Qualitative Grundlagenstudie März 2021

Die Bedeutung von DIY & Gartenarbeit in Corona-Zeiten

BHB - Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V.

BHB

rheingold institut

Editorial

Die Corona-Pandemie hat unser aller Leben und die Wirtschaft gründlich auf den Kopf gestellt. Die Nachfrage nach unseren Produkten und Dienstleistungen ist ungebrochen hoch, unsere Erreichbarkeit durch den Lockdown jedoch vielfach eingeschränkt.

Über 4.000 Standorte und deren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter möchten den Kundinnen und Kunden helfen, damit die Probleme gelöst werden und das grüne und kreative Potenzial sich verwirklichen kann. Die oftmals bis auf lokale Ebenen unterschiedlichen Auslegungen der Corona-Schutzverordnungen stellen sowohl unsere Händler, aber auch Lieferanten, Dienstleister und Logistiker vor enorme Herausforderungen. Von der komplizierten Organisation der Lieferkette bis hin zur schnellen Schaffung von geeigneter Infrastruktur z. B. für kundenfreundliche Abwicklung von Click & Collect oder Click & Meet – all dies wird oft durch ständig veränderte Verordnungen erschwert.

Doch wie geht es unseren Kundinnen und Kunden in dieser herausfordernden Situation und wie können wir ihnen am besten zur Seite stehen? Um das herauszufinden, haben wir eine Studie in Auftrag gegeben.

Wir haben uns bewusst für das renommierte Kölner rheingold institut für qualitative Marktforschung entschieden. Die tiefenpsychologische Methodik ermöglicht ein erweitertes Verständnis dafür, was die Menschen wirklich bewegt und erklärt tiefer liegende Motive, die über die aktuelle Pandemie-Situation hinausgehen und Gültigkeit haben. Wir danken dem rheingold-Team sowie den zahlreichen Teilnehmerinnen und Teilnehmern der Studie, die sich mehrstündigen intensiven Befragungen und Diskussionsrunden unterzogen haben.

Neben den vielen Erkenntnissen war es für uns auch eine besondere Bereicherung, die wissenschaftliche Bestätigung zu bekommen, wie tief verbunden die Menschen mit unseren Angeboten sind, und welche herausragende Rolle wir in ihrem Leben spielen. Für uns alle in der Branche ist dieser Blick in die Seele unserer Kundinnen und Kunden eine große Motivation und Quelle der Inspiration in diesen bewegten Zeiten – und darüber hinaus.

Dr. Peter Wüst
(Hauptgeschäftsführer BHB)

Studiendesign

Im Rahmen der Studie wurden zehn Teilnehmer*innen in zwei rheingoldGroups® und 16 Teilnehmer*innen in rheingoldInterviews® über eine Dauer von zwei Stunden befragt. Die Studie legt dabei den Fokus nicht auf statistische Repräsentativität. Ein Team aus Psycholog*innen sucht in jahrzehntelang entwickelter und validierter rheingold-Methodik immer da nach übereinstimmenden und intersubjektiven Wirkzusammenhängen, wo sich komplexe Beschreibungen und Erlebenszusammenhänge zwischen einander unbekannten Menschen ähneln. Sind die detailreichen und ausführlichen Beschreibungen vieler einzelner Probanden unabhängig voneinander gleich, ist auch bei einer kleinen Stichprobe von einer hohen Validität und psychologischer Repräsentativität auszugehen. Die speziell ausgebildeten psychologischen Researcher schaffen eine so vertrauensvolle Atmosphäre, dass sich die Probanden in Interviews und Gruppen öffnen können und durch die psychologische Hilfe zu ungeahnt detaillierter Beschreibung eine auch für sie neue Perspektive auf die Dinge erhalten.

