

Trends auf dem Freizeitmarkt

und ihre Implikationen für die Stadtentwicklung

ILS-Colloquium

am 19. Juni 2002 in Dortmund

Prof. Dr. A. Kagermeier, Paderborn

Gliederung

- 1) Erlebniswelten als Wachstumssegment
- 2) Stadt und Freizeit
- 3) Nachfrageverhalten
 - CentRO Oberhausen
 - Multiplex-Kinos
- 4) Freizeitmobilitätstypen als Deutungsansatz
- 5) Schlussfolgerungen

Prof. Dr. A. Kagermeier, Paderborn

Trends auf dem Freizeitmarkt

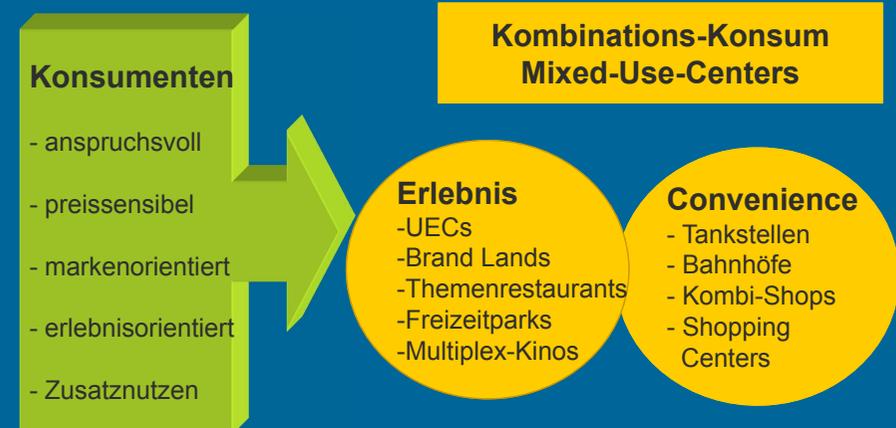
Veränderungen im Konsum- und Freizeitverhalten

- Wertewandel: Erlebnis - Genuß - Konsum
- Steigendes Anspruchsniveau
- Wunsch nach Zusatznutzen
- Markenbewußtsein / Standardisierung
- Wunsch nach Individualität
- komplexe Motivstrukturen und Aktivitätsbündel
- Diversifizierung der Zielgruppen

