2.4	Unterschiede bei der Me-Time an Wochenenden.....	41
4.3	Zufriedenheit.....	44
4.3.1	Signifikante Unterschiede bei der Zufriedenheit.....	45
4.3.2	Unterschiede bei der Zufriedenheit ohne Signifikanz.....	51
<b>5.</b>	<b>Diskussion/Interpretation.....</b>	<b>52</b>
5.1	Beantwortung der Forschungsfragen .....	52
5.1.1	Arbeitshypothese 1: Brack deckt mit seinem Sortiment 75 Prozent der Freizeitaktivitäten der Schweizer*innen ab. ....	52
5.1.2	Arbeitshypothese 2: Schweizer*innen sind mit ihrem Freizeitpensum unzufrieden. ....	52
5.1.3	Arbeitshypothese 3: Schweizer*innen wünschen sich mehr Zeit für sich ganz alleine .....	52
5.2	Interpretation.....	53
5.3	Weiterer Forschungsbedarf.....	54
5.3.1	Der Long-tail oder die aufwändige Auswertung von Freitextfeldern.....	54
5.3.2	Befragungszeitpunkt .....	54
5.3.3	Individuelle Interpretationen davon, welche Tätigkeit Freizeit ist und welche nicht .....	54
5.3.4	Selbsteinschätzung versus Zeitmessung/-protokollierung .....	54
5.3.5	Erwünschtheitseffekte.....	54
5.3.6	Zusammenhang zwischen Zeitbudgets und Zufriedenheit .....	54
5.3.7	Gesellschaftliche Relevanz erlangen.....	55
<b>6.</b>	<b>Anhang.....</b>	<b>56</b>
6.1	Bildschirmfotos zum Onlinefragebogen in Browserdarstellung.....	56
6.2	Literatur/Quellen.....	67

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Stichprobenstruktur (Quelle: GfK Switzerland) .....	12
Tabelle 2: weitere Eckvariablen der Stichprobe (Quelle: GfK Switzerland).....	12
Tabelle 3: beliebteste Freizeitaktivitäten total (Quelle: GfK Switzerland).....	15
Tabelle 4: beliebteste Freizeitaktivitäten total, Oberkategorien (Quelle: GfK Switzerland).....	16
Tabelle 5: beliebteste Freizeitaktivitäten, top-of-mind (Quelle: GfK Switzerland) .....	17
Tabelle 6: Freizeitaktivitäten: signifikante Unterschiede zwischen Sprachregionen (Quelle: GfK Switzerland) .....	17
Tabelle 7: Freizeitaktivitäten: signifikante Unterschiede zwischen Stadt und Land (Quelle: GfK Switzerland) .....	18
Tabelle 8: Freizeitaktivitäten: signifikante Unterschiede zwischen Frau und Mann (Quelle: GfK Switzerland) .....	18
Tabelle 9: Freizeitaktivitäten: signifikante Unterschiede zwischen Bildungsstufen (Quelle: GfK Switzerland) .....	19
Tabelle 10: Freizeitaktivitäten: signifikante Unterschiede durch Berufstätigkeit (Quelle: GfK Switzerland).....	20
Tabelle 11: Freizeitaktivitäten: signifikante Unterschiede nach Haushaltsgrösse (Quelle: GfK Switzerland) .....	21
Tabelle 12: Freizeitaktivitäten: signifikante Unterschiede nach Haushaltseinkommen (Quelle: GfK Switzerland).....	22
Tabelle 13: Freizeitaktivitäten: signifikante Unterschiede nach Wohnsituation (Quelle: GfK Switzerland) .....	23
Tabelle 14: Freizeitaktivitäten: signifikante Unterschiede zwischen Altersstufen (Quelle: GfK Switzerland) .....	24
Tabelle 15: Freizeitaktivitäten: signifikante Unterschiede zwischen Lebensabschnitten (Quelle: GfK Switzerland).....	25
Tabelle 15: (Forts.).....	26
Tabellen 16a und b: Freizeitaktivitäten (Quelle: GfK Switzerland) .....	26
Tabelle 17: Freizeitaktivitäten abgedeckt durch BRACK.CH-Sortiment (Stand Dezember 2024).....	28
Tabelle 18: Mittelwerte Freizeit und Me-Time wochentags und an Wochenenden (Quelle: GfK Switzerland).....	29

## Grafikverzeichnis

Diagramm 1: Mittelwerte Freizeit und Me-Time wochentags und an Wochenenden (Quelle: GfK Switzerland) .....	29
Diagramm 2: Freizeit wochentags nach Ortsgrösse (Quelle: GfK Switzerland) .....	30
Diagramm 3: Freizeit wochentags nach Altersklasse (Quelle: GfK Switzerland).....	30
Diagramm 4: Freizeit wochentags nach Bildungsniveau (Quelle: GfK Switzerland) .....	31
Diagramm 5: Freizeit wochentags nach Haushaltsgrösse (Quelle: GfK Switzerland).....	31
Diagramm 6: Freizeit wochentags nach Lebensabschnitt (Quelle: GfK Switzerland).....	32
Diagramm 7: Freizeit wochentags nach Einkommen (Quelle: GfK Switzerland) .....	32
Diagramm 8: Freizeit am Wochenende nach Altersklassen (Quelle: GfK Switzerland).....	34
Diagramm 9: Freizeit am Wochenende nach Berufstätigkeit (Quelle: GfK Switzerland) .....	34
Diagramm 10: Freizeit am Wochenende nach Haushaltsgrösse (Quelle: GfK Switzerland).....	35
Diagramm 11: Freizeit am Wochenende nach Lebensabschnitt (Quelle: GfK Switzerland).....	35
Diagramm 12: Me-Time werktags nach Alter (Quelle: GfK Switzerland) .....	37
Diagramm 13: Me-Time werktags nach Bildungsstufe (Quelle: GfK Switzerland).....	37
Diagramm 14: Me-Time werktags nach Berufspensum (Quelle: GfK Switzerland).....	38
Diagramm 15: Me-Time werktags nach Haushaltsgrösse (Quelle: GfK Switzerland) .....	38
Diagramm 16: Me-Time werktags nach Lebensabschnitt (Quelle: GfK Switzerland) .....	39
Diagramm 17: Me-Time werktags nach Bruttoeinkommen (Quelle: GfK Switzerland).....	39
Diagramm 18: Me-Time Wochenende nach Alter (Quelle: GfK Switzerland) .....	41
Diagramm 19: Me-Time Wochenende nach Alter (Quelle: GfK Switzerland) .....	41
Diagramm 20: Me-Time Wochenende nach Arbeitspensum (Quelle: GfK Switzerland) .....	42
Diagramm 21: Me-Time Wochenende nach Haushaltsgrösse (Quelle: GfK Switzerland).....	42
Diagramm 22: Me-Time Wochenende nach Lebensabschnitt (Quelle: GfK Switzerland).....	43
Diagramm 23: Zufriedenheit mit Freizeit und Me-Time (Quelle: GfK Switzerland).....	44
Diagramm 24: Zufriedenheit nach Sprachregion (Quelle: GfK Switzerland) .....	45
Diagramm 25: Zufriedenheit nach biologischem Geschlecht (Quelle: GfK Switzerland) .....	45
Diagramm 26: Zufriedenheit nach Alter (Quelle: GfK Switzerland) .....	46
Diagramm 27: Zufriedenheit nach Bildungsniveau (Quelle: GfK Switzerland).....	46
Diagramm 28: Zufriedenheit nach Arbeitspensum (Quelle: GfK Switzerland).....	47
Diagramm 29: Zufriedenheit nach Haushaltsgrösse (Quelle: GfK Switzerland) .....	47
Diagramm 30: Zufriedenheit nach Wohnsituation (Quelle: GfK Switzerland).....	48
Diagramm 31: Zufriedenheit nach Lebensabschnitt (Quelle: GfK Switzerland) .....	49
Diagramm 32: Zufriedenheit nach Einkommensklasse (Quelle: GfK Switzerland) .....	50
Diagramm 33: Zufriedenheit nach Einwohnerzahl des Wohnorts (Quelle: GfK Switzerland) .....	51
Diagramm 34: Zufriedenheit nach Einkaufsverantwortung (Quelle: GfK Switzerland).....	51

Abb. A1: Start Onlinefragebogen (© GfK Switzerland) .....	56
Abb. A2: Captcha Onlinefragebogen (© GfK Switzerland).....	56
Abb. A3: Soundcheck Onlinefragebogen (© GfK Switzerland) .....	57
Abb. A4: Einstiegsfragen Onlinefragebogen (© GfK Switzerland).....	57
Abb. A5: Überleitung Onlinefragebogen (© GfK Switzerland).....	58
Abb. A6: Frage nach den liebsten Freizeitaktivitäten im Onlinefragebogen (© GfK Switzerland).....	58
Abb. A7: Abfrage Zeitbudgets für Freizeit im Onlinefragebogen (© GfK Switzerland).....	59
Abb. A8: Abfrage Zeitbudgets für Me-Time im Onlinefragebogen (© GfK Switzerland).....	60
Abb. A9: Abfrage Zufriedenheit mit Zeitbudgets im Onlinefragebogen (© GfK Switzerland) .....	61
Abb. A10: Abfrage Haushaltsgrösse im Onlinefragebogen (© GfK Switzerland).....	61
Abb. A11: Abfrage zur Ermittlung der Lifestage im Onlinefragebogen (© GfK Switzerland).....	62
Abb. A12: Abfrage Einkaufsverantwortung im Onlinefragebogen (© GfK Switzerland).....	62
Abb. A13: Abfrage Berufstätigkeit im Onlinefragebogen (© GfK Switzerland).....	62
Abb. A14: Abfrage Arbeitspensum im Onlinefragebogen (© GfK Switzerland).....	63
Abb. A15: Abfrage Berufsstand im Onlinefragebogen (© GfK Switzerland).....	63
Abb. A16: Abfrage Bildungsniveau im Onlinefragebogen (© GfK Switzerland) .....	64
Abb. A17: Abfrage Wohnsituation im Onlinefragebogen (© GfK Switzerland) .....	64
Abb. A18: Abfrage Einkommen im Onlinefragebogen (© GfK Switzerland) .....	65
Abb. A19: Freitextfeld im Onlinefragebogen (© GfK Switzerland) .....	65
Abb. A20: Abschluss im Onlinefragebogen (© GfK Switzerland).....	66

## 1. Abstract/Management Summary

Der vorliegende Forschungsbericht gibt Antworten darauf, welche Aktivitäten die Bevölkerung der Schweiz in ihrer Freizeit ausübt, wieviel Zeit ihr dafür zur Verfügung steht und wie zufrieden sie damit ist. Hierzu wurde im Auftrag von Brack, dem grössten unabhängigen Schweizer Onlinehändler, durchs Marktforschungsinstitut GfK Switzerland eine bevölkerungsrepräsentative Stichprobe von über 1000 Menschen online befragt.

Die Bevölkerung der Schweiz verbringt ihre frei verfügbare Zeit am liebsten mit

- Medienkonsum (insbesondere Lesen),
- körperlicher Aktivität (insbesondere Wandern) und
- schöpferischen Tätigkeiten (zum Beispiel Kochen).

Brack kann mit seinem Sortiment zirka drei Viertel der aufgezählten Tätigkeiten – zumindest insofern, als dafür käuflich zu erwerbende Waren notwendig oder hilfreich sind – abdecken.

An Werktagen steht den Menschen, die in der Schweiz leben, durchschnittlich etwas über vier Stunden Freizeit zur Verfügung, davon zweieinhalb für sich allein. An einem Samstag oder Sonntag sind es siebeneinviertel Stunden, davon knapp vier für sich allein.

Die Schweizer Bevölkerung ist grundsätzlich eher zufrieden mit ihrer Freizeit, allerdings etwas weniger, wenn es um denjenigen Teil der Freizeit geht, den sie ganz für sich allein nutzen darf, die sogenannte «Me-Time». Dazu kommt, dass es teilweise grosse Unterschiede in Zeitbudgets und Zufriedenheit zwischen Personen mit unterschiedlichen soziodemografischen Merkmalen gibt, wie die Studie zeigt.

Darüber hinaus scheinen gemäss den Ergebnissen dieser Studie manche Tätigkeiten in allen Segmenten ähnlich beliebt oder unbeliebt (z.B. Wellness), andere Tätigkeiten in bestimmten soziodemografischen Verhältnissen signifikant eher beliebt als in anderen (z.B. Tanzen). Ein im Verhältnis starker Indikator scheint das soziodemografische Kriterium «Lebensabschnitt» zu sein, welches grob die Alterskohorte und die Form des familiären Zusammenlebens zusammenfasst. Von allen Kriterien zeigen die verschiedenen Lebensabschnitte die meisten signifikanten Unterschiede bei den Vorlieben für Aktivitäten, der zur Verfügung stehenden freien Zeit und der Zufriedenheit damit. Intuitiv überrascht es wenig, dass Eltern mit Kindern von null bis elf Jahren am wenigsten Freizeit sowie Zeit für sich allein haben. An Werktagen schrumpft diese «Me-Time» nach eigenen Angaben durchschnittlich auf gerade einmal eine Spielfilmlänge – eine frappante Zeitlücke, die sich da auftut: Das ist eine Stunde weniger Me-Time als im Gesamtschnitt. Demzufolge sind Personen der Stichprobe, die diesem Lebensabschnitt zugeordnet werden, auch mit Abstand am wenigsten zufrieden.

## 2. Einleitung

### 2.1 Begriff und Geschichte der Freizeit

Das, was wir heute als Konzept von Freizeit verstehen, hat im Verlauf der Weltgeschichte mehrfachen Wandel durchlebt. Deshalb betreten wir in unserer Betrachtung die Zeitmaschine und reisen zurück in die hellenistische Antike: Sklavenarbeit war der Stützpfeiler der Wirtschaft im antiken Griechenland (Ritschel 2021, S. 24). Die Befreiung von solchen ökonomischen und weiteren zweckorientierten Tätigkeiten wiederum war ein Privileg der Freien und die Voraussetzung dafür, sich «wichtigeren» Dingen wie der Philosophie, der Kultur und der Politik zuzuwenden – und damit ein – in damaliger Betrachtung – tugendhaftes Leben zu führen (Martin 1984, 1. Abschnitt).

Im europäischen Mittelalter wurde dagegen die harte Arbeit zur Tugend. «Müssiggang ist aller Laster Anfang» lautet ein von der protestantischen Arbeitsethik beeinflusstes Sprichwort («Musse», 2024). Es zeigt, dass in dieser Denkrichtung Freizeit nicht denselben Stellenwert im Leben einnimmt wie Arbeit und Beruf. Zur Zeit der Industrialisierung kämpften die Arbeiter für mehr Rechte und eine Verkürzung der Arbeitszeiten. Die Erhöhung der Produktivität in den Fabriken jener Zeit bahnte der Entwicklung von Freizeit im heutigen Sinne den Weg.

Erst 1929 fand das Wort «Freizeit» den Weg in den «Duden» («Freizeit», 2024), mit folgendem Beschrieb: «Zeit, in der jemand nicht zu arbeiten braucht, keine besonderen Verpflichtungen hat; für Hobbys oder Erholung frei verfügbare Zeit.» Freizeit ist der Anteil der Lebenszeit, der nicht durch Arbeit, Schule oder sonstige Verpflichtungen fremdbestimmt ist. In der Regel nicht zur Freizeit zählt man notwendige Tätigkeiten wie Ernährung, Haushaltsführung, Körperpflege und Schlafen. Freizeit wurde so zum Komplementärbegriff zu «Arbeit».

Die Vereinten Nationen haben das Recht auf Freizeit Mitte des letzten Jahrhunderts zum Menschenrecht erklärt (Vereinte Nationen 1948, Art. 24). Seither wurden die Arbeitszeiten weiter verkürzt, wenn auch mit der Folge, dass die Arbeitslast in der verbleibenden Arbeitszeit wuchs. Die Freizeit wurde somit zur Zeit, in der die Menschen sich erholen, um ihre Arbeitskraft wiederherzustellen. Rundherum hat sich eine regelrechte Freizeitindustrie entwickelt – vom Vergnügungspark bis zum Golfschirm wird das erarbeitete Geld für Dienstleistungen und Produkte ausgegeben, mit denen sich die Freizeit maximal auskosten lässt. Durch die Covid-Pandemie hat sich Heimarbeit breit etabliert, wodurch Pendelfahrten teilweise entfallen sind und sich das Budget an frei verfügbarer Zeit weiter erhöht hat.

### 2.2 Relevanz des Forschungsgegenstands

Lebenszeit ist eins der wertvollsten Güter. Und, wir kennen es alle: Zeit ist häufig knapp. Wir müssen sie uns aktiv nehmen, wenn wir etwas tun möchten. Bevor es zu spät ist. Denn sie geht uns unweigerlich aus. Beliebig Zeit für die schönen Seiten des Lebens nehmen können wir uns selten – zumindest nicht im erwerbsfähigen Alter. Unsere Arbeit erfordert Aufmerksamkeit, und auch zuhause sind wir in der Freizeit – anders, als der Begriff suggeriert – nicht immer frei. Nicht alle Firmen und Funktionen gestatten es, in der Freizeit für den Arbeitgeber unerreichbar zu sein. Aber das allein ist es nicht: Der Haushalt will geschmissen, das Vereinsleben gepflegt sein. Die freie Zeit muss man sich gut einteilen. Die Zufriedenheit mit der eigenen

Freizeit hat einerseits mit dem zur Verfügung stehenden Zeitbudget zu tun und andererseits damit, auf welche Tätigkeiten dieses Budget verteilt wird.

Was tut die Bevölkerung der Schweiz in ihrer Freizeit? Wieviel Freizeit hat sie überhaupt, und wie zufrieden ist sie mit dem zur Verfügung stehenden Zeitbudget? Und, insbesondere: Wieviel davon kann die Bevölkerung ganz allein für sich geniessen? Und warum interessiert sich ein Onlinehändler wie Brack dafür?

## **2.3 Bestehende Studien zum Freizeitverhalten in der Schweiz**

### **2.3.1 Beliebte Aktivitäten**

Das Bundesamt für Statistik führt alle fünf Jahre eine Erhebung zu den Freizeitaktivitäten durch, allerdings mit klarem Fokus auf kulturelle Aktivitäten. 2019 gaben drei Viertel der Bevölkerung an, historische und archäologische Stätten zu besuchen, Konzerte sowie Museen und Ausstellungen (72 respektive 71 Prozent, BFS 2020, 3. Abschnitt). Die Nutzung fällt je nach soziodemografischem Profil unterschiedlich aus (ebd.). Künstlerische/schöpferische Tätigkeiten wie Fotografie (25%), malen, singen (21%) oder ein Instrument zu spielen (18%) sind beliebt (ebd.). 96 Prozent hören gern privat Musik, 83 Prozent haben in den zwölf Monaten vor der Erhebung mindestens ein Buch gelesen (ebd.).

Gemäss der regelmässigen Befragung des Bundesamtes für Sport treibt mittlerweile mehr als die Hälfte der Bevölkerung sehr aktiv Sport. Ganz oben stehen Wandern, Velofahren, Schwimmen, Skifahren und Jogging. Krafttraining, Yoga und Tanzen haben in der Beliebtheit zugelegt. Im Schnitt üben Sporttreibende zwischen vier und fünf Sportarten aus (Bürgi et al. 2021, S. 7). Die Befunde sind dabei abhängig von soziodemografischen Merkmalen wie Urbanität, Alter, Geschlecht, Sprachregion, Bildung, Einkommen, Nationalität, Herkunft (ebd.).

Gut erforscht seitens Erziehungs- und Medienwissenschaften sind das mediale und nonmediale Freizeitverhalten von Kindern und Jugendlichen in der Schweiz. Die MIKE-Studie, die vorwiegend das Freizeitverhalten von Kindern und Jugendlichen untersucht, befragt im fakultativen Teil auch eine nichtrepräsentative Stichprobe von Eltern (Suter et al. 2021:, S. 58). Ihre Freizeit verbringen 78 Prozent regelmässig mit ihrer Familie und in geringerem Mass mit Haustieren. Kreative und handwerkliche Tätigkeiten sind von unterschiedlicher Bedeutung gemessen an der Häufigkeit, mit der sie ausgeübt werden (ebd.). Je nach Alter, Geschlecht, Landesteil, Urbanitätsgrad, sozioökonomischem Status, Bildungsniveau und Herkunft der Familien gibt es Unterschiede in der Nutzung. Bei den regelmässig genutzten medialen Aktivitäten stehen an der Spitze das Handy (94 Prozent), gefolgt vom Internet (86%), Musik (84%), Fernsehen (81%) und Radio (76%; ebd., S. 59). Diverse soziodemografische Merkmale bilden signifikante Unterschiede, darunter Alter, Geschlecht, Landesteil, Stadt/Land, sozioökonomischer Status, Bildung und Herkunft (ebd., S. 60–63). Im Longitudinalvergleich widerspiegelt sich in erster Linie der technische Fortschritt und damit verbunden eine unterschiedliche Mediensozialisation: im Vergleich zu 2015 hat etwa die Relevanz von DVDs abgenommen, währenddessen die Wichtigkeit, Fotos und Videos auf dem Telefon zu machen, zugenommen hat (ebd., S. 63f.).

### **2.3.2 Freizeitbudget und Zufriedenheit**

Gemäss einer Studie des Gottlieb Duttweiler Instituts haben die Menschen heute 61 Prozent de facto mehr Freizeit als noch vor 150 Jahren zur Zeit der Industrialisierung (Scheidegger et al. 2023, S. 8), und doch leidet ein Drittel der Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter unter

Zeitstress (ebd., S. 9), dessen Fehlen laut der Studie ein wesentlicher Faktor für die Lebenszufriedenheit darstelle (ebd., S. 14). Es ist also weniger die tatsächlich zur Verfügung stehende Zeit der Stressor, sondern die Wahrnehmung, dass diese Zeit infolge diverser Verpflichtungen schrumpft. Zu diesen Verpflichtungen gehören administrative Tätigkeiten im Haushalt, in der postpandemischen Zeit auch das sogenannte «Work-Life-Blending», also etwa die Chatnachricht vom Vorgesetzten, die in der Freizeit auf dem Telefon aufpoppt, oder eben der angekündigte Verwandtenbesuch (Wiesner 2024, 3. Abschnitt). Ähnlich tönt es auch bei der Kohorte der Millennials (Jahrgänge 1981–1996), die das soziale Netzwerk XING befragt hat (New Work SE 2024, 2. Abschnitt). Bei rund der Hälfte der Befragten scheint die Work-Life-Balance zu passen, aber jede siebte Befragte Person ist sehr unzufrieden mit der beruflichen Belastung, wobei zwei Drittel dieser Unzufriedenen eine fehlende Ausgewogenheit zwischen Arbeits- und Freizeit dafür verantwortlich machen (ebd.). «Die Herausforderung, Arbeit und Freizeit klar zu trennen, wird für immer mehr Menschen zu einer psychischen Belastung», sagen Brügger et al. in der Gesundheitsstudie der Krankenkasse CSS (2024, S. 23). Besagtes Work-Life-Blending habe in den letzten Jahren zu einer deutlichen Zunahme psychischer Belastungen im Arbeitsumfeld geführt (ebd., S. 27). Inzwischen nehmen drei Viertel der Befragten das Übergreifen der Arbeit auf die Freizeit als belastend wahr (ebd., S. 7).

