

Circular Economy

2022

Kontakt

Für Rückfragen stehen Ihnen folgende Ansprechpartner zur Verfügung:

**Dr. Henning Wilts, Wuppertal Institut
für Klima, Umwelt, Energie gGmbH**
henning.wilts@wupperinst.org

Pierre Du Bois, eBay Kleinanzeigen
pierre.dubois@kleinanzeigen.de

Impressum

eBay Kleinanzeigen GmbH
Albert-Einstein-Ring 26
14532 Kleinmachnow
Deutschland
HRB Nr.: 18681 P, Amtsgericht Potsdam
Geschäftsführung: Paul Heimann
E-Mail: medien@kleinanzeigen.de

Umweltfreundlich gedruckt auf Premium-Recyclingpapier aus 100 % Recyclingfaser. FSC®-zertifiziert, versehen mit dem deutschen Umweltzeichen „Blauer Engel“ und dem europäischen Umweltzeichen „EU Ecolabel“.

Bildnachweise

Seite 10: gettyimages, 1215798706, filadendron
Seite 22: gettyimages, 1387696158, blackCAT
Seite 28: gettyimages, Deutschlandkarte, imsev200-005
Seite 29: gettyimages, 1260815233, RyanJLane
Seite 33: gettyimages, 1272560756, Luis Alvarez

Circular Economy 2022

Secondhand in Deutschland

Inhalts- verzeichnis

7

Vorwort

8

Was ist Circular
Economy?

12

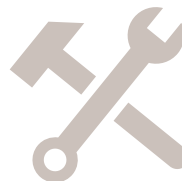
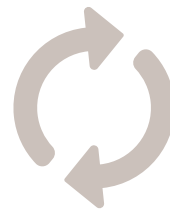
Einstellungen zu
Nachhaltigkeit und
Umweltschutz

18

Ungenutzte Produkte in
deutschen Haushalten

22

Kauf von gebrauchten
Produkten



9

**Kreislaufwirtschaft und
Paris-Ziele**

10

Ergebnisse in Kürze

11

**Auswirkungen von
Corona**

28

**Verkauf von
gebrauchten Produkten**

34

**Auswirkungen der
Inflation**

38

Über die Herausgeber





Der Kauf und Verkauf ungenutzter Artikel trägt dazu bei, Ressourcen zu sparen, die für die Herstellung neuer Gegenstände benötigt werden. Seit vielen Jahren unterstützen wir Menschen dabei, gebrauchte Artikel zu kaufen und Dinge zu verkaufen, die sie nicht mehr brauchen oder benutzen.

Damit spielen wir zugleich eine bedeutende Rolle dabei, die Entwicklung einer Gesellschaft zu fördern, in der Dinge möglichst lange genutzt werden. Wir tragen dazu bei, dass Menschen die Vorteile einer Kreislaufwirtschaft unmittelbar erleben, indem sie Geld sparen oder verdienen.

Das Potenzial von Secondhand-Handel ist noch immer ungebrochen. In den hiesigen Haushalten liegen viele Dinge einfach ungenutzt herum. Im Vergleich zum Vorjahr ist die Zahl dieser Produkte sogar gestiegen. Und mit ihr der Wert: 2.000 Euro sind es im Schnitt pro Haushalt. Das entspricht einem Gesamtwert von circa 82 Milliarden Euro.

Doch für den Gebrauchthandel sprechen nicht allein ökonomische Aspekte. Selbst unter dem Eindruck der gestiegenen Inflation ist Nachhaltigkeit für die Mehrheit der Menschen hierzulande weiterhin ein zentrales Motiv. Sechs von zehn Befragten geben an, infolge der Corona-Pandemie in Bezug auf Nachhaltigkeit bewusster zu handeln.

Damit wir noch besser verstehen, was Menschen bewegt, Gebrauchtes zu handeln statt neu zu kaufen, schauen wir mit unserer jährlichen Studie auf Trends der Kreislaufwirtschaft sowie die Auswirkungen und Beweggründe für den Kauf und Verkauf ungenutzter Dinge. Unser Ziel ist es, Secondhand-Handel genauso attraktiv wie klassischen E-Commerce zu machen. Damit sich noch mehr Menschen auf den Weg zu einer Kreislaufgesellschaft machen.



Paul Heimann

Geschäftsführer
eBay Kleinanzeigen GmbH

Was ist Circular Economy?

Die Kreislaufwirtschaft (Circular Economy) ist ein innovatives System, das die Art und Weise, wie wir Produkte und Dienstleistungen zum Nutzen der Gesellschaft, der Umwelt und der Wirtschaft gebrauchen, beeinflusst. Abfall und Umweltverschmutzung werden vermieden, Produkte und Materialien bleiben in Gebrauch und natürliche Systeme werden regeneriert.

Der Beitrag von Plattformen wie eBay Kleinanzeigen zur Kreislaufwirtschaft liegt in der Phase der Wiederverwendung. Secondhand-Portale ermutigen Menschen, traditionelle Konsummodelle in Frage zu stellen und sich für den Kauf und Verkauf von gebrauchten oder ungenutzten Gegenständen zu entscheiden.



Ohne den Wandel zur Kreislaufwirtschaft sind die Paris-Ziele nicht zu erreichen.

Die Notwendigkeit einer Kreislaufwirtschaft, in der Produkte möglichst lange und intensiv genutzt werden, ist uns in diesem Jahr in drastischer Form vor Augen geführt worden: Rekord-Hitzewellen im Sommer haben alle spüren lassen, wieso der Kampf gegen jedes Zehntelgrad Erwärmung so wichtig ist. Gleichzeitig hat der Krieg in der Ukraine die Verletzbarkeit globaler Lieferketten verdeutlicht. Deutschland ist bei vielen Rohstoffen auf Importe angewiesen und sollte die „versteckten“ Rohstoffe in unseren Kellern und Schubladen daher umso besser nutzen.

Von der Erkenntnis bis zur Umsetzung in die Praxis ist es jedoch wie so häufig ein langer Weg. Schlüsselindikatoren für die Kreislaufwirtschaft wie beispielsweise der Anteil recycelter Rohstoffe in der Industrie verdeutlichen, dass die Entwicklung in Deutschland extrem langsam vorankommt: In der Industrie ist der Anteil recycelter Rohstoffe in den vergangenen zwei Jahrzehnten lediglich um 0,4 Prozent gestiegen. Wenn wir das von der EU gesetzte Ziel erreichen wollen, das bis 2030 einen Anteil von 25 Prozent vorsieht, würde das eine Verhundertfachung der Transformationsgeschwindigkeit erfordern.

Dringend gesucht sind also innovative Lösungen, die insbesondere die Chancen der Digitalisierung nutzen, Circular-Economy-Ansätze wie den Einsatz recycelter Materialien stärken und vor allem auch die Wiederverwendung von Produkten vereinfachen.

Plattformen wie eBay Kleinanzeigen zeigen exemplarisch, wie einfach zirkuläres Wirtschaften funktionieren kann und wie dabei nicht nur die Umwelt, sondern auch der Geldbeutel geschont wird – und das vor allem angesichts immens steigender Energie- und Gaspreise und einer in dieser Form seit Ewigkeiten nicht mehr erlebten Preisinflation.

Die deutsche Bundesregierung hat die Entwicklung einer nationalen Kreislaufwirtschaftsstrategie angekündigt, in der mit Sicherheit auch das Thema ReUse und entsprechende Geschäftsmodelle eine zentrale Rolle spielen werden. Fast noch wichtiger ist aber der Beweis, dass Circular Economy auch heute schon funktionieren kann – was dieser Bericht in prägnanten Zahlen belegt.

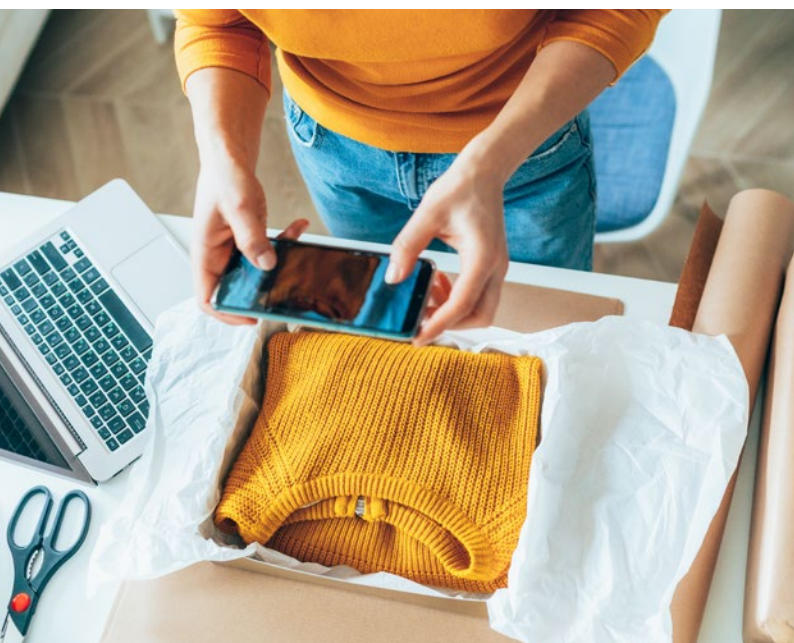
Dr. Henning Wilts ist Leiter der Abteilung Kreislaufwirtschaft am Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie gGmbH. Schwerpunkte seiner Arbeit sind Transformationsprozesse zur Kreislaufwirtschaft, Abfallvermeidung und Abfallwirtschaft, nachhaltiges Ressourcenmanagement und Ressourceneffizienz.

Ergebnisse in Kürze

In 88 Prozent aller Haushalte in Deutschland befinden sich ungenutzte Produkte.

Durchschnittlich 2.025 Euro liegen ungenutzt in jedem deutschen Haushalt – und damit über 50 Prozent mehr als im Vorjahr (2021: 1.297 Euro).

Der Gesamtwert der ungenutzten Produkte in Deutschland beträgt rechnerisch rund 82,4 Mrd. Euro.



80 Prozent der Befragten haben sich innerhalb des letzten Jahres von ungenutzten Dingen getrennt.

Jede zweite Person (47 Prozent) kauft mindestens **zweimal im Jahr** etwas Gebrauchtes. 2021 war es noch jede dritte Person (38 Prozent).

