



HDE ONLINE-MONITOR NEWS

Mai 2021

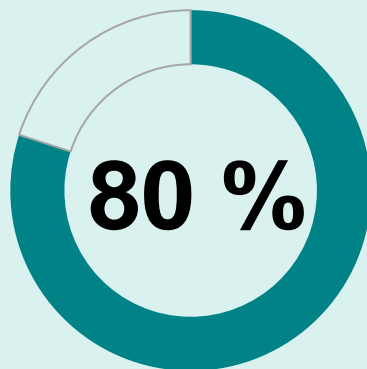
Nachhaltigkeit und Second Hand

Die steigende Relevanz von Nachhaltigkeit zeigt sich mittlerweile in vielen Bereichen des Lebens. Dementsprechend sollte das Thema seitens der Händler auch nicht nur im Produktsortiment, sondern in der Unternehmensstrategie einen Platz finden.

Gelebte Nachhaltigkeit – nicht nur im Einkaufsverhalten

Nachhaltigkeit spielt auch beim Onlineeinkauf eine wichtige Rolle. Ganze 80 Prozent der Internetnutzer:innen haben sich demnach im Zusammenhang mit der Bestellung von Produkten bei Onlinehändlern schon einmal über das Thema Nachhaltigkeit Gedanken gemacht. Doch hierbei bleibt es nicht. Neben dem Einkaufsverhalten versuchen große Teile der Internetnutzer:innen auch ihr Essverhalten, ihre Reisen und ihre Mobilität nachhaltig zu gestalten.

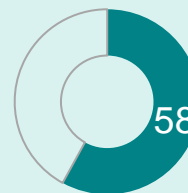
Nachhaltigkeit spielt bei den Internetnutzer:innen eine Rolle



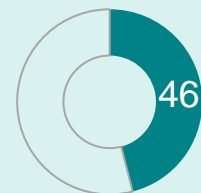
... haben sich in Zusammenhang mit der Bestellung von Produkten bei Online-/Versandhändlern schon einmal über das Thema Nachhaltigkeit Gedanken gemacht.

Hierbei versuche ich nachhaltiger zu handeln ...