## 2.4 Ziele

Ziel ist, ein realitätsnahes und repräsentatives Abbild des Freizeitverhaltens in der Schweiz zu erlangen. Womit beschäftigen sich Einwohner\*innen der Schweiz in ihrer Freizeit, wieviel Zeit steht ihnen dafür zur Verfügung und wie zufrieden sind sie damit?

## 2.5 Fragestellung/Hypothesen

### 2.5.1 Arbeitshypothese 1

Brack ist der umsatzstärkste Akteur im Schweizer Onlinehandel, der im Privatbesitz des Gründers Roland Brack und komplett unabhängig ist von den beiden Grossverteilern. Über eine Viertelmillion Produkte liefert Brack ab dem eigenen Logistikzentrum in Willisau. Brack ist bestrebt, das beste Einkaufserlebnis zu bieten, mit Zuverlässigkeit wie Qualität zu überzeugen und den Alltag seiner Kund\*innen zu vereinfachen. Brack möchte sich unter anderem durch Kompetenz vom Mitbewerb abheben. Hierbei spielt das angebotene Sortiment eine grosse Rolle. Als Generalist möchte sich das Unternehmen in möglichst vielen Lebensaspekten als Lieferant anbieten – somit auch den Bedarf in möglichst vielen Freizeitaktivitäten abdecken. Das führt uns zu folgender Hypothese:

***Brack deckt mit seinem Sortiment 75 Prozent der Freizeitaktivitäten der Schweizer\*innen ab.***

### 2.5.2 Arbeitshypothese 2

Da kann die erwerbsmässige Tätigkeit noch so sinnstiftend und erfüllend sein: Arbeit und Privatleben stehen in der modernen westlichen, von der Industrialisierung geprägten Gesellschaft (vgl. Kapitel 2.1) miteinander in Konflikt. Die Work-Life-Balance vieler Menschen leidet unter der hohen Arbeitslast, starren – oder im Gegenteil sehr unregelmässigen – Arbeits- und Arbeitszeitmodellen und den psychosozialen Auswirkungen von Stress. Der technische Fortschritt

führt dazu, dass alle grundsätzlich jederzeit und überall zu erreichen sind – und Arbeitgeber das je nach Anforderungen der Aufgabe auch bewusst oder als Form der Grenzüberschreitung unbewusst einfordern. Das führt in vielen Fällen auch zur subjektiven Wahrnehmung oder zur objektiven Feststellung, dass zuwenig Zeit für Freunde und Familie respektive für sich selbst und zur Erholung zur Verfügung steht. Die Hypothese entspringt der anekdotischen Evidenz, dass viele Menschen über zuwenig Zeit klagen. Die Studie des GDI (vgl. Kapitel 2.3.2) zeigt aber, dass trotz objektiv mehr verfügbarer Freizeit Stressfaktoren zu Unzufriedenheit führen.

***Schweizer\*innen sind mit ihrem Freizeitpensum unzufrieden.***

### 2.5.3 Arbeitshypothese 3

Wir kennen das alle aus unserem Leben: Auch ein grosser Teil der Freizeit ist verplant und minutiös durchgetaktet, besteht aus privaten Verpflichtungen. Sei es die Pflege einer angehörig Person, der Tanzkurs, die Umsorgung und der Transport des eigenen Nachwuchses, seien es vereins- und ehrenamtliche Tätigkeiten: Sie nehmen ganz abseits vom fordernden Berufsleben Zeit und Effort in Anspruch. Wobei es immer schwieriger scheint, Aspekte von Arbeit ganz von der Freizeit auszuschliessen. Die psychologische Ressourcenlage setzt der «Selbstlosigkeit» Grenzen: Intensiv in ein Sozialleben eingespannte Menschen müssen sich aktiv Zeit für sich selbst nehmen, um zu entspannen oder ihre Ressourcen wieder aufzuladen. Zeit- und Selbstmanagement nehmen an Bedeutsamkeit zu (vgl. GDI-Studie, Kapitel 2.3.2). Wer wieviel «Me-Time» benötigt, ist freilich eine sehr individuelle Geschichte.

***Schweizer\*innen wünschen sich mehr Zeit für sich ganz alleine.***

## 3. Methode

### 3.1 Studiendesign und Datenerhebung

Die Daten wurden im Zeitraum vom 5. bis 10. September 2024 mittels Onlinebefragung («Computer Assisted Web Interviewing») erhoben. Das Marktforschungsinstitut GfK Switzerland führte die Befragung, Datenerhebung und Primärauswertung im Auftrag von Brack durch. Die Forschungsfragen bildeten einen Teil einer Omnibus-Mehrthemenbefragung, wie sie GfK Switzerland häufig durchführt.



**Hinweis:** Brack ist Kunde und Auftraggeber, GfK ist Auftragnehmerin der vorliegenden Studie. Es handelt sich um keine gemeinsame Studie von GfK Switzerland und Brack.

### 3.2 Grundgesamtheit und Stichprobe

Als Grundgesamtheit wurden sämtliche Personen der Deutsch- und Westschweiz im Alter von 16 bis 74 Jahren festgelegt. Die Stichprobe umfasst 1010 Online-Interviews und ist bevölkerungsrepräsentativ.

#### 3.2.1 Stichprobenstruktur:

<b>Geschlecht</b>	Damen 49%		Herren 51%		
<b>Alter</b>	16–29 Jahre 22%		30–49 Jahre 40%		50–74 Jahre 38%
<b>Haushalts- einkommen</b>	Tief <7000.– Franken 31%	Mittel 7–12K Franken 29%	Hoch 12000.– und mehr 15%		(verweigert) 25%
<b>Haushalts- grösse</b>	1–2 Personen 47%		3–4 Personen 41%		5 und mehr Personen 12%

Tabelle 1: Stichprobenstruktur (Quelle: GfK Switzerland)

### 3.2.2 Weitere sozioökonomische Eckvariablen und ihre Ausprägungen

<b>Ortsgrösse</b>	Land Siedlung bis 9999 Einwohner			Stadt Siedlung ab 10000 Einwohner			
<b>Wohnverhältnis</b>	Zur Miete			Eigentum			
<b>Schulbildung</b>	Tief Primarschule, Real-, Sekundar-, Bezirks- Berufswahlschule, 10. Schuljahr		Mittel Berufsschule, Mittelschule, Gymnasium, Seminar, Diplommittelschule		Hoch Höhere Fach-/Berufsausbildung, Fachhochschule, HWW, Technikum, Universität, Hochschule, ETH / Poly		
<b>Berufstätigkeit</b>	voll >36 h/Woche		teilweise <36h/Woche		nicht		
<b>Einkaufsverantwortung</b>	ja			nein			
<b>Lebensabschnitt im Haushalt</b>	<b>Junge Familie</b> Junge Familie, mind. 2 Personen im HH und Kinder 0-11 Jahre	<b>Familien mit Teens</b> Familie mit Kindern, mind. 2 Personen im HH und Kinder über 11 Jahre	<b>Erwachsenenfamilie</b> Erwachsene Familie, mind. 3 Personen im HH, alle über 20 Jahre	<b>Jüngere Paare</b> Junges Paar, 2 Personen im Alter von 20-45 Jahre im HH	<b>Ältere Paare</b> Älteres Paar, 2 Personen im HH, mind. 1 Person über 45 Jahre	<b>Jüngere Singles</b> Junger Single, 1 Person im Alter von 15-45 Jahre im HH	<b>Ältere Singles</b> Älterer Single, 1 Person über 45 Jahre im HH

Tabelle 2: weitere Eckvariablen der Stichprobe (Quelle: GfK Switzerland)

### 3.3 Operationalisierung

#### 3.3.1 Arbeitshypothese 1: Brack deckt mit seinem Sortiment 75 Prozent der Freizeitaktivitäten der Schweizer\*innen ab.

Um das zu messen, haben wir im Onlinefragebogen folgende Frage gestellt:

*Welchen Hobbys und Freizeitaktivitäten gehen Sie persönlich am liebsten nach? Bitte schreiben Sie Ihre liebsten Hobbys und Freizeitaktivitäten einzeln auf.*

Den Befragten standen zehn Textfelder zur Verfügung. GfK Switzerland hat die Einzelantworten inhaltsanalytisch in Themen (z.B. «Sport») und Unterthemen (z.B. «Joggen/Walken») geclustert. Die Angabe im ersten Feld wurde als «top of mind»-Antwort noch einmal separat ausgewertet. Im Nachhinein hat Brack die aufgezählten Aktivitäten mit Warengruppen auf Brack verglichen, um den Grad der Sortimentsabdeckung zu ermitteln.

#### 3.3.2 Arbeitshypothese 2: Schweizer\*innen sind mit ihrem Freizeitpensum unzufrieden.

Hierzu haben wir im Fragebogen folgende Frage gestellt:

*Wie zufrieden sind Sie mit ihren folgenden Zeiten?  
Zeit zu Ihrer freien Verfügung*

Die Befragten konnten ihre Zufriedenheit auf einer siebenstufigen Ratingskala (1 = überhaupt nicht zufrieden, 7 = sehr zufrieden) angeben.

#### 3.3.3 Arbeitshypothese 3: Schweizer\*innen wünschen sich mehr Zeit für sich ganz alleine

Hierzu haben wir im Fragebogen folgende Frage gestellt:

*Wie zufrieden sind Sie mit ihren folgenden Zeiten?  
Zeit für Sie allein, «Me-Time»*

Die Befragten konnten ihre Zufriedenheit auf einer siebenstufigen Ratingskala (1 = überhaupt nicht zufrieden, 7 = sehr zufrieden) angeben.

### 3.3.4 Zeitbudgets

Zusätzlich haben wir eine Schätzung des zur Verfügung stehenden Zeitbudgets für die Freizeit und die Me-Time verlangt, sowohl für Wochentage als auch Wochenenden. Die Befragten konnten in ein Feld die Stunden und in ein weiteres Feld die Minuten eintragen.

Als **Freizeit** definierten GfK Switzerland und Brack die freie Zeit ausserhalb der Arbeitszeit. Arbeitszeit schliesst sowohl Erwerbs- als auch Hausarbeit ein. Nebst der Arbeit gehören auch die Zeit für den Arbeitsweg, für Schlafen, Putzen und Einkaufen nicht zur freien Zeit. Es ist also die Zeit, über deren Nutzung Befragte selbst entscheiden.

Unter **«Me-Time»** ist derjenige Anteil an der wie oben definierten Freizeit gemeint, die Befragte allein für sich zur Verfügung haben, also auch alleine verbringen.



**Hinweis:** Der Fragebogen wurde in den beiden Sprachen Deutsch und Französisch verteilt. Im vorliegenden Bericht haben wir jeweils nur eine Sprachversion wiedergegeben.

## 3.4 Auswertung

Die Basisauswertung mittels deskriptiver statistischer Methoden wurde im September 2024 von der Auftragnehmerin GfK Switzerland ausgeführt.

Die Aufzählung der Freizeitaktivitäten wurde ausgewertet und die Nennungen wurden gemäss der Verteilung diverser sozioökonomischer Variablen in der Grundgesamtheit entsprechend gewichtet. Mithilfe von Mittelwertsvergleichen wurden die Nennungen auf signifikante Unterschiede zwischen den Ausprägungen besagter Variablen getestet.

Bei den Zeitbudget-Einschätzungen der befragten Personen wurden die Streumasse ermittelt und ebenfalls signifikante Unterschiede zwischen den Merkmalsausprägungen der sozioökonomischen Variablen identifiziert.

Bei den Zufriedenheits-Ratings wurde zur Vereinfachung der Auswertung aus der siebenstufigen Rangskala eine dreistufige errechnet. Ferner wurden Streumasse ermittelt und wiederum signifikante Unterschiede zwischen den Merkmalsausprägungen der sozioökonomischen Variablen identifiziert. Strenggenommen handelt es sich bei diesen Ratings um eine Ordinalskala, bei denen als Mittelwert bloss der Median zum Vergleich herangezogen werden kann. GfK geht allerdings von gleichbleibenden Abständen zwischen den Ratingpunkten aus, weswegen eine Intervallskalierung vorliegt und arithmetische Mittel berechnet worden sind.

GfK Switzerland hat das Signifikanzniveau bei allen Auswertungen auf fünf Prozent festgelegt.

## 4. Ergebnisse

### 4.1 Freizeitaktivitäten

#### 4.1.1 Total

Rang	Aktivität	Nenn%
1	Lesen	34.4%
2	Wandern	32.2%
3	Handwerkliche Tätigkeiten	18.6%
4	Velofahren / Biken / Mountainbike	15.8%
5	Kochen	12.2%
6	Reisen	11.8%
7	Schwimmen	11.6%
8	Joggen / Walken	11.6%
9	Spaziergehen	11.5%
10	Familie / Freunde (treffen)	11.4%
11	TV / Filme / Serien / Netflix (schauen)	11.3%
12	Musik (hören)	11.3%
13	Fitness / Gym / Krafttraining	11.0%
14	Sport (allg.)	10.4%
15	Garten / Gärtnern	8.5%

Tabelle 3: beliebteste Freizeitaktivitäten total (Quelle: GfK Switzerland)

Zirka ein Drittel der Befragten liest oder wandert gerne in der Freizeit, etwas weniger als jede fünfte Person geht handwerklichen Tätigkeiten nach. Radfahren liegt ebenfalls hoch im Kurs. Wenn wir uns die Oberkategorien anschauen, nennen knapp 61 Prozent mindestens eine sportliche Aktivität. Fast gleich viele Personen wählen Aktivitäten aus dem Bereich «Sonstiges», unter den etwa Lesen, Freunde treffen oder TV schauen fallen. Ungefähr die Hälfte der Personen in der Stichprobe wählt Aktivitäten aus Urlaub/Reisen/Wandern. Fast jede vierte Person zählt Kulturelles wie Musik hören oder machen, Tanzen, Konzerte und Museen besuchen etc. auf. Fast jede fünfte Person mag es zu kochen, zu backen oder Essen zu gehen.

Rang	Oberkategorie	Nenn%
1	TOTAL SPORT	60.7%
2	TOTAL SONSTIGES	59.8%
3	TOTAL URLAUB/REISEN/WANDERN	52.0%
4	TOTAL KULTUR	23.5%
5	TOTAL KULINARIK	18.2%
6	TOTAL SPIELE	13.2%
7	TOTAL HANDWERK	12.4%

Tabelle 4: beliebteste Freizeitaktivitäten total, Oberkategorien (Quelle: GfK Switzerland)

#### 4.1.2 Top-of-mind

Rang	(Rang total)	Aktivität	Nenn%
1	1	Lesen	13.4%
2	2	Wandern	12.0%
3	4	Velofahren	5.9%
4	13	Fitness	4.9%
5	8	Joggen	4.7%
6	14	Sport (allgemein)	4.6%
7	9	Spazieren	4.3%
8	7	Schwimmen	3.2%
9	18	Fussball	2.9%

10	6	Reisen	2.9%
11	15	Gärtnern	2.3%
12	11	Musik hören	2.2%
13	19	Tanzen	2.1%
14	10	Familie/Freunde treffen	2.0%
15	5	Kochen	1.9%

Tabelle 5: beliebteste Freizeitaktivitäten, top-of-mind (Quelle: GfK Switzerland)

Top-of-mind, also zuerst genannt, sind auf den zwei vordersten Rängen wieder Lesen und Wandern zu finden. Im Rest der Top Ten der spontan erstgenannten Tätigkeiten umfassen sieben körperliche Aktivität respektive Sport im weiteren Sinne. Die relativ niedrigen Prozentanteile in den vorderen Rängen lassen im Vergleich zu den Gesamtnennungen (siehe 4.1.1) auf eine grössere Varianz bei der Betrachtung ausschliesslich erstgenannter Antworten schliessen.



**Hinweis:** Die nachfolgenden Auswertungen von Kap. 4.1.3 bis einschliesslich Kap. 4.1.15 beziehen sich nicht auf die Top-of-mind-, sondern die *komplette* Aufzählung aller genannter Freizeitaktivitäten.

### 4.1.3 Sprachregionale Unterschiede

Aktivität	D-CH	W-CH
TV / Filme / Serien / Netflix (schauen)	8.5%	19.6%
Spaziergehen	9.1%	18.4%
Radfahren / Biken / Mountainbike	17.8%	9.9%
Fitness / Gym / Krafttraining	12.9%	5.3%
Sport (allg.)	8.6%	15.8%
Joggen / Walken	13.4%	6.4%
Kino	2.1%	5.6%
Reisen	13.3%	7.3%
Spiele (machen) / Brettspiele / Kartenspiele / Schach	2.8%	7.6%
Backen	3.8%	0%
Essen / Essen gehen	3.8%	7.3%
Basteln	2.9%	0%
Urlaub / Ferien	0.4%	2.9%

Tabelle 6: Freizeitaktivitäten: signifikante Unterschiede zwischen Sprachregionen (Quelle: GfK Switzerland)

Statistisch signifikante Unterschiede zwischen der Romandie und der Deutschschweiz gibt es bei einer Reihe von Freizeitaktivitäten. In der Romandie sind Fernsehen, Spazieren, Sport allgemein, Kino, Spiele machen, Essen und Urlaub häufiger genannt worden als in der Deutschschweiz. Dort wiederum sind Velofahren, Fitness, Joggen, Reisen, Backen und Basteln beliebter.

#### 4.1.4 Unterschiede zwischen Stadt und Land

Aktivität	Stadt	Land
Natur / in der Natur sein	2.7%	8.3%
Tennis / Badminton	5.0%	0.7%
Fotografieren	3.4%	7.3%
Nichtstun / Faulenzen / Chillen	1.9%	4.7%

Tabelle 7: Freizeitaktivitäten: signifikante Unterschiede zwischen Stadt und Land (Quelle: GfK Switzerland)

Wer in einer kleineren Ortschaft wohnt, entspannt sich lieber in der Natur, beim Fotografieren oder Chillen. Tennis und Badminton dagegen sind eher «urbane» Freizeitbeschäftigungen.

#### 4.1.5 Geschlechtsspezifische Unterschiede

Aktivität	männlich	weiblich
Lesen	21.1%	48.1%
Spaziergehen	6.7%	16.3%
Fussball	10.8%	1.7%
Tanzen	1.2%	8.7%
Kochen	8.6%	15.8%
Radfahren / Biken / Mountainbike	19.2%	12.4%
Joggen / Walken	8.5%	14.8%
Gaming / Videospiele	10.2%	4.3%
Yoga / Pilates	0.3%	5.7%
Malen / Zeichnen	1.8%	6.1%
Backen	0.9%	4.8%
Fotografieren	5.9%	2.6%
Stricken	0.2%	3.5%
Eishockey / Unihockey	4.0%	0.8%
Einkaufen / Shoppen	0.5%	3.7%
Puzzeln	0.4%	3.4%
Basteln	0.7%	3.7%
Motorrad	3.9%	1.1%
Hund	0.8%	2.9%
Singen	0.6%	2.6%
Klavier	0.8%	2.6%
Schiessen / Sportschiessen / Bogenschiessen	1.6%	0.2%
Theater / Oper / Ballett	1.3%	1.4%
Reiten	-	3.0%
Nähen	-	3.8%

Tabelle 8: Freizeitaktivitäten: signifikante Unterschiede zwischen Frau und Mann (Quelle: GfK Switzerland)

Bei den Frauen sind Lesen, Spaziergehen, Kochen und Joggen/Walken signifikant beliebter als bei Männern. Diese wiederum bevorzugen Biken, Fussball und Gaming signifikant mehr.

#### 4.1.6 Unterschiede durch Bildungsniveau

Aktivität	TIEF	MITTEL	HOCH
Wandern	13.9%	33.0%	37.2%
Reisen	3.7%	9.7%	16.7%
Spaziergehen	21.3%	10.5%	9.2%
Fitness / Gym / Krafttraining	20.2%	10.4%	8.6%
Backen	10.1%	2.5%	0.8%
Tanzen	9.7%	5.0%	3.2%
Sport (allg.)	8.1%	8.3%	13.4%
Kultur / Kunst / Museen	5.5%	1.1%	4.9%
Konzerte (besuchen)	-	1.7%	4.9%
Urlaub / Ferien	3.2%	1.2%	0.2%
Musizieren / Instrument spielen	3.8%	1.5%	4.1%
Kampfsport / Karate / Judo	2.3%	1.1%	0
Klavier	2.6%	2.5%	0.4%
Tauchen / Schnorcheln	-	0.2%	1.6%

Tabelle 9: Freizeitaktivitäten: signifikante Unterschiede zwischen Bildungsstufen (Quelle: GfK Switzerland)

Menschen in der Stichprobe mit einem Abschluss der Tertiärstufe haben signifikant öfter Wandern und Reisen, aber auch Sport allgemein, Konzerte, Musizieren und Unterwasseraktivitäten aufgezählt als die Personen mit niedrigeren Bildungsabschlüssen. Bei Personen mit niedrigem Bildungsabschluss sind Tätigkeiten wie Spaziergehen, Fitness, Backen, Tanzen, Kultur, Ferien, Kampfsport und Klavier beliebter.

#### 4.1.7 Unterschiede durch Berufstätigkeit

Aktivität	VOLL	TEILWEISE	NICHT
Lesen	26.1%	44.3%	35.2%
Spazierengehen	7.4%	11.9%	16.6%
Wandern	35.2%	33.2%	26.8%
Schwimmen	11.6%	15.5%	7.5%
Musik (hören)	8.4%	15.5%	10.9%
Radfahren / Biken / Mountainbike	19.5%	14.0%	12.7%
Fitness / Gym / Krafttraining	11.4%	7.8%	13.8%
Essen / Essen gehen	5.0%	7.2%	1.4%
Fussball	9.3%	3.7%	4.9%
Backen	0.9%	1.9%	6.5%
Spiele (machen) / Brettspiele / Kartenspiele / Schach	1.9%	7.2%	3.4%
Tanzen	2.9%	5.3%	7.1%
Computer / Internet / IT	1.8%	1.7%	5.8%
Surfen / Segeln / Wake Board / SUP	2.1%	4.3%	0.2%
Eishockey / Unihockey	4.6%	0.6%	1.3%
Tennis / Badminton	5.9%	3.6%	2.0%
Handarbeit	2.0%	5.7%	5.5%
Nähen	0.5%	1.8%	4.0%
Nichtstun / Faulenzen / Chillen	4.0%	2.4%	0.8%
Basteln	0.9%	4.1%	1.8%
Puzzeln	0.7%	2.2%	3.1%
Klavier	-	1.7%	4.0%
Häkeln	0.2%	1.6%	2.0%
Schiessen / Sportschiessen / Bogenschiessen	1.8%	-	0.8%

Tabella 10: Freizeitaktivitäten: signifikante Unterschiede durch Berufstätigkeit (Quelle: GfK Switzerland)

Teilzeiter\*innen lesen gerne, schwimmen und hören gern Musik. Nicht Berufstätige tanken auf beim Spazieren und im Fitness. Voll Berufstätige dagegen entspannen beim Wandern, Biken und Fussball signifikant häufiger als die anderen beiden Gruppen.

