



Growth  
from  
Knowledge

# Die Wiederentdeckung des Handwerks – von verbrauchenden zu gebrauchenden Konsumstilen

Dr. Robert Kecskes  
Insights Director  
GfK Consumer Panels & Services  
März 2022



# DIY

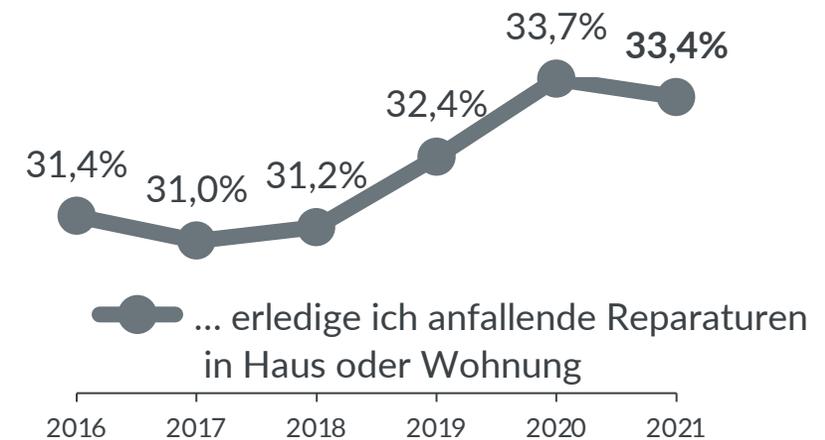
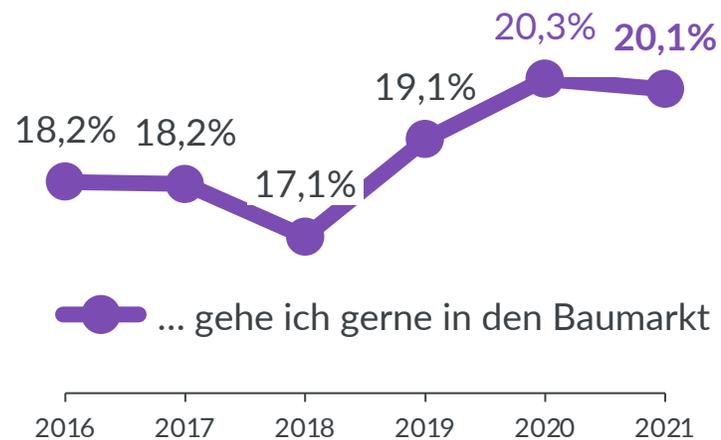
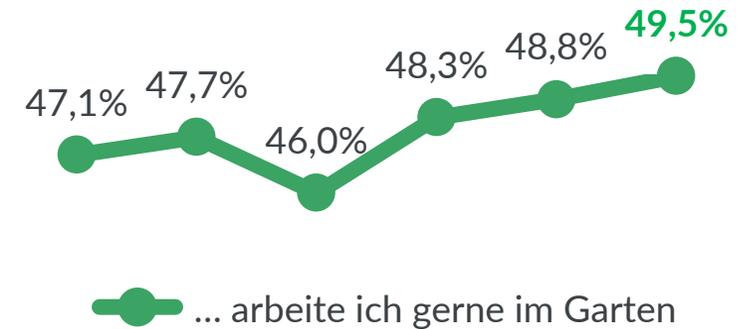
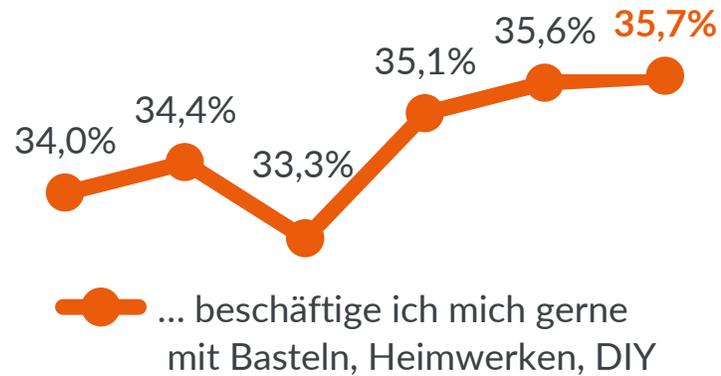


