



# FALLSTUDIE

## Online-Gebrauchtwarenhandel eBay & Co.

Fallstudie im Rahmen des Projekts Evolution2Green  
– Transformationspfade zu einer Green Economy

Siegfried Behrendt (IZT)

Stand: September 2017

### Projektleitung

#### **adelphi research gemeinnützige GmbH**

Alt-Moabit 91  
14193 Berlin

T +49 (0)30-89 000 68-0  
F +49 (0)30-89 000 68-10

[www.adelphi.de](http://www.adelphi.de)  
[office@adelphi.de](mailto:office@adelphi.de)

### Projektpartner

#### **Borderstep Institut für Innovation und Nachhaltigkeit gemeinnützige GmbH**

Clayallee 323  
14169 Berlin

T: +49 (0)30 - 306 45 1000

[www.borderstep.de](http://www.borderstep.de)  
[info@borderstep.de](mailto:info@borderstep.de)

#### **IZT - Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung gemeinnützige GmbH**

Schopenhauerstr. 26  
14129 Berlin

T: +49 (0) 30 80 30 88-0

[www.izt.de](http://www.izt.de)  
[info@izt.de](mailto:info@izt.de)

Abbildung Titel: © Pixelbliss - shutterstock.com

evolution2green wird gefördert vom Bundesministerium für Bildung und Forschung.



## Die Fallstudie im Überblick

Steckbrief	
<b>Titel der Fallstudie</b>	<b>Online-Gebrauchtwarenhandel eBay &amp; Co.</b>
<b>Kurzbeschreibung</b>	Die vorliegende Fallstudie untersucht eBay als Schrittmacher für die Entwicklung des Online-Handels mit Gebrauchsgütern.
<b>Thematische Eignung</b>	Ebay hat als Online-Handelsplattform neben einem globalen Markt für Neuwaren auch einen globalen Markt für gebrauchte Produkte geschaffen. Es wirkt als Wegbereiter für ähnliche Online-Anbieter und ist nicht an bestimmte Milieus gebunden, sondern spricht ein sehr heterogenes Spektrum an NutzerInnen an, was sich auch in qualitativen Veränderungen des Konsums niederschlägt.
<b>Geografische Bezugs Ebene</b>	Deutschland, weltweit
<b>Umsetzungs- bzw. Diffusionsstadium</b>	Mainstream
<b>Geschwindigkeit</b>	Schnelle Verbreitung
<b>Transformationsstrategie</b> (Effizienz, Konsistenz, Suffizienz)	Effizienz, Suffizienz
<b>Erfolgsfaktoren</b>	<p>Schnelle Professionalisierung und Expansion: In nur wenigen Jahren wird eBay zum größten Internet-Auktionshaus und Anbieter für Kleinanzeigen. Die steigende Anzahl der Marktakteure begünstigt die Entwicklung.</p> <p>Außerdem wird die Entwicklung durch die zunehmende Online-Affinität der KonsumentInnen begünstigt. Internet und die Verbreitung der sozialen Netzwerke machen die Inanspruchnahme von neuen Nutzungskonzepten einfach und bequem und dadurch massentauglich.</p> <p>Kulturelle Veränderungen, die sich in einem besseren Image für Gebrauchsgüter widerspiegeln, sowie ein gestiegenes Umweltbewusstsein in der Bevölkerung verstärken diese Dynamik.</p>
<b>Pfadabhängigkeiten und Hindernisse</b>	zunehmende Ausstattung der Haushalte mit Gebrauchsgütern; Transaktionskosten; Image der Gebrauchsgüter; unsichere Haftung, fehlende Garantie- und Versicherungslösungen; Trend kurzlebiger Produktnutzung

## Inhaltsverzeichnis

<b>Die Fallstudie im Überblick</b>	<b>II</b>
<b>Inhaltsverzeichnis</b>	<b>III</b>
<b>Abbildungs- und Tabellenverzeichnis</b>	<b>IV</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b>	<b>IV</b>
<b>1 Ziel und Methodik</b>	<b>5</b>
<b>2 Auswahl der Fallstudie</b>	<b>6</b>
<b>3 Online-Gebrauchtwarenhandel eBay</b>	<b>7</b>
3.1 Problemdruck und Rahmenbedingungen	7
3.2 Veränderungsidee	7
3.3 Transformationsprozess	8
3.4 Change Agents und deren Rolle als Promotoren im Prozess	11
3.5 Zeitaspekte	12
3.6 Tabellarische Zusammenfassung	13
<b>4 Resumée zentraler Erfolgsfaktoren</b>	<b>16</b>
<b>5 Literaturverzeichnis</b>	<b>17</b>

## Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildung 1:	Transformationsprozess in Phasen	11
Tabelle 1:	Erfolgsfaktoren der Transformation und Relevanz	13

## Abkürzungsverzeichnis

<b>P2P</b>	Peer-to-Peer
<b>CSR-Strategie</b>	Corporate Social Responsibility-Strategie
<b>MoC</b>	Models of Change

## 1 Ziel und Methodik

Das Projekt Evolution2Green wird von adelphi gemeinsam mit dem Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung und dem Borderstep Institut durchgeführt. Gefördert vom Bundesministerium für Bildung und Forschung thematisiert das Vorhaben Transformationspfade hin zu einer Green Economy und die Gestaltung von Pfadwechseln.

Im dritten Arbeitspaket des Projektes erfolgt die Erstellung von 21 Fallstudien erfolgreicher, bzw. potentiell erfolgreicher Transformationsprozesse. Zentrale Zielstellung ist die Identifikation von Erfolgsfaktoren für eine Transformation zu einer Green Economy und die Herausarbeitung lösungsorientierter Handlungs- und Steuerungsansätze. Betrachtet werden Beispiele in den Transformationsfeldern Mobilität, Wärmeenergie und Rohstoffe, sowie übergreifende Fälle von besonderer Relevanz<sup>1</sup>. Die Erstellung und Analyse der Fallstudien erfolgt nach dem Models of Change (MoC) Ansatz (Kristof, 2010), der im Rahmen des ersten Arbeitspakets dieses Vorhabens projektspezifisch operationalisiert und um Perspektiven aus der Politik- und Wirtschaftswissenschaft, mit besonderem Fokus auf die Multilevel Perspektive (Geels, 2002, 2011; WBGU, 2011) erweitert wurde (Kahlenborn, Tappeser & Chichowitz, 2016).

