Circular Economy 2021

BERLIN
Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz

Wuppertal Institut

ebay Kleinanzeigen

Kontakt

Für Rückfragen stehen Ihnen folgende Ansprechpartner zur Verfügung:

Thomas Schwilling, Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz Berlin
thomas.schwilling@senuvk.berlin.de

Ina Schulze, Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz Berlin
ina.schulze@senuvk.berlin.de

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

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

Impressum

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

www.blauer-engel.de/uz195
- ressourcenschonend und umweltfreundlich hergestellt
- emissionsarm gedruckt
- überwiegend aus Altpapier

WK9

Dieses Druckerzeugnis wurde mit dem Blauen Engel ausgezeichnet

Umweltfreundlich und klimaneutral gedruckt auf 100% Recyclingpapier, mit Farben auf Basis nachwachsender Rohstoffe.

Bildnachweise

Seite 10: gettyimages, 1215798706, filadendron
Seite 22: gettyimages, 158315300, Hill Street Studios
Seite 27: gettyimages, 1153174216, skynesher
Seite 28: gettyimages, 461781723, Jose Luis Pelaez

Circular Economy 2021

Secondhand in Deutschland

Inhalts-verzeichnis

6
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
Fokus Berlin

42
Über die Herausgeber

Vorwort

Das digitale Zeitalter hat die Art, wie wir konsumieren, erheblich verändert. Waren sind zu jeder Zeit schnell verfügbar. Nicht zuletzt deshalb besitzen wir immer mehr Dinge, die wir oft nicht wirklich brauchen. Wir werfen schnell weg, was kaputt ist oder nicht mehr zeitgemäß erscheint. Somit werden wertvolle Ressourcen unter erheblichen Klimabelastungen vernichtet. Angesichts der Klimanotlage können wir uns dies nicht weiter erlauben. Deshalb verfolgt das Land Berlin eine Zero-Waste-Strategie, bei der durch Wiederverwendung und Recycling ökologische Stoffkreisläufe geschlossen werden sollen.

Hierzu kann jede und jeder Einzelne etwas beitragen. Das fängt damit an, alte Sachen nicht einfach wegzuwerfen, sondern sie zu reparieren oder zu verkaufen. Die vorliegende Studie zeigt, wie gigantisch das Potenzial der Wiederverwendung von guten und funktionsfähigen Gegenständen ist. Sie zeigt auch, dass unsere Re-Use Initiative bereits positive Effekte in der Stadtgesellschaft hat.

Gute gebrauchte Sachen wiederzuverwenden, ist ganz einfach: ein paar Klicks per App, schon lassen sich gebrauchte Waren kaufen oder verkaufen. Auch unsere drei Berliner Re-Use-Zentren – das BSR-Gebrauchtwarenhaus NochMall in Reinickendorf, das Re-Use-Zentrum im Haus der Materialisierung am Alexanderplatz und der Re-Use-Superstore im Karstadt am Hermannplatz – bieten erlebnisreiche Anlaufstellen für gebrauchte Waren und vieles mehr.

Wer alten Dingen ein neues Leben ermöglicht, produziert weniger Abfall – und wer gebraucht kauft, schützt die Umwelt und spart nicht nur Geld, sondern zugleich wertvolle Ressourcen. Das ist gut fürs Klima und vermeidet, dass wertvolle Rohstoffe unnötig abgebaut werden. Von solchen Handlungen profitieren alle.

Stefan Tidow
Staatssekretär für Umwelt und Klimaschutz
Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz

Seit dem Start von eBay Kleinanzeigen vor mehr als zehn Jahren ermutigen wir Menschen dazu, durch den Kauf und Verkauf ungenutzter Dinge Geld zu sparen und zugleich ihren ökologischen Fußabdruck zu reduzieren. Damit folgen wir dem Gedanken, dass alle im Alltag einen Beitrag für mehr Klimaschutz leisten können. Es geht nicht um Verzicht – unser Ziel ist es, Freude am nachhaltigen Handel zu schaffen.

Unser Bericht über die Secondhand-Wirtschaft hat in den vergangenen Jahren wiederholt die Möglichkeiten aufgezeigt, die sich bieten, wenn Menschen gebrauchte und ungenutzte Gegenstände kaufen und verkaufen. Tatsächlich entscheiden sich hierzulande Jahr für Jahr zunehmend mehr Menschen für Gebrauchtes. Mit rund 50 Millionen Anzeigen und mehr als 35 Millionen Nutzerinnen und Nutzern pro Monat ist eBay Kleinanzeigen bereits heute ein wichtiger Faktor der hiesigen Kreislaufwirtschaft.

In diesem Jahr haben wir unseren Bericht weiterentwickelt. Gemeinsam mit der Berliner Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz haben wir es uns zum Anliegen gemacht, über den Stand sowie die Vorteile der Kreislaufwirtschaft aufzuklären.

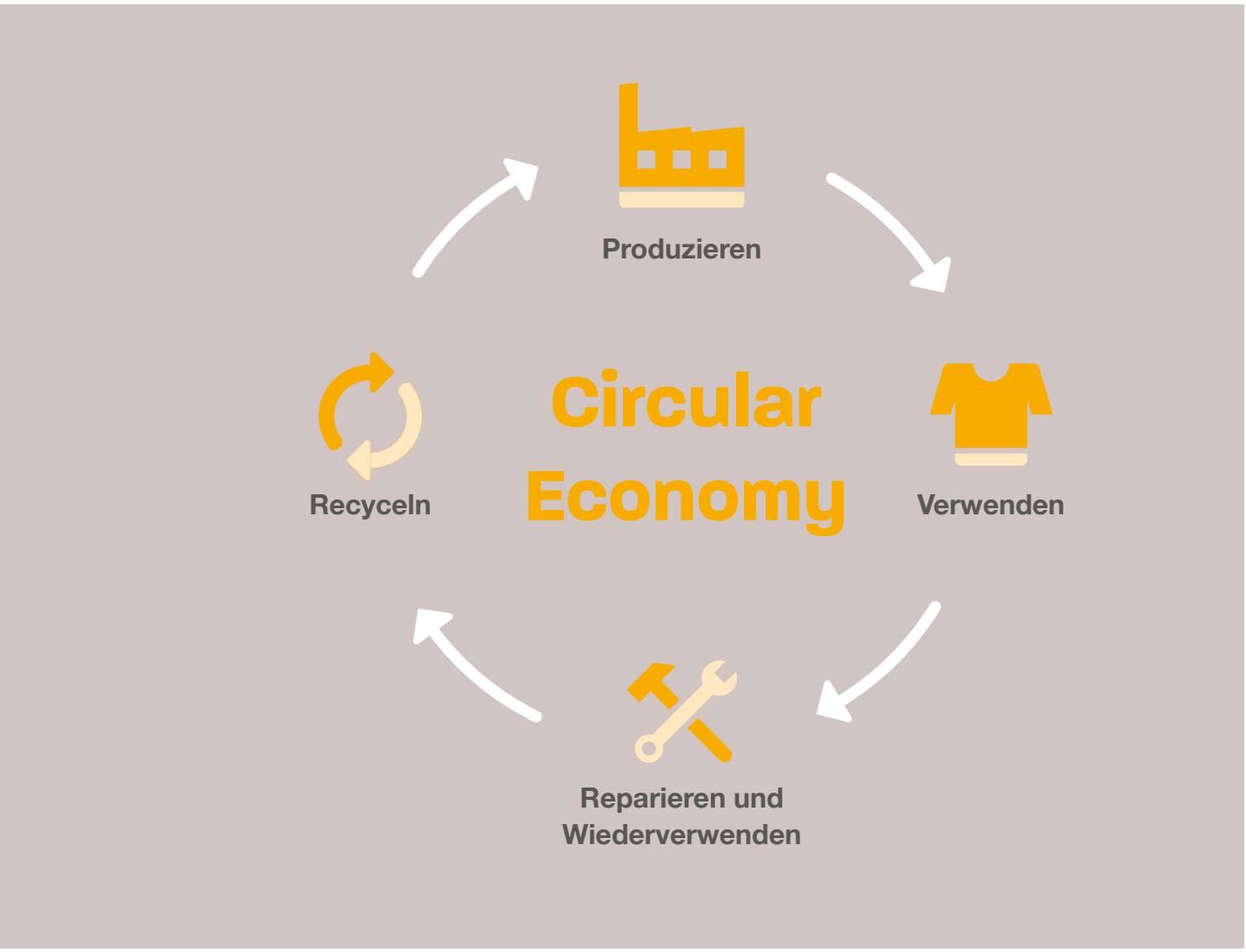
Unsere vorliegende Studie „Circular Economy 2021“ zeigt das Potenzial der Dinge auf, die hierzulande ungenutzt in den Haushalten liegen. Sie zeigt ferner, was Menschen motiviert, gebraucht zu kaufen bzw. zu verkaufen. Die Bereitschaft, nachhaltig zu handeln, ist groß – und das im doppelten Wortsinn. Online-Marktplätze wie eBay Kleinanzeigen tragen dazu bei: Auf ihnen können wir gemeinsam handeln, gemeinsam sparen – und zugleich einen positiven Beitrag für das Klima leisten.

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.



Wuppertal Institut

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

Das Modell der Wegwerf-Gesellschaft, in der für neue Produkte immer wieder neue Rohstoffe gewonnen werden müssen, diese Produkte häufig nur kurz genutzt und dann entsorgt werden, stößt immer erkennbarer an seine Grenzen. Aus ökologischer Sicht besteht mittlerweile kein ernstzunehmender Zweifel mehr, dass ein so verschwenderisches Modell des Produzierens und Konsumierens mit den gesetzlich verankerten Zielen des Klimaschutzes nicht mehr in Einklang gebracht werden kann.

Modellierungen im Rahmen der *Circular Economy Initiative Deutschland*[1], in die auch die Industrie intensiv eingebunden war, haben sehr klar gezeigt, dass selbst das Ziel einer Gesellschaft, in der die Durchschnittstemperaturen nur um 2 Grad ansteigen, nicht ohne die Transformation zur Kreislaufwirtschaft möglich sein wird. Die daraus abgeleitete *Circular Economy Roadmap* für Deutschland verweist sehr deutlich auf die Potenziale der Nutzungsdauerverlängerung von Produkten.