Pro Jahr führt rheingold rund 5.000 tiefenpsychologische Interviews durch, in denen seit dem vergangenen Frühjahr auch die Wahrnehmung der jeweiligen Corona-Lage abgefragt und analysiert wird. Das rheingold institut verfolgt einen kulturpsychologischen Ansatz, d. h. es berücksichtigt in allen Studien zu Politik oder Marken die aktuelle gesellschaftliche Situation.

Inhaltsverzeichnis

1 Intro – Corona und Selbstwirksamkeit Seite 4

2 Die Psychologie der Gartenarbeit Seite 6

3 Psychologie DIY Seite 8

4 Learnings für eine Zeit mit und nach Corona Seite 10

5 Öffnungsargumente Seite 11

1 Intro – Corona und Selbstwirksamkeit

Deutschland ist zu Beginn des Pandemie-Jahres 2021 zunehmend von Zermürbung, Aggressivität und Hoffnungslosigkeit geprägt. Die Deutschen trauern um verlorene Lebenszeit und suchen gleichzeitig nach Möglichkeiten, den Alltag sinnvoll und lebendig zu gestalten.

Im Auftrag des BHB (Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V.) wurde vom Kölner rheingold institut die Stimmungslage der Deutschen im Februar 2021 tiefenpsychologisch untersucht und der Fokus auf Bedeutung und Funktion von Gartencentern und Baumärkten in Corona-Zeiten gerichtet.

Die Atmosphäre in den Explorationen ist sehr emotional und offen, die Proband*innen sind froh, sich den Frust von der Seele zu reden und bei den Psychologen ein offenes Ohr zu finden. Um dem Stillstand etwas entgegenzusetzen, wollen sie tatkräftig anpacken und kluge Konzepte für Freiräume im Leben mit der Pandemie austüfteln.

Die Politik wird im Lockdown dagegen als verharrend erlebt, mit dem Stillstand als einziges Werkzeug gegen die Pandemie. Die Antwort auf diese Strategie des Aussitzens ist ein weitreichendes Abgeben von Verantwortung an Politik und Institutionen. Der Kampf gegen das Virus wird externalisiert und nicht mehr als eigene Herausforderung wahrgenommen.

Das stillgelegte Leben im Lockdown halten die meisten Menschen nur aus, indem sie tätig werden. Viele harmlose Freuden des ersten Lockdowns – Puzzeln, Kochen, Brettspiele – sind aber fade geworden und reichen nicht mehr aus, um die seelischen Grundbedürfnisse nach Gestaltung und Selbstwirksamkeit zu erfüllen. Gegen die zunehmend quälenden Gefühle des Verlustes an Lebenszeit helfen besonders Betätigungen, die als selbstwirksam und sinnvoll empfunden werden und ein Stück Perspektive zurückgeben. So sind sie zum Beispiel im Garten ein Teil des natürlichen Werden und Vergehens oder können sich durch DIY-Projekte im eigenen Heim Freiräume schaffen.

Gerade den eigenen Garten haben die Menschen im Lockdown als heilendes Refugium empfunden, in dem sie gegen ihre Ohnmacht anpflanzen können. Seelisch mit ihrer eigenen Verletzlichkeit und auch Sterblichkeit konfrontiert, ist der Garten ein Ort, in dem sie sich mit diesem Naturprinzip auseinandersetzen und versöhnen können.

Die Baumärkte wiederum dienen seelisch als Ausrüster, in denen sich die Menschen mit Werkzeug für alle Lebenslagen wappnen und mit deren Hilfe sie Projekte auf die Beine stellen, auf die sie am Ende stolz sein können. Außerdem geht es darum, dem Verfall des eigenen Umfeldes entgegenzutreten. Die Reparatur von Schäden in ihrem Zuhause wird genauso „systemrelevant“ beschrieben wie das Füllen des Kühlschranks.