Basis der Fallstudien sind neben Vorarbeiten der drei Institute in den jeweiligen Feldern umfangreiche Analysen der Literatur und der verfügbaren Internetquellen. In einzelnen Fällen erweitern Experteninterviews die Datengrundlage.

Primäres Ergebnis je Transformationsbeispiel ist eine Beschreibung der zentralen Erfolgsfaktoren entlang der MoC-spezifischen Analysekatoren Akteure (1), Veränderungsidee (2), Zeitaspekte (3) und Veränderungsprozesse (4) vor dem Hintergrund fallspezifischer Rahmenbedingungen, wobei nur die relevantesten Faktoren im Text behandelt werden.

Das vorliegende Papier stellt die Fallstudie zu eBay & Co. vor. Kapitel 2 erläutert zunächst die Auswahl der Fallstudie. Kapitel 3 gibt die Ergebnisse wieder. So werden zunächst der Problemdruck und die Rahmenbedingungen (Abschnitt 3.1) und anschließend die Veränderungsidee beschrieben (Abschnitt 3.2)<sup>2</sup>, danach wird auf Merkmale des Transformationsprozesses (im MoC-Ansatz Veränderungsprozesse) eingegangen (3.3). Abschnitt 3.4 benennt die Change Agents und deren Rolle als Promotoren im Prozess, Abschnitt 3.5 die Zeitaspekte. In einer tabellarischen Zusammenfassung werden daraufhin die zentralen Faktoren zusammengefasst (Abschnitt 3.6). Kapitel 4 nimmt ein Resümee der zentralen Erfolgsfaktoren vor und bewertet die Relevanz des Falls für die Transformation hin zu einer Green Economy.

<sup>1</sup> Die Auswahl der Fallstudien erfolgte anhand von Auswahlkriterien, die in einem separaten Operationalisierungspapier entwickelt wurden. Sie umfassen unter anderem: Praktikabilität, Thematische Eignung, Diversifizierung, Disruptiver Prozess, Erfolg im Lock-out des alten Pfades, Relevanz im deutschen Kontext, Veränderung des Regimes, Nachvollziehbarkeit der Akteurs-Konstellationen, Komplexität und Breitenwirksamkeit.

<sup>2</sup>Aus Gründen der Leserlichkeit erfolgt die Darstellung in einer vom Analyseansatz abweichenden Reihenfolge.

## 2 Auswahl der Fallstudie

Die Zielsetzung der Fallstudien im Projekt Evolution2Green besteht darin, konkrete Fälle und ihre Hintergründe zu beleuchten, in denen wesentliche Pfadabhängigkeiten, die den Pfadwechsel zur Green Economy behindern, überwunden werden. eBay wurde ausgewählt, weil durch eBay sich die Rahmenbedingungen für den Gebrauchtwarenhandel grundlegend gewandelt haben. Jenseits von wenigen hochpreisigen Gütern, wie Autos, bewegte sich der Gebrauchtwarenhandel lange Zeit in einer Nische mit abnehmender Relevanz bei zunehmendem Wohlstand der Konsumgesellschaft. Dies hat sich durch die enorme Dynamik und den Erfolge von Online-Plattformen für Gebrauchtwaren, insbesondere von eBay, deutlich gewandelt.

eBay hat als Online-Handelsplattform nicht nur einen globalen Markt für gebrauchte Produkte geschaffen, sondern ebenfalls neue Spielräume für einen nachhaltigen Konsum eröffnet. Dabei hat eBay es mit seiner Online-Handelsplattform geschafft, das Image von gebrauchten Produkten deutlich zu verbessern. Infolge sind in den vergangenen Jahren eine Vielzahl neuer Geschäfts- und Erlösmodelle für internetgestützte Dienstleistungen und Handelsformen entwickelt worden. Dabei wird deutlich, dass diese als Medium und Markttransaktionsform zukünftig von zentraler Bedeutung für einen ressourcensparenden Konsum sind. Diese beruht im Wesentlichen auf der Möglichkeit, durch Vermarktung gebrauchter Produkte deren Nutzungsdauer zu verlängern und so zusätzliche Umweltbelastungen durch Neuanschaffungen zu vermeiden. Zwar werden auch Umweltbelastungen (etwa durch Logistik und Transporte) induziert und Fallanalysen zeigen, dass sich im Einzelfall positive oder negative Effekte ergeben. Sie stützen aber auch die These, dass die Nutzungsintensivierung durch die Aktivierung nicht genutzter Konsumgüter (Erschließung nicht genutzter Potenziale im Gebrauchtgüterhandel, temporärer Besitz, Verringerung redundanten Besitzes etc.) ein wesentlicher Pfeiler für die Realisierung von beachtenswerten Dematerialisierungspotenzialen ist.

In der Vergangenheit scheiterte die Ausschöpfung der Wiederverwendungsmöglichkeiten im Bereich privater Haushalte oftmals an hohen Transaktionskosten, so dass der Handel mit gebrauchten Produkten weitgehend auf lokale Märkte beschränkt blieb. Aufgrund dieser Hemmnisse wurde weder lokal noch regional eine kritische Größe für Gebrauchtgütermärkte erreicht, die sowohl für Anbieter als auch Nachfrager attraktiv sein konnte. Durch das Entstehen großer Handelsplattformen wie eBay und die gestiegene Internetnutzung haben sich die Rahmenbedingungen für den Gebrauchtwarenhandel im Laufe zweier Jahrzehnte erheblich verändert.

Elektronische Märkte ermöglichen eine enorme Vergrößerung der Anzahl von Marktteilnehmern. Die Relevanz ergibt sich allein schon aus der reinen Zahl der eBay Nutzer. Etwa die Hälfte der Bevölkerung hat in Deutschland mindestens ein Produkt bei eBay gekauft und fast ein Drittel hatte selbst etwas verkauft. eBay hat in Deutschland (2017) eine Reichweite von 20,33 Millionen Nutzern, weltweit nutzen 163 Mio. Kunden aktiv eBay. Der Wiederverkauf im Internet hat das Nischenniveau schon lange hinter sich gelassen und ist im Mainstream angekommen. Mit der Verbreitung steigt damit auch deren Relevanz für einen nachhaltigen Konsum.

