



# Secondhand im Handel neu gedacht: Vom Nischensegment zur strategischen Wachstumschance

Webinar | 11. Februar 2026 | Kampagne „Erfolgreich handeln“

## Agenda

- 1 Kampagne „Erfolgreich handeln“
- 2 Entwicklungen & Potenzial des Secondhand-Marktes
- 3 Operative Besonderheiten
- 4 Chancen und Herausforderungen
- 5 Fazit



# 1 Kampagne „Erfolgreich handeln“

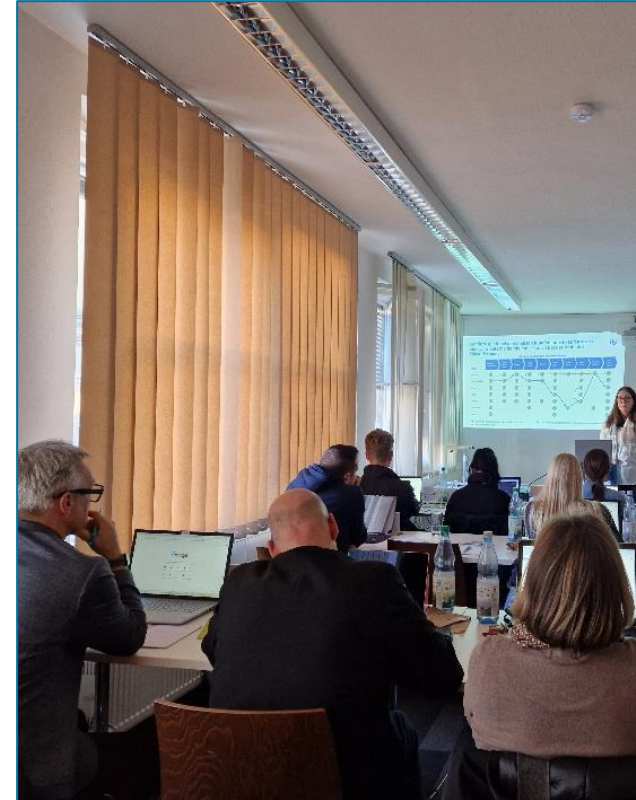
# Projekt „Erfolgreich handeln“ des Bayerischen Wirtschaftsministeriums

## Der Handel soll wettbewerbsfähig bleiben – wir unterstützen dabei!

Die Corona-Pandemie, der Krieg in der Ukraine und die damit verbundenen Preissteigerungen haben massiven Einfluss auf den Handel. Geändertes Einkaufsverhalten, veränderte Kundenbedürfnisse, hohe Energiekosten – wer in Zukunft noch erfolgreich sein will, muss sich anpassen. Die Kampagne „Erfolgreich handeln“ **des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie** hilft Ihnen dabei!

Projektlaufzeit: bis Dezember 2028

[www.erfolgreich-handeln.bayern](http://www.erfolgreich-handeln.bayern)



## Unser Bildungsangebot für Sie!

### Unsere Formate



Workshops



Webinare



Infoblätter

### Unser Auftritt



Website



Newsletter



Mediathek

### Unsere Themen

- E-Commerce
- Digitale Prozesse
- Nachhaltigkeit
- Digitale Sichtbarkeit
- Neue Geschäftsmodelle
- Soziale Medien
- IT-Sicherheit
- Bezahlverfahren
- ... und viele weitere

## Unsere WhatsApp Community



### Werden Sie Teil einer Gruppe an Branchenakteuren!

#### Was Sie dort finden werden:

- Hilfreiche Tipps für Händler, um die Digitalisierung zu meistern
- Anregungen zur Selbstreflexion und Mitmach-Challenges
- Neuigkeiten aus der Branche
- Informationen zu rechtlichen Neuerungen
- Aktuelle Hinweise auf kommende Veranstaltungen und Initiativen
- Community von Händlern, um Fragen zu stellen und Erfahrungen auszutauschen



