

Kreislaufwirtschaft, Refurbishment und Shared Economy
in der Elektronikbranche:

Wie werden Elektronikgeräte genutzt und wie wichtig ist dabei **das Thema** **Nachhaltigkeit?**

Was ist drin?

Elektronik bestimmt unseren Alltag – Nachhaltigkeit auch?	3
Wie wichtig sind dir die Themen Nachhaltigkeit und Umweltschutz?	4
Die Umfrageergebnisse	5
Dauer der Miete oder Ausleihe von Elektronikgeräten	7
Bekanntheit von Mobilitätsangeboten bei Fahrrädern	8
So schön neu – der große Wunsch nach Neuware	9
Gewusst wie? Einstellungen zur Nachhaltigkeit	10
Was passiert mit deinen alten Elektronikgeräten	11
Fazit: Nachhaltigkeit ist wichtig – Konsum aber noch mehr	12



Elektronik bestimmt unseren Alltag – Nachhaltigkeit auch?

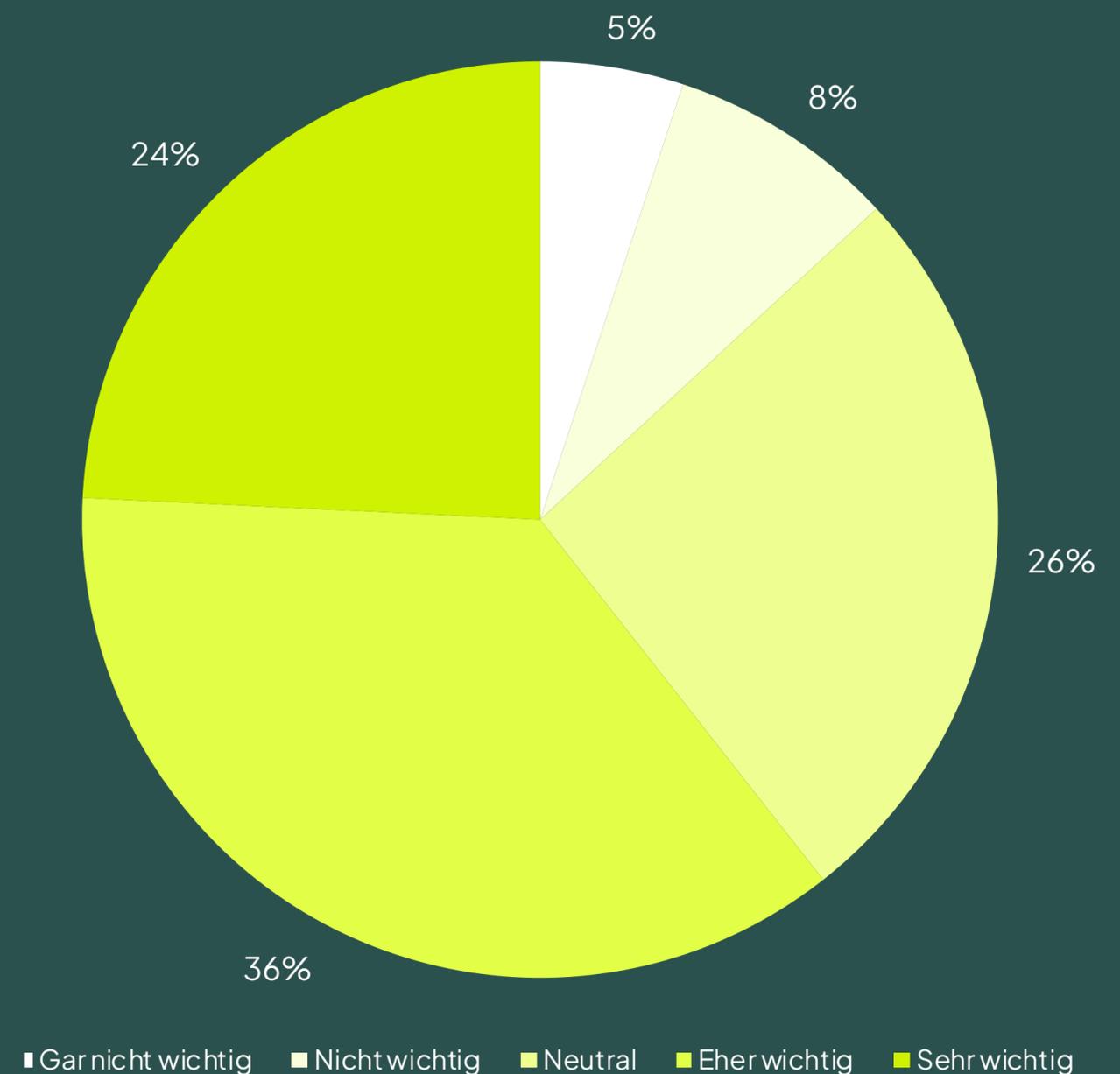
Auch wenn ein Smartphone immer mehr Funktionen beinhaltet, für die es einst eigenständige Produkte gab, so ist die Popularität von Elektronikgeräten insgesamt ungebrochen. Sie haben in allen Altersgruppen ihren festen Platz, der tägliche Gebrauch ist üblich. Dabei spielen globale Marken bei Kaufentscheidungen ebenso eine große Rolle wie die Tatsache, immer das neueste Erzeugnis des Lieblingsherstellers mit den neuesten Features in den Händen zu halten.

