

Die Deutschen entdecken den Flohmarkt (wieder)

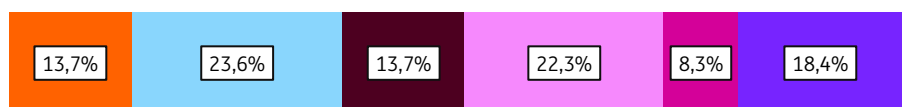
Was denken deutsche Verbraucher über Kauf und Verkauf von gebrauchter Kleidung, Möbeln oder Haushaltsgeräten?

Steigende Preise vor allem im Bereich Energie setzen aktuell die Haushaltsbudgets der Verbraucher unter Druck. In einem solchen Umfeld wird bei nicht unbedingt notwendigen Ausgaben gerne der Rotstift angesetzt und man verkneift sich beispielsweise die schicke Lederjacke oder das neue Sommerkleid.

Plattformen zum Kauf und Verkauf gebrauchter Kleidung locken einerseits mit der Möglichkeit, die Garderobe für vergleichsweise kleines Geld aufzufrischen, und stellen andererseits in Aussicht, durch Verkäufe nicht mehr getragener Kleidung die Haushaltskasse zu füllen. Unsere aktuelle ING-Verbraucherumfrage behandelt das Thema Second Hand – für Kleidung und andere Produktkategorien.

- **Über die Hälfte** hat bereits **gebrauchte Kleidung** über eine darauf **spezialisierte Plattform wie Vinted oder Vestiaire Collective** gehandelt oder erwägt dies.
- Unabhängig vom Kanal ist der **Gebrauchtkauf oder -verkauf bei Erwachsenenkleidung am verbreitetsten** – seltener werden z. B. Haushaltsgeräte, physische Medien oder Garten-/Sport-/Outdoorausrüstung gehandelt.
- Der **Hauptgrund** dafür, gebraucht zu kaufen, ist meistens **finanzieller Natur**. Von Gebrauchtkäufen **abgehalten** werden Verbraucher durch **Hygienebedenken** oder Befürchtungen hinsichtlich **Verschleißes oder versteckter Mängel**.

Abb. 1 „Haben Sie schon einmal Secondhand-/gebrauchte Kleidung über Vinted, Vestiaire Collective oder eine ähnliche Online-Plattform gekauft oder verkauft?“



- Ja, ich kaufe oder verkaufe regelmäßig Kleidung auf Vinted, VC oder ähnlichen Plattformen.
- Ja, ich habe bereits ein- oder einige Male Kleidung gekauft oder verkauft.
- Nein, aber ich überlege, dies in Zukunft zu tun.
- Nein, ich habe kein Interesse daran, Kleidung online zu kaufen oder zu verkaufen.
- Nein, ich habe Angst, beim Online-Kauf von Secondhand-/gebrauchter Kleidung betrogen zu werden (z. B. durch falsche Beschreibungen oder nicht gelieferte Waren).
- Ich kenne Vinted, VC oder ähnliche Plattformen nicht.

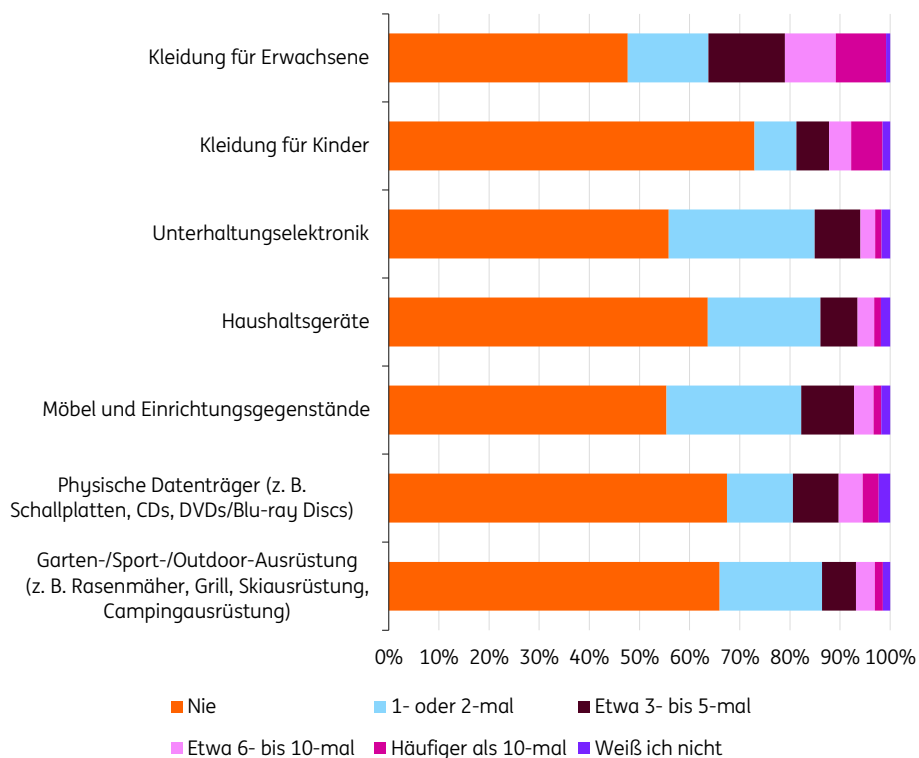
Haushaltsbudgets unter Druck – schlägt die Stunde des Gebrauchtmarkts?

