

# Zu Hause ist es am schönsten

Endlich mal die Tapete wechseln und das Bad renovieren: In Corona-Zeiten wird umgesetzt, was wir lange vor uns hergeschoben haben. Lange galten Baumärkte als systemrelevant – dass sie jetzt geschlossen werden, ist für viele eine Katastrophe. Doch die Liebe zum trauten Heim hat auch eine Kehrseite.

VON LUISA ZENKER

**E**s riecht nach Kiefernholz, nach schwarzer Humuserde, vermischt mit diesem supermarkteigenen Geruch nach neuer Ware. Leise quietschen die tennisballgroßen Rollräder der Einkaufswagen über den grau gekachelten Fußboden. Neonfarbendes Licht umspielt die gesamte Halle, dazwischen stimmt leise das Einkaufsradio mit allerhand Schnäppchenwerbung ins Konsumerlebnis ein. Zwölf, dreizehn, vierzehn – Eine eigene Nummer für jedes Regal, mehrere hören auf einen Namen, sie heißen: Badzubehör, Baustoffe, Holz, Farben, Eisenwaren.

den Fußboden seiner Wohnung erneuert. Auch ein Fahrrad hat er sich gekauft. So schnell konnte der 41-Jährige gar nicht

Dazwischen treibt die Hobbyhandwerkerin mit ihrer neuen Schubladenidee, der Freizeitgärtner im Frühlingserwachen.

Es ist ein normaler Vormittag im Baumarkt – vor einigen Tagen, kurz vor den Öffnungen. Da ging es noch, das Erlebnisshoppen im Baumarkt, das die Familie betreibt, die vor den sechs Meter hohen Regalen steht, sich berät, ein- und manchmal auch wieder auspackt.

Dazwischen wuseln Verkäufer in roten Pullovern herum. Sie erklären mit großen Handbewegungen, wo sich der kleine Holz-Dübel an der nächsten Säule versteckt. Einige Kunden schieben zielstrebig den sperrigen Einkaufswagen durch die Gänge, ein Wasseranschluss oder eine Kabelverlängerung im Gepäck, andere bummeln an den Regalen entlang. Spanplatten oder Holzleisten aus Eiche klappern im Wagen. Einer der Kunden ist Peter Heydrick. Der 67-jährige Rentner will ein Baumhaus für seinen vierjährigen Enkel bauen. Gerade ist der ehemalige Fernfahrer dabei, das Dach zu erneuern. Daneben schiebt André Wuttke seinen Einkaufswagen durch die Halle, auch bei ihm stapelt sich das Holz. Eine Terrasse für das Einfamilienhaus. Für den Bau hat er sich extra freigenommen. An diesem Vormittag im Baumarkt sagen viele Kunden, sie kämen öfter hierher.

Seit der Pandemie wird das eigene Heim erneuert. Überall im Bekanntenkreis hört man solche Geschichten: Die Tapete im Wohnzimmer wird überstrichen, die 20 Jahre alte Matratze im Schlafzimmer ausgetauscht. Lang aufgeschobene Projekte und Träumereien werden in der Krise umgesetzt. Offenbar hat Corona das Werkeln in der eigenen Wohnung befeuert.

Baumärkte und Möbelhändler profitieren davon. Der Gewinn des Baumarktkonzerns Hornbach ist im vergangenen Jahr um 40 Prozent auf rund 325 Millionen Euro gestiegen. Beim Toom-Baumarkt sieht es ähnlich aus, die Geschäftsführung spricht vom besten Umsatzjahr seit Langem. Auch Möbelhändler wie Otto oder Ikea verzeichnen enorme Gewinne. Der Online-Möbelhändler Home24 hat sein Geschäftswachstum fast verdoppelt. Selbst Bettwäschehersteller florieren in der Krise.