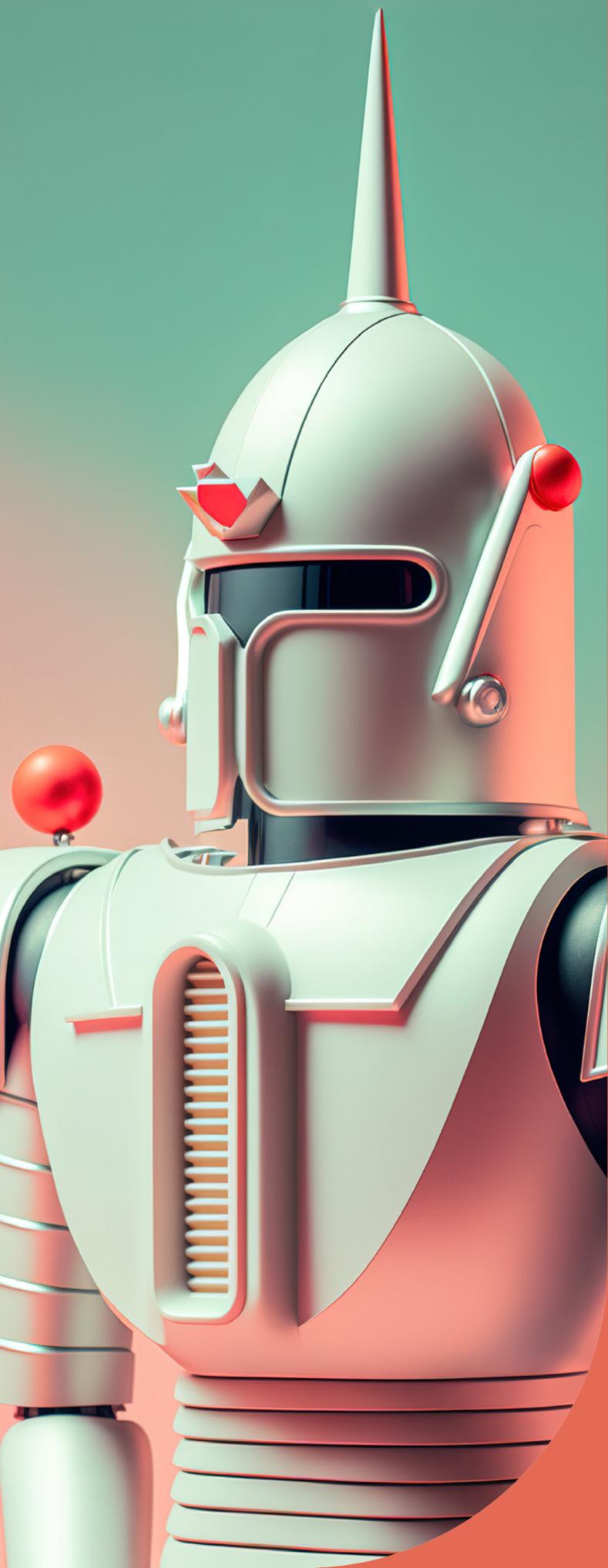
Doch wie nachhaltig denken und handeln dabei die Kunden von heute? Wie hoch ist der Verbreitungsgrad bei den einzelnen Produktgruppen von Fernseher bis Action-Kamera? Wie lange werden sie genutzt? Was passiert mit dem Alten, wenn man sich etwas Neues gekauft hat? Ja, muss es immer ein Neues oder kann es auch ein generalüberholtes Handy sein? Und wie stark akzeptiert ist die Shared Economy – also Ausleihen statt Besitzen – eigentlich bei Elektronik? Wir wollten es genauer wissen und haben Kunden zu ihren Einstellungen und ihrem Verhalten in puncto Nachhaltigkeit bei Elektronikgeräten befragt.