Prof. Dr. A. Kagermeier, Paderborn

Trends auf dem Freizeitmarkt

Neue Bühnen des Freizeitkonsums



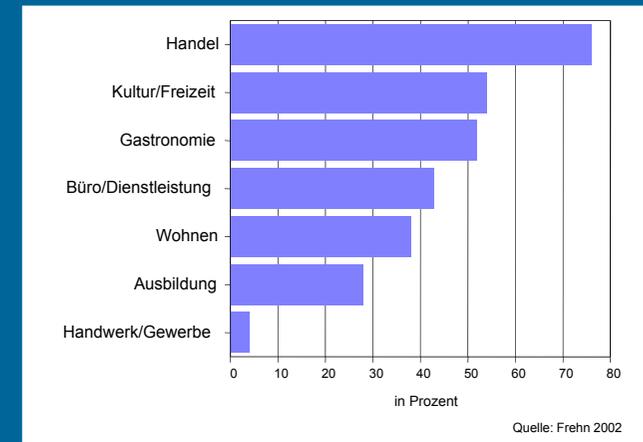
Quelle: Steinecke 2000

Prof. Dr. A. Kagermeier, Paderborn

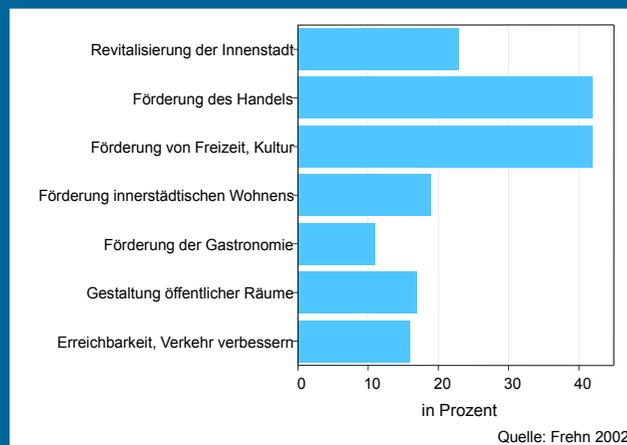
Trends auf dem Freizeitmarkt

2 Stadt und Freizeit

Bedeutung von Funktionen für Cityentwicklung



Schwerpunkte der Leitbildentwicklung



Eigener Entwurf nach: Frehn 2002

Die Ausgangssituation



Shopping Mall
(200 Geschäften auf 70.000 m²)

Gastronomische Promenade

Freizeitpark

Multiplexkino

Food Court

Arena
(11.500 Sitzplätzen)