Für die Fallstudie relevant ist eBay nicht nur als weltgrößte Handelsplattform für Gebrauchtgüter, sondern auch, weil eBay nicht an bestimmte Milieus gebunden ist, sondern ein sehr heterogenes Spektrum an Nutzern anspricht und damit weit über die Reichweite bisheriger Versuche zur Nutzungsintensivierung hinausgeht, was sich auch durch qualitative Veränderungen des Konsums niederschlägt. So hat sich durch eBay das Konsumverhalten verändert. Eine Tendenz zum höherwertigen Konsum wird unterstützt. Wegwerfen kommt für viele weniger in Frage. Ob damit bereits eine Wiederverkaufskultur entstanden ist, die die Wegwerfkultur ablöst, wie von einigen behauptet wird, darf bezweifelt werden. Zumindest ist festzustellen, dass der Handel mit Gebrauchtgütern im Internet zum Entstehen einer Wiederverkaufskultur beiträgt.

## 3 Online-Gebrauchtwarenhandel eBay & Co.

---

### 3.1 Problemdruck und Rahmenbedingungen

---

Die Ausstattung privater Haushalte mit Gebrauchsgütern steigt. Aus Umweltsicht ist dieses Wachstum bedeutsam im Hinblick auf den Ressourcenverbrauch. Untersuchungen über die Stoffflüsse von privaten Haushalten haben ergeben, dass jährlich rund 100 kg je Einwohner und Jahr an langlebigen Konsumgütern angeschafft werden. Der Umfang der gelagerten Güter beträgt etwa 1,7 Tonnen. Jährlich wächst dieses Lager um rund 20kg. Schätzungsweise befinden sich heute in einem deutschen Haushalt durchschnittlich 10.000 bis 20.000 Gegenstände. Viele werden nicht oder selten genutzt, was auf einen erheblichen redundanten Besitz hinweist. Die Zunahme des „Lagerbestandes“ in den Haushalten wird begleitet von einem Rückgang der Produktlebensdauer, insbesondere bei Elektro- und Elektronikgeräten ist dies festzustellen. Immer mehr große Haushaltsgeräte, Waschmaschinen, Wäschetrockner und Kühlschränke, werden schon innerhalb der ersten fünf Jahre ersetzt, weil sie kaputt gegangen sind. 2004 waren es 3,5 Prozent; 2012 schon 8,3 Prozent der Gesamtersatzkäufe. Von 2004 bis 2012/2013 verringerte sich die Nutzungsdauer von Waschmaschinen, Trocknern und Kühlschränken um ein Jahr auf 13 Jahre im Durchschnitt. Ein Drittel tauschte ein funktionierendes, altes Gerät gegen ein besseres ein. Zwei Drittel kauften ein neues, weil das alte defekt war. Bei Flachbildschirmen ist die Nutzungsdauer kurz, auch wenn die Geräte noch funktionsfähig sind. Die durchschnittliche Nutzungsdauer eines Röhrenfernsehers lag (zwischen 2005 bis 2012) zwischen zehn und zwölf Jahren. Bei Flachbildschirmen liegt die Nutzungsdauer bei 5,6 Jahren (2012). Über 60% der Verbraucher ersetzen ein funktionierendes Gerät durch ein neueres bzw. (vermeintlich) noch besseres (UBA 2015). Die zunehmende Vernetzung, das "Internet der Dinge", wird diese Entwicklung wohl noch beschleunigen. In der Folge der verkürzten Nutzungsdauer entstehen kurzlebige Produkte, die unsere Umwelt deutlich drastischer belasten als Geräte mit langer Nutzungsdauer.

Sowohl die zunehmende Ausstattung der Haushalte mit Gebrauchsgütern als auch der Trend kurzlebiger Produktnutzung laufen einer Green Economy entgegen.

---

### 3.2 Veränderungsidee

---

Online-Plattformen eröffnen neue Spielräume für einen nachhaltigen Konsum. Diese beruhen im Wesentlichen auf der Möglichkeit, durch Vermarktung gebrauchter Güter die Lebens- und Nutzungsphase von Produkten zu verlängern und so zusätzliche Umweltbelastungen durch Neuanschaffungen zu vermeiden. Werden Gebrauchtwaren einer Wiederverwendung durch einen anderen Nutzer zugeführt, so kann dies substantiell zur Ressourcenschonung beitragen. Durch die Senkung der Transaktionskosten und Vereinfachung der Suche, Anbahnung und Abwicklung bieten Online-Plattformen neue und bessere Möglichkeiten für die Weiternutzung von Gebraucht- und Altgeräten. Die durch elektronische Märkte wie eBay eröffneten Spielräume sind mehr als eine bequeme Einkaufsmöglichkeit, weil neben dem Konsumobjekt zunehmend Aspekte des Lebensstils in den Vordergrund rücken. Unausgeschöpfte Potenziale bestehen im Handel mit Gegenständen, die in den Haushalten nicht mehr genutzt werden. Eine repräsentative Studie von TNS im Auftrag von eBay ergab, dass durchschnittlich 217 Gegenstände in deutschen Haushalten ungenutzt lagern, darunter Kleider (65,4 Mio.), Handtaschen (66 Mio.), Sonnenbrillen (37 Mio.) und Spielzeug (98 Mio.). Unter den hochwertigen Gegenständen befinden sich vor allem Haushaltsgeräte und elektronische Geräte, die meist voll funktionsfähig sind und sich somit sehr gut für einen Wiederverkauf bzw. Wiedernutzung eignen würden. Allein 43 Mio. Mobiltelefone werden nicht genutzt, also pro Haushalt mehr als ein Handy oder Smartphone (eBay 2015a). In jedem zweiten Haushalt findet sich im Schnitt



eine ungenutzte Kaffeemaschine, eine Digitalkamera und eine Spielekonsole. Der geschätzte Gesamtwert der ungenutzten Gegenstände beträgt 3223 Euro pro Haushalt. Hochgerechnet auf alle Haushalte in Deutschland beträgt der Wert rund 130 Milliarden Euro. Das Potenzial ist also immens. Konsequenterweitergedacht besteht die Veränderungsidee in einer „Wiederverkaufskultur, also einer Kultur des „rotierenden Besitzes“, die sich an der Zirkulation von Konsumgütern und an der Langlebigkeit von Produkten“ (Paech 2005, 230) orientiert.