Wie wichtig sind dir die Themen Nachhaltigkeit und Umweltschutz?

Ohne die Ergebnisse vorwegzunehmen, kann man eins bereits sagen: Nachhaltigkeit spielt aus Sicht der Befragten eine immer wichtigere Rolle – sowohl beim Kauf als auch bei der Entsorgung. Indes klafft noch eine Lücke zwischen Anspruch und Wirklichkeit: Unsere Ergebnisse deuten darauf hin, dass das Bewusstsein für nachhaltigen Elektronikkonsum zwar gestiegen ist. Dennoch befindet sich der Einfluss auf die Kaufentscheidung noch im Wandel. Ein fundamentaler Umbruch – von manchen vor allem von den Generationen Z und Y erhofft – ist noch in weiter Ferne und scheint auch nicht von diesen beiden Generationen auszugehen.





Fast jeder hat ein Handy

Doch über welche Produkte reden wir überhaupt? Und wie stark ist deren Marktsättigung? Wenig überraschend: Nahezu jeder der Befragten, und zwar 98 Prozent, verfügt über ein Smartphone bzw.

Zubehör von 68 Prozent und Smartwatches sowie Sportuhren zu 59 Prozent. Kameras, deren Funktion gerade für die meisten Smartphonebesitzer so zentral ist, hat immerhin noch jeder Zweite.

Gerade bei Smartphones und Handys besteht hierzu definitiv keine Gefahr: 94 Prozent ihrer Besitzer greifen täglich zu dem Gerät. Tablets laufen bei 49 Prozent jeden Tag, bei Laptops bzw. Notebooks ist dies zu 43 Prozent der Fall. Tablets werden allerdings von weiteren 24 Prozent, Laptops von weiteren 31 Prozent mehrmals die Woche eingesetzt. Haushalts-, TV- und Audiogeräte laufen bei 73 beziehungsweise 71 Prozent jeden Tag, die Smartwatch wird von 49 Prozent täglich angelegt.

