

m²

MAGAZIN FÜR RAUMGESTALTUNG

#10

Gesellschaft in Bewegung **06**

Die Zukunft der Freizeit **10**

Vereint durch Sport **12**

Eine Publikation von Forbo Flooring Systems



ENTSPANNUNG UND ABENTEUER

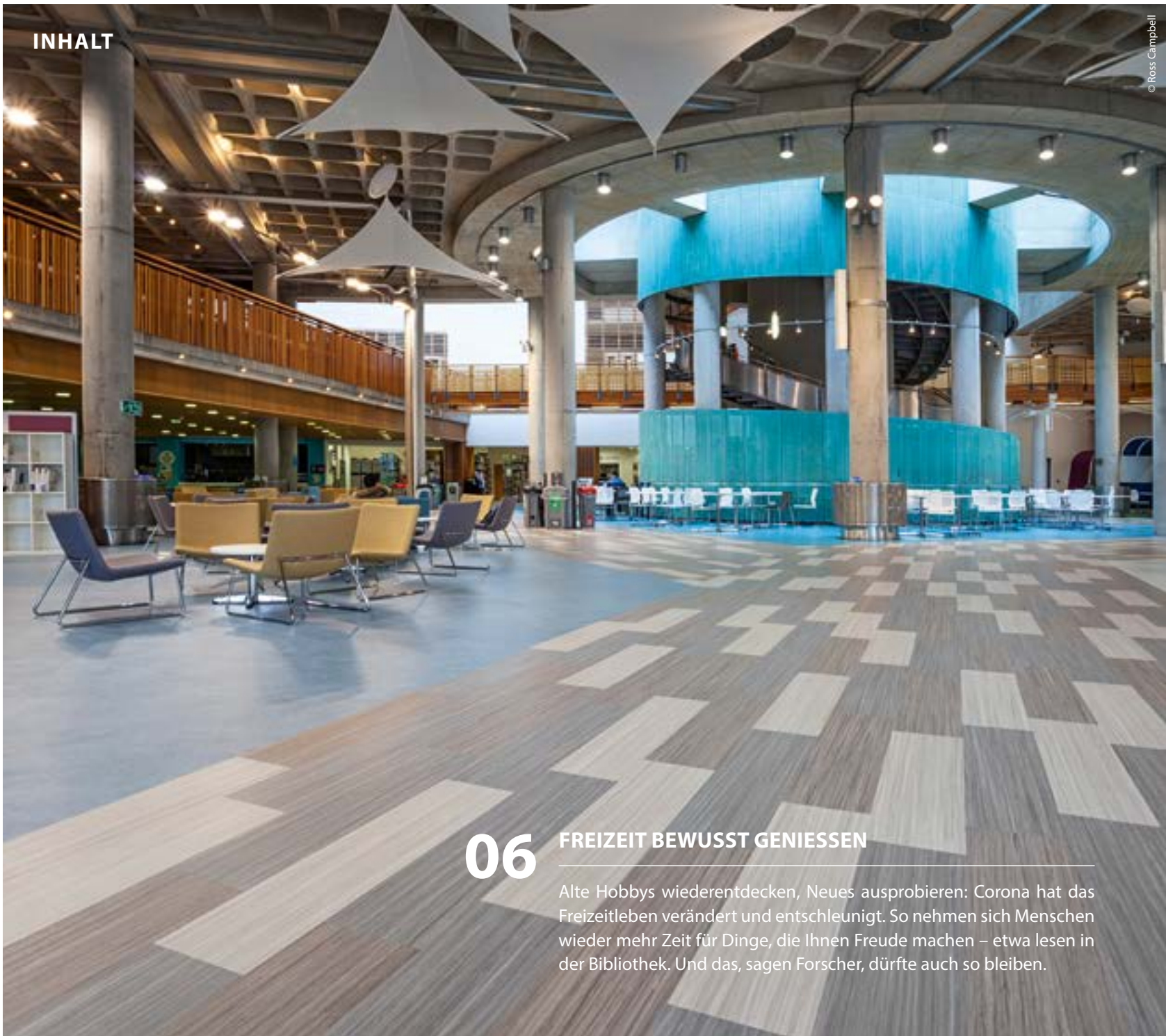
Das SkagaVenture im niederländischen Schagen ist ein modernes Indoor-Unterhaltungszentrum, das ganz auf die Wünsche von Familien zugeschnitten ist. Während die Kids Kart fahren, Laserspiele spielen oder Trampolin springen, können die Eltern sich entspannen und gutes Essen genießen – oder umgekehrt. In der Lobby sorgt die Kombination aus Allura Flex und Flotex Vision für eine optische Raumaufteilung und ein exklusives Flair.