Die gestiegenen Energiepreise in der Folge des Kriegs am Persischen Golf haben der Verbraucherzuversicht im traditionell inflationsscheuen Deutschland einen Tiefschlag versetzt. Zwar haben die Tankstellenpreise seit ihrem Höchststand Anfang April wieder ein wenig nachgegeben, auch aufgrund der zum 1. Mai eingetretenen Steuerermäßigung. Doch auch auf dem jetzigen Preisniveau dürfte das Tanken in diesem Jahr für die deutschen Autofahrer ähnlich teuer werden wie zuletzt im Rekordinflationsjahr 2022.

Die spürbar angestiegene Inflation (2,6 Prozent gegenüber dem Vorjahresmonat im Mai nach 2,9 Prozent im April und 2,7 Prozent im März – im Februar hatte sie noch 1,9 Prozent betragen) wird bislang fast ausschließlich vom Ölpreis befeuert. Der Energiepreisschock hat sich noch nicht auf breiter Basis in die sonstigen Verbraucherpreise fortgepflanzt. Doch ein Blick auf die Erzeugerpreise weckt Befürchtungen, dass es nicht mehr lange dauern dürfte, ehe teurere Energie über Umwege wie Herstellungs- und Transportkosten ihren Weg auch in andere Bereiche des statistischen Warenkorb findet: Nachdem die Erzeugerpreise im März noch um 0,2 Prozent gegenüber dem Vorjahresmonat zurückgegangen waren, sind sie im April um 1,7 Prozent gestiegen.

In dieser Situation klingt das Angebot von Plattformen wie Vinted oder Vestiaire Collective verlockend: Wer damit hadert, im angespannten Haushaltsbudget Ausgaben für ein schickes Äußeres unterzubringen, wird vielleicht für kleines Geld in den Kleiderschränken anderer Verbraucher fündig. Und auf der anderen Seite soll das Ausdünnen der eigenen Garderobe helfen, mit nicht mehr getragener Kleidung die Haushaltskasse aufzubessern.

Abb. 2 „Wie oft haben Sie in den letzten 3 Jahren für Ihren Haushalt Secondhand-/gebrauchte Waren aus den folgenden Kategorien GEKAUFT? Dies kann über Online-Plattformen, Flohmärkte/Garagenverkäufe oder in Secondhand-Läden geschehen sein.“



Quelle: ING Consumer Research

37 Prozent der Verbraucher haben schon einmal über eine Plattform dieser Art gebrauchte Kleidung ge- oder verkauft. Fasst man den Transaktionskanal weiter und schließt klassische Flohmärkte, Garagenverkäufe und Secondhand-Läden ein, hat sogar mehr als

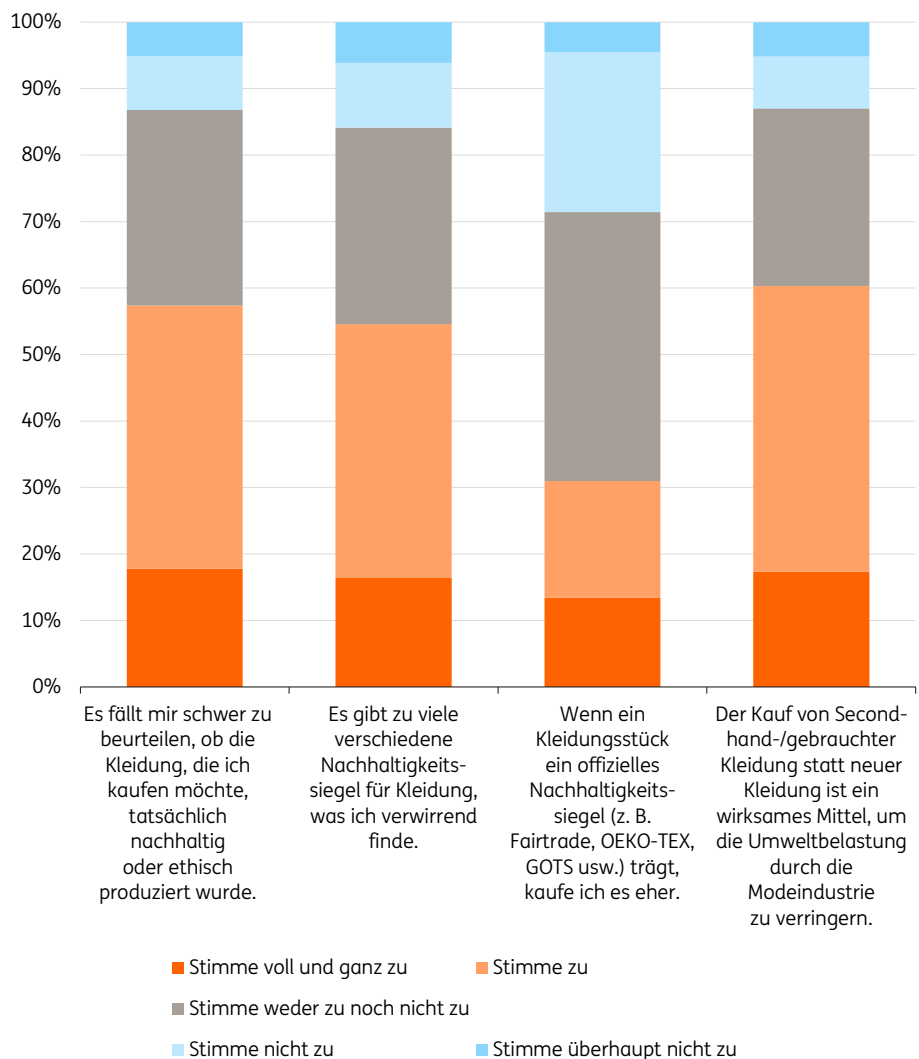
die Hälfte in den letzten drei Jahren mindestens einmal gebrauchte Kleidung für Erwachsene gekauft. Kinderbekleidung ist weniger gefragt – allerdings ist dafür natürlich auch nicht in jedem Haushalt ein Abnehmer vorhanden. 42 bzw. 43 Prozent haben schon einmal Unterhaltungselektronik oder Möbel verkauft. Für Haushaltsgeräte, physische Medien oder Outdoor-Equipment liegen die Werte bei 30 bis 35 Prozent.

