



Pressemitteilung

Nachhaltig, günstig und wie neu – Refurbished-Geräte liegen im Trend

5. Mai 2022

Corina Kirchner
Public Relations
T +49 911 395 4570
corina.kirchner@gfk.com

Nürnberg, 5. Mai 2022 – Smartphones sind in den letzten Jahren immer teurer und technisch ausgereifter geworden. Für Konsumenten sind daher neben den neusten Modellen durchaus auch deren Vorgänger noch attraktiv – und vor allem nachhaltiger. Neue GfK-Daten zeigen, dass Konsumenten zunehmend gerne zu sogenannten „Refurbished“-Produkten greifen. Experten von GfK schätzen, dass in den letzten zwölf Monaten über zwei Millionen solcher Geräte über die Ladentheke gewandert sind.

Neben neuen oder gebrauchten Produkten haben sich in letzter Zeit „Refurbished“-Geräte als eine eigene Kategorie etabliert. Während die klassischen gebrauchten Geräte meist inklusive Abnutzungsspuren direkt vom Vorbesitzer verkauft werden, kommen Refurbished-Produkte von einem spezialisierten Händler oder direkt vom Hersteller. Dafür werden gebrauchte Geräte vor dem Weiterverkauf professionell aufbereitet und generalüberholt; die Käufer erhalten eine neue Garantie.

Refurbishment als Alternative zum Neukauf

Laut einer aktuellen Studie von GfK entfielen im letzten Jahr knapp 10 Prozent der Mobiltelefonkäufe auf ein professionell instandgesetztes Gerät. Obwohl Refurbished-Geräte noch eine eher junge Erscheinung sind, nutzt also aktuell fast einer von zehn Mobiltelefonkäufern diese Option. Die Bedeutung dieses Wertes wird deutlich, wenn man ihn auf absolute Stückzahlen hochrechnet. So schätzen die GfK-Experten, dass in den vergangenen zwölf Monaten rund zwei Millionen Refurbished-Mobiltelefone in Deutschland verkauft worden.

Ähnlich sind die Anteile bei Smartwatches/ Fitnesstrackern, Laptops und Unterhaltungselektronik allgemein. Relativ gesehen am meisten verbreitet ist die Refurbished-Alternative bei Tablets. Fast jedes fünfte Tablet wird professionell instandgesetzt gekauft. Allerdings bleiben die absoluten Stückzahlen deutlich hinter größeren Kategorien wie Mobiltelefonen zurück.

GfK SE
Sophie-Germain-Straße 3 – 5
90443 Nürnberg
Deutschland

T +49 911 395 0

Vorstand:
Lars Nordmark (Interim-CEO)
Joshua Hubbert

Vorsitzender des Aufsichtsrats:
Thomas Ebeling

Handelsregister:
Nürnberg HRB 25014

Tendenziell greifen dabei eher jüngere und gut gebildete Menschen auf Refurbished-Produkte zurück. Insbesondere bei Männern sind instandgesetzten Geräte eher beliebt als bei Frauen.

Marktauswirkungen des nachhaltigen Techniktrends

Obwohl die Absatzzahlen von Refurbished-Geräten im Gegensatz zu neugekauften Produkten noch vergleichsweise niedrig sind, gibt es klare Anzeichen dafür, dass sich die Prioritäten der Konsumenten derzeit ändern. „Dies liegt an den steigenden Preisen von Neugeräten, aber auch an der zunehmenden Nachhaltigkeitsorientierung der Verbraucher. Aktuell finden es mehr als zwei Drittel aller deutschen Verbraucher wichtig, dass Unternehmen umweltfreundlich handeln“, **betont Mathias Friedrichs, Experte für Marketing & Consumer Insights bei GfK.**

Zeitgemäße Marken- und Produktstrategien sollten folglich berücksichtigen, inwiefern ökologische oder soziale Nachhaltigkeit in die eigene Markenpositionierung integriert werden kann und damit auch, welche Implikationen der Trend rund um Refurbished-Produkte für das eigene Unternehmen hat. „Hersteller und Einzelhändler, die hier die Führung im Bereich Nachhaltigkeit übernehmen, könnten mit lohnenswerten First-Mover-Vorteilen belohnt werden. Das kann eine Vorreiterrolle als ethische und nachhaltige Marke sein oder die Möglichkeit, neue Zielgruppen zu erschließen“, so Friedrichs.

Zur Studie

Mit dem GfK eBUS® werden wöchentlich 1.000 Personen im Alter von 18-74 Jahren befragt, die die deutschsprachige Bevölkerung repräsentieren. Die Befragung rund um das Thema „Refurbished“ wurde vom 31. März bis zum 3. April 2022 durchgeführt.

Pressekontakt: Corina Kirchner, T +49 911 395 4570, corina.kirchner@gfk.com

GfK. Growth from Knowledge.

Seit über 85 Jahren vertrauen uns Kunden weltweit, indem wir sie bei geschäftskritischen Entscheidungsprozessen rund um Verbraucher, Märkte, Marken und Medien unterstützen. Mit unseren verlässlichen Daten und Erkenntnissen, kombiniert mit fortschrittlicher künstlicher Intelligenz, haben wir den Zugang zu umsetzbaren Handlungsempfehlungen in Echtzeit revolutioniert, die die Marketing-, Vertriebs-, und Organisations-Effektivität unserer Kunden und Partner steigern. Auf diese Weise versprechen und liefern wir Wachstum durch Wissen – **Growth from Knowledge.**