

Presseinformation

Junge Deutsche wollen ein eigenes Heim

Repräsentative Studie sieht Trend zum Rückzug ins Private, zum Heimwerken und zu einem verstärkten Preisbewusstsein – Verbraucher sparen in Zuge der Wirtschaftskrise vor allem bei Lebensmitteln

Bornheim/Berlin, 15. Januar 2010. Besonders die jungen Menschen in Deutschland sehnen sich nach einem eigenen Heim. Von den 18- bis 29-jährigen, die gegenwärtig zur Miete wohnen, würden vier von fünf gern in einer eigenen Immobilie leben. Das hat eine repräsentative Studie ergeben, die das Meinungsforschungsinstitut Forsa im Auftrag des Baumarktunternehmens Hornbach erstellt hat.

Zwar leben hierzulande nur 52 Prozent der Menschen in Wohnungen und Häusern, die sie besitzen bzw. finanzieren (48 Prozent sind Mieter). Aber über alle Altersgruppen hinweg wünschen sich zwei von drei Mietern in Deutschland ein eigenes Zuhause. Damit bestätigt die Studie, was Soziologen „Homing“ und „Cocooning“ nennen: einen Trend zum Rückzug ins Private.

Ein Eigenheim wird als Instrument der Alterssicherung gesehen

Als ersten Grund, der für den Besitz eines Eigenheims spricht, nennen 83 Prozent der Deutschen die Alterssicherung. Für 75 Prozent der Menschen ist die Unabhängigkeit von einem Vermieter wichtig. Und 71 Prozent der Deutschen bezeichnen als großen Vorzug, dass man das eigene Heim nach seinen individuellen Vorstellungen gestalten kann.

Jeder zweite der 18- bis 29-Jährigen und jeder dritte der mindestens 30-Jährigen geben an, in letzter Zeit mehr Arbeiten in den eigenen vier Wänden

zu verrichten und mehr selbst in ihrer Wohnung oder ihrem Haus anzupacken als noch vor einigen Jahren. Mit ihrem verstärkten Einsatz in den eigenen vier Wänden wollen 72 Prozent dieser Gruppe Geld sparen, 70 Prozent nennen als Grund ihre Freude an der Heimwerkerarbeit.

Verbraucher sparen im Supermarkt, im Restaurant und im Urlaub

Wie wirkt sich die Wirtschafts- und Finanzkrise auf das Konsumverhalten hierzulande aus? 60 Prozent der Deutschen geben an, sie versuchten, im Zuge der Krise günstiger Lebensmittel einzukaufen als früher. 38 Prozent der Menschen gehen nach eigenen Angaben weniger aus und sparen bei Restaurant-, Kino- und Theaterbesuchen. 36 Prozent der Verbraucher verschieben größere Anschaffungen, und 35 Prozent verzichten auf Urlaubsreisen bzw. geben weniger dafür aus. Ein Drittel der Befragten gibt nach eigenen Angaben weniger für Kleidung aus. Vergleichsweise wenige aber sparen in der Krisenzeit an der Verschönerung von Haus und Garten: 27 Prozent der Erwachsenen in Deutschland.

Über HORNBAACH

Die Hornbach-Gruppe ist einer der größten Betreiber von Bau- und Gartenmärkten in Europa. Der Gesamtkonzern Hornbach Holding AG umfasst neben dem größten operativen Teilkonzern Hornbach-Baumarkt-AG (Bau- und Gartenmärkte/DIY) noch die Teilkonzerne Hornbach Baustoff Union GmbH (regionaler Baustoff- und Baufachhandel) und Hornbach Immobilien AG (Immobilien- und Standortentwicklung. Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2008/2009 (1.März 2008 bis 28.Februar 2009) erzielte die Hornbach-Gruppe einen Nettoumsatz von 2,75 Mrd. Euro. Das ist ein Anstieg gegenüber dem Vorjahr um 5,1 Prozent. In Deutschland stieg der Marktanteil binnen Jahresfrist von 8,3 Prozent auf 8,5 Prozent. Die 38 Auslandsmärkte trugen 41 Prozent zum Gesamtumsatz der Baumärkte bei.

1877 gegründet, ging das Familienunternehmen mit Wurzeln in der Pfalz 1987 erstmals an die Börse. Hornbach betreibt derzeit 131 großflächige Bau- und Gartenmärkte in neun Ländern, davon 92 in Deutschland. Die weiteren Länder sind Österreich, die Niederlande, Tschechien, die Schweiz, Schweden, die Slowakei, Luxemburg und Rumänien. Mittlerweile sind konzernweit mehr als 13.000 Mitarbeiter bei Hornbach beschäftigt.

Mit Pionierleistungen wie dem ersten kombinierten Bau- und Gartenmarkt (1968), dem ersten Megastore (1980) und dem ersten Baumarkt mit Drive-in (2003) beweist Hornbach ständig aufs Neue seine Innovationskraft.