Angesichts so ambitionierter Ziele liegen die Hoffnungen häufig auf technologischen Durchbrüchen, neuen Wundermaterialien oder ganz neuen Recyclingverfahren. Solche Innovationen sind auch mit Sicherheit notwendig – die unmittelbaren Kosteneinsparpotenziale liegen aber im Bereich von Innovationen, die neue Technik mit innovativen Geschäftsmodellen verbinden; z. B. digitale Plattformen für gebrauchte Produkte. Durch das Internet ist diese Form des Handelns populärer geworden.

Der Kauf und Verkauf nicht mehr benötigter, aber noch gebrauchsfähiger Produkte bietet jedem einzelnen die Chance, ganz unmittelbar zur Abfallvermeidung und damit zum Klimaschutz beizutragen. Je länger bzw. je häufiger ein Produkt genutzt wird, desto weniger Treibhausgase fallen bei der Herstellung pro Nutzung an. Gleichzeitig ist völlig klar, dass es enorme Mengen an Ressourcen spart, wenn ein Produkt nicht weggeschmissen, sondern von jemand anderem weiter genutzt wird.

Gleichzeitig erscheint Secondhand auch ein Beispiel für die Kosteneinsparpotenziale der Kreislaufwirtschaft zu sein: Verkaufen statt entsorgen sorgt für zusätzliche Einnahmen, gleichzeitig sind Secondhand-Produkte in der Regel deutlich billiger als Neuware, selbst im Verhältnis von Qualität und Preis. Damit scheint der Secondhand-Handel aus Sicht der Umwelt als auch mit Blick auf das Portemonnaie eine logische Schlussfolgerung zu sein.

Dr. Henning Wilts ist Abteilungsleiter für das Themengebiet Kreislaufwirtschaft am Wuppertal Institut für Klima, Umwelt und Energie in Wuppertal. Schwerpunkte seiner Arbeit sind Transformationsprozesse zur Kreislaufwirtschaft, Abfallvermeidung und Abfallwirtschaft, nachhaltiges Ressourcenmanagement und Ressourceneffizienz.

[1] https://www.circular-economy-initiative.de

Ergebnisse in Kürze

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

Durchschnittlich 1.297 Euro liegen ungenutzt in jedem deutschen Haushalt.

Der Gesamtwert der ungenutzten Produkte in Deutschland beträgt rechnerisch rund 52,6 Mrd. Euro.

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

Jede dritte Person (38 Prozent) kauft mindestens **zweimal im Jahr** etwas Gebrauchtes.

Sieben von zehn Befragten (71 Prozent) verkaufen mindestens zweimal im Jahr gebrauchte Produkte.

71 Prozent der Befragten stimmen zu, dass nachhaltiges Handeln im Alltag, auch abseits von Konsum, an Bedeutung gewinnen wird.

Auswirkungen von Corona

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

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

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

Ein Drittel (32 Prozent) der Befragten stimmt der These, die Pandemie habe ihr Handeln in Bezug auf Nachhaltigkeit beeinflusst, eher nicht bzw. **überhaupt nicht** zu.

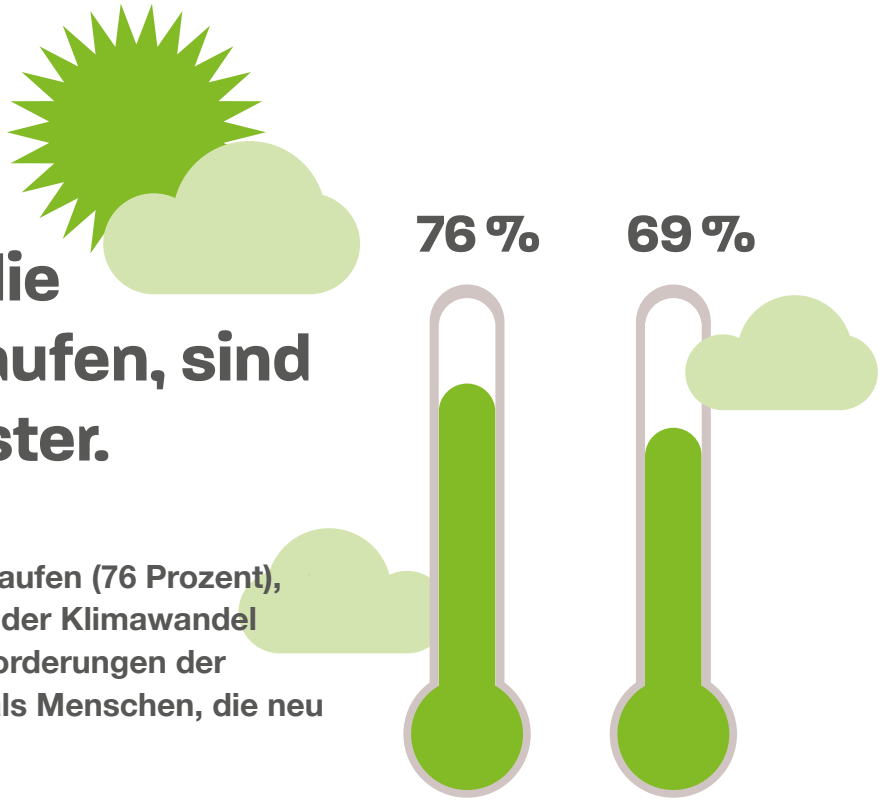
6 Prozent machen zu dieser Frage **keine Angaben.**

Nachhaltigkeit und Umwelt-schutz

Nachhaltigkeit ist auch im Alltag wichtig.

71 Prozent der Befragten stimmen zu, dass nachhaltiges Handeln im Alltag, auch abseits von Konsum, an Bedeutung gewinnen wird.

Menschen, die gebraucht kaufen, sind klimabewusster.



Befragte, die gebraucht kaufen (76 Prozent), stimmen der These, dass der Klimawandel eine der größten Herausforderungen der Menschheit sei, öfter zu als Menschen, die neu kaufen (69 Prozent).

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

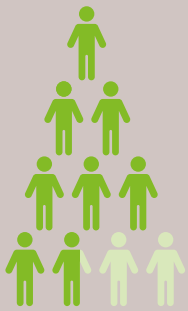
Personen, die in den zurückliegenden zwölf Monaten wiederholt gebrauchte Produkte gekauft haben, stimmen der Aussage, dass die Bedeutung nachhaltigen Handelns im Alltag zunehmen wird, öfter zu (77 Prozent) als die Gesamtheit der Befragten (71 Prozent).

Der Kauf gebrauchter Waren stellt für sie öfter eine wirtschaftlich bessere Alternative zum Neukauf dar (70 Prozent) als für diejenigen, die im gleichen Zeitraum nicht gebraucht gekauft haben (40 Prozent).

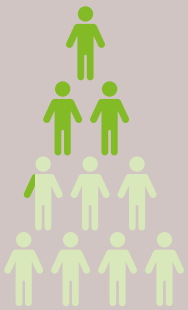
Der Umwelt zuliebe würde rund die Hälfte der Befragten öfter gebraucht kaufen.

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

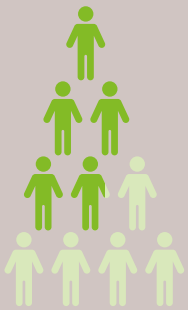
Rund die Hälfte (47 Prozent) gibt an, sich vorstellen zu können, zugunsten der Umwelt in Zukunft öfter zu gebrauchten Artikeln zu greifen.



Für **78 Prozent** der überzeugten Gebrauchtkäuferinnen und Gebrauchtkäufer, die in den letzten zwölf Monaten wiederholt aus zweiter Hand gekauft haben, sind Secondhand-Produkte eine attraktive Alternative zu Neuwaren.



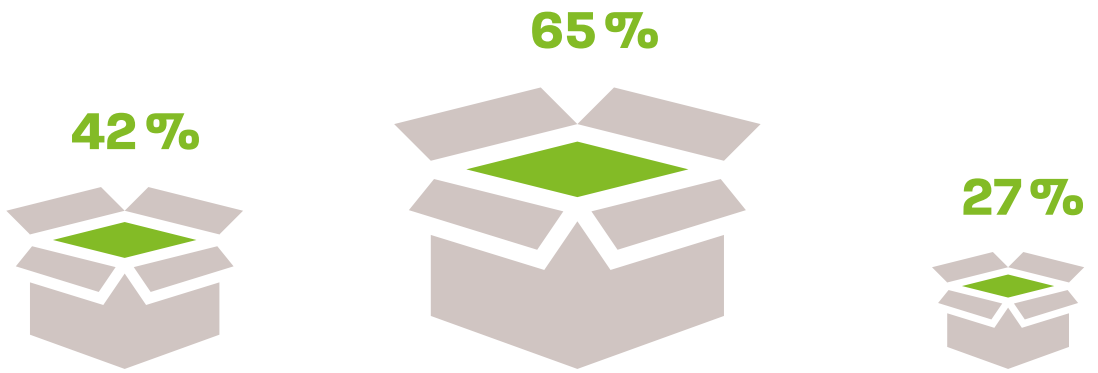
Bei Personen, die bevorzugt Neuwaren kaufen, sehen das nur **32 Prozent** genauso.



Insgesamt stimmt rund die Hälfte aller Befragten **(49 Prozent)** dieser Aussage zu.

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

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

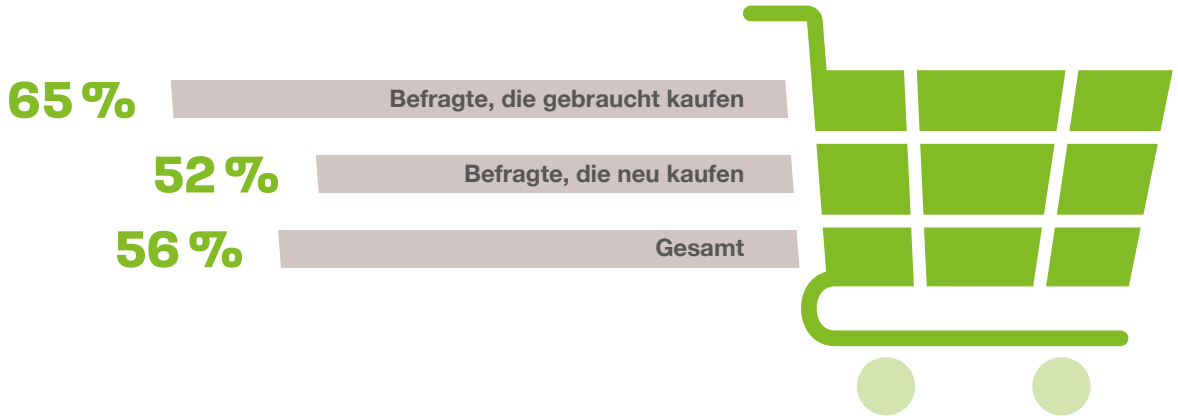


Gesamt

Befragte, die in den letzten zwölf Monaten mindestens einmal gebraucht gekauft haben.