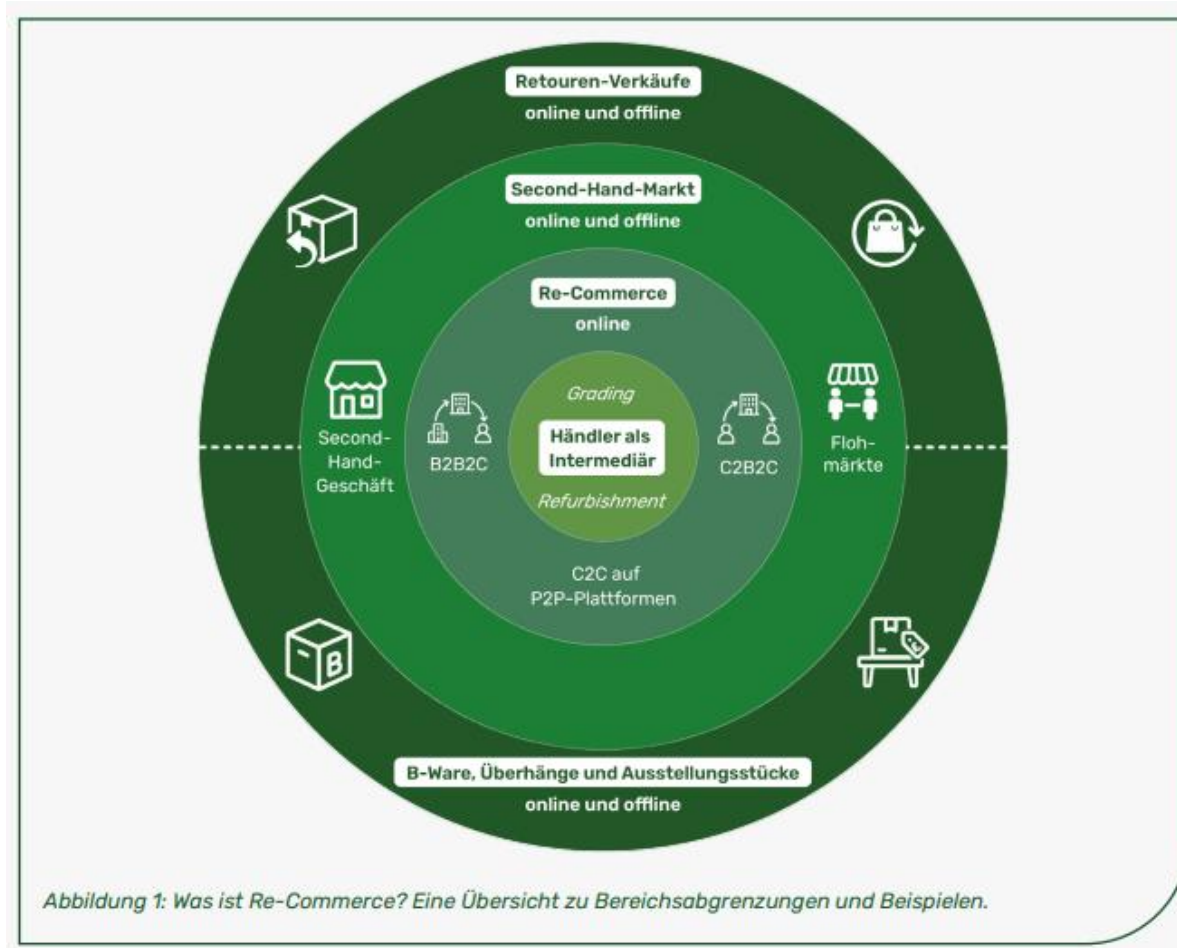
**Einladungslink:** <https://bit.ly/erfolgreich-handeln>





## ② Entwicklungen & Potenzial des Secondhand-Marktes

## Begriffserklärung: Secondhand & Re-Commerce



### Definition:

**Secondhand** beschreibt **gebrauchte Produkte** „aus zweiter Hand“, die von Privatpersonen oder Unternehmen (z. B. Händler, Hersteller) angeboten werden.

**Re-Commerce** (alternative Schreibweise „Recommerce“) bezeichnet den **Online-Handel** mit gebrauchten Produkten.

## Ökologisches Potenzial

Der **Kauf** von **gebrauchten Produkten** ist in der Regel deutlich **umweltfreundlicher**, **mit Einsparungen von 60 bis 80 Prozent der CO<sub>2</sub>-Äquivalente** pro Artikel gegenüber Neuware.