Nachhaltigkeit beim Kleidungskauf kann kompliziert sein – Lösung Second Hand?

Mehr als die Hälfte der Deutschen findet es schwierig, die Produktionsbedingungen von Bekleidung im Hinblick auf Nachhaltigkeits- oder ethische Aspekte nachzuvollziehen. Zwar gibt es zahlreiche Siegel, die von verschiedenen Organisationen vergeben werden, um insbesondere im Bereich Nachhaltigkeit bestimmte Kriterien für den Verbraucher transparent zu machen.

Diese Vielfalt wirkt jedoch auf viele eher verwirrend als kauerleichternd: Ebenfalls mehr als die Hälfte stimmt zu, bei den verschiedenen Nachhaltigkeitsiegeln nicht mehr durchzublicken. Da kann es nicht verwundern, dass ein solches Siegel an einem Kleidungsstück nicht als klares Kaufsignal taugt: Zustimmung und Ablehnung der entsprechenden Aussage halten sich mit je um die 30 Prozent ungefähr die Waage.

Abb. 3 „Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu bzw. nicht zu?“



Quelle: ING Consumer Research

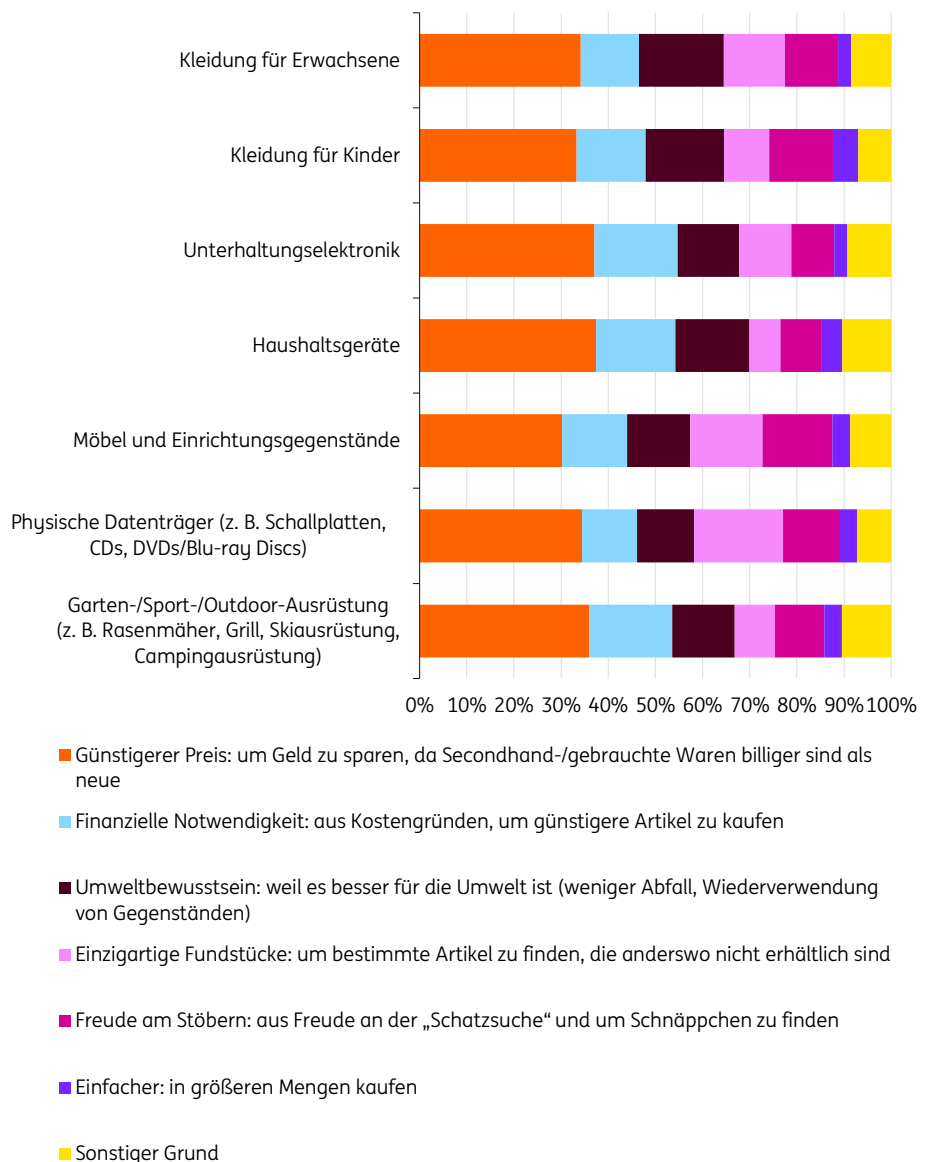
Der Kauf gebrauchter Kleidung kann ein Versuch sein, dieses Dilemma aufzulösen. Zwar ist es auch hier nicht einfacher, sondern in vielen Fällen sogar schwieriger nachzuvollziehen, unter welchen Bedingungen das Kleidungsstück ursprünglich produziert wurde.