Befragte, die in der Vergangenheit neu gekauft haben.

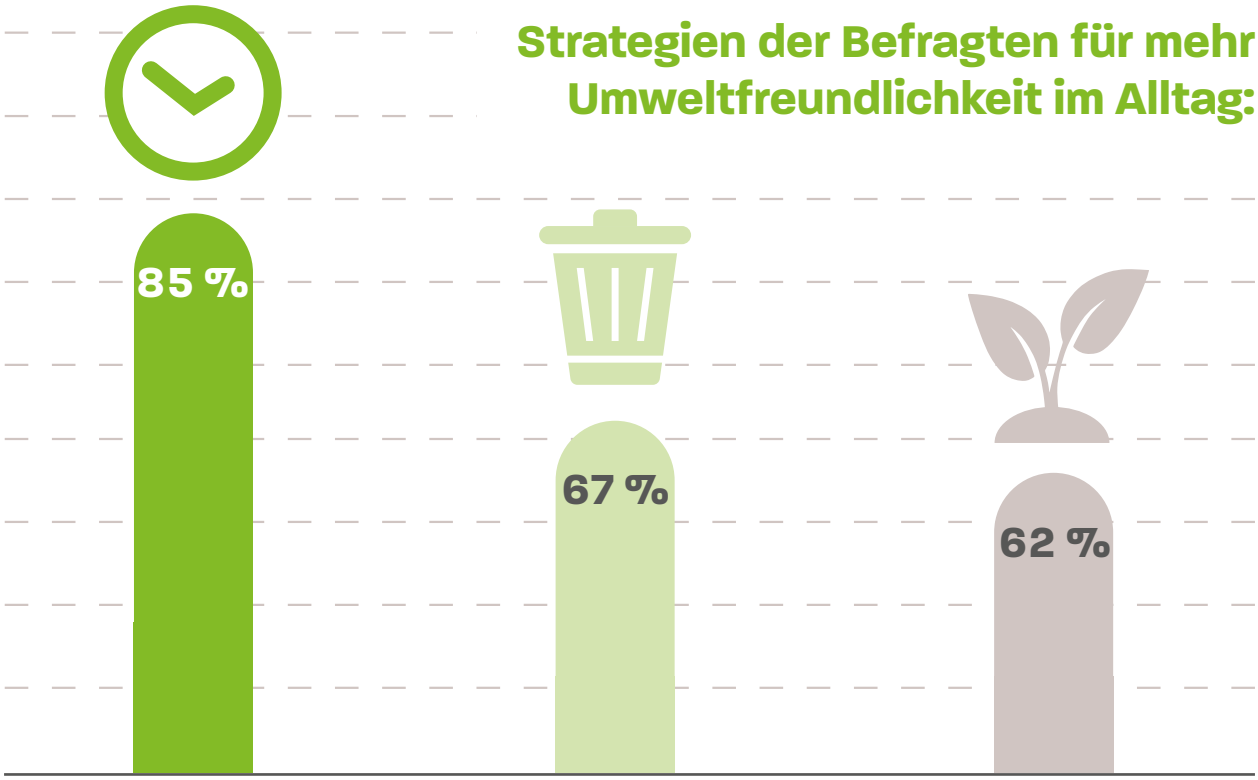
„Nachhaltig zu konsumieren bedeutet für mich, weniger zu kaufen."



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.

85 Prozent der Menschen in Deutschland geben an, Produkte so lange wie möglich zu nutzen.

Strategien der Befragten für mehr Umweltfreundlichkeit im Alltag:



Besonders Menschen, die in den letzten zwölf Monaten wiederholt gebraucht gekauft haben, geben an, im Alltag sehr auf Ressourcenschonung zu achten (72 Prozent).

Mediale Berichterstattung trägt zum Nachhaltigkeits-bewusstsein bei.

31 %

2020

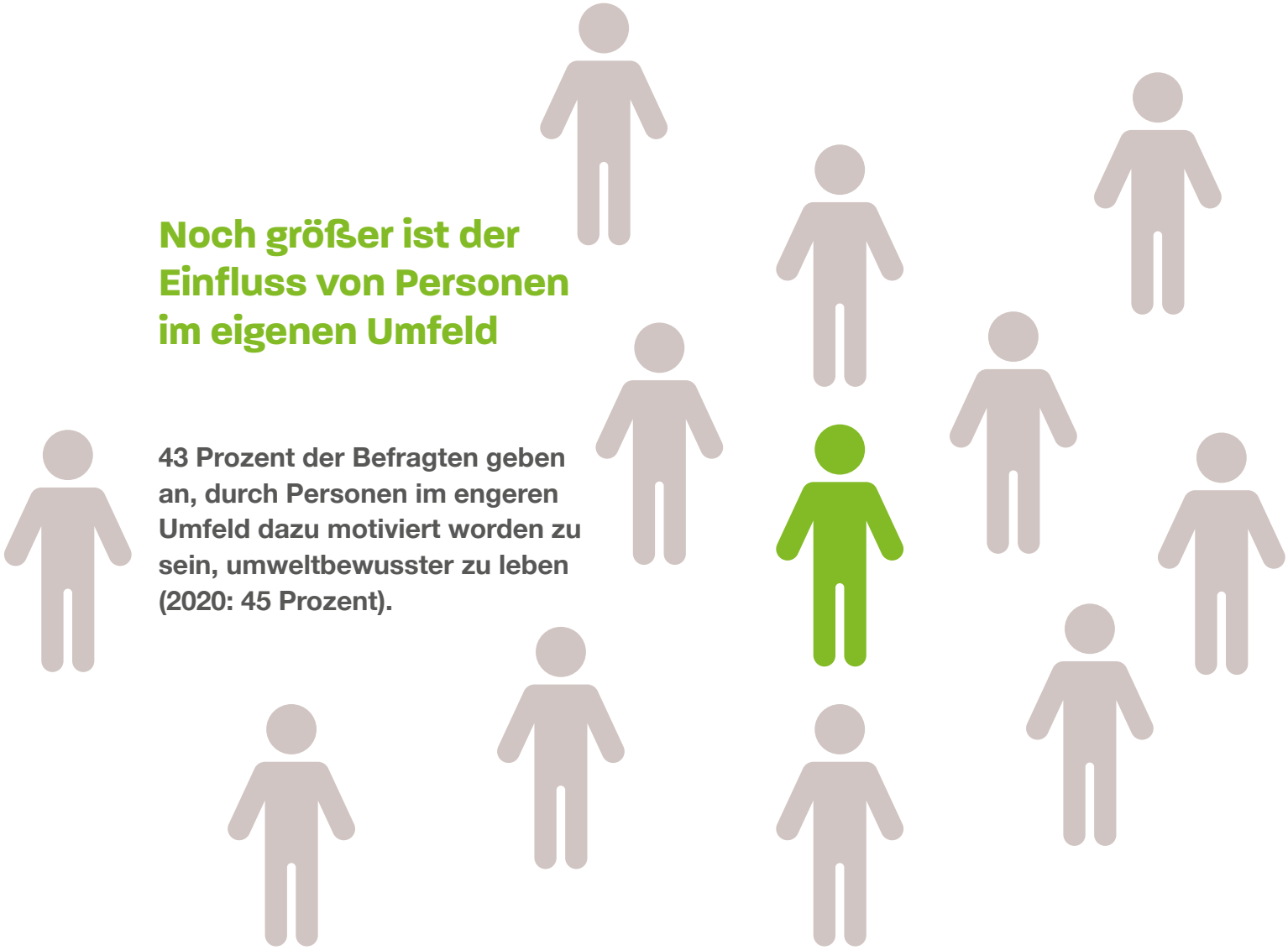
34 %

2021

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. Im Vorjahr äußerten 31 Prozent, dass mediale Berichte zu einer Anpassung geführt hätten.

Noch größer ist der Einfluss von Personen im eigenen Umfeld

43 Prozent der Befragten geben an, durch Personen im engeren Umfeld dazu motiviert worden zu sein, umweltbewusster zu leben (2020: 45 Prozent).



Ungenutzte Produkte

88 % In den meisten Haushalten in Deutschland gibt es Produkte, die nicht genutzt werden.