**Grund: Herstellung** dominiert die Umweltbilanz von Produkten – sie macht bis zu **95 Prozent der Emissionen** aus.

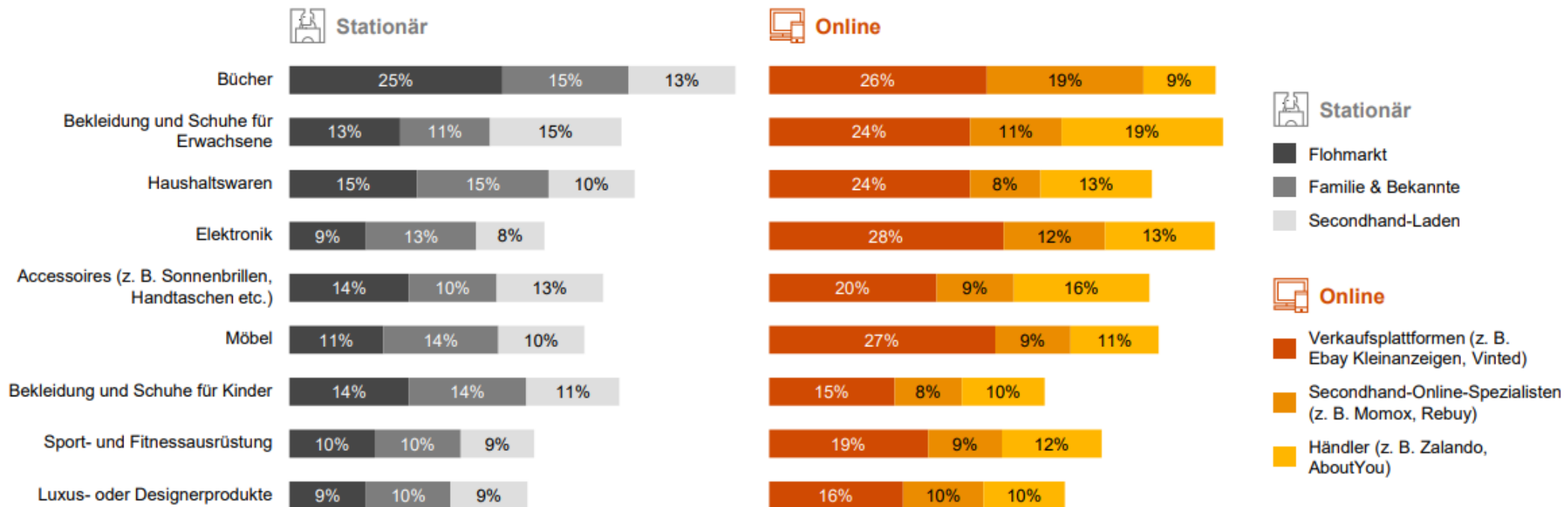


Bild: Canva



# Beliebte Kategorien im Secondhandhandel

## Anteil der befragten Konsument:innen, die Secondhand-Produkte über folgende Kanäle beziehen



Quelle: PwC Global Consumer Insights Survey  
PwC

September 2023  
5

Quelle: PwC (2023): <https://www.pwc.de/de/handel-und-konsumguter/pwc-secondhand-auf-wachstumspfad-trends-und-treiber.pdf>, S. 5

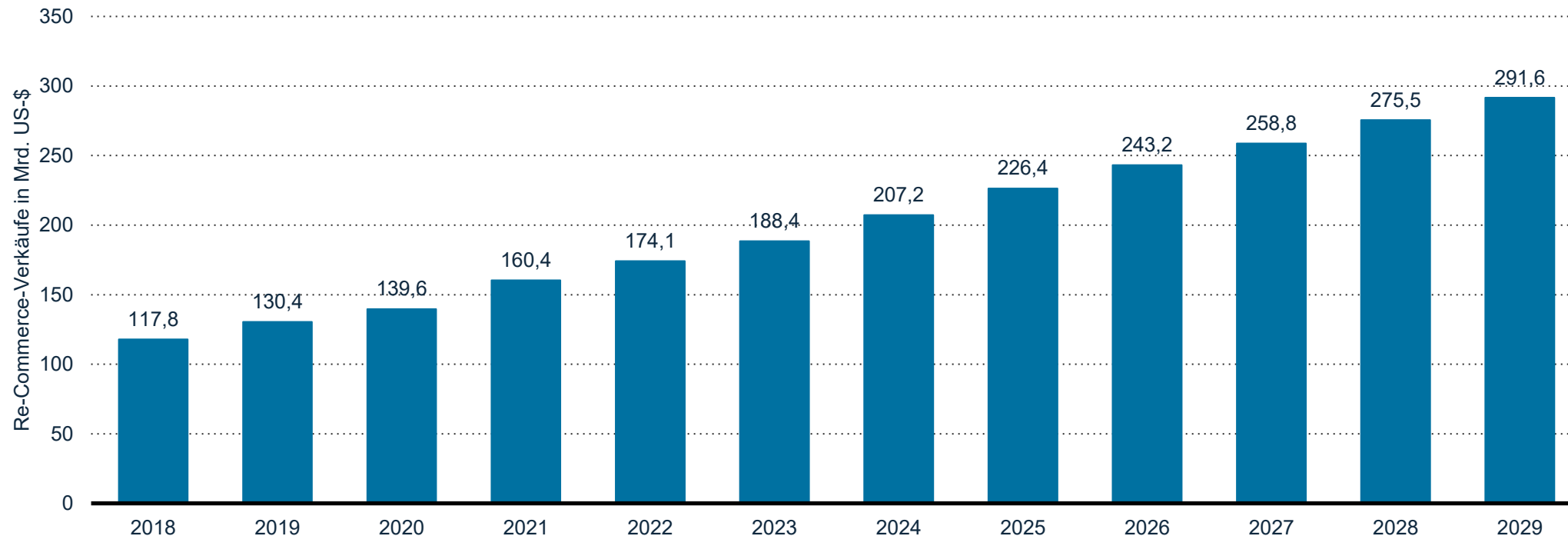


# Entwicklung des Re-Commerce in DE

Der **deutsche Re-Commerce-Markt** umfasste **2024 9,9 Milliarden Euro**

- mit einem **prozentualen Wachstum** i. H. v. **7,2 Prozent**

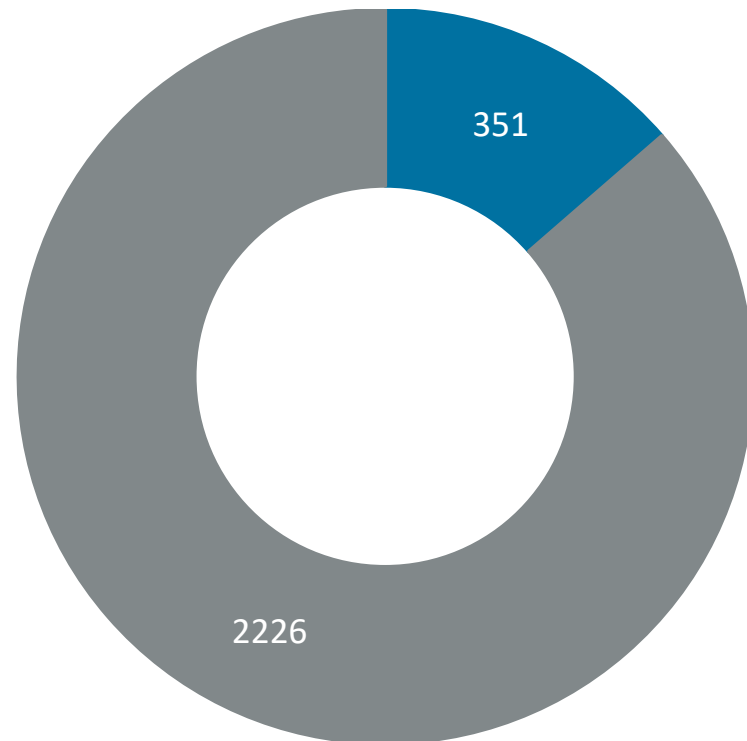
**Marktgröße des Re-Commerce weltweit 2018 bis 2023 (inkl. Prognose bis 2029)**