#### 4.1.8 Unterschiede durch Haushaltsgrösse

Aktivität	1-2 PERSONEN	3-4 PERSONEN	5+ PERSONEN
Fitness / Gym / Krafttraining	9.4%	14.4%	5.8%
Garten / Gärtnern	9.8%	9.1%	1.7%
Tanzen	3.6%	4.5%	11.5%
Klavier	0.2%	2.1%	6.3%
Puzzeln	1.2%	1.4%	6.1%
Snowboarden	1.0%	0.2%	5.0%
Musizieren / Instrument spielen	1.8%	4.8%	0.6%
Eishockey / Unihockey	1.0%	4.2%	1.8%
Stricken	3.2%	0.3%	1.3%
Einkaufen / Shoppen	0.9%	3.7%	1.5%
Konzerte (besuchen)	4.0%	1.3%	3.6%
Ausgehen / Feiern	1.3%	3.8%	3.0%
Ehrenamt / Sozialarbeit	1.4%	0	0

Tabelle 11: Freizeitaktivitäten: signifikante Unterschiede nach Haushaltsgrösse (Quelle: GfK Switzerland)

Wer in einem Kleinhaushalt lebt, gärtnergärt statistisch signifikant eher als Personen, die in einem Haushalt mit drei Personen oder mehr wohnen. Getanzt wird häufiger von Leuten, die in Haushalten mit mindestens vier anderen Menschen wohnen. Wer in einem Drei- oder Vier-Personen-Haushalt lebt, powert sich statistisch signifikant häufiger im Fitnessstudio aus.

#### 4.1.9 Unterschiede durch Einkaufsverantwortung

Bei der Befragung kamen keine statistisch signifikanten Unterschiede bei den Freizeitaktivitäten zwischen Personen mit und ohne Einkaufsverantwortung zustande.

#### 4.1.10 Einkommensspezifische Unterschiede

Aktivität	WENIGER ALS CHF 4500.-	CHF 4500 BIS UNTER CHF 7000.-	CHF 7000 BIS UNTER CHF 9000.-	CHF 9000 BIS UNTER CHF 12'000.-	CHF 12'000 BIS UNTER CHF 15'000.-	CHF 15'000.- UND MEHR
Sport (allg.)	5.4%	7.9%	5.9%	22.9%	17.1%	15.6%
Radfahren / Biken / Mountainbike	5.8%	15.5%	22.0%	14.3%	15.9%	17.9%
Fitness / Gym / Krafttraining	3.8%	11.5%	8.9%	13.6%	16.9%	9.4%
Tennis / Badminton	0.4%	2.2%	9.5%	3.9%	1.6%	13.1%
Spaziergehen	14.2%	17.7%	9.4%	10.1%	5.4%	5.5%
Essen / Essen gehen	7.9%	3.8%	4.2%	4.3%	2.1%	13.6%
Konzerte (besuchen)	1.4%	1.4%	0.4%	1.4%	11.0%	3.0%
Skifahren / Langlauf / Rodeln	2.0%	6.4%	6.8%	11.3%	6.5%	3.5%
Tanzen	9.8%	6.5%	3.4%	0.6%	6.2%	0.7%
Motorrad	1.5%	1.2%	1.6%	1.6%	4.7%	7.7%
Kino	3.6%	2.1%	0.6%	3.9%	6.7%	5.0%
Kampfsport / Karate / Judo	0.3%	0.6%	-	0.5%	-	5.7%
Singen	2.2%	2.6%	0.5%	-	5.5%	-
Joggen / Walken	12.7%	8.5%	9.5%	11.2%	9.5%	7.8%
Klettern	3.6%	0.2%	0.9%	1.3%	5.1%	-
Kultur / Kunst / Museen	5.1%	2.4%	0.4%	2.9%	3.8%	3.8%
Basteln	2.6%	2.7%	4.8%	0.5%	2.1%	-
Volleyball	0.5%	-	0.4%	2.7%	0.7%	4.4%
Ausflüge	1.5%	2.1%	4.4%	-	4.9%	4.5%
Snowboarden	0.3%	1.7%	1.2%	-	3.4%	3.0%
Schiessen / Sportschiessen / Bogenschiessen	0.3%	-	0.9%	1.4%	-	2.9%
Klavier	-	-	2.8%	2.5%	1.4%	2.3%
Golf	0.7%	1.0%	0.6%	1.5%	-	1.3%

Tabelle 12: Freizeitaktivitäten: signifikante Unterschiede nach Haushaltseinkommen (Quelle: GfK Switzerland)

Joggen/Walken, Spaziergehen und Tanzen wurden signifikant häufiger von Personen genannt, die ein Einkommen unter 7000.– Franken im Haushalt aufweisen. Fitness, Tennis, Konzertbesuche und Essen gehen gehören zu den Tätigkeiten, die wahrscheinlicher von Personen mit einem Haushaltseinkommen von über 12'000.– Franken aufgezählt worden sind. Sport allgemein, Velofahren und Wintersport finden sich signifikant häufiger in den Antworten der Personen mit mittleren Einkommen.



**Hinweis:** Besonders viele Menschen in der Stichprobe wollten ihr Einkommen nicht angeben. Deshalb sind die Ergebnisse trotz Signifikanz punkto Repräsentativität mit Vorsicht zu interpretieren.

#### 4.1.11 Unterschiede durch Wohnsituation

Aktivität	GEMietet	EIGENTUM
Wandern	27.7%	37.7%
Garten / Gärtnern	5.0%	13.0%
Radfahren / Biken / Mountainbike	12.4%	20.1%
Fussball	7.9%	4.2%
Klavier	0.6%	3.1%
Nähen	1.0%	3.1%

Tabelle 13: Freizeitaktivitäten: signifikante Unterschiede nach Wohnsituation (Quelle: GfK Switzerland)

Studienteilnehmende mit Wohneigentum geben signifikant häufiger an, in der Freizeit zu wandern, zu gärtnern, zu biken, Klavier zu spielen oder zu nähen, währenddessen zur Miete Wohnende signifikant häufiger angegeben haben, gerne Fussball zu spielen.

#### 4.1.12 Unterschiede zwischen Altersgruppen

Aktivität	16-29 JAHRE	30-49 JAHRE	50-74 JAHRE
Wandern	18.6%	30.8%	41.3%
Fussball	14.8%	6.2%	1.6%
Fitness / Gym / Krafttraining	21.1%	8.4%	8.0%
Lesen	28.2%	32.3%	40.1%
Garten / Gärtnern	1.1%	8.5%	12.8%
Reisen	3.5%	13.4%	14.8%
Tanzen	11.8%	3.4%	2.5%
Gaming / Videospiele	12.1%	7.6%	4.3%
Schwimmen	6.1%	13.6%	12.7%
Backen	8.4%	1.4%	1.1%
Sport (allg.)	14.0%	11.6%	7.2%
Klavier	6.8%	0.5%	-
Diverse Sportarten	6.9%	2.2%	1.5%
TV / Filme / Serien / Netflix (schauen)	11.9%	13.6%	8.6%
Tennis / Badminton	6.7%	4.3%	2.3%
Konzerte (besuchen)	1.0%	1.3%	5.4%
Yoga / Pilates	5.6%	3.1%	1.3%
Fotografieren	2.4%	2.9%	6.7%
Malen / Zeichnen	7.1%	3.3%	2.8%
Ausgehen / Feiern	5.0%	2.5%	1.2%
Kultur / Kunst / Museen	0.7%	3.7%	4.2%
Essen / Essen gehen	4.9%	6.3%	2.9%
Brettspiele / Kartenspiele / Schach	3.4%	5.8%	2.4%
Einkaufen / Shoppen	3.9%	2.5%	0.6%
Kampfsport / Karate / Judo	3.0%	0.2%	0.1%
Golf	1.4%	0.1%	2.5%
Stricken	1.1%	0.8%	3.2%
Snowboarden	3.4%	1.1%	-
Surfen / Segeln / Wake Board / SUP	2.4%	3.3%	1.0%
Volleyball	2.9%	0.7%	-
Klettern	1.0%	2.5%	0.4%
Schiessen / Sportschiessen / Bogenschiessen	2.2%	0.1%	1.1%
Basteln	-	2.6%	3.0%

Tabelle 14: Freizeitaktivitäten: signifikante Unterschiede zwischen Altersstufen (Quelle: GfK Switzerland)

Bei den über Fünfzigjährigen sind signifikant häufiger: Wandern, Lesen, Reisen, Gärtnern, im kleineren Ausmass auch Fotografie, Konzertbesuche, Kultur/Kunst/Museen, Stricken, Basteln und Golf. Zwischen 30 und 49 Jahren bevorzugen die Menschen signifikant häufiger als die anderen Altersstufen Schwimmen und Fernsehen, ferner Essen gehen, Spiele machen, Wassersport und Klettern. Und die U30-Jährigen gaben in der Befragung signifikant häufiger Fitness, Sport allgemein, Fussball, Gaming sowie Tanzen, ferner Backen, Klavier, Tennis, Yoga/Pilates, Malen/Zeichnen, Ausgehen/Feiern, Einkaufen/Shoppen, Kampfsport, Snowboarden, Volleyball und Schiessen.

#### 4.1.13 Unterschiede durch Lebensabschnitt

Aktivität	YOUNG FAMILIES	FAMILIES WITH TEENS	ADULT FAMILIES	YOUNGER COUPLES	OLDER COUPLES	YOUNGER SINGLES	OLDER SINGLES
Wandern	18.8%	33.5%	37.6%	31.5%	40.1%	29.7%	34.4%
Lesen	33.0%	28.2%	39.6%	33.6%	39.5%	26.0%	39.4%
Garten / Gärtnern	8.3%	6.6%	6.7%	2.8%	13.9%	2.3%	12.7%
Gaming / Videospiele	6.8%	8.5%	6.8%	14.9%	3.3%	14.0%	4.4%
Sport (allg.)	12.0%	11.4%	13.6%	16.4%	6.9%	8.1%	5.3%
Spaziergehen	16.2%	13.3%	9.3%	8.1%	10.1%	5.2%	9.4%
Joggen / Walken	6.7%	15.5%	10.7%	17.5%	10.0%	8.5%	14.2%
Fussball	6.6%	8.5%	7.8%	11.6%	2.3%	10.2%	1.1%
Schwimmen	17.7%	11.7%	8.9%	8.5%	9.1%	12.2%	10.2%
Fitness / Gym / Krafttraining	10.0%	13.8%	13.4%	13.1%	9.3%	12.4%	4.8%
Radfahren / Biken / Mountainbike	14.8%	18.4%	11.8%	14.8%	18.8%	17.7%	9.9%
Reisen	11.0%	7.7%	11.5%	11.5%	15.4%	14.3%	13.7%
Tanzen	7.2%	3.8%	8.8%	4.6%	1.6%	3.3%	6.4%
Kultur / Kunst / Museen	1.6%	2.1%	3.6%	1.9%	3.7%	4.6%	8.1%
Backen	0.4%	6.7%	2.7%	2.7%	1.0%	4.6%	2.2%
Stricken	0.8%	0.8%	1.0%	2.2%	1.7%	1.4%	7.0%
Konzerte (besuchen)	0.3%	1.6%	5.0%	1.1%	4.7%	1.7%	6.0%
Handarbeit	4.8%	3.0%	2.7%	1.2%	5.6%	6.8%	4.7%
Hund	-	1.9%	0.8%	6.1%	2.0%	1.0%	3.3%
Essen / Essen gehen	7.2%	5.1%	4.0%	6.2%	1.9%	4.9%	4.0%
Theater / Oper / Ballett	0.6%	1.1%	1.0%	-	1.4%	5.8%	2.0%
Klavier	0.6%	5.7%	1.7%	-	-	1.2%	-
Fotografieren	3.7%	2.3%	4.5%	2.6%	7.3%	2.4%	5.6%
Puzzeln	3.2%	0.3%	5.0%	1.9%	0.3%	-	3.4%
Snowboarden	1.0%	-	4.2%	3.7%	0.2%	1.6%	-
Eishockey / Unihockey	4.6%	4.1%	0.7%	1.3%	1.0%	0.9%	0.8%
Reiten	0.7%	1.5%	1.6%	4.4%	1.6%	1.6%	-

Tabelle 15: Freizeitaktivitäten: signifikante Unterschiede zwischen Lebensabschnitten (Quelle: GfK Switzerland)

Aktivität	YOUNG FAMILIES	FAMILIES WITH TEENS	ADULT FAMILIES	YOUNGER COUPLES	OLDER COUPLES	YOUNGER SINGLES	OLDER SINGLES
Ausgehen / Feiern	2.1%	4.5%	4.1%	1.7%	0.8%	1.9%	2.0%
Kampfsport / Karate / Judo	-	0.9%	3.4%	-	0.2%	1.7%	0.6%
Basteln	4.1%	-	1.4%	-	3.5%	1.9%	3.2%
Golf	-	1.4%	-	-	3.5%	0.9%	1.7%
Nähen	-	2.8%	1.4%	2.2%	2.6%	0.6%	3.1%
Kino	2.8%	4.7%	3.1%	-	2.9%	2.3%	2.5%
Auto (fahren)	0.5%	2.5%	1.4%	1.5%	-	2.8%	2.1%
Volleyball	0.5%	2.0%	-	2.2%	-	1.9%	0.6%
Klettern	2.4%	2.5%	-	2.2%	-	2.7%	-

Tabelle 15: (Forts.)

Handarbeit, Theater/Oper/Ballett sowie Autofahren sind Freizeitaktivitäten, die bei jüngeren Singles am gefragtesten sind. Bei älteren Singles signifikant häufiger angegeben wurden Kultur/Kunst/Museen, Stricken, Konzertbesuche, Stricken und Nähen. Jüngere Paare präferieren Joggen/Walken, Sport allgemein, Gaming, Fussball, die Beschäftigung mit einem Hund, Reitsport sowie Volleyball. Wandern, Biken, Reisen, Gärtnern, Fotografie und Golf werden von Menschen signifikant häufiger bevorzugt, die als ältere Paare zusammenleben. Wer im Fragebogen Schwimmen, Spazieren, Essen gehen, Hockey oder Basteln aufzählte, gehört mit einiger Wahrscheinlichkeit zur Gruppe der frischgebackenen Eltern. Wer zu einer Familie gehört, in der Teenager leben, macht wahrscheinlich gern Fitness, backt gerne, spielt gern Klavier, feiert oder geht ins Kino. In Familien mit erwachsenen Kindern wird gern gelesen, getanzt und gepuzzelt, ferner liegen Kampfsport und Snowboarden hoch im Kurs.

#### 4.1.14 Freizeitaktivitäten mit den meisten und wenigsten signifikanten Unterschieden

Aktivität	Rang
Tanzen	1
Fitness / Gym / Krafttraining	2
Wandern	2
Radfahren / Biken / Mountainbike	4
Fussball	4
Klavier	4
Basteln	4
Konzerte (besuchen)	8
Essen / Essen gehen	8
Sport (allg.)	10
Backen	10

Aktivität	Rang
Tauchen / Schnorcheln	55
Ehrenamt / Sozialarbeit	55
Natur / in der Natur sein	55
Theater / Oper / Ballett	55
Kochen	55
Kegeln / Bowling	60
Baden	60
Angeln / Fischen	60
Schreiben	60
Wellness	60
Rätsel / Kreuzworträtsel	60

Tabellen 16a und b: Freizeitaktivitäten (Quelle: GfK Switzerland)

Die Tätigkeiten in der Tabelle 16a links lassen sich aufgrund vieler signifikanter Unterschiede bestimmten Merkmalskombinationen zuschreiben. Das heisst: Wer in der Freizeit gern tanzt, ist – statistisch gesehen – mutmasslich weiblich, unter 30 Jahre alt, hat eher keinen höheren Bildungsabschluss und hat wahrscheinlich ein kleineres monatliches Einkommen.

Die Aktivitäten in der Tabelle 16b rechts lassen sich kaum einem bestimmten Segment der Stichprobe zuordnen. Mit anderen Worten: Wellnesen oder Kochen ist in allen Bevölkerungsschichten, bei allen Geschlechtern, in allen Haushaltsgrössen, in jedem Alter etc. ungefähr gleich beliebt – oder unbeliebt.

## 4.1.15 Abdeckung auf Brack

Tätigkeit	abgedeckt durch Brack	Tätigkeit	abgedeckt durch Brack
Radfahren / Biken / Mountain-bike	<input checked="" type="checkbox"/> ja	Kochen	<input checked="" type="checkbox"/> ja
Schwimmen	<input checked="" type="checkbox"/> ja	Essen / Essen gehen	<input checked="" type="checkbox"/> ja
Joggen / Walken	<input checked="" type="checkbox"/> ja	Backen	<input checked="" type="checkbox"/> ja
Fitness / Gym / Krafttraining	<input checked="" type="checkbox"/> ja	Gaming / Videospiele	<input checked="" type="checkbox"/> ja
Fussball	<input checked="" type="checkbox"/> ja	Spiele (machen) / Brettspiele / Kartenspiele / Schach	<input checked="" type="checkbox"/> ja
Tennis / Badminton	<input checked="" type="checkbox"/> ja	Puzzeln	<input checked="" type="checkbox"/> ja
Yoga / Pilates	<input checked="" type="checkbox"/> ja	Rätsel / Kreuzworträtsel	<input checked="" type="checkbox"/> ja
Surfen / Segeln / Wake Board / SUP	<input checked="" type="checkbox"/> ja	Handarbeit	<input checked="" type="checkbox"/> ja
Klettern	<input checked="" type="checkbox"/> ja	Malen / Zeichnen	<input checked="" type="checkbox"/> ja
Volleyball	<input checked="" type="checkbox"/> ja	Basteln	<input checked="" type="checkbox"/> ja
Kampfsport / Karate / Judo	<input checked="" type="checkbox"/> ja	Nähen	<input checked="" type="checkbox"/> ja
Tauchen / Schnorcheln	<input checked="" type="checkbox"/> ja	Stricken	<input checked="" type="checkbox"/> ja
Lesen	<input checked="" type="checkbox"/> ja	Häkeln	<input checked="" type="checkbox"/> ja
TV / Filme / Serien / Netflix (schauen)	<input checked="" type="checkbox"/> ja	Snowboarden	<input checked="" type="checkbox"/> ja (keine Boards)
Garten / Gärtnern	<input checked="" type="checkbox"/> ja	Skifahren / Langlauf / Rodeln	<input checked="" type="checkbox"/> ja (keine Ski)
Fotografieren	<input checked="" type="checkbox"/> ja	Eishockey / Unihockey	<input checked="" type="checkbox"/> minim
Computer / Internet / IT	<input checked="" type="checkbox"/> ja	Reiten	<input checked="" type="checkbox"/> minim
Nichtstun / Faulenzen / Chillen	<input checked="" type="checkbox"/> ja	Golf	<input checked="" type="checkbox"/> minim
Einkaufen / Shoppen	<input checked="" type="checkbox"/> ja	Motorrad	<input checked="" type="checkbox"/> minim
Hund	<input checked="" type="checkbox"/> ja	Kultur / Kunst / Museen	<input checked="" type="checkbox"/> minim
Auto (fahren)	<input checked="" type="checkbox"/> ja	Schiessen / Sportschiessen / Bogenschiessen	<input checked="" type="checkbox"/> nein
Baden	<input checked="" type="checkbox"/> ja	Kegeln / Bowling	<input checked="" type="checkbox"/> nein
Schreiben	<input checked="" type="checkbox"/> ja	Angeln / Fischen	<input checked="" type="checkbox"/> nein
Wellness	<input checked="" type="checkbox"/> ja	Tanzen	<input checked="" type="checkbox"/> nein
Wandern	<input checked="" type="checkbox"/> ja	Familie / Freunde (treffen)	kaum anwendbar
Reisen	<input checked="" type="checkbox"/> ja	Kino	kaum anwendbar
Spaziergehen	<input checked="" type="checkbox"/> ja	Ausgehen / Feiern	kaum anwendbar
Urlaub / Ferien	<input checked="" type="checkbox"/> ja	Ehrenamt / Sozialarbeit	kaum anwendbar
Musik (hören)	<input checked="" type="checkbox"/> ja	Natur / in der Natur sein	kaum anwendbar
Musizieren / Instrument spielen	<input checked="" type="checkbox"/> ja	Ausflüge	kaum anwendbar
Klavier	<input checked="" type="checkbox"/> ja	Konzerte (besuchen)	kaum anwendbar
Singen	<input checked="" type="checkbox"/> ja	Theater / Oper / Ballett	kaum anwendbar

Tabelle 17: Freizeitaktivitäten abgedeckt durch Brack-Sortiment (Stand Dezember 2024)

Von 64 aufgezählten Tätigkeiten (ohne Überkategorien, «andere»/«diverse») deckt das Brack-Sortiment 45 oder 70 Prozent gut ab. Addieren wir die zwei Tätigkeiten, die Brack mehrheitlich abdeckt, und die fünf Tätigkeiten, zu denen Brack einzelne Artikel oder Warengruppen führt oder solche, die zu vielerlei Aktivitäten geeignet sind, landet Brack bei einer Abdeckung von 81

Prozent. Zu vier Tätigkeiten führt Brack nichts Konkretes im Sortiment, und bei acht Freizeitaktivitäten braucht es in der Regel nichts von Brack dazu. Mit einem Handelssortiment nur indirekt abzudecken ist etwa «Familie/Freunde treffen», gemäss Tabelle 3 in Kap. 4.1.1 auf Platz zehn der beliebtesten Freizeitaktivitäten. Indirekt insofern, als es darauf ankommt, was die Menschen tun, wenn sie einander treffen, was die Befragten natürlich nicht näher spezifiziert haben (Beispiele: Wenn sie zusammen auf dem Balkon ein Bier trinken gehen, liefert Brack das Bier. Wenn sie sich an der Uferpromenade treffen, um einander Neuigkeiten zu erzählen, dann hat vielleicht jemand seine Socken vor anderthalb Jahren bei Brack bestellt. Dass Brack diese Freizeitaktivität abdecke, wäre in so einem Fall aber etwas weit hergeholt.