Die Umfrageergebnisse

Handy. Und obwohl man mit ihnen auch Fernsehen, im Internet surfen, E-Mails verschicken und vor allem fotografieren kann, sind die Besitzquoten zu den anderen Geräten ebenso recht hoch. Smartphones haben diese nicht überflüssig gemacht: TV- und Audio-Anlagen finden sich bei 94 Prozent aller Befragten wieder. Auch Laptops und Notebooks sind bei fast jedem vorhanden, nämlich zu 86 Prozent. Tablets haben einen Verbreitungsgrad von 73 Prozent, Computer und

Klarer (Kauf-) Sieger: Online schlägt offline

44 Prozent dieser Elektronikgeräte sind online gekauft worden, 34 Prozent gingen in einen Fachhandel, Gebrauchtkäufe machen 13 Prozent aus. Ein Geschenk war es bei 9 Prozent aller Befragten.

Immer am Start – Handys sind täglicher Begleiter

Was gekauft worden ist, sollte idealerweise auch genutzt werden und nicht in der Ecke verstauben.

Die Nutzungsdauer: Jedes Jahr ein neues Gerät?

Ein entscheidender Aspekt in puncto Nachhaltigkeit ist die Frage, wie lange die Geräte genutzt beziehungsweise besessen werden (was natürlich auch davon abhängig ist, wie lange die Erzeugnisse funktionieren).

Bei Smartphones und Handys liegt der Schwerpunkt mit 53 Prozent deutlich in der Zeit zwischen einem und drei Jahren, nur noch weitere 17 Prozent nutzen sie zwischen drei und fünf Jahren, insgesamt also 70 Prozent. Eine leichte Verschiebung zeigt sich bei Laptops und Notebooks: Deren Besitzer nutzen sie mit 36 Prozent überwiegend zwischen drei und fünf Jahren und mit weiteren 28 Prozent ein bis drei Jahre lang, insgesamt also 64 Prozent. Tablets laufen bei 40 Prozent zwischen einem und drei Jahren, bei weiteren 31 Prozent zwischen drei und fünf Jahren, insgesamt also 71 Prozent.

Wenig verwunderlich: Fernseher und Audiogeräte sind wesentlich langlebiger. Dort verteilt sich die

Nutzungsdauer mehr zwischen den einzelnen Zeiträumen. Knapp 23 Prozent setzen sie acht Jahre und länger, weitere 18 Prozent zwischen fünf und acht Jahren ein. Ähnlich sieht das Bild bei Haushaltsgeräten aus.

Shared Economy – bei Elektronik ein Mythos?

Gerade in Großstädten und bei der Generation Z und Y spielt das Stichwort der Shared Economy eine große Rolle. Doch was bei Fahrrädern, wie wir gleich sehen werden, funktionieren mag, ist nur unbedingt auf Elektronik anwendbar. Und so haben auch nur 11 Prozent der Befragten bereits ein solches Gerät gemietet oder geliehen. 64 Prozent interessiert das Ausleihen und Mieten gar nicht, 25 Prozent kennen solche Angebote nicht einmal.

Bemerkenswert, da dieser Wert alle jemals erworbenen/ genutzten Elektronikzeugnisse einschließt.

Bei 47 Prozent derjenigen, die eine Ausleihe in Anspruch genommen haben, betrug die Miet- oder Leihdauer allerdings mehr als ein Jahr. Bei jeweils 20 Prozent mehrere Monate oder weniger als eine Woche. Das Mieten von Geräten wird also derzeit kaum nachgefragt und ist noch wenig bekannt. Wenn überhaupt, wird es meist für einen längeren Zeitraum bevorzugt. Wird gemietet, dann meist aus Gründen der Nachhaltigkeit, wegen des Preises (beides 60 Prozent), wegen der Technik (47 Prozent) oder um Zugriff auf ein gutes Angebot zu haben (53 Prozent, Mehrfachauswahl möglich).



