

Renovierungsbarometer

Zeit für Plan R

Wenn sprichwörtlich der Lack abblättert, wird es höchste Zeit für Plan R („R“ wie renovieren). Begeisterte Heimwerker warten in der Regel nicht so lange. Für sie sind Renovierungs- und Verschönerungsarbeiten eine ideale Freizeitbeschäftigung, weil sie es können und Spaß daran haben.

Eine Schublade leimen, den Wasserhahn austauschen, eine neue Bodenleiste festnageln, eigentlich gibt es immer etwas zu tun. Was die Deutschen an großen und kleineren Renovierungsprojekten planen und durchführen und vor allem, was sie dafür an Geld in die Hand nehmen, erfasst die GfK seit mehreren Jahren regelmäßig in ihrem Renovierungsbarometer.

Leichter Rückgang bei den Ausgaben

Im zurückliegenden Winterhalbjahr 2009/2010 (Oktober 2009 bis März 2010) haben die deutschen Haushalte insgesamt rund 14,9 Milliarden Euro für Renovierungen und Instandhaltungen aufgewendet. Verglichen zum Vorjahreszeitraum Winter 08/09 hat

sich der gesamte Renovierungsmarkt damit ausgabenseitig insgesamt nur leicht rückläufig entwickelt (-1,3%). Die Anzahl der durchgeführten Renovierungen erlebte dagegen einen geringen Anstieg um +0,6 Prozent.

Auf dem Weg zur Wellness-Oase

Zu den Wachstumsmärkten innerhalb des Renovierungsmarktes gehörten im Winter 2009/2010 insbesondere die Bereiche Badrenovierung sowie Um- und Ausbaurbeiten.

Dieses Ergebnis aus dem aktuellen GfK-Renovierungsbarometer verwundert nicht, denn allein in Nordrhein-Westfalen stammt gut die Hälfte der mehr als acht Millionen Wohnungen aus der Zeit des intensiven Wiederauf-



Anzahl durchgeführter Renovierungen

in Mio.



Quelle: GfK-Living Renovierungsbarometer Winter 2009/2010



baus von 1949 bis 1977. Nicht nur der Geschmack, sondern vor allem der Anspruch an Funktionalität und Bequemlichkeit haben sich seitdem eindeutig gewandelt. Das Badezimmer hat eine völlig neue Wertschätzung erfahren, die sich am anschaulichsten in einer neuen Begrifflichkeit ausdrückt: Statt von der Nasszelle ist heute meist nur noch von der Wellness-Oase die Rede.

Mit dem Renovierungsbarometer ermittelt GfK Living & Retail seit April 2002 in sechsmonatigen Abständen die Renovierungsaktivitäten privater Haushalte. Aufgeschlüsselt nach mehr als 96 Einzeltätigkeiten werden die getätigten Renovierungsakte sowie für die Zukunft geplante Renovierungen erfragt.

Die registrierten Verschönerungsarbeiten im Badezimmer betreffen Tätigkeiten wie Waschbecken oder Toiletenschüssel einbauen bzw. austauschen, die Erneuerung von Armaturen, den Einbau von Whirlpools oder Saunen oder das Verlegen neuer Fliesen.

Auf insgesamt 2,1 Milliarden Euro summieren sich nach Berechnungen von GfK Living & Retail die Ausgaben für diese Renovierungsarbeiten. Die beiden vorangehenden Erhebungen für den Sommer 2009 sowie das Winterhalbjahr 2008/2009 ergaben an dieser Stelle ein geringeres Volumen von jeweils 1,8 Milliarden Euro, das von den Deutschen investiert wurde, um im Badezimmer klar Schiff zu machen. In den vergangenen fünf Jahren wurde der aktuelle Wert nur einmal übertroffen. Das war im Sommerhalbjahr 2008, als das GfK-Renovierungsbarometer für den Bereich Baderneuerung Ausgaben in Höhe von 2,2 Milliarden Euro registrierte.