## Die Zahlen

# Das Interesse am ‚werkeln‘ zu Hause lässt auch 2021 nicht nach



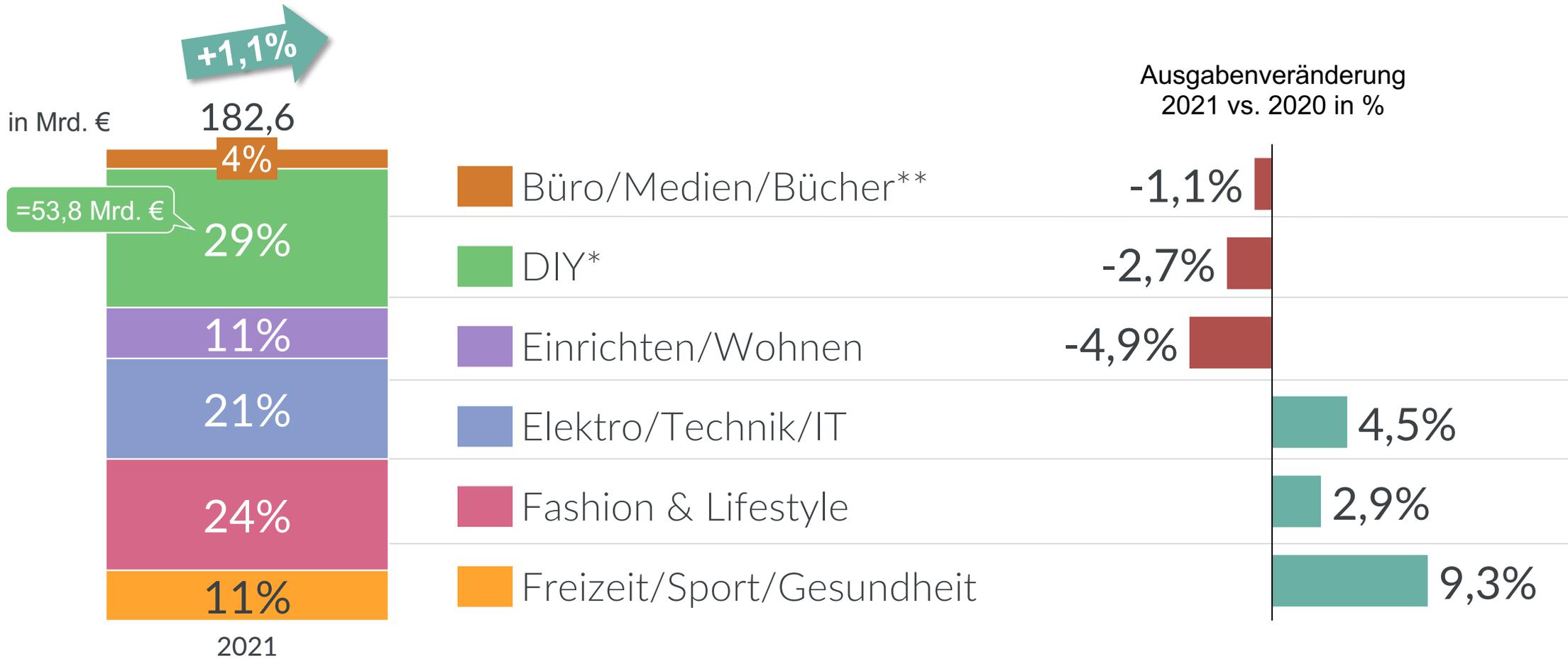
Zustimmung in %, alle Haushalte  
In meiner Freizeit ...



Nonfood wächst im Jahr 2021 um +1,1%. Der DIY-Markt kann dabei die äußerst positive Entwicklung aus 2020 nicht halten