> „Heimwerkerausrüstung ist doch Menschenrecht. Ich bin doch kein Tier, was vom Supermarkt nur gefüttert werden muss!“

Der Lockdown erscheint aus drei Gründen als pauschale Bestrafung:

- **Perspektivlosigkeit:** Anstatt sich um ein ‚WIE mit dem Virus leben?' zu kümmern und kluge Hygienekonzepte zu erarbeiten, wird immer noch auf eine massive Reduktion der Fallzahlen gewartet.
- **Unverhältnismäßigkeit:** Während Supermärkte mit engen Regalreihen sich immer weniger um Hygiene scheren und Schulen wieder öffnen sollen, bleiben einsame Wanderurlaube verboten und großflächige Baumärkte geschlossen.
- **Moralisierung statt Pragmatismus:** Bei den diskutierten Öffnungen und Maßnahmen wird nicht geschaut, wer gute Hygienekonzepte hat (z. B. Baumarkt), sondern was aufgrund zunehmender Moralisierung MUSS (z. B. Schulöffnung).

Insgesamt ist Ratlosigkeit zu spüren, wie die Pandemie-Zeit gut zu überstehen ist. Die Ferienstimmung des ersten Lockdowns und die Freude über die Corona-Schlupflöcher im Sommer und Herbst sind verflogen. Stattdessen sind die Menschen dünnhäutig – sie erleben sich und ihre Mitmenschen zunehmend gereizt und aggressiv, sind von den immer gleichen Sozialkontakten (Familie, Partner, Kinder) genervt oder vereinsamt (Alleinstehende).

Viele sind verzweifelt auf der Suche nach Möglichkeiten, wie sie den Alltag (im besten Fall virologisch unbedenklich) einigermaßen abwechslungsreich und lebendig gestalten können. Die Angst vor Corona ist dabei in den Hintergrund getreten. Man fürchtet inzwischen eher weitere Lockdown-Verlängerungen und die Aggressivität der Mitmenschen und ist auf der Suche nach seelischer Nahrung, die in der Pandemie „erlaubt" ist.

> Die Farbe ist weg.
> Es ist, als wäre alles
> schwarz-weiß geworden

Vier Trends bestimmen als Reaktion auf die Pandemie den privaten Bereich:

1. Die Rückkehr zum Bewährten
2. Eine Renaissance des „Do it yourself"-Lifestyles
3. Das Streben nach einer neuen Work-Life-Balance
4. Die Revision der persönlichen Beziehungen.

2 Psychologie des Gartens

> Der Baumarkt gibt die Verknüpfung zwischen Vorstellung und Realität. Beim Grill kann man sich vorstellen, wie es wäre, wenn man den hätte und im Sommer draußen sitzt.

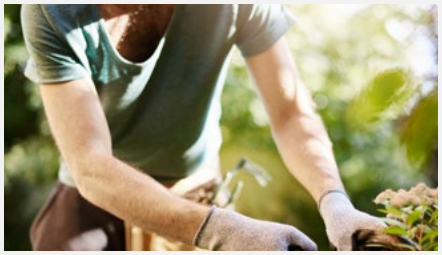
Der eigene Garten ist mehr als nur ein gewöhnliches Hobby: Gartenarbeit bedeutet immer auch eine Pflege des privaten Auenlandes, in dem die Welt noch in Ordnung ist. Der Garten dient als Oase, in dem Menschen durchatmen, zur Ruhe kommen, die Welt vergessen und sich im Notfall sogar selbst versorgen können.

Bei der Gartenarbeit kann man die ganze üppige, bunte Pracht und Vielfältigkeit der Blumen-, Kräuter- und Pflanzenwelt genießen, sich selbst modellieren und mit der individuellen Gestaltung auch nach außen darstellen. Menschen vergewissern sich im eigenen Garten ihrer Lebendigkeit und des natürlichen Rhythmus und Fortbestands des Lebens. Die Dinge wachsen und gedeihen, um dann wieder zu verfallen – alles ist in Entwicklung.
Stress und angestaute Aggression verflüchtigen sich bei der Gartenarbeit wie von selbst. Mit den Händen in der Erde, dem Duft der Kräuter in der Nase und der frischen Luft in den Lungen hat man das Gefühl, auf natürliche Weise aufzutanken.

