

PRESSEMITTEILUNG

KONSUMVERZICHT TREIBT NACHHALTIGKEITSBEWUSSTSEIN

Konsumverzicht, Secondhand, Upcycling: Nachhaltiger Konsum wird für Verbraucherinnen und Verbraucher zunehmend wichtig. Für 58 Prozent ist Nachhaltigkeit ein entscheidendes Kaufkriterium. Ein Treiber: Die Inflation. Der Markt um Secondhand und Upcycling konnte durch geringere Preise im vergangenen Jahr dazugewinnen.

Köln, 25. Mai 2023 — Das Thema Nachhaltigkeit ist im Bewusstsein der Verbraucherinnen und Verbraucher immer stärker verankert und hat Einfluss auf das Konsumverhalten, insbesondere in Zeiten der Inflation. Knapp 60 Prozent der Konsumierenden haben nach eigenen Angaben ein Nachhaltigkeitsbewusstsein entwickelt und knapp 40 Prozent zählen sich zu nachhaltigkeitsorientierten Käufer:innen. Zu diesen und weiteren Ergebnissen kommt der „Konsummonitor Nachhaltigkeit: Reduce, Reuse, Recycle, Repair“, den das IFH KÖLN im Auftrag des Handelsverbandes Deutschland (HDE) erstellt hat und der verschiedene Facetten des nachhaltigen Konsums aus Sicht der Konsumierenden und aus Handelssicht beleuchtet.

„Nachhaltigkeit wird für den Handel immer wichtiger. Dabei spielt aber ebenso der Preis und der Faktor Convenience beim Kauf eine wichtige Rolle. In diesem Spannungsfeld müssen Unternehmen einen transparenten Ansatz finden, um Konsument:innen zu nachhaltigen Kaufentscheidungen zu motivieren,“ so Dr. Susanne Eichholz-Klein, Bereichsleiterin Market Insights am IFH KÖLN.

Konsumverzicht für mehr Nachhaltigkeit

Knapp drei Viertel der Konsument:innen in Deutschland haben im letzten Jahr bewusst verzichtet – sei es auf Lebensmittel, Nonfood-Artikel oder Freizeit-Aktivitäten. Die Kaufzurückhaltung ist im Rahmen von branchenübergreifenden Preissteigerungen zwar vor allem von der Inflation getrieben, jedoch geben mehr als 40 Prozent der Konsument:innen an, Verzicht zu üben, um die Umwelt zu schützen oder nachhaltiger zu leben.