Quellen: [https://einzelhandel.de/images/Konjunktur/Online\\_Monitor\\_2025\\_HDE.pdf](https://einzelhandel.de/images/Konjunktur/Online_Monitor_2025_HDE.pdf) (oben); <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1420367/umfrage/marktgroesse-recommerce-weltweit/> (unten)



## Re-Commerce als Wachstumstreiber im Onlinehandel



**13,6 Prozent** des Gesamtwachstums werden durch Wachstum im **Re-Commerce** begründet

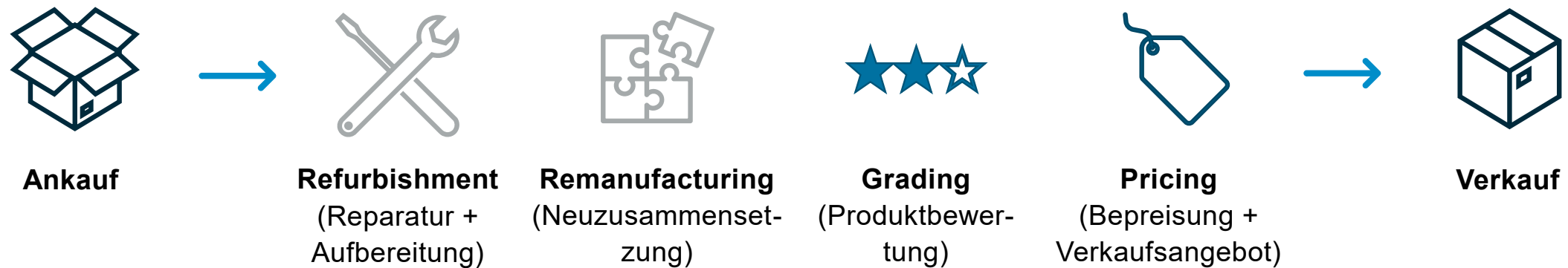
■ Re-Commerce Plattformen    ■ Restliche Anbieter