Im Kleinen bestätigen sich die wachsenden Zahlen ebenfalls, sagt Marktleiter Manuel Kluge vom Toom-Baumarkt Dresden-Gompitz. Ob Farben, Gartenmöbel oder Holzplatten – in der Corona-Krise sei das Baumarkt-Sortiment so gefragt wie nie. „Gerade in der aktuellen Zeit wird das eigene Zuhause zum wichtigsten Rückzugsort. Absolut verständlich, dass man es hier jetzt besonders schön haben will. Zumal sonstige Beschäftigungsmöglichkeiten wie Urlaube gerade unmöglich sind.“ Kluge selbst hat im ersten Lockdown, als der Baumarkt geschlossen hatte und drei Viertel der Mitarbeiterschaft Kurzarbeitergeld bekam,

schaun, wie das passende Fahrradzubehör im Toom-Baumarkt ausverkauft war. Helme, Schläuche, Fahrradpumpe – im Lockdown wird die Region mit dem Zweirad erkundet. Doch nicht nur die Region, auch das eigene Nest muss in der Corona-Zeit offenbar auf Vordermann gebracht werden. Das zeigen nicht nur die vielen Kartons voller Kleider, Bücher und Teller, die seit Beginn der Pandemie vor zahlreichen Haustüren stehen. Statt Frühjahrsputz heißt es: Corona-Putz.

Statt im Büro oder in der Kneipe sitzt man zu Hause fest und muss sich mit den eigenen vier Wänden auseinandersetzen. Da kann irgendwann die alte Gardine, der man sonst nur einen flüchtigen Blick zugeworfen hat, stören. An den Eingängen der Wertstoffhöfe bildeten sich Schlangen, Keller wurden ausgemistet, die Küche mit neuen Regalen ausgestattet, Garten und Balkon gemütlich möbliert. Wenn der Urlaub in der fernen Welt nicht möglich ist, dann muss die Erholung in die eigenen vier Wände geholt werden. Nicht Andalusien, sondern Balkonien ist angesagt. Im Freundeskreis entpuppt sich so mancher mit zwei linken Händen als neuer Hobbyhandwerker.

Der Trend hält an – auch in der dritten Welle. Die Möbel- und Baumarktindustrie rechnet weiterhin mit starken Umsätzen, trotz erneuter Schließungen. Die Gewinnsteigerung zeichnet sich bereits im ersten Quartal 2021 ab. Das Zuhause muss schöner gemacht werden. Die sächsische Regierung hat Baumärkte zwischenzeitlich behandelt wie Lebensmitteldiscounter. Sie zählen laut sächsischer Corona-Verordnung seit Februar zu den „Geschäften des

täglichen Bedarfs sowie der Grundversorgung“ und durften daher öffnen, als andere Geschäfte geschlossen bleiben mussten. Und das nicht nur, weil es im Baumarkt an kalten Wintertagen Schneeschieber und Streusalz zu kaufen gibt. Geht man nach dem Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten (BHB), dann gibt es viele Gründe, warum Baumärkte eigentlich nie schließen dürften: Die Fachhändler bieten Werkzeuge zum Reparieren von Lampen, Kühlschränken, Toiletten an, sie verkaufen Saatgut, Gartenschläuche, Schaufeln, damit die Kunden sich mit eigenem Gemüse versorgen können, heißt es vom BHB.

In der Begründung findet sich aber noch ein anderes interessantes Selbstverständnis: „Baumärkte bieten Sortimente für kleinere Projekte zur sinnvollen Beschäftigung von Bürgern“, so der Verband. Sie würden einen Ausgleich zu untersagten Freizeitaktivitäten bieten.

Ist der Baumarkt in der Corona-Zeit ein Sinnstifter geworden? Toom-Marktleiter Kluge erklärt: „In diesen unsicheren Zeiten bietet das Selbermachen eine sinnvolle Beschäftigung.“ Der Baumarkt halte die Deutschen fit. Er gebe den Menschen eine Perspektive zwischen all den Verordnungen, Todeszahlen und Lockdown-Verlängerungen. Als in Sachsen das letzte Mal die Bau-

märkte geschlossen waren, in anderen Bundesländern aber nicht, stellte die sächsische Regierung fest, dass ein regelrechter Baumarkt-Tourismus betrieben wurde. Am Donnerstag und Freitag, nachdem die Bundes-Notbremse eine erneute Schließung der Baumärkte beschlossen hatte, hörte man von regelrechten Hamsterkäufen in den Baumärkten. Ein Leben ohne Heimwerken ist offenbar möglich, aber sinnlos.

