

## III.18

### Welt der Unternehmen

# Onlinehandel mit Secondhandwaren – Ein neuer Trend?

Nach einer Idee von Gerd Rothfuchs



© RAABE 2024

© Capuski/iStock/Getty Images Plus

Der Handel mit Secondhandartikeln verstärkt sich seit Jahren konstant. In vielen europäischen Ländern ist dieser Trend zu beobachten und die Menschen stehen Gebrauchsgüter zunehmend positiv gegenüber. Zahlreiche Onlineplattformen, die z. B. gebrauchte Medienartikel oder Kleidung handeln, verzeichnen steigende Umsätze. Was unterscheidet die Ware und welche Besonderheiten sind bei der Käuferschaft zu beobachten? In dieser Unterrichtseinheit wird anhand zahlreicher Statistiken der Secondhand-Markt analysiert und die Besonderheiten des Online-Handels herausgearbeitet.

---

#### KOMPETENZPROFIL

<b>Klassenstufe:</b>	8–9
<b>Dauer:</b>	5–7 Unterrichtsstunden
<b>Kompetenzen:</b>	Gründe für den Secondhand-Trend erkennen; Konsum- und Kaufverhalten unterschiedlicher Ziel- und Altersgruppen einordnen, Besonderheiten des Online-Handels analysieren, Secondhandhandel auf Nachhaltigkeit prüfen
<b>Thematische Bereiche:</b>	Secondhand-Handel, Nachhaltigkeit, Käuferverhalten, Online-Plattformen, Problematik des Handels mit Altkleidung, Onlinehandel
<b>Medien:</b>	Texte, Fotos, Filme, Grafiken, Statistiken, Internet

---

## Auf einen Blick

### 1. Stunde

Thema:	So viel Abfall – muss das sein?
M 1	Welche Waren verdienen ein zweites Leben?
M 2	Gebrauchtwarenplattformen – Der neue Trend?

### 2./3. Stunde

Thema:	Der Handel mit gebrauchten Waren
M 3	Herkunft der Waren für den Secondhand-Verkauf (Gruppe 1)
M 4	Zielgruppenanalyse – Wer kauft Secondhand-Waren? (Gruppe 2)
M 5	Entwicklung des Secondhand-Marktes in Deutschland (Gruppe 3)
M 6	Akzeptanz von Secondhandwaren in der Gesellschaft (Gruppe 4)
M 7	„Refurbished“ – Generalüberholt und mit Garantie (Gruppe 5)






### 4./5. Stunde

Thema:	Onlineunternehmen im Bereich Secondhand
M 8	Aufbau und Struktur eines Online-Secondhand-Shops
M 9	Secondhand-Handel kritisch betrachtet

### 6./7. Stunde

Thema:	Secondhand-Basar an unserer Schule
M 10	Wir organisieren einen Secondhand-Basar an unserer Schule

### Erklärung zu den Symbolen

	Dieses Symbol markiert differenziertes Material. Wenn nicht anders ausgewiesen, befinden sich die Materialien auf mittlerem Niveau.				
	leichtes Niveau		mittleres Niveau		schwieriges Niveau
	Zusatzaufgabe				

