

# FACHTAGUNG AM 22. MAI 2014 IN BERLIN „WIDER DIE VERSCHWENDUNG – KONKRETE SCHRITTE ZUR ABFALLVERMEIDUNG“

## ERGEBNIS-DOKUMENTATION DER ARBEITSGRUPPE III:

### GEBRAUCHTWARENHANDEL – WIRKSAME UND (ÖKOLOGISCH, ÖKONOMISCH UND SOZIAL) NACHHALTIGE FORMEN

#### **Thematische Beschreibung**

Die Nachfrage nach und der Absatz von gebrauchten und/oder aufbereiteten Produkten sind ganz zentrale Stellgrößen bei der Umweltentlastung durch eine verstärkte Weiter- und Wiederverwendung von Produkten.

In den vergangenen Jahren haben sich hier zahlreiche neue Geschäftsmodelle entwickelt. Dies sind zum einen internetgestützte Dienstleistungen und Vertriebsformen, zum anderen Gebrauchtwarenhäuser u. ä.

Hierdurch konnten unzweifelhaft neue Absatzwege für den Gebrauchtwarenhandel erschlossen werden. Dennoch liegen hier noch deutliche weitere, bislang nicht erschlossene Absatzpotenziale. Darüber hinaus sind beim Internetvertrieb auch die hiermit verbundenen Umweltbelastungen mit in Betracht zu ziehen.

#### **Begrüßung & Ablauf**

(Frau Dr. Moser, UBA)

In ihrer einführenden Begrüßung bedankte sich Frau Dr. Moser insbesondere bei den vier Gebrauchtwaren- Handelsunternehmen, die ihre Poster und damit ihre Geschäftsgrundlagen zur Diskussion stellen. Sie erklärte die Bereitschaft des Umweltbundesamtes, ebenfalls „Hausaufgaben“ entgegenzunehmen und erläuterte den Ablauf der Arbeitsgruppe.

#### **Impulsvortrag**

(Frau Prof. Blättel-Mink, Goethe-Universität Frankfurt)

In ihrem Impulsvortrag legte Frau Prof. Blättel-Mink zunächst einige begrifflich-definitive Grundlagen. So führte Sie z.B. aus, dass nachhaltiges Konsumieren nicht nur heißt, zu kaufen und nutzen, zu entsorgen, auszuwählen und weiterzugeben, sondern auch, sich an der Entwicklung, Herstellung, Verbesserung von Gütern und Dienstleistungen zu beteiligen, die es allen jetzt und in der Zukunft lebenden Menschen erlaubt, ihre objektiven Bedürfnisse zu erfüllen.

Das Potenzial an nicht mehr verwendeten Produkten - „Deutschlands Dachbodenschätze“ – charakterisierte sie mit den Fakten, dass ca. 55% der Menschen ihre nicht mehr benötigten Produkte behalten und ohne konkreten weiteren Verwendungszweck zu Hause lagern. Dies führt dazu, dass durchschnittlich Gebrauchsgüter im Wert von ca. 1.000,- € in jedem Haushalt vorzufinden sind.

Mit Verweis auf eine abgeschlossene Studie zu den Effekten des Gebrauchsgüterhandels bei ebay ging Frau Prof. Blättel-Minck anschließend auf die dort analysierten Umweltentlastungspotenziale ein. Deutliche Umweltentlastungspotenziale finden sich insbesondere bei langlebigen und hochwertigen Produkten. Da ca. 80% der auf ebay gehandelten Produkte in der Nutzungsphase weder Energie noch Wasser verbrauchen, „lohnt“ sich ihre Weiterverwendung ökologisch praktisch immer. Die zentrale Frage beim Gebrauchsgüterhandel sei aber die Frage, ob sich der gesamte Konsum durch diese Option weiter beschleunige oder nicht. Hierzu liegen bislang keine Kenntnisse vor.

Zum Abschluss ihres Vortrags stellte Frau Prof. Blättel-Minck die Fragen vor, die in den gebildeten vier Kleingruppen im Rahmen des Poster-Rundganges diskutiert werden sollten. Es handelte sich um die Fragen:

1. Wie kann die Nachfrage bzw. der Handel mit Gebrauchsgütern gestärkt werden? (Diffusionsproblem)
2. Welche Rollen spielen „Branding“ und Qualitätssicherung beim Erfolg von Gebrauchsgütern? (Problem: „China“)
3. Welche Rahmenbedingungen braucht der Gebrauchsgüterhandel, damit er sich erfolgreich etabliert? (Wachstumsproblem)
4. Welche Aspekte sind aus ökologischer Sicht bei der Ausgestaltung des Gebrauchsgüterhandels zu berücksichtigen? (Effizienzproblem)
5. Welche Rollen spielen ökonomische und soziale Aspekte bei der Umsetzung des Gebrauchsgüterhandels? (Inklusionsproblem)