## 4.2 Zur Verfügung stehende Zeit

total	An einem Wochentag Montag bis Freitag	Am Wochenende Samstag und Sonntag
<b>Schnitt Freizeit in Minuten</b>	248 4 Stunden, 8 Minuten	434 7 Stunden, 14 Minuten
<b>Schnitt Me-Time in Minuten</b>	156 2 Stunden, 36 Minuten	233 3 Stunden, 53 Minuten

Tabelle 18: Mittelwerte Freizeit und Me-Time wochentags und an Wochenenden (Quelle: GfK Switzerland)

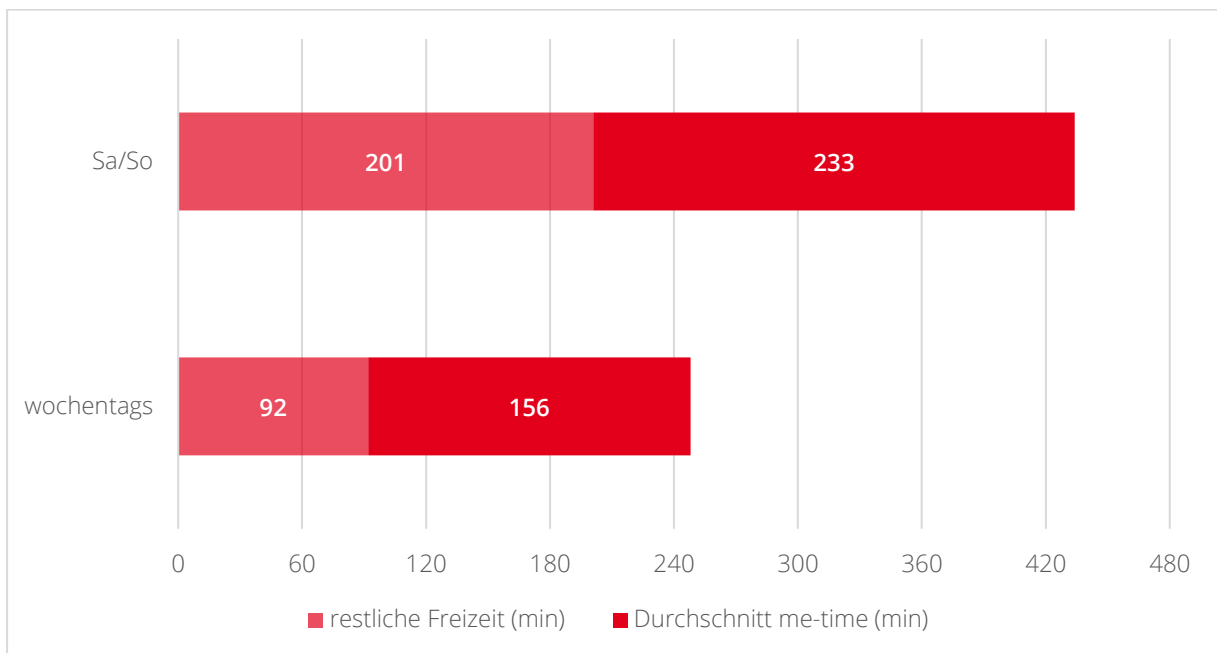


Diagramm 1: Mittelwerte Freizeit und Me-Time wochentags und an Wochenenden (Quelle: GfK Switzerland)

Der Schweizer Bevölkerung stehen gemäss eigener Einschätzung der Studienteilnehmenden wochentags durchschnittlich vier Stunden und acht Minuten Freizeit zur Verfügung. Davon kann sie rund 63 Prozent respektive zwei Stunden und 36 Minuten für sich allein nutzen. Am Wochenende stehen pro Tag im Schnitt sieben Stunden und 14 Minuten Freizeit zur Verfügung, davon knapp unter vier Stunden respektive 54 Prozent Me-Time. Beide Wochenendwerte unterscheiden sich statistisch signifikant von den wochentäglichen Werten.

#### 4.2.1 Unterschiede bei der Freizeit werktags

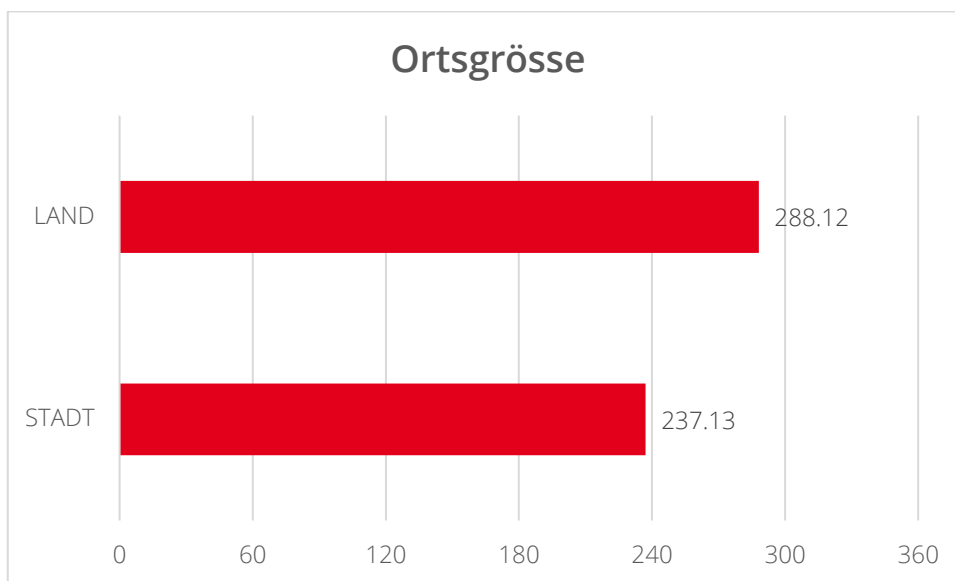


Diagramm 2: Freizeit wochentags nach Ortsgrösse (Quelle: GfK Switzerland)

Befragte, die in ländlichen Gegenden wohnen, haben im Schnitt eine signifikant längere werktägliche Freizeit als diejenigen, die in der Stadt leben und mit 51 Minuten weniger Freizeit pro Tag auskommen müssen.

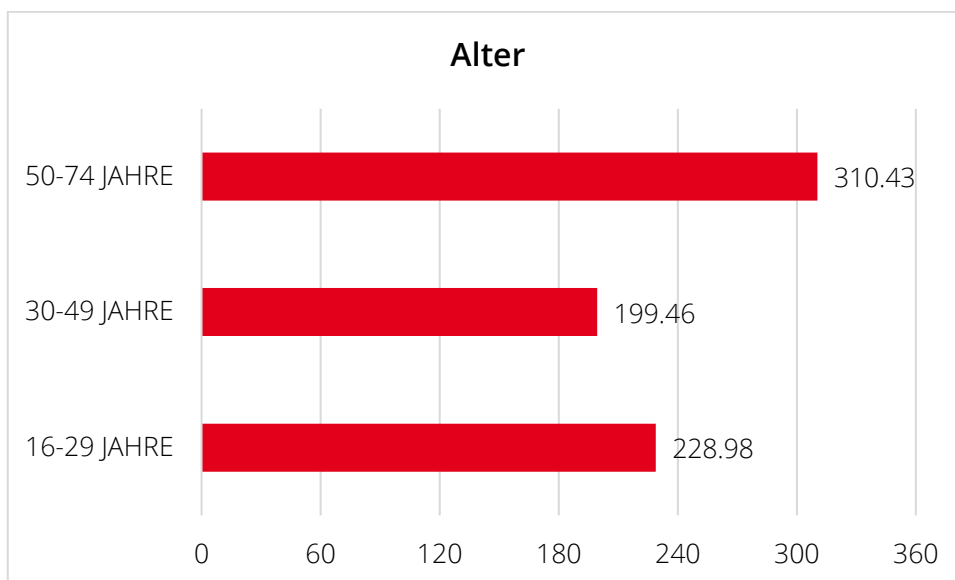


Diagramm 3: Freizeit wochentags nach Altersklasse (Quelle: GfK Switzerland)

Jeden Tag einen Spielfilm mehr: Die ab Fünfzigjährigen geben an einem Werktag durchschnittlich 82 Minuten mehr Freizeit an als die unter Dreissigjährigen. Nochmals knapp eine halbe Stunde weniger Freizeit steht 30–49-Jährigen pro Werktag zur Verfügung.

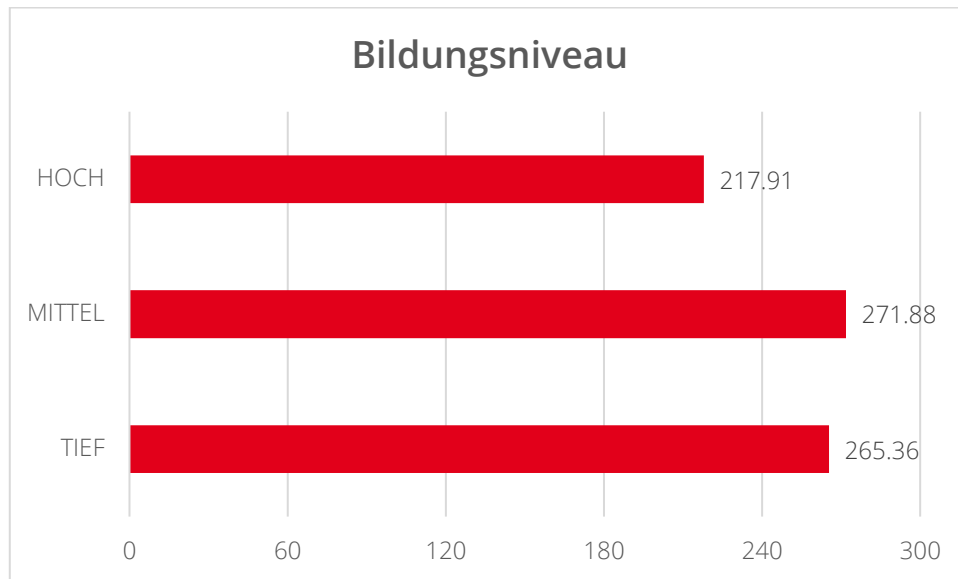


Diagramm 4: Freizeit wochentags nach Bildungsniveau (Quelle: GfK Switzerland)

Befragte mit mittlerem und tieferem Bildungsabschluss haben fast eine Stunde mehr Freizeit an einem durchschnittlichen Werktag als solche mit Abschluss auf Tertiärstufe.

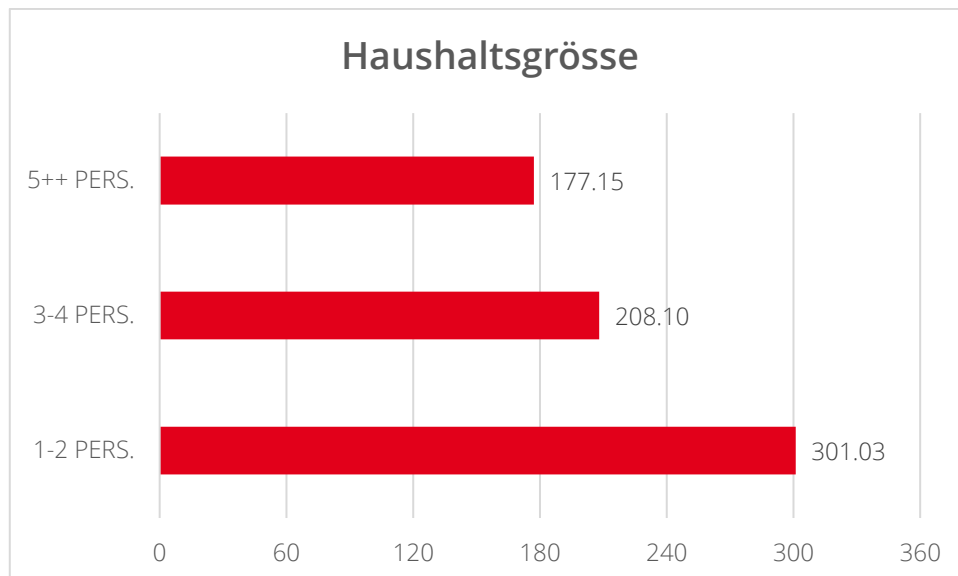


Diagramm 5: Freizeit wochentags nach Haushaltsgrösse (Quelle: GfK Switzerland)

Statistisch signifikante Unterschiede gibt es auch bei der Freizeit an Werktagen in verschiedenen grossen Haushalten. Im Fünf-und-mehr-Personen-Haushalt verbleiben knapp drei Stunden, während im Drei- oder Vierpersonenhaushalt lebende Personen zirka eine halbe Stunde mehr und solche in Ein-/Zwei-Personen-Haushalte sogar rund zwei Stunden mehr pro Werktag, also insgesamt fünf Stunden verbuchen.

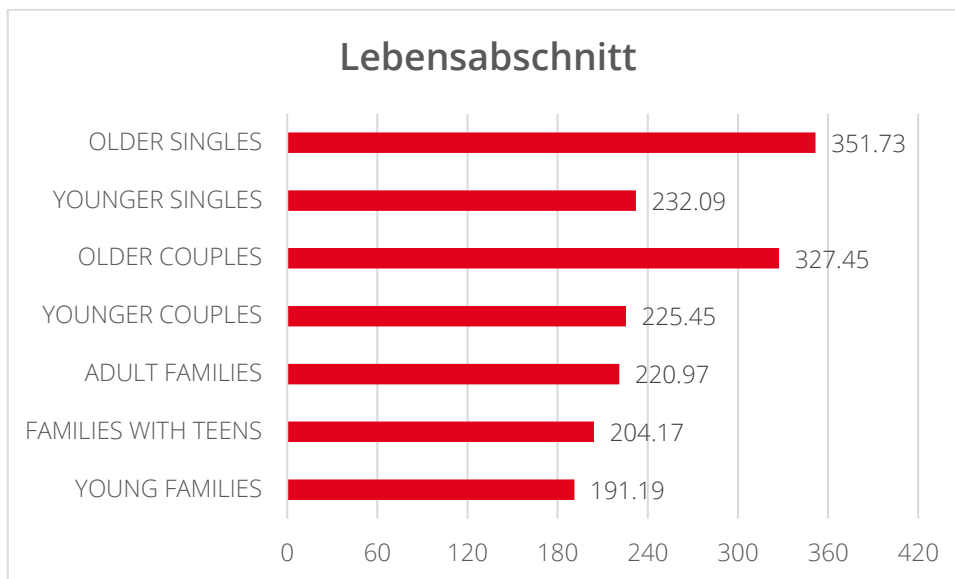


Diagramm 6: Freizeit wochentags nach Lebensabschnitt (Quelle: GfK Switzerland)

Zwischen verschiedenen Lebensabschnitten – ein Lebensabschnitt ist dabei eine Kombination aus dem Alter und der Familiensituation der Befragten – gibt es signifikante Unterschiede zwischen den Zeitbudgets, und zwar bei den älteren Singles und älteren Paaren. Ältere Singles geniessen pro Werktag zwei Stunden mehr Freizeit als jüngere Singles, während ältere kinderlose Paare gegenüber jüngeren kinderlosen Paaren über 100 Minuten mehr Freizeit geniessen, aber rund eine halbe Stunde weniger als ältere Singles. Erwartungsgemäss haben frischgebackene Eltern («Young Families»), Eltern von Teenagern und Eltern von erwachsenen Kindern am wenigsten Freizeit an einem Werktag.

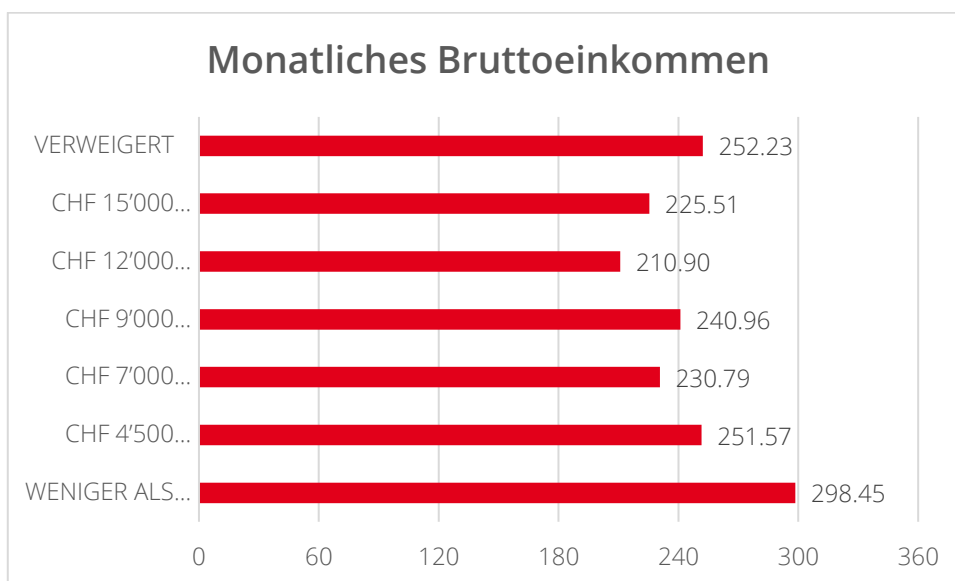


Diagramm 7: Freizeit wochentags nach Einkommen (Quelle: GfK Switzerland)

Beim Bruttohaushaltseinkommen ist der einzige statistisch signifikante Unterschied derjenige zwischen Gutverdienenden mit einem Einkommen zwischen 12'000.– bis unter 15'000.– Franken und Geringverdienenden mit einem monatlichen Einkommen von weniger als 4500.–. Die

besser Verdienenden geben an, pro Werktag fast anderthalb Stunden weniger Freizeit zur Verfügung zu haben.



**Hinweis:** Beim werktäglichen Freizeitbudget gibt es ebenfalls Unterschiede zwischen Sprachregionen, Geschlechtern, Einkaufsverantwortung und Wohnsituation. Allerdings erreichen diese Unterschiede im Mittelwertsvergleich anders als die bis hierher aufgeführten Merkmale kein statistisch belastbares Signifikanzniveau. Das bedeutet, dass nicht auszuschliessen ist, dass diese Unterschiede zufällig zustandekommen.

#### 4.2.2 Unterschiede bei der Freizeit an Wochenenden

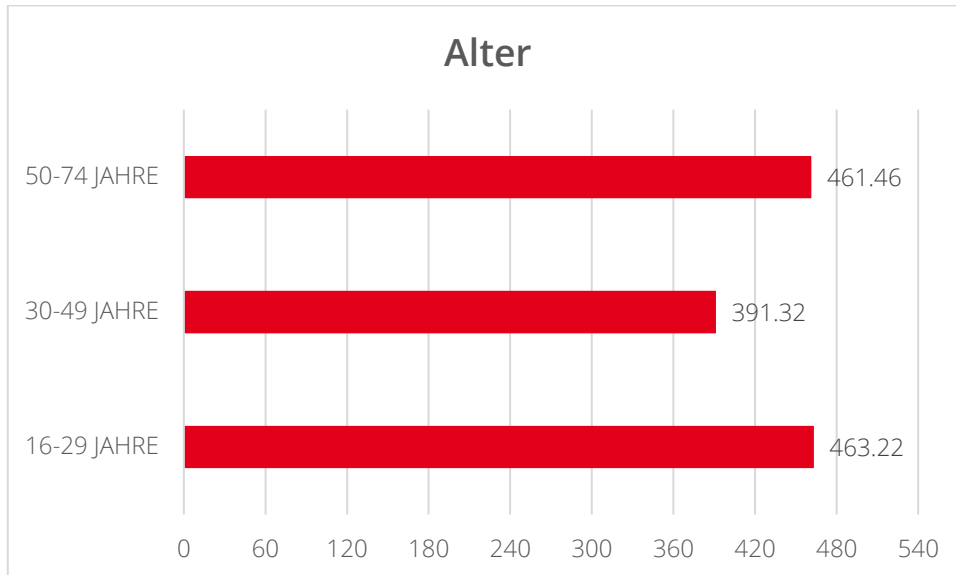


Diagramm 8: Freizeit am Wochenende nach Altersklassen (Quelle: GfK Switzerland)

An einem durchschnittlichen Tag am Wochenende haben die 30–49-jährigen etwa 70 Minuten weniger Freizeit zur Verfügung als Personen in den beiden anderen Altersgruppen.

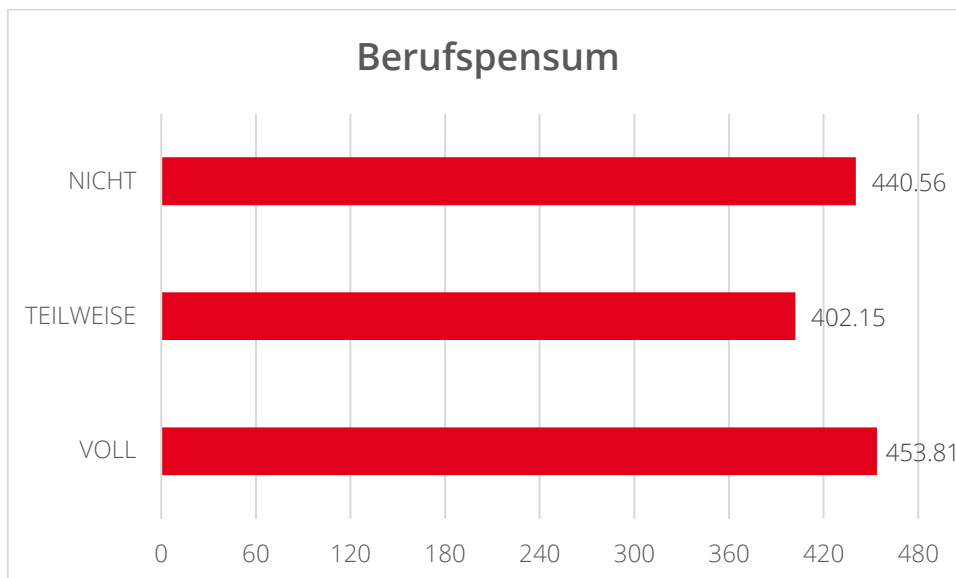


Diagramm 9: Freizeit am Wochenende nach Berufstätigkeit (Quelle: GfK Switzerland)

Teilzeitler\*innen haben an Wochenenden signifikant weniger Freizeit als Voll (+ 51 min) oder gar nicht Berufstätige (+ 38 min).

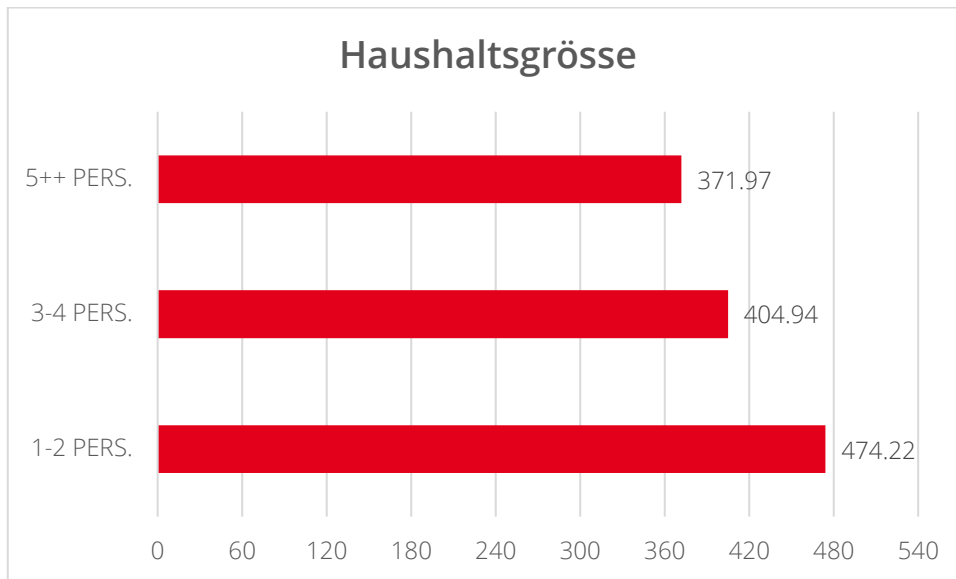


Diagramm 10: Freizeit am Wochenende nach Haushaltsgrösse (Quelle: GfK Switzerland)

Bei der Haushaltsgrösse ergibt sich ein äusserst ähnliches Bild wie unter der Woche (Diagramm 5, Kapitel 4.2.1), aber freilich deutlich höheren absoluten Werten. In Kleinhaushalten lebende Personen geben knapp acht Stunden Freizeit an einem Tag am Wochenende an. Personen, die in Grosshaushalten wohnen, verfügen gemäss eigenen Angaben über mehr als 100 Minuten pro Wochenendtag weniger.