Mall



Food Court



Prof. Dr. A. Kagermeier, Paderborn

Trends auf dem Freizeitmarkt

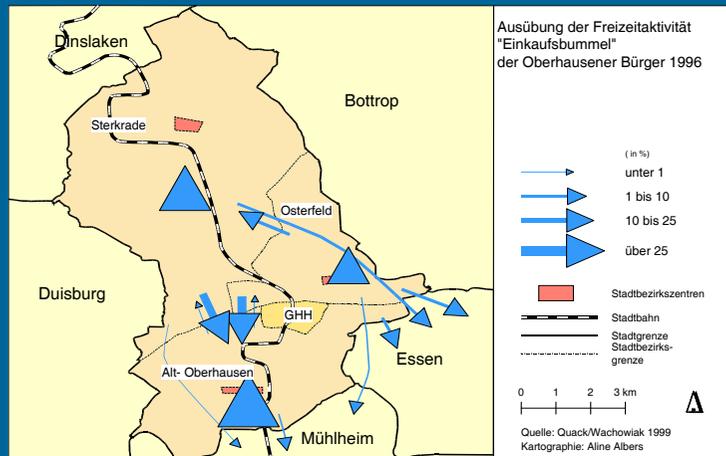
Promenade



Prof. Dr. A. Kagermeier, Paderborn

Trends auf dem Freizeitmarkt

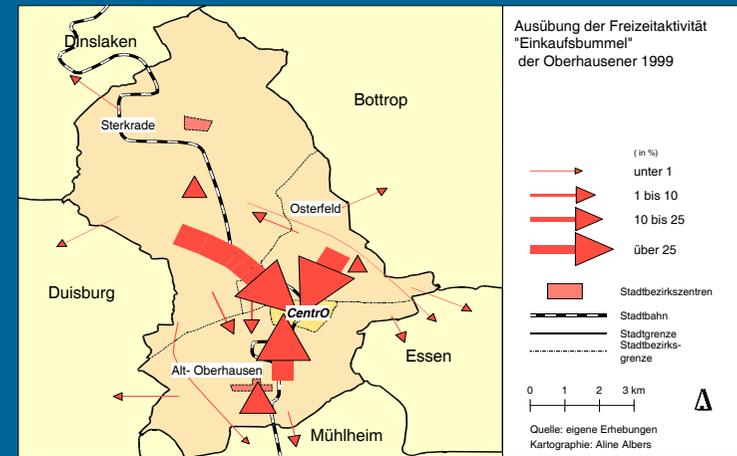
Orientierungen Einkaufsbummel 1996



Prof. Dr. A. Kagermeier, Paderborn

Trends auf dem Freizeitmarkt

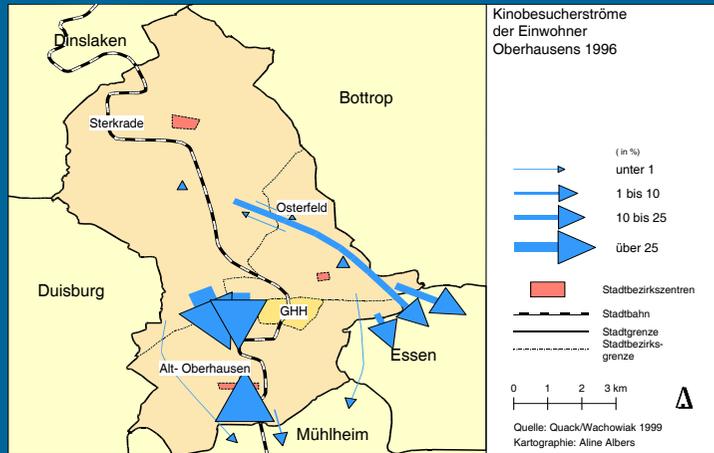
Orientierungen Einkaufsbummel 1999



Prof. Dr. A. Kagermeier, Paderborn

Trends auf dem Freizeitmarkt

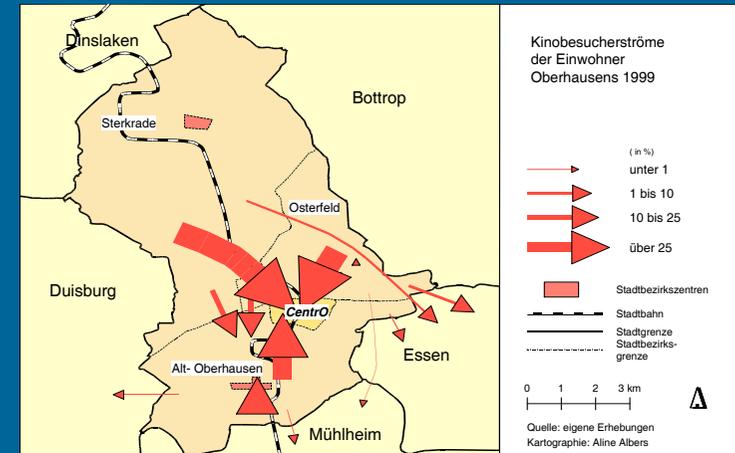
Orientierungen Kinobesuch 1996