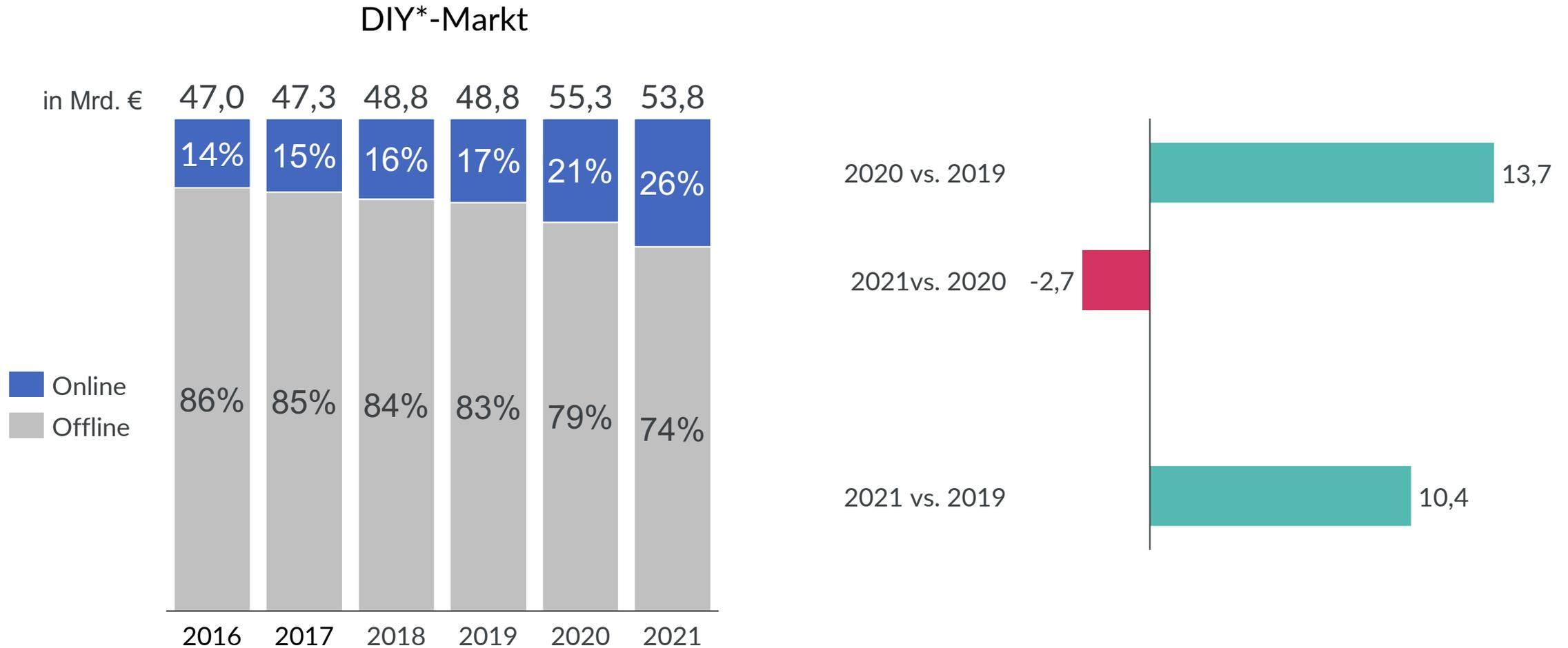
Anteile der Warenkörbe im Nonfood-Markt Total (in Mrd. € und in %)



Im Vergleich zu 2019 liegen die Ausgaben im DIY\*-Markt 2021 um zehn Prozent höher