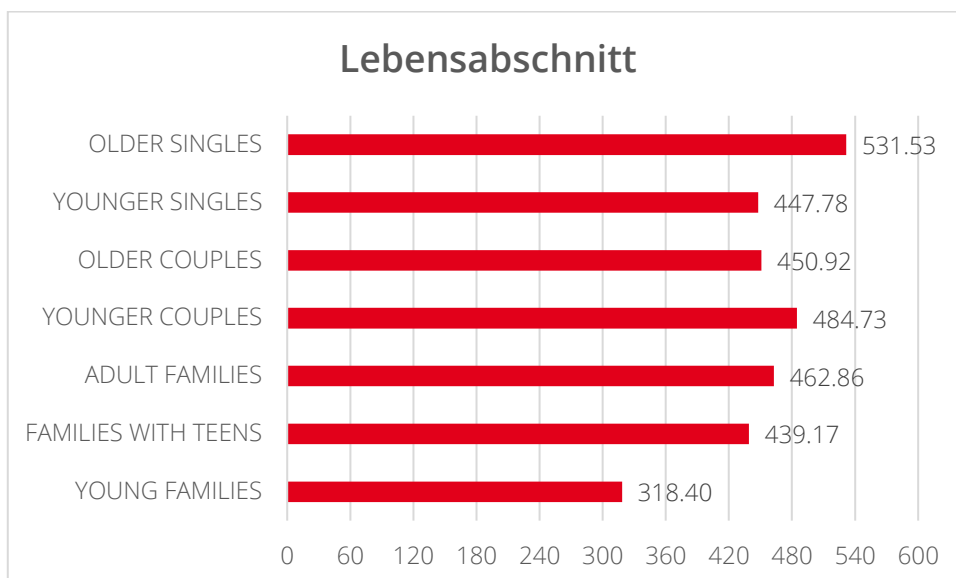


Diagramm 11: Freizeit am Wochenende nach Lebensabschnitt (Quelle: GfK Switzerland)

Ältere Singles haben an Samstagen oder Sonntagen im Schnitt fast neun Stunden Freizeit. Eine Dreiviertelstunde weniger haben jüngere Singles und ältere Paare. Befragte, die in Familien mit Teenagern oder kleineren Kindern leben, haben an Wochenenden am wenigsten Freizeit: In Teenie-Familien sind es sieben Stunden und 19 Minuten, bei Befragten in jungen Familien gar nochmals zwei Stunden weniger, nämlich fünf Stunden und 18 Minuten. Das ist beinahe halb so wenig wie bei den älteren Singles mit fast neun Stunden.



**Hinweis:** Beim Freizeitbudget an Wochenenden gibt es ebenfalls Unterschiede zwischen Sprachregionen, Wohnortsgrößen, Geschlechtern, Einkaufsverantwortung, Bildungsniveaus und Wohnsituation. Allerdings erreichen diese Unterschiede im Mittelwertsvergleich anders als die bis hierher aufgeführten Merkmale kein statistisch belastbares Signifikanzniveau. Das bedeutet, dass nicht auszuschliessen ist, dass diese Unterschiede zufällig zustandekommen.

### 4.2.3 Unterschiede bei der Me-Time werktags

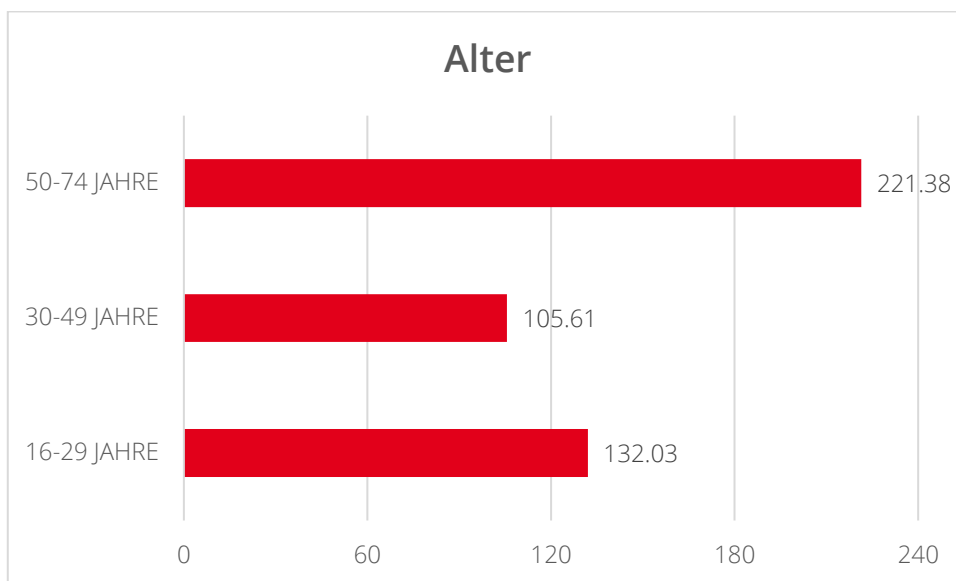


Diagramm 12: Me-Time werktags nach Alter (Quelle: GfK Switzerland)

Hier zeigt sich ein ähnliches Bild wie beim werktäglichen Freizeitbudget (Kap. 4.2.1, Diagramm 3): Die 30–49-Jährigen können an einem Werktag statistisch signifikant weniger Zeit für sich allein beanspruchen als die anderen Altersstufen, nämlich nur gerade 106 Minuten (53 Prozent von 199 Minuten Freizeit). Auch die unter Dreissigjährigen haben mit 132 Minuten (57 Prozent von 229 Minuten Freizeit) nicht viel Me-Time zur Verfügung. Die ab Fünfzigjährigen können pro Werktag 221 Minuten (71 Prozent von 310 Minuten Freizeit) allein für sich verwenden.

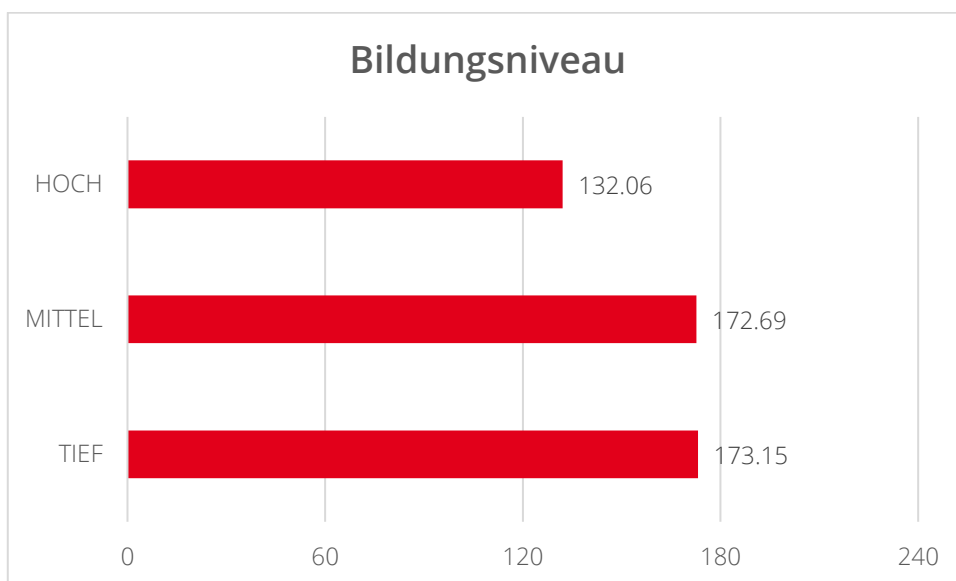


Diagramm 13: Me-Time werktags nach Bildungsstufe (Quelle: GfK Switzerland)

Befragte mit tertiärem Schulabschluss haben signifikant weniger Me-Time an Werktagen gegenüber den Befragten mit niedrigeren Abschlüssen – mit 132 Minuten rund 40 Minuten weniger als die anderen).

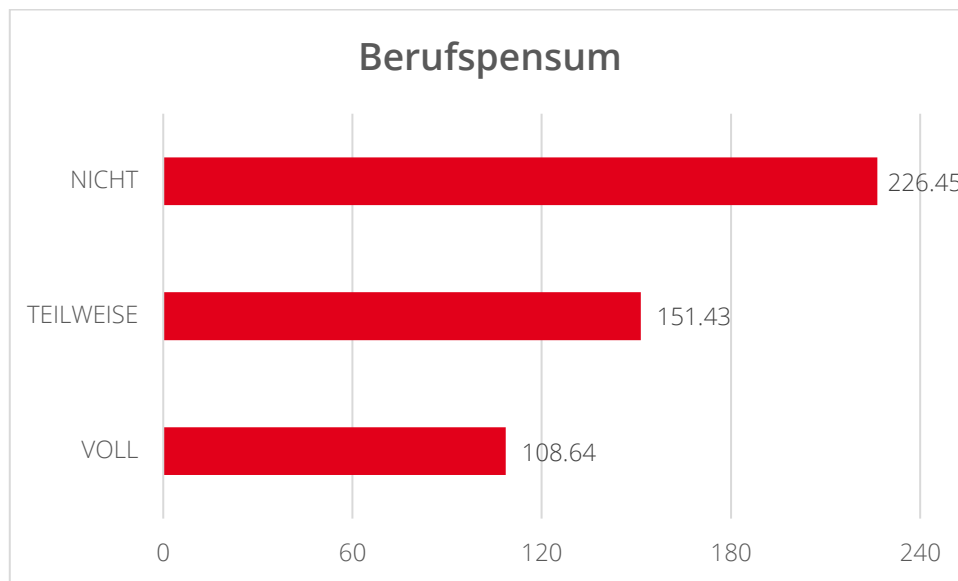


Diagramm 14: Me-Time werktags nach Berufspensum (Quelle: GfK Switzerland)

Voll Berufstätige geben an, werktags nur etwas mehr als anderthalb Stunden für sich allein zu haben. Bei Teilzeiter\*innen ist es rund eine Dreiviertelstunde mehr pro Tag, nicht Berufstätige können unter der Woche pro Tag durchschnittlich fast vier Stunden für sich nutzen.

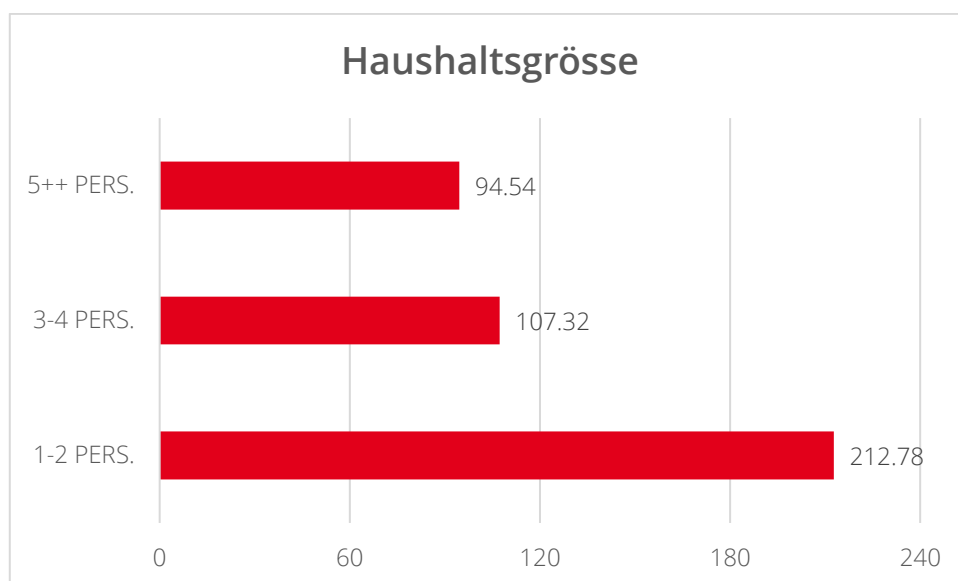


Diagramm 15: Me-Time werktags nach Haushaltsgrösse (Quelle: GfK Switzerland)

Anderthalb Stunden für Personen in Grossfamilien/-haushalten, zwei Stunden mehr in Single- und Paarhaushalten: Die werktägliche Me-Time hängt mutmasslich sehr von haushaltlichen Verrichtungen und Verpflichtungen ab. Dazu kommt, dass es eine grössere Herausforderung ist, in Haushalten mit vielen Mitgliedern Zeit für sich alleine zu verbringen.

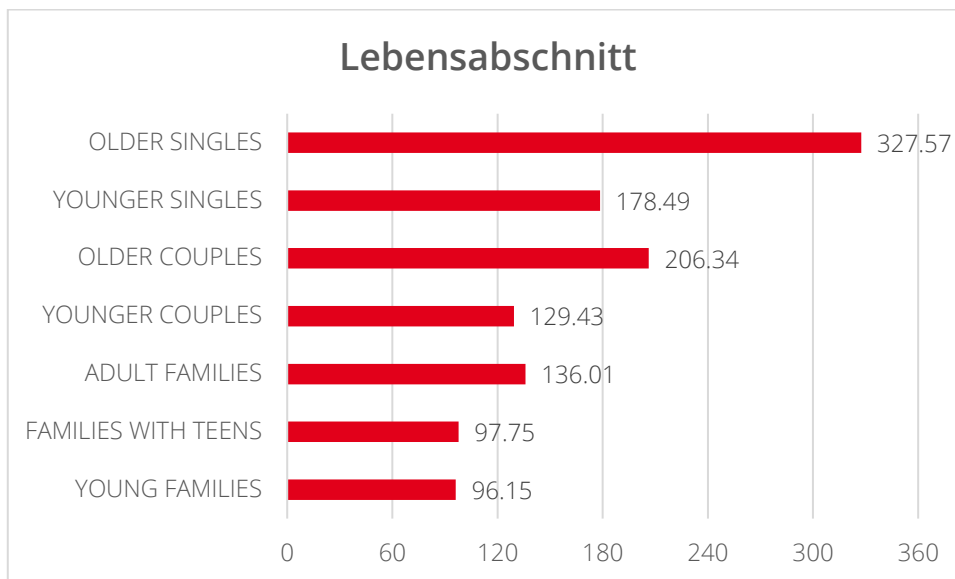


Diagramm 16: Me-Time werktags nach Lebensabschnitt (Quelle: GfK Switzerland)

Befragte aus Familien mit noch nicht erwachsenen Kindern können sich werktags eine Spielfilmlänge lang um sich selbst kümmern. Bei Familien mit erwachsenen Kindern und jüngeren Pärchen ist es ungefähr eine halbe Stunde länger. Jüngere Singles haben fast drei Stunden für sich allein. Ältere Paare haben fast dreieinhalb Stunden für sich. Obenaus schwingen ältere Singles, die werktags von fünfeinhalb Stunden Me-Time profitieren.

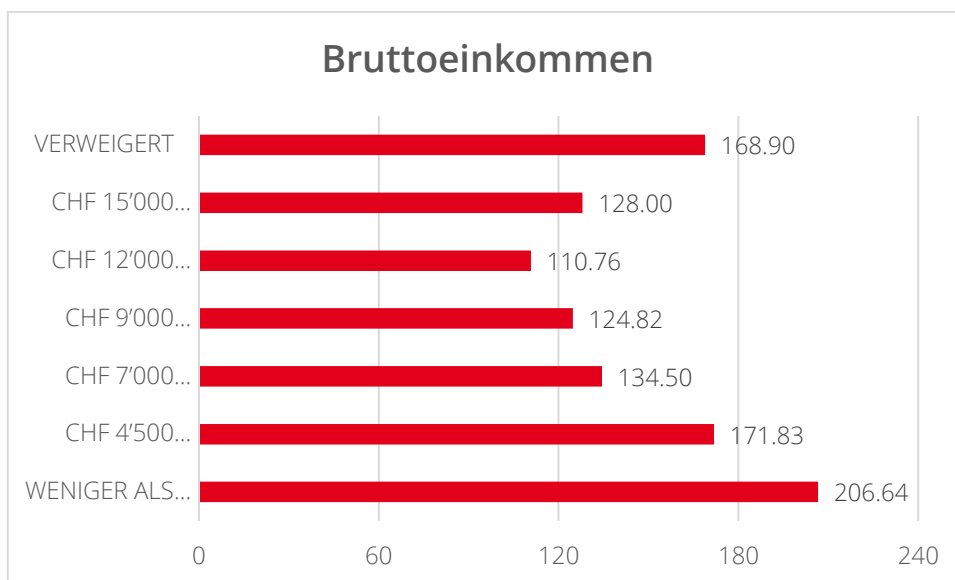


Diagramm 17: Me-Time werktags nach Bruttoeinkommen (Quelle: GfK Switzerland)

Beim monatlichen Bruttohaushaltseinkommen schrumpft mit zunehmendem Frankenbetrag die Me-Time. Gutverdienende mit einem Einkommen zwischen 12'000.– und 15'000.– Franken geniessen eine Me-Time von einer Stunde und 51 Minuten. Geringverdienende haben dabei mit täglich dreieinhalb Stunden die meiste Me-Time unter der Woche. Ab einem Einkommen von monatlich 15'000.– Franken steigt die Me-Time wieder (zwei Stunden, acht Minuten).



**Hinweis:** Beim werktäglichen Me-Time-Budget gibt es ebenfalls Unterschiede zwischen Sprachregionen, Ortsgrössen, Geschlechtern, Einkaufsverantwortung und Wohnsituation. Allerdings erreichen diese Unterschiede im Mittelwertsvergleich anders als die bis hierher aufgeführten Merkmale kein statistisch belastbares Signifikanzniveau. Das bedeutet, dass nicht auszuschliessen ist, dass diese Unterschiede zufällig zustandekommen.

#### 4.2.4 Unterschiede bei der Me-Time an Wochenenden

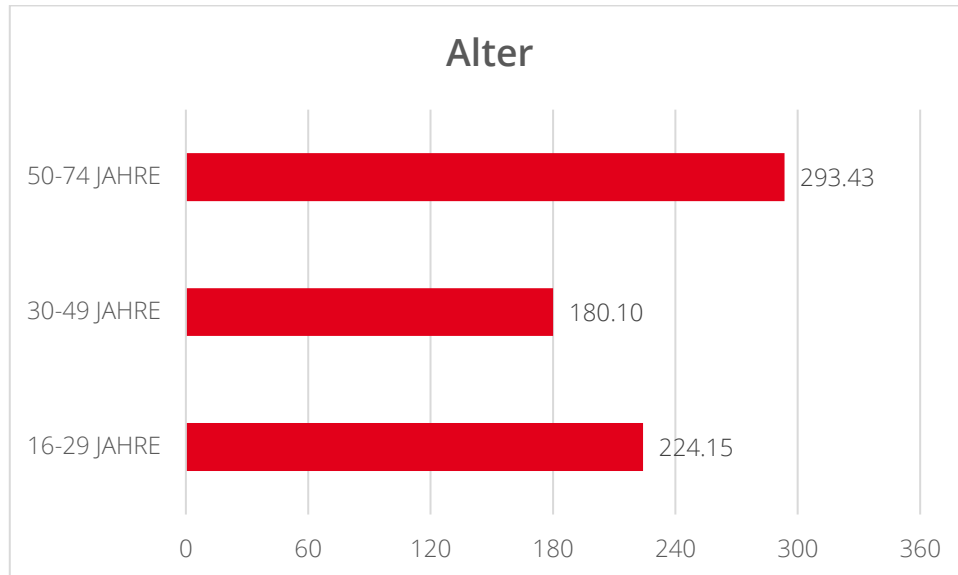


Diagramm 18: Me-Time Wochenende nach Alter (Quelle: GfK Switzerland)

An einem Tag am Wochenende verfügen die 30- bis 49-jährigen über knapp drei Stunden Me-Time (46 Prozent ihres gesamten täglichen Freizeitbudgets an Wochenenden gemäss Kap. 4.2.2, Diagramm 7). Die unter Dreissigjährigen können sich eine knappe Dreiviertelstunde länger mit sich beschäftigen (48 Prozent ihrer Freizeit). Befragte ab einem Alter von 50 Jahren geniessen fast fünf Stunden Me-Time (64 Prozent ihrer freien Zeit).

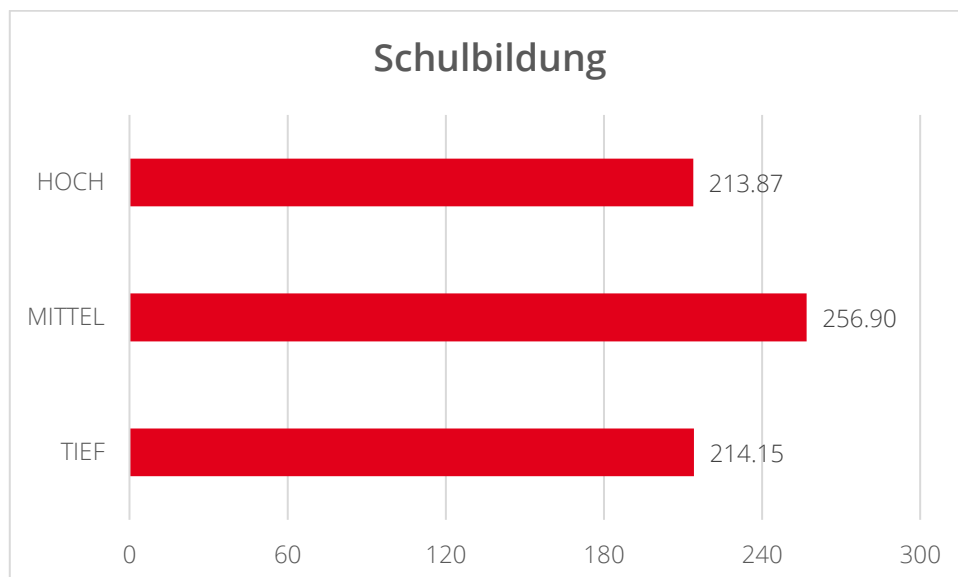


Diagramm 19: Me-Time Wochenende nach Schulbildung (Quelle: GfK Switzerland)

Personen aus der Stichprobe mit mittlerem Bildungsabschluss geniessen an Wochenenden vier Stunden und 17 Minuten Me-Time – fast eine Dreiviertelstunde länger als die Personen aus den anderen beiden Gruppen.

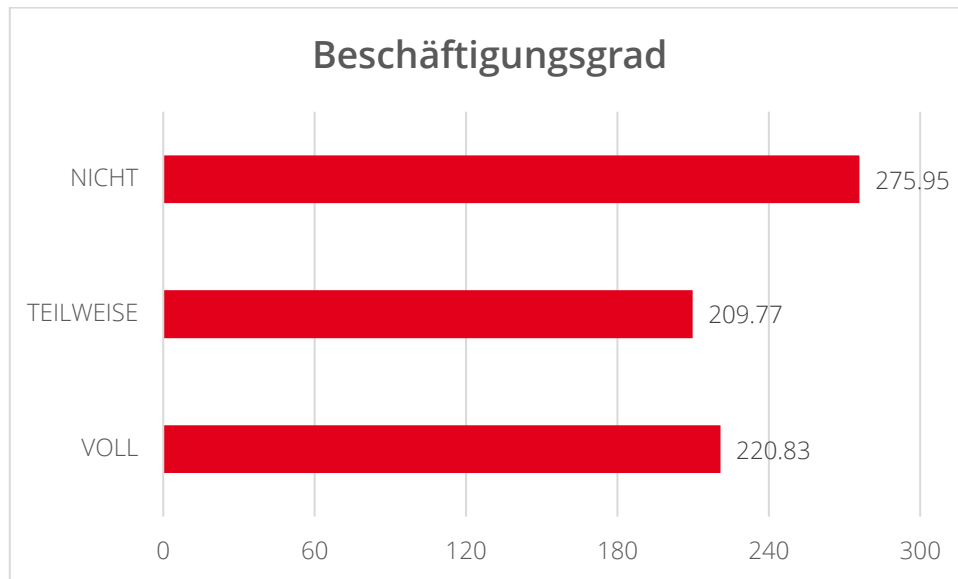


Diagramm 20: Me-Time Wochenende nach Arbeitspensum (Quelle: GfK Switzerland)

Teilzeitbeschäftigte haben am wenigsten Me-Time am Wochenende: durchschnittlich dreieinhalb Stunden. Vollzeitbeschäftigte haben allerdings nur elf Minuten länger, während Personen ohne Arbeitspensum über vier Stunden und 40 Minuten und damit signifikant mehr Me-Time verfügen können.