Aus der Psychologie der Gartenarbeit lassen sich Corona-Auswirkungen ableiten

Heile Welt leben können

Vielfalt genießen



Sinnliche Fluchthilfe

Oase erhalten

Werden & Vergehen gestalten

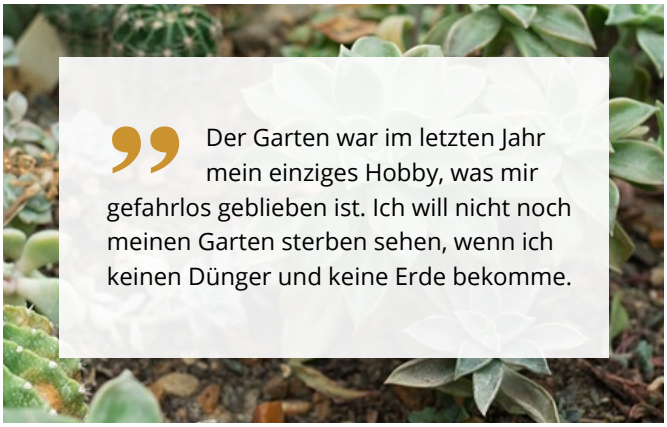
Kraft tanken

Durchatmen & Innehalten

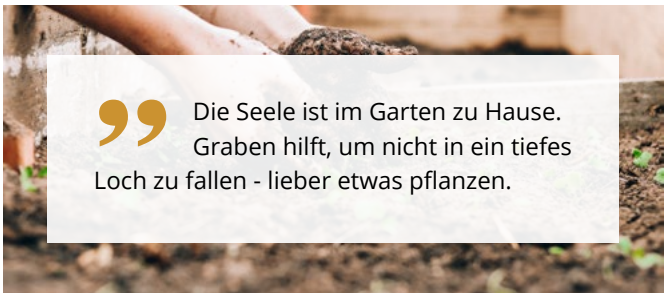
Wirksamkeit erfahren

Heile Welt leben können

Der Garten und seine Versorgung durch die Gartencenter ist im Pandemie-Jahr ein verlässlicher Fels in der Brandung. Die Blumen blühen, der Grill glüht und das Bier schmeckt wie immer – die Welt im Garten ist unangetastet schön und von keinen Corona-Maßnahmen betroffen.
Es werden Home-Offices in den Garten verlegt, Freunde dort eingeladen und der Garten dient multifunktional als sicherer Ersatz für vieles Weggefallene. Bei geschlossenen Gartencentern verwildert der Garten und man selber – „Das Gartencenter ist der Friseur des Gartens“, formuliert es eine Probandin.



> Der Garten war im letzten Jahr mein einziges Hobby, was mir gefahrlos geblieben ist. Ich will nicht noch meinen Garten sterben sehen, wenn ich keinen Dünger und keine Erde bekomme.



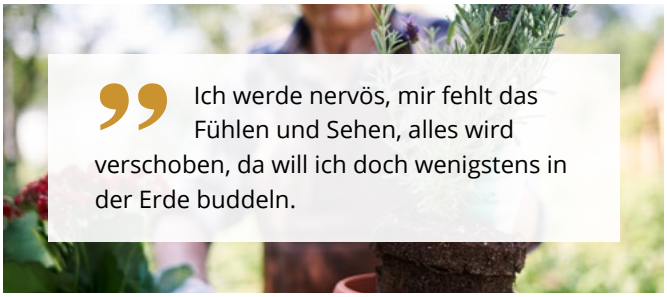
> Die Seele ist im Garten zu Hause. Graben hilft, um nicht in ein tiefes Loch zu fallen - lieber etwas pflanzen.