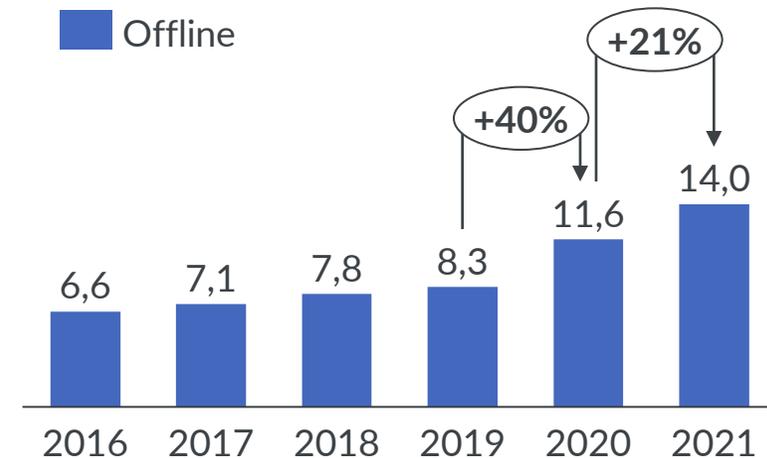
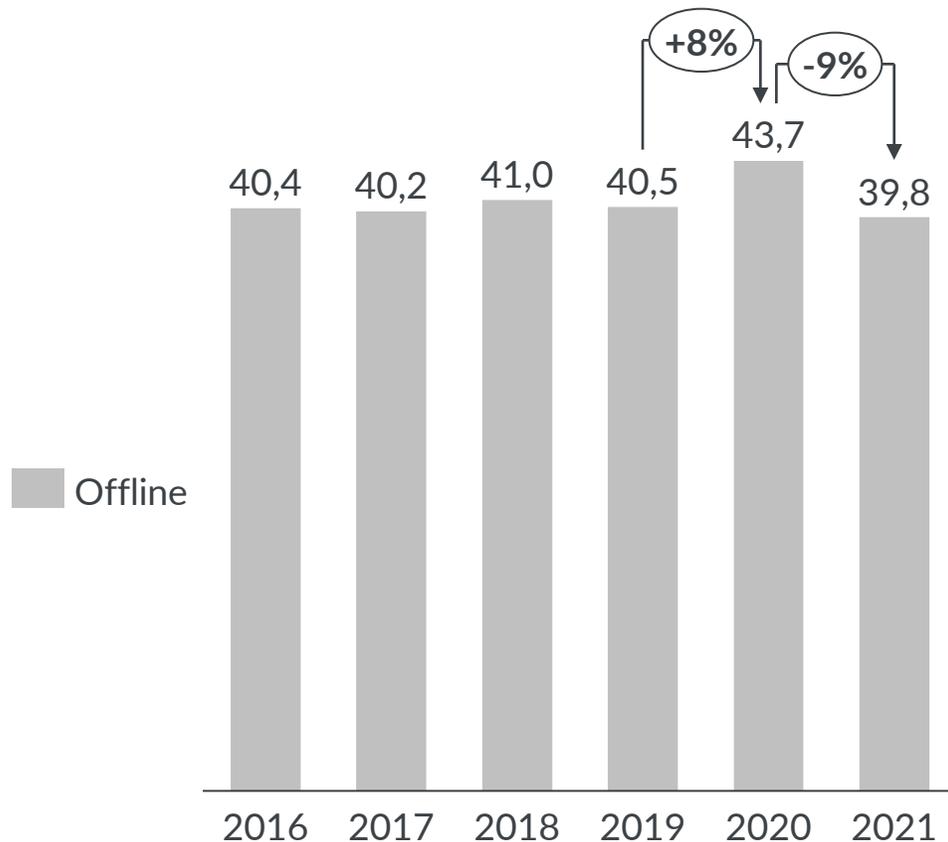
## Online- vs. Offline Ausgaben-Anteile im DIY\*-Markt



Die Offline DIY\*-Markt-Ausgaben fallen offline hinter 2019 zurück, die online Ausgaben steigen sehr dynamisch



Online- und Offline DIY\*-Markt-Ausgaben, in Mrd. €



„Exklusive“ Online DIY-Käufer gibt es nicht



Omni-Channel Käufer & -Ausgaben, DIY\*-Markt, Jahr 2021 [in %]



# DIY



## Die Deutung

# Die stille Revolution



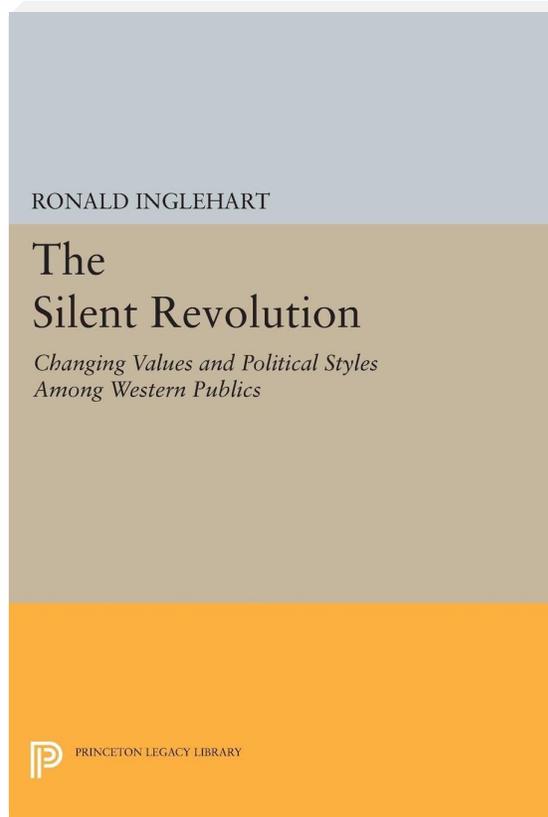
## Im Modus der Sinnwelt



## Jenseits von Funktionalität

Image: freepik.com

# The Next Silent Revolution!?



1977

„The values of Western publics have been shifting from an overwhelming emphasis on material well-being and physical security toward greater emphasis on the quality of life.“