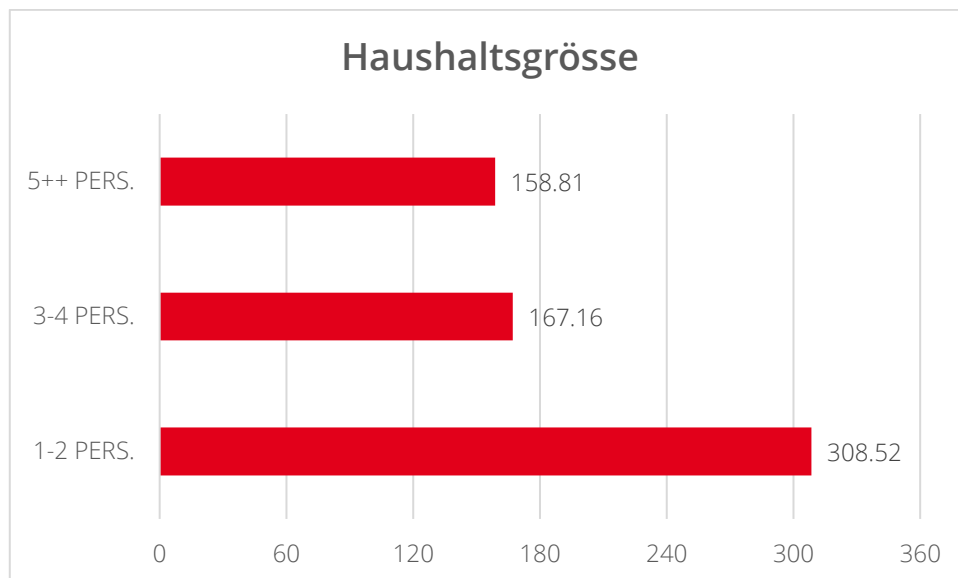


Diagramm 21: Me-Time Wochenende nach Haushaltsgrösse (Quelle: GfK Switzerland)

Single- und Paarhaushalte geniessen an Wochenenden pro Tag und Person jeweils im Schnitt fünf Stunden und neun Minuten Me-Time. Das ist signifikant mehr als in Haushalten mit drei bis vier (zwei Stunden und 47 Minuten) respektive fünf oder noch mehr Personen (zwei Stunden und 39 Minuten).

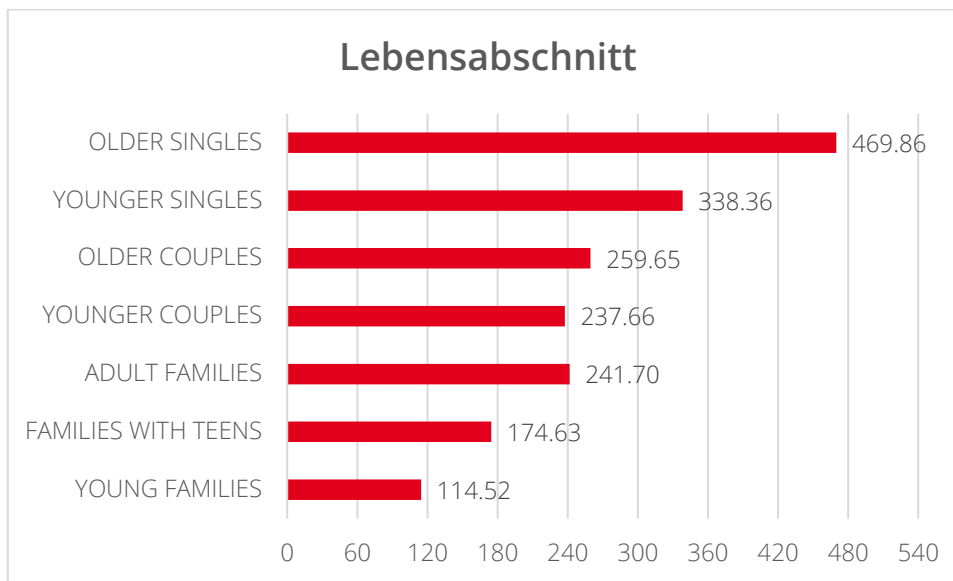


Diagramm 22: Me-Time Wochenende nach Lebensabschnitt (Quelle: GfK Switzerland)

Personen, die in jungen Familien leben, haben knapp unter zwei Stunden Me-Time, und das an Samstagen oder Sonntagen. Personen aus Familien mit Jugendlichen verfügen dagegen schon über knapp drei Stunden Me-Time, Personen aus Familien mit erwachsenen Kindern über vier Stunden pro Samstag oder Sonntag. Fast gleichviel haben jüngere Personen, die als Paar leben. Ältere Paare haben 20 Minuten mehr. Am meisten Me-Time haben die Singles: jüngere Singles fünf Stunden und 38 Minuten, ältere Singles dagegen sieben Stunden und 50 Minuten.



**Hinweis:** Bei der Me-Time an Samstagen und Sonntagen gibt es ebenfalls Unterschiede zwischen Sprachregionen, Ortsgrössen, Geschlechtern, Einkaufsverantwortung, Bruttoeinkommen sowie Wohnsituation. Allerdings erreichen diese Unterschiede im Mittelwertvergleich anders als die bis hierher aufgeführten Merkmale kein statistisch belastbares Signifikanzniveau. Das bedeutet, dass nicht auszuschliessen ist, dass diese Unterschiede zufällig zustandekommen.

### 4.3 Zufriedenheit

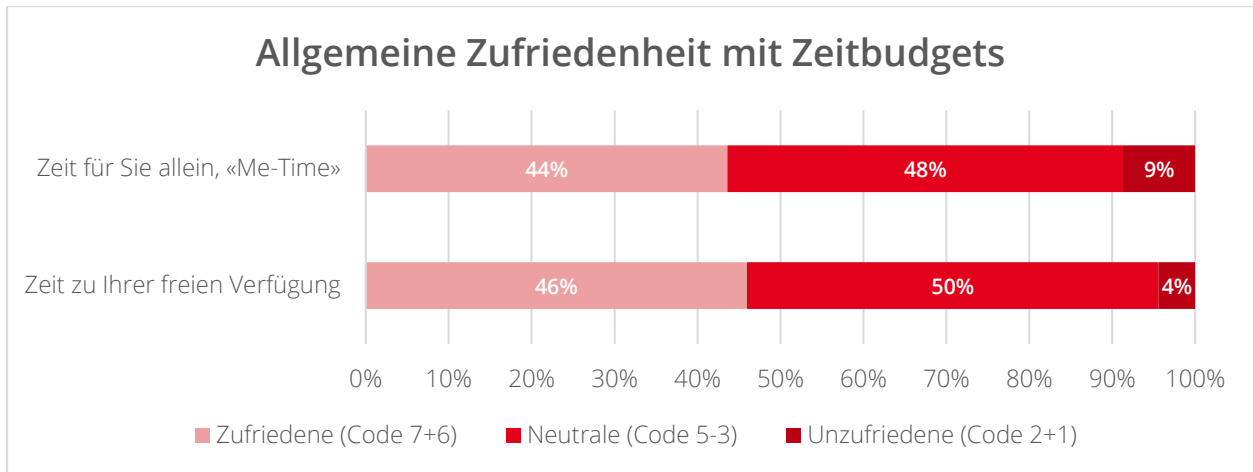


Diagramm 23: Zufriedenheit mit Freizeit und Me-Time (Quelle: GfK Switzerland)

Die Personen in der Stichprobe haben ihre Zufriedenheit mit der Freizeit generell und der Me-Time im Speziellen auf einer Ratingskala von 1 (= sehr unzufrieden) bis 7 (= sehr zufrieden) bewertet. In dieser Grafik haben wir Ratings von 1 und 2 als «Unzufriedene», Ratings von 6 und 7 als «Zufriedene» und Ratings von 3, 4 oder 5 als «Neutrale» zusammengefasst. Es ergibt sich folgendes Bild: Die Hälfte der Menschen ist sowohl mit der Freizeit (50 Prozent) als auch der Me-Time (48 Prozent) weder zufrieden noch unzufrieden. Nur geringfügig kleiner ist die Menge der Zufriedenen: 46 Prozent der Stichprobe sind mit ihrem Freizeitbudget zufrieden, 44 Prozent mit ihrer Me-Time. Während mit der Freizeit nur vier Prozent unzufrieden sind, sind es bei der Me-Time neun Prozent. Dieser Unterschied zwischen der Zufriedenheit mit den beiden Zeitbudgets ist statistisch signifikant. Der Mittelwert bei der Freizeit liegt bei 5.24, der bei der Me-Time bei 5.00 Punkten. Auch dieser Unterschied ist signifikant. Beide Werte liegen im oberen neutralen Bereich. Mit anderen Worten: Ein grosser Teil der Bevölkerung in der Schweiz ist grundsätzlich nicht unzufrieden mit Freizeit und Me-Time. Aber fast jede zehnte Person in der Schweiz hat gefühlt zu wenig Zeit für sich selbst.

### 4.3.1 Signifikante Unterschiede bei der Zufriedenheit

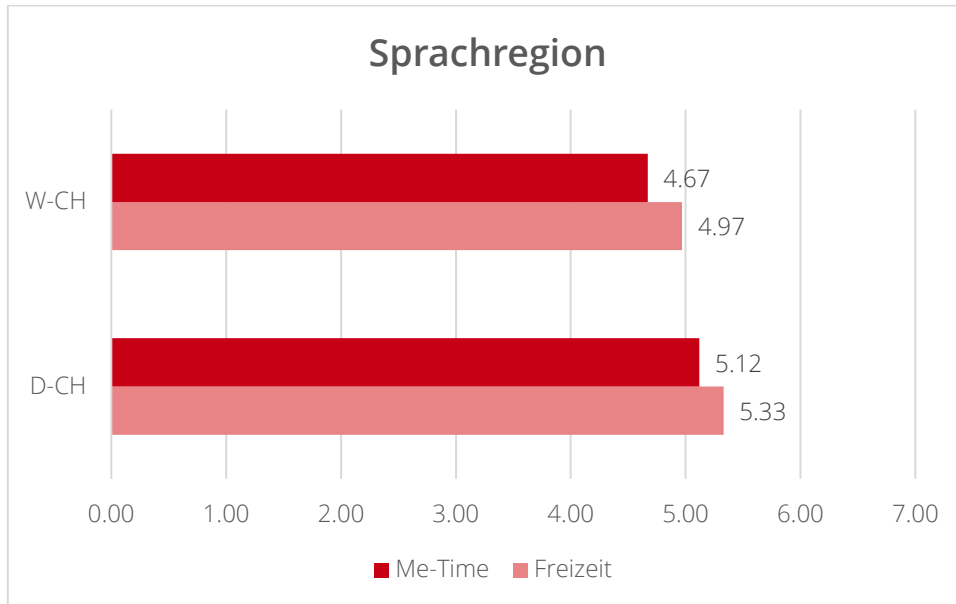


Diagramm 24: Zufriedenheit nach Sprachregion (Quelle: GfK Switzerland)

In der Deutschschweiz lebende Personen sind im Schnitt signifikant zufriedener sowohl mit ihrer Freizeit als auch mit ihrer Me-Time.

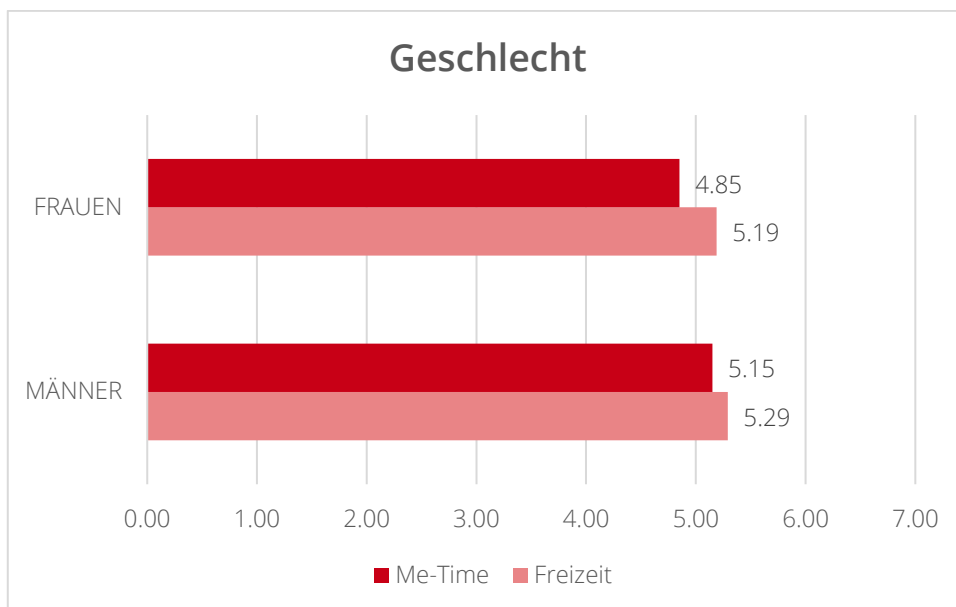


Diagramm 25: Zufriedenheit nach biologischem Geschlecht (Quelle: GfK Switzerland)

Männer sind zufriedener mit ihrer Freizeit als auch ihrer Me-Time. Bei der Me-Time sind Frauen signifikant unzufriedener als Männer.

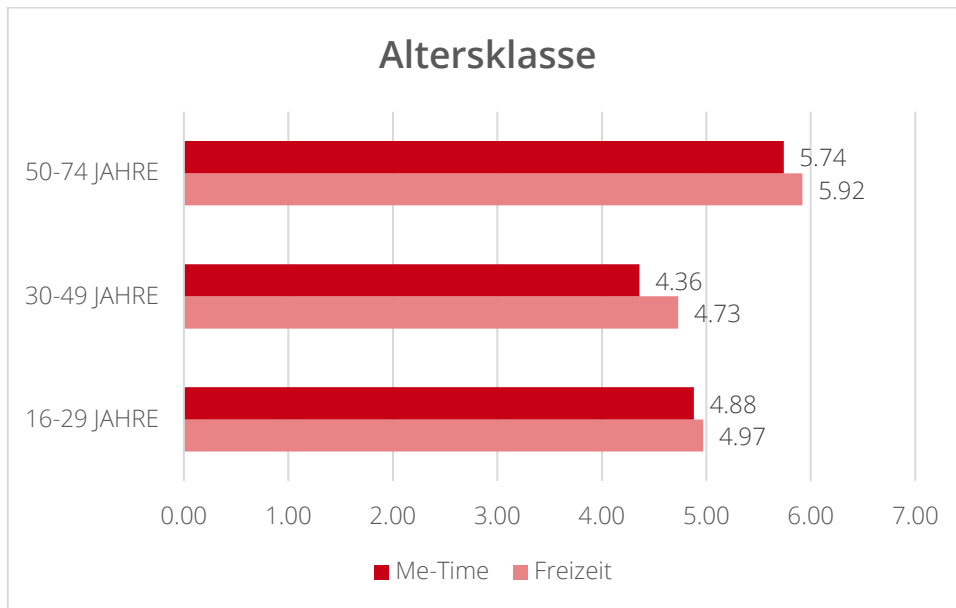


Diagramm 26: Zufriedenheit nach Alter (Quelle: GfK Switzerland)

Die ab 50-jährigen sind signifikant zufriedener sowohl mit ihrer Freizeit als auch ihrer Me-Time als die anderen beiden Altersklassen. Am wenigsten zufrieden mit Freizeit und Me-Time sind die 30- bis 49-jährigen. Die unter 30-jährigen sind zudem bei der Me-Time signifikant zufriedener als die 30- bis 49-jährigen.

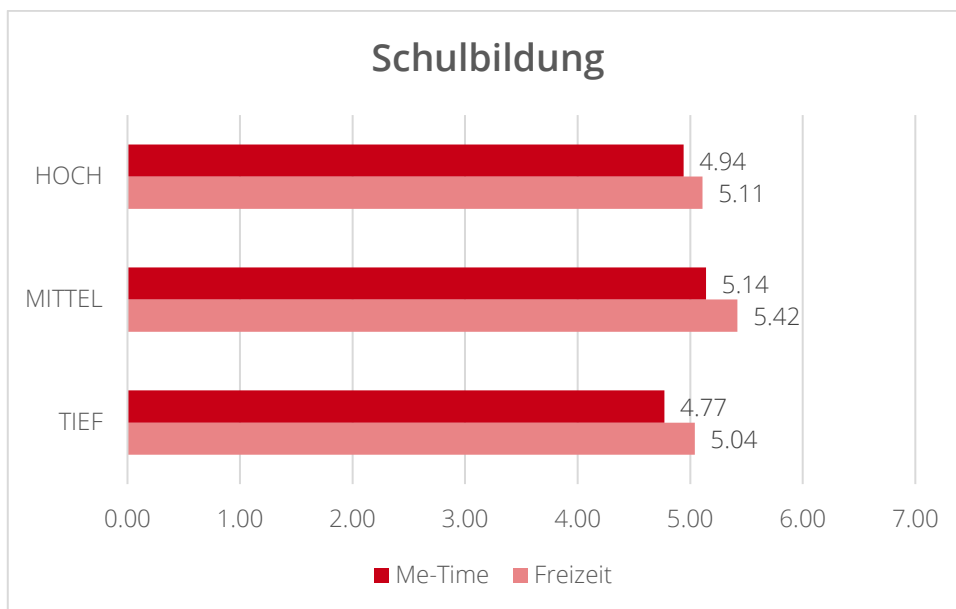


Diagramm 27: Zufriedenheit nach Bildungsniveau (Quelle: GfK Switzerland)

Personen mit einem mittleren Bildungsabschluss sind am zufriedensten, sowohl mit ihrer Freizeit als auch ihrer Me-Time. Der Unterschied bei der Freizeit zwischen Personen mit mittlerem und höherem Abschluss ist statistisch signifikant. Personen mit einem niedrigeren Abschluss sind tendenziell am unzufriedensten.

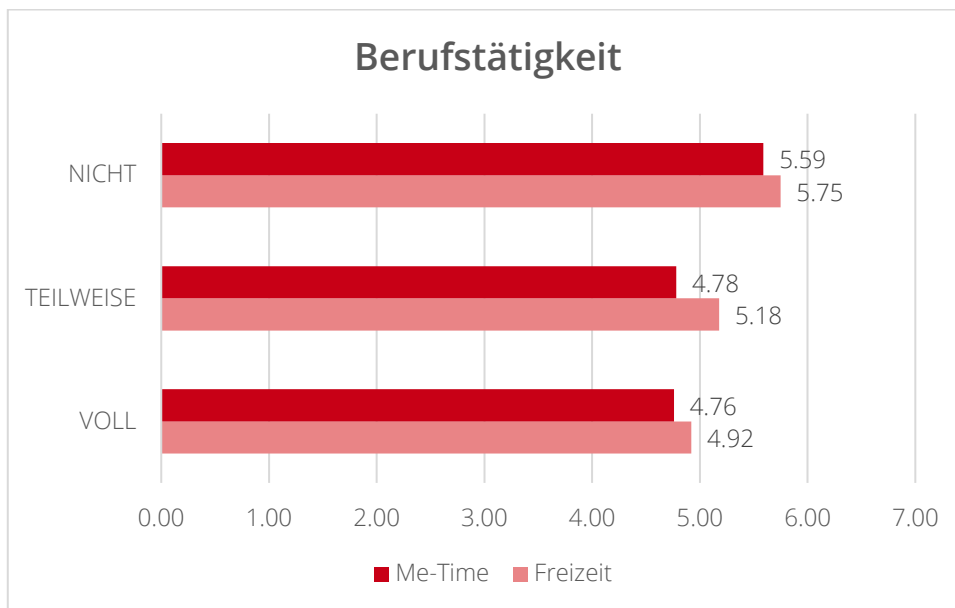


Diagramm 28: Zufriedenheit nach Arbeitspensum (Quelle: GfK Switzerland)

Die nicht berufstätigen Personen in der Stichprobe sind signifikant zufriedener mit ihren Zeitbudgets für Freizeit und Me-Time als Teil- und Vollzeitler\*innen. Teilzeiter\*innen sind zudem signifikant zufriedener als Vollzeitler\*innen punkto Freizeit und tendenziell nur unwesentlich zufriedener mit der ihnen zur Verfügung stehenden Me-Time.

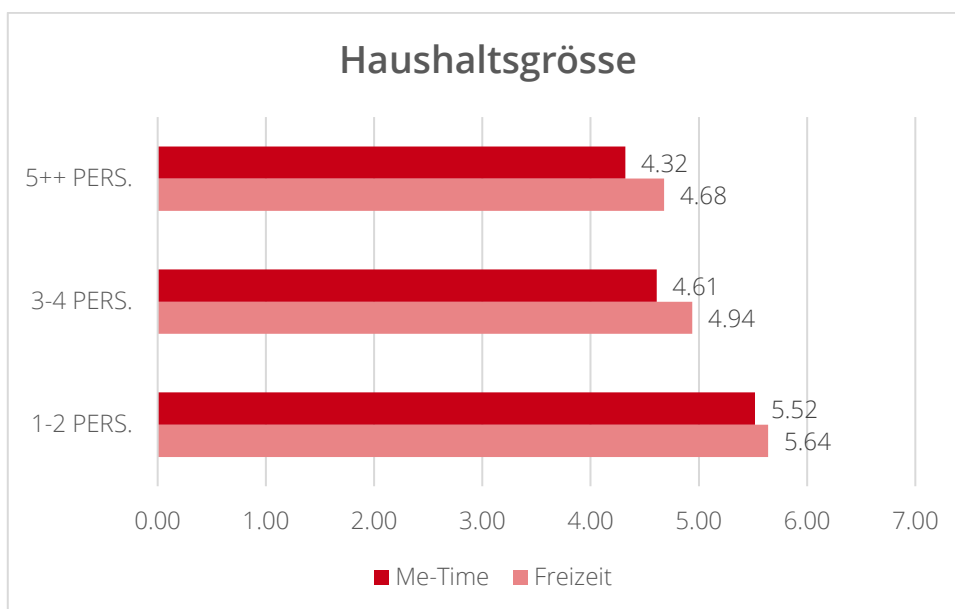


Diagramm 29: Zufriedenheit nach Haushaltsgrösse (Quelle: GfK Switzerland)

Die in Kleinsthaushalten lebenden Personen sind signifikant zufriedener mit dem Zeitbudget für ihre Freizeit und für die Me-Time als Personen in mittleren und Grosshaushalten. Bei beiden Werten am unzufriedensten sind die Personen, die sich den Haushalt mit insgesamt fünf oder mehr Personen teilen.