Prof. Dr. A. Kagermeier, Paderborn

Trends auf dem Freizeitmarkt

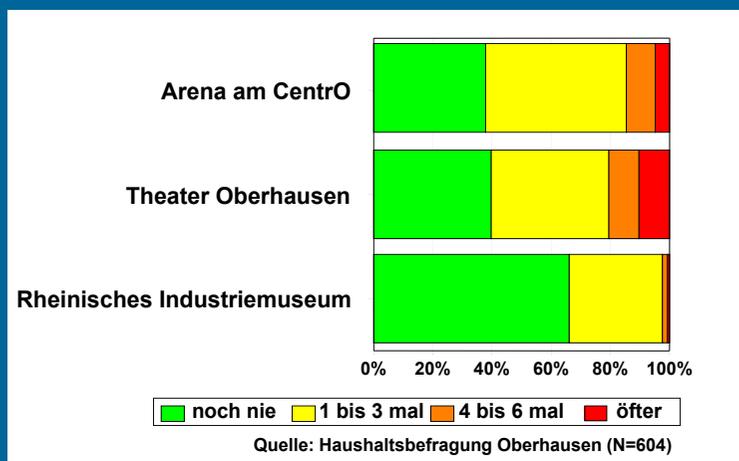
Orientierungen Kinobesuch 1999



Prof. Dr. A. Kagermeier, Paderborn

Trends auf dem Freizeitmarkt

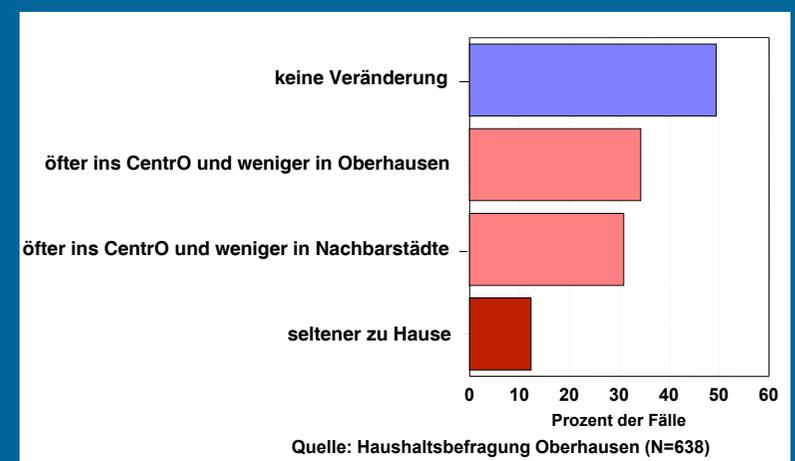
Besuchsfrequenz Freizeiteinrichtungen



Prof. Dr. A. Kagermeier, Paderborn

Trends auf dem Freizeitmarkt

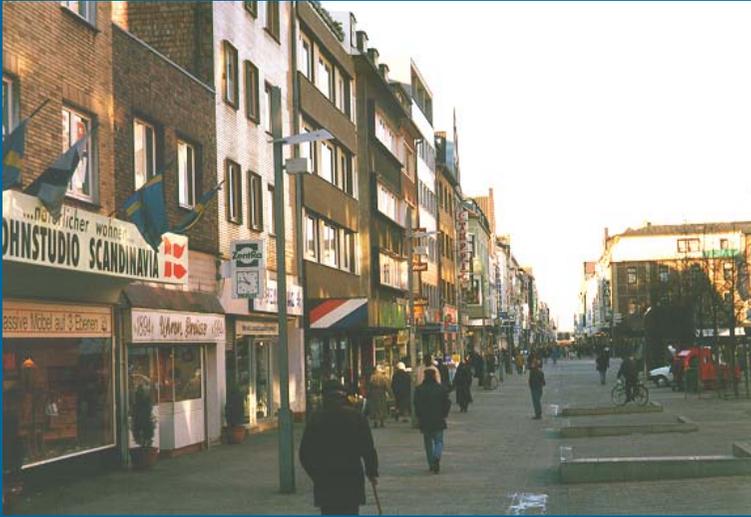
Veränderungen im Freizeitverhalten



Prof. Dr. A. Kagermeier, Paderborn

Trends auf dem Freizeitmarkt

Oberhausen: Die „alte“ Mitte



Prof. Dr. A. Kagermeier, Paderborn

Trends auf dem Freizeitmarkt