Sieben von zehn Befragten (72 Prozent) verkaufen mindestens zweimal im Jahr gebrauchte Produkte.

58 Prozent sagen, dass nachhaltiges Handeln im Alltag für sie an Bedeutung gewinnt.



Auswirkungen von Corona

Infolge der Corona-Pandemie handeln die Menschen in Deutschland nachhaltiger.

Die Mehrheit der Befragten gibt an, in Bezug auf Nachhaltigkeit zumindest teilweise bewusster zu handeln.



63 Prozent der Befragten geben an, dass sie infolge der Corona-Pandemie in Bezug auf Nachhaltigkeit bewusster handeln („stimmen mindestens teilweise zu“).

Damit hat sich der Zustimmungswert im Vergleich zum Vorjahr kaum verändert (2021: 62 Prozent).



Ein Drittel (31 Prozent) der Befragten stimmt der These, die Pandemie habe ihr Handeln in Bezug auf Nachhaltigkeit beeinflusst, eher nicht bzw. überhaupt nicht zu.

6 Prozent machen zu dieser Frage keine Angabe.

Nachhaltigkeit und Umwelt- schutz

58 %



**Nachhaltiges
Handeln
ist auch im
Alltag wichtig.**

58 Prozent der Befragten
stimmen zu, dass nachhaltiges
Handeln im Alltag an Bedeutung
gewinnen wird.



Menschen, die gebraucht kaufen, sind klimabewusster.

Befragte, die gebraucht kaufen, stimmen der These, dass der Klimawandel eine der größten Herausforderungen der Menschheit sei, öfter zu (73 Prozent) als Menschen, die neu kaufen (67 Prozent).



Überzeugte Gebrauchtkäuferinnen und -käufer achten im Alltag mehr auf Nachhaltigkeit.

Personen, die in den zurückliegenden zwölf Monaten wiederholt gebrauchte Produkte gekauft haben, stimmen der Aussage, dass die Bedeutung nachhaltigen Handelns im Alltag zunehmen wird, öfter zu (69 Prozent) als die Gesamtheit der Befragten (58 Prozent).

Der Kauf gebrauchter Waren stellt für sie öfter eine wirtschaftlich bessere Alternative zum Neukauf dar (68 Prozent) als für diejenigen, die im gleichen Zeitraum nicht gebraucht gekauft haben (55 Prozent).



Unter den Befragten, die nicht gebraucht gekauft haben, stimmen allerdings 15 Prozent mehr als noch im Vorjahr zu, dass der Kauf gebrauchter Waren immer häufiger eine wirtschaftlich bessere Alternative zum Neukauf ist (2021: 40 Prozent).

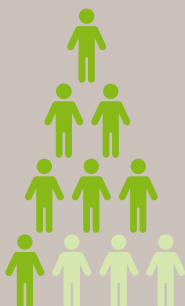
Der Umwelt zuliebe würde rund die Hälfte der Befragten öfter gebraucht kaufen.



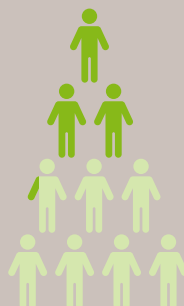
Rund zwei Drittel der Befragten (65 Prozent) sind der Überzeugung, dass gebrauchte Produkte gut für die Umwelt seien. Unter denjenigen, die wiederholt gebraucht gekauft haben, stimmen 75 Prozent dieser Aussage zu (2021: 81 Prozent).

Rund die Hälfte (49 Prozent) gibt an, sich vorstellen zu können, zugunsten der Umwelt in Zukunft öfter zu gebrauchten Artikeln zu greifen.

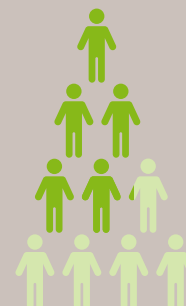
Secondhand ist eine attraktive Alternative zu Neuwaren.



Für **70 Prozent** derjenigen, die in den letzten zwölf Monaten wiederholt aus zweiter Hand gekauft haben, sind Secondhand-Produkte eine attraktive Alternative zu Neuwaren (2021: 78 Prozent).



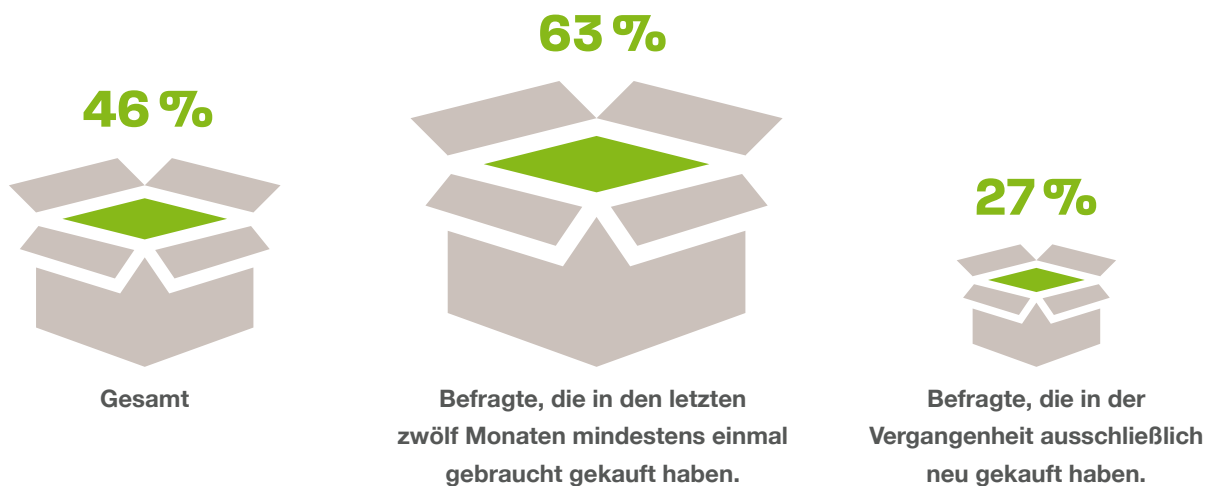
Bei Personen, die bevorzugt Neuwaren kaufen, sehen das nur **32 Prozent** genauso.



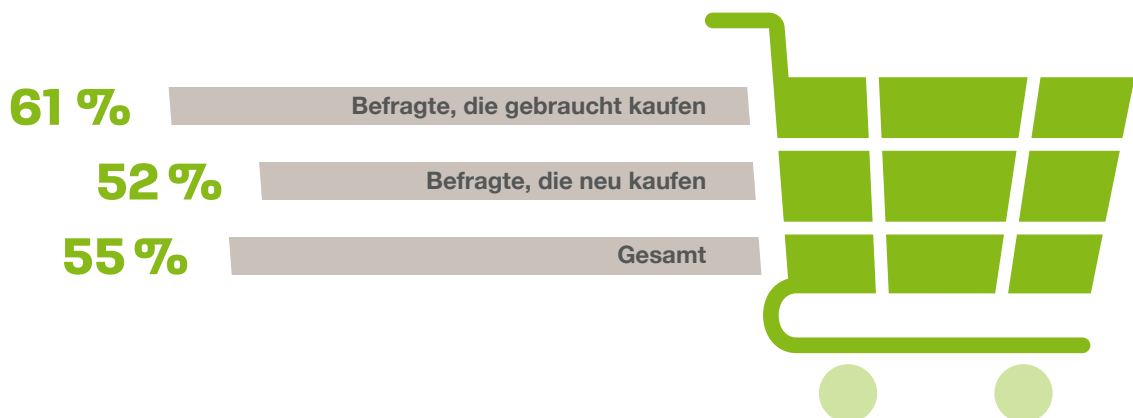
Insgesamt stimmt rund die Hälfte aller Befragten **(51 Prozent)** der Aussage zu, dass Secondhand-Produkte eine attraktive Alternative zu Neuwaren sind.

Nachhaltiger Konsum bedeutet, weniger zu kaufen und gebrauchte Produkte vorzuziehen.

„Nachhaltig zu konsumieren bedeutet für mich, gebrauchte Produkte zu kaufen.“



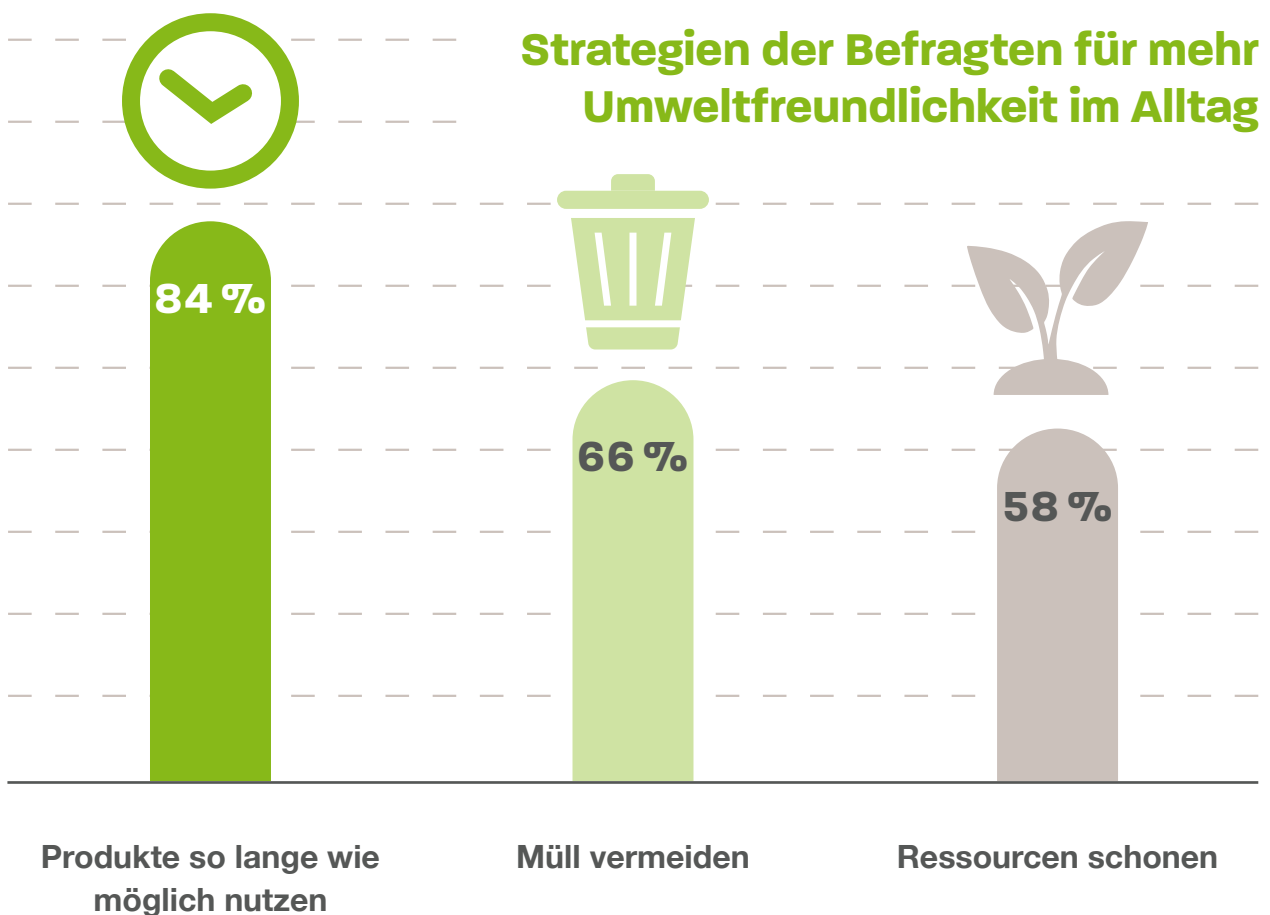
„Nachhaltig zu konsumieren bedeutet für mich, weniger zu kaufen.“



