

FIT DURCH SPORT

Jeder dritte treibt mindestens einmal in der Woche Sport. Männer sagen: Weil's Spaß macht, Frauen: Wegen der Figur

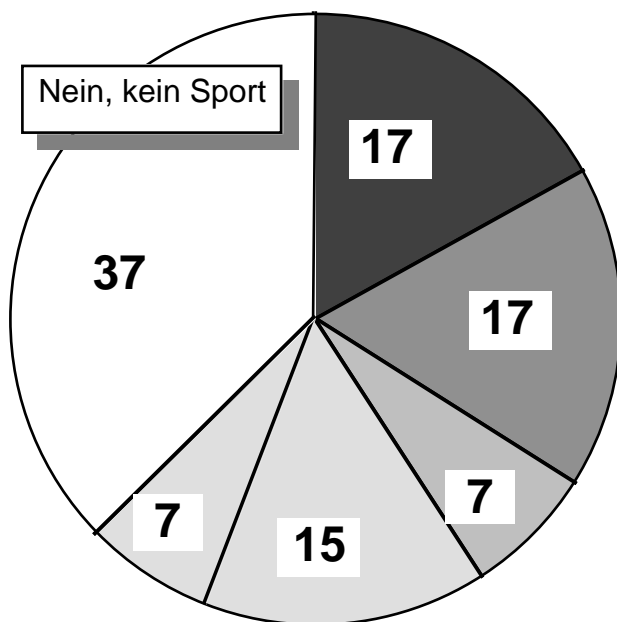
Allensbach am Bodensee, Ende März 2001 - Man kann sich für Sport passiv aus der ersten oder zweiten Reihe vorm Fernseher begeistern. 63 Prozent der Bevölkerung reicht das allerdings nicht aus. Sie brauchen sportliche Aktivität. Die einen hin und wieder, andere regelmäßig. 34 Prozent sagen: "Mindestens einmal in der Woche treibe ich Sport". Jeder zweite davon (17 Prozent) treibt sogar mehrmals pro Woche Sport. Das zeigt die bevölkerungsrepräsentative Umfrage FAME, die das Institut für Demoskopie Allensbach im Auftrag der VERLAGSGRUPPE MILCHSTRASSE unter 6500 Personen ab 14 Jahren durchgeführt hat.

Passiv sind Frauen sehr viel weniger als Männer an Sport interessiert. Wenn es jedoch um eigene sportliche Aktivität geht, sind sie im gleichen Maße mit dabei. 34 Prozent der Männer und 33 Prozent der Frauen betätigen sich mindestens einmal pro Woche sportlich. Sportmuffel, die gar keinen Sport treiben, gibt es natürlich auch. Dazu zählen 34 Prozent der Männer und 39 Prozent der Frauen.

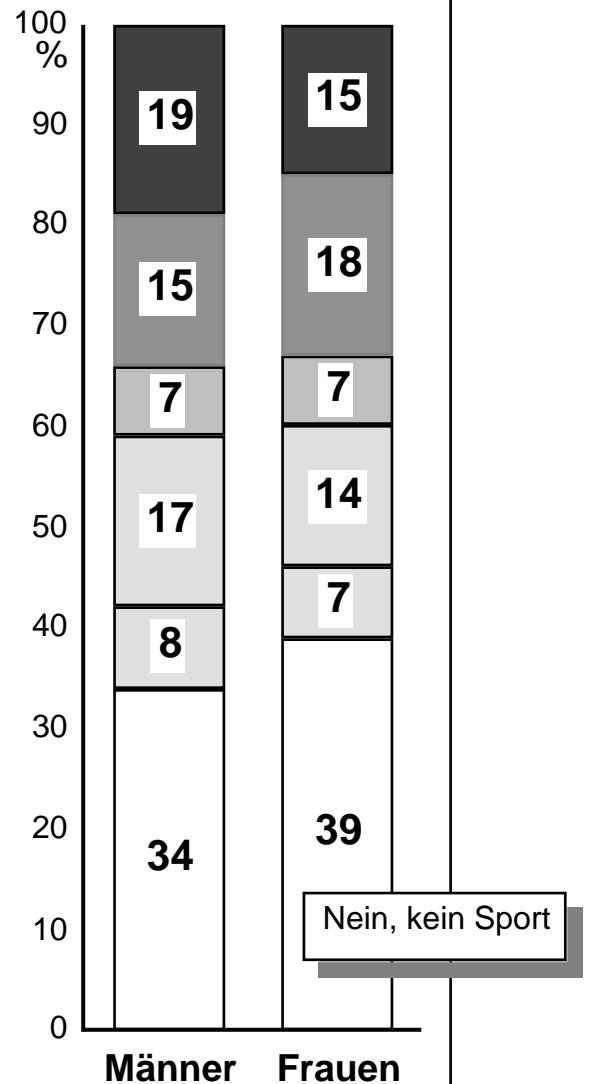
Sport treiben

FRAGE: "Treiben Sie hin und wieder oder regelmäßig Sport? Würden Sie sagen...?"