### **Posterrundgang & Diskussion**

Nach dem Impulsvortrag teilte sich die Arbeitsgruppe in vier Kleingruppen, die parallel die Posterpräsentationen der vier Unternehmen besuchten und dort die jeweilige Situation entlang der von Fr. Blättel-Minck vorgestellten Leitfragen mit dem anwesenden Unternehmensvertreter diskutierten. Es handelte sich um:

- Herrn Fijalkowski (asgoodas.nu GmbH) : [Poster](#)
- Frau Kreis (kaufhaus diakonia secondhand): Poster
- Herrn Zilm (ReBeam GmbH – Recycling & Recommerce): [Poster](#)

- Herrn Glöckler (eBay GmbH): [Poster](#)

Aus der nachfolgenden gemeinsamen Debatte aller Arbeitsgruppenteilnehmer ließen sich zentrale Ergebnisse dokumentieren, wie dies durch Frau Dr. Moser in ihrer Ergebnispräsentation gegenüber dem Plenum erfolgte:

- allgemeiner Eindruck:
  - Alle vorgestellten Unternehmen sind wirtschaftlich erfolgreich. Aber es gibt keine allgemeingültigen Konzepte. Manche Gebrauchtwarenhändler sind in Nischenmärkten erfolgreich, manche Angebotsformen funktionieren nur im Großstadtbereich, andere Angebote bauen auf ländliche Strukturen und Kooperationen auf. Gebrauchtwarenmärkte werden sich wohl weiter diversifizieren
  - Ein wichtiges Argument, welches für eine weitere Ausweitung des Gebrauchtwarenhandels spricht, ist die Tatsache, dass die Erfahrungen der Verbraucherinnen und Verbraucher mit Gebrauchtwaren steigen und damit auch die Akzeptanz für diese Produkte zunimmt.
- Zur Frage der Bereitstellung geeigneter Gebrauchtwaren:
  - Die Verbraucherinnen und Verbraucher stellen ihre gebrauchten Geräte nicht in ausreichender Anzahl dem Gebrauchtwarenhandel zur Verfügung. Dies gilt nicht nur für technische Geräte, sondern ist z.B. auch im Textilbereich der Fall.
  - Die Abgabe von Gebrauchtwaren muss für Verbraucherinnen und Verbraucher möglichst niedrigschwellig sein:
    - => Das Konfliktfeld kommunale versus gewerbliche Sammlung sollte deshalb nochmals unter den besonderen Anforderungen des Gebrauchtwarenhandels beleuchtet werden.
    - => Es erscheint notwendig, Anreizsysteme zu entwickeln, um Geräte aus Privathaushalten für den Gebrauchtwarenhandel zu mobilisieren.
- Zum Aspekt der Nachfragen nach gebrauchten Waren:
  - Die Nachfrage muss insgesamt erhöht werden. Deshalb müssen Anbieter sich besonders um Vertrauen bei den Käufern bemühen,
  - Transparente, moderne Kommunikation ist dabei besonders wichtig. Branding (Eigenbranding der Anbieter, aber auch Marken der Waren) ist hier ein wichtiges Vermarktungsinstrument,
  - Die angebotenen Produkte werden durch begleitende Serviceleistungen gestärkt. Aspekte der Produkthaftung und Gewährleistung sollten nochmals untersucht werden. Auch ein verringertes MWSt.-Satz für gebrauchte Waren wäre ggf. wünschenswert.
- zu möglichen technischen Hindernissen:
  - Standardisierung von Geräten und ein modularer Aufbau unterstützen die Reparaturfähigkeit und stärken damit den Gebrauchtwarenhandel.
  - Es sind Kooperationen mit Herstellern anzustreben, um so die technische Informationen für den Gebrauchtwarenhandel bereitzustellen.

- Um Qualitätsstandards und damit Vertrauen zu etablieren, wäre zu prüfen, ob technische Normen für Gebrauchtgeräte sinnvoll wären.

Zusätzlich zeigten im Rahmen der Debatten dargestellte Praxiserfahrungen auch auf, dass die öffentliche Hand weder ein guter Anbieter von Gebrauchtgeräten noch ein guter Abnehmer von gebrauchten Waren ist. Im Sinne der anzustrebenden Vorbildfunktion sollte sich dies nach Einschätzung der Beteiligten ändern.