

Weihnachten 2024: Pre-Loved-Geschenke statt Billig-Importe

- 35 Prozent der Konsument*innen planen, zu Weihnachten gebrauchte oder wiederaufbereitete Produkte zu verschenken - ein Plus von 6 Prozentpunkten im Vergleich zu 2023.
- Die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate des Secondhand-Marktvolumens für nicht neue Ware liegt in den Jahren 2020 bis 2024 bei 8 Prozent.
- Für 69 Prozent der Käufer*innen ist das Hauptargument für den Kauf von gebrauchten bzw. wiederaufbereiteten Produkten der günstigere Preis.

Dreilinden/Berlin, 27.11.2024 – Immer mehr Konsument*innen in Deutschland verschenken zu Weihnachten Produkte, die nicht neu sind. Das ist das Ergebnis einer aktuellen Studie des ECC KÖLN, einer Tochtermarke des IFH KÖLN (Institut für Handelsforschung), in Zusammenarbeit mit eBay Deutschland.¹ Demnach planen 35 Prozent der Befragten, dieses Jahr gebrauchte oder wiederaufbereitete Produkte zu verschenken - ein Plus von 6 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr. Pre-Loved-Produkte sind vor allem bei den 18- bis 29-Jährigen beliebt – in dieser Gruppe sind es sogar 56 Prozent, die nicht neue Ware verschenken wollen.

Die Geschäftsführerin von eBay Deutschland, Dr. Saskia Meier-Andrae, sieht das vor allem im besonderen Kaufverhalten zu Weihnachten begründet: "Die Weihnachtszeit ist eine Zeit des bewussten Konsums. Auch wer sonst ohne Bedacht "schnell und billig" einkauft, nimmt sich bei Geschenken die Zeit, in Ruhe nach Produkten zu suchen, die nicht nur einen guten Preis, sondern auch einen hohen Wert haben." Laut der Studie achten 61 Prozent der Befragten bei Weihnachtsgeschenken besonders auf hohe Qualität. Das führt zu einem genauen Blick darauf, was gekauft wird - und wo. Mehr als 60 Prozent kaufen daher ungern bei Anbietern, die den Markt mit Billigware fluten. Die große Mehrheit (83 Prozent)² begründet dies mit Bedenken bezüglich der Qualität der Ware.

Hauptargument für den Kauf von gebrauchten oder wiederaufbereiteten Produkten ist für die meisten Befragten (69 Prozent), die bereits einmal Pre-Loved gekauft haben, der Preis. Wenn sie, besonders zu Weihnachten, keine Abstriche bei der Qualität machen möchten, entdecken sie zunehmend den Reiz, günstigere, aber qualitativ hochwertige Pre-Loved-Ware zu kaufen.

Acht Prozent Wachstum im Markt: Pre-Loved zu kaufen wird zur Gewohnheit

Der Pre-Loved-Boom zu Weihnachten steht sinnbildlich für eine Veränderung, die den ganzjährigen Konsum betrifft. Die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate des Secondhand-Marktvolumens lag in den Jahren 2020 bis 2024 bei durchschnittlich 8 Prozent.³ Eine Entwicklung, die maßgeblich von Konsument*innen vorangetrieben wird und

¹ Die Umfrage wurde vom ECC KÖLN im Auftrag von eBay Deutschland im November 2024 durchgeführt. Dabei wurden 503 deutsche Konsument*innen zwischen 18 und 69 internetrepräsentativ nach Alter und Geschlecht sowie 107 deutsche Einzelhändler*innen über ein Onlinepanel befragt. Weitere Zahlen und Grafiken sind auf Anfrage zu erhalten.

²ECC KÖLN: Trend Check Handel Vol. 10, Köln, 2024

³IFH Branchenbericht Secondhand 2023, Hochrechnung 2024, IFH KÖLN, 2024

Definition Secondhand: Von Konsument:innen gebrauchte Ware und dabei auch wiederaufbereitete Produkte.

von den zunehmend positiven Eindrücken, die beim Kauf gemacht werden. Denn je mehr Menschen Erfahrungen mit dem Kauf und Verkauf von Pre-Loved-Artikeln sammeln, desto stärker wächst das Vertrauen in die gesamte Branche - egal ob online oder stationär. So sagen heute 59 Prozent der Befragten, mit Pre-Loved-Kauf Erfahrung, dass ihre Bereitschaft, gebrauchte Produkte zu kaufen, mit jeder positiven Transaktion wächst. Sogar 63 Prozent berichten, dass sie durch gute Erfahrungen beim Kauf gebrauchter oder wiederaufbereiteter Artikel nun regelmäßig nach diesen Angeboten suchen.

Saskia Meier-Andrae beschreibt die Entwicklung wie folgt: "Bei gebrauchter Ware dachten viele früher an Mottenkugeln und verstaubte Bücher. Die Zeiten sind längst vorbei, das Schmutzel-Image ist weg." Die Geschäftsführerin von eBay Deutschland fährt fort: "Heute bietet die Branche sorgsam aufbereitete Kleidung, Accessoires und refurbished Smartphones, genauso wie Schätze aus den Kellern der Nachbarn und alles was man braucht um 2025 im Trend zu sein. Pre-Loved ist sexy. Unser Job ist es, dieses gute Gefühl bei den Käufer*innen zu bestärken und das Vertrauen in den Pre-Loved-Handel auszubauen, indem wir weiter in die Sicherheit der Transaktionen und einen Marktplatz mit qualitativ hochwertiger Ware investieren."

Der Handel konsolidiert und professionalisiert sich

Die wachsende Nachfrage bietet für Händler*innen unternehmerische Potentiale: 43 Prozent der befragten Händler*innen geben an, dass sie mit dem Verkauf von gebrauchten, bzw. wiederaufbereiteten Produkten neue Umsätze schaffen können. Doch dieses Potential wird derzeit nicht voll abgerufen und viele Händler*innen zögern noch, sich in diesem Bereich zu engagieren.

Im Vergleich zum Vorjahr bieten etwas weniger Händler*innen gebrauchte Produkte an, oder planen dies zu tun (33 Prozent in 2024, 40 Prozent in 2023). Die Anzahl der Händler*innen wiederum, die professionell wiederaufbereitete Produkte anbieten oder dies in naher Zukunft machen möchten, ist leicht gestiegen (38 Prozent in 2024, 33 Prozent in 2023). Der E-Commerce Experte und Geschäftsführer des IFH KÖLN, Dr. Kai Hudetz, kommentiert die Ergebnisse: "Unsere neuen Studienergebnisse zeigen, dass im Bereich Pre-Loved zwar weniger Händler*innen aktiv sind, der Umsatz aber steigt. Ein Grund: Wir befinden uns in einer Zeit der Professionalisierung und Konsolidierung. Wenn ich das mit der hohen - und perspektivisch steigenden - Nachfrage an Pre-Loved-Produkten übereinander lege, dann steht für mich fest, dass wir erst am Anfang eines strukturellen Wandels im Handel hin zu mehr Nachhaltigkeit und weg von schnelllebigem Wegwerfmentalität stehen."