## 3 Operative Besonderheiten

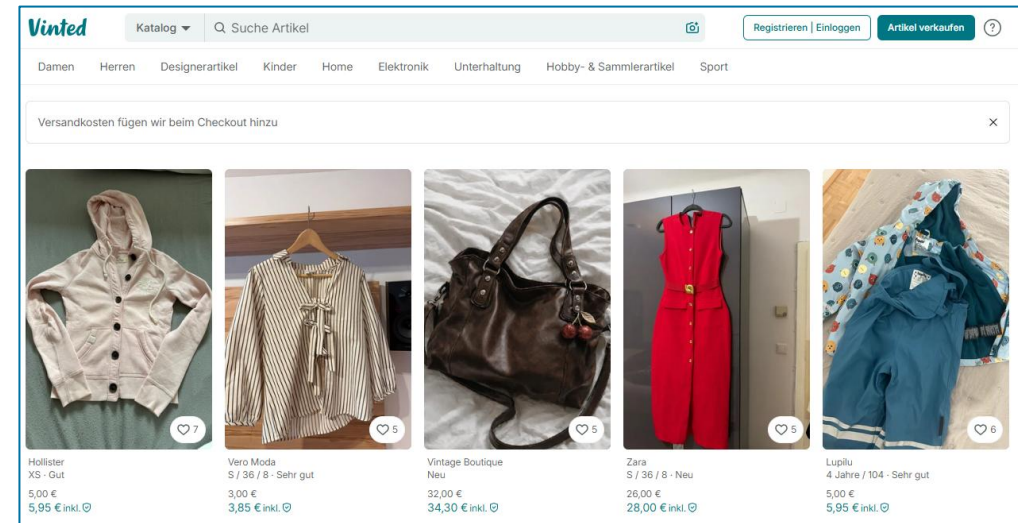


## Prozess im (C2)B2C

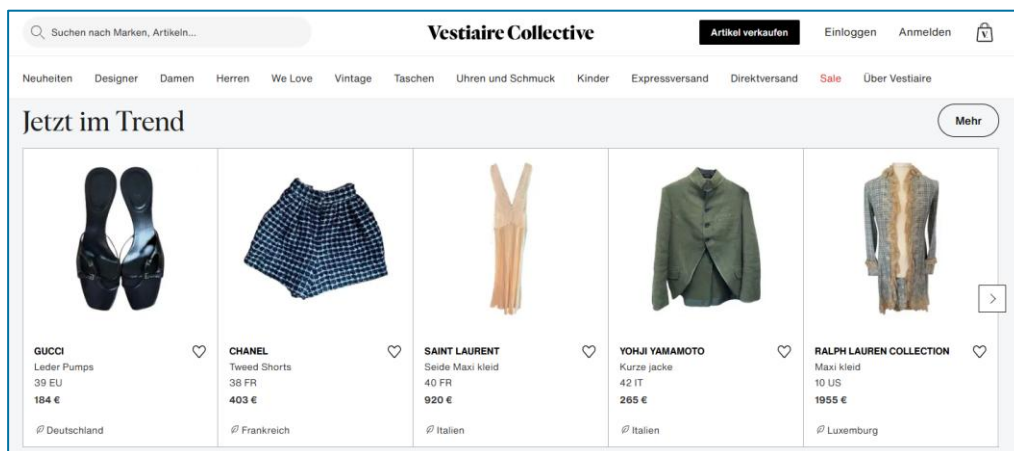


## Bekannte Plattformen und Ihre Fokusbereiche

- **Vinted:** P2P-Marktplatz vor allem für Bekleidung, Schuhe und Accessoires (früher: Kleiderkreisel / Mamikreisel)
- **Kleinanzeigen & facebook Marketplace:** P2P-Marktplätze für diverse Produkte
- **eBay:** Plattform für Neu- und Gebrauchtwarenhändler sowie C2C-Verkäufe



Screenshot: <https://www.vinted.at> am 10.02.26



Screenshot: <https://de.vestiairecollective.com/> am 10.02.26

- **Back Market:** Gebrauchtwarenhändler für Technik
- **Vestiaire Collective:** Marktplatz für B2C und C2C im Bereich Luxus- und Designermode und Resale-as-a-service



## Geschäftsmodelle

### P2P-Plattformen

Plattformen, über die Privatpersonen  
Gebrauchsgüter verkaufen und kaufen können.

Beispiele:  

### Gebrauchsgüterhändler

Handelsunternehmen, die gebrauchte Produkte  
ankaufen, ggf. aufbereiten und wieder verkaufen.

Beispiele:   

### Resale-as-a-Service

Dienstleister, die sich auf bestimmte  
Aufgabenbereiche bzw. Prozessschnittstellen im  
Secondhand-Handel spezialisieren.

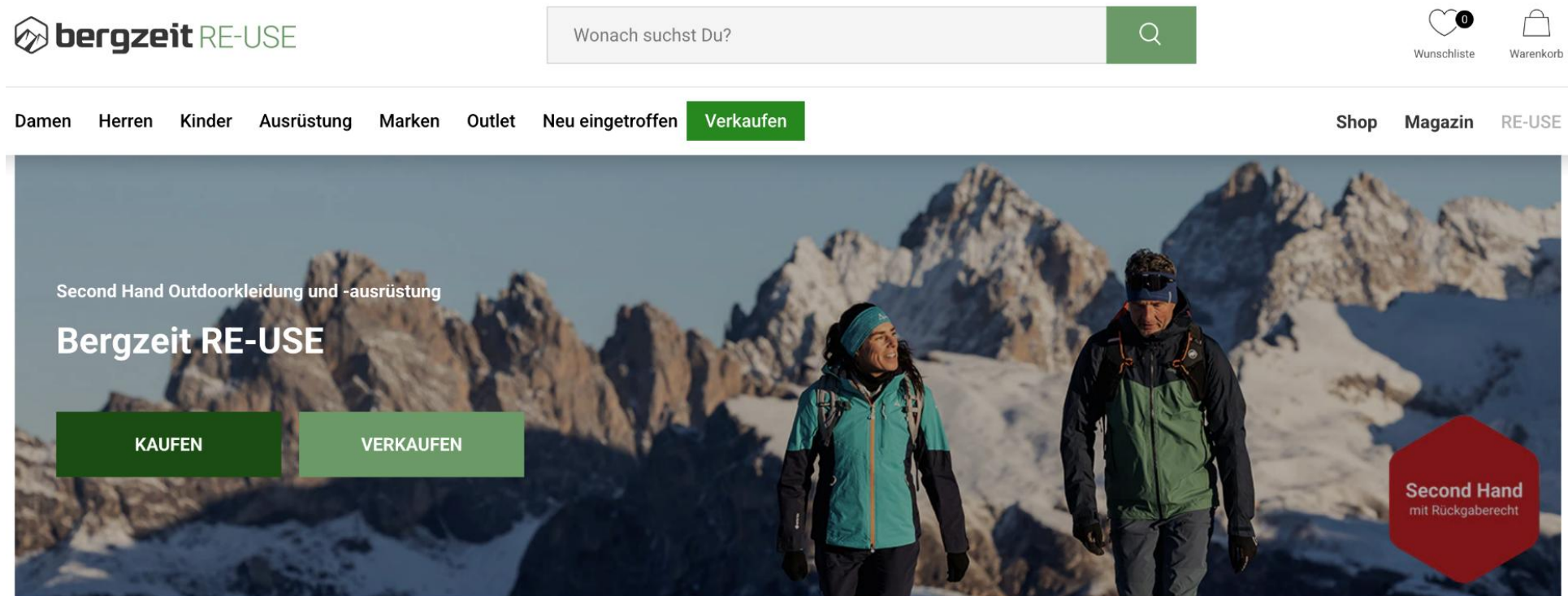
Beispiele:   