Doch nicht erst in Corona-Zeiten haben die Menschen das Renovieren und Tüfteln lieben gelernt. Seit 40 Jahren beobachten Forscher den Trend. Die US-amerikanische Soziologin Faith Popcorn beschrieb das Phänomen bereits in den 1980er-Jahren. In unsicheren Zeiten, so ihre These, die seitdem immer wieder bestätigt wurde, blicken viele orientierungslose Augen in Rich-

tung eigenes Heim. Wenn die Politik überfordert, wenn die Welt verängstigt, wenn die digitalen Medien voller Gewalt und Terrormeldungen sind, dann igelt sich der Bürger ein und macht es sich im Keller zwischen Akkubohrer und Schraubstock gemütlich.

In Deutschland floriert die Do-it-Yourself-Branche schon länger: So stieg der Umsatz deutscher Baumärkte seit den späten 90er-Jahren kontinuierlich auf etwa 19 Milliarden Euro an. Der Baumarkt wird beliebter – mit und ohne Corona. Forscher geben solchen Phänomenen gern Namen: Cocooning oder Homing. Es beschreibt das Einigeln im eigenen Zuhause. Der Cocooner ist ein Konsument, der gern zu Hause bleibt, von dort aus konsumiert. Das weiche Kokon, von dem sich das englische Trendwort ableitet, bietet nicht nur der Schmetterlingsraupe Schutz, sondern auch dem Menschen.

Wer das Leben aber auf das eigene Nest reduzieren will oder muss, braucht dafür gemütliche Farben und weiche Kissen. Fragt man beim Dresdner Innenarchitekten nach, dann bestätigt sich: Ein gemütliches Zuhause ist den Menschen bereits vor der Corona-Krise wichtig gewesen. „Bei uns ist die Nachfrage gleich hoch geblieben“, sagt Joachim Hugk vom Raumgestaltungsbüro Arcaneum. Über zu wenige Kunden kann sich der Restaurator und Malermeister nicht beschweren. Ei-

„Was sollen die Leute auch anderes machen?“, fragt Baumarktleiter Manuel Kluge. Er selbst hat im ersten Lockdown den Boden in seiner Wohnung erneuert.

Fotos (2): Jürgen Lössel



ne vergoldete ovale Fläche verziert die Decke in der Raummitte seines Geschäfts, das Licht zweier moderner Kronleuchter spiegelt sich darin wider. Schwere Vorhänge in Samt, Seide und Leinen dekorieren die Wände. Ein bunt bestickter Stoff mit verzweigten Pflanzenteilen und fingernagelgroßen Blüten in Blau hängt an der Tür, frontal zum Eingang erinnert eine Tapete an den tiefen Dschungel. Ein olivgrüner Ton hinter rosagefärbten Blumen, dazwischen breiten exotische Vögel, die aussehen wie bunte Störche, ihre Flügel aus, sie künden von freier Entfaltung trotz verschlossener Wände.

In den hinteren zwei Räumen sitzen Cornelius und Joachim Hugk am Schreibtisch. Vater und Sohn stehen selbst oft auf der Baustelle. Restauration und Raumgestaltung ist ihr Spezialgebiet. Seit 2009 richten sie für den gehobenen Mittelstand Wohnzimmer oder ganze Häuser ein. Suchen individuelle Vorhänge, Teppiche, Tapeten aus. „Bei uns gibt es das, was es im Baumarkt nicht gibt.“ Was er meint, sind versilberte Tapeten mit Textilüberzug oder stuckverzierte Fenster neben restaurierten Kaminen.