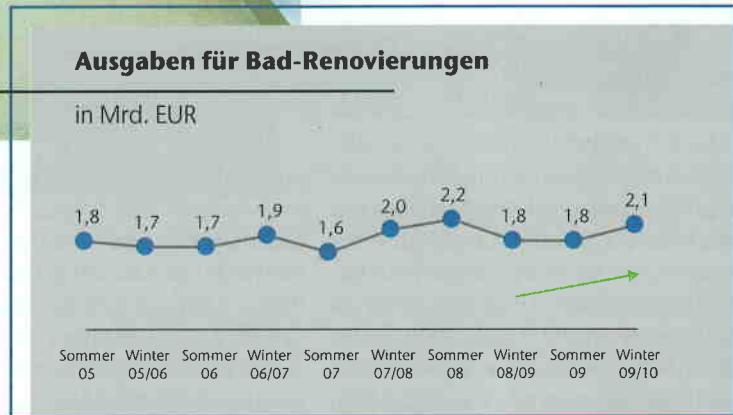
Auch bei den Ausgaben für Um- und Ausbauarbeiten zeigt die Kurve seit einem Jahr stetig nach oben. In dieser Projektgruppe fasst die GfK Einzelaktivitäten wie Wände einziehen bzw. durchbrechen, Zwischendecken einziehen, Estrich verlegen oder Versorgungsleitungen erneuern zusammen.



forschungsunternehmen INNOFACT in Kooperation mit der BBE Management GmbH veröffentlicht wurde. Das heißt aber nicht, dass es nicht immer wieder das eine oder andere zu verändern, umzugestalten oder zu modernisieren gäbe. Durchschnittlich 9.000 Euro haben die Verbraucher für Bestandsoptimierungen angespart. In Haushalten mit einem monatlichen Nettoeinkommen von mehr als 2.500 Euro sind es fast 12.000 Euro.

Ein bunter Mix

Zeige mir, wie du wohnst – der Blick hinter die Wohnungstüren der Deutschen fördert keine großen Überraschungen zu Tage. Nach wie vor zählt die Farbe weiß zu den bevorzugten Wandtönen und in einem Drittel der deutschen Wohnzimmer liegt Parkettboden. Ganz häufig fällt das Wort



Quelle: GfK-Living Renovierungsbarometer Winter 2009/2010

Für Arbeiten dieser Art gaben die Deutschen zuletzt 1,2 Milliarden Euro aus.

Wohnwünsche werden wahr

Zeige mir, wie du wohnst, und ich sage Dir, wer du bist. Das eigene Zuhause ist so etwas wie eine Visitenkarte und ein Gestaltungsspielplatz für die eigene Kreativität. Daher wollen sich die meisten Bundesbürger trotz Wirtschaftskrise und sinkender Realeinkommen bei ihren Ausgaben für das Wohnen nicht einschränken.

Mit ihrer aktuellen Wohnsituation ist die überwiegende Mehrheit der Bevölkerung durchaus zufrieden, so lautet der Tenor einer repräsentativen Verbraucherbefragung, die von dem Markt-

gemütlich, wenn jemand dazu aufgefordert wird, seinen Wohn- und Einrichtungsstil zu beschreiben. Die Deutschen sind eben sehr gesellige Wesen, die nicht immer und überall präsentieren müssen. Wichtig ist das Wohlbe finden, ob in der Familie oder gemeinsam mit Freunden und Gästen. Als bunten, gemütlichen Mix bezeichnet ein Drittel die selbst gewählte Zusammenstellung von Möbeln und Dekoration in den eigenen vier Wänden. Gefragt danach hatte ImmobilienScout 24 und konnte am Ende 2.427 Antworten auswerten. Ein Viertel der Teilnehmer wohnt „modern und minimalistisch“ und ein Fünftel beschreibt ihr Interieur als „elegant und repräsentativ“. ▣