### Händler & Marktplätze mit Gebrauchsgütersegment

Neuwarenhändler, die Secondhand als zusätzliches  
Geschäftssegment integrieren, durch Eigenankauf,  
Partnerschaften oder Marktplatzlösungen

Beispiele:  

## Praxisbeispiel: Bergzeit Re-Use



The screenshot shows the homepage of the Bergzeit RE-USE website. At the top left is the logo for 'bergzeit RE-USE'. To its right is a search bar with the placeholder text 'Wonach suchst Du?' and a green search button. Further right are icons for 'Wunschliste' (wishlist) and 'Warenkorb' (shopping cart). Below the search bar is a navigation menu with categories: 'Damen', 'Herren', 'Kinder', 'Ausrüstung', 'Marken', 'Outlet', 'Neu eingetroffen', and 'Verkaufen' (highlighted in green). To the right of the navigation menu are links for 'Shop', 'Magazin', and 'RE-USE'. The main content area features a large banner image of two hikers in a mountainous landscape. Overlaid on the banner is the text 'Second Hand Outdoorbekleidung und -ausrüstung' and 'Bergzeit RE-USE'. Below this text are two buttons: 'KAUFEN' (dark green) and 'VERKAUFEN' (light green). In the bottom right corner of the banner, there is a red hexagonal badge with the text 'Second Hand mit Rückgaberecht'.

Screenshot: <https://reuse.bergzeit.de/>

# Praxisbeispiel: IKEA Zweite Chance



## Zweite-Chance

Im Rahmen unserer ganzheitlichen Nachhaltigkeitsagenda hat es sich IKEA zur Aufgabe gemacht, ein kreislauforientiertes Unternehmen mit einer positiven Klimabilanz zu werden und unseren CO2-Fußabdruck bis 2030 zu halbieren. Deshalb wollen wir unsere Produkte ausschließlich aus erneuerbaren und recycelten Materialien herstellen und nach den Prinzipien der Kreislaufwirtschaft designen. Indem wir Ressourcen nachhaltig nutzen und den Lebenszyklus der Produkte verlängern, entsteht ein Kreislauf, der unseren Produkten ein längeres oder vielleicht sogar mehr als ein Leben ermöglicht.

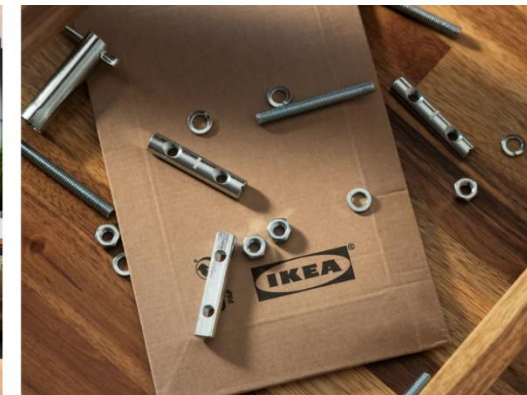
## Zweite-Chance-Markt



Gebrauchte Möbel kaufen



Rückkauf gebrauchter Möbel



Montage- und Ersatzteile

Screenshot: <https://www.ikea.com/de/de/circular/>

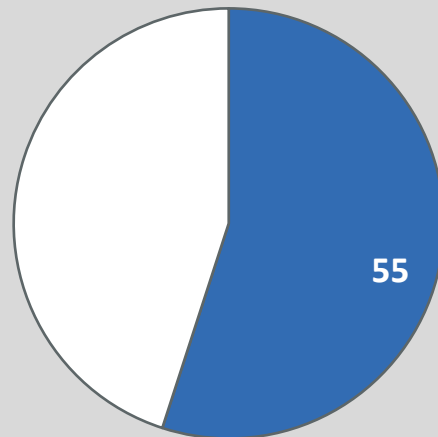


## 4 Chancen und Herausforderungen

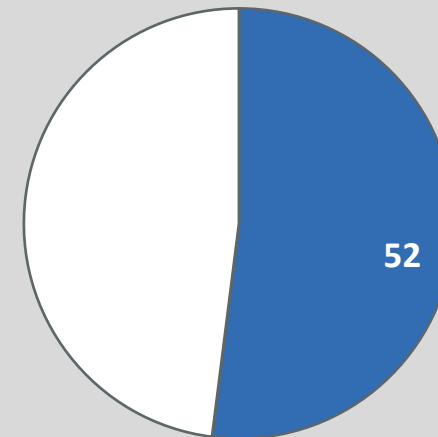


## Wer (ver)kauft im Re-Commerce?

- 55 % der Befragten haben im letzten Jahr gebrauchte Artikel online gekauft, 52 % haben selbst verkauft
- **Jüngere, höher gebildete und einkommensstärkere Gruppen** nutzen Re-Commerce intensiver



■ bereits gebrauchte Artikel im Internet erworben



■ bereits gebrauchte Artikel im Internet erworben

Quelle: Relevanz und Perspektiven des Re-Commerce für den deutschen Handel (2025)