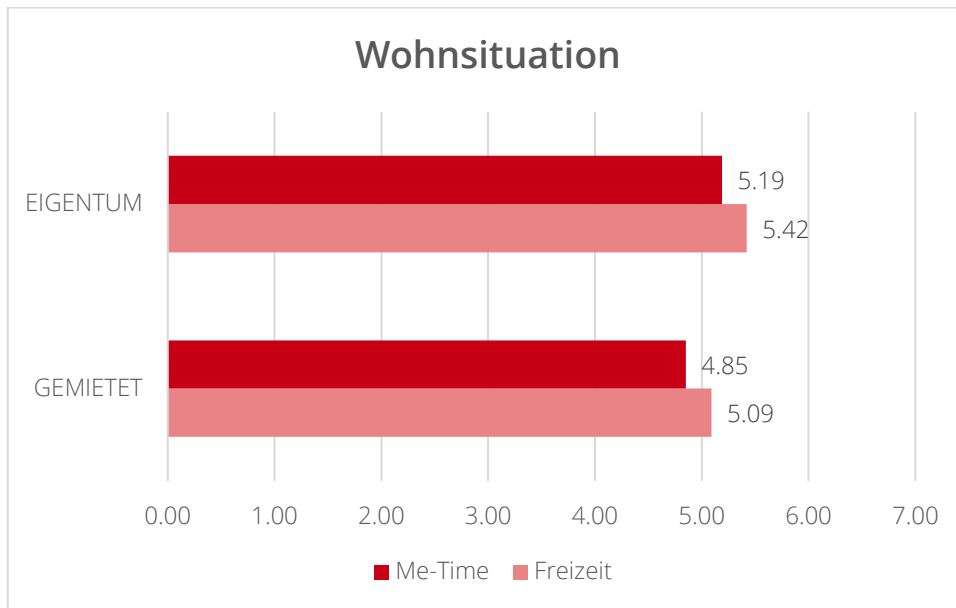


Diagramm 30: Zufriedenheit nach Wohnsituation (Quelle: GfK Switzerland)

Die Eigentümerschaft ist im Vergleich zur Mieterschaft signifikant zufriedener sowohl mit der zur freien Gestaltung als auch für sich selbst zur Verfügung stehenden Zeit.

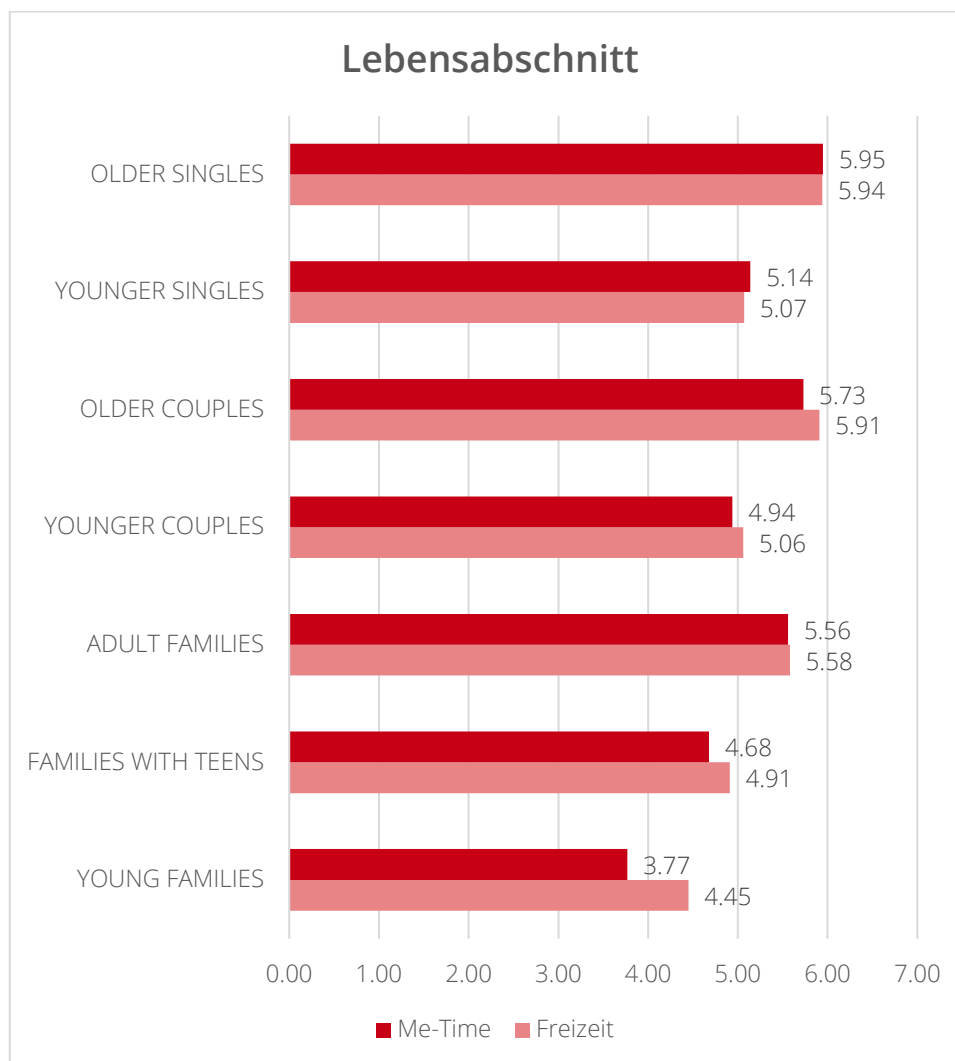


Diagramm 31: Zufriedenheit nach Lebensabschnitt (Quelle: GfK Switzerland)

Jungen Familien zugehörige Befragte sind signifikant unzufriedener mit ihrer Freizeit und ihrer Me-Time als Befragte aus allen anderen Life-Stage-Segmenten. Ältere Singles, ältere Paare und Familien mit erwachsenen Kindern sind signifikant zufriedener mit beiden Zeitbudgets als junge Familien, Familien mit Teenagern, jüngere Paare und jüngere Singles.

Folgende Besonderheiten gibt es bei der Eckvariable «Lebensabschnitt»:

- «Ältere Singles» weisen zudem von sämtlichen Merkmalsausprägungen aller Eckvariablen (vgl. 3.2.1 und 3.2.2) den höchsten Zufriedenheitsmittelwert sowohl bei der Freizeit (5.94 von 7) als auch der Me-Time (5.95 von 7) auf.
- Analog dazu weisen «junge Familien» von sämtlichen Merkmalsausprägungen aller Eckvariablen den niedrigsten Zufriedenheitsmittelwert sowohl bei der Freizeit (4.45 von 7) als auch der Me-Time (3.77 von 7) auf. Die (Un-)Zufriedenheit junger Familien mit der Me-Time ist sogar studienweit der einzige Zufriedenheitsmittelwert unter einer Vier.

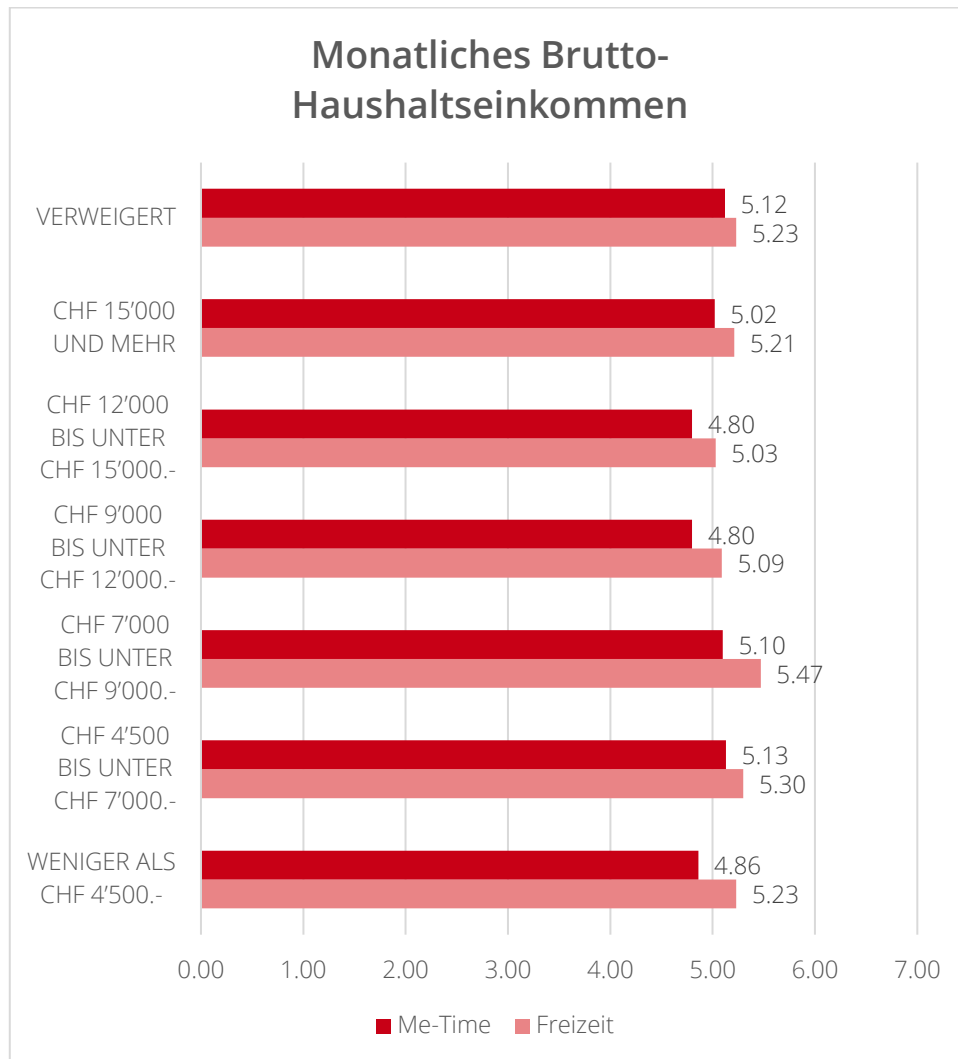


Diagramm 32: Zufriedenheit nach Einkommensklasse (Quelle: GfK Switzerland)

Die Einkommensklasse 7000.– bis unter 9000.– Franken ist punkto Freizeit am zufriedensten von allen Klassen sowie signifikant zufriedener mit der Freizeit als diejenigen Personen, die monatlich zwischen 9000.– und 14'999.– Franken brutto verdienen. Mit ihrer Me-Time sind Personen aus der Einkommensklasse 4500.– bis 6999.– Franken am zufriedensten. Am unzufriedensten sind tendenziell die Personen mit durchschnittlichem Brutto-Haushaltseinkommen pro Monat zwischen 9000.– und 14'999.– Franken.

#### 4.3.2 Unterschiede bei der Zufriedenheit ohne Signifikanz

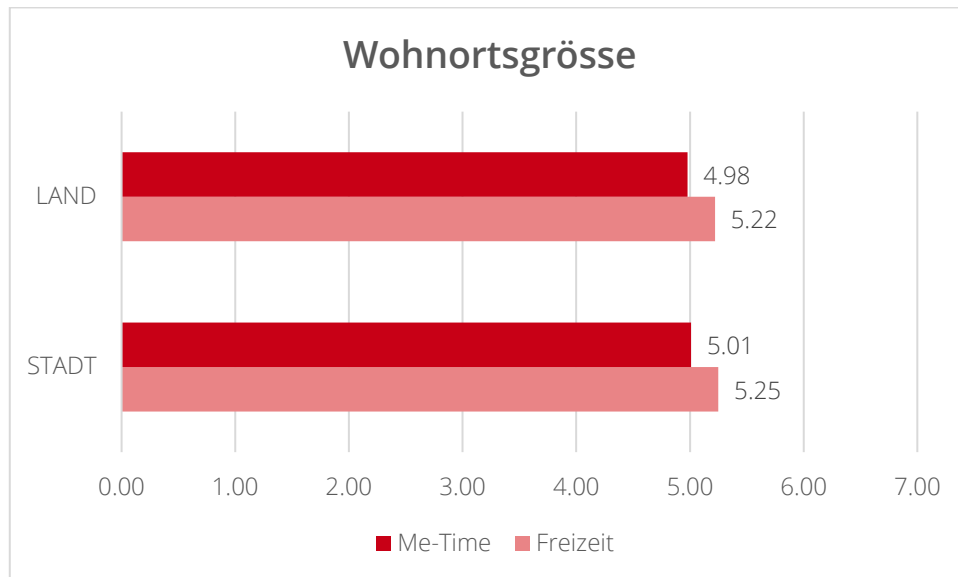


Diagramm 33: Zufriedenheit nach Einwohnerzahl des Wohnorts (Quelle: GfK Switzerland)

Städter\*innen sind tendenziell etwas zufriedener mit ihren Zeitbudgets als Personen, die in kleineren Siedlungen wohnen.

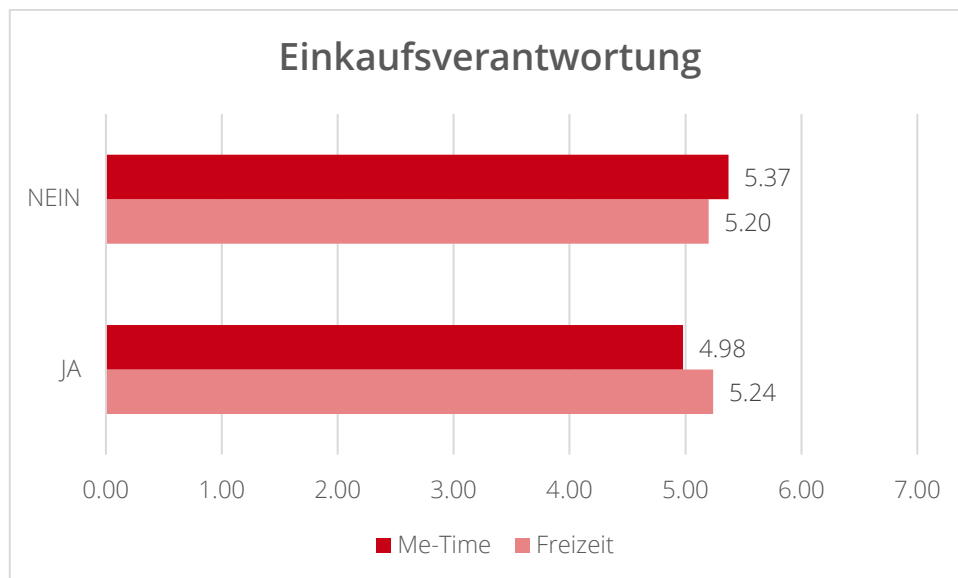


Diagramm 34: Zufriedenheit nach Einkaufsverantwortung (Quelle: GfK Switzerland)

Personen mit Einkaufsverantwortung im Privathaushalt sind tendenziell ganz leicht zufriedener mit der ihnen zur Verfügung stehenden Freizeit. Dafür sind Personen ohne Einkaufsverantwortung tendenziell zufriedener mit der ihnen zur Verfügung stehenden Me-Time.

## 5. Diskussion/Interpretation

### 5.1 Beantwortung der Forschungsfragen

#### 5.1.1 Arbeitshypothese 1: Brack deckt mit seinem Sortiment 75 Prozent der Freizeitaktivitäten der Schweizer\*innen ab.

Die Hypothese konnte nicht falsifiziert werden. Über 75 Prozent der in der Statistik aufgeführten Freizeitaktivitäten werden durchs Brack-Sortiment mehr oder weniger gut abgedeckt. Selbstverständlich ist auch zu bedenken, dass etwa die Teilnahme an kulturellen Anlässen oder der Besuch kultureller Stätten kaum käuflich zu erwerbender Dinge bedarf, die sich einer bestimmten Aktivität zuordnen lassen, sondern höchstens allgemeiner Dinge wie Kleidung, eines Fotoapparats oder Opernglases.

#### 5.1.2 Arbeitshypothese 2: Schweizer\*innen sind mit ihrem Freizeitpensum unzufrieden.

Die Hypothese konnte falsifiziert werden. 96 Prozent der Befragten sind mit ihrem Freizeitpensum zufrieden oder ihm gegenüber neutral eingestellt. 91 Prozent sind mit ihrer Me-Time zufrieden oder ihr gegenüber neutral eingestellt. Es gibt allerdings grosse Schwankungen an verfügbarer Freizeit zwischen diversen Segmenten und dementsprechend auch Schwankungen in der Zufriedenheit. Ältere Singles und ältere Paare respektive insgesamt Menschen ab 50 sind am zufriedensten mit ihrem frei verfügbaren Zeitbudget. Junge Familien, Grosshaushalte sowie 30- bis 49-Jährige sind im Schnitt am wenigsten zufrieden mit ihrer Freizeit. Der Unterschied beträgt zirka einen bis anderthalb Ratingpunkte.

#### 5.1.3 Arbeitshypothese 3: Schweizer\*innen wünschen sich mehr Zeit für sich ganz alleine

Die Hypothese konnte falsifiziert werden. 91 Prozent sind mit ihrer Me-Time zufrieden oder ihr gegenüber neutral eingestellt. Trotzdem sei erwähnt, dass jede zehnte Person sehr unzufrieden ist und der Mittelwert von 5,00 Ratingpunkten signifikant schlechter ausfällt als der Mittelwert des Freizeitpensums (5,24 Punkte). Wie schon bei der Freizeit (5.1.2) taucht auch hier der Mittelwert in einzelnen Segmenten in niedrigere Punktregeionen ab – am meisten bei Personen, die Mitglied einer Familie mit Kindern bis elf Jahren sind (3,77). Auch Grosshaushalte (4,32) und Personen zwischen 30 und 50 Jahren (4,36) sind signifikant weniger zufrieden im Schnitt als Personen aus kleineren Haushalten oder aus anderen Altersklassen.

## 5.2 Interpretation

Die Untersuchung bezüglich der beliebten Freizeitaktivitäten kommt auf ähnliche Ergebnisse wie die in Kapitel 2.3 geschilderten Studien. Medienkonsum, Körperaktivität, schöpferische und soziokulturelle Tätigkeiten liegen bei über 60 genannten Tätigkeiten ganz vorn, genauer gesagt Lesen, Wandern, Handwerk, Velofahren, Kochen, Reisen, Schwimmen, Joggen, Spazieren und Freunde/Familie Treffen sowie Fernsehen, Musik hören, Fitness, Sport allgemein und Gärtnern. Als «Top-of-mind» werden sportliche Aktivitäten wie Fitness, Joggen oder Fussball häufiger zuerst genannt, als ihr Platz in der kompletten Rangierung tatsächlich ist – das lässt darauf schliessen, dass sich die Menschen bewusst aktiv geben in solchen Befragungssituationen. Einige Tätigkeiten wie Tanzen sind in gewissen soziodemografischen Segmenten signifikant beliebter als in anderen, während andere Tätigkeiten wie etwa Wellness mehr oder weniger überall gleich beliebt oder unbeliebt sind. Der Lebensabschnitt ist der stärkste Prädiktor dafür, welche Aktivitäten gern in der Freizeit ausgeübt werden.

Häufig hängt mutmasslich zusammen, wie kostspielig die Ausübung einer Aktivität ist. Racketsport zum Beispiel ist signifikant beliebter bei Menschen, die in der höchsten Einkommensklasse ihren Lebensunterhalt verdienen, in Vollzeit arbeiten und/oder die in urbaner Umgebung zuhause sind, wohingegen Spaziergehen, wofür die Menschen weder teures Equipment benötigen noch Eintritt oder Gebühren bezahlen müssen, signifikant beliebter ist bei nicht Berufstätigen, bei Frauen, in der Romandie oder/und bei Personen mit niedrigerem Bildungsstand. Die Beliebtheit von Gartenarbeit hängt vermutlich vom Zugang zu einem Garten ab, weswegen Personen mit Wohneigentum diese Aktivität signifikant häufiger angeben als Mieter\*innen. Wohneigentum erwirbt man sich in der Regel auch nicht zu Beginn des Berufslebens, weshalb die Aktivität bei älteren Menschen signifikant beliebter ist. Es könnte aber genauso gut an der «kontemplativen» Natur des Gärtnerns liegen, also an körperlicher Aktivität an der frischen Luft ohne die kompetitive Leistungskomponente, die in den vorderen Lebensabschnitten wichtiger zu sein scheint. Fussball und Gaming lassen sich eher einem jüngeren männlichen Publikum zuschreiben, Lesen eher einem älteren weiblichen. Fernsehen liegt signifikant höher im Kurs bei den Generationen X und Y, die zu einer Zeit sozialisiert worden sind, als TV noch als Leitmedium galt. Fernsehen ist von den Befragten ausserdem signifikant häufiger in der Romandie als in der Deutschschweiz genannt worden.

Grundsätzlich lässt sich festhalten, dass ein Grossteil der Schweizerinnen und Schweizer sowohl mit ihrer Freizeit als auch mit ihrer Me-Time zufrieden sind oder ihr zumindest neutral gegenüberstehen. Signifikant ist, dass deutlich mehr Personen mit ihrer Me-Time unzufrieden sind als mit ihrer Freizeit im Allgemeinen. In der Deutschschweiz ist die Zufriedenheit bei beiden Kategorien höher als in der Westschweiz. Zudem sind Männer zufriedener als Frauen. Den tiefsten Zufriedenheitswert weisen junge Familien mit Kindern im Baby- bis Primarschulalter auf. Hier besteht aus unserer Sicht Handlungsbedarf, um die Zufriedenheit insbesondere bei der Me-Time zu erhöhen.

### 5.3 Weiterer Forschungsbedarf

#### 5.3.1 Der Long-tail oder die aufwändige Auswertung von Freitextfeldern

Lücken beim Forschungsdesign identifizieren wir bei der Beschränkung im Fragebogen auf zehn Freizeitaktivitäten, keine granulareren Unterscheidungen (zum Beispiel zwischen Comics lesen oder Belletristik lesen) und bei der Zusammenfassung von Einzelnennungen unter «andere». Dieser bewusste Entscheid ist auf die forschungsökonomischen Ziele zurückzuführen, dass der Aufwand beim Ausfüllen der Onlinefragebogen für die Befragten möglichst klein bleiben sollte und die Auswertung für die Studienleitung ebenso. Der Long-tail wäre zur Prüfung der ersten Arbeitshypothese für die Auftraggeberin natürlich speziell von Interesse gewesen, da der Onlinehandel und insbesondere Brack mit über einer Viertelmillion Produkten im Sortiment ein Stück weit auch von der Abdeckung von Long-tail-Bedürfnissen leben – also durch weniger oft nachgefragte Produkte, die gewisse Nischen abdecken.

#### 5.3.2 Befragungszeitpunkt

Der Befragungszeitpunkt anfangs September mit seinem spätsommerlichen Wetter<sup>1</sup> dürfte sowohl die Nennung bestimmter Beschäftigungen als auch die Reihenfolge innerhalb der Aufzählung der Aktivitäten (zum Beispiel beim Wandern) beeinflusst haben. Eine Longitudinaluntersuchung mit mehreren Befragungszeitpunkten in unterschiedlichen Jahreszeiten könnte dies eliminieren.