Dauer der Miete oder Ausleihe von Elektronikgeräten

„Eine in bestimmten Funktionen und Eigenschaften ähnliche Produktgruppe – ein weit verbreiteter Alltagsgegenstand – sind Fahrräder. Mit dem **Bike & Sustainability Report 2023** hat hepster auch dort Erkenntnisse über das Nutzungs- und Kaufverhalten von Radfahrenden gewonnen.“

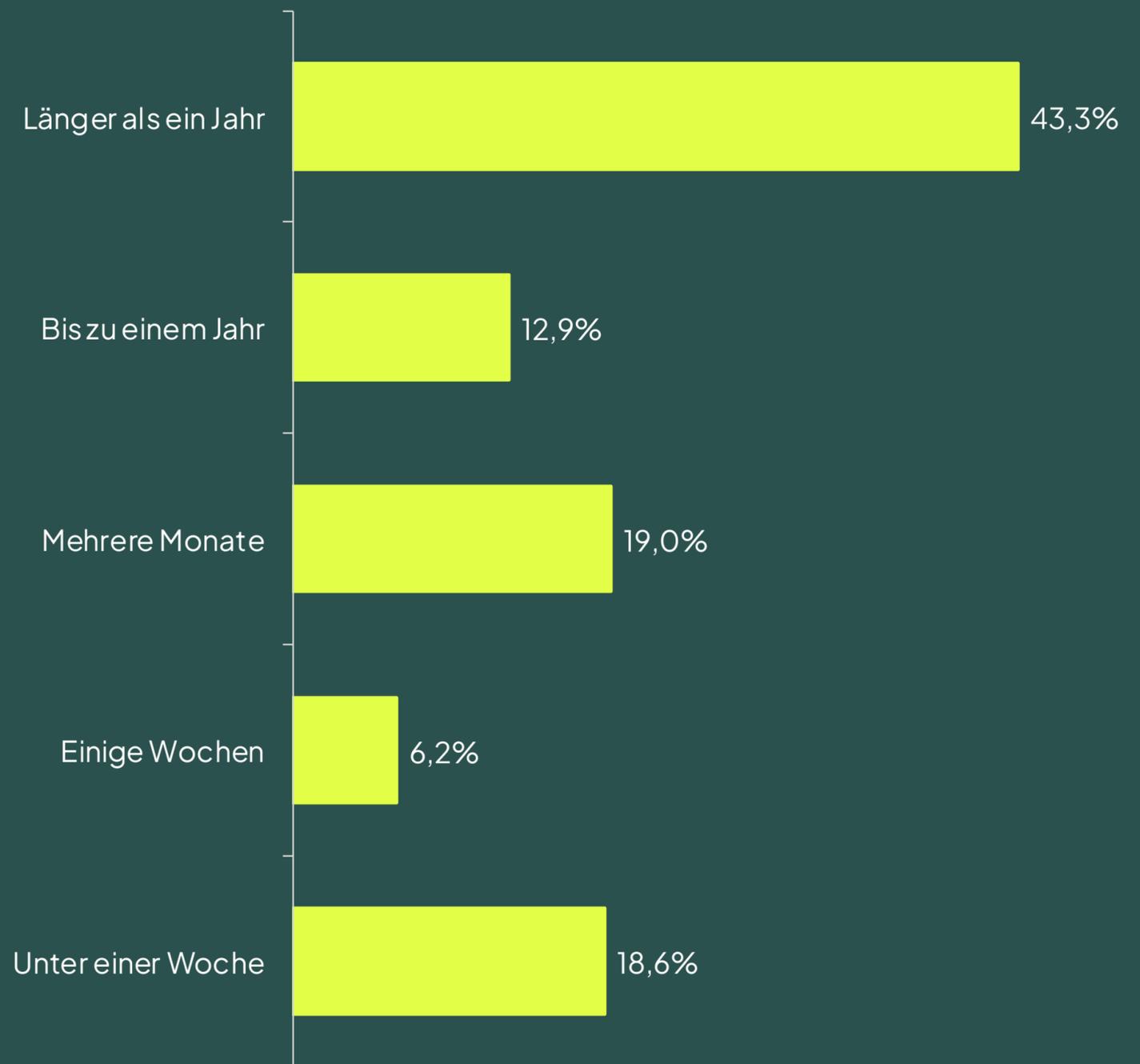


Abb. 2: Miet- und Leihdauer der Elektronikgeräte von 210 Teilnehmer:innen



So sind im Vergleich zu Elektronikgeräten bei Fahrrädern Mobilitäts- und Leihkonzepte – jenseits von eigenen Rädern – wesentlich populärer und vor allem auch bekannter. In der Fahrradindustrie haben sich verschiedene Geschäftsmodelle etabliert, die sich den wandelnden Bedürfnissen der Radfahrenden anpassen. Eines der ältesten Modelle ist der Fahrradverleih, den es heute in vielen Facetten gibt: Ortsgebundene feste Verleihstationen oder stationslose „Free Floating“-Angebote, die sich per App und Smartphone aktivieren lassen.