## Konsumentenperspektive

### Kaufmotive

- **Nachhaltigkeit, Preisgünstigkeit, Preis-Leistung und Wohlstand** werden bewusst als Begründung benannt (*explizite Zustimmung*).
- Tatsächliche Kaufabsicht wird vorrangig beeinflusst durch **Preis-Leistungsverhältnis, Ersparnis und Spaß** (*implizite Zustimmung*).
- **Aktuelle Nicht-Käufer berichten als Hemmnis vor allem von Unsicherheit bezüglich des Produktzustands.**

### Verkaufsmotive

- **Nachhaltigkeit, Freude am Verkauf und Budgeterweiterung** (*explizite Zustimmung*).
- Verständlichkeit des Onlineverkaufs und Preisfairness (*explizite Zustimmung*).
- **Freude am Verkaufen und Nachhaltigkeit als Motivatoren** für erneuten Verkauf (*implizite Zustimmung*).



## Ersparnisse => Rebound-Effekt?

- **Risiko:** Einsparungen können auch in **Mehrkonsum** resultieren
- Konsumentenbefragung:  
Fast alle Konsumenten sparen durch den Kauf von Secondhand-Produkten gegenüber einem Neukauf (durchschnittliche **Einsparungen erreichen fast 50 Prozent**).

Verwendung	Operationalisierung	Mittelwert	% Zustimmung
Lebenshaltung	Verausgabung für die üblichen Lebenshaltungskosten	4,58	54,7 %
Onlinekauf Gebrauchtware	Kauf weiterer gebrauchter Produkte online	3,71	35,8 %
Sparen	Für künftige Anschaffungen zurückgelegt und noch nicht ausgegeben	3,64	34,4 %
Onlinekauf Neuware	Kauf weiterer Produkte als Neuware	3,42	26,5 %

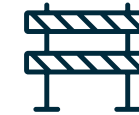
*Tabelle 9: Verwendung der Einsparungen von Re-Commerce-Käufern*

## Chancen & Herausforderungen für Handelsunternehmen



### Chancen:

- Stärkung von **Kundenbindungen** und **Erschließung neuer Kundengruppen**.
- Starker Stellhebel, um **Nachhaltigkeit** zu fördern (*implizite Motivation*).
- **Image-Gewinne** durch indirekte Unternehmenspositionierung.
- **Wirtschaftliche Chancen** in einem stark wachsenden Markt.



### Herausforderungen:

- **Komplexität** neuer Anforderungen an Preissetzung und Qualitätssicherung.
- Hohe manuelle **Prozesskosten** (Bewertung, Reparatur, Rückwärtslogistik).
- **Schwieriger Ankauf** von Gebrauchsgütern besonders bei Privatpersonen.
- **Rechtliche und regulatorische Barrieren** durch steuerliche Unsicherheiten, mangelnde Produktdaten und unklare Haftungs- und Transparenzpflichten.

## Möglichkeiten für den Einstieg

### Vorgestellte Fragen:

1. Welche Produkte/Produktgruppen eignen sich für den Wiederverkauf?
2. Ist die Zielgruppe offen für gebrauchte Produkte?
3. Gibt es interne Kapazitäten für Aufbereitung & Verkauf oder wäre eine Zusammenarbeit mit Partnern sinnvoll?

### Wichtig zu beachten:



Klein starten:  
**Pilotprojekte** in ausgewählten Produktbereichen



#### **Kundenkommunikation:**

Produktzustände und Bewertungsmaßstäbe transparent kommunizieren (gebraucht ≠ neu),  
Anreizsysteme für Produktankauf schaffen



#### Nachhaltigkeit **ganzheitlich** denken:

Secondhand in die Unternehmenskommunikation aufnehmen, aber auch andere Bereiche nicht vernachlässigen



**5** Fazit

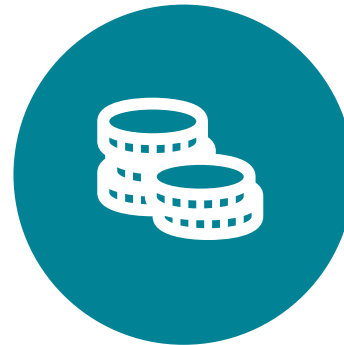
## Erfolgsfaktoren Gebrauchtwarenhandel



Nachhaltigere  
Alternativen



Regulierung  
(z.B.  
Ökodesign-VO)



Preis



Kundenerlebnis/  
Spaß-Faktor



Antwort auf  
individualisierte  
Gesellschaft

## Fazit

- Der Handel mit Secondhand-Produkten ist **kein kurzfristiger Trend**, sondern eine nachhaltige Geschäftspraxis, die einen Kompromiss zwischen preissensibler Kundschaft und Nachhaltigem Wachstum ermöglicht.
- Der Gebrauchtwarenhandel ist unabhängiger von internationalen Zoll- und Tarifverhandlungen.
- Gleichzeitig ist für Unternehmen der **operative Aufwand** hoch und ungewohnt, u. a. durch besondere Anforderungen an Logistik und Produktbewertung.

➔ Secondhandhandel ist **ökologisch sinnvoll** und bietet **wirtschaftliche Potenziale**.

Studiendokument „Relevanz und  
Perspektive des Re-Commerce für den  
deutschen Handel“





Fragen?