---

### 3.3 Transformationsprozess

---

eBay wurde 1995 von Pierre Omidyar in San José (Kalifornien) gegründet und hieß zuerst AuctionWeb. Ein kaputter Laserpointer für 14,83 US-Dollar ist das erste Produkt, das den Besitzer wechselt. Dem Gründer von eBay, Pierre Omidyar, ging es damals darum, einen möglichst effizienten Marktplatz für Privatpersonen zu entwickeln. Das Internet war wegen der geringen Transaktionskosten, der großen potenziellen Zielgruppe, guter Durchsuchbarkeit und des unbeschränkten Angebotsplatzes der ideale Marktplatz sowohl für Alltags- als auch für Nischenprodukte. Das Auktionsprinzip war leicht bedienbar und attraktiv für Käufer und Verkäufer. Die Geschäftsidee von eBay besteht darin, eine Internet-Plattform für den Verkauf von beliebigen Produkten zur Verfügung zu stellen. Der Fokus richtete sich vor allem auf Gebrauchtsprodukte von Privatpersonen. eBay selbst tritt dabei als Vermittler eines Kaufvertrags zwischen Verkäufer und Kunde auf. Die Nutzung der Plattform kostet den Verkäufer eine Gebühr, für den Käufer ist sie dagegen kostenlos.

Nach der Gründung expandierte eBay schnell. 1999 kaufte eBay das deutsche Auktionshaus Alando. 2001 erwarb eBay das südkoreanische Auktionshaus Auction, 2002 den Internet-Zahlungsdienstleister PayPal und 2003 die Auktions-Seite Eachnet, die indische Plattform Baazee.com, den niederländischen Online-Marktplatz-Betreiber Marktplaats und das Immobilienportal Rent.com. 2005 gründete eBay die auf regionale Kleinanzeigen spezialisierte Handelsplattform Kijiji. 2005 kaufte eBay Skype.

Die schnelle Bekanntheit und die rasche Verbreitung erzielte eBay zunächst durch den Ruf, eine attraktive Tauschbörse für Antiquitäten und Sammler-Gegenstände zu sein, aber auch vor allem wegen den Schnäppchen-Preisen, die erzielt werden konnten. Abgesehen von wenigen verbotenen Ausnahmen gibt es fast nichts, was bei eBay nicht zu finden wäre. Im Zuge der Expansion entwickelte sich eBay zur weltweit größten Online-Handelsplattform. Es folgte ein regelrechter Hype um eBay. Der am besten durch den Werbeslogan „3-2-1-meins...“ zum Ausdruck gebracht wurde. Aus dem Ver- oder Ersteigern wurde ein Erlebnis. Um noch mehr Menschen zu erreichen, baut eBay sein Angebot und Service aus. So entsteht eine eBay-Community, für die vom Verlag Gruner + Jahr in Deutschland das *eBay-Magazin* herausgebracht wird. Daneben werden Plattformen für andere Segmente wie Autos eröffnet, sichere Zahlungsmethoden eingeführt, mehrere Distributionskanäle genutzt, andere Plattformen zur Komplettierung des Angebots gekauft und Transparenz bei Produkten und Verkäufern geschaffen.<sup>3</sup>

Daniel Nissanoff (2007) diagnostiziert infolge dieser Entwicklung eine Auktionskultur: „Inzwischen habe ich durch die Mentalität dessen, was ich ‚Auktionskultur‘ nenne, einen neuen Standard an Komfort erreicht. Ich nutze ihn, um die Menge an altem Kram zu reduzieren und zugleich meiner Leidenschaft für neue technische Spielereien zu frönen ...“ (Nissanoff 2007: 57). Das Kaufen z.B. der Wohnungseinrichtung kann unter der Prämisse erfolgen, dass diese in einigen Jahren relativ leicht ausgetauscht werden kann. Die Durchsetzung einer „nachhaltigen Auktionskultur“ scheint möglich, die bestimmten Lebensstilgruppen die Möglichkeit bietet, ihren Drang nach Neuerung und Modernität mit Ressourcenschonung zu verbinden.

<sup>3</sup> <https://www.ebayinc.com/our-company/our-history/>, zuletzt geprüft am 09.01.2018.

Allerdings ebte der Hype schnell wieder ab. In dieser Phase änderte eBay, nicht zuletzt wegen eines veränderten Marktumfelds, in dem E-Commerce-Plattformen wie Amazon eine deutlich größere Dynamik aufwiesen, die Strategie. Man wollte weg von dem "Auktionshaus-Image" und stattdessen eine Einkaufsplattform für Neuware mit festen Preisen sein. Dafür führte eBay auch einen neuen Slogan ein. Aus "3-2-1-meins!" wurde der Slogan "Mein Ein für Alles". Im Zuge der Umstrukturierung wurde eBay Kleinanzeigen als neues Format eingeführt. Es handelt sich um einen kostenlosen Dienst, bei dem Artikel im Stil von Kleinanzeigen angeboten werden können. eBay Kleinanzeigen sind also hauptsächlich an Interessenten gerichtet, die sich in räumlicher Nähe zum Anbieter befinden. „Das charmante Flohmarktimage der Gründertage ist einer Armada von Profi-Händlern gewichen“, wie es eine Nutzerin ausdrückt.<sup>4</sup> Mit diesem Strategiewechsel hat eBay eine Transformation zu nachhaltigem Konsum durch die Wiederverwendung von Produkten im engen Sinne nicht befördert.

Der Strategiewechsel spiegelt sich auch darin wider, dass eBay, das anfangs als Auktionshaus startete, bei dem überwiegend gebrauchte Ware gekauft und verkauft werden konnte, das Angebot an Neuware stetig erweiterte. Bereits 2011 bestand das Angebot von eBay zu über 60 Prozent aus Neuware mit Festpreisen.<sup>5</sup> Heute liegt der Händleranteil bei 75%. Damit entwickelt sich der Consumer-to-Consumer-Marktplatz zu einer Business-to-Consumer-Plattform, das heißt, es wird überwiegend Neuware von kommerziellen Händlern angeboten, im Unterschied zu den Gebrauchtwaren privater Anbieter. eBay ist damit auf dem Weg zum „kleineren“ Amazon.<sup>6</sup>