Inglehart beschrieb den Übergang vom Materialismus zur postmaterialistischen Ästhetik, von Gesellschaften der Lebenslagen zu Gesellschaften der Lebensstile.

Heute sind wir am Übergang von der post-materialistischen Ästhetik zur terrestrischen Ethik.

Materialistisch – Post-Materialistisch - Terrestrisch

Die nächste stille Revolution!



2022

# The Next Silent Revolution!?



## Stille Revolution I

1950-1979	Gesellschaft 1980-2008
Materialistisch	Post-Materialistisch
Schutz	Rechte
Aufrechterhaltung von Ruhe und Ordnung	Mehr Einfluss auf die Entscheidungen der Regierung
Kampf gegen steigende Preise	Schutz des Rechts auf freie Meinungsäußerung



# Die eigene Wohnung als ORT der kreativen Autorenschaft jenseits von Funktionalität

In **Nicht-Orte** konstatiert Marc Augé im Zusammenhang von Modernisierung und Globalisierung weltweit eine rasante Zunahme von sinnentleerten Funktionsorten. ...  
„Der Raum der Nicht-Orte schafft Einsamkeit und Gleichförmigkeit.“  
(Klappentext des Buches)

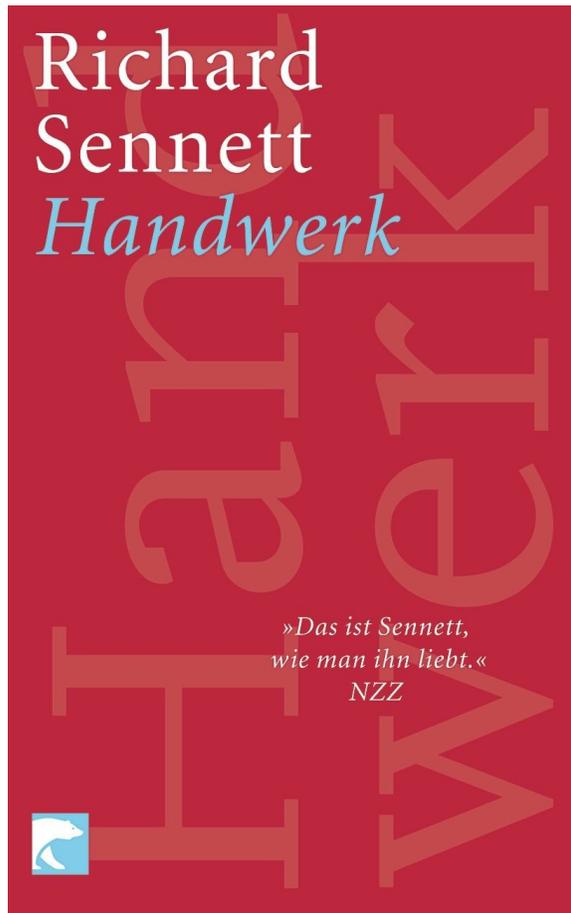
1992



2017

„An der Stelle austauschbarer Räume der klassischen Moderne sollen in der globalisierten und urbanisierten Spätmoderne nun wiedererkennbare einzelne *Orte* mit je eigener Atmosphäre treten, an die sich spezifische Narrationen und Erinnerungen heften. (...) Die Kulturalisierung des Sozialen ... lädt Objekte und Praktiken mit einem Wert jenseits von Funktionalität auf.“

