

## PRESSEMITTEILUNG

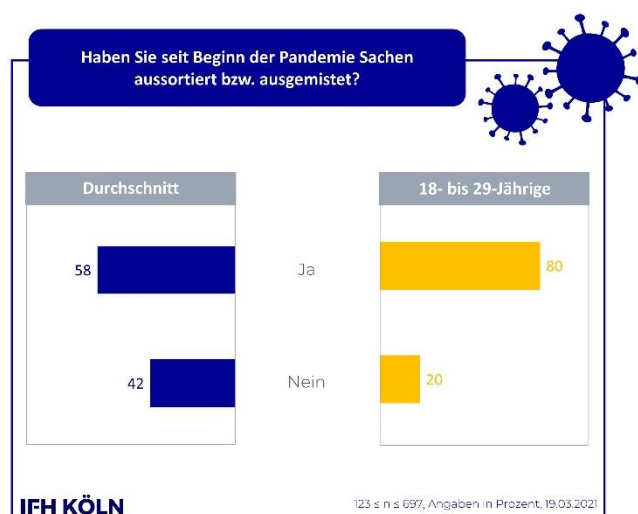
### **CORONA CONSUMER CHECK: PANDEMIE VERSTÄRKT SECONDHAND-SHOPPING**

*Der Corona Consumer Check des IFH KÖLN zeigt: An- und Verkauf von Gebrauchtware im Netz boomen. Schnäppchenjagd und Nachhaltigkeitsaspekte zählen zu den Hauptmotiven. Die Gewinner: eBay Kleinanzeigen und Amazon Marketplace.*

**Köln, 20. April 2021** — Der Onlinekanal boomt, das gilt auch für Secondhandprodukte. Was vor der Pandemie auf Flohmärkten stattfand, ist auf verschiedenen Plattformen auch online möglich. Davon machen Konsument:innen seit Beginn der Coronakrise im letzten Jahr verstärkt Gebrauch, wie aktuelle Daten des IFH KÖLN im Corona Consumer Check zeigen. Profiteure des Secondhandtrends sind vor allem die großen Marktführer eBay Kleinanzeigen und Amazon Marketplace, über die der Großteil der Gebrauchtware angeboten und verkauft wird. Geld zu sparen ist das Hauptmotiv beim Secondhand-Shopping. Auch der Wunsch, nachhaltiger zu konsumieren, spielt durchaus eine Rolle.

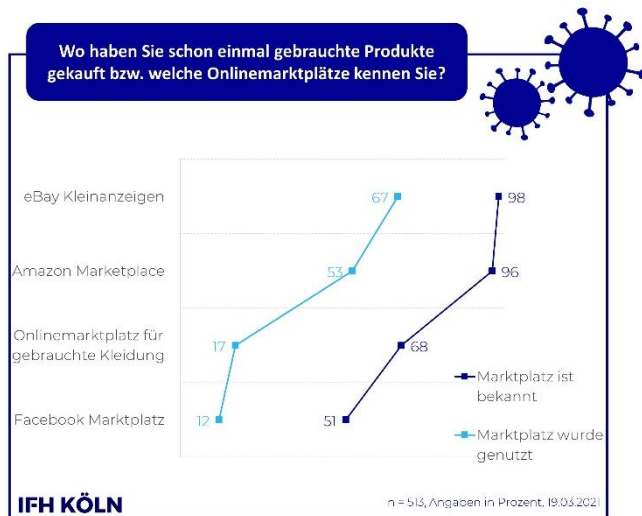
#### **Ausmisten ist Coronatrend**

Knapp zwei Drittel der Konsument:innen haben seit Beginn der Pandemie ausgemistet. Dabei scheint das Bedürfnis, sich von alten, gebrauchten Dingen zu trennen, bei den jüngeren Befragten zwischen 18 und 29 Jahren deutlich ausgeprägter zu sein (80 %). Altersgruppenübergreifend ging es dabei vor allem an den Kleiderschrank: 73 Prozent haben in der Pandemie Kleidung aussortiert, gefolgt von Schuhen (38 %) und Büchern (33 %).