Befragte, die in den vergangenen zwölf Monaten keinerlei gebrauchte Produkte gekauft haben, verstehen unter nachhaltigem Konsum eher weniger zu kaufen als gebrauchte Produkte zu kaufen. Zu beiden Aussagen ist die Zustimmung derer, die gebraucht kaufen, jeweils deutlich größer.



Mehr als acht von zehn Befragten nutzen Produkte so lange wie möglich.



Besonders Menschen, die in den letzten zwölf Monaten wiederholt gebraucht gekauft haben, geben an, im Alltag sehr auf Ressourcenschonung zu achten (65 Prozent).

Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmensstrategie

Vier von zehn (43 Prozent) sind überzeugt, dass Konsumierende zukünftig lieber bei nachhaltig agierenden Unternehmen einkaufen werden.



Mediale Berichterstattung fördert nachhaltiges Verhalten.

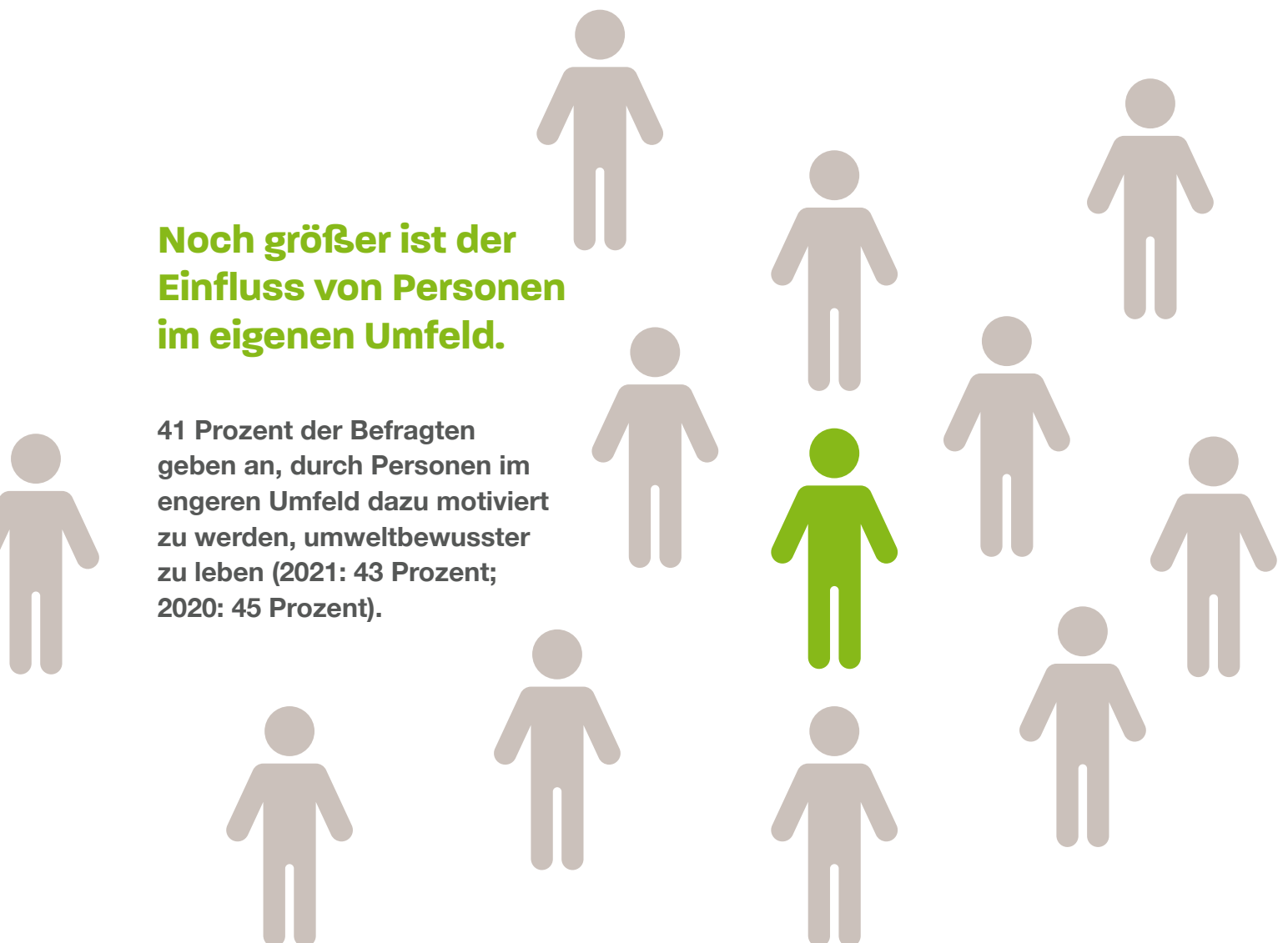
34 %



Der Einfluss von Medien auf Einstellungen zum Thema Nachhaltigkeit ist groß. Ein Drittel der Befragten (34 Prozent) gibt an, infolge der Berichterstattung zu den Themen Klimawandel und Nachhaltigkeit ihr Verhalten geändert zu haben.

Noch größer ist der Einfluss von Personen im eigenen Umfeld.

41 Prozent der Befragten geben an, durch Personen im engeren Umfeld dazu motiviert zu werden, umweltbewusster zu leben (2021: 43 Prozent; 2020: 45 Prozent).

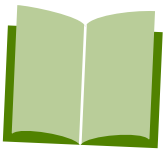


Ungenutzte Produkte

88 %

In nahezu allen Haushalten in Deutschland gibt es Produkte, die nicht genutzt werden.

Die Top 5 der ungenutzten Produkte



55 %

Bücher



54 %

Kleidung,
Schuhe,
Accessoires



51 %

CDs, DVDs
und Blu-Rays



32 %

Elektrogeräte



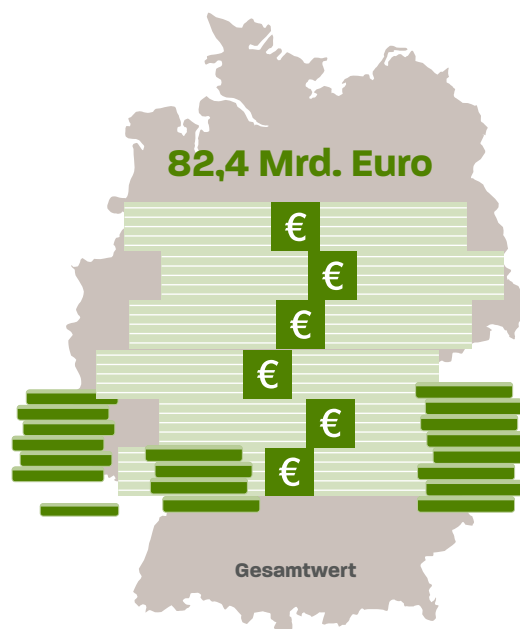
32 %

Smartphones,
Tablets

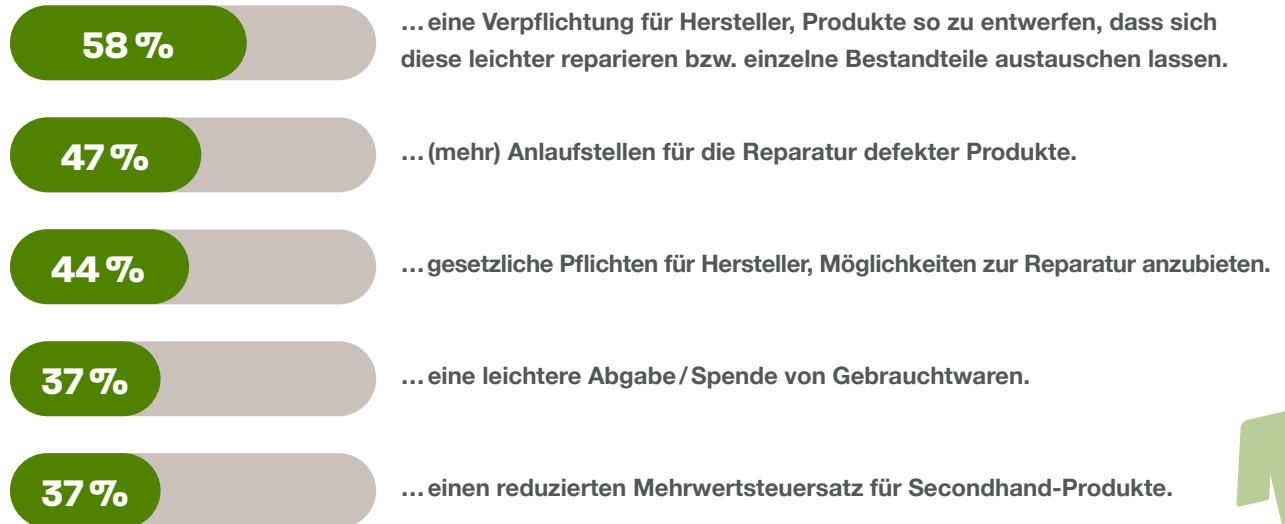
Der durchschnittliche Wert der ungenutzten Produkte beträgt pro Haushalt 2.025 Euro.

