

Ikea Deutschland und Forsa

Wohlfühloase Wohnzimmer

Mittwoch, 09.08.2017

Für 63% der Deutschen ist das Wohnzimmer der Lieblingsraum im Zuhause. Was die Deutschen über das Wohnzimmer denken und welche Trends für den Raum erkennbar sind, in dem sie die meiste Zeit verbringen, ist der Inhalt einer aktuellen Studie des Meinungsforschungsinstituts Forsa im Auftrag von Ikea Deutschland.

Im Rahmen einer Online-Befragung wurden 1.000 Menschen in Deutschland zu ihrem Leben im Wohnzimmer befragt. Das Ergebnis: Das Wohnzimmer ist bei 88% der Befragten nicht nur der größte Raum ihres Zuhauses, es wird – in wachem Zustand – auch am häufigsten genutzt (71%).

Im ergänzenden Trendpapier „Trends für das Leben im Wohnzimmer“, das Ikea auf Grundlage von dieser und weiteren Studien zusammengetragen hat, wird in sechs Thesen der aktuelle Wandel des Wohnzimmers dargestellt. Als wichtige Einflussfaktoren werden dabei die Themenkomplexe Wohntrends, Urbanisation und Technologisierung in den Fokus genommen.

Komfort schlägt Internet

Für fast alle Befragten (99%) der Studie sind die Aspekte Komfort und Gemütlichkeit im Wohnzimmer wichtig – mehr noch als Technik (74%), Stauraum (68%) oder Design (66%). Ganz im Sinne des Komforts hat die Couch einen hohen Stellenwert im Wohnzimmer: 69% würden sie einer Internetverbindung (19%) vorziehen. Auf der anderen Seite zeigt das Trendpapier, dass smarte Geräte und soziale Medien längst Einfluss auf unser Familienleben und unsere Einrichtungsbedürfnisse nehmen.

„Das Wohnzimmer spielt eine essentielle Rolle für das Leben zu Hause – die gesamte Familie verbringt hier Zeit; es ist ein Raum für jeden Anlass: sei es feiern mit Freunden, spielen mit den Kindern oder in Ruhe arbeiten. Das Wohnzimmer muss heute multifunktional und leicht jeder Situation anpassbar sein. Wir bei Ikea beschäftigen uns intensiv mit den Bedürfnissen der vielen Menschen. Unser Anspruch ist es, passende Wohnzimmerlösungen für jedes Bedürfnis anzubieten“, erklärt Berna Brandsaeter, Communication & Interior Designer Managerin bei Ikea Deutschland.

Bei der Gestaltung des Wohnzimmers haben nicht nur Wohntrends wie Hygge, Greenery und do it yourself Einfluss, sondern auch das Alter der Bewohner. So zeigt die altbewährte Schrankwand zum Beispiel Generationsunterschiede auf: Nur 38% der 18- bis 29-Jährigen besitzen eine Schrankwand, demgegenüber sind es noch 66% der Generation 60 und älter. Generationenübergreifend befürwortet mehr als die Hälfte der Befragten Multifunktionalität bei Möbeln (57%) – diese trägt dem Wunsch nach Selbstentfaltung bei Hobbys und Spielen, dem Rückzug mit Freunden und Familie ins gemütliche Zuhause und der Entwicklung hin zum Verschmelzen von Arbeit und Privatleben (Work-Life-Blending) Rechnung.

Ein privater und öffentlicher Ort zum Wohlfühlen

53% und somit die Mehrheit würde laut Umfrage am ehesten das Wohnzimmer aufräumen, wenn sich spontan Besuch ankündigt und nur ein Raum in Ordnung gebracht werden könnte. Und obwohl sich Gäste

hier wohlfühlen sollen – 84% ist es eher bis sehr wichtig –, möchten die Deutschen ihre Privatsphäre wahren: Auch wenn die Mietpreise in der Stadt weiter steigen und Architekten bereits Gebäudekomplexe für kollaboratives Leben realisieren, können sich 92% der Befragten das gemeinschaftliche Nutzen des Wohnzimmers mit Nachbarn in einem Wohngebäude eher nicht bis überhaupt nicht vorstellen. Und so kommt es, dass trotz immer voller werdender Städte die Neubauten tendenziell größer und nicht kleiner ausfallen.

Grünes Wohnzimmer

Der Trend Greenery wird in der Umfrage bestätigt. Zum Zuhause und vor allem dem Wohnzimmer gehören für viele Menschen auch ein Balkon oder eine Terrasse sowie Pflanzen: 83% haben die Möglichkeit, Zeit draußen zu verbringen, und 84% davon möchten auf ihren Balkon oder ihre Terrasse eher nicht bis überhaupt nicht verzichten. Auch die Natur in den eigenen vier Wänden ist wichtig: 78% der Befragten haben Pflanzen im Wohnzimmer und 71% sind sie wichtig. Dabei bestätigt der Trendreport, dass Pflanzengrün tatsächlich glücklich macht und zu neuen Einrichtungslösungen inspiriert.

[zum Seitenanfang](#)