Aber auch wenn der Gebrauchtwarenhandel relativ an Gewicht verliert, bleibt er ein wichtiges Segment von eBay, das weiter entwickelt wird (eBay 2016a). So schaffte eBay neue Angebote und Services für „bewussten Konsum“. Mit dem neuen Verkaufsservice eBay Komfort (<https://komfort.ebay.de/>) macht der Online-Marktplatz seit Kurzem den Verkauf von Elektronik- und Fashionartikeln für seine Kunden einfacher: Nutzerinnen und Nutzer können gebrauchte Artikel an die Kooperationspartner Mädchenflohmarkt und FLIP4NEW senden, die sich für die Privatanwender um den Verkauf kümmern. Mit dem Bereich „Top Gebrauchte“ (<http://www.ebay.de/rpp/top-gebraucht/>) bietet eBay Online-Shoppern eine zentrale Anlaufstelle für den Kauf von gebrauchten und generalüberholten Produkten aus den Bereichen Elektronik, Fashion, Haus & Garten, Auto, Technik sowie Babyartikel. Dabei bieten sowohl private als auch gewerbliche Händler ihre Waren an. Mit VAUDE, einem Outdoor-Ausrüster, der auf Nachhaltigkeit Wert legt, hat eBay 2015 den „VAUDE-Second-Use-Shop“ ([www.ebay.de/vaude](http://www.ebay.de/vaude)) gegründet. Private Verkäufer können in dem Re-Commerce-Shop VAUDE-Markenartikel weiterverkaufen, für die sie keine Verwendung mehr haben. Des Weiteren stellt eBay eine Liste bereit, aus der die durchschnittlich erzielten Wiederverkaufswerte von diversen gebrauchten Technikartikeln hervorgehen. Dazu gehören neben Smartphones auch Tablets, Navigationsgeräte, Spielekonsolen und E-Reader. Daraus ergibt sich ein praktischer Leitfaden, der sowohl für Käuferinnen und Käufer als auch für Verkäuferinnen und Verkäufer der Orientierung dient.

In den letzten Jahren sind (im Schatten von eBay) eine Vielzahl neuer Online-Plattformen für Gebrauchte mit neuen Geschäfts- und Erlösmodellen entwickelt worden. Auf dem Preisvergleichsportale Verkaufsfuchs finden sich 36 Wiederverkaufsportale, die gebrauchte Produkte anbieten. Zu ihnen gehören kleiderkreisel.de, quoka.de, markt.de, kalaydo.de, gebraucht.de, dhd24.de, mädchenflohmarkt.de und fairmondo.de. Zu den bekanntesten zählt kleiderkreisel.de. Kleiderkreisel spricht vor allem junge Frauen im Alter zwischen 18 und 25

<sup>4</sup> [http://www.changex.de/Article/article\\_2809](http://www.changex.de/Article/article_2809), zuletzt geprüft am 09.01.2018.

<sup>5</sup> <http://www.shortnews.de/id/895562/ebay-moechte-kein-auktionshaus-mehr-sein-umstrukturierung-mit-neuem-slogan?offset=51#>, zuletzt geprüft am 09.01.2018.

<sup>6</sup> 2015 erfolgte mit dem Verkauf des Bezahlendienstes PayPal ein weiterer Strategiewechsel.

Jahren an. Mit einem Marktanteil von ca. 63 Prozent ist Kleiderkreisel der Marktführer im Kleidungssegment des P2P-Gebrauchtwarenmarktes. Zwischen 2009 bis Februar 2014 wurden 4,5 Millionen Artikel in Deutschland und Österreich verkauft oder getauscht. 7 Aktuell stehen in Deutschland mehr als 10 Mio. Artikel zur Verfügung. eBay landet mit 5,2 Mio. Kleidungsangeboten auf Platz 2. Der Marktanteil liegt bei 33%. Shpock ist eine neue Plattform, die über das mobile Internet die ganze Palette gebrauchter Produkte vermittelt. Shpock versteht sich als eBay der zweiten Generation, wobei eBay über 30-Jährige und Shpock vor allem eher 20-Jährige anspricht. Die App von Spock wurde über 30 Mio.-fach heruntergeladen. Zum Vergleich: eBay Deutschland hat 12 Mio. registrierte Nutzerinnen und Nutzer.

Eine neuere Entwicklung im Bereich des Online-Gebrauchtwarenhandels ist der Re-Commerce, der von digitalen Business-Plattformen betrieben wird, indem sie Gebrauchtsprodukte aufkaufen und wiederverkaufen. Teilweise werden diese repariert, aufgearbeitet und mit einer Garantie wieder verkauft. Beispiele hierfür sind Plattformen wie asgoodasnew, wirkaufens.de, Momox oder reBuy. Der Schwerpunkt liegt im Bereich der elektronischen Produkte. Mittlerweile interessieren sich zunehmend auch große E-Commerce-Unternehmen für diesen Markt. eBay verkauft gebrauchte Elektronikartikel auf [www.sofortverkauf.ebay.de](http://www.sofortverkauf.ebay.de), Media-Saturn hat sich an Flip4new beteiligt. Otto arbeitet mit Wirkaufens zusammen. Apple hat ein Trade-in-Programm für gebrauchte Smartphones angekündigt. Amazon ist im Re-Commerce schon lange tätig.

Insgesamt ist festzustellen, dass sich der Gebrauchtwarenhandel durch innovative, digitale Plattformen seit dem Start von eBay erheblich verändert hat. Der Wiederkauf hat sich in den letzten beiden Jahrzehnten aus der Nische in den Mainstream entwickelt. Gemäß einer Repräsentativbefragung von Sempora Consulting ist die Hälfte der Verbraucher mit Secondhand-Produkten vertraut. Bei den 18- bis 34-Jährigen liegt dieser Anteil höher, nämlich bei 65%. Für den Kauf und Verkauf von gebrauchten und generalüberholten Produkten wählen KonsumentInnen heute vor allem Kanäle im Internet. Laut einer repräsentativen Befragung von TNS im Auftrag von eBay (eBay 2015) wählen 89 Prozent der Befragten, die regelmäßig gebrauchte oder generalüberholte Produkte kaufen, dafür Dienstleister im Internet, wie Online-Shops, Kleinanzeigen im Internet und Online-Marktplätze. 82 Prozent der Befragten wählen auch beim Verkauf solche Online-Plattformen (eBay 2016).

Der Handel von Gebrauchtsprodukten über digitale Plattformen hat mittlerweile ein Niveau erreicht, das ökologisch mengenrelevant ist. Für Deutschland wird geschätzt, dass pro Jahr 119.616 Tonnen Elektro- und Elektronikgeräte allein über eBay einer weiteren Nutzung zugeführt werden. Vergleicht man diese Menge mit dem Aufkommen an Elektroaltgeräten in Höhe von 603052 Tonnen (in 2014), so ergibt sich ein Anteil von 19,8% (UBA 2017). Der Wiederverkauf von Produkten trägt also spürbar zur Ressourcenschonung bei.