Ein Drittel der Befragten (35 Prozent) besitzt eigenen Angaben zufolge ungenutzte Produkte im Wert von über 500 Euro (2021: 49 Prozent). Im Schnitt liegen hierzulande 417 ungenutzte Produkte in jedem Haushalten herum.

Der durchschnittliche Wert aller ungenutzten Produkte in deutschen Haushalten beträgt 2.025 Euro. Er ist damit gegenüber dem Vorjahr (1.297 Euro) um 56 Prozent gestiegen. Der Wert aller ungenutzten Produkte hierzulande beträgt rund 82,4 Milliarden Euro.



Zur besseren Wiederverwendung von Gebrauchtwaren wünschen sich die Befragten...



80 %
Acht von zehn trennen sich von ungenutzten Dingen.

Damit bleibt die Zahl ungefähr auf Vorjahresniveau: 2021 haben sich 82 Prozent der Menschen von ungenutzten Dingen getrennt. In 2020 gaben 77 Prozent der Befragten an, sich kürzlich von ungenutzten Produkten getrennt zu haben.

Wenn sich Menschen nicht von ungenutzten Produkten trennen, liegt das am ehesten daran, dass ...



25 %

... es ihnen schwerfällt, sich endgültig davon zu trennen.



22 %

... der Aufwand, diese Produkte loszuwerden, zu groß ist.



17 %

... sie nicht wissen, über welchen Weg sie sich am besten davon trennen können.



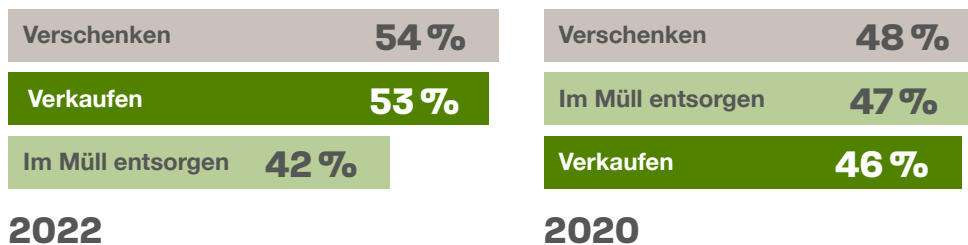
15 %

... sie planen, das Produkt wieder (häufiger) zu nutzen.

Ungenutzte Produkte werden am ehesten verschenkt.

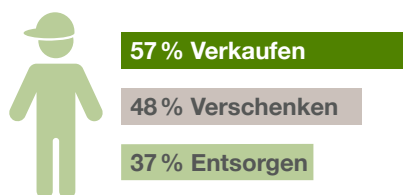


Die meisten Befragten (54 Prozent) verschenken ungenutzte Produkte am ehesten. Darauf folgt der Verkauf (53 Prozent) und die Entsorgung im Müll (42 Prozent).



Die Zahl der Menschen, die ungenutzte Produkte entsorgen, ist gegenüber den Vorjahren stark gesunken (2021: 51 Prozent, 2020: 47 Prozent). Gleichzeitig wird auch mehr verkauft als in den Jahren zuvor. Im Jahr 2020 gaben 46 Prozent der Befragten an, ungenutzte Dinge zu verkaufen. 2021 waren es 50 Prozent, in diesem Jahr sind es 53 Prozent.

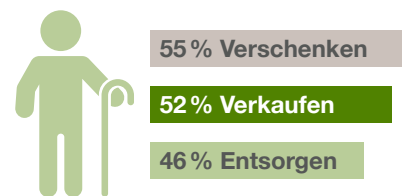
Jüngere verkaufen ungenutzte Produkte eher, Ältere verschenken lieber.



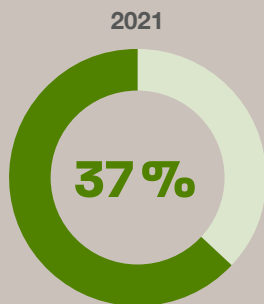
Menschen unter 30 Jahren (16–29 Jahre) neigen eher dazu, zu verkaufen (57 Prozent) als zu verschenken (48 Prozent) oder zu entsorgen (37 Prozent).



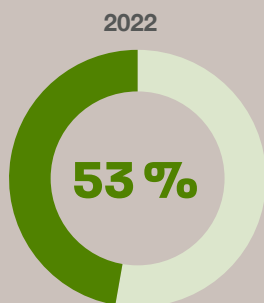
In der Altersgruppe zwischen 30 und 39 Jahren verkaufen besonders viele Menschen Gebrauchtes (66 Prozent).



Besonders Menschen ab 50 Jahren verschenken (55 Prozent) oder verkaufen (52 Prozent) ungenutzte Produkte eher, als sie zu entsorgen (46 Prozent).



Ungenutzte Produkte werden häufig entsorgt, weil das Produkt defekt ist.



Als häufigster Grund für die Entsorgung ungenutzter Produkte wird angegeben, dass das Produkt defekt sei (53 Prozent; 2021: 37 Prozent). Das sah im vergangenen Jahr noch anders aus: Mit 44 Prozent war der Hauptgrund für die Entsorgung des Produkts, dass der Aufwand für den Verkauf zu groß sei. Dieser Wert ist mit 36 Prozent im Jahr 2022 deutlich zurückgegangen.

Andere Gründe für die Entsorgung



40%

zweifeln daran, dass das Produkt noch einen Wert haben könnte.



36%

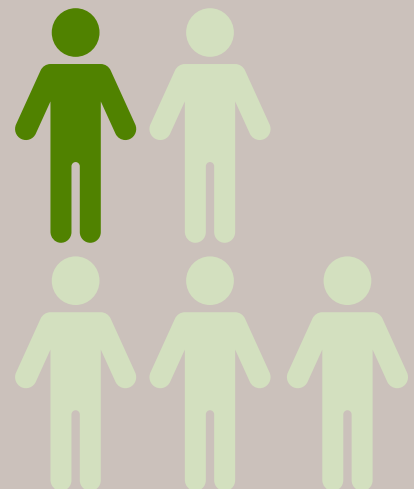
war der Aufwand für den Verkauf zu groß.



1/5

der Befragten spendet ungenutzte Produkte.

Rund ein Fünftel der Befragten (22 Prozent) hat in den vergangenen zwölf Monaten Dinge, die sie nicht mehr brauchten, gespendet.



**Menschen in Deutschland
schätzen es, mit dem Kauf
gebrauchter Produkte
Geld und natürliche
Ressourcen zu sparen.**

Kauf



**Die Befragten schätzen am
Gebrauchtkauf vor allem, dass sie...**

50 %

... Geld
gegenüber dem
Neukauf sparen.

38 %

... den unnötigen
Verbrauch
von Ressourcen
vermeiden.

37 %

... die Lebensdauer
eines Produktes
verlängern und damit
Müll vermeiden.

32 %

... Dinge kaufen
können, die sie
sich neu nicht
leisten können.



**Fehlende Gewährleistung
als größter Nachteil.**

Über 30-Jährige sehen den fehlenden **Anspruch auf Gewährleistung** (unter 30: 33 Prozent; über 30: 43 Prozent) als größten Nachteil des Gebrauchtkaufs, gefolgt von dem Umstand, dass sie die **Funktionsfähigkeit des Produktes** nicht einschätzen können (unter 30: 32 Prozent; über 30: 39 Prozent).

Gegen den Kauf aus zweiter Hand sprechen hauptsächlich der fehlende Anspruch auf Gewährleistung und Unsicherheit bezüglich der Funktionsfähigkeit des Produkts.

Die Befragten sehen es als Nachteil beim Gebrauchtkauf, dass sie ...



Im Vergleich zu den Vorjahren sind die Vorbehalte kleiner geworden.



■ 2022 ■ 2021 ■ 2020

¹ Kein Vergleichswert aus dem Jahr 2020 vorhanden.

Gebrauchte Bücher und Fahrzeuge kommen für die meisten Menschen in Deutschland grundsätzlich in Frage.



	Kommt in Frage	Neutral	Kommt nicht in Frage
Bücher	52 %	41 %	7 %
Fahrzeuge	45 %	46 %	9 %
Sammlerstücke/ Antiquitäten	35 %	58 %	7 %
CDs, DVDs und Blu-Rays	35 %	57 %	8 %
Dekoration/ Möbel	35 %	53 %	12 %
Kleidung/ Schuhe/ Accessoires	30 %	38 %	31 %
Werkzeuge/ Gartengeräte	29 %	61 %	10 %
Videospiele/ Spielzeuge	28 %	63 %	9 %
Elektrogeräte (inkl. PCs und Radios)	28 %	51 %	21 %
Smartphones/ Tablets	25 %	47 %	28 %
Fahrzeugteile/ -zubehör	23 %	59 %	18 %
Baby-/ Kinderausstattung	21 %	61 %	19 %
Musikinstrumente	20 %	67 %	13 %
Fotoapparate/ Zubehör	20 %	66 %	14 %
Weißes Ware	18 %	50 %	33 %
Sportequipment	17 %	67 %	16 %
Sonstiges	15 %	75 %	10 %



Männer und Frauen sind sich grundsätzlich einig, welche Produkte sie auch gebraucht kaufen würden und welche nicht.

Bei einigen Produktkategorien positionieren sich die Befragten etwas klarer für oder gegen einen Gebrauchtkauf.

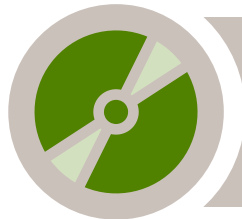
Bei der Frage, welche Produkte sie grundsätzlich auch aus zweiter Hand kaufen bzw. wo sie einen Gebrauchtkauf eher ablehnen würden, wählte mehr als die Hälfte der Befragten in 13 von 17 Produktkategorien „neutral“ aus.