Die Idee, dass ein gebraucht gekauftes im Gegensatz zu einem neuen Kleidungsstück aber wenigstens keine zusätzliche Umweltbelastung auslöst, spricht aber viele Verbraucher an: 60 Prozent stimmen der Aussage zu, dass der Kauf gebrauchter Kleidung ein wirksames Mittel ist, die Umweltbelastung durch die Modeindustrie zu verringern.

Finanzielle Erwägungen sind die Hauptmotivation für Gebrauchtkäufe

Aber wie sinnvoll der Gebrauchtkauf unter Nachhaltigkeitsaspekten auch sein mag: Die entscheidende Motivation für Verbraucher, gebrauchte Waren zu kaufen, ist in den meisten Fällen schlicht das Geld, das sich dabei sparen lässt – entweder aus finanzieller Notwendigkeit oder einfach, um weniger auszugeben als für Neuware.

Abb. 4 Befragte, die angeben, gebraucht zu kaufen: „Was ist der Hauptgrund dafür, dass Ihr Haushalt Secondhand-/gebrauchte Waren kauft, wenn es um ... geht?“



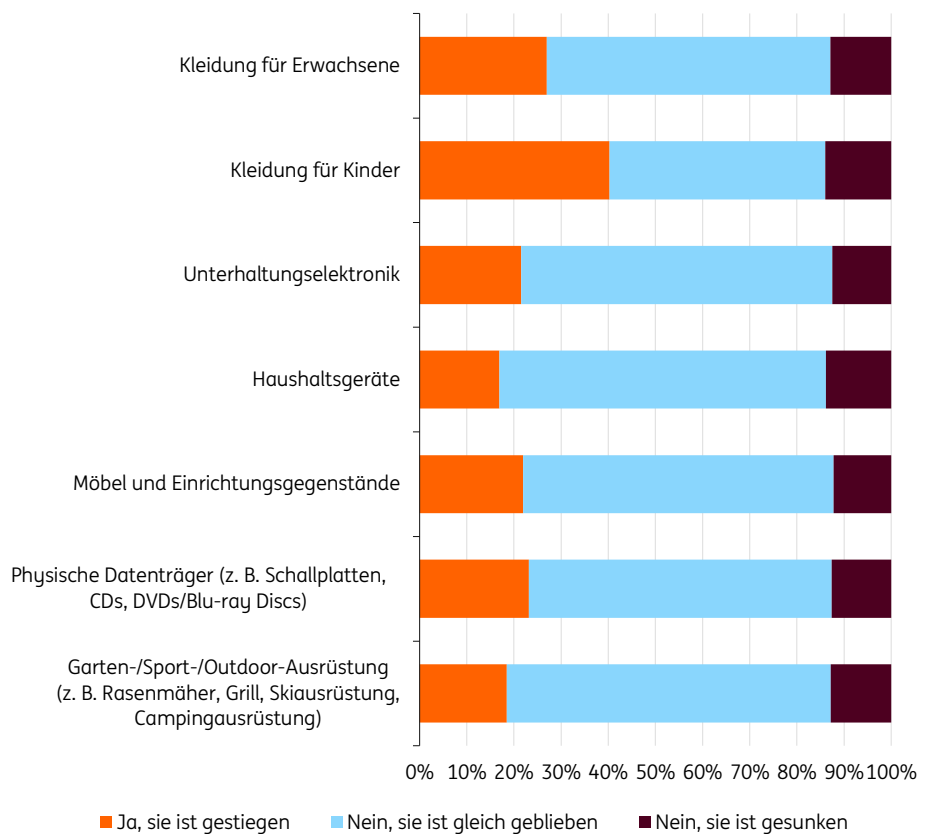
Quelle: ING Consumer Research

Das gilt nicht nur für Kleidung, sondern für alle Produktkategorien der Umfrage gleichermaßen. Allerdings wird auch die Auswirkung auf die Umwelt in den meisten Kategorien zumindest an dritter Stelle genannt. Bei Möbeln und physischen Medien wie beispielsweise Schallplatten spielen auch die Freude am Stöbern und die Suche nach anderweitig nicht mehr erhältlichen Artikeln eine wichtige Rolle.

Aber setzen sich diese finanziellen Erwägungen auch tatsächlich in Ersparnisse um? Dafür müsste ja ein Anstieg bei den Gebrauchtkäufen auch dazu führen, dass weniger Neuware gekauft wird.

Tatsächlich geben aber je nach Produktkategorie nur zwischen 17 und 40 Prozent derjenigen, die in den letzten 3 Jahren gebrauchte Artikel gekauft haben, an, dass die Zahl dieser Käufe in diesem Zeitraum gestiegen ist. Zwischen 12 und 14 Prozent berichten hingegen, dass weniger gebrauchte Artikel gekauft wurden.