Kraft tanken

Im Garten und bei der Gartenarbeit vergessen die Menschen den Alltags- und Corona-Stress. Man atmet freier und kommt zur Ruhe. Wie eine meditative Kraftquelle scheint der Garten Resilienz zu steigern und Gereiztheit und Aggression abzubauen. Die Menschen haben so das Gefühl, wieder ein wenig zu sich zu finden und können sich so dem momentan schwierigen Alltag besser stellen.

Wirksamkeit erfahren

Während man gegen das Virus machtlos ist und auch den Lockdown immer ohnmächtiger erträgt, ist man im Garten noch Herrscher über die Natur. Wurzeln können ausgerissen, Hecken gestutzt und Rasen gemäht werden. Man sieht die Konsequenz seiner Arbeit, kann schwitzend seine Männlichkeit beziehungsweise Fraulichkeit beweisen und sich abreagieren.



> Ich werde nervös, mir fehlt das Fühlen und Sehen, alles wird verschoben, da will ich doch wenigstens in der Erde buddeln.

> Draußen ist alles tot, im Garten tobt das Leben.

Sinnliche Fluchthilfe

Mit dem Wegfall vieler Dienstleistungsangebote und den nötigen Kontaktbeschränkungen ist der Alltag insgesamt grauer und trister geworden - der Garten aber sprießt munter weiter. Die Möglichkeit, im Garten die gewohnte Vielfalt an Gemüse und Blumen, Geschmäckern und Gerüchen aufrechtzuerhalten, erhellt den Corona-Alltag. Jenseits von Bevormundung und Einschränkungen kann man hier die üppige, bunte und sich dabei auch noch ständig verändernde Kraft des Gartens genießen.

Seelische Reaktion auf eine längerfristige Schließung von Gartencentern:

- Krise dringt ins Paradies ein (und zerstört es)
- Ohnmacht
- Resilienzen schwinden, Stress
- Langeweile

3 Psychologie des DIY

> Der Baumarkt gibt die Verknüpfung zwischen Vorstellung und Realität. Beim Grill kann man sich vorstellen wie es wäre, wenn man den hätte und im Sommer draußen sitzt.

Die eigene Wohnung und das Haus sollen als geschützter Raum unbedingt erhalten bleiben – sie bieten Wohlgefühl, Freiräume und Sicherheit. Der Schutz und die Instandhaltung der eigenen Trutzburg erfordern ein konstantes Bewahren vor dem Verfall.

Mit Hämmern, Schrauben, Materialien aus dem Baumarkt, aber auch Ratschlägen, Anleitungen und Tipps bewaffnet erlebt man sich physisch und psychisch ausgerüstet für dieses Projekt. Auch der regelmäßig nötige Nachschub ist abgedeckt.

Nach ausführlicher Inspiration im Baumarkt kann man entweder in den Projekt-Träumen verweilen (und damit eine Zukunftsperspektive entwickeln) oder diese umsetzen und Selbstwirksamkeit und Werkstolz erfahren. So zeigt man sich selbst und dem eigenen Umfeld, dass im kleinen Lebenskreis noch etwas entstehen kann!

Regelmäßige stimmungswandelnde DIY-Maßnahmen dienen besonders in der Pandemie als Urlaubs- und Abwechslungsersatz. Gefangen im kleinen Kreis des Zuhauses dekoriert und gestaltet man nach Lust und Laune und erhält so den ersehnten „Tapetenwechsel“.