# Handwerk – jenseits von Funktionalität DIY wird zur Bricolage



2008

- „Der Schreiner, die Laborantin, der Dirigent – sie alle sind »Handwerker«, weil sie ihrer Arbeit **mit Hingabe** nachgehen und sie **um ihrer selbst willen gut machen wollen.**“
- „Maschinen sind defekt, wenn sie die Kontrolle verlieren. Menschen dagegen **machen Entdeckungen** und stolpern über glückliche Zufälle.“
- „**Rhythmus:** Die Kontraktionen unseres Herzens geben den Rhythmus vor, der Handwerker dehnt ihn auf Hand und Kopf aus.“
- „... wenn nur noch Nützlichkeit herrscht, verlieren die Erwachsenen ... ein wesentliches Moment ihres Denkvermögens: die ungebundene **Neugier**, die im offenen Raum des Spiels herrscht ... .“
- „Die **langsame Zeit** des Handwerks ermöglicht auch die **Arbeit der Reflexion und der Phantasie** – der Drang nach raschen Ergebnissen vermag das nicht.“

# Gegenüberstellung Industriegesellschaft und Kulturgesellschaft in Auszügen und Stichworten



DIE ALTE WELT

DIE NEUE WELT

Industriegesellschaft Modus der Dingwelt: <b>AUSFÜHREN</b>			Kulturgesellschaft Modus der Sinnwelt: <b>GESTALTEN</b>	
<b>Arbeit</b>	Steile Hierarchien Menge Taktung Homogenität Arbeitnehmer als Mittel		<b>Arbeit</b>	Flache Hierarchien Wert Rhythmus Diversität Arbeitnehmer als Zweck
<b>Sozio-kulturell</b>	Persönliche Interaktionen Kulturell nivellierend Kategorisierend Geringe Sensibilität Status über quantitatives Mehr Besitz Vergleichender Individualismus Lineare Biografien	   	<b>Sozio-kulturell</b>	Persönliche + virtuelle Interaktionen Kulturell diversifizierend Fluidisierung Hohe Sensibilität Status über qualitatives Anders Zugang Subgruppen verbindender Individualismus Pointillistische Biografien
<b>Konsum</b>	Verbrauchend		<b>Konsum</b>	Gebrauchend
<b>Produktion</b>	Massen für eine graue Allgemeinheit		<b>Produktion</b>	Originalität für eine vernetzte Buntheit
<b>Marke</b>	Funktionale Industriemarke		<b>Marke</b>	Wertebesetzende Kulturmarke
<b>Innovator</b>	Ingenieur		<b>Innovator</b>	Bricoleur

Image: Freepik.com

Dr. Robert Kecskes, 2022: Die Wiederentdeckung des Handwerks - von verbrauchenden zu gebrauchenden Konsumstilen. GfK Consumer Panels & Services

© GfK

14

Modus der Sinnwelt. Es geht den Menschen um das Gestalten. Das Werkeln gibt ein Gefühl, wieder Autor seiner selbst zu sein.

Kulturgesellschaft Modus der Sinnwelt: <b>GESTALTEN</b>	
       	<p><b>Arbeit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Flache Hierarchien</li> <li>Wert</li> <li>Rhythmus</li> <li>Diversität</li> <li>Arbeitnehmer als Zweck</li> </ul> <hr/> <p><b>Sozio-kulturell</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Persönliche + virtuelle Interaktionen</li> <li>Kulturell diversifizierend</li> <li>Fluidisierung</li> <li>Hohe Sensibilität</li> <li>Status über qualitatives Anders</li> <li>Zugang</li> <li>Subgruppen verbindender Individualismus</li> <li>Pointillistische Biografien</li> </ul> <hr/> <p><b>Konsum</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Gebrauchend</li> </ul> <hr/> <p><b>Produktion</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Originalität für eine vernetzte Buntheit</li> </ul> <hr/> <p><b>Marke</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Wertebesetzende Kulturmarke</li> </ul> <hr/> <p><b>Innovator</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Bricoleur</li> </ul>

DIE NEUE WELT

Vielen Dank  
Wir freuen uns auf Ihre Fragen und Kommentare



**Martin Langhauser**

Director Retail & Lifestyle |  
Consumer Panels & Services

 +49 911 395 2627

 martin.langhauser@gfk.com



**Christian Koch**

Senior Manager | Retail & Lifestyle  
Consumer Panels & Services

 +49 911 395 4617

 christian.koch@gfk.com



**Dr. Robert Kecskes**

Insights Director  
Consumer Panels & Services

 0170 1 876 137

 Robert.Kecskes@gfk.com