www.forbo-flooring.de/skaga-venture



FREIZEIT UND SPORT **WIEDER WAS BEWEGEN**

Monate des Stillstands liegen hinter uns. Freunde und Feste, Shopping und Sport: Vieles, was das Leben lebenswert macht, war beschränkt, beschwerlich oder sogar ganz verboten. Und jetzt? Nichts wie zurück ins alte Leben! Aber geht das überhaupt? Und vor allem: Wollen wir das? Die Pandemie hat für viele Menschen das Verständnis von Freiheit, Freizeit und sozialem Leben verändert. Über eine Gesellschaft in Bewegung.



06 FREIZEIT BEWUSST GENIESSEN

Alte Hobbys wiederentdecken, Neues ausprobieren: Corona hat das Freizeitleben verändert und entschleunigt. So nehmen sich Menschen wieder mehr Zeit für Dinge, die Ihnen Freude machen – etwa lesen in der Bibliothek. Und das, sagen Forscher, dürfte auch so bleiben.

INHALT



© Ulrich Reinhardt

10

06 Gesellschaftlicher Wandel

Digitaler, individueller, bewusster: Wie sich unser Freizeitverhalten verändert

10 Ulrich Reinhardt im Interview

Der Hamburger Zukunftsforscher über das Leben nach dem Lockdown

12 Neustart für den Sport

Mit kreativen Ideen bringen Vereine und Firmen die Bürger wieder in Bewegung

15 Individuelle Gestaltung

Digitaldruck eröffnet neue Möglichkeiten beim Design von Bodenbelägen



© Matthias Gruppe

12

TITELFOTO

© Erik Poffers

IMPRESSUM

Herausgeber: Forbo Flooring GmbH, Steubenstr. 27, 33100 Paderborn; Verantwortlich im Sinne des Presserechts: Jens Puda; Redaktionsleitung: Claus Gorgs; Art-Direktion/Layout: Almut Gröning, G3 Werbung; Lektorat: Oliver Holzweißig; Druck: Bonifatius Druckerei, Paderborn; Autor dieser Ausgabe: Claus Gorgs
www.forbo-flooring.de