Die Top 5 der ungenutzten Produkte

59 % Kleidung, Schuhe, Accessoires

58 % Bücher

50 % CDs, DVDs und Blu-Rays

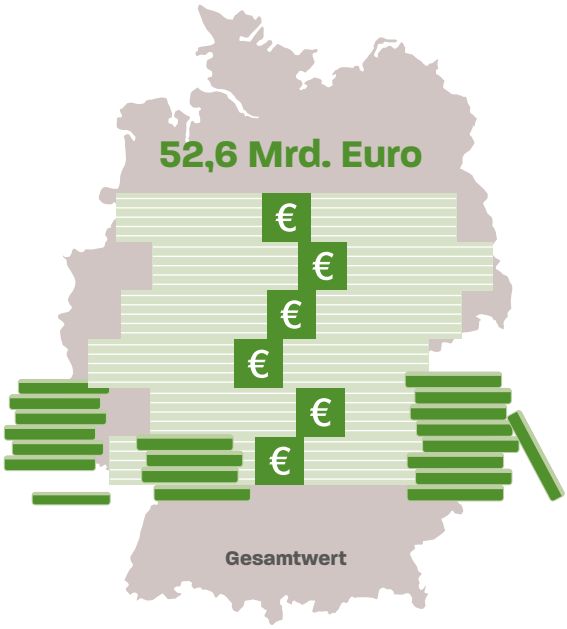
31 % Elektrogeräte

30 % Smartphones, Tablets

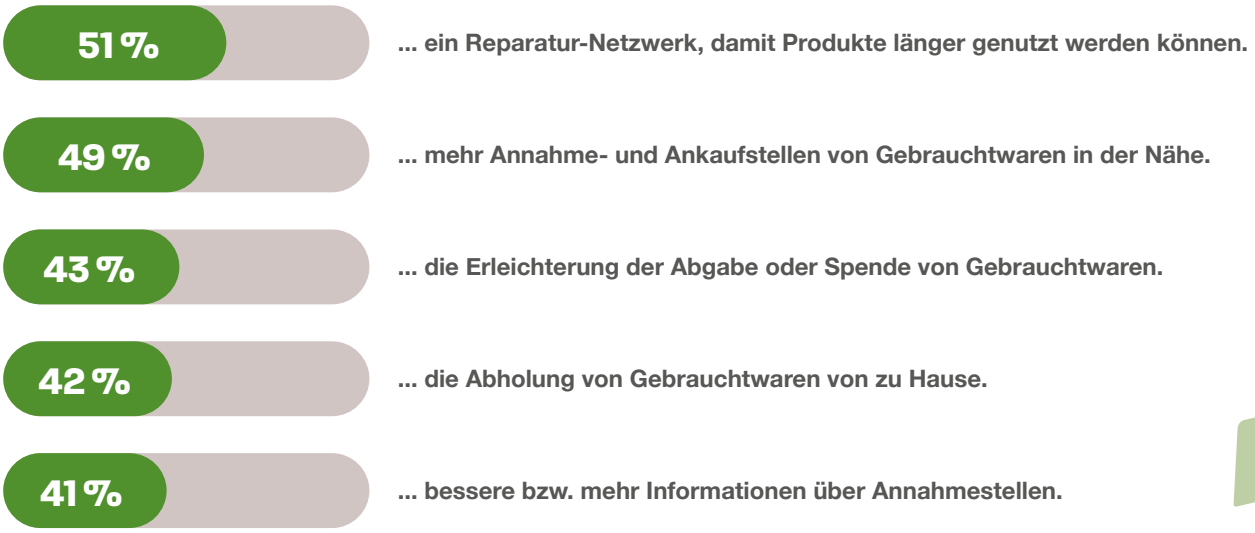
Der durchschnittliche Wert der ungenutzten Produkte beträgt pro Haushalt 1.297 Euro.

Fünf von zehn Befragten (49 Prozent) besitzen eigenen Angaben zufolge ungenutzte Produkte im Wert von über 500 Euro. Die Summe aller ungenutzten Produkte hierzulande beträgt rechnerisch rund 52,6 Milliarden Euro.

49 %



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



82 %

Die große Mehrheit der Menschen in Deutschland trennt sich von ungenutzten Dingen.

Im Vergleich zum vergangenen Jahr ist diese Zahl gestiegen: In 2020 gaben 77 Prozent der Befragten an, sich kürzlich von ungenutzten Produkten getrennt zu haben.

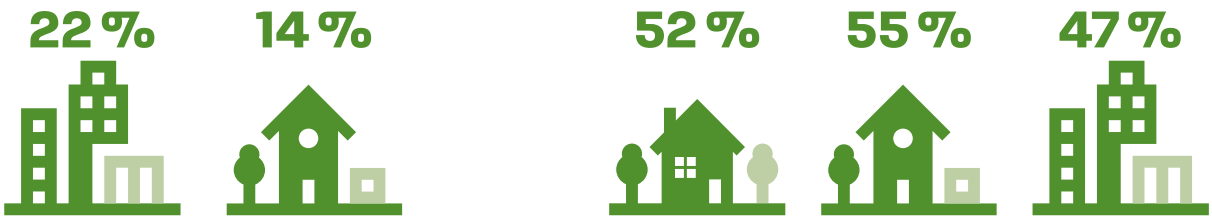
Wenn sich Menschen nicht von ungenutzten Produkten trennen, liegt das am ehesten daran, dass ...

24 % ... es ihnen schwer fällt, sich endgültig davon zu trennen.

23 % ... der Aufwand diese Produkte loszuwerden zu groß ist.

21 % ... sie nicht wissen, über welchen Weg sie sich am besten davon trennen können.

20 % ... das Produkt noch einen emotionalen Wert für sie hat.

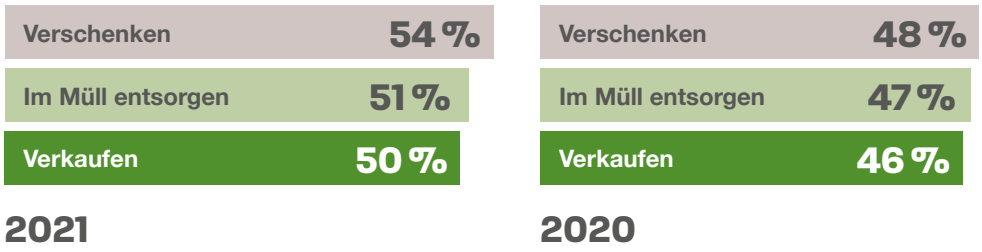


In der Stadt lebende Menschen behalten ungenutzte Produkte eher als Menschen auf dem Land (Stadt: 22 Prozent, Land: 14 Prozent).

In vorstädtischen und ländlichen Gegenden wird am meisten weggeworfen (Vorstadt: 52 Prozent, Land: 55 Prozent, Stadt: 47 Prozent).

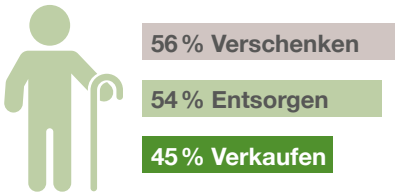
Ungenutzte Produkte werden am ehesten verschenkt.

Die meisten Befragten (54 Prozent) verschenken ungenutzte Produkte am ehesten. Darauf folgen die Entsorgung im Müll (51 Prozent) und der Verkauf (50 Prozent).

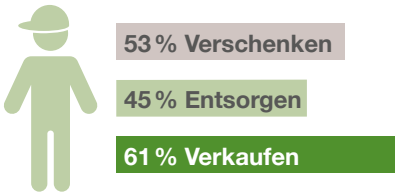


Die Zahl der Menschen, die ungenutzte Produkte entsorgen, ist gegenüber dem Vorjahr leicht gestiegen (2020: 47 Prozent). Gleichzeitig wird auch mehr verschenkt als im Jahr zuvor. Im Jahr 2020 gaben 48 Prozent der Befragten an, ungenutzte Dinge zu verschenken. 2021 sind es 54 Prozent.

Jüngere verkaufen ungenutzte Produkte eher, Ältere verschenken lieber.

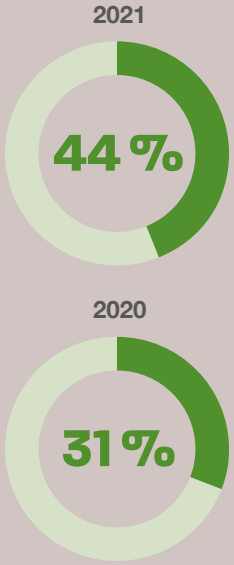


Besonders Menschen ab 50 Jahren verschenken (56 Prozent) oder entsorgen (54 Prozent) ungenutzte Produkte eher als sie zu verkaufen (45 Prozent).



Menschen unter 30 Jahren (16-29 Jahre) neigen eher dazu, zu verkaufen (61 Prozent) als zu verschenken (53 Prozent) oder zu entsorgen (45 Prozent).

In der Altersgruppe zwischen 30 und 39 Jahren verkaufen besonders viele Menschen Gebrauchtes (63 Prozent).



Ungenutzte Produkte werden häufig entsorgt, weil der Aufwand für den Verkauf zu hoch sei.

Als häufigster Grund für die Entsorgung ungenutzter Produkte wird angegeben, dass der Aufwand für einen Verkauf zu groß sei (44 Prozent). Gegenüber dem letzten Jahr ist die Anzahl derer, die so empfinden, um rund die Hälfte gestiegen (2020: 31 Prozent).

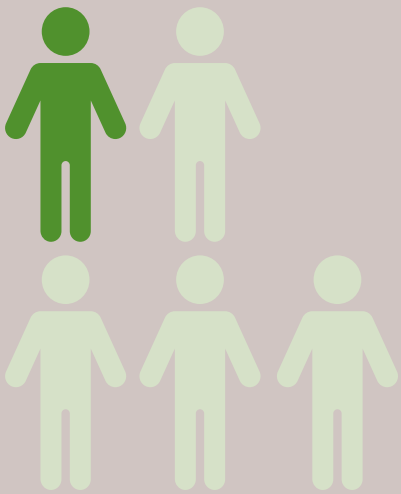
Andere Gründe für die Entsorgung

37 %
geben an, dass das Produkt defekt war.

33 %
zweifeln daran, dass das Produkt noch einen Wert haben könnte.

1/5

der Befragten spendet ungenutzte Produkte.



Rund ein Fünftel der Befragten (21 Prozent) hat in den vergangenen zwölf Monaten Dinge, die sie nicht mehr brauchten, gespendet. Die wichtigste Voraussetzung ist für 44 Prozent der Befragten, dass die gespendeten Produkte zu fairen Preisen verkauft oder an Bedürftige weitergegeben werden.

Menschen in Deutschland schätzen es, mit dem Kauf gebrauchter Produkte ihren Geldbeutel und natürliche Ressourcen zu schonen.

Kauf

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

51 %
... Geld gegenüber dem Neukauf sparen.

42 %
... den unnötigen Verbrauch von Ressourcen vermeiden.

37 %
... Dinge kaufen können, die sie sich neu nicht leisten können.

32 %
... Produkte kaufen können, die im Handel nicht mehr erhältlich sind.

Frauen sehen diese Vorteile eher als Männer

Für etwa jede zweite Frau und jeden zweiten Mann ist **Sparen der Hauptvorteil des Gebrauchtkaufs** (53 Prozent Frauen, 49 Prozent Männer).

Den Vorteil der **Ressourcenschonung** sehen Frauen eher als Männer (45 Prozent Frauen, 39 Prozent Männer).

Dass man sich dadurch Produkte leisten kann, die neu nicht im Budget wären, sehen ebenfalls eher Frauen als Vorteil (40 Prozent, Männer 33 Prozent).