Bevorzugter Ort für Kinobesuch nach Altersgruppen



Prof. Dr. A. Kagermeier, Paderborn

Trends auf dem Freizeitmarkt

Bedeutung von Freizeitaspekten



Prof. Dr. A. Kagermeier, Paderborn

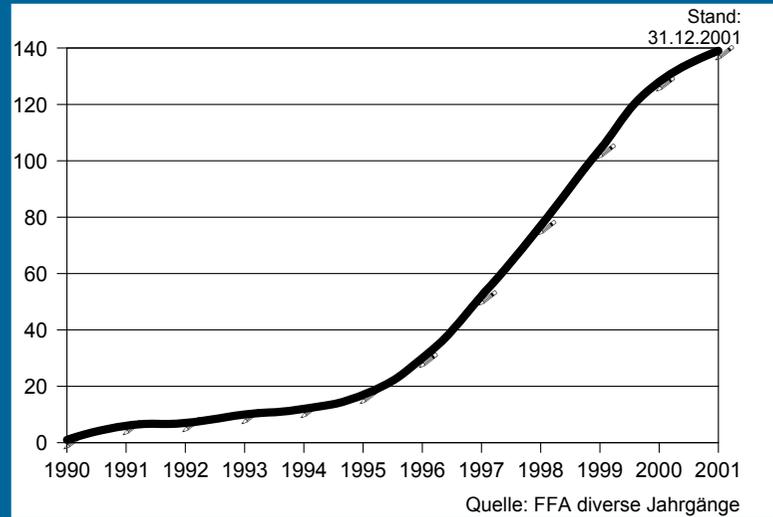
Trends auf dem Freizeitmarkt

3 Nachfragerverhalten

3.2 Multiplex-Kinos

Prof. Dr. A. Kagermeier, Paderborn

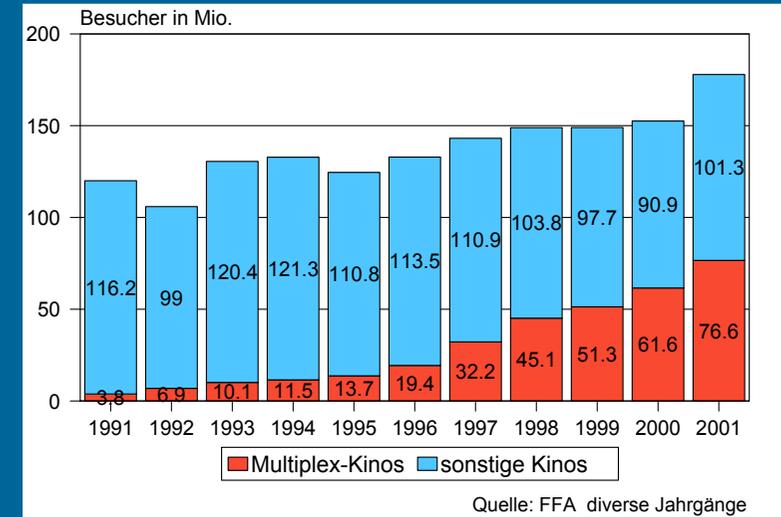
Entwicklung der Multiplexe in Deutschland



Prof. Dr. A. Kagermeier, Paderborn

Trends auf dem Freizeitmarkt

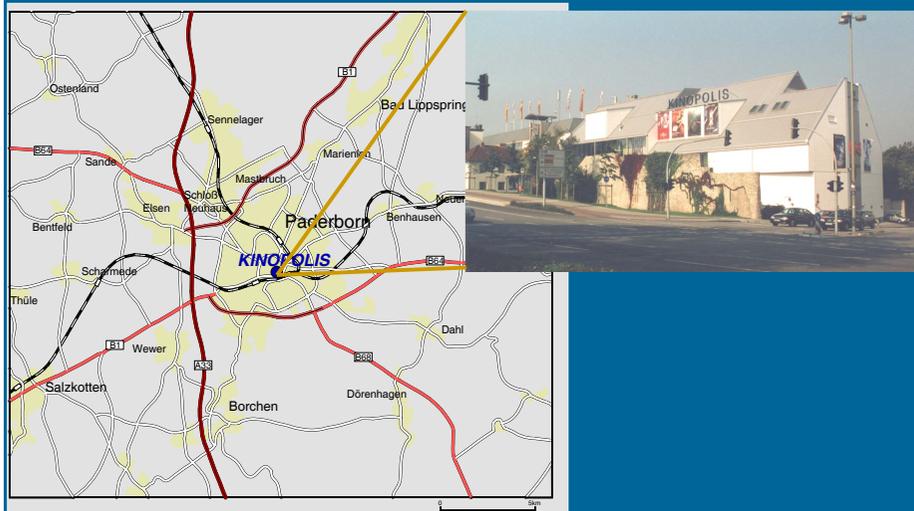
Kinobesucher 1991 bis 2001 in Deutschland