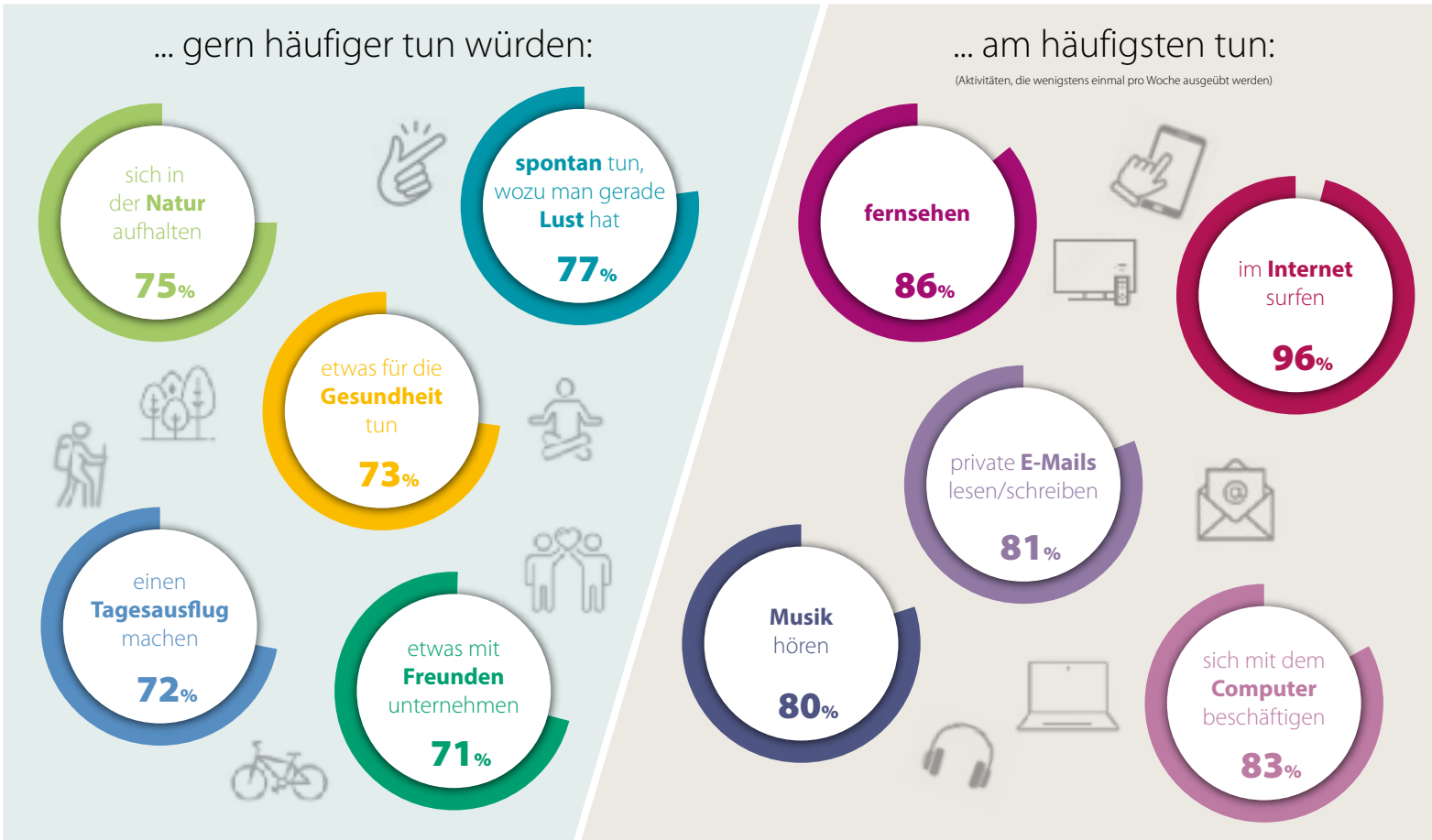
GROSSE REISEFREIHEIT

Camping liegt seit Jahren im Trend, doch nie war die Nachfrage nach Wohnmobilen größer: Mehr als 78.000 Neuzulassungen zählte das Kraftfahrtbundesamt 2020 in Deutschland – ein Plus von 44,8 Prozent. Angesichts geschlossener Hotels und Grenzen entschieden sich im Corona-Jahr noch mehr Menschen für einen Outdoor-Urlaub als sonst. Freiheit, Frischluft und Abstand zum Nachbarn: Experten erwarten weiteres Wachstum, jedoch nicht mehr so rasant. Die Hersteller kommen mit der Produktion nämlich kaum hinterher.



WUNSCH UND WIRKLICHKEIT

Was die Menschen in ihrer Freizeit ...



Quelle: Freizeitmonitor 2020, GfK/Stiftung für Zukunftsfragen; repräsentative Umfrage in Deutschland

TITEL

KUNST UND KULTUR

Lange waren Kinos, Konzerthallen und Bühnen verwaist wie hier das Zaantheater im niederländischen Zaandam. Jetzt feiern Künstler und Publikum die Rückkehr der Kultur – und probieren neue Formate aus.

www.forbo-flooring.de/zaantheater

ALLES BLEIBT ANDERS

Die Freizeitgestaltung hat sich in den vergangenen zwei Jahren sehr verändert: Waldspaziergang statt Einkaufsbummel, mehr Familie, weniger Party. Jetzt kehrt die Normalität zurück, es herrscht wieder Leben in den Restaurants, Museen und Fitnesscentern. Wird also alles wieder wie früher? Nicht ganz.

