



Wer nutzt den Online-Gebrauchtwarenmarkt?

Umweltorientierte, Prosumenten und andere User auf eBay

von Dirk Dalichau, Merle Hattenhauer, Birgit Blätzel-Mink und Saskia-Fee Bender

Können gebrauchte Waren und das Internet einen Beitrag zu nachhaltigem Konsum leisten? Diese Frage stand im Zentrum des Forschungsprojekts »Vom Consumer zum Prosumer – Entwicklung neuer Handelsformen und Auktionskulturen zur Unterstützung eines nachhaltigen Konsums«. Die Forschung wurde vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) gefördert und vom Berliner Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung (IZT), der Goethe-Universität und dem Borderstep Institut in Hannover durchgeführt. Deutschlands größter Online-Marktplatz eBay war aktiv eingebunden; so konnten 2500 eBay-Nutzerinnen und -Nutzer online befragt werden.

Dass individuelles Konsumverhalten einen Einfluss auf die Nachhaltigkeit einer Gesellschaft hat, ist nicht neu. Doch was geschieht mit Konsumgütern, die nicht mehr benötigt werden, aber noch voll funktionsfähig sind? Die Kinderkleidung ist zu klein, die Reifen passen nicht mehr für das neue Auto, der alte MP3-Player ist unattraktiv oder der Kleiderschrank passt nicht in die neue Dachwohnung. Die Produkte sind zum Wegwerfen zu schade, teuer waren sie eigentlich auch, doch was soll nun damit geschehen? Das Internet ermöglicht es, selbst für Ausgefallenes neue Nutzerinnen und Nutzer zu finden. So kann die Nutzungsdauer von Produkten verlängert, können Müll und Neuproduktion verringert werden.

Positive ökologische Effekte durch weniger Neukäufe und längere Nutzung

Wer im Internet gebrauchte Kameras, Designerjeans oder Couchtische erwirbt, hat damit kaum im Sinn, die Umwelt zu entlasten, trägt jedoch nicht selten dazu bei. In der Summe führt der Gebrauchtwarenhandel im Internet zu weniger Neukäufen und damit zu positiven ökologischen Effekten. Dies ist eines der zen-

tralen Ergebnisse unserer Forschung. Inwieweit ein Gebrauchtkauf tatsächlich ein neues Produkt ersetzt, hängt jedoch stark von der Produktgruppe ab. So hätten 40 Prozent der Befragten ohne eBay die gebrauchte erworbene Kinderkleidung neu gekauft, Notebooks hätten 26 Prozent neu erworben. Über ein Viertel der Käufer, die über eBay ein Sofa erwarben, vermieden so einen Neukauf.

Gebrauchtwarenkäufe entlasten aber nicht automatisch die Umwelt. Dr. Siegfried Behrendt vom IZT betont: »Wie sich die Verlängerung der Nutzungsdauer durch den partiellen Ersatz eines Neuproduktes auf die Umwelt auswirkt, kann nur produktspezifisch beantwortet werden. Unsere Abschätzungen zeigen, dass zum Beispiel die Nettobilanz der Treibhausgas-Emissionen für den privaten Gebrauchthandel auf eBay bei den Produkten positiv ausfällt, die während der Nutzung keinen Strom oder Wasser benötigen.« Das sind rund 80 Prozent der auf eBay gehandelten gebrauchten Produkte. Die anderen 20 Prozent, zu denen Kühlschränke, Spülmaschinen und Waschmaschinen gehören, schlagen nicht positiv zu Buche, weil alte Geräte einen höheren Energieverbrauch haben als neue.