Aus der Psychologie des DIY lassen sich Corona-Auswirkungen ableiten

Eigenständigkeit aufbauen

Haus & Hof instand halten

Lebenswelt erschaffen

Stimmungsvoller Tapetenwechsel

Träume verwirklichen

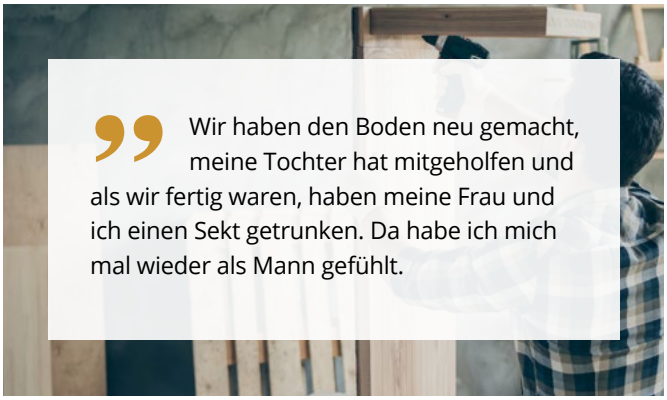
Sicher fühlen

Bestärkende Armierung

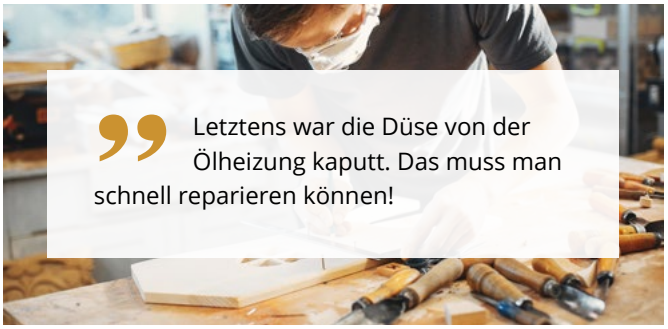
Dampf ablassen

Eigenständigkeit aufbauen

Um die zunehmend wegfallenden Optionen und Ausweichmöglichkeiten zu kompensieren, haben die Menschen viele externe Angebote nach drinnen verlagert:
Sich ein eigenes Home-Gym auf dem Dachboden eingerichtet, ihr Home-Office verschönert oder eine Sauna im Garten gebaut. So besteht die draußen abhandengekommene Normalität in neuer Form in den eigenen vier Wänden weiter. Mit gemeinsamen oder alleinigem Werkstolz fühlt man sich weniger ohnmächtig und ist wieder mehr man selbst.



> Wir haben den Boden neu gemacht, meine Tochter hat mitgeholfen und als wir fertig waren, haben meine Frau und ich einen Sekt getrunken. Da habe ich mich mal wieder als Mann gefühlt.



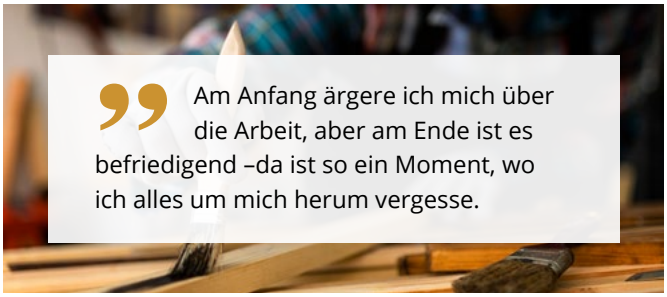
> Letztens war die Düse von der Ölheizung kaputt. Das muss man schnell reparieren können!

Sich sicher fühlen

Während draußen die Welt kräftig durchgeschüttelt wird, soll in den eigenen vier Wänden jetzt nach Möglichkeit alles funktionieren. Die Gewissheit, dass mit dem Baumarkt ein schnell und unkompliziert erreichbarer Anlaufort für Reparaturen und andere Instandsetzungsarbeiten besteht, ist psychologisch sehr entlastend. Man kann das eigene Heim so jederzeit optimal gegen jede Krise wappnen und bei erhöhtem Schutz-und Sicherheitsbedarf stetig nachbessern.