Prof. Dr. A. Kagermeier, Paderborn

Trends auf dem Freizeitmarkt

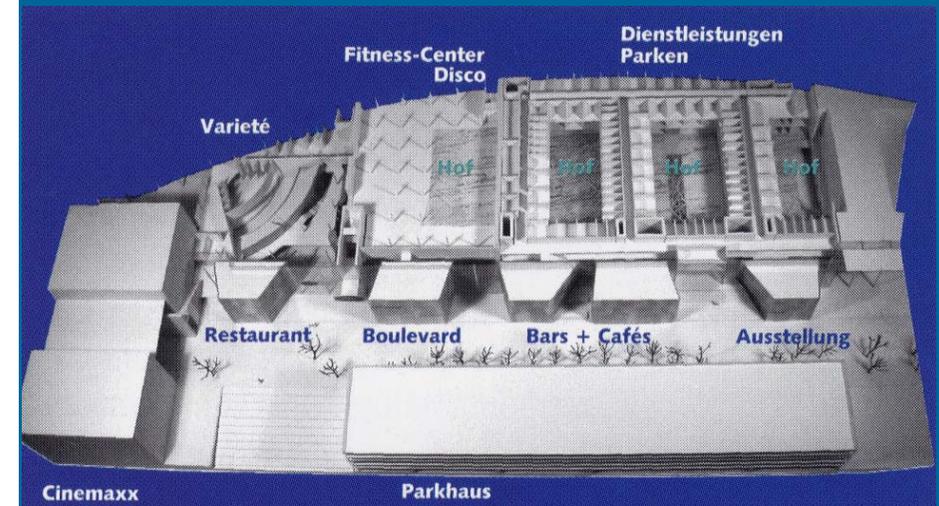
Lage des Kinopolis in Paderborn



Prof. Dr. A. Kagermeier, Paderborn

Trends auf dem Freizeitmarkt

UEC „Neues Bahnhofsviertel“ in Bielefeld



Prof. Dr. A. Kagermeier, Paderborn

Trends auf dem Freizeitmarkt

Kinopolis im Werra-Einkaufspark Bad Oeynhausen



Prof. Dr. A. Kagermeier, Paderborn

Trends auf dem Freizeitmarkt

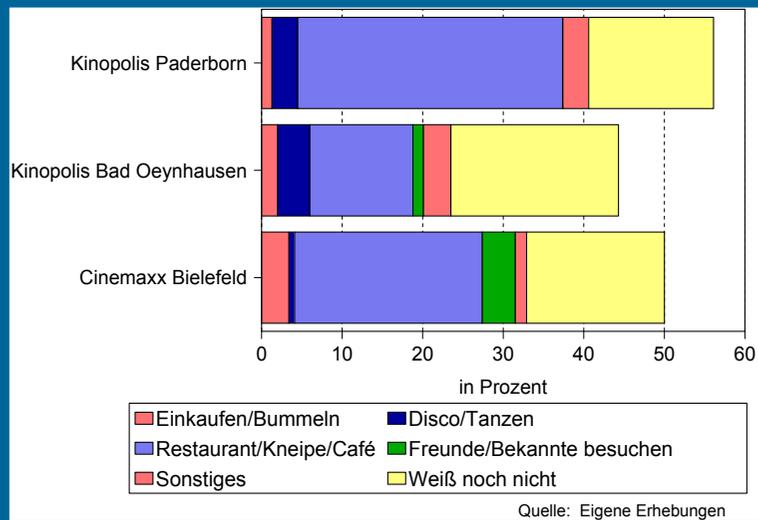
Alterstruktur der Multiplexbesucher



Prof. Dr. A. Kagermeier, Paderborn

Trends auf dem Freizeitmarkt

Koppelung Multiplexbesuch



Prof. Dr. A. Kagermeier, Paderborn

Trends auf dem Freizeitmarkt

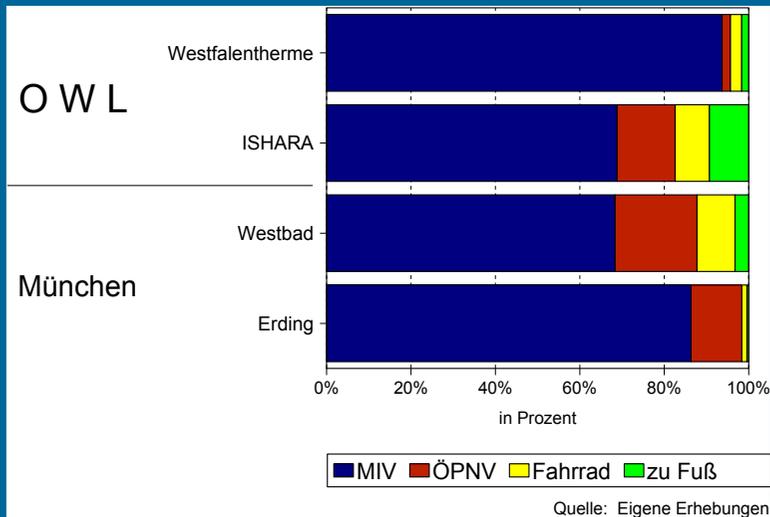
Modal Split beim Multiplex-Besuch



Prof. Dr. A. Kagermeier, Paderborn

Trends auf dem Freizeitmarkt

Modal Split Spaß- und Erlebnisbäder



Prof. Dr. A. Kagermeier, Paderborn

Trends auf dem Freizeitmarkt

4 Freizeitmobilitätstypen als Deutungsansatz

Prof. Dr. A. Kagermeier, Paderborn

Freizeitmobilitätstypen nach Lanzendorf

- **Familienbewegte**
- **Allseits Aktive**
- **Auto-Kultur-Individualisten**
- **Bummler**
- **Schnelle Fitte**
- **Häuslich Genügsame**
- **Selbstzufriedene Individualisten**

Quelle: Lanzendorf 2001

Prof. Dr. A. Kagermeier, Paderborn

Trends auf dem Freizeitmarkt

Anteile Freizeitmobilitätstypen