Für Männer und Frauen kommt der Gebrauchtkauf dieser Produkte gleichermaßen oft in Frage:



Fahrzeuge

Frauen: **43 %** Männer: **47 %**



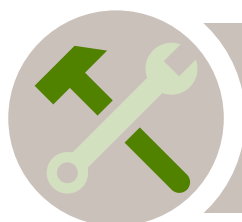
CDs, DVDs, Blu-Rays

Frauen: **36 %** Männer: **34 %**



Sammlerstücke

Frauen: **36 %** Männer: **35 %**



Werkzeuge

Frauen: **28 %** Männer: **30 %**

Diese Produkte werden lieber gebraucht als neu gekauft.



49%

kaufen Bücher bevorzugt gebraucht.



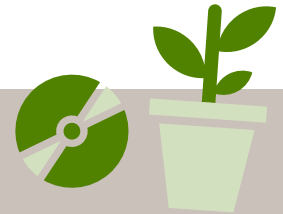
36%

kaufen Fahrzeuge bevorzugt gebraucht.



29%

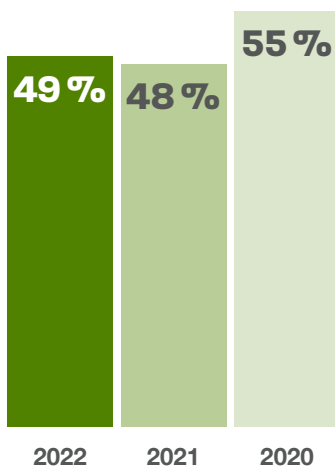
entscheiden sich bei Kleidung, Schuhen, Accessoires bevorzugt für gebrauchte Produkte.



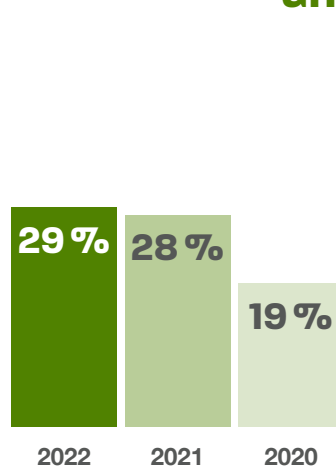
29%

kaufen Sammlerstücke und Antiquitäten bevorzugt aus zweiter Hand.

Rund die Hälfte der Befragten (47 Prozent) kauft ein bis fünf gebrauchte Produkte im Jahr.

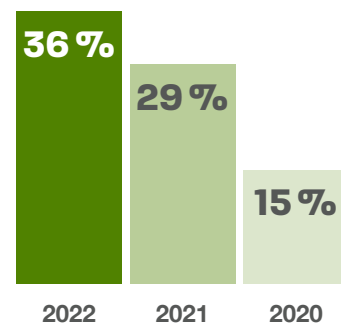


Bücher waren bereits in den vergangenen zwei Jahren die Produktgruppe, die von der Mehrheit der Befragten lieber gebraucht als neu gekauft wurde. Die Anzahl derer, die dies angeben, ist gegenüber 2020 jedoch gesunken.



Kleidung, Schuhe und Accessoires kauften im Jahr 2020 nur etwa ein Fünftel der Befragten gerne gebraucht, 2022 sind es mehr als ein Viertel.

Secondhand-Kleidung und Gebrauchtfahrzeuge werden beliebter.



Die Beliebtheit **gebrauchter Fahrzeuge** ist gegenüber den Vorjahren deutlich gestiegen.

47 %

Die Hälfte der Befragten kauft mindestens zweimal im Jahr etwas Gebrauchtes.

Das sind neun Prozent mehr als noch im Vorjahr (2021: 38 Prozent). Darüber hinaus hat in den vergangenen zwölf Monaten nahezu jeder vierte Befragte (18 Prozent) mehr als viermal etwas Gebrauchtes gekauft.

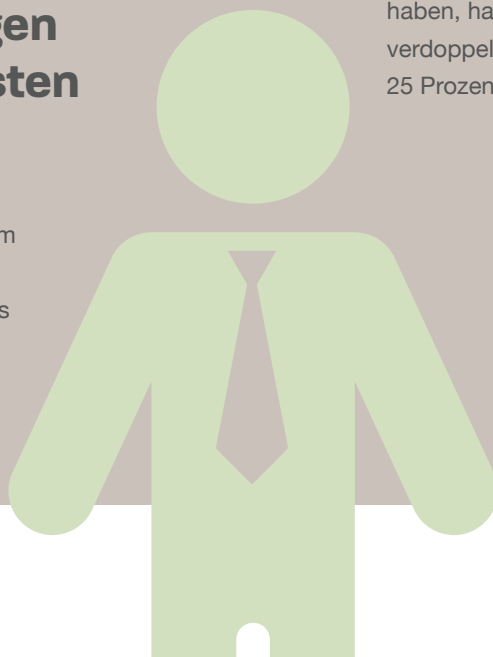


In Deutschland wurde 2022 mehr Secondhand gekauft als im Vorjahr:

Der Anteil der Befragten, die in den letzten zwölf Monaten einen Gebrauchtkauf getätigt haben, ist im Vergleich zum Vorjahr deutlich gestiegen (2022: 56 Prozent vs. 2021: 49 Prozent). Der Anteil der Befragten, die wiederholt gebrauchte Produkte gekauft haben, hat sich gegenüber 2021 nahezu verdoppelt (2022: 47 Prozent vs. 2021: 25 Prozent).

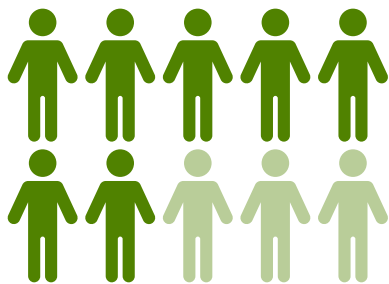
Die Altersgruppe der 30- bis 39-Jährigen kauft am häufigsten gebraucht.

63 Prozent der Befragten in diesem Alter haben in den letzten zwölf Monaten mindestens einmal etwas Gebrauchtes gekauft.

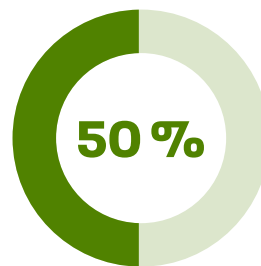


Verkauf

Sieben von zehn verkaufen mindestens zweimal im Jahr.



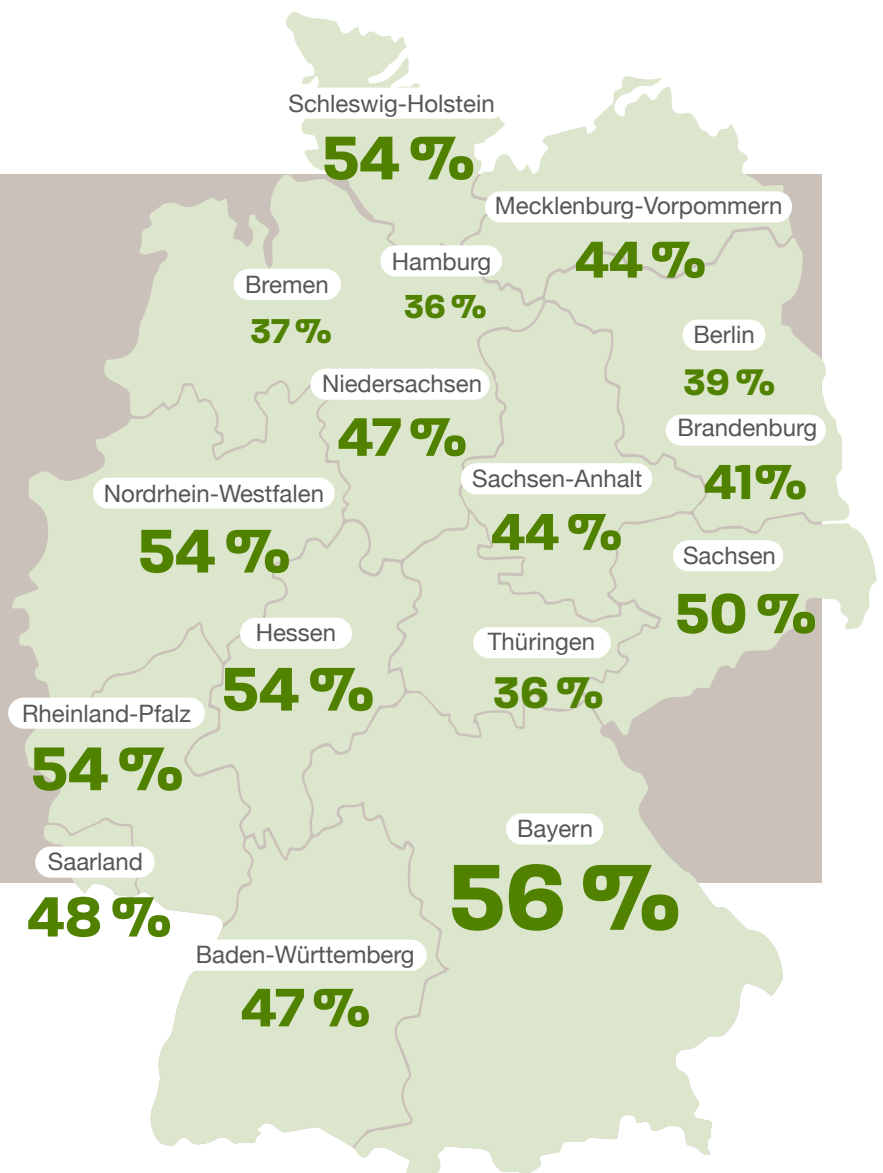
Sieben von zehn Befragten (72 Prozent) verkaufen mindestens zweimal im Jahr gebrauchte Produkte.



Die Hälfte der Befragten (50 Prozent) verkauft sogar mindestens dreimal im Jahr gebrauchte Produkte.

In Bayern wird am häufigsten verkauft.

Mehr als die Hälfte der Menschen in Bayern (56 Prozent) verkauft mindestens dreimal im Jahr gebrauchte Produkte, dagegen bilden Hamburg und Thüringen das Schlusslicht. Hier verkaufen jeweils nur 36 Prozent der Befragten mindestens dreimal im Jahr.