Dampf ablassen

DIY-Projekte umzusetzen und zu verwirklichen hilft dabei, aufgestaute Energie, Frust und Aggression abzubauen und in sinnvolle Bahnen zu lenken. Nachts zu bohren, sich mit dem Hammer im Schutt zu verausgaben und etwas bis zum Ende zu erschaffen, führt zu Selbstwirksamkeitserfahrungen, die nicht nur in Zeiten der Pandemie ersehnt werden. Die Menschen fühlen sich nach dem Werkeln entspannter und haben eine Art DIY-Katharsis durchlebt.



> Am Anfang ärgere ich mich über die Arbeit, aber am Ende ist es befriedigend –da ist so ein Moment, wo ich alles um mich herum vergesse.

> Man kann sich ganz andere Gegenstände anschauen und sich von neuen Varianten inspirieren lassen.

Träume verwirklichen

Ein Neu-Erfinden, über sich hinauswachsen oder den Horizont erweitern findet normalerweise in verschiedenen Kontexten wie dem sozialen Austausch oder auf Reisen statt. Momentan ist das Verwirklichen von größeren Entwicklungs-Träumen nur im heimischen Kontext möglich. Der Baumarkt dient hier gleichermaßen als Ideengeber und Umsetzungshilfe. Man kann seine gesamte Wohnwelt oder den Einrichtungsstil neu erfinden und sich so neue Freiräume, Kontexte und Stimmungen erschließen.

Seelische Reaktion auf eine längerfristige Schließung von Baumärkten:

- Versorgungsangst
- Ohnmacht
- Aggression und Frustration
- Langeweile und Wehmut

4 Learnings für eine Zeit mit und nach Corona

Die Pandemie mit den verbundenen Lockdowns hat gezeigt, welche essenziellen Bedürfnisse Baumärkte und Gartencenter erfüllen, und wie sehr sie zu seelischer Balance und Gesundheit beitragen. Die Krise hat diese Bedürfnisse stark zutage kommen lassen und durch das Fehlen anderer Ablenkungen wie durch ein Brennglas gebündelt und verstärkt. Insofern war die Pandemie für die Branche – trotz aller Widrigkeiten und Einschränkungen – Gelegenheit, die Kund*innen auf einer tieferen Ebene besser zu verstehen und eine stärkere emotionale Bindung aufzubauen.

Gartencenter und Baumärkte sind buchstäblich und auch im übertragenen Sinne Lebensquelle von Garten, Haus und Wohnung. Mit diesem Wissen kann die Branche auch mit und nach Corona arbeiten und so ihre Kunden gezielter ansprechen und neue Angebote schaffen.

Der Gartencenter versorgt eine Bastion der Resilienz, deren gesundheitlicher Aspekt nicht hoch genug bewertet werden kann. Der Baumarkt wiederum ist ein absichernder und inspirierender Befähiger, der für alle positiven DIY-Effekte verantwortlich ist, die es Menschen erlauben, eine Krise seelisch gesund zu überstehen.

Das heißt für die Zukunft, dass Bewährtes eine neue Wertschätzung erfahren und „Do it yourself“ eine echte Renaissance erleben wird. Autarkie wird weiterhin eine große Bedeutung genießen, und Anbieter und Marken, die eine Emanzipation von einer als aus den Fugen geratenen Welt ermöglichen, werden gefragt sein.

Die Menschen haben mittlerweile das Gefühl, dass eine Krise in die nächste übergeht: Finanzkrise, Klimakrise, Flüchtlingskrise, Corona-Krise. Es scheint, als erlebten wir den Untergang einer dekadenten Zivilisation.

Das Streben nach „höher, schneller, weiter“ wird sich neu ausrichten, Sinnfindung wird wichtiger. Hier spielt dann auch das Thema Nachhaltigkeit eine große Rolle.
Marken und Produkte, die dies erkennen und zugleich eindeutige, sinnstiftende Botschaften aussenden, sind im Vorteil. Auch in dieser Hinsicht wirkt die Corona-Krise wie ein Inkubator für den Wandel. Für Baumärkte und Gartencenter ist es also elementar, in Zukunft weiterhin Teil der Lösung und nicht des Problems zu sein. Sie sind wie kaum eine andere Branche in der Lage, den zunehmend emanzipierten, autarken und nachhaltiger werdenden Lebenswandel voranzutreiben und als Unterstützer zu gestalten. Dies sollte auf allen Ebenen gelebt - und auch entsprechend kommuniziert werden.