Abb. 5 Befragte, die angeben, gebraucht zu kaufen: „Ist die Zahl der SECONDHAND-/GEBRAUCHT-Käufe Ihres Haushalts im Bereich ... in den letzten 3 Jahren gestiegen?“



Quelle: ING Consumer Research

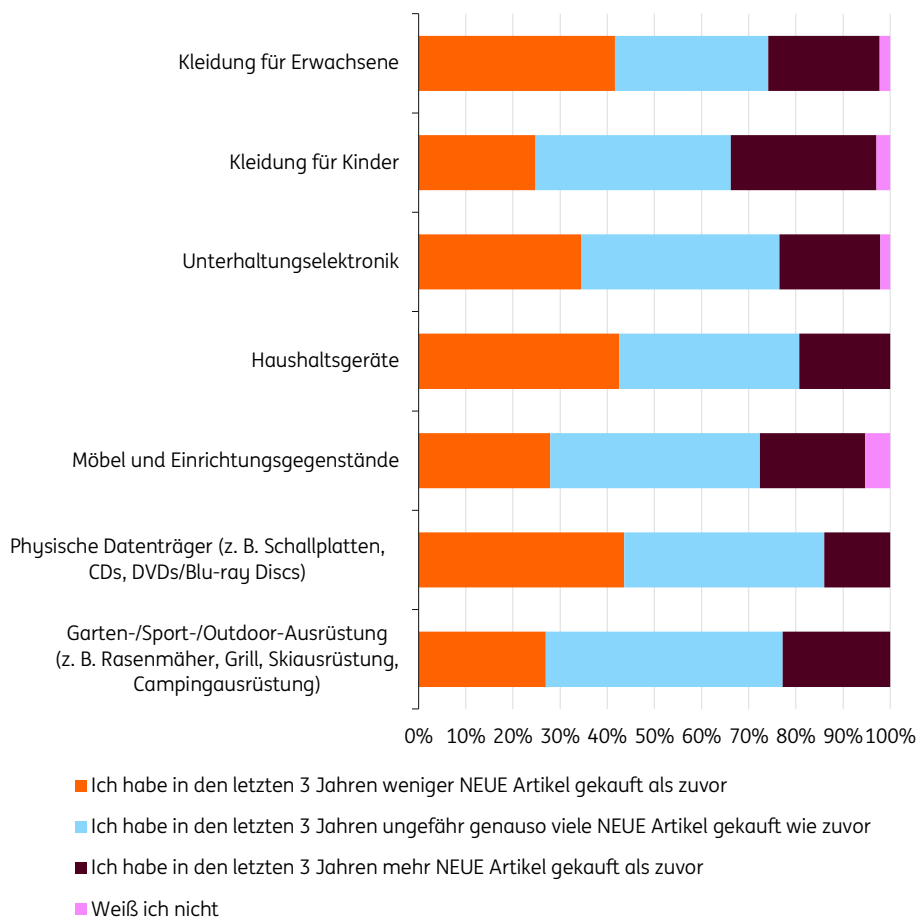
Unter denjenigen wiederum, deren Gebrauchtkäufe angestiegen sind, zeigt sich keineswegs, dass damit durchgängig auch ein Rückgang der Neukäufe einhergeht. Dafür sind verschiedene Gründe denkbar.

So könnte es sein, dass die erworbenen gebrauchten Artikel die ihnen zgedachte Verwendung nicht erfüllen konnten, beispielsweise aufgrund von Abnutzung oder Verschleiß, und als Reaktion darauf im Anschluss an einen Gebrauchtkauf noch ein Kauf eines neuen Artikels erfolgte.

Auffällig ist, dass in der Kategorie Kinderbekleidung sogar mehr Befragte angeben, dass mit gesteigener Anzahl an Gebrauchtkäufen auch mehr Käufe von neuen Artikeln einhergehen, als dass sich die Anzahl an Neukäufen verringert hätte. Hier ist vermutlich ein

anderer Effekt ausschlaggebend: Ein neuer oder gestiegener Bedarf, in diesem Fall durch die Geburt bzw. das Heranwachsen eines Kindes, dürfte in vielen Fällen sowohl durch neue als auch durch gebrauchte Artikel gedeckt werden – das würde erklären, warum mit mehr Gebrauchtkäufen auch mehr Neukäufe einhergehen und nicht weniger.

Abb. 6 Befragte, die angeben, dass die Zahl ihrer Gebrauchtkäufe in den letzten 3 Jahren angestiegen ist: „Haben sich die Anschaffungen Ihres Haushalts an NEUEN Artikeln im Bereich ... ebenfalls verändert?“