Gerade Geschäftsleute hätten in den vergangenen Monaten vermehrt angerufen. „Diejenigen, die sonst viel unterwegs sind, arbeiten jetzt zu Hause. Im Homeoffice fällt das ein oder andere auf. Die denken sich dann: Das muss jetzt aber wirklich mal

gemacht werden.“ Also lassen sie ihre Wohnung verschönern – von den beiden Ausstattern, die vom Trendkaufen abraten. „Nur weil graue Tapeten angesagt sind, wollen wir trotzdem individuell gestalten.“

Es sich zu Hause gemütlich zu machen sei den Menschen schon immer wichtig gewesen. Vater Joachim Hugk bemerkte besonders in der Finanzkrise 2007, dass seine einkommensstarke Kundschaft plötzlich lieber ins eigene Heim investierte. „In unsicheren Zeiten besinnen sich die Leute auf ihre heile Welt in den eigenen vier Wänden.“ Ob zu Zeiten von Corona, Finanzkrise oder der DDR. Von dem Begriff Cocooning haben beide schon gehört: „Zurückgezogene Gemütlichkeit“, beschreibt Cornelius Hugk diese Entwicklung. Vater und Sohn nehmen zwei unterschiedliche Tendenzen

wahr. Der Vater erkennt in der Zurückgezogenheit auch eine Chance zu mehr Bewusstsein für sich selbst. Cocooning umfasst für ihn nicht nur die Raumgestaltung, sondern einen Lebensstil: „Ein Besinnen auf eine bewusste Ernährung, auf Fitness, Familie, Freunde.“ Cornelius Hugk stimmt zu und ergänzt: „Es besteht aber durchaus die Gefahr, dass man sich aus den großen politischen Zusammenhängen aufgrund der Überforderung zurückzieht und sagt, ich mach es mir in meiner eigenen Welt schön.“ Er nippt an seiner Kaffeetasse, neben ihm hängen schwere Vorhänge: 400 bis 700 Euro kosten die Stoffe. Auf dem Tisch liegen weiße Stuckverzierungen. Ein Bildschirm zeigt Fotos von fertig eingerichteten Wohnungen.

Kann gemütliches Wohnen eine Gegenbewegung zur modernen Schnelllebigkeit sein? Das heimelige Wörtchen Hygge beschreibt genau diese Tendenz. Es kommt aus dem Norwegischen und wird mit „Wohlbefinden“ übersetzt. 2016 wurde es zum Wort des Jahres in Dänemark gekürt, viele Medien bezeichneten es als „das Glücksrezept der Dänen“, es steht für Zusammenhalt, Innigkeit, Familiarität und Gemütlichkeit. Hygge ist also mehr als ein Wohntrend, sondern umfasst das Herstellen einer gemütlichen, herzlichen Atmo-

sphäre, in der man das Gute im Leben mit Freunden bei Kerzenschein genießt. Allerdings mit nicht zu schweren Diskussionen: Als unhygienisch gilt, sich über politische Themen auszutauschen.

Glaubt man Forschern, dann folgt aus der Flucht nach Innen auch eine Entpolitisierung. „Wem die Welt draußen zu kompliziert, stressig und uninteressant geworden ist, der zieht sich in seinen kleinen, überschaubaren Lebenskreis zurück wie in einen Kokon“, fasste eine Sendung im bayerischen Rundfunk zusammen. Der Trend stehe auch für die schwindende Lust der Menschen, Neuland zu entdecken. Wer sich nur noch mit den eigenen vier Wänden beschäftigt, interessiere sich nicht mehr für die Probleme in der Stadt. Man entwickle gegenüber der politischen Situation eine gewisse Gleichgültigkeit.

Verstärkt werde der Trend durch die Digitalisierung. Denn warum muss der Bürger ins Kaffeehaus gehen, wenn das Feeling auch zu Hause mit Siebträgermaschine und Chill-Out-Musik vom Streamingdienst erzeugt werden kann? Statt das Kino zu besuchen, macht man es sich daheim auf der Couch mit Fernseher gemütlich. Das Sushi wird per Lieferdienst gebracht. Soziale Medien verstärken den Trend. Fotos von kuschlig eingerichteten Wohnnischen finden sich zuhauf im Internet, aufgenommen im perfekten Winkel, sodass alles passend erscheint. Wer will da schon woan-



„In unsicheren Zeiten besinnen sich die Leute auf ihre heile Welt in den eigenen vier Wänden.“ Das beobachten die Innenausstatter Joachim und Cornelius Hugk aus Dresden.

aus der Cocooning-Ecke rauskommen.“ Schenkt man Zukunftsforschern Glauben, werden wir auch nach Corona mehr Zeit zu Hause verbringen.