Bekanntheit von Mobilitätsangeboten bei Fahrrädern (laut hepster Umfrage)

- Sharing / öffentlicher Radverleih 85 %
- Vermietung / situativ, tageweise 82 %
- Abo / langfristige Miete 50 %
- Dienstrad-Leasing über Arbeitgeber 3 %
- Keins bekannt 6 %

Sharing-Angebote werden dabei nicht nur von 85 Prozent wahrgenommen, denn wie unsere Städte zeigen, werden diese Angebote auch kräftig genutzt.



So schön neu – der große Wunsch nach Neuware

Ein wichtiges Element der Kreislaufwirtschaft ist das Kaufen runderneuerter Waren (refurbished). Dies machen immerhin über alle Gerätegruppen hinweg 44 Prozent.

Allerdings kaufen 56 Prozent ausschließlich Neugeräte. Jene, die generalüberholte Geräte erwerben, entscheiden sich zu 40 Prozent für ein Smartphone, 30 Prozent für ein Tablet und 19 Prozent für einen Laptop.

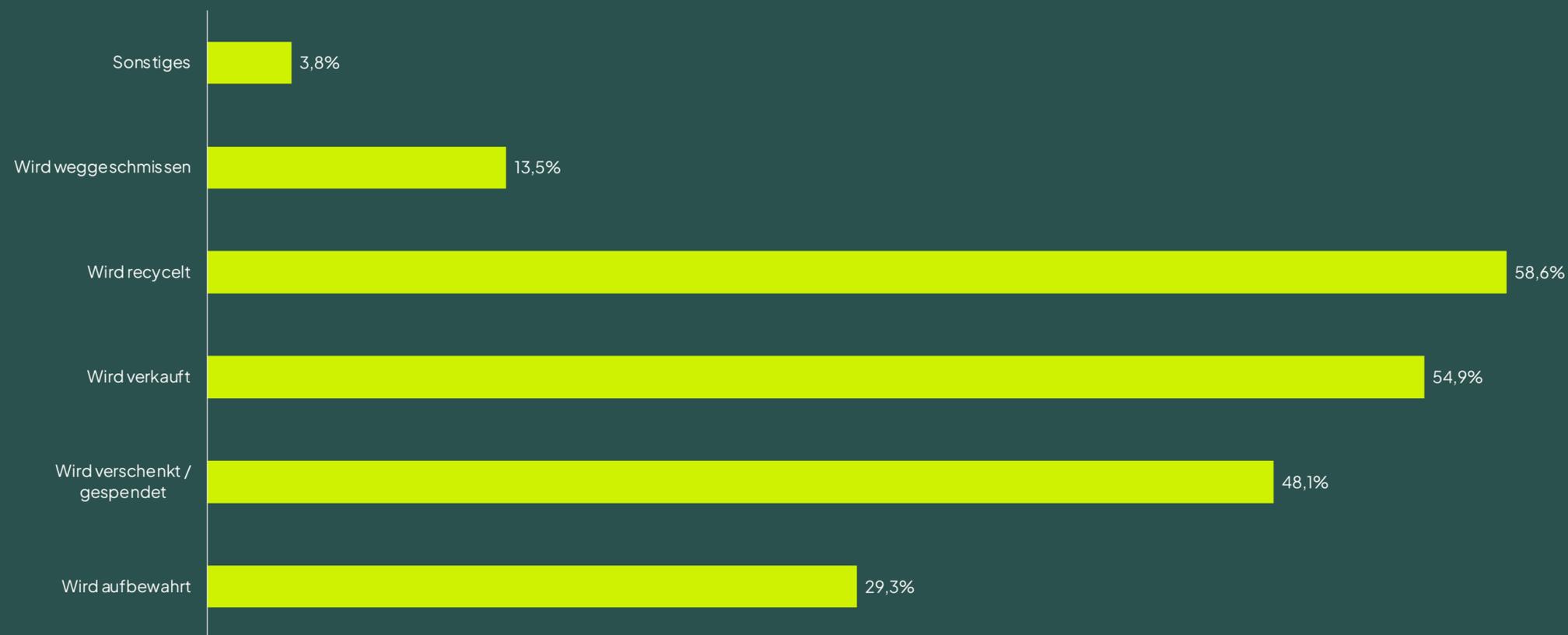
Gewusst wie? Einstellungen zur Nachhaltigkeit