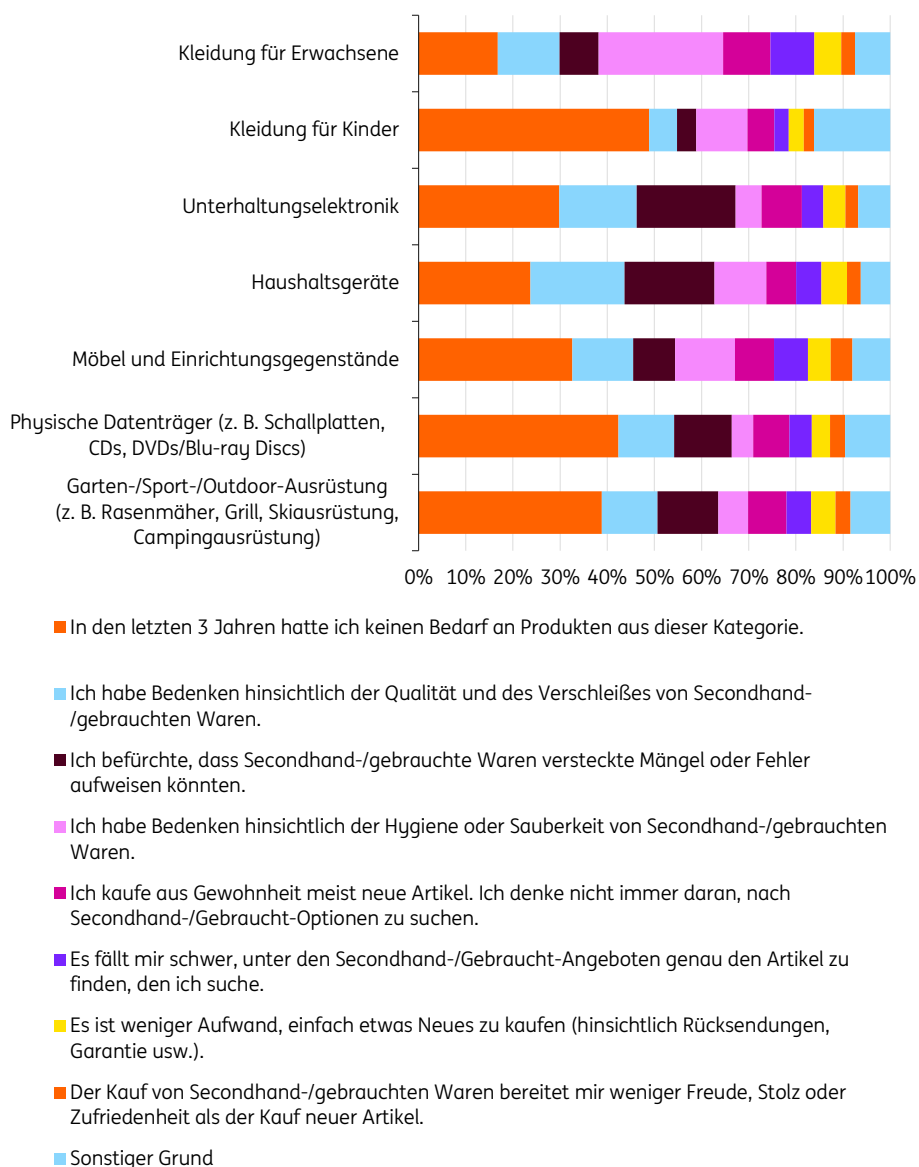


Quelle: ING Consumer Research

Hygienebedenken und Angst vor versteckten Mängeln

Was hält Menschen davon ab, Kleidung, Elektronik oder Möbel gebraucht zu kaufen? Klammern wir einmal diejenigen Befragten aus, die keine gebrauchten Waren kaufen, weil sie schlicht und einfach keinen Bedarf an Produkten aus der jeweiligen Kategorie haben, zeigt sich ein recht klares Bild: Bei Kleidung sind es vor allem Sorgen im Hinblick auf hygienische Aspekte. In allen anderen Kategorien betreffen die ausschlaggebenden Bedenken hingegen vorwiegend Themen wie Qualität, Verschleiß und mögliche versteckte Mängel.

Abb. 7 Befragte, die angeben, nicht gebraucht zu kaufen: „Was ist der Hauptgrund dafür, dass Ihr Haushalt Secondhand-/gebrauchte Waren NICHT kauft, wenn es um ... geht?“