Text: Claus Gorgs

Karten spielen, Heimwerken, Gymnastik im Wohnzimmer: Was sich liest wie eine Liste der beliebtesten Hobbys aus den 60er-Jahren, ist in Wahrheit eine Aufzählung von Tätigkeiten, die die Menschen im Jahr 2020 häufiger ausgeübt haben als früher. Dank Lockdown und Homeoffice erlebten Gesellschaftsspiele eine Renaissance, ebenso die Werkbank im Keller und der Sport in den eigenen vier Wänden, wie die Hamburger Stiftung für Zukunftsfragen in einer repräsentativen Umfrage herausfand. An der Spitze der beliebtesten Aktivitäten: im Internet surfen und fernsehen. Wir leben eben doch nicht in den 60er-Jahren.

Die Corona-Zeit war nicht nur ein Härtetest für Wirtschaft, Bildung und Gesundheitswesen, sie hat auch die Freizeitgestaltung buchstäblich von außen nach innen gekehrt: Netflix statt Kino, Pizzaservice statt Kneipe, kleiner Kreis statt großer Party. Viele empfanden die Einschränkungen als belastend, den Forschern zufolge hatten sie aber auch gute Seiten: So hätten sich die Beziehungen innerhalb vieler Familien vertieft, das soziale Miteinander sei gestärkt worden. „Die Leute denken mehr darüber nach, was ihnen wichtig ist“, sagt Stiftungsleiter Ulrich Reinhardt, Professor für empirische Zukunftsforschung (siehe Interview Seite 10). Er geht davon aus, dass die neue Normalität nie wieder ganz die alte sein wird – und die Menschen manch liebgewonnene neue Gewohnheit beibehalten werden.

Im Sommer war dies noch nicht unbedingt spürbar, gab es doch nach den Lockdown-Monaten ein gewaltiges Nachholbedürfnis: Endlich wieder ausgehen, feiern, reisen, shoppen! Doch sobald der Konsumrausch abklingt, dürften die Zeichen des Wandels zutage treten. So haben sich die Menschen beispielsweise daran gewöhnt, online einzukaufen und Essen zu



Besser bummeln Die Innenstädte werden vielfältiger und bieten neben Geschäften künftig mehr Kultur, Service und Wohnraum.

>>>

>>> bestellen. Auf dieses Plus an Bequemlichkeit werden viele auch nach dem Ende der Beschränkungen nicht mehr verzichten wollen. Die Unternehmensberater von KPMG erwarten, dass bis zum Ende dieses Jahrzehnts 50 Prozent aller Modeeinkäufe im Internet getätigt werden.

Damit hat die Pandemie einen Trend beschleunigt, der sich seit Jahren abzeichnet: Speziell die junge Generation versteht schon länger nicht mehr, was vorteilhaft daran sein soll, sich durch überfüllte Fußgängerzonen zu schieben, um nach dem Besuch des fünften Schuhgeschäfts festzustellen, dass es die heiß begehrten Sneakers in keinem der fünf gibt. Ein kurzes Tippen auf dem Smartphone dagegen, und der Paketbote liefert die gewünschten Turnschuhe frei Haus. Schon heute liegt der Altersdurchschnitt der Innenstadtbesucher laut „Süddeutscher Zeitung“ bei 48 Jahren.

Das hat Folgen für Struktur und Funktion der City: Die Zahl der Läden und Kaufhäuser dürfte schrumpfen – wodurch Platz für Neues entsteht. Aus den oft gleichförmigen Einkaufsmeilen könnten neue Orte des Miteinanders werden, ein Mix aus Handel, Gastronomie sowie sozialen und kulturellen Einrichtungen. So plant der Warenhauskonzern Galeria, künftig E-Bike-Stationen, Paketshops und städtische Bürgerbüros in seine Filialen zu integrieren; in Recklinghausen ziehen unter anderem eine Kita und eine Wohnanlage für Senioren in ein früheres Kaufhaus ein. Und wenn weniger Bürofläche benötigt wird, viele Berufstätige zumindest einen Teil ihrer Arbeitszeit weiterhin im Homeoffice verbringen, könnte in den Innenstädten sogar wieder bezahlbarer



© Michiel van Nieuwland



© Daniel Lüscher

Besonderes bieten Einfach nur essen und trinken war gestern. Wer heute ausgeht, erwartet Außergewöhnliches, etwa das Ambiente einer Strandbar – auch wenn das Meer weit weg ist wie hier im Hotel Florida in Studen. Dafür, dass der Sand nicht an den Füßen klebt, sorgt der Vinylbelag Eternal.