Einstellungen und Verhalten der eBay-Nutzer

Neben dem Nutzungsverhalten auf eBay waren vor allem Einstellungen zu Umwelt, gebrauchten Produkten und zum Weiterverkauf der Befragten von Interesse. Zudem sollte eruiert werden, inwieweit nachhaltige Versandoptionen genutzt werden. Unter den befragten eBay-Nutzerinnen und Nutzern sind 57 Prozent Männer und 43 Prozent Frauen, die Altersgruppe zwischen 30 und 49 Jahren ist mit 57 Prozent am stärksten vertreten. Das Bildungsniveau der Befragten ist relativ hoch: 49 Prozent haben Abitur, 37 Prozent die Mittlere Reife. Etwas mehr als die Hälfte ist verheiratet

(54 Prozent), ein großer Teil lebt mit Partner/-in und Kind(ern) (41 Prozent), ein anderer nur mit Partner/-in (32 Prozent). Während die Männer zumeist in Vollzeit (72 Prozent) und nur selten in Teilzeit (5 Prozent) beschäftigt sind, arbeiten Frauen deutlich häufiger in Teilzeit (25 Prozent) oder sie befinden sich in Elternzeit (12 Prozent). Das Nettoeinkommen in 55 Prozent der Haushalte beträgt weniger als 2500 Euro monatlich.

eBay-Nutzerinnen und -nutzer sind mehr als nur Konsumenten. Für den Verkauf müssen Produktbeschreibungen angefertigt, Fotos gemacht und Zahlungsvorgänge beobachtet werden. Konsum wird professionalisiert und bekommt einen unternehmerischen Anstrich. Handeln eBay-Nutzer bereits in der Phase der Produktnutzung wirtschaftlich, indem sie etwa Originalverpackungen und Bedienungsanleitungen aufheben, Produkte pfleglich behandeln oder bereits beim Kauf an den Wiederverkauf denken?

Für einen Teil der eBay-Nutzer trifft dies zu – aber eben nur für einen Teil. Es konnten fünf Konsumtypen identifiziert werden. Während bei Einkommen, Geschlecht, Bildung und Alter kaum Unterschiede zwischen diesen Typen bestehen, unterscheiden sie sich in Umwelteinstellungen, Motiven und Verhalten.

Die preisorientierten Gebrauchtwarenkäufer

„Billig einkaufen“ – so lautet das Credo der preisorientierten Gebrauchtwarenkäufer, die 20 Prozent der Befragten ausmachen. Sie sind nicht nur auf eBay aktiv; klassische Alternativen wie etwa Flohmärkte spielen eine ebenso große Rolle. Gebrauchte Produkte ermöglichen ihnen einen Lebensstandard, den sie sonst nicht halten könnten. Auffällig ist, dass diese Gruppe mehr kauft als verkauft. Darüber hinaus weisen sie ein vergleichsweise hohes Umweltbewusstsein auf. In umweltschonendem Verhalten schlägt sich dies jedoch nicht nieder.

Die Gebrauchtwaren-Skeptiker

Diese Skeptiker, zu denen 20 Prozent der Befragten gehören, kaufen weder online noch offline gerne gebrauchte Produkte. Das Gleiche gilt für den Verkauf. Sie nutzen auch das Internet insgesamt eher selten. Wenn sie im Internet einkaufen, dann eher Neuware; diese sollte dann aber auch möglichst dem aktuellen Trend entsprechen. Wenn das Trendprodukt jedoch nicht mehr modern ist, wird es nicht etwa weiterverkauft, sondern lieber verschenkt oder entsorgt. Die Gebrauchtwaren-Skeptiker weisen zwar ein recht hohes Umweltbewusstsein auf; tatsächliche Umweltschonung im eigenen Handeln findet jedoch kaum statt.