# Welche Waren verdienen ein zweites Leben?

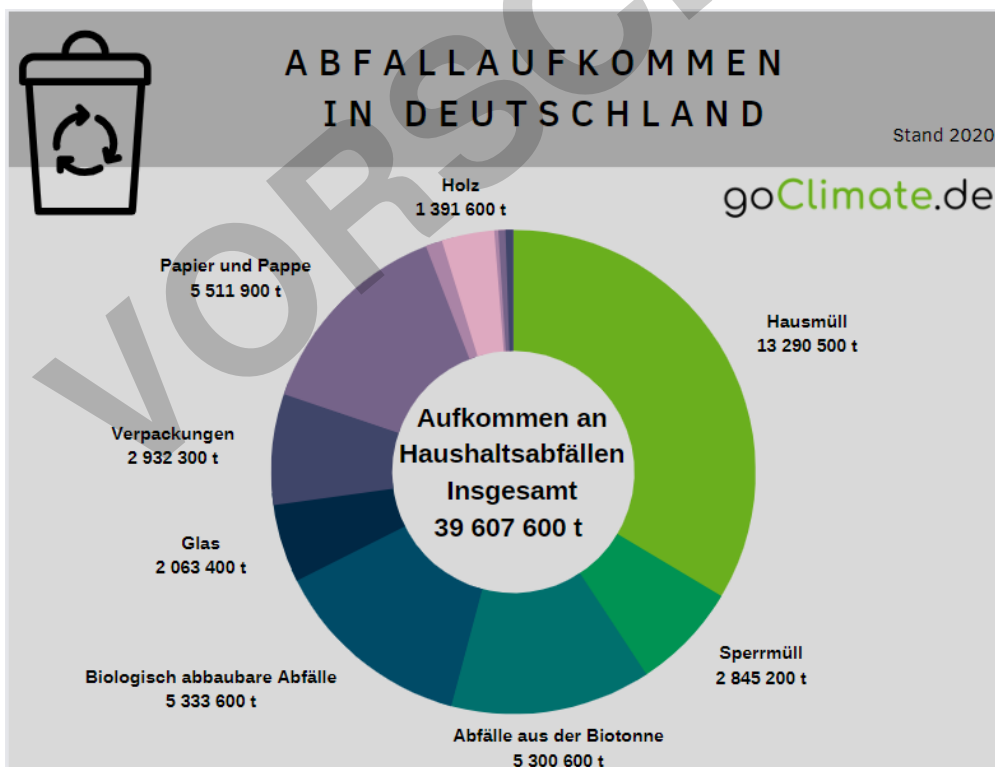
M1

## Aufgabe

1. Tauscht euch im Plenum aus. Welche Gegenstände eures Alltags sollten entsorgt werden und welche könnte man wieder verkaufen?



© Fotos: ermingut/E+; Last Resort/Photodisc; Grace Cary/Moment; fermate/istock Gettyimages plus



Quelle: Statistisches Bundesamt, Grafik: Umweltbundesamt

© RAABE 2024

## M 2

## Gebrauchtwarenplattformen – Der neue Trend?

Vor einigen Jahren war es noch für viele Deutsche uncool, Secondhand-Waren oder Pre-owned-Waren zu kaufen, also Artikel, die schon einen oder auch mehrere Vorbesitzer hatten, und diese selbst wieder zu verwenden. Wer wollte Kleidung tragen, die schon von anderen getragen wurde? Wer wollte von Tellern essen, die in anderen Küchen Verwendung fanden, wer trägt gerne fremde Schuhe, die schon einige Kilometer auf der Sohle haben? Wenn man nicht schief angesehen werden wollte, verzichtete man lieber darauf. Vor allem schützte man auch so die eigenen Kinder vor spöttischen Bemerkungen oder Ablehnungen im Kindergarten und in der Schule.

### Aufgaben

1. Warum scheuen sich viele Menschen, Secondhand-Waren zu kaufen?
2. Welches Geschehen löste einen Boom im Secondhand-Bereich aus? Begründe.
3. Warum ist man nun bereit, Secondhand-Waren zu kaufen?
4. Welchen Einfluss hatte dies auf die Haushaltskasse?
5. Was versteht man unter „Vintage“?

### Gebrauchtwaren-Plattformen – ein neuer Trend

Laut verschiedener Umfragen hat sich die ablehnende Haltung gegenüber Gebrauchtwaren durch die Coronakrise bei etwa zwei Dritteln der Bevölkerung verändert – bei unter 30-Jährigen waren es weit über 75 %. In den Anfängen der Coronakrise ging der Kleidungskauf um ein Drittel zurück, dann setzte aber ein regelrechter Boom bei gebrauchten Kleidungsstücken ein.