Die folgende Abbildung illustriert den Transformationsprozess in Form von Phasen der Entwicklung.

<sup>7</sup> <http://www.gruenderszene.de/allgemein/vinted-27-millionen>, zuletzt geprüft am 09.01.2018.

**Abbildung 1: Transformationsprozess in Phasen**


Quelle: eigene Darstellung

### 3.4 Change Agents und deren Rolle als Promotoren im Prozess

Ebay ist ein wichtiger Schrittmacher für die Entwicklung des Online-Handels mit Gebrauchsgütern. Gegründet wurde eBay von Pierre Omidyar. Er hatte die Idee und das Geschäftsmodell entwickelt. Nachdem sichtbar wurde, dass das Geschäftsmodell funktionierte, wurden zügig Manager für das operative Geschäft, die Expansion und den Börsengang eingestellt. Omidyar zog sich Schritt um Schritt zurück. 1996 hörte er als Vorstandsvorsitzender auf, 1997 als Finanzvorstand und 1998 als Geschäftsführer. Die Geschäftsführung übernahm Meg Whitman, zuvor Managerin beim Spielzeugkonzern Hasbro. Sie brachte eBay im September 1998 an die Börse. Omidyar wurde infolge der rasanten Geschäftsentwicklung, der schnellen Expansion und dem Börsengang zum Milliardär.<sup>8</sup>

Omidyar kann am ehesten die Rolle eines Change Agents zugewiesen werden. Er ist der Gründer von eBay, der damit ausgelöste Veränderungsprozess war aber nicht geplant. Klar ist, dass für den Gründer ökologische Motive keine Rolle spielten. Das Geschäftsmodell entwickelt sich unabhängig von Fragen eines nachhaltigen Konsums. Er war ein Pionier, der im Endeffekt rein geschäftlich handelte. eBay war ein Wegbereiter für die sozialen Praktiken und kulturellen Veränderungen, die ein Nebenprodukt dessen sind. Daher ist Omidyar kein klassischer Change Agent, hat aber trotzdem den Prozess maßgeblich initialisiert.

Aspekte der Ressourcenschonung sind erst im Laufe der Zeit auf Managementebene aufgegriffen und strategisch eingeordnet worden. So attribuiert eBay den Gebrauchtwarenhandel nachträglich als wichtigen Baustein einer Kreislaufwirtschaft: „eBay was driving a circular economy long before most people even knew what it meant. Our first transaction was a broken

<sup>8</sup> <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/it-legenden-heute-der-ebay-gruender-den-keiner-kennt-a-530675.html>, zuletzt geprüft am 09.01.2018.

laser pointer. Instead of sitting unused, it was sold to someone who wanted to give it new life. More than our history, the circular economy is our future. One where buyers become sellers, giving every item renewed life and value. We work closely with the Ellen MacArthur Foundation and, as members of CE100, we collaborate with other leading companies and engage our eBay community to create a more sustainable economy that's better for our planet."<sup>9</sup>

Eine Promotorenrolle übernimmt das Management von eBay in Deutschland. eBay Deutschland hat mehrere Befragungen zum Stellenwert des Konsums in Auftrag gegeben, um mehr über die Motivationen der Nutzerinnen und Nutzer herauszufinden. 2008 nahm es an einem Forschungsprojekt in Zusammenarbeit mit dem Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung, dem Borderstep Institut für Innovation und Nachhaltigkeit und der Johann-Wolfgang-Goethe-Universität teil.<sup>10</sup> eBay war als Praxispartner in das Projekt aktiv miteingebunden. Hintergrund ist das Interesse von eBay, den Markt für Gebrauchtgüter weiterzuentwickeln, insbesondere bestand das Interesse darin, Nutzer zu motivieren, nicht-genutzte Produkte über die Online-Plattform zu verkaufen.

In den letzten Jahren sind neben eBay weitere Plattformen gegründet worden, die wesentlich den Gebrauchtwarenmarkt prägen. Heute existieren allein in Deutschland 42 Peer-to-Peer-Online-Plattformen für Gebrauchtprodukte. Hinzu kommen Start-Ups im B2C-Bereich. Dazu gehören z.B. asgoodasnew, wirkaufens.de, reBuy.de oder Shpock. Getragen werden die Unternehmen zumeist von Investorengeldern oder Drittmittelgebern, da besonders die Startphase von zweiseitigen Plattformen viel Geld und Ressourcen benötigt, um sowohl die Anbieter als auch die Nachfrager auf die Plattform zu holen. Die Gründer der Online-Plattformen sind wichtige Promotoren für die Entwicklung des Online-Handels mit Gebrauchtgütern.

---

### 3.5 Zeitaspekte

---

Die Gründung von eBay erfolgte in einem günstigen Zeitfenster. Pierre Omidyar startete nicht zu früh. Es gab 1996 schon genug Internet-NutzerInnen in den USA, um eine Auktionsplattform aufzubauen. Je mehr Menschen sich registrierten, desto größer wurden das eBay-Angebot und die Käuferschaft, was wiederum die Anziehungskraft vergrößerte. Vor allem professionalisierte und expandierte eBay sehr schnell. Bereits nach neun Monaten war die Plattform profitabel. 1997 investierte Benchmark Capital 6,7 Millionen US-Dollar in das Unternehmen, zwei Jahre später waren diese Anteile 5 Milliarden US-Dollar wert. eBay entwickelte sich so binnen weniger Jahre zum erfolgreichsten Unternehmen der ersten Dotcomwelle. eBay etablierte sich dadurch als eine der wichtigsten globalen Online-Einkaufsplattformen.<sup>11</sup> Zeitweilig gab es einen regelrechten Hype um eBay. Dies trug mit dazu bei, dass der Gebrauchtwarenmarkt sein Image deutlich verbessert hat und im Laufe der Zeit eine Vielzahl neuer Geschäfts-

<sup>9</sup> <https://www.ebayinc.com/global-impact/circular-economy/>, zuletzt geprüft am 09.01.2018.

<sup>10</sup> <https://www.ebayinc.com/stories/press-room/de/gemeinsames-forschungsprojekt-zur-wiederverkaufs-gesellschaft-mit-ebay-gestartet/>, zuletzt geprüft am 09.01.2018.