Die Online-Käufer

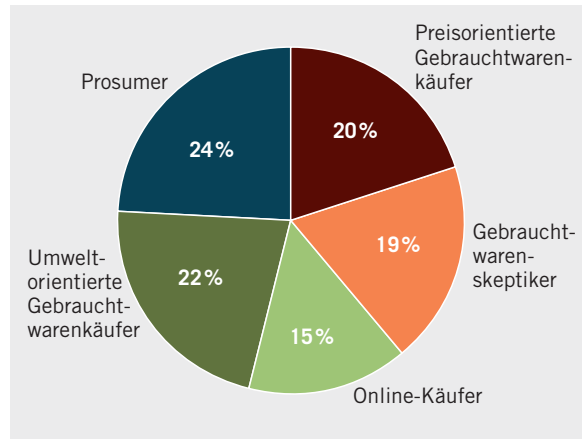
Auch die Online-Käufer (15 Prozent) sind überwiegend als Käufer und dies vor allem online tätig. Sie sind besonders an Seltenheiten interessiert. Insbesondere durch Produkte, die man sonst nirgendwo findet, ist diese Gruppe zum Kauf zu motivieren. Ausgefallene Dinge werden dann auch gerne als Neuprodukte erworben; wobei die Tatsache, auf eBay bequem und zeitunabhängig

Kleinanzeigen: Noch gibt es das Offline-Angebot der Medien, oft auch gekoppelt mit dem Internet.

stöbern zu können, eine wichtige Rolle spielt. Die Online-Käufer beobachten bei sich selbst keine größere Veränderung im Konsumverhalten durch eBay. Der Online-Handel scheint für sie gleichsam eine Kaufhaus-Ersatz-Funktion zu besitzen. Der Aufwand für den Verkauf wird als zu hoch eingeschätzt. Umweltbezogene Aspekte spielen für die Online-Käufer praktisch keine Rolle.

Die umweltorientierten Gebrauchtwarenkäufer

Erklärtes Interesse dieser Gruppe ist es, durch den Kauf oder Verkauf gebrauchter Produkte die Umwelt zu schonen und gezielt zum Umweltschutz zu beitragen. Es handelt sich um 22 Prozent der Befragten. Im Gegen-



Konsumtypen auf eBay: Die Prosumer sind mit 24 Prozent am stärksten vertreten. Was sind Prosumer? Nutzer von Online-Marktplätzen treten nicht nur als Käufer auf, sondern gleichzeitig auch als Anbieter von Produkten oder Dienstleistungen. Der Konsument (»Konsumer«) nimmt somit eine aktivere Rolle ein und übernimmt auch klassische Aufgaben des Produzenten (»Pro-ducer«) – er wird damit zum Prosumer.

satz zu den preisorientierten Gebrauchtwarenkäufern und den Gebrauchtwaren-Skeptikern setzen sie ihr Umweltbewusstsein auch im Verhalten auf eBay um. So achten sie beispielsweise darauf, lange Transportwege zu vermeiden. Auffällig ist jedoch, dass sie trotz ihrer Überzeugung, durch den Verkauf gebrauchter Produkte die Umwelt schonen zu können, kaum Dinge verkaufen. Darüber hinaus nutzen sie für den Einkauf auch häufig Offline-Alternativen.





Mehr umweltrelevante Information für Gebrauchtwarenkäufer

Nachhaltiger Konsum ist ein komplexes Thema; gerade, wenn es um gebrauchte Waren geht. Ein Nachhaltigkeitseffekt ist von der jeweiligen Produktgruppe, aber auch von komplexen sozialen Konstellationen abhängig, die als Zugangsbarrieren im Gebrauchtwarenhandel wirken können. Auf der Grundlage unserer Forschung können für das gesellschaftliche Ziel, mehr Personen zu nachhaltigem Konsum zu motivieren, keine eindimensionalen und klaren Handlungsempfehlungen formuliert werden. Jedoch muss die Bedeutung des Gebrauchtwarenmarktes für eine konsumbezogene Umweltentlastung hervorgehoben werden. Entscheidungshilfen für Konsumenten im Gebrauchtwarenhandel könnten diesen stärken. Kommt zum Beispiel die alte Waschmaschine besser auf den Sperrmüll oder auf den Gebrauchtwarenmarkt? Für viele Standardprodukte wären etwa onlinegestützte Datenbankabfragen denkbar, die umweltgerechte Empfehlungen geben können. Insgesamt ist es wichtig, das Vertrauen in gebrauchte Produkte zu stärken und Angebote für Lebensumbrüche wie etwa Geburt eines Kindes, Arbeitslosigkeit oder Ruhestand zu entwickeln. Dies zeigen unsere Tiefeninterviews.