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

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

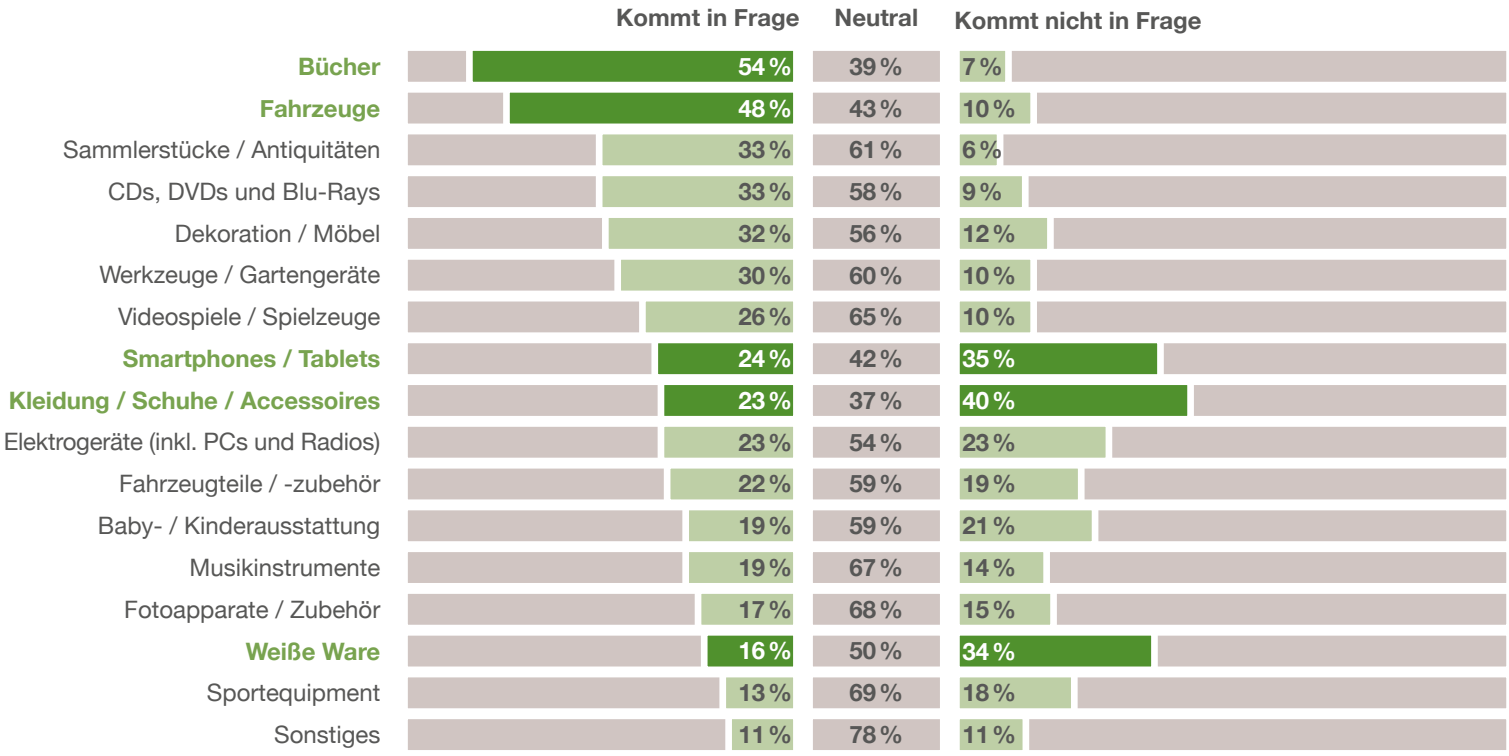
Im Vergleich zum Vorjahr sind die Vorbehalte kleiner geworden.

2020 2021

[2] Kein Vergleichswert aus dem Jahr 2020 vorhanden.

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

Die Top 5 der Produkte, bei denen ein Gebrauchtkauf in Frage kommt



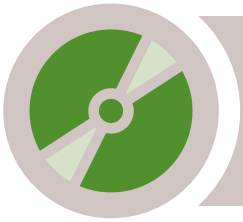
Beide Geschlechter sind sich einig, wenn es um gebrauchte Fahrzeuge, CDs, DVDs und Blu-Rays, Sammlerstücke oder Werkzeuge geht.

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

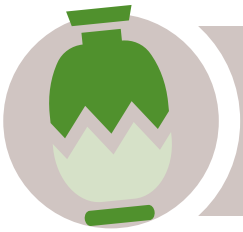
Bei der Frage, welche Produkte sie grundsätzlich auch aus zweiter Hand kaufen bzw. wo sie einen Gebrauchtkauf eher ablehnen würden, wählten mehr als die Hälfte der Befragten in 13 von 17 Produktkategorien „neutral“ aus.

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

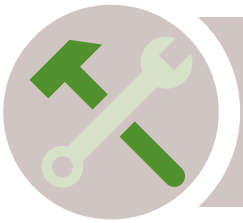
Fahrzeuge
Frauen: **46 %** Männer: **49 %**



CDs, DVDs, Blu-Rays
Frauen: **33 %** Männer: **33 %**

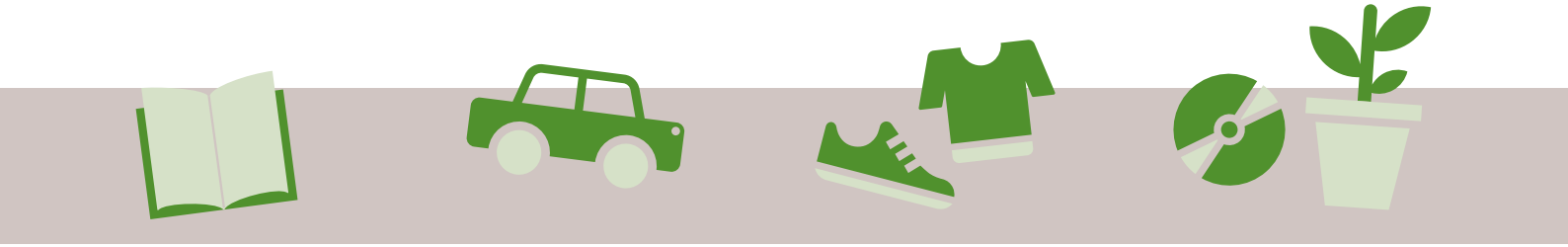


Sammlerstücke
Frauen: **34 %** Männer: **31 %**



Werkzeuge
Frauen: **28 %** Männer: **32 %**

Diese Produkte werden lieber gebraucht als neu gekauft.



48 %

kaufen Bücher bevorzugt gebraucht.

29 %

kaufen Fahrzeuge bevorzugt gebraucht.

28 %

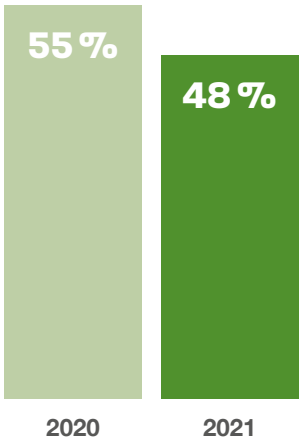
entscheiden sich bei Kleidung, Schuhen, Accessoires bevorzugt für gebrauchte Produkte.

26 %

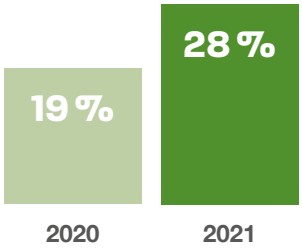
kaufen CDs, DVDs und Blu-Rays sowie Dekoration und Möbel bevorzugt aus zweiter Hand.

Circa die Hälfte der Befragten kauft Bücher bevorzugt gebraucht statt neu. 28 Prozent entscheiden sich bei Kleidung, Schuhen und Accessoires lieber für gebrauchte Produkte.

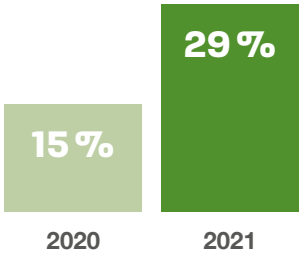
Secondhand-Kleidung und Gebrauchtfahrzeuge werden beliebter.



Bücher waren bereits im vergangenen Jahr das Produkt, das von der Mehrheit der Befragten lieber gebraucht als neu gekauft wird. Die Anzahl derer, die dies angeben, ist gegenüber dem Vorjahr jedoch gesunken.



Kleidung, Schuhe und Accessoires kaufte im Jahr 2020 nur etwa ein Fünftel der Befragten gern gebraucht. 2021 ist es ein Viertel.



Die Beliebtheit **gebrauchter Fahrzeuge** ist gegenüber dem Vorjahr deutlich gestiegen.

38 %

Etwas mehr als ein Drittel der Befragten kauft mindestens zweimal im Jahr etwas Gebrauchtes.

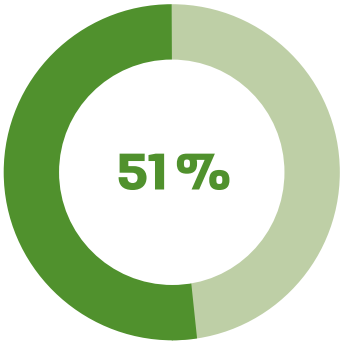
Die Altersgruppe der 30- bis 39-Jährigen kauft am häufigsten gebraucht.

61 Prozent der Befragten in diesem Alter haben in den letzten zwölf Monaten mindestens einmal etwas Gebrauchtes gekauft – ein Drittel der Befragten (33 Prozent) in dieser Altersgruppe sogar mehrfach.

Verkauf

Die Mehrheit verkauft mindestens zweimal im Jahr.

Sieben von zehn Befragten (71 Prozent) verkaufen mindestens zweimal im Jahr gebrauchte Produkte.



Die Hälfte der Befragten (51 Prozent) verkauft sogar mindestens dreimal im Jahr gebrauchte Produkte.

Frauen verkaufen häufiger gebrauchte Produkte als Männer

56 Prozent der Frauen verkaufen **mindestens dreimal im Jahr** gebrauchte Produkte, bei den Männern sind es 45 Prozent.

Der Verkauf über Online-Kanäle wird klar bevorzugt.

72 %

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

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

Der Verkauf über Flohmarkt und Co. ist im Vergleich zu 2020 wieder etwas beliebter geworden.