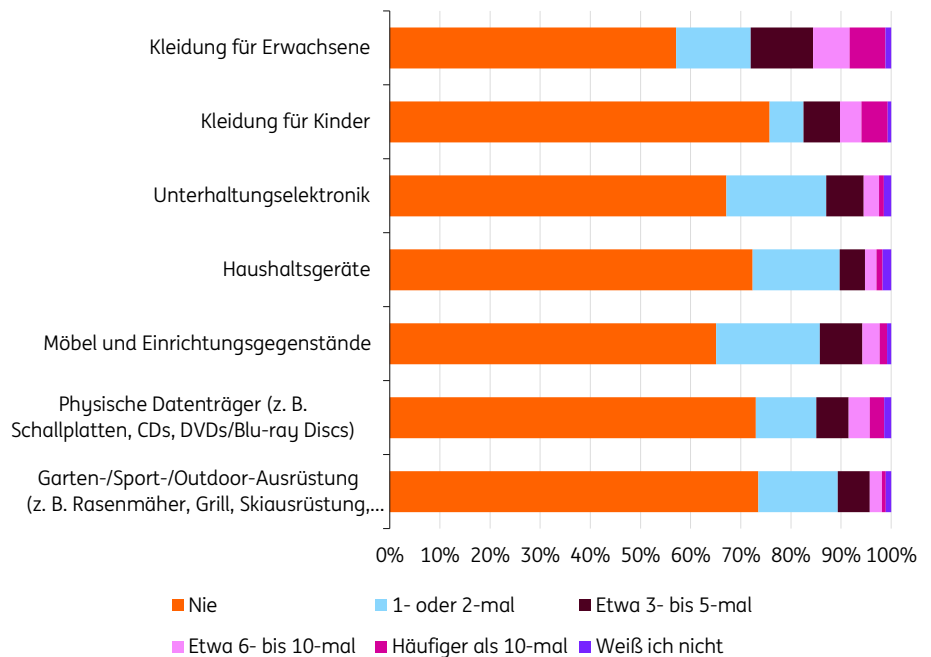
Quelle: ING Consumer Research

Kleidung führt auch bei den Verkäufen die Liste an

Wer einen Artikel gebraucht kaufen will, braucht zunächst einmal jemanden, der diesen Artikel gebraucht verkaufen will. Angebot und Nachfrage scheinen aber ziemlich gut zusammenzupassen – abgesehen davon, dass die Zahlen insgesamt etwas niedriger ausfallen, zeichnen die Angaben zu den Verkäufen gebrauchter Artikel ein nahezu identisches Bild wie bei den Käufen. Auch hier führt Kleidung für Erwachsene die Liste vor Möbeln und Elektronik an. Es folgen Haushaltsgeräte, physische Medien und Outdoor-Equipment vor Kinderbekleidung.

Das ist kein Zufall – die Daten zeigen eine große Überlappung zwischen Käufern und Verkäufern gebrauchter Artikel. Es liegt nahe, dass hier vor allem das Überwinden einer anfänglichen Schwelle ausschlaggebend ist, wie der Besuch eines Flohmarkts oder die Registrierung auf einer Online-Plattform. Ist diese Schwelle genommen, treten viele Verbraucher als Käufer wie auch als Verkäufer gebrauchter Artikel in Erscheinung.

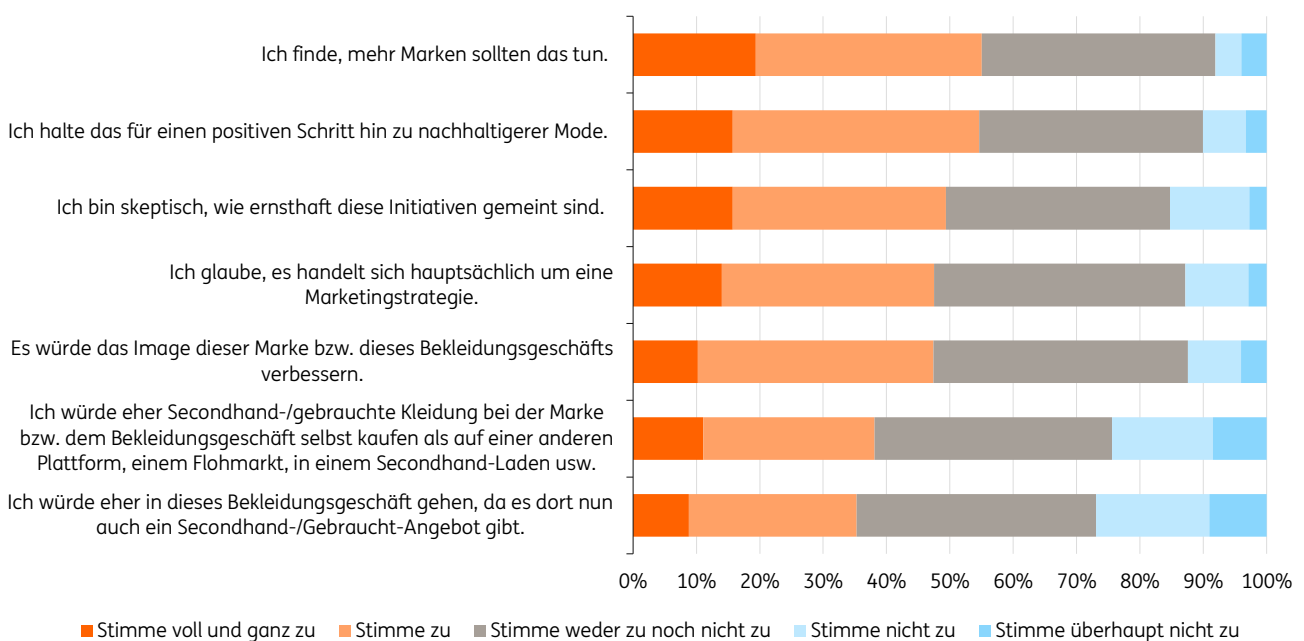
Abb. 8 „Wie oft haben Sie in den letzten 3 Jahren Secondhand-/gebrauchte Waren aus den folgenden Kategorien VERKAUFT? Dies kann über Online-Plattformen, Flohmärkte/Garagenverkäufe oder in Secondhand-Läden geschehen sein.“



Quelle: ING Consumer Research

Aber nicht nur Privatpersonen treten als Verkäufer gebrauchter Ware auf. Insbesondere im Bereich Bekleidung sehen vor allem bekannte Markenhersteller die Chance, einerseits am Handel mit ihren gebrauchten Artikeln zu partizipieren, andererseits auch ihr Image in Sachen Nachhaltigkeit aufzupolieren.