Der Online-Verkauf wird klar bevorzugt.



73 %

73 Prozent der Befragten geben an, bevorzugt über Online-Plattformen zu verkaufen.

Acht Prozent geben an, bevorzugt offline zu verkaufen, beispielsweise auf Flohmärkten oder via Zeitungsannoncen.



eBay Kleinanzeigen ist die meistgenutzte Plattform für Kauf und Verkauf.

51 Prozent der Befragten haben in den letzten zwölf Monaten mindestens einmal etwas bei eBay Kleinanzeigen ge- oder verkauft. Damit liegt die Plattform auf Rang eins der Online-Plattformen.

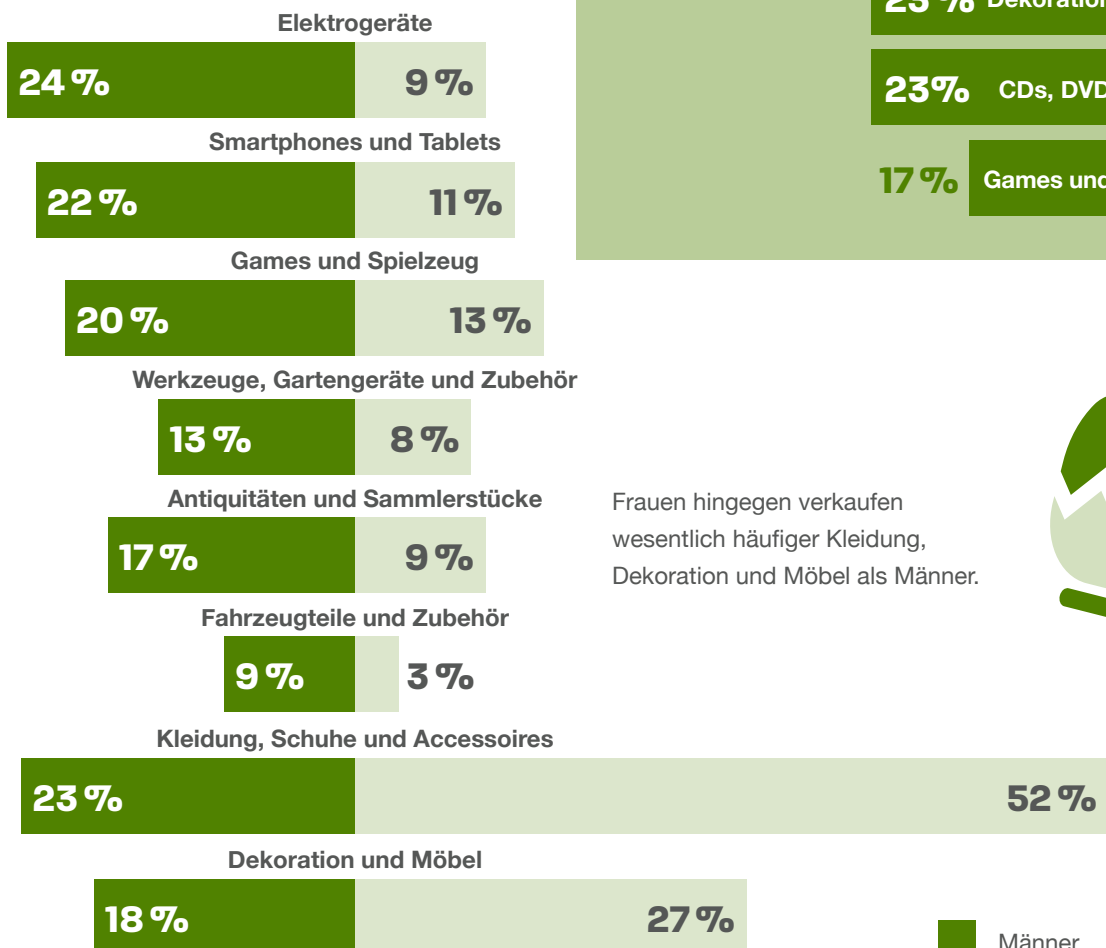




Kleidung, Schuhe und Accessoires wurden in den vergangenen zwölf Monaten am häufigsten verkauft.

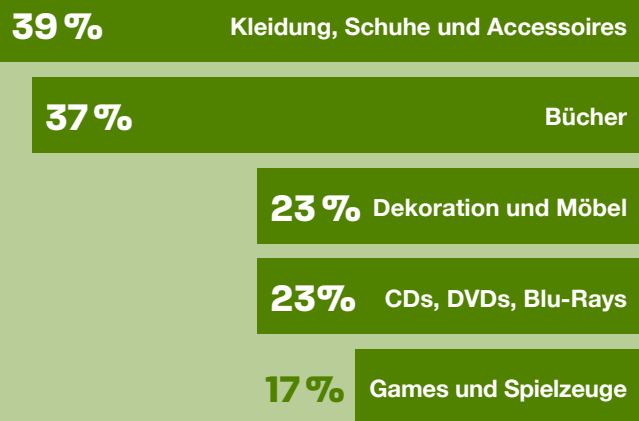
Männer verkaufen mehr Elektrogeräte, Frauen eher Kleidung.

Männer verkaufen mehr elektronische und handwerkliche Geräte als Frauen, darunter:



Die Top 5 der am meisten verkauften Secondhand-Artikel 2022:

2022



Frauen hingegen verkaufen wesentlich häufiger Kleidung, Dekoration und Möbel als Männer.



■ Männer ■ Frauen

30- bis 39-Jährige verkaufen am meisten Secondhand-Dinge.



30- bis 39-Jährige verkaufen im Vergleich zu allen anderen Altersgruppen besonders oft Kinderausstattung (24 Prozent).

16- bis 18-Jährige verkaufen mehr Games und Spielzeuge (32 Prozent) als alle anderen Altersgruppen.

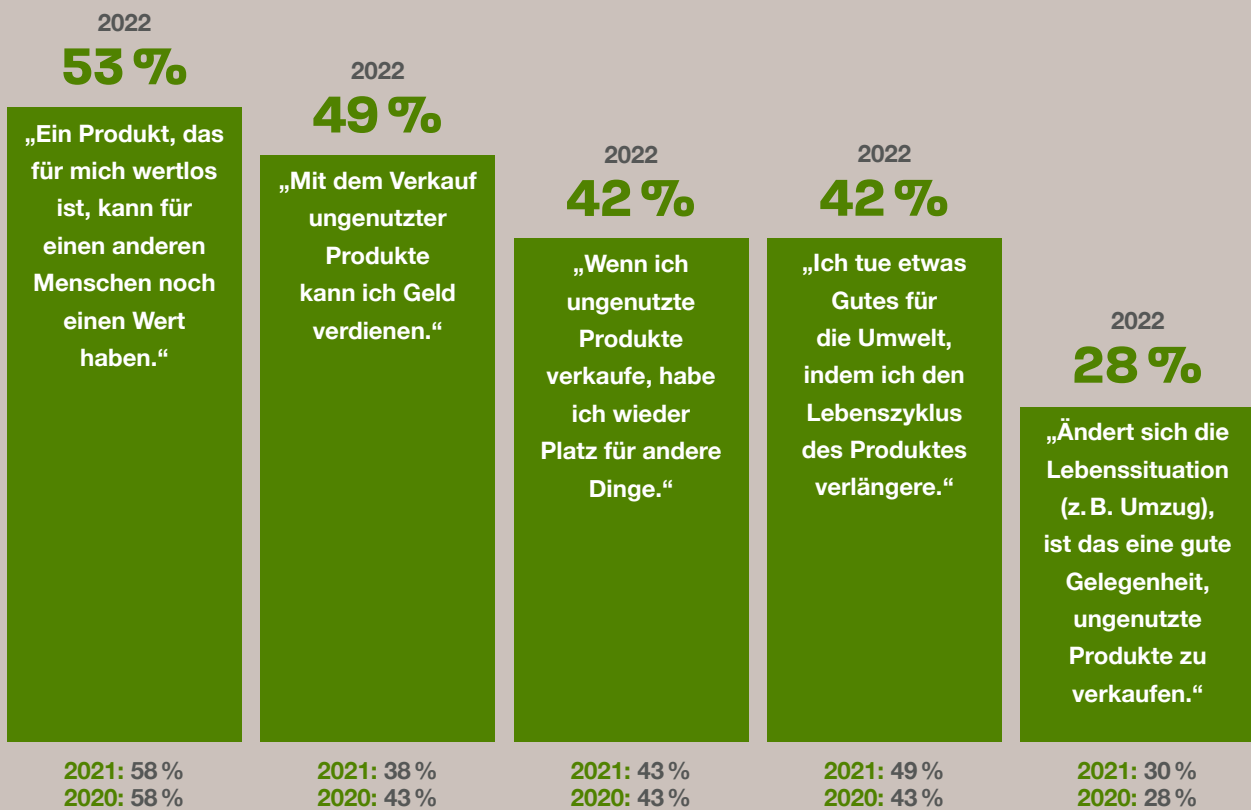


60- bis 65-Jährige verkaufen im Vergleich zu allen anderen Altersgruppen besonders oft Bücher (45 Prozent), Möbel und Dekoration (27 Prozent).





Die wichtigsten Vorteile für den Verkauf gebrauchter Produkte: anderen Menschen etwas Gutes tun – und die Haushaltskasse aufbessern.



Geld verdienen ist für viele einer der wichtigsten Vorteile beim Verkauf.

Der Verkauf gebrauchter Produkte als zusätzliche Einnahmequelle hat im Vergleich zum Vorjahr erheblich an Bedeutung gewonnen: So gibt rund die Hälfte der Befragten (49 Prozent) – und damit elf Prozentpunkte mehr als im Vorjahr – an, ungenutzte Dinge zu verkaufen, um Geld zu verdienen. Dass sie mit dem Verkauf gebrauchter Produkte etwas Gutes für die Umwelt tun, betrachten etwas weniger Befragte als Vorteil als noch im Vorjahr (42 Prozent; 2021: 49 Prozent).



Für jüngere Befragte spielt der Verkauf als zusätzliche Einnahmequelle eine wichtigere Rolle als für ältere.