So gaben im Jahr 2020 noch 78 Prozent der Befragten an, ihre gebrauchten Produkte bevorzugt online zu verkaufen. Nur sechs Prozent der Befragten bevorzugten im vorigen Jahr den Verkauf über Offline-Kanäle. Das sind fünf Prozentpunkte weniger als 2021.

2020:

78 %

eBay Kleinanzeigen ist die meistgenutzte Plattform für Kauf und Verkauf.

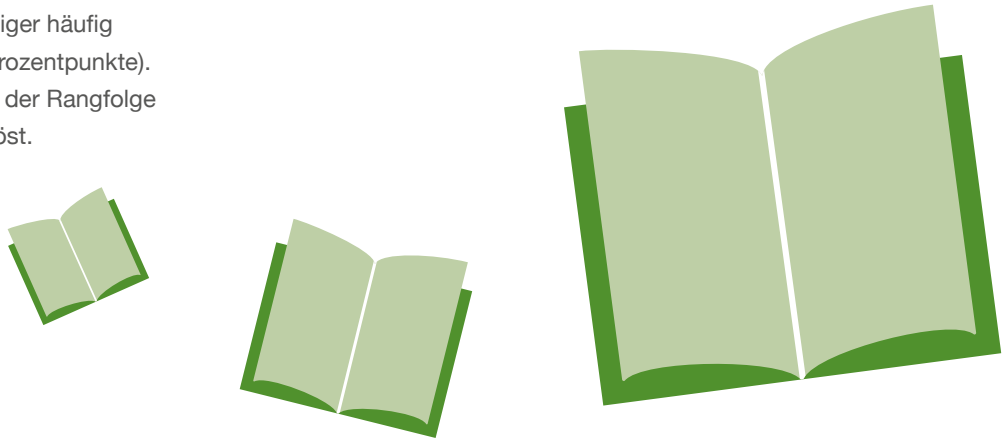
57 Prozent der Befragten haben in den letzten zwölf Monaten mindestens einmal etwas bei eBay Kleinanzeigen ge- oder verkauft. Damit liegt die Plattform auf Rang eins der Online-Plattformen.

Kleidung, Schuhe und Accessoires sind die meistverkauften Produkte der vergangenen zwölf Monate.

Die Top 5 im Jahresvergleich:

2021 stehen Kleidung, Schuhe und Accessoires mit 40 Prozent auf dem ersten Platz der meistverkauften Produkte (plus 4 Prozentpunkte). Bücher sind nach wie vor beliebt (35 Prozent), genau wie Dekorationsgegenstände und Möbel (26 Prozent). CDs, DVDs und Blu-Rays werden weniger häufig verkauft als im letzten Jahr (minus 9 Prozentpunkte). Videospiele und Spielzeuge wurden in der Rangfolge von Elektrogeräten (17 Prozent) abgelöst.

Im vergangenen Jahr 2020 wurden vorwiegend Dinge verkauft, mit denen man sich die Zeit vertreiben kann – darunter Bücher (40 Prozent), CDs, DVDs, Blu-Rays (30 Prozent) oder auch Videospiele und Spielzeuge (21 Prozent).



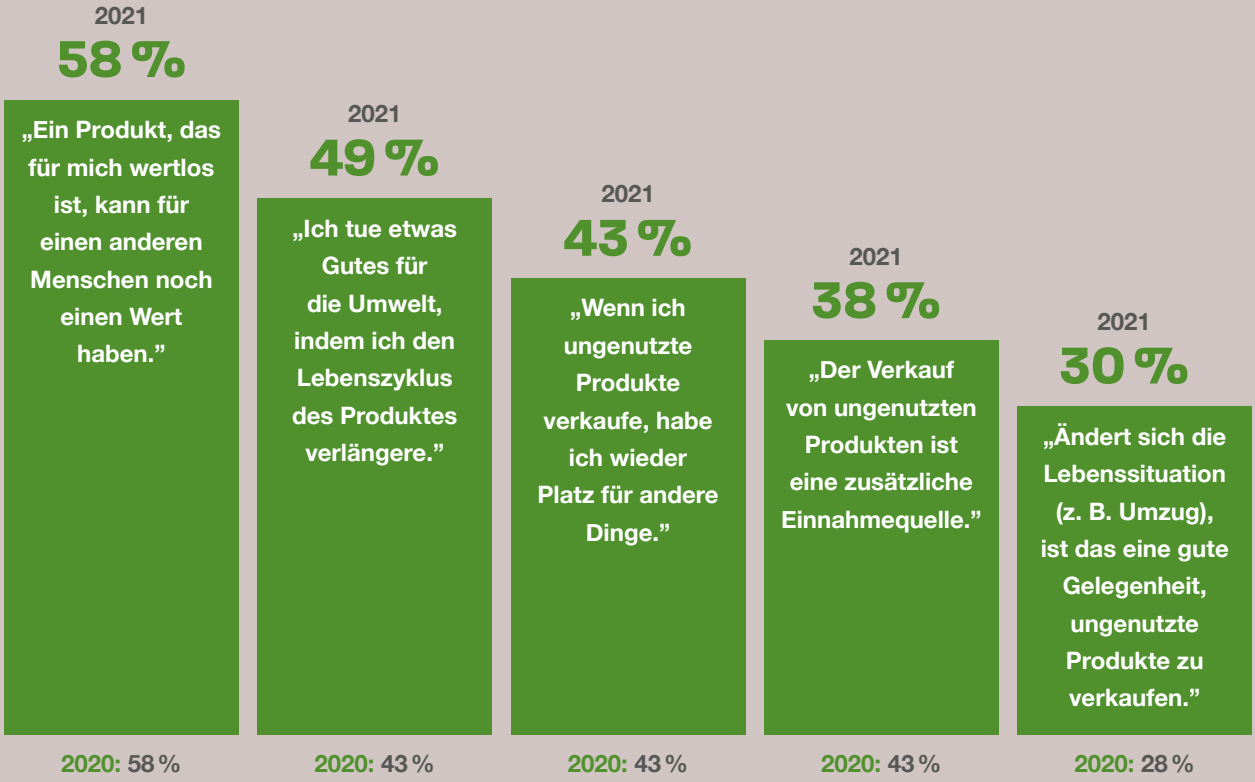
30- bis 39-Jährige verkaufen am meisten gebrauchte Dinge.

30- bis 39-Jährige verkaufen im Vergleich zu allen anderen Altersgruppen besonders oft Kinderausstattung (30 Prozent), Elektrogeräte (20 Prozent) sowie Dekorationsgegenstände und Möbel (34 Prozent).

16- bis 18-Jährige verkaufen besonders oft Kleidung (50 Prozent) im Vergleich zu allen anderen Altersgruppen.

60- bis 65-Jährige verkaufen im Vergleich zu allen anderen Altersgruppen besonders oft Bücher (45 Prozent) sowie CDs, DVDs und Blu-Rays (34 Prozent).

Die wichtigsten Vorteile für den Verkauf gebrauchter Produkte: Anderen Menschen und der Umwelt etwas Gutes tun



Umweltschutz ist für viele einer der wichtigsten Vorteile beim Verkauf.

Umweltschutz hat im Vergleich zum Vorjahr deutlich an Bedeutung gewonnen: So gibt rund die Hälfte der Befragten (49 Prozent) – und damit 6 Prozentpunkte mehr als im Vorjahr – an, mit dem Verkauf eines gebrauchten Produktes etwas Gutes tun zu können. Den Verkauf gebrauchter Produkte betrachten im Vergleich zum Vorjahr weniger Befragte als zusätzliche Einnahmequelle (38 Prozent; 2020: 43 Prozent).

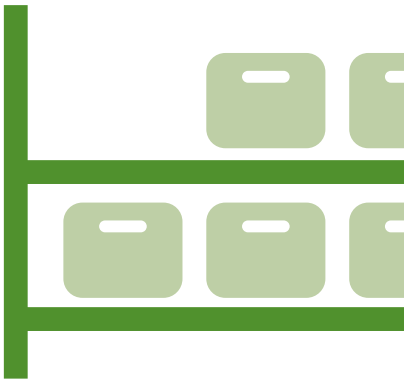
Für jüngere Befragte spielt der Verkauf als zusätzliche Einnahmequelle eine wichtigere Rolle als für ältere.

51 %

Über-30-Jährige sehen bei einem Verkauf gebrauchter Produkte stärker den Vorteil, etwas Gutes für die Umwelt zu tun. 51 Prozent stimmen dieser Aussage zu.

41 %

16- bis 29-Jährige schätzen dafür eher, nach dem Verkauf wieder Platz für andere Dinge zu haben (41 Prozent). Für sie ist der Verkauf zudem eine gute zusätzliche Einnahmequelle (39 Prozent). Dass sie mit dem Verkauf ungenutzter Produkte etwas Gutes für die Umwelt tun, wissen 38 Prozent der Unter-30-Jährigen zu schätzen.



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

2021 **48 %** 2020 **49 %**

„Der Verkauf von gebrauchten Produkten ist zeitaufwändig."

2021 **34 %** 2020 **31 %**

„Die Kommunikation mit Interessenten ist anstrengend."

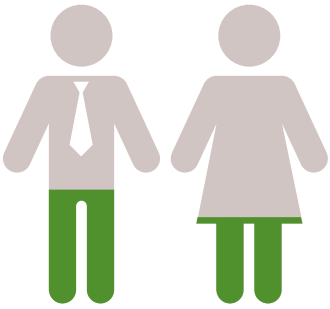
2021 **13 %** 2020 **8 %**

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

2021 **37 %** 2020 **34 %**

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

Männer **37 %** **Frauen** **31 %**



Männer empfinden die Kommunikation mit Interessenten anstrengender als Frauen.

24 % **39 %** **36 %**

Auf dem Land wird die Kommunikation mit Interessenten als weniger anstrengend empfunden (24 Prozent) im Vergleich zur Vorstadt (39 Prozent) oder der Stadt (36 Prozent).

Berlin.

Einstellungen zu Nachhaltigkeit und Umweltschutz in Berlin

Für viele Menschen scheint die Vermeidung von Abfall eine Strategie für **mehr Umweltfreundlichkeit** im Alltag zu sein. 61 Prozent der Befragten in Berlin geben an, dass sie darauf achten, möglichst **wenig Müll** zu produzieren. Der Bundesdurchschnitt liegt bei dieser Aussage mit 67 Prozent leicht darüber und weicht damit kaum vom Vorjahresergebnis ab (2020: 68 Prozent).