Es besteht ein großes Bewusstsein darüber, was mit alten Geräten passiert oder wie sie richtig entsorgt werden: Der überwiegenden Mehrheit von 60 Prozent sind die Themen Nachhaltigkeit und Umweltschutz wichtig oder sehr wichtig. Knapp die Hälfte, 48 Prozent, hat sich schon einmal damit befasst, wo und wie die Erzeugnisse und einzelnen Teile ihrer beliebten Elektronikgeräte produziert werden. Immerhin 28 Prozent jedoch nicht/ gar nicht.

51 Prozent haben sich viel bis sehr viel damit befasst, was mit Elektronikgeräten geschieht, wenn sie nicht mehr genutzt werden. Und was passiert nach dem Kauf eines Neuen konkret mit dem alten, abgelegten Produkt? 58 Prozent geben es in die Wiederverwertung, 55 Prozent verkaufen es, 48 Prozent verschenken oder spenden es, 29 Prozent bewahren es auf – und 14 Prozent schmeißen es schlicht weg. Vorbildlich: 80 Prozent wissen immerhin, wie Elektronik richtig entsorgt wird.



Was passiert mit deinen alten Elektronikgeräten, wenn du dir ein neues, gebrauchtes oder refurbished Gerät holst?



Doch welche Nachhaltigkeitsaspekte sind den Verbrauchern hinsichtlich der Elektronikgeräte wichtig? Auf Platz 1 mit knapp 65 Prozent rangiert hier die einfache und fachgerechte Entsorgung, welche als eher bis sehr wichtig eingestuft wird. Es folgen nachhaltige Materialien und energie- sowie ressourcenschonende Herstellung (je 57 Prozent), Produktionsbedingungen (53 Prozent) und kurze Transportwege (41 Prozent).

Abb. 3: Konkrete Entsorgung von Elektronikgeräten durch 1.862 Teilnehmer:innen



Nachhaltige Aspekte in allen Lebens- und Konsumbereichen haben an Bedeutung gewonnen und sind zu Verkaufsargumenten geworden. Immer mehr Menschen setzen sich bewusst mit den jeweiligen Herstellern auseinander

Fazit: Nachhaltigkeit ist wichtig – Konsum aber noch mehr

und sammeln teils aktiv Informationen, bevor sie eine Kaufentscheidung treffen.