52 %

Für Befragte zwischen 16 und 49 Jahren ist der Verkauf gebrauchter Dinge als zusätzliche Einnahmequelle der wichtigste Vorteil (Zustimmungswerte der einzelnen Altersgruppen liegt zwischen 51 und 56 Prozent).

57 %

Menschen über 50 Jahren ist der Aspekt, anderen mit dem Verkauf gebrauchter Dinge etwas Gutes zu tun, am wichtigsten. Dieser Faktor wird für die Befragten mit zunehmendem Alter immer wichtiger (19–29: 39 Prozent/30–39: 44 Prozent/40–49: 47 Prozent/50–59: 57 Prozent/60–65: 62 Prozent/Über 66: 67 Prozent).



Hürden beim Gebrauchterverkauf: Rund die Hälfte der Befragten betrachtet es als zu zeitaufwändig, gebrauchte Dinge zu verkaufen.

2020
8 %

2021
13 %

2022
13 %

„Ich weiß nicht, wie und wo ich gebrauchte Produkte verkaufen kann.“

2020
49 %

2021
48 %

2022
46 %

„Der Verkauf von gebrauchten Produkten ist zeitaufwändig.“

2020
20 %

2021
17 %

2022
16 %

„Der Verkauf an Fremde ist mir zu unsicher.“

2020
32 %

2021
29 %

2022
29 %

„Ich habe Angst davor, betrogen zu werden.“

2020
31 %

2021
34 %

2022
29 %

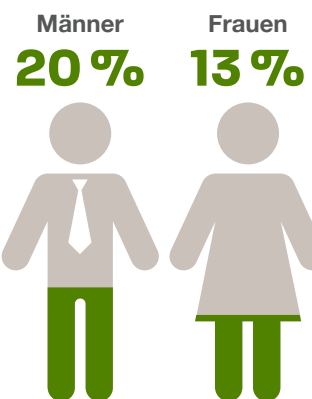
„Die Kommunikation mit Interessenten ist anstrengend.“

2020
34 %

2021
37 %

2022
35 %

„Ich kenne nicht den Preis, den ein gebrauchtes Produkt noch wert ist.“

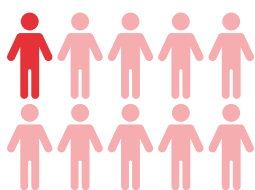


Männer empfinden den Verkauf an Fremde unsicherer als Frauen.



Auswirkungen der Inflation

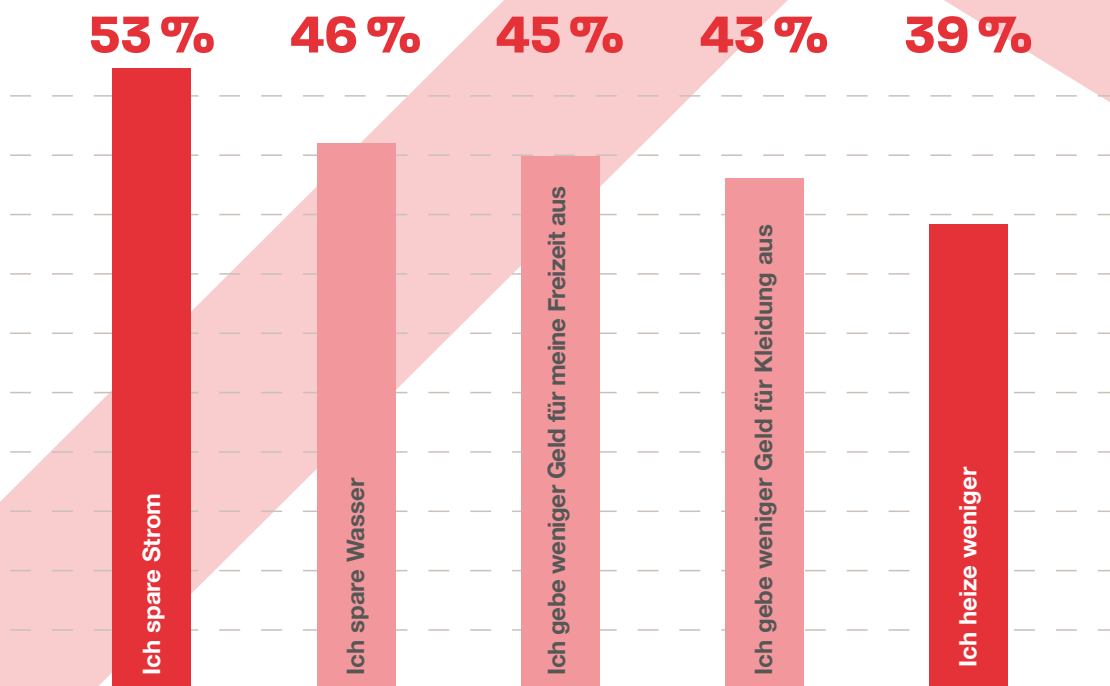
Die stark angestiegene Inflation zeigt bereits große Auswirkungen auf das Konsumverhalten. Um die steigenden Kosten auszugleichen, müssen viele Befragte sparen oder größere Ausgaben aufschieben.



Lediglich jeder Zehnte (11 Prozent) sagt aus, dass er wie gewohnt weiter konsumiert.

85 %

Fast alle Befragten müssen sich aufgrund der hohen Inflation einschränken.



Die Befragten sparen vor allem Strom, Wasser und bei der Freizeitgestaltung:

Frauen schränken sich in fast allen Bereichen stärker ein als Männer. Während 51 Prozent der Frauen angeben, weniger Geld für Kleidung auszugeben, sind es bei den Männern nur 34 Prozent. Auch beim Einsparen von Wasser (w: 51 Prozent, m: 40 Prozent) und Strom

(w: 57 Prozent, m: 49 Prozent) sowie den Ausgaben für Lebensmittel und Produkte des täglichen Bedarfs (w: 33 Prozent, m: 25 Prozent) gibt es einen größeren Unterschied zwischen den Geschlechtern.

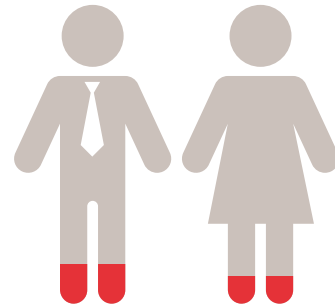
Die Altersgruppe der 40- bis 49-Jährigen fühlen sich insgesamt am geringsten von den Folgen der Inflation betroffen.

14 Prozent der Befragten dieser Altersgruppe geben an, dass die Inflation keine Auswirkungen auf ihr Konsumverhalten hat. Auch zwölf Prozent der über 60-Jährigen geben an, weiter so zu konsumieren, wie bisher.

Stärker betroffen sind im Vergleich die Jüngeren: Nur neun Prozent der 30- bis 39-Jährigen und sieben Prozent der 16- bis 18-Jährigen müssen sich aufgrund der Inflation nicht einschränken.

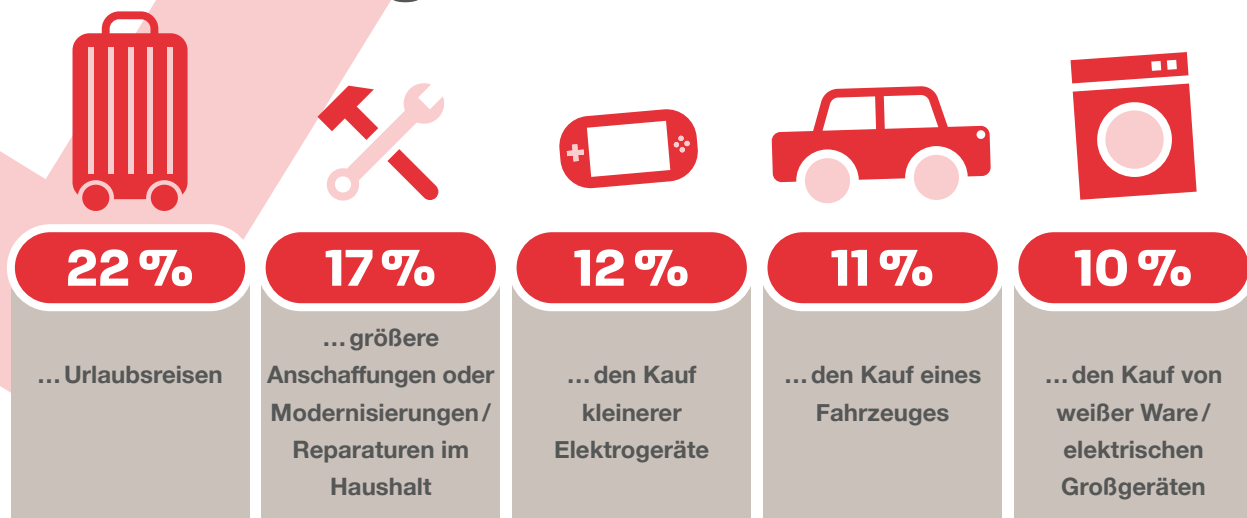
Männer
13 %

Frauen
9 %



13 Prozent der Männer geben an, sich aufgrund der Inflation nicht einzuschränken zu müssen. Bei den Frauen sind es neun Prozent.

Um zu sparen, verschieben die Befragten...

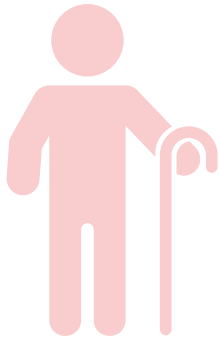


Immerhin rund die Hälfte (46 Prozent) gibt an, bereits geplante Anschaffungen infolge der Inflation nicht verschoben zu haben.

Fast in allen Altersgruppen zählen Urlaubsreisen zu den am häufigsten verschobenen Anschaffungen.

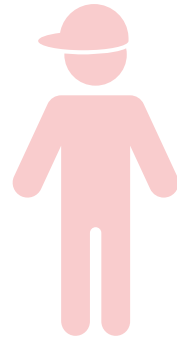
30- bis 39-Jährige verzichten am häufigsten auf größere Anschaffungen oder Modernisierungen/Reparaturen im Haushalt (25 Prozent).

16- bis 18-Jährige verzichten am häufigsten auf den Kauf von Sport- und Freizeitzubehör (17 Prozent).



