

I. FREIZEIT DURCH WOHLSTAND

Erst die Arbeit ...	3
Neues Freizeitbewußtsein	3

II. FREIZEITBUDGET

Freizeit als ideelles Kapital	4
Das „Freizeit-Wunder“	4
Freizeit während der Arbeit	5
Was tun wir, wenn wir nichts tun?	6
Reisen	6
Verkehrsmittel aus dem Alltag	6
Tagesfreizeit und freie Tage	7
Zwischen Wunsch und Realität	7

III. STRUKTUREN**DES FREIZEITMARKTES**

Das Prinzip Arbeitsteilung in der Freizeit	9
Das Geschäft mit der Zeit	9
Tausche Leistung gegen Zeit	10
Ideelle Kosten	10
Der Kampf um die Zeit des Kunden	10
Kommerziell & ideell	11
Freizeiter als Marktfaktor	11
Die Anbieter	12

IV. DER FREIZEIT-WARENKORB

Mal Arbeitsmittel – mal Freizeitartikel	14
Freizeitausgaben	15
Ausgabenexplosion	15
Grenzwerte	15
Bandbreite: von einfach bis luxuriös	15

**V. FREIZEITBRANCHEN
UND IHRE UMSÄTZE**

Freizeit-Marktführer	17
----------------------	----

VI. FREIZEIT ALS ARBEITGEBER

„König Freizeit-Kunde“	18
Freizeitberufe auf den zweiten Blick	18
Jeder Fünfte arbeitet für die Freizeit	19

VII. JUNGE FREIZEITBRANCHEN

1. Sportstudios	20
2. Spielgerätewirtschaft	22
Der Staat baut vor	24
Die Steuerschraube	25
Der Markt ist schneller	26
3. Kurzferien-Parks	27

VIII. DIE ZUKUNFT**DER FREIZEITWIRTSCHAFT**

Vorsicht bei Prognosen	30
Mehr Kommunikation	30
Freizeitsplitting	30
Weniger „junge“ Alte	31
Mehr „junge“ Angebote als Jugendliche	31
Der Markt wird enger	31
Erfolgsrezept: Langfristige Planung	31