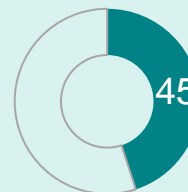
Einkaufsverhalten



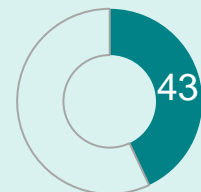
Essverhalten



Reisen



Mobilität

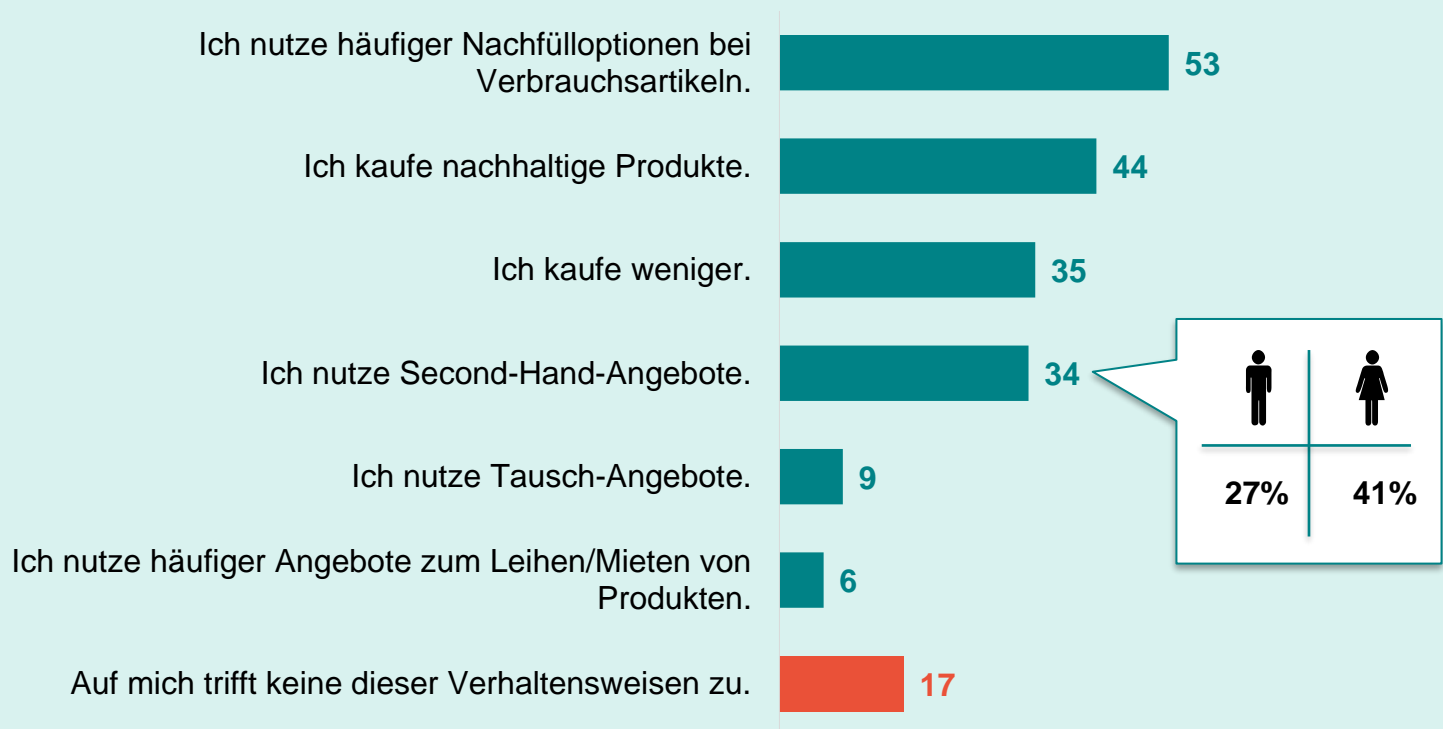


Lesebeispiel: 58% der Internetnutzer:innen versuchen hinsichtlich ihrem Einkaufsverhalten nachhaltiger zu handeln.

Basis Internetnutzer:innen (ab 14 Jahre): 832 ≤ n ≤ 1.521; Angaben in %
Quelle: IFH KÖLN 2020/2021.

Nachhaltiges Einkaufsverhalten in verschiedenen Formen

Nachhaltiges Einkaufsverhalten kann verschiedene Formen annehmen. Neben dem Fokus auf nachhaltige Produkte findet insbesondere die Nutzung von Nachfüloptionen bei Verbrauchsartikeln hohen Anklang. Des Weiteren sind Second-Hand-Angebote schon lange keine Nische mehr: So gibt ein Drittel der Internetnutzer:innen an, Second-Hand-Angebote zu nutzen. Insbesondere Frauen zeigen sich ihnen gegenüber aufgeschlossener.



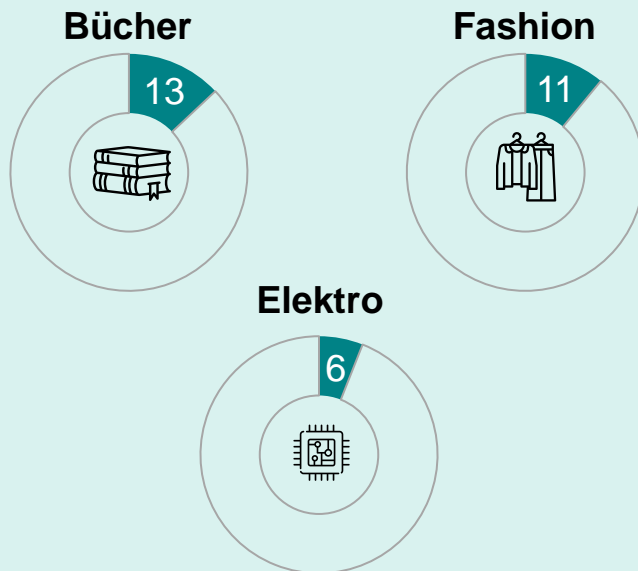
Lesebeispiel: 53% der Internetnutzer:innen nutzen häufiger Nachfüloptionen bei Verbrauchsartikeln.

Basis Internetnutzer:innen (ab 14 Jahre): 832 ≤ n ≤ 1.521; Angaben in %
Quelle: IFH KÖLN 2020/2021.

Second Hand als relevanter Umsatz-Faktor

Bei Büchern und Fashion liegt der Anteil gebraucht gekaufter Produkte bei Onlinekäufen bereits über der 10%-Marke, im Elektro-Bereich immerhin bei 6 Prozent. Damit machen Second-Hand-Angebote in diesen Kategorien schon jetzt einen relevanten Anteil am Markt aus. 2020 haben Verbraucher:innen online ca. 4,5 Mrd. € in diesen drei Kategorien für gebrauchte Produkte ausgegeben.

Anteil gebraucht gekaufter Produkte an Onlinekäufen in den jeweiligen Kategorien



**Onlineumsatz
Second-Hand-Ware***
(hochgerechnet)

≈ **4,5 Mrd. Euro**

haben Verbraucher:innen
online für Second Hand-Ware
in den drei Kategorien 2020
ausgegeben

* Second-Hand-Umsatz ist nicht in sonst ausgewiesenem Onlineumsatz (HDE Online-Monitor) enthalten, da dort nur Neuware berücksichtigt wird.

Basis Internetnutzer:innen (ab 14 Jahre): $1.405 \leq n \leq 1.521$; Angaben in %

Quelle: IFH KÖLN 2020/2021.