Abb. 9 „Immer mehr große Bekleidungsgeschäfte oder Marken starten ihre eigenen „Pre-owned“ oder „Resale“-Programme. Das reicht vom eigenen Sammeln und Weiterverkaufen von Secondhand-/gebrauchter Kleidung bis hin zu offiziellen Rückkaufprogrammen und Secondhand-Plattformen für ihre Produkte. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu bzw. nicht zu?“



Quelle: ING Consumer Research

Und auch wenn Verbraucher durchaus sehen, dass derartige Initiativen oftmals unter Marketinggesichtspunkten gestartet werden, sind sie der Meinung, dass dieses Marketing funktioniert – und nicht nur das: Mehr als die Hälfte ist der Meinung, dass es sich hier um einen positiven Schritt zu mehr Nachhaltigkeit handelt und dass mehr Marken derartige Schritte unternehmen sollten – auch wenn sie selbst nicht zwangsläufig von diesem Angebot Gebrauch machen würden.

Würgt der Gebrauchtmart den Binnenkonsum ab?

Ökonomen blicken schon seit einiger Zeit besorgt auf schwache Werte bei der Verbraucherzuversicht. Versetzt der Handel mit gebrauchten Artikeln jetzt dem Binnenkonsum den Todesstoß, weil die Verbraucher ihre Haushaltsbudgets schonen wollen und nur noch Gebrauchsgüter kaufen?

Derartige Bedenken dürften übertrieben sein. Angesichts konjunktureller Unsicherheit und möglicher weiterer Belastungen aus den derzeit diskutierten Reformpaketen werden viele deutsche Verbraucher zwar auch weiterhin darauf achten, ihr Geld möglichst zusammenzuhalten.

Allerdings spielt der Gebrauchtmart für nennenswerte Teile unseres Konsums ohnehin keine Rolle. Ein Blick auf das Wägungsschema des Verbraucherpreisindex verrät: Nach Abzug von Lebensmitteln, Energie, Miete, Dienstleistungen und anderen Konsumgütern, die schwerlich gebraucht gekauft werden können, verbleibt selbst bei großzügiger Betrachtung nur etwa ein Viertel unseres Konsums, für das ein Secondhand-Kauf überhaupt in Frage kommt.

Eine genaue Einschätzung der Marktgröße für Gebrauchsgüter ist indes schwierig – insbesondere für den Handel von Privat zu Privat, da hier keine Umsätze erfasst werden. Zahlen des Einzelhandelsverbands HDE legen nahe, dass der gewerbliche Handel mit gebrauchten Waren rund 2 Prozent aller Einzelhandelsumsätze ausmacht – das entspricht etwa 0,3 Prozent des Bruttoinlandsprodukts.

Dieser Anteil müsste also schon erheblich wachsen und dabei zu einem entsprechend geringeren Konsum neuer Produkte führen, um sich im Wachstum überhaupt bemerkbar zu machen. Unsere Umfrageergebnisse zeigen hingegen nicht, dass Verbraucher auf breiter Basis mehr gebrauchte Artikel kaufen würden als in der Vergangenheit – und selbst diejenigen, die das tun, berichten keineswegs einheitlich davon, dass damit eine Verringerung ihres Konsums von Neuware einherginge. Flohmärkte und Secondhand-Plattformen werden also kaum der Untergang der deutschen Wirtschaft sein.

Näheres zu unserer Umfrage

Ziel der mehrmals jährlich durchgeführten Umfrage ist es, zu einem besseren Verständnis für die finanzielle Entscheidungsfindung von Konsumenten zu gelangen. Die Umfrage wurde vom Meinungsforschungsinstitut Ipsos im April 2026 in Form einer Onlinebefragung mit 1.002 Teilnehmern durchgeführt.

Disclaimer / wichtige rechtliche Hinweise

Diese Veröffentlichung wurde von der volkswirtschaftlichen Abteilung der ING Deutschland („ING“) zu reinen Informationszwecken erstellt, ohne Berücksichtigung von Anlagezielen, finanzieller Situation oder Mitteln einzelner Nutzer/Leser. Die Informationen in dieser Veröffentlichung stellen weder eine Anlageempfehlung noch eine Anlage-, Rechts- oder Steuerberatung oder ein Angebot oder eine Aufforderung zur Abgabe eines Angebots zum Kauf oder Verkauf eines Finanzinstruments dar. Mit angemessener Sorgfalt wurde darauf geachtet, dass die Angaben in dieser Veröffentlichung nicht unzutreffend oder irreführend sind; ING gewährleistet nicht ihre Genauigkeit oder Vollständigkeit. ING haftet nicht für Schäden, die direkt, indirekt oder mittelbar aus der Nutzung dieser Veröffentlichung entstehen. Wenn nicht anders angegeben, sind alle Ansichten, Voraussagen oder Einschätzungen allein die des Autors oder der Autoren zum Zeitpunkt der Veröffentlichung und können sich ohne Ankündigung ändern

Die Verbreitung dieser Veröffentlichung kann durch Gesetz oder Verordnung in verschiedenen Rechtsordnungen eingeschränkt werden. Wer in den Besitz dieser Veröffentlichung gelangt, sollte sich über derartige Einschränkungen informieren und diese beachten.

Der Inhalt dieser Veröffentlichung und der zugrunde liegende Datenbestand sind urheberrechtlich geschützt. Wiedergabe, Vertrieb oder Veröffentlichung sind nur mit ausdrücklicher Genehmigung der ING gestattet. Alle Rechte sind vorbehalten. Die ING Deutschland wird von der Europäischen Zentralbank (EZB) und der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) beaufsichtigt. Die ING Deutschland hat ihren Sitz in Frankfurt am Main und ist eingetragen im Handelsregister des Amtsgerichts Frankfurt am Main unter der Registernummer HRB 7727.