Damit man sich nicht gänzlich einigeln muss, bietet der Konglomerat e.V. in Dresden eine Lösung. In der offenen Werkstatt im Rosenwerk wird nicht allein, sondern zusammen gewerkelt: Statt Do-it-yourself heißt es Do-it-together. Interessierte Heimwerkerinnen und -Reparateure können sich dort in Holz, Textil, Elektronik ausprobieren. Das Reparieren soll laut Projektkoordinatorin Bettina Weber im Austausch mit anderen stattfinden: „Alle Menschen suchen derzeit nach Verhaltensmustern, um mit der Krise umzugehen. Heimwerken kann eines dieser Muster sein.“ Weber sieht in dem Trend aber auch Unterschiede zu dem, was in den offenen Werkstätten passiert: „Während bei uns die Ideen intrinsisch motiviert sind und sich im gemeinsamen Machen entfalten, kommt mir das Heimwerken in der Corona-Zeit oft als Konsum-Ersatz vor.“ In den offenen Werkstätten im Rosenwerk werden hingegen Maschinen geteilt – es geht auch um Nachhaltigkeit. Bettina Weber sagt außerdem: „Ich frage mich, inwieweit die Leute beim Werkeln allein im eigenen Keller wirklich Selbstwirksamkeit erfahren. Nicht alles muss im fertigen Zustand gekauft, sondern kann auch mit den eigenen Händen geschaffen werden.“

Der Verein betreibt noch ein weiteres Projekt: die Materialvermittlung. Eine Art Second-Hand-Baumarkt. Riesige Mengen Stoff und Altholzbretter lagern in den Vereinsräumen. Das Projekt gibt alten Materialien, die sonst weggeschmissen werden, ein neues Leben. Restmaterialien werden dort an Interessierte vergeben. „Das ist vielleicht der Unterschied zum Baumarkt, wo man genau das kriegt, was man will. Hier nimmt man das, was es gibt. Wir regen die Menschen an, kreativ mit den vorhandenen Ressourcen umzugehen“, sagt Mitgründerin des Reallabors Anna Betsch. Auch in der Corona-Zeit werde die Materialvermittlung gut angenommen. „Sie kommen aber nicht, weil der Baumarkt geschlossen hat oder sie erst zu Pandemiezeiten mit dem Werkeln angefangen haben. Die Menschen, denen wir Material vermitteln, haben sich mit Ressourcenschonung und anderen Themen der Nachhaltigkeit auseinandergesetzt.“ Anna Betsch werkelt selbst gern – auch mit Materialien aus dem Baumarkt. Dennoch fragt sie sich „Wie nachhaltig wird dort gewirtschaftet? Woher kommen die Rohstoffe?“

Wunsch nach Innen ein Muss geworden. Manche Forscher haben bereits das neue Jahrzehnt des Zuhauses ausgerufen. „Es gibt auch einen Gewöhnungseffekt dieser Kalender- und Terminarmut“, sagt der Trierer Professor für Soziologie Michael Jäckel. Die Frage sei, ob die Menschen danach wieder so viele Termine wahrnehmen würden wie vorher. „Man muss dann erst wieder

Grenzen wird sichtbar: Viele Ressourcen kommen nicht aus Deutschland. Von Lieferengpässen sprechen auch die Baumärkte. Etwa beim Holz oder Metall. Viele Materialien musste Manuel Kluge bevorraten, um die gestiegene Nachfrage zu decken.

Manuel Kluges persönliches Corona-Projekt ist der Garten, die Rosen hat er bereits an einem sonnigen Nachmittag geschnitten. Für ihn ist das Alltag und kein Trend. Trotzdem hat er gemerkt: Als der Baumarkt geschlossen hatte und die Mitarbeiter in Kurzarbeit waren, haben viele angefangen zu renovieren, zu basteln, zu werkeln. Mehrere Kollegen hätten Kuchen gebacken und an alle verschenkt. „Wir sind näher zusammengerückt.“ Trotz Abstand.



Foto: Getty Images/NICKS