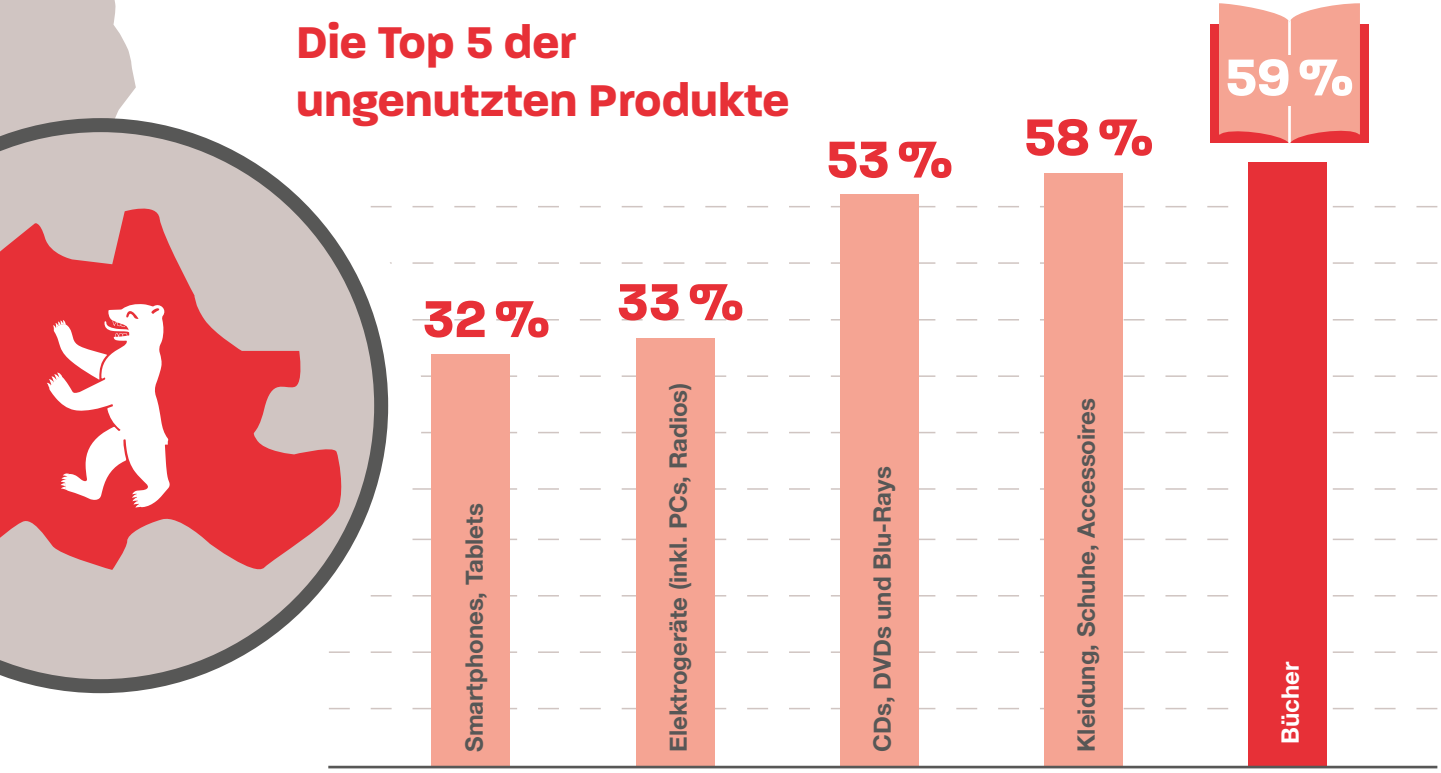
Das Gros der Befragten (82 Prozent) gibt an, Produkte so lange wie möglich zu nutzen. Die Berlinerinnen und Berliner entsprechen in dieser Frage nahezu dem Bundesdurchschnitt (85 Prozent).

Für Berlinerinnen und Berliner spielt die Schonung von Ressourcen eine etwas geringere Rolle (57 Prozent) als für den Bundesdurchschnitt (62 Prozent).

Befragte in Berlin, die in den letzten zwölf Monaten bereits gebraucht gekauft haben, legen tendenziell etwas mehr Wert auf **Ressourcenschonung** (63 Prozent) als die, die noch nicht gebraucht gekauft haben (53 Prozent).

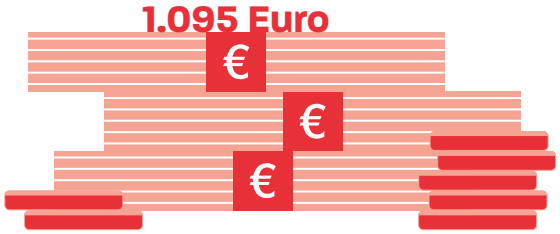
82 Prozent besitzen ungenutzte Dinge im Haushalt.

Die Top 5 der ungenutzten Produkte



Bezüglich der Produkte, die ungenutzt in Berliner Haushalten liegen, ist der Unterschied zwischen Befragten über 30 Jahren und unter 30 Jahren teilweise deutlich größer als im Bundesdurchschnitt. So besitzen in Berlin beispielsweise vor allem Menschen über 30 Jahren ungenutzte CDs, DVDs und Blu-Rays (57 Prozent), während diese bei Jüngeren seltener herumliegen (36 Prozent). Im Bundesdurchschnitt ist der Unterschied zwischen beiden Altersgruppen wesentlich geringer (4 Prozentpunkte).

1.095 Euro liegen ungenutzt in Berliner Haushalten.



Rund die Hälfte der Berlinerinnen und Berliner (44 Prozent) schätzt den Wert ihrer ungenutzten Produkte auf über 500 Euro.

Menschen in der Hauptstadt werfen ungenutzte Dinge seltener weg.

43 Prozent der Berlinerinnen und Berliner geben an, im letzten Jahr ungenutzte Dinge entsorgt zu haben. Im Vergleich zu ganz Deutschland (50 Prozent) werden damit in Berlin seltener ungenutzte Produkte weggeworfen. Generell verkaufen (51 Prozent) oder verschenken (50 Prozent) die Menschen in Berlin etwas häufiger als zu entsorgen.

Berlinerinnen und Berliner unter 30 Jahren (65 Prozent) verkaufen ungenutzte Dinge deutlich häufiger als jene über 30 Jahren (48 Prozent).

Sie entsorgen ungenutzte Produkte, weil ...

48 % ... ihnen der Aufwand für einen Verkauf zu hoch ist.

40 % ... das Produkt defekt war.

33 % ... sie bezweifeln, dass diese noch einen Wert hatten.

28 % ... die Reparatur nicht lohnend erschien.

27 % ... sie überzeugt davon sind, dass das Produkt wertlos war.

23 % ... sie nicht wussten, wo oder wie sie das Produkt verkaufen können.

20 % ... weil sie keinen Käufer / keine Käuferin gefunden haben.

Männer in Berlin (56 Prozent) werfen wesentlich häufiger Dinge weg, weil ihnen der Aufwand für den Verkauf zu hoch ist, als Frauen (40 Prozent). Bundesweit empfinden beide Geschlechter den Aufwand gleichermaßen als störend (jeweils 44 Prozent).

In der Gruppe der 16- bis 29-Jährigen wissen 37 Prozent der Befragten in Berlin nicht, wo oder wie sie ungenutzte Dinge entsorgen können.

Zur besseren Wiederverwendung von Gebrauchtwaren wünschen sich die Menschen in Berlin ...

55%
... ein Reparatur-Netzwerk, damit Produkte länger genutzt werden können.

50%
... mehr Annahme- und Ankaufstellen von Gebrauchtwaren in der Nähe.

47%
... die Erleichterung der Abgabe oder Spende von Gebrauchtwaren.

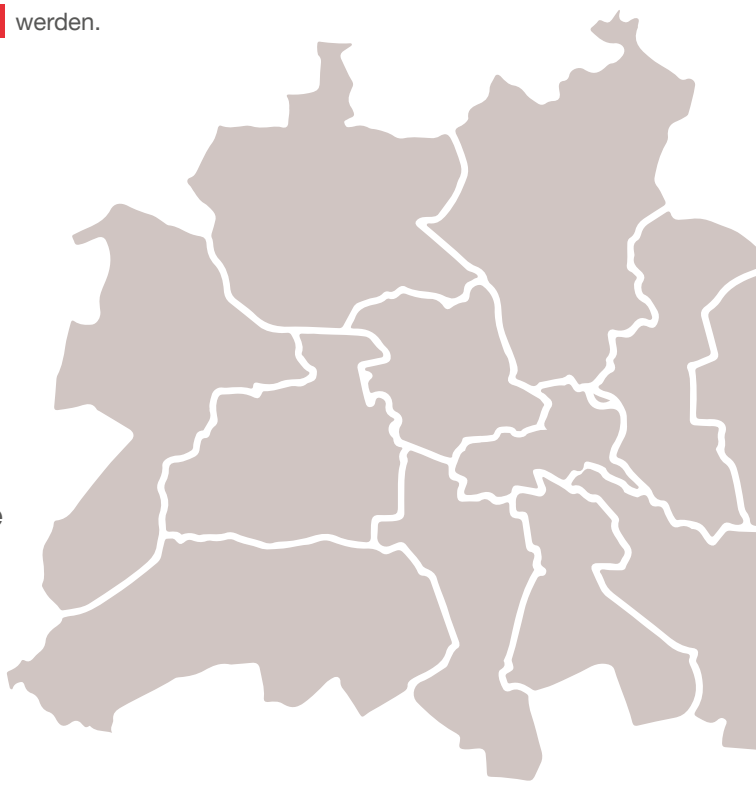
45%
... die Abholung von Gebrauchtwaren von zu Hause.

40%
... eine bessere, bzw. mehr Informationen über Annahmestellen von Gebrauchtwaren.

Wiederverwenden statt Wegwerfen Re-Use BERLIN

Die von der Berliner Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz gestartete Initiative Re-Use Berlin hat zum Ziel, die Bürgerinnen und Bürger zur Wiederverwendung gebrauchter Produkte anzuregen. Damit sollen **unnötige Abfälle vermieden** werden.