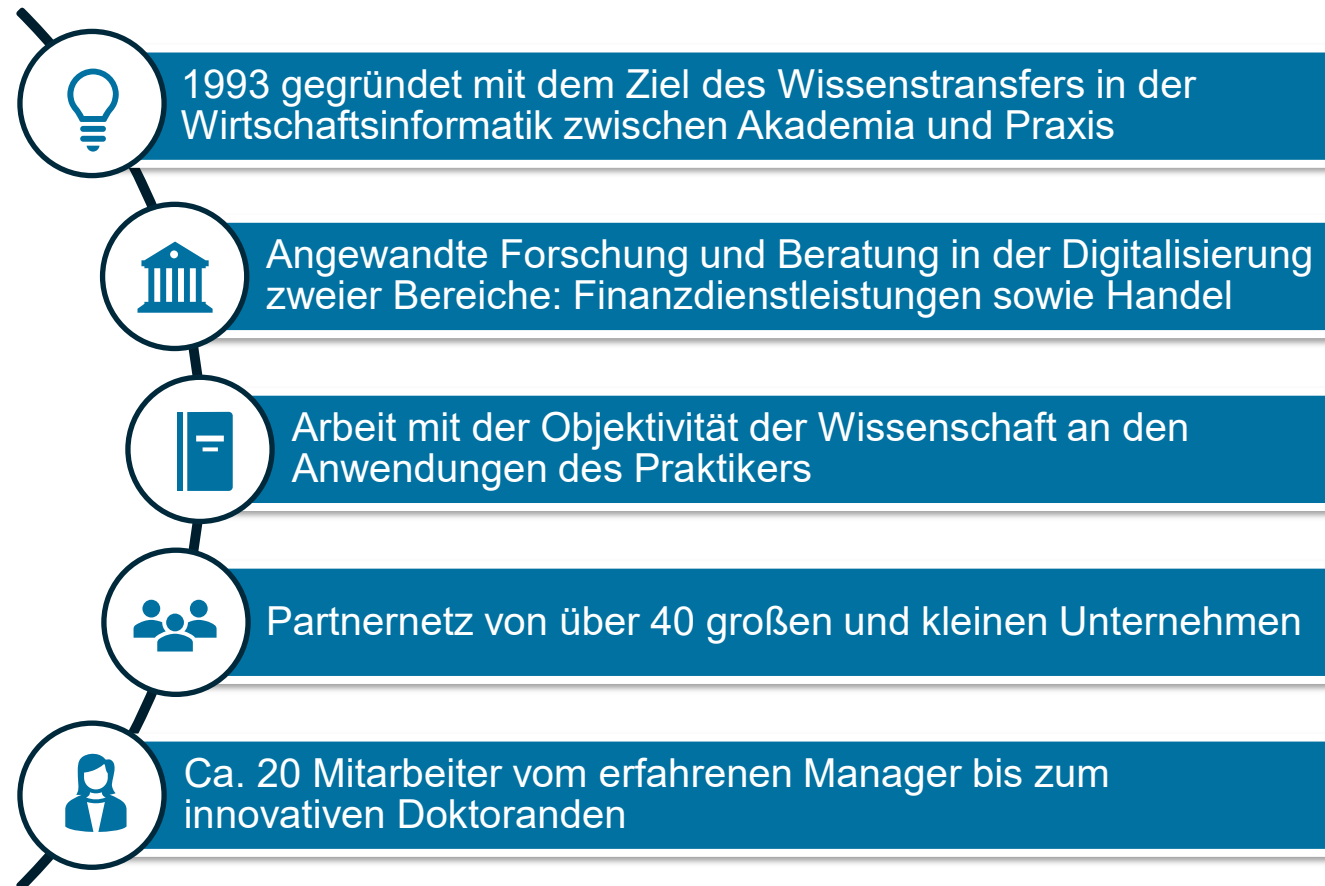
## Kommende Webinare

26.02.2026	08:30 Uhr	<b>Employer Branding und Recruiting mit LinkedIn: Mit der richtigen Strategie und geeigneten Formaten zum Erfolg</b>
03.03.2026	08:30 Uhr	<b>Aus der Praxis: Social-Media-Marketing: Sichtbarkeit und Reichweite auf Instagram und TikTok erzeugen</b>
11.03.2026	08:30 Uhr	<b>Grüne Logistik im Handel: Wie nachhaltige Lieferketten Wettbewerbsvorteile schaffen</b>
12.03.2026	08:30 Uhr	<b>IT-Sicherheit im Handel: Risiken erkennen und digitale Angriffe wirksam abwehren</b>
17.03.2026	08:30 Uhr	<b>Alle Sinne im Spiel: Hyper Physical Retail im Einzelhandel</b>

[www.erfolgreich-handeln.bayern](http://www.erfolgreich-handeln.bayern)



## Über ibi research



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



**ibi research an der Universität Regensburg GmbH**

Galgenbergstraße 25

93053 Regensburg



0941 788391-0



erfolgreichhandeln@ibi.de





## Partner & Unterstützer



research  
an der Universität  
Regensburg



Industrie- und Handelskammern  
in Bayern



Handelsverband  
Bayern  
HBE



Landesverband Bayern  
Großhandel · Außenhandel  
Dienstleistungen e.V.



Bayerisches Staatsministerium für  
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie  
[stmwi.bayern.de](http://stmwi.bayern.de)