#### 5.3.3 Individuelle Interpretationen davon, welche Tätigkeit Freizeit ist und welche nicht

Desweiteren hat das Forschungsteam Tätigkeiten wie Putzen und Einkaufen klar von der Freizeitdefinition ausgeschlossen, obwohl es davon ausgeht, dass es sehr wohl Menschen gibt, die Shoppen und Klarschiffmachen lieben und diese als Freizeitaktivitäten empfinden. Auf der anderen Seite wurden Kochen und Essen zu den Freizeitaktivitäten gezählt, obwohl es Menschen gibt, die eins oder beides davon zum Pflichtprogramm zählen.

#### 5.3.4 Selbsteinschätzung versus Zeitmessung/-protokollierung

Allenfalls könnte eine zur Erreichung der Repräsentativität etwas aufwändigere Untersuchungsmethode auf der Basis von Versuchspersonen und einer Zeitmessungs-App noch präzisere Ergebnisse als die Selbsteinschätzung per Fragebogen liefern. Über die Dauer einer künstlichen Woche könnten Versuchspersonen ab dem Aufstehen sämtliche Aktivitäten bis zum Schlafengehen in so einer App festhalten.

#### 5.3.5 Erwünschtheitseffekte

Verzerrungen in den Antworttendenzen durch die soziale Erwünschtheit schliesslich lassen sich zum Beispiel bei der kompletten Absenz sexueller Aktivitäten vermuten – so etwas sagt man verständlicherweise nicht gern in aller Direktheit, auch nicht in einem Onlinefragebogen. Dies könnte das Forschungsteam durch behutsames Briefing oder Fingerspitzengefühl in der Fragestellung vermutlich etwas reduzieren.

#### 5.3.6 Zusammenhang zwischen Zeitbudgets und Zufriedenheit

Desweiteren wäre allenfalls spannend zu prüfen, ob es einen stochastischen Zusammenhang zwischen dem zur Verfügung stehenden Zeitbudget und der angegebenen Zufriedenheit gibt.

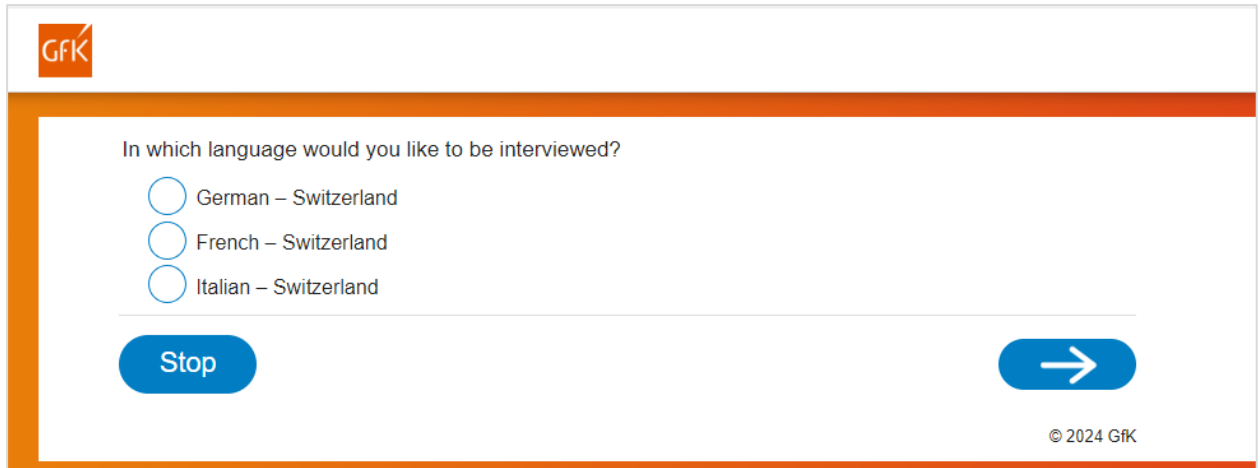
Die Stärke eines angenommenen linearen Zusammenhangs könnte mit einem Korrelationskoeffizienten beziffert und eingeschätzt werden.

### **5.3.7 Gesellschaftliche Relevanz erlangen**

Besonders spannend wäre eine jährliche oder halbjährliche Wiederholung der gesamten Studie mit demselben Panel. In einer Longitudinaluntersuchung könnten Veränderungen im Freizeitverhalten, im Zeitbudget und der Zufriedenheit über die nächsten Jahre erforscht werden. Diese könnten der Auftraggeberin Brack helfen, ihr Angebot langfristig optimal auf die Bedürfnisse und Gewohnheiten der Bevölkerung auszurichten. Überdies wüchse bei langjähriger Fortführung das Potenzial, über diesen Verwendungszweck hinauszuwachsen und Veränderungen respektive Kohorteneffekte bezüglich der Freizeit aufzuzeigen, die auch auf gesamtgesellschaftlicher und politischer Ebene relevante Entwicklungen aufzeigen könnten.

## 6. Anhang

### 6.1 Bildschirmfotos zum Onlinefragebogen in Browserdarstellung



GfK

In which language would you like to be interviewed?

German – Switzerland

French – Switzerland

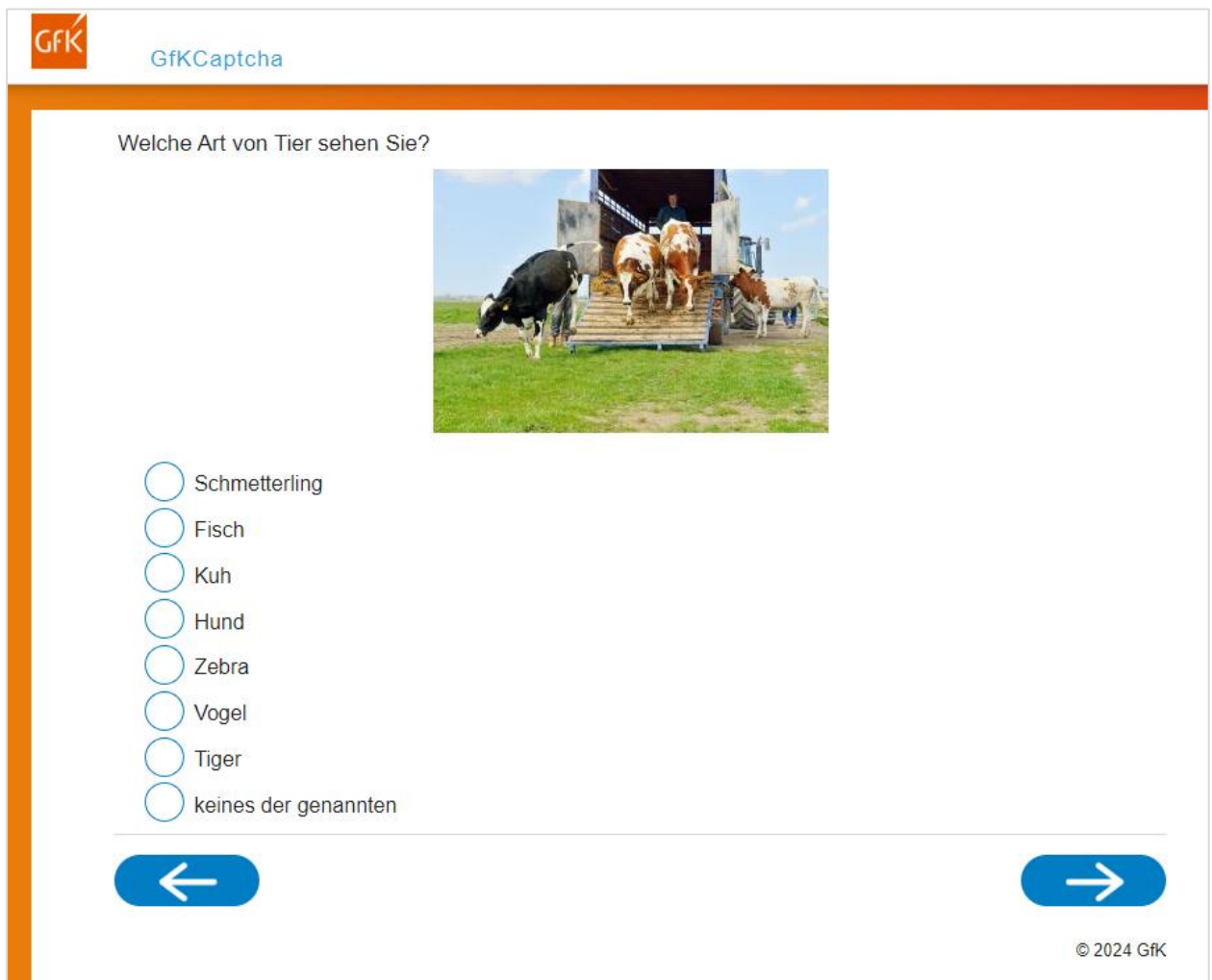
Italian – Switzerland

Stop

→


© 2024 GfK

Abb. A1: Start Onlinefragebogen (© GfK Switzerland)



GfK GfK Captcha

Welche Art von Tier sehen Sie?



Schmetterling

Fisch

Kuh

Hund

Zebra

Vogel

Tiger

keines der genannten

←

→

© 2024 GfK

Abb. A2: Captcha Onlinefragebogen (© GfK Switzerland)



## SoundCheck

In dieser Befragung wird Ihnen mindestens ein Spot / Film unseres Kunden angezeigt. Damit Sie diesen 100%ig beurteilen können ist es wichtig, dass Sie den aktuellen Ton/Sound korrekt hören und auch identifizieren können. Bitte schalten Sie Ihre Tonwiedergabe jetzt ein und klicken Sie auf den nachfolgenden "▶" Knopf.

▶ 0:04 / 0:04

Sie sollten ein Geräusch gehört haben - können Sie uns sagen welches?

Sie können sich das Geräusch jederzeit erneut anhören, indem Sie auf den "▶" Knopf klicken.

- Ein Telefon
- Wasser
- Eine Kuh
- Ein Baby
- Bowling-Kegeln
- Keiner von diesen



© 2024 GfK

Abb. A3: Soundcheck Onlinefragebogen (© GfK Switzerland)



## Intropage

Bitte geben Sie die Postleitzahl Ihres Wohnortes an.

Ihr Geschlecht?

- Männlich
- Weiblich

Wie alt sind Sie?



© 2024 GfK

Abb. A4: Einstiegsfragen Onlinefragebogen (© GfK Switzerland)

Jetzt paar Fragen zum Thema Hobbys und Freizeitaktivitäten ...



© 2024 GfK

Abb. A5: Überleitung Onlinefragebogen (© GfK Switzerland)

Welchen **Hobbys und Freizeitaktivitäten** gehen Sie persönlich am **liebsten** nach?  
Bitte schreiben Sie Ihre liebsten Hobbys und Freizeitaktivitäten einzeln auf.


© 2024 GfK

Abb. A6: Frage nach den liebsten Freizeitaktivitäten im Onlinefragebogen (© GfK Switzerland)

Wie viel Zeit steht Ihnen **durchschnittlich** an folgenden Tagen **zur freien Verfügung**?

Hinweis: Es geht um die freie Zeit ausserhalb der Arbeitszeit, wobei Arbeit sowohl Erwerbs- als auch Hausarbeit bedeutet, über deren Nutzung Sie selbst frei entscheiden.

Darin enthalten ist die Zeit zu Ihrer freien Verfügung wie z.B. Lesen, Sport, Kultur, TV schauen, Ausflüge usw.

**Folgende Tätigkeiten** sollten Sie von Ihrer Zeitschätzung **ausschliessen**: Arbeit, Arbeitsweg, Schlafen, Putzen, Einkaufen. Bitte überlegen Sie sich diese Frage in Ruhe und geben Sie eine möglichst genaue Angabe ab.

Geben Sie die freie Zeit in Stunden und Minuten in das jeweilige Feld ein.

Sollten Sie überhaupt keine Zeit zur freien Verfügung haben, dann geben sie bei Stunden und Minuten null (0) ein.

An einem Wochentag Montag bis Freitag (durchschnittlich pro Tag in Std. und Min.):

Std.

Min.

Am Wochenende Samstag und Sonntag (durchschnittlich pro Tag in Std. und Min.):

Std.

Min.



© 2024 GfK

Abb. A7: Abfrage Zeitbudgets für Freizeit im Onlinefragebogen (© GfK Switzerland)

Wie viel Zeit steht Ihnen durchschnittlich pro Tag für **Sie allein** zur freien Verfügung also «Me-Time»?

Hinweis: Hier geht es um die gleiche Definition der freien Zeit. Einziger Unterschied ist, dass hier explizit die Zeit für Sie persönlich, **welche Sie allein verbringen**, gemeint ist. Bitte überlegen Sie sich auch diese Frage in Ruhe und geben Sie eine möglichst genaue Angabe ab.

Geben Sie die «Me-Time» in Stunden und Minuten in das jeweilige Feld ein.

Sollten Sie überhaupt keine «Me-Time» haben, dann geben sie null (0) ein.

An einem Wochentag Montag bis Freitag (durchschnittlich pro Tag in Std. und Min.):

Std.

Min.

Am Wochenende Samstag und Sonntag (durchschnittlich pro Tag in Std. und Min.):

Std.

Min.



© 2024 GfK

Abb. A8: Abfrage Zeitbudgets für Me-Time im Onlinefragebogen (© GfK Switzerland)

Wie **zufrieden** sind Sie mit ihren folgenden Zeiten?

▼ Zeit zu Ihrer freien Verfügung

7. Sehr zufrieden

6

**5**

4

3

2

1. Überhaupt nicht zufrieden

▼ Zeit für Sie allein, «Me-Time»

7. Sehr zufrieden

6

5

4

3

2

1. Überhaupt nicht zufrieden



© 2024 GfK

Abb. A9: Abfrage Zufriedenheit mit Zeitbudgets im Onlinefragebogen (© GfK Switzerland)

S3. Wie viele Personen leben in Ihrem Haushalt?

2 ▼



© 2024 GfK

Abb. A10: Abfrage Haushaltsgrösse im Onlinefragebogen (© GfK Switzerland)

S4. Wie viele der **2** Personen in Ihrem Haushalt sind ...?

jünger als 12 Jahre	<input type="text" value="0"/>
zwischen 12 und 19 Jahre alt	<input type="text" value="0"/>
zwischen 20 und 45 Jahre alt	<input type="text" value="1"/>
46 Jahre und älter	<input type="text" value="1"/>



© 2024 GfK

Abb. A11: Abfrage zur Ermittlung der Lifestage im Onlinefragebogen (© GfK Switzerland)

S10. Jetzt eine Frage zur Haushaltsführung, das heisst, wer entscheidet bei Ihnen im Haushalt in der Regel über den Einkauf von Lebensmitteln, Getränken und täglichen Verbrauchsartikeln? Sind das ...

- Sie alleine
- Sie mit jemand anderem zusammen
- oder ist das jemand anderes



© 2024 GfK

Abb. A12: Abfrage Einkaufsverantwortung im Onlinefragebogen (© GfK Switzerland)

S5. Sind Sie berufstätig?

*Als Berufstätigkeit zählt auch unentgeltliche Mitarbeit im Familienbetrieb, nicht aber Hausarbeit. Berufstätig heisst, dass Sie mindestens 1 Stunde pro Woche arbeiten und dies Ihre Hauptbeschäftigung ist.*

- Ja
- Nein



© 2024 GfK

Abb. A13: Abfrage Berufstätigkeit im Onlinefragebogen (© GfK Switzerland)

S6. Wie viele Stunden arbeiten Sie durchschnittlich pro Woche?

Durchschnittliche Anzahl Stunden

pro Woche:  Stunden



© 2024 GfK

Abb. A14: Abfrage Arbeitspensum im Onlinefragebogen (© GfK Switzerland)

S7. Welchen Beruf üben Sie aus?

Bitte beziehen Sie Ihre Angaben auf die **Haupttätigkeit**

- Freie Berufe (z.B. Arzt, Rechtsanwalt, Architekt)
- Selbständige bzw. Unternehmer (Handwerker, Handel)
- Landwirte
- Leitende Angestellte, Direktoren, höhere Beamte
- übrige Angestellte, Beamte, Vertreter
- gelernte Arbeiter
- ungelernete Arbeiter
- Lehrlinge



© 2024 GfK

Abb. A15: Abfrage Berufsstand im Onlinefragebogen (© GfK Switzerland)

S9. Welche Schule haben Sie zuletzt besucht und auch abgeschlossen?

- Primarschule
- Real-, Sekundar-, Bezirks-, Orientierungsschule
- 10. Schuljahr, 1jährige Vorlehre, 1jährige Berufswahlschule
- Diplommittelschule, Verkehrsschule, Fachmittelschule
- Berufslehre, Berufsschule, Berufsmaturität
- Mittelschule, Gymnasiale Maturität, Seminar
- Höhere Fach-/Berufsausbildung, Höhere Fachschule
- Fachhochschule, HWV, Technikum
- Universität, Hochschule, ETH / Poly



© 2024 GfK

Abb. A16: Abfrage Bildungsniveau im Onlinefragebogen (© GfK Switzerland)

S12. Leben Sie ...

- in einer gemieteten Wohnung
- in einem gemieteten Haus
- in einer Eigentumswohnung
- in einem eigenen Haus



© 2024 GfK

Abb. A17: Abfrage Wohnsituation im Onlinefragebogen (© GfK Switzerland)

S13. Wie hoch ist das gesamte Einkommen von allen Personen, die in Ihrem Haushalt leben, pro Monat? Das heisst das Einkommen von allen 2 Personen zusammengezählt? Geben Sie bitte den Brutto-Betrag an!

- Weniger als CHF 4'500.-
- CHF 4'500 bis unter CHF 7'000.-
- CHF 7'000 bis unter CHF 9'000.-
- CHF 9'000 bis unter CHF 12'000.-
- CHF 12'000 bis unter CHF 15'000.-
- CHF 15'000 und mehr
- Dazu möchte ich keine Angaben machen



© 2024 GfK

Abb. A18: Abfrage Einkommen im Onlinefragebogen (© GfK Switzerland)

Somit wären wir **fast** am Ende des Interviews.

Vielleicht haben Sie noch Ideen, Beiträge, Kritik, die Sie bisher nicht äussern konnten. Sie haben an dieser Stelle Gelegenheit, alles, was Sie auch noch beschäftigt, zu notieren. Jegliche Beiträge sind willkommen. Ihre Kommentare werden nur in zusammengefasster Form weitergegeben, was Ihre Anonymität sicherstellt.

Da dieser Kommentar anonym ist, können wir darauf nicht antworten.

Möchten Sie Ihr Anliegen nicht anonym mitteilen, schreiben Sie uns eine Mail an [askgfk.ch@gfk.com](mailto:askgfk.ch@gfk.com)



© 2024 GfK

Abb. A19: Freitextfeld im Onlinefragebogen (© GfK Switzerland)

Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit genommen und diesen Fragebogen ausgefüllt haben.  
Um den Fragebogen zu beenden, rufen Sie entweder eine andere Website auf, oder schließen Sie dieses Fenster.

© 2024 GfK

*Abb. A20: Abschluss im Onlinefragebogen (© GfK Switzerland)*

## 6.2 Literatur/Quellen

---

- Brüngger, L., Hermann, M. & Wenger, V. (2024): Wie geht es Ihnen? CSS-Gesundheitsstudie 2024. <https://cssversicherung.scene7.com/is/content/csskrankenversicherung/css-hallo-leben-studie-2024-depdf>
- Bundesamt für Statistik (2020): Freizeitaktivitäten. Bundesamt für Statistik. <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/kultur-medien-informationsgesellschaft-sport/kultur/kulturverhalten/freizeitaktivitaeten.html>
- Bürgi, R., Lamprecht, M. & Stamm H.P. (2021): Sport Schweiz 2020: Factsheets Sportarten. Magglingen: Bundesamt für Sport BASPO. <https://backend.baspo.admin.ch/fileservice/sdweb-docs-prod-baspo-files/files/2023/10/31/0cac8fb8-aa21-4018-8d44-06121de8b31c.pdf>
- Graefe, L. (2024): Statistiken zum Thema Freizeitverhalten in der Schweiz. Statista. <https://de.statista.com/themen/5101/freizeitverhalten-in-der-schweiz>
- Lamprecht, Markus, Rahel Bürgi und Hanspeter Stamm (2020): Sport Schweiz 2020: Sportaktivität und Sportinteresse der Schweizer Bevölkerung. Magglingen: Bundesamt für Sport BASPO. <https://backend.baspo.admin.ch/fileservice/sdweb-docs-prod-baspo-files/files/2023/10/31/4669191e-6356-4a16-bd3b-d680c8f440ed.pdf>
- Martin, Norbert (1984): «Muße», in: J. Ritter/K. Gründer (Hg.): Historisches Wörterbuch der Philosophie, Basel: Schwabe Verlag. DOI: <https://doi.org/10.24894/HWPh.2628>
- New Work SE (2024, 8. April): XING Millennials Report 2024 - Die Millennials am Arbeitsmarkt: Eine Generation zwischen Kindern und Karriere [Medienmitteilung]. <https://new-work.se/de/newsroom/pressemitteilungen/2024-pm-xing-die-millennials-am-arbeitsmarkt>
- Perret, Roger (2024, 1. Oktober): Grosse Temperaturkontraste – der September 2024. Meteonews.ch. <https://meteonews.ch/de/News/N14188/Grosse-Temperaturkontraste-%E2%80%93-der-September-2024>
- Ritschel, Gregor (2021). 2. Die Idee der Muße von der Antike bis zur frühen Neuzeit. In: Gregor Ritschel/, *Freie Zeit* (23-40). Bielefeld: transcript Verlag. <https://doi.org/10.14361/9783839455722-002>
- Scheidegger, G., Bauer, J. & Bieser, J. (2023): Ausgebummelt – Wege des Handels aus der Spass- und Sinnkrise. GDI-Studie Nr. 53. DOI: <https://doi.org/10.59986/ECYW5885>
- Seite „Muße“. In: Wikipedia – Die freie Enzyklopädie. Bearbeitungsstand: 9. August 2024, 15:40 UTC. URL: <https://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Mue%C3%9Fe&oldid=247542117>
- Seite „Freizeit“. In: Wikipedia – Die freie Enzyklopädie. Bearbeitungsstand: 4. Dezember 2024, 09:41 UTC. URL: <https://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Freizeit&oldid=250944216>
- Suter, L., Bernath, J., Willemse, I., Külling, C., Waller, G., Skirgaila, P. & Süss, D. (2023). MIKE – Medien, Interaktion, Kinder, Eltern: Ergebnisbericht zur MIKE-Studie 2021. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.
- Vereinte Nationen (1948, 10. Dezember): Resolution der Generalversammlung 217 A (III): Allgemeine Erklärung der Menschenrechte. United Nations | Peace, dignity and equality on a healthy planet. <https://www.un.org/depts/german/menschenrechte/a-emr.pdf>
- Wiesner, Franziska (2024, 26. Januar): 30 % der erwerbsfähigen Schweizer Bevölkerung leiden oft unter Zeitstress, obwohl sie so viel Freizeit haben wie nie zuvor – GDI-Studie [Medienmitteilung]. <https://gdi.ch/medien/medienmitteilung-30-prozent-der-erwerbsfaehigen-schweizer-bevoelkerung-leiden-oft-unter-zeitstress>