Allerdings zeigt sich nach wie vor eine interessante Diskrepanz zwischen Anspruch und Wirklichkeit: Obwohl Nachhaltigkeit als Thema hoch bewertet wird, neigen die meisten Befragten dazu, Elektronik-

geräte eher zu kaufen als zu mieten. Shared Economy findet hier (noch) nicht statt. Ein wichtiger Grund dürfte darin zu finden sein, dass es hierfür – gegenüber einem Kauf – hierzulande wenige oder gar keine konkurrenzfähigen Angebote gibt.

Doch Hoffnung ist in Sicht: Eine aktuelle repräsentative Schweizer Studie kommt zu dem Ergebnis, dass sich 39 Prozent der Befragten zumindest vorstellen können, Unterhaltungselektronik zu mieten. Mit 44 Prozent ist der Anteil der Frauen höher als bei den Männern (34 Prozent).¹ Die Untersuchung wurde im Auftrag des Startups Yuno durch-

geführt. Es ist der erste Mietanbieter für Unterhaltungselektronik in der Schweiz, und zwar als Abo-Modell, und hat als Kapitalgeber den mächtigen Einzelhändler Migros hinter sich. Doch zunächst sind die vorliegenden Zahlen nur Absichtserklärungen. Man darf gespannt sein, wie sich Yuno entwickelt.

Zurück zur hepster-Umfrage: Ein weiteres Kernergebnis zeigt, dass mehr Verbraucher ihre Elektronik neu kaufen, statt auf generalüberholte Ware zu setzen. Hier könnte der Wunsch nach „dem neuesten Gerät“ mit den entsprechenden Funktionen eine große Rolle spielen. Doch immerhin erfreuliche 44 Prozent haben bereits einmal auf „refurbished“ zurückgegriffen.

...

¹ <https://corporate.migros.ch/de/medien/mitteilungen/show/news/medienmitteilungen/2023/yuno-gfs-studie-id=020f82b2-ce4f-4071-8a34-4585b9cb531a-.html>

Zu ähnlichen durchwachsenen Erkenntnissen kommt auch die Studie „Future Needs der Generation Z“ des ECC Köln (eine Gesellschaft des Instituts für Handelsforschung, IfH) aus dem Jahr 2022. Dort heißt es:

„Verzicht üben, fällt der Generation Z selbst jedoch schwer. So glauben immerhin zwei Drittel der jungen Konsumenten, es sei möglich, nachhaltig zu leben, ohne Abstriche beim Lebensstil zu machen. Infolgedessen wundert es auch nicht, dass Produktmarken für jeden Zweiten beim Shopping eine wichtige Rolle (55 Prozent) spielen. 52 Prozent achten dabei ebenso auf das Image der Marke und damit auch auf etwaige Nachhaltigkeitsaspekte.“²

Bezogen auf alle Altersgruppen, die die hepster-Untersuchung erfasst hat, ist nahezu jedem das Thema Nachhaltigkeit präsent – zumindest bei der grundsätzlichen Einstellung in puncto Kaufverhalten, wenn auch nicht unbedingt beim Verhalten selbst. Dass die Generation Z und Y hier Vorreiter in Wort und Tat sein werden, darf bezweifelt werden. Auch sie wollen nicht auf die jeweils modernste Elektronik verzichten. Ähnliches zeigte sich gerade erst beim Thema „Fliegen“. Das Fazit zu einer aktuellen Studie:

„Von wegen Flugscham – Gen Z und Millennials fliegen öfter als Boomer.“³

² <https://www.handelsjournal.de/generation-z-zwischen-aktivismus-und-ueberforderung.html>

³ <https://www.welt.de/wirtschaft/article246938790/Flugscham-Gen-Z-und-Millennials-fliegen-oefter-als-Boomer.html>



Copyright

Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung der MOINsure GmbH. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen und der Speicherung sowie Verarbeitung in elektronischer Form. Eine Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.

Impressum/Kontakt

hepster (MOINsure GmbH)

Am Kreuzgraben 1a

18146 Rostock

Mail: presse@hepster.com

partner.hepster.com

www.hepster.com