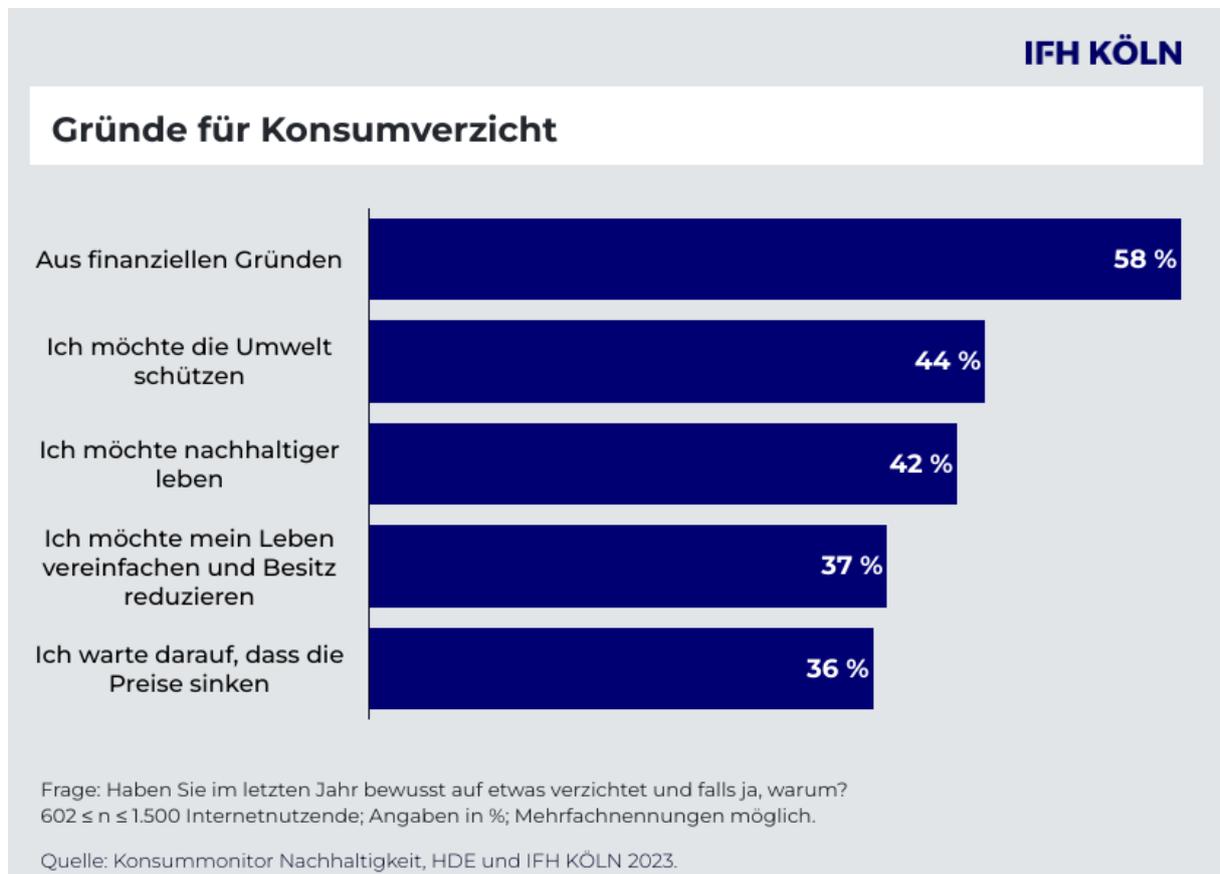
Wiederverwenden: Reparaturleistungen im Trend

Neben dem Trendthema Secondhand-Shopping, das besonders im Bereich Fashion und Accessoires beliebt ist, wird vor allem der Bereich rund um Repair und Recycle im Bereich des nachhaltigen Konsumierens immer wichtiger. Das Ausgabevolumen für Reparaturleistungen bei Nonfood-Produkten ist seit 2019 jährlich durchschnittlich um drei Prozent gewachsen. Vor allem der stationäre Handel ist für Reparatur-Leistungen die präferierte Anlaufstelle: Spezialist:innen aus dem Handwerk (Schuhmacher:innen, Schreiner:innen) sowie der Fachhandel – insbesondere bei Elektronikprodukten.

„Dem Einzelhandel kommt an der Schnittstelle zwischen Herstellern und Endverbraucher eine besondere Rolle zu. Durch seine Sortimentsgestaltung und Transparenz über die Lieferkette stellt sich der Einzelhandel den Kundenwünschen nach ökologischem, verantwortlichem und bezahlbarem Konsum und sorgt für die flächendeckende Verfügbarkeit der entsprechenden

Waren," kommentiert Stefan Genth, Hauptgeschäftsführer des Handelsverbands Deutschland (HDE).

Wörter der Meldung: 361
Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.954



Die Grafik kann zur journalistischen Weiterverwendung [hier](#) heruntergeladen werden.

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 sind untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Über die Studie

Der „Konsummonitor Nachhaltigkeit: Reduce, Reuse, Recycle, Repair“, den das IFH KÖLN in Auftrag des Handelsverbandes Deutschland (HDE) erstellt hat, untersucht nachhaltigen Konsum mit einem Schwerpunkt auf Secondhand-Handel. Dazu hat das IFH KÖLN 1500 Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland befragt. Ergänzt wurden die Daten durch eine von Sellpy und Appinio durchgeführte Umfrage unter weiteren 1000 Konsumentinnen und Konsumenten.

Die komplette Studie kann beim HDE [heruntergeladen](#) werden.

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

Über den Handelsverband Deutschland (HDE)

Der Handelsverband Deutschland (HDE) ist die Spitzenorganisation des deutschen Einzelhandels. Insgesamt erwirtschaften in Deutschland 300.000 Einzelhandelsunternehmen mit über drei Millionen Beschäftigten an 450.000 Standorten einen Umsatz von mehr als 630 Milliarden Euro jährlich. www.einzelhandel.de.