<sup>11</sup> Die Zahl der aktiven Kunden von eBay belief sich im 4. Quartal 2016 auf 167 Millionen weltweit. Laut einer VuMA-Umfrage wird in Deutschland das Internet von 5,43 Millionen Personen mindestens einmal pro Monat genutzt, um Produkte bei Online-Auktionen zu versteigern. Nach der Anzahl der Visits zählt eBay zu den Top 20 Internetangeboten in Deutschland (2017). Verfügbar unter <https://www.shopanbieter.de/news/archives/10967-marktplatzreport-der-grosse-umsatzvergleich-zwischen-amazon-und-ebay.html>, zuletzt geprüft am 09.01.2018.

modelle für internetgestützte Plattformen für Gebrauchtsprodukte entwickelt worden sind. Möglich wurden die zahlreichen neuen Geschäftsmodelle durch die kommunikationstechnologischen Innovationen der letzten Jahre. Mobiles Internet und die Verbreitung der sozialen Netzwerke machen die Inanspruchnahme von neuen Nutzungskonzepten einfach und bequem und dadurch massentauglich(er). Kulturelle Veränderungen bei der Einstellung zu gebrauchten Produkten, der zunehmende Wunsch nach einer nachhaltigeren Lebensweise sowie ein gestiegenes Umweltbewusstsein in der Bevölkerung (UBA 2015) verstärken diese Dynamik.

### 3.6 Tabellarische Zusammenfassung

Der MoC-Ansatz stellt eine der grundlegenden Analyseperspektiven des E2G-Projekts dar. Diese Analyse entstand aufbauend auf den Erkenntnissen des theoriegeleiteten Inputpapers „Models of Change (MoC) als Analyseansatz“ (Kahlenborn et al., 2016). Die folgende Tabelle fasst die Ergebnisse der Fallstudie aus der Perspektive des Ansatzes zusammen.

**Tabelle 1: Erfolgsfaktoren der Transformation und Relevanz**

Analysekriterien / Erfolgsfaktoren	Zusammenfassung	Relevanz
Landschaftsmerkmale und Rahmenbedingungen		
Problemlage	Die Problemlage besteht in der Anhäufung von Produkten in den Haushalten, viele werden nicht genutzt und nur noch aufbewahrt.	<i>gering</i>
Pfadabhängigkeiten und Hindernisse	Eine Ausschöpfung des Wiederverwendungspotenzials scheitert an hohen Transaktionskosten, so dass der regionale Handel (vor eBay) auf regionale Märkte beschränkt blieb.	<i>mittel</i>
Wesentliche Rahmenbedingungen	Internet macht den Aufbau von Online-Plattformen einfach und massentauglich.	<i>hoch</i>
Erfolgsfaktoren		
Veränderungsidee		
Umsetzungslösung	Programmierung einer internetbasierten Plattform für den Handel mit gebrauchten Produkten zwischen privaten VerkäuferInnen und KäuferInnen. Die Plattform dient als Vermittlungsintermediär, wodurch Transaktionskosten gesenkt werden können. Für Anbahnung und Abwicklung bieten Online-Plattformen neue und bessere Möglichkeiten für die Weiternutzung von Gebraucht- und Altgeräten.	<i>hoch</i>
Strategien und Instrumentenmix	Schnelle Professionalisierung und Expansion der Plattform, Zukauf von Plattformen und Dienstleistern, Angebots- und Marktdifferenzierung	<i>hoch</i>
Umgang mit Zielkonflikten	Nachträgliche Attribuierung des Gebrauchtwarenhandels als Baustein einer Kreislaufwirtschaft; Zielkonflikte zwischen Gebraucht- und Neuwarenhandel	<i>gering</i>



Veränderungsprozesse		
Institutionalisierung	Übersetzung der Geschäftsidee in ein Geschäfts- und Erlösmodell. Gründung von eBay und Börsengang	<i>hoch</i>
Nischenaktivitäten	Durch die schnelle Bekanntheit und die rasche Verbreitung erzielte eBay den Ruf, eine attraktive Tauschbörse zu sein.	<i>mittel</i>
Beteiligungsprozesse	Beteiligungsprozesse i.e.S. gab es keine.	<i>gering</i>
Co-Benefits	Für Unternehmen ergeben sich neue Geschäftsmodelle.	<i>mittel</i>
Veränderungskultur und Wissensbasis	Die Bereitschaft, gebrauchte Produkte zu verkaufen und zu kaufen, hat sich deutlich erhöht. Gebrauchte Produkte haben heute ein deutlich positiveres Image gegenüber früher, wozu eBay und andere Plattformen als Schrittmacher beigetragen haben.	<i>hoch</i>
Reflexivität, Erfolgskontrolle und Lernprozesse im Transformationsprozess	Die Entwicklung des Geschäftsmodells war in sich reflexiv bis zu einem Strategiewechsel weg von einer primär Peer-to-Peer- hin zu einer Business-to-Consumer-Plattform. Nachhaltigkeitsthemen werden in Befragungen und Forschungsprojekten aufgegriffen und in der Unternehmens- und Kommunikationsstrategie reflektiert.	<i>mittel</i>
Ressourcenausstattung	Ressourcenausstattung und Börsengang war die Grundvoraussetzung für Professionalisierung und Wachstum.	<i>hoch</i>
Akteure		
Change Agents/ Promotoren	eBay ist wichtiger Schrittmacher für die Entwicklung des Online-Handels mit Gebrauchsgütern. In den letzten Jahren sind weitere Plattformen als Start-Ups gegründet worden, die den Gebrauchtwarenmarkt prägen.	<i>hoch</i>
Akteure und Koalitionen, die für eine Transformation eintreten	Unterstützt werden Projekte zu Wiederverwendung von Produkten durch Bundesministerien im Rahmen der Förderung von Projekten.	<i>gering</i>
Akteure und Koalitionen, die einer Transformation skeptisch gegenüberstehen	Hersteller sehen sich nicht als Treiber, sind teilweise skeptisch. Reparatur und Aufarbeitung im Zuge von E-Commerce wird tendenziell erschwert.	<i>mittel</i>
Zeitaspekte		
Auslöser und Fensterernutzung	Auslöser war die Gründung von eBay durch Pierre Omidyar.	<i>hoch</i>

Prozessgeschwindigkeit und -rhythmus	Die schnelle Verbreitung des Geschäftsmodells und die Expansion von eBay durch Zukauf von Unternehmen führten dazu, dass eBay eine der größten Handelsplattformen geworden ist.	<i>hoch</i>
---	---	-------------