Lediglich ein Drittel der 30- bis 39-Jährigen (33 Prozent) gibt an, keine bereits geplanten Anschaffungen verschoben zu haben.

60 Prozent der 60- bis 65-Jährigen geben an, keine bereits geplanten Anschaffungen verschoben zu haben. Damit sind sie die Altersgruppe, die sich bislang am wenigsten einschränken musste.



Die Hälfte versucht, beim Einkauf mit Rabattaktionen zu sparen.

Auf diese Maßnahmen greifen die Befragten zurück, um beim Einkauf weniger auszugeben:



47 % nutzen Rabattaktionen, um Geld zu sparen.

32 % überprüfen, ob sie Artikel auch günstiger (bspw. als B-Ware) erhalten.

37 % nehmen an Cashback-, Treue- oder Gutscheinkampagnen teil.

31 % nutzen Vergleichsportale, um den günstigsten Preis zu finden.

24 % überprüfen Verträge und Ausgaben, um Einsparmöglichkeiten zu identifizieren.

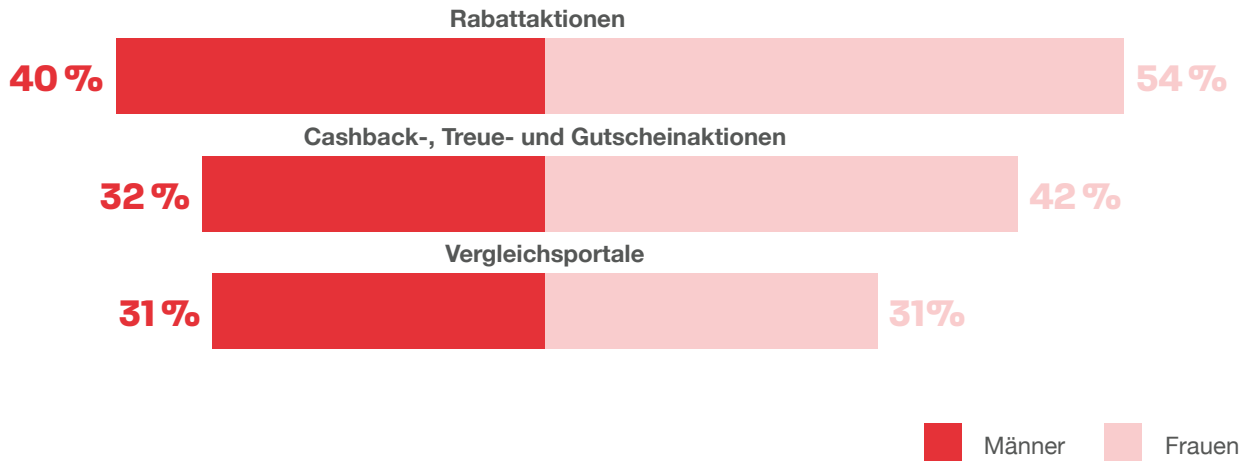


Ein Fünftel der Befragten gibt zudem an, dass sie häufiger gebraucht kaufen, um Geld zu sparen und häufiger gebrauchte Dinge verkaufen, um Geld einzunehmen (jeweils 19 Prozent).

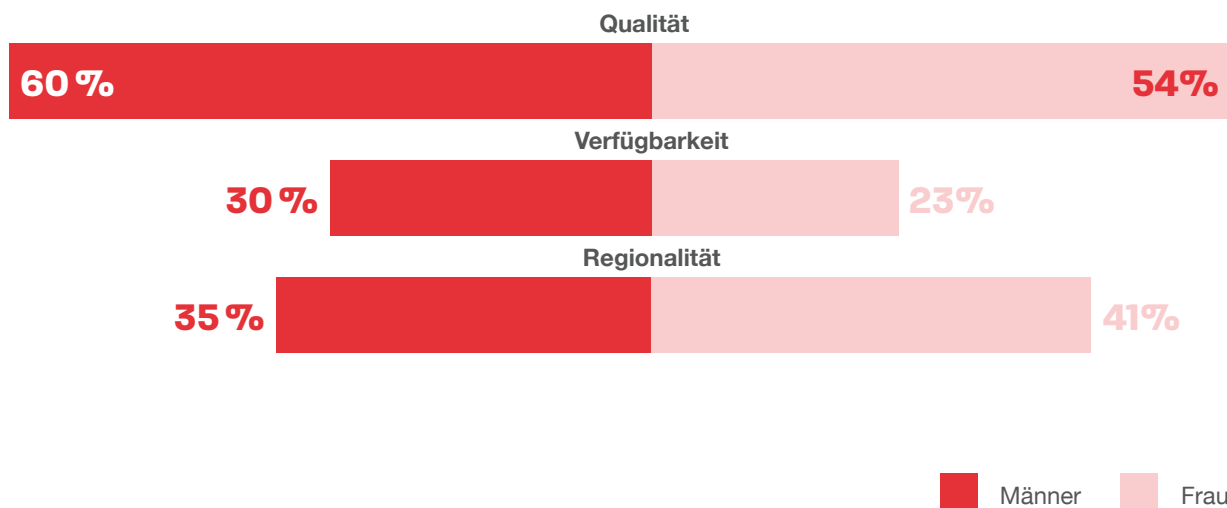
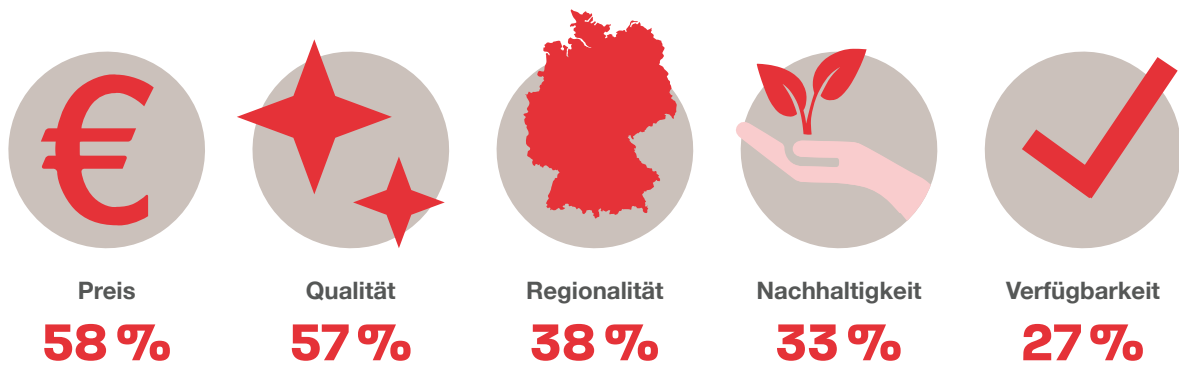
Die 16- bis 18-Jährigen und die 30- bis 39-Jährigen verkaufen am häufigsten Dinge, die sie nicht mehr benötigen, um Geld zu verdienen (jeweils 27 Prozent).



Frauen nutzen in der Regel häufiger Maßnahmen zum Sparen als Männer.



Die wichtigsten Faktoren bei der Kaufentscheidung: Preis und Qualität





Die Studie

Zur Erhebung dieser Studie wurde eine quantitative Online-Befragung im YouGov Online Panel durchgeführt. Basis ist eine bevölkerungsrepräsentative Stichprobe der deutschen Wohnbevölkerung ab 16 Jahren. Die Quotierung erfolgte repräsentativ nach Alter, Geschlecht, Region und Wohnumgebung (näherungsweise und nicht kreuzquotiert).

Stichprobengröße

2022: n=2.479

2021: Gesamt n=1.007; Berlin n=547

2020: n=1.023

Erhebungszeitraum

2022: 02.08.2022 bis 09.08.2022

2021: 25.08.2021 bis 02.09.2021

2020: 03.09.2020 bis 07.09.2020

Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie gGmbH

Das Wuppertal Institut ist ein weltweit führender Think Tank für eine impact- und anwendungsorientierte Nachhaltigkeits- und Transformationsforschung. Kernauftrag des 1991 gegründeten Wuppertal Instituts ist es, einen Beitrag dafür zu leisten, die globalen Nachhaltigkeitsziele zu erreichen. Ein besonderer Schwerpunkt liegt darin, Transformationsprozesse für eine klimagerechte und ressourcenschonende Zukunft aufzuzeigen und aktiv mitzugestalten. Dafür erforschen und entwickeln die Wissenschaftler*innen unter anderem praxisnahe Leitbilder und Strategien für die Politik, Wirtschaft und Gesellschaft – auf lokaler Ebene, in Deutschland, in Europa und auf der ganzen Welt.

Mit seinem interdisziplinären Team von circa 300 Mitarbeitenden, seinem transdisziplinären und transformativen Forschungsansatz sowie seiner Einbindung in vielfältige wissenschaftliche Netzwerke ist das Institut dafür hervorragend aufgestellt. Das gemeinnützige Wuppertal Institut organisiert sich in 13 Forschungsbereichen innerhalb von vier Abteilungen. Das Institut erhält eine Grundfinanzierung vom Land Nordrhein-Westfalen, das auch alleiniger Gesellschafter der gemeinnützigen GmbH ist, finanziert sich aber überwiegend aus Drittmitteln.

eBay Kleinanzeigen

eBay Kleinanzeigen ist ein kostenloser Online-Kleinanzeigenmarkt, der Freude am nachhaltigen Handel fördert. Bereits heute kaufen und verkaufen Nutzer bei Deutschlands Nr. 1 für Kleinanzeigen überwiegend Secondhand. Damit leisten sie einen aktiven Beitrag für mehr Nachhaltigkeit. In zahlreichen Kategorien sind durchschnittlich mehr als 45 Millionen Anzeigen verfügbar – von Kinderbedarf über Elektronik bis hin zu Immobilien. eBay Kleinanzeigen bietet auch kleinen und mittelständischen Unternehmen die Möglichkeit, ihre Leistungen online zu präsentieren. Mehr als 35 Millionen Nutzer im Monat machen eBay Kleinanzeigen zu einem der reichweitenstärksten Web-Angebote Deutschlands. Der Online-Kleinanzeigenmarkt wurde im September 2009 von eBay gestartet. Seit Juni 2021 gehört eBay Kleinanzeigen zu Adevinta, dem weltweit führenden Anbieter von Online-Kleinanzeigen.