> Ich komme mir so vor, als würde ich auf einer Eisscholle durch den Ozean driften, und die Scholle wird immer kleiner. Wenn die Gartencenter aufhätten, dann würde die Eisscholle wenigstens nicht kleiner werden!“

5 Psychologische Argumente für eine Öffnung unter Einhaltung aller Hygieneregeln

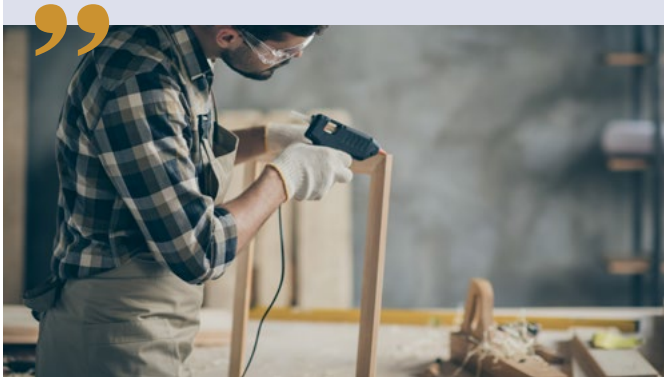
Offene Gartencenter garantieren:

- Ein wichtiges virologisch sicheres häusliches Refugium zum Kraft-Tanken.
- Gefühle der Selbstwirksamkeit und Resilienz in unsicheren Zeiten.
- Eine gewisse Abwechslung und Vielfalt an Möglichkeiten der Selbstdarstellung und des Auslebens von Individualität und Entwicklung.
- Schutz eines kleinen Teils des eigenen Lebens, der von der Corona-Krise unberührt bleibt.

„Das ist fast schon medizinisch.
So ein Naturheilverfahren."

„Im Supermarkt quetschen sich alle kreuz und quer durch die engen Gänge und Desinfektionsmittel ist immer alle und Baumärkte, wo ich Platz habe, sind zu?"

„Wichtig ist, dass man hinrennen könnte. Dass ich weiß, wenn was fehlt, kann ich es da holen. Das gibt Sicherheit."



Offene Baumärkte garantieren:

- Ein Gefühl, am Wiederaufbau aktiv beteiligt zu sein, indem man trotz Einschränkungen Freiräume im eigenen Zuhause schafft (z. B. Home-Office oder Gym).
- Sich je nach Stimmung und Bedürfnis zuhause immer wieder neu erfinden, inspirieren und verwirklichen zu können und so Langeweile, Hoffnungslosigkeit und Frust vermeidet.
- Dass sich bei den Kund*innen ein Gefühl der Versorgungssicherheit etabliert. Man wird mit Reparaturen oder Projektproblemen nicht alleingelassen, sondern kann schnell und unkompliziert Ausrüstung und Rat einholen.
- Dass beim DIY-Projekt eine Selbstwirksamkeitserfahrung und Tätigkeitsbefriedigung stattfinden, die den Stillstand kompensieren und so zu deutlichem Aggressionsabbau führen.

IMPRESSUM

VISDP Ismene Poulakos, rheingold institut
Autoren: Ismene Poulakos/Paul Bremer
GESTALTUNG

ABBILDUNGEN:
unsplash.com
freepik.com

KONTAKT

rheingold GmbH und Co. KG
Kaiser-Wilhelm-Ring 46 | 50672 Köln
T 0221-912777-0 | F 0221-912777-55
rheingold@rheingold-online.de
www.rheingold-marktforschung.de