Wohnraum entstehen, mit kurzen Wegen und einem großen Freizeit- und Kulturangebot direkt um die Ecke.

Die Zeit der kulturellen Massenveranstaltungen sei ohnehin vorbei, glaubt Fronique Oosterhof. „Ich glaube, dass wir wegkommen werden von den großen Blockbuster-Events, die Tausende von Menschen anziehen und bei denen in kurzer Zeit sehr viel Geld verdient wird“, sagt die Leiterin des Grafischen Museums Groningen (GRID), das die Geschichte der Druck- und Buchbinderindustrie der niederländischen Stadt bewahrt und erlebbar macht. Sie sieht einen Trend zu kleineren Formaten wie Workshops mit nur wenigen Teilnehmern. „Die Leute mögen es, wenn sie selbst eine alte Druckmaschine bedienen und Fragen stellen können“, so Oosterhof. „Das verleiht dem Besuch mehr



MIT DEM FINGER AUF WELTREISE

Der Lehrer Pieter Roelf Bos lebte vor 150 Jahren in Groningen – doch die niederländischen Schüler begleitet er bis heute: Der von ihm erstellte Atlas darf in keinem Schulranzen fehlen. Seit fast anderthalb Jahrhunderten können die Kinder darin mit dem Finger auf der Landkarte reisen. Bos zu Ehren veranstaltete das Grafische Museum Groningen eine Sonderschau. Für die richtige Lernatmosphäre sorgte der stilechte Linoleumfußboden. www.forbo-flooring.de/graphic-museum-groningen

Qualität.“ Einen Teil der staatlichen Corona-Hilfen investiert das GRID in sein „Museum auf Rädern“, einen umgebauten Reisebus, mit dem künftig Teile der Ausstellung zu Schulen, Kliniken und Pflegeheimen reisen sollen. „Wir müssen das kulturelle Erbe zu den Menschen bringen.“

Auch beim Sport hat sich in den vergangenen Monaten vieles verschoben (siehe Bericht Seite 12), wegen gesperrter Hallen und geschlossener Trainingsstätten verlagerte sich der Bewegungsdrang fast zwangsläufig nach draußen. „Der Outdoortrend wird auf jeden Fall bleiben, der hätte ohne Corona nicht diesen Stellenwert erhalten“, sagt Michael Schüler, der ein Fitnessstudio im westfälischen Beckum betreibt. Während der Pandemie stellte er Fitnessgeräte im Freien auf, damit die Mitglieder an der frischen Luft trainieren konnten. „Das wurde sehr gut genutzt“, so der Unternehmer.

Dass die Menschen dauerhaft im heimischen Wohnzimmer Sport treiben wollen, glaubt er nicht. „Digitale Ersatzprodukte sind keine echte Konkurrenz für uns. Die Leute

sehen sich nach Gesellschaft und Kommunikation.“ Die in der Corona-Zeit eingeführten Zoom-Kurse hat der Sportclub Beckum mangels Nachfrage inzwischen wieder eingestellt.

Mehr draußen in der Natur, weniger Menschenmassen, bewusstere Entscheidungen: Das klingt als Zukunftsperspektive gar nicht schlecht. Wenn da nur der innere Schweinehund nicht wäre. Denn was die Hamburger Zukunftsforscher in ihrer Studie ebenfalls herausgefunden haben: Das, was die Menschen in ihrer Freizeit tun, ist häufig nicht das, was sie gern tun würden. Während spontane Aktivitäten, Tagesausflüge und Unternehmungen mit Freunden auf der Wunschliste der Deutschen ganz oben stehen, verbringen sie in der Realität einen Großteil ihrer freien Zeit vor dem Bildschirm oder hetzen von einem privaten Termin zum nächsten – aus Angst, etwas zu verpassen. „Freie Zeit ist kostbar, und fast alle Menschen haben das Gefühl, zu wenig davon zu haben“, sagt Freizeitforscher Reinhardt. Umso wichtiger sei es, sich genau zu überlegen, wie man sie verbringen möchte. Und wie lieber nicht.



creating better environments

forbo

FLOORING SYSTEMS