- mehrmals pro Woche
- einmal pro Woche
- mehrmals im Monat
- seltener
- ganz unterschiedlich



Deutsche Bevölkerung



Männer Frauen

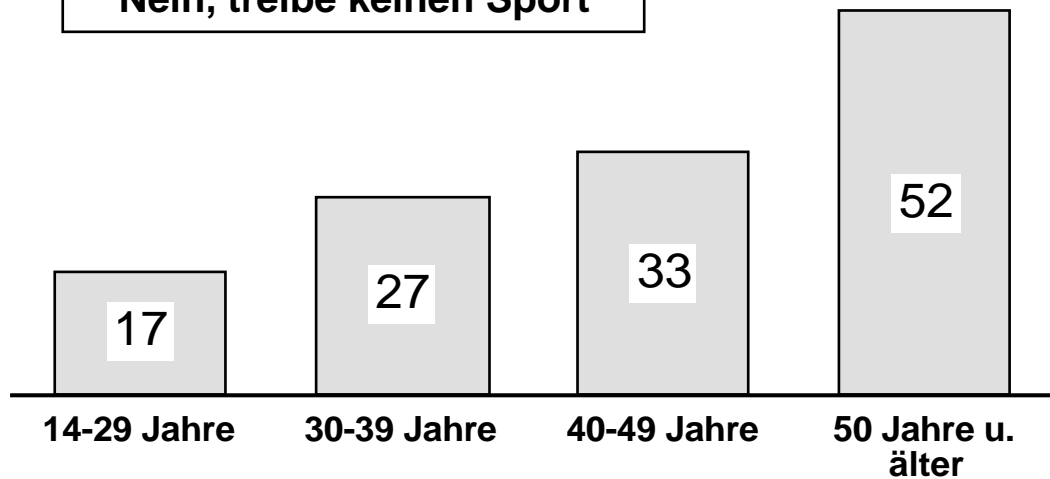
QUELLE: Allensbacher Archiv, FAME 2000 im Auftrag der MILCHSTRASSE

Sportlich aktiv zu sein, ist wichtig. Eigentlich ist das keine Altersfrage. Aber es überrascht kaum, daß die Jüngeren eher und mehr Sport treiben als die Älteren. Von den Unter-30jährigen treiben 83 Prozent zumindest hin und wieder Sport, von den 50jährigen und Älteren tun dies nur noch 48 Prozent. 52 Prozent der älteren Generation haben mit eigenen sportlichen Aktivitäten so gut wie gar nichts im Sinn.

No Sports

FRAGE: "Treiben Sie hin und wieder oder regelmäßig Sport? "

"Nein, treibe keinen Sport"



QUELLE: Allensbacher Archiv, FAME 2000 im Auftrag der MILCHSTRASSE

Die meisten treiben Sport wegen des Bewegungsausgleichs. Das ist das Hauptmotiv. Ob Schüler, Berufstätige oder Ruheständler - wir bewegen uns ja heute alle viel zu wenig, wenn wir es uns nicht gezielt und vielleicht sogar nach Plan vornehmen.

Aber der Bewegungsausgleich ist nicht alles - es gibt noch genügend andere Gründe, um Sport zu treiben. Männer zum Beispiel treiben oft Sport, weil sie ihr Interesse am Sport nicht nur passiv vor dem Fernsehapparat befriedigen möchten: "Selbst Sport zu treiben, macht einfach Spaß." 53 Prozent der sportlich aktiven Männer betonen das. Frauen haben dagegen eher ein indirektes Interesse an der eigenen sportlichen Aktivität: "Ich will etwas für meine Figur tun", sagen 57 Prozent. Oder allgemein, "um gezielt etwas für meine Gesundheit zu tun". Das ist für 54 Prozent der Frauen ein Grund, warum sie Sport treiben für wichtig halten.

Nicht zu unterschätzen ist auch die gesellige Seite am Sport. "Die Einsamkeit des Langstreckenläufers" hieß ein Kinoklassiker aus den frühen 60er Jahren. Aber so einsam sind heute nicht einmal mehr die Langstreckenläufer. Heute ist jeder Marathonlauf - ob in Berlin, New-York oder in der Provinz - längst auch ein gesellschaftliches Ereignis. Ganz allgemein gilt: Für viele heißt Sport treiben unter anderem, daß man

sich auf diese Weise ganz ungezwungen mit Gleichgesinnten treffen kann. 48 Prozent der Männer und 44 Prozent der Frauen betonen: "Ich treibe Sport, um mit anderen Leuten zusammenzukommen."

Mit Höchstleistung und Jagd nach sportlichem Erfolg hat das im allgemeinen wenig zu tun. Immerhin: bei den Männern sind 15 Prozent, bei den Frauen allerdings nur 6 Prozent mit ihrer eigenen sportlichen Aktivität auch auf Leistung und Erfolg aus.



Die Daten zur sportlichen Aktivität und zu den Motiven sportlicher Aktivität stammen aus der Allensbacher Mediaanalyse FAME 2000. Für FAME werden im Auftrag der VERLAGSGRUPPE MILCHSTRASSE seit Ende 1997 neben einer außerordentlichen Datenfülle zur Mediennutzung gleichzeitig zahlreiche Markt- und Markeninformationen und Informationen zu Aktivitäten und Einstellungen erhoben. Befragt wurden für FAME 2000 mehr als 6500 Personen im Alter ab 14 Jahren. Da FAME als Nachbefragung zur Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse (AWA) angelegt ist, lassen sich alle Angaben aus FAME personenidentisch mit den Daten der AWA verknüpfen.

Untersuchungssteckbrief FAME 2000

<u>Grundgesamtheit:</u>	Deutsche Bevölkerung ab 14 Jahren
<u>Stichprobe:</u>	6.508 Interviews mit Personen, die bereits für die AWA 2000 interviewt wurden 14-49 Jahre: 4.131 Interviews 50 Jahre und älter: 2.377 Interviews
<u>Single-Source-Studie:</u>	Die Angaben aus beiden Untersuchungen (AWA und FAME) wurden personenidentisch verknüpft
<u>Auftraggeber:</u>	Verlagsgruppe Milchstraße
<u>Methodische Gesamtverantwortung:</u>	Institut für Demoskopie Allensbach