Prof. Dr. A. Kagermeier, Paderborn

Trends auf dem Freizeitmarkt

Mobilitätstypen Multiplex-Besucher



Jährliche Besuchsfrequenz Multiplex „Paderborner“



Veränderung Freizeitverhalten



5 Schlussfolgerungen



Implikationen: Verkehrsnachfrage

- Hohe Auto-Affinität bei Nutzern konsumorientierter Freizeiteinrichtungen
- Angebotsstruktur: wirkt distanzsteigernd
- Gegensteuerung nur begrenzt effizient
- Image ÖPNV als bottleneck

Implikationen Stadtentwicklung: Nachfrageseitige Nachfragetrends

- Hohe Anziehungskraft
- Trend: mehr heavy-user
- Tendenzen zur Polarisierung in der Gesellschaft bei Nutzung von Freizeit- und Erlebniswelten

Implikationen Stadtentwicklung: Angebotsseitige Trends

- Konkurrenzierung herkömmlicher Angebote
- Veränderung von städtischen Strukturen
- Vergrößerung der Einzugsbereiche
- MIV-affine Standortpräferenz
- Lebensdauer / Erneuerungszyklen

- *„Der Kooperationsbedarf in Verdichtungsräumen wächst mit dem postfordistischen Strukturwandel und der Globalisierung in Wirtschaft, Politik und Gesellschaft“ (Fürst, 1999)*

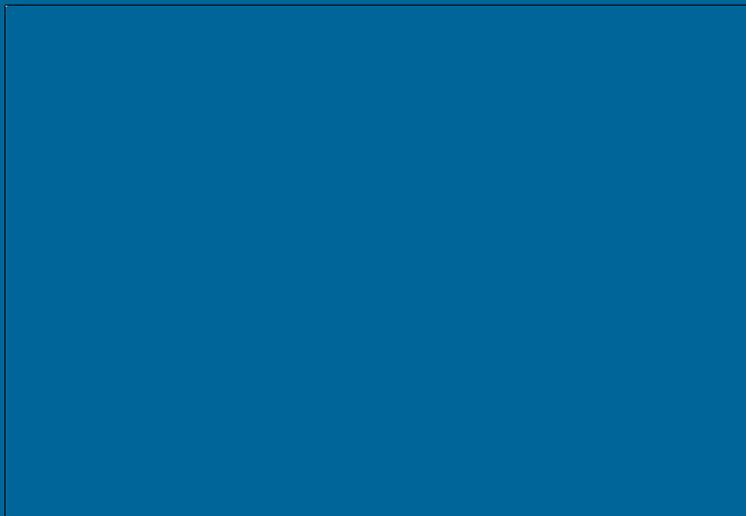


Mehrwert von Freizeit in der Innenstadtentwicklung



Quelle: Frehn 2002

Besuch Westfalentherme



Einflussfaktoren auf Verkehrsmittelwahlverhalten im Freizeitverkehr

- FOPS Kriterien
- Routinenbildung
- Spontanität
- Flexibilität
- Etc.