13 Prozent der Befragten kennen die Re-Use-Initiative des Landes Berlin zur Wiederverwendung von Gebrauchtwaren.



Wer die Re-Use-Initiative kennt, kauft häufiger gebraucht. Circa die Hälfte (45 Prozent) derer, denen die Re-Use-Initiative bekannt ist, gibt an, häufiger gebraucht zu kaufen.

Bekanntheit der Re-Use-Stores und Gebrauchtwarenhäuser:

10 %
Re-Use-Store im Karstadt Hermannplatz

10 %
Gebrauchtwarenhaus NochMall in Reinickendorf

5 %
Re-Use-Zentrum im Haus der Materialisierung in Mitte

76 %
„Ich kenne keines der genannten Häuser."

Handeln mit gebrauchten Dingen liegt im Trend.

43 Prozent der Menschen in Berlin kaufen mindestens zweimal im Jahr etwas Gebrauchtes, damit liegt die Hauptstadt leicht über dem Bundesdurchschnitt.

Rund die Hälfte der Menschen in Berlin (47 Prozent) verkauft mindestens dreimal im Jahr etwas Gebrauchtes.

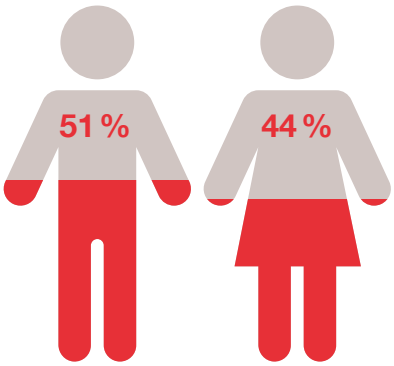
Für die Menschen in Berlin sind die wichtigsten Vorteile des Gebrauchtkaufs, dass ...

47 % ... sie dabei Geld sparen können.

44 % ... Ressourcen nicht unnötig verbraucht werden.

36 % ... sie sich Produkte kaufen können, die sie sich neu nicht leisten könnten.

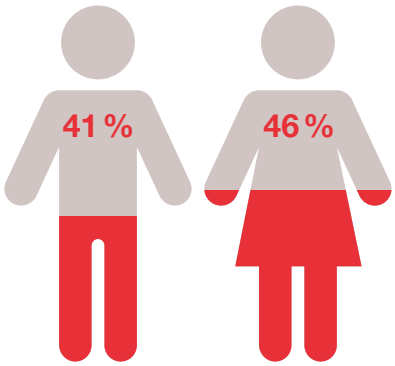
32 % ... sie sich Produkte kaufen können, die es im Handel nicht mehr gibt.



Ersparnis

Männer setzen eher auf Ersparnis, Frauen auf Umweltschutz.

Während Männer den größten Vorteil des Gebrauchtkaufs in der Ersparnis sehen, sehen Frauen den größten Vorteil in der Schonung von Ressourcen.



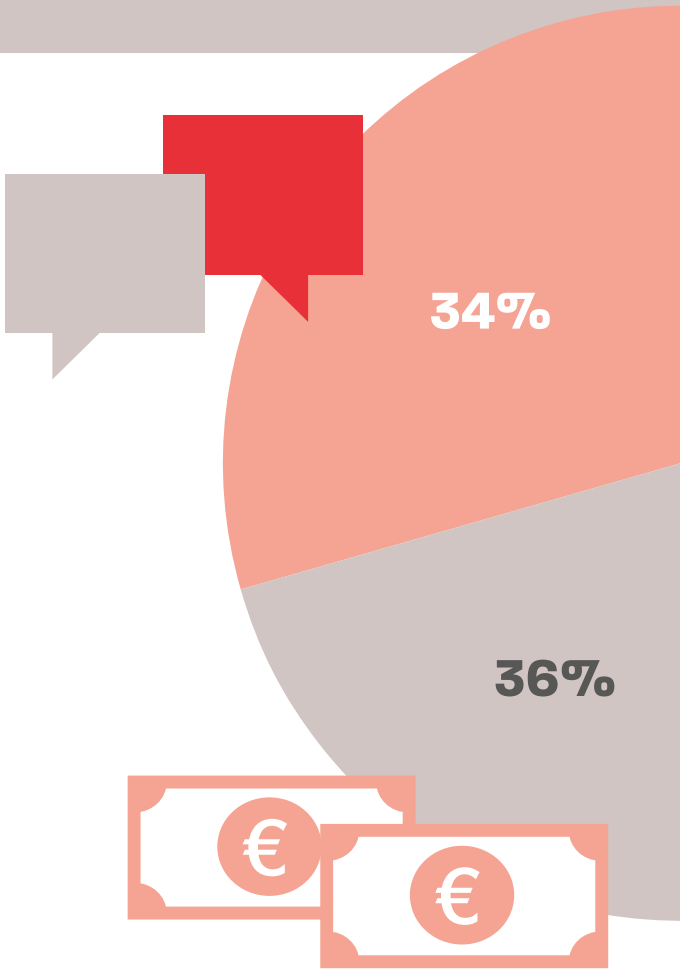
Umweltschutz

Die drei größten Nachteile des Gebrauchtkaufs für Menschen in Berlin

- **36 %** Unsicherheit über die Funktionsfähigkeit des Produkts
- **34 %** Fehlender Anspruch auf Gewährleistung
- **31 %** Sorge um die Vertrauenswürdigkeit des Verkäufers / der Verkäuferin

Die drei wichtigsten Vorteile für den Verkauf gebrauchter Produkte

Die drei größten Hürden für den Verkauf gebrauchter Dinge



1

„Ein Produkt, das für mich wertlos ist, kann für einen anderen Menschen noch einen Wert haben."
(56 Prozent, Bund: 58 Prozent)

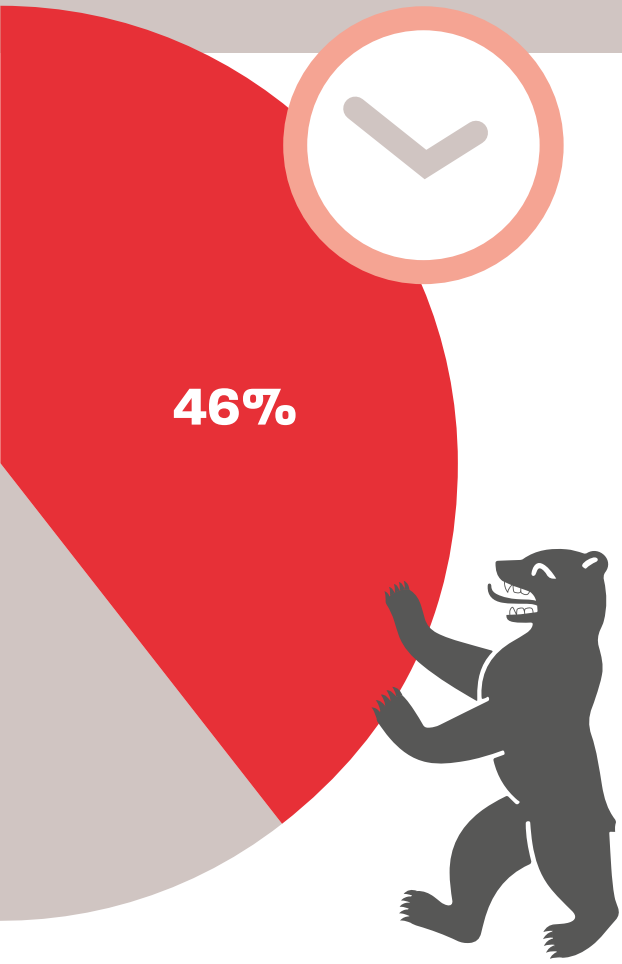
2

„Mit dem Verkauf ungenutzter Produkte tue ich etwas Gutes für die Umwelt, indem ich den Lebenszyklus der Produkte verlängere."
(46 Prozent, Bund: 49 Prozent)

3

„Der Verkauf ungenutzter Produkte ist für mich eine zusätzliche Einnahmequelle."
(40 Prozent, Bund: 38 Prozent)

Für Berliner Frauen spielt Umweltschutz eine größere Rolle beim Verkauf gebrauchter Produkte als für Männer: So geben mehr als die Hälfte der Frauen (52 Prozent) an, mit dem Verkauf etwas Gutes für die Umwelt zu tun, indem sie den Lebenszyklus der Produkte verlängern. Bei Männern sind es nur 39 Prozent.



- **Großer Zeitaufwand**
- **Unsicherheit über den Preis, der für das Produkt noch verlangt werden kann**
- **Anstrengende Kommunikation mit dem Käufer bzw. der Käuferin**

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

2020: n=1.023
2021: Gesamt n=1.007; Berlin n=547

Erhebungszeitraum

2020: 03.09.2020 bis 07.09.2020
2021: 25.08.2021 bis 02.09.2021

Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz Berlin

Die Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz ist Teil der Landesregierung Berlins. Als oberste Landesbehörde ist sie zuständig für die Umwelt-, Verkehrs- und Klimaschutzpolitik in der deutschen Hauptstadt und treibt Themen wie Kreislaufwirtschaft, Klimaschutz und die Mobilitätswende aktiv voran. Die Senatsumweltverwaltung hat auch die Re-Use-Initiative in Berlin gestartet.

Wuppertal Institut

Das Wuppertal Institut erforscht und entwickelt Leitbilder, Strategien und Instrumente für Übergänge zu einer nachhaltigen Entwicklung auf regionaler, nationaler und internationaler Ebene. Im Zentrum stehen Ressourcen-, Klima- und Energieherausforderungen in ihren Wechselwirkungen mit Wirtschaft und Gesellschaft. Die Analyse und Induzierung von Innovationen zur Entkopplung von Naturverbrauch und Wohlstandsentwicklung bilden einen Schwerpunkt seiner Forschung. Im Fokus der Forschung des Wuppertal Instituts stehen Transformationsprozesse zu einer nachhaltigen Entwicklung. Die Forschungsarbeiten hierzu bauen auf disziplinären wissenschaftlichen Erkenntnissen auf und verbinden diese bei der transdisziplinären Bearbeitung komplexer Nachhaltigkeitsprobleme zu praxisrelevanten und akteursbezogenen Lösungsbeiträgen. Problem, Lösungsansatz und Netzwerke sind dabei gleichermaßen global, national sowie regional/lokal ausgerichtet.

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.