Umweltschonende Konsumententscheidungen müssen nicht zwangsläufig mit der Absicht verbunden sein, die Umwelt zu schonen. Zu einem funktionierenden Gebrauchtwarenmarkt gehört auch eine Gruppe von Käuferinnen und Käufern neuer Produkte. Wenn diese Gruppe Wiederverkauf anstrebt, kann sie einen wertvollen Nachhaltigkeitsbeitrag leisten. Trendorientiert handelnde „Prosumer“, die zum Beispiel den neusten MP3-Player kaufen, machen das alte Modell zu einem relativ frühen Zeitpunkt wieder für andere verfügbar. Produkte, die sonst unerschwinglich wären, werden für Personen mit geringem Einkommen verfügbar. Nachhaltigkeit bedeutet dann auch soziale Nachhaltigkeit. In einer konsumorientierten Gesellschaft geht es dabei immer auch um gesellschaftliche Teilhabe. ♦

Autorinnen und Autoren

Prof. Dr. Birgit Blättel-Mink, 53, hat eine Professur für Soziologie mit dem Schwerpunkt Industrie- und Organisationssoziologie an der Goethe-Universität inne. In ihrer Forschung geht es um das Verhältnis von Innovation und Nachhaltigkeit, um Wissenschaft und Geschlecht und um Transdisziplinarität.

Dirk Dalichau, 35, ist Diplom-Soziologe und Projektmitarbeiter am Schwerpunkt Industrie- und Organisationssoziologie. Er promoviert an der Goethe-Universität und befasst sich dabei mit Phänomenen der Prosumtion im Erlebniskonsum.

Merle Hattenhauer, 30, ist Soziologin (M. A.) und Projektmitarbeiterin am Schwerpunkt Industrie- und Organisationssoziologie. Sie promoviert über Legitimierungsstrategien global agierender Unternehmen.

Saskia-Fee Bender, 32, ist Soziologin (M. A.) und im Gleichstellungsbüro zuständig für Gender Equality & Diversity. Sie untersucht in ihrer Dissertation an der Goethe-Universität das Thema „Alter(n) und Geschlecht in der Arbeitswelt“.

b.blaettel-mink@soz.uni-frankfurt.de
 Dalichau@soz.uni-frankfurt.de
 hattenhauer@soz.uni-frankfurt.de
 bender@soz.uni-frankfurt.de

Frei zum Second-Hand-Verkauf? In Kellern und auf Dachböden horten viele Deutsche ihre Schätze. Im Durchschnitt hat jeder Haushalt dort nicht mehr genutzte Dinge im Wert von 1000 Euro liegen.

Die Prosumer

Die Prosumer – Kunstwort aus »Pro«ducer und Con»sumer« – sind die einzige Gruppe der eBay-Gemeinde, die wirklich gern und häufig gebrauchte Produkte verkauft. Die Prosumer (23 Prozent) sind auf den Weiterverkauf orientiert, was sich auch in einem pfleglichen Umgang mit Produkten zeigt. Auch der Aufwand des Verkaufs gebrauchter Produkte kann sie nicht schrecken. Auffällig ist, dass sie überwiegend auf eBay verkaufen; Offline-Märkte spielen keine Rolle. Die Prosumer sind Verkäufer und Käufer auf eBay. Im Vergleich mit den anderen Typen sind sie am stärksten trendorientiert. Sie schätzen besonders den mit dem Versteigern verbundenen Fun-Faktor. Ihre Bereitschaft zu umweltbewusstem Handeln ist aber nur gering ausgeprägt.

Regional, lokal und nachhaltig: Die Umkreissuche ermöglicht das Auffinden von Produkten in Wohnortnähe.