Da der gewohnte Einkauf in den Geschäften zeitweise nicht möglich war, rückte verstärkt der Online-Handel in den Fokus von Kaufinteressenten. Bei zwei Dritteln der Bevölkerung soll es so gewesen sein. Das digitale Stöbern auf Gebrauchtwaren-Plattformen, Online-Marktplätzen oder Flohmarkt-Apps wurde entdeckt und machte Spaß. Man fand „plötzlich“ im eigenen Kleiderschrank und Haushalt Artikel und Waren, die schon längere Zeit nicht mehr benutzt wurden. Auch „kleine Schätze“, die schon einige Jahrzehnte alt waren, und an die man überhaupt nicht mehr gedacht hatte, tauchten so wieder auf. Solche nostalgischen Kleidungsstücke oder Deko-Artikel, die älter als 50 Jahre sind, werden als Vintage (engl.: altmodisch, alt) bezeichnet und sind teilweise bei Liebhabern sehr begehrt. Wenn viele der eigenen Artikel noch so gut sind, dass man sie eigentlich verkaufen kann, warum also nicht auch von anderen kaufen? Insgesamt eine gute Möglichkeit, gebrauchten Artikeln ein zweites Leben zu schenken und durch Käufe und Verkäufe die eigene Haushaltskasse aufzubessern. Ausmisten und Verdienen war also angesagt! Laut Umfragen sollen sich daran etwa 80 % der Jugendlichen beteiligt haben.



© Fotos: We\_are/Digital\_Vision, FilippoBacci/\_E+

## Zielgruppenanalyse – Wer kauft Secondhand-Waren?

M 4  
Gruppe 2

### Aufgabe

- Arbeitet in Gruppen zu je 4–6 Personen.
- Jedes Gruppenmitglied liest den der Gruppe zugeteilten Info-Text durch und beantwortet die Fragen.
- Im Anschluss tauschen sich die Gruppenmitglieder über ihre Ergebnisse aus.
- Erarbeitet gemeinsam ein Lernplakat und präsentiert eure Ergebnisse vor der Klasse.

### Fragebogen zur Gruppenarbeit



© Foto: Massimo Ravera/moments

### Gruppe 2 Wer kauft Secondhand-Waren?

#### Fragen zur Gruppenarbeit

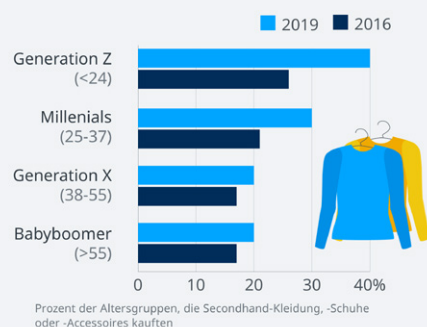
1. Warum werden Marktanalysen zum Käuferverhalten durchgeführt?
2. Auf welche vier Gruppen beziehen sich die Untersuchungen? Nennt die Namen.
3. Stellt diese Gruppen kurz vor und beschreibt ihr Käuferverhalten.
4. Die Grafik zeigt den Anteil der deutschen Secondhand-Käufer im Vergleich zu anderen Ländern. Was könnte man in Russland mit „Net, spacibo!“ meinen?

Der Secondhand-Handel ist mittlerweile ein Wachstumsmarkt und keinesfalls mehr eine Frage des Einkommens. Hinsichtlich des Käuferverhaltens wurden teils umfangreiche Marktanalysen durchgeführt. Die Ergebnisse ermöglichen dann das gezielte Ansprechen und Bewerben von möglichen Kundinnen und Kunden und bestimmter Zielgruppen.

Die Untersuchungen richten sich dabei auf (Geburtszeitraum in Klammern)

- die Babyboomer (1946–1964),
- die Generation X (1965–1980),
- die Generation Y/Millennials (1981–2000)
- die Generation Z (ab 2001)

#### Junge Generationen treiben den Secondhand-Handel an



Quelle: thredUP 2020 Resale Report

#### Generationenübersicht, was ist damit gemeint?

Die Trendforschung untersucht die Wertvorstellungen und die Erwartungen der genannten Generationen. Dabei ergeben sich für das Kaufverhalten innerhalb jeder Gruppierung bestimmte Konsummuster (die allerdings nicht so starr angesehen werden dürfen, wie sie hier dargestellt werden!). So überlegen sich die Babyboomer genauer und länger als die anderen ihre Einkäufe. Der Generation X sagt man wegen ihres Einkommens die höchste Kaufkraft zu. Die Millennials informieren sich im Internet und kaufen dort gezielt ein. Die Generation Z ist marken- und umweltbewusst und plant ausführlich die Einkäufe, dies vorwiegend im Internet.