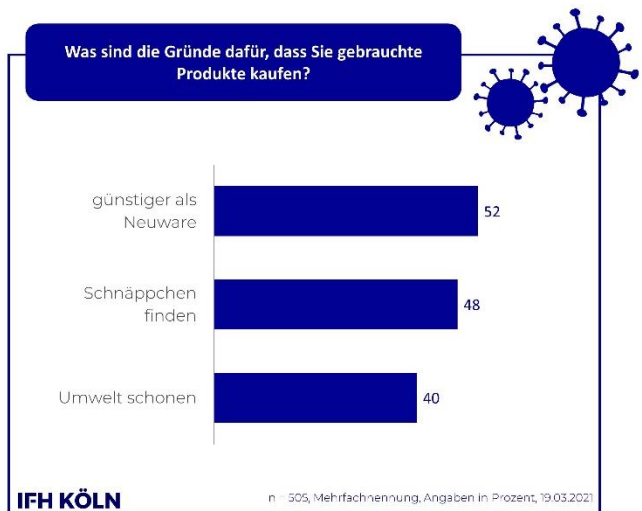
### Etablierte Anbieter dominieren

eBay Kleinanzeigen und der Amazon Marketplace sind auch bei Secondhandware die relevanten Kanäle. Nahezu alle befragten Konsument:innen kennen eBay Kleinanzeigen (98 %) und den Amazon Marketplace (96 %), dabei ist die Plattform von Amazon (53%) bei tatsächlichen getätigten Käufen weniger beliebt als eBay Kleinanzeigen (67 %). Andere Onlinemarktplätze speziell für Kleidung – zum Beispiel Vinted oder Mädchenflohmarkt – sind zwar mehrheitlich bekannt, werden aber erst von 17 Prozent wirklich genutzt. Verlierer unter den Onlinemarktplätzen ist der Facebook Marketplace mit verhältnismäßig wenig Käufen (12 %).



### Preis ist führendes Motiv

52 Prozent der Secondhandkäufer:innen kaufen Gebrauchtes vor allem, um Geld zu sparen. Auch die Suche nach besonderen Schnäppchen spielt oft eine Rolle (48 %). Für 40 Prozent der Befragten sind Nachhaltigkeitsaspekte ausschlaggebend, um Secondhandware zu kaufen.



Wörter der Meldung: 318

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.330

Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung ist untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

### Über die Daten

Anlässlich der aktuellen Coronakrise analysiert das IFH KÖLN im Rahmen des „Corona Consumer Check“ bevölkerungsrepräsentativ das Stimmungsbild zum Konsumverhalten in Deutschland. Hierfür werden 500 Konsumentinnen und Konsumenten in einer repräsentativen Onlinebefragung zu ihrem Einkaufsverhalten befragt. 2020 führte das IFH KÖLN sieben Befragungen zwischen März und Dezember durch. 2021 fand die erste Befragung Ende Januar statt, die vorliegende Befragung wurde Mitte März 2021 durchgeführt und ist damit bereits der neunte Corona Consumer Check.

Mehr Informationen zum „Corona Consumer Check“ sowie die Ergebnisse der vergangenen Befragungen und die aktuelle Untersuchung gibt es zum Download [hier](#).

### **Über das IFH KÖLN**

Als Brancheninsider liefert das IFH KÖLN Informationen, Marktforschung und Beratung zu handelsrelevanten Fragestellungen rund um eine erfolgreiche Gestaltung der Zukunft und der Entwicklung passender Geschäftsmodelle. Das IFH KÖLN ist erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen und Handelsstandorte erfolgreich und zukunftsfähig machen. Durch die Betrachtung von Märkten, Kunden und dem Wettbewerb, bietet das IFH KÖLN einen 360°-Blick für die Strategieableitung bei handelsrelevanten Themen. In maßgeschneiderten Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um Digitalstrategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt. Mit der Tochtermarke ECC KÖLN ist das IFH KÖLN seit 1999 im E-Commerce aktiv und widmet sich dem Community- und Knowhow-Transfer für die Digitalisierung im Handel.

Mehr unter: [www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)