## 4 Resümée zentraler Erfolgsfaktoren

Das US-amerikanische Unternehmen eBay, welches 1995 in Kalifornien gegründet wurde, betreibt heute das weltweit größte Internetauktionenhaus. Die Entwicklung des Geschäfts- und Erlösmodells von eBay ist marktgetrieben und weitgehend unabhängig von Fragen eines nachhaltigen Konsums entwickelt worden. Erst nachträglich wurde der Wiederverkauf im Rahmen der CSR-Strategie als wichtiger Baustein für eine Kreislaufwirtschaft attribuiert. Außerdem ist eBay längst nicht mehr primär eine Plattform für den Gebrauchtwarenhandel, vielmehr dominiert der Verkauf neuer Waren. Vergleicht man den Händlerumsatz von eBay mit Amazon, liegt dieser nicht weit auseinander. eBay ist durch seinen Konsumansatz („3-2-1-meins!“) und seine spätere Ausweitung des Neuwaren-Onlinehandels aus ökologisch-nachhaltigen Gesichtspunkten differenziert zu betrachten.

Nichtsdestotrotz ist eBay ein Schrittmacher für die Entwicklung des Online-Handels mit Gebrauchtgütern und immer noch der größte Online-Marktplatz für Gebrauchtgüter. Im Schatten von eBay hat sich ein Marktfeld ausdifferenziert, das eine Vielzahl neuer Plattformen mit neuen Geschäfts- und Erlösmodellen für den Handel mit Gebrauchtpunkten umfasst. Das Kaufen und Verkaufen von gebrauchten Produkten ist immer attraktiver. Für die Veränderung des Gebrauchtwarenhandels sind vor allem folgende Faktoren maßgeblich:

- eBay professionalisiert und expandiert schnell. Das Unternehmen kauft internationale Verkaufsplattformen dazu, außerdem Shopping-Suchmaschinen und PayPal, um die Artikel-Suche und das Bezahlen für seine Kunden zu vereinfachen und zu optimieren.
- In nur wenigen Jahren wird Ebay zum größten Internet-Auktionenhaus und Anbieter für Kleinanzeigen. Viele derer, die irgendwelche Gegenstände loswerden möchten oder nach etwas Gebrauchtem suchen, nutzen die Online-Auktionenplattform. Die steigende Anzahl der Marktakteure begünstigt die Entwicklung.
- Außerdem wird die Entwicklung durch die zunehmende Online-Affinität der Konsumenten begünstigt. Internet und die Verbreitung der sozialen Netzwerke machen die Inanspruchnahme von neuen Nutzungskonzepten einfach und bequem und dadurch massentauglich.
- Kulturelle Veränderungen, die sich in einem besseren Image für Gebrauchtpunkte widerspiegeln, sowie ein gestiegenes Umweltbewusstsein in der Bevölkerung verstärken diese Dynamik.

## 5 Literaturverzeichnis

Behrendt, Siegfried; Blättel-Mink, Birgit; Clausen, Jens (Hrsg.) (2011): Wiederverkaufskultur im Internet – Chancen für nachhaltigen Konsum am Beispiel von eBay, Berlin, Heidelberg: Springer Verlag.

Bonavendi.de (o.J.): Was ist ReCommerce? – Neuer Nachhaltigkeitstrend erobert Deutschland. Verfügbar unter <https://www.bonavendi.de/blog/recommerce/>, zuletzt geprüft am 09.01.2018.

DESTATIS Statistisches Bundesamt (2015): Auf einen Blick : Kennzahlen Haushalte und Familien 2015. Verfügbar unter <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/Bevoelkerung/HaushalteFamilien/HaushalteFamilien.html>, zuletzt geprüft am 09.01.2018.

eBay (25.02.2014): Pressemitteilung, eBay-Zahlen zeigen: Mobile Technologien treiben das Handelsvolumen. Verfügbar unter <https://www.ebayinc.com/stories/press-room/de/ebay-zahlen-zeigen-mobile-technologien-treiben-das-handelsvolumen/>, zuletzt geprüft am 09.01.2018.

eBay (28.08.2015): Pressemitteilung, TNS-Studie im Auftrag von eBay: Knapp 103 Milliarden Euro schlummern in deutschen Haushalten. Verfügbar unter <https://www.ebayinc.com/stories/press-room/de/tns-studie-im-auftrag-von-ebay-knapp-103-milliarden-euro-schlummern-in-deutschen-haushalten/>, zuletzt geprüft am 09.01.2018.

eBay (19.05.2016): Pressemitteilung, eBay-Umfrage zu Nachhaltigkeit im Onlinehandel - Kauf und Verkauf von gebrauchten Produkten erfolgt vorrangig im Netz. Verfügbar unter <https://www.ebayinc.com/stories/press-room/de/ebay-umfrage-zu-nachhaltigkeit-im-online-handel-kauf-und-verkauf-von-gebrauchten-produkten-erfolgt-vorrangig-im-netz/>, zuletzt geprüft am 09.01.2018.

eBay (2017): Fragen und Antworten zum eBay Elektronik-Ankauf. Verfügbar unter <http://pages.ebay.de/help/sell/elektronik-ankauf-faq.html>, zuletzt geprüft am 09.01.2018.

Ebay classifieds group (2017): Welcome: we are a world leader in classifieds. Verfügbar unter <http://www.ebayclassifiedsgroup.com/>, zuletzt geprüft am 09.01.2018.

IÖW, IZT, IFEU (2017): Online-gestütztes Peer-to-Peer Sharing in Deutschland (Stand 2016). Verfügbar unter [http://www.peer-sharing.de/data/peersharing/user\\_upload/Dateien/Datenbank\\_Stand\\_06\\_2016.pdf](http://www.peer-sharing.de/data/peersharing/user_upload/Dateien/Datenbank_Stand_06_2016.pdf), zuletzt geprüft am 09.01.2018.

Paech, Niko (2004): Nutzungssysteme im Konsumbereich: eBay als nachhaltige Alternative?: Studie im Rahmen des BMBF geförderten Forschungsprojektes „Sustainable Markets eMERge“ (Summer). Verfügbar unter [https://www.borderstep.de/wp-content/uploads/2001/03/Peach-Nutzungssysteme\\_im\\_Konsumbereich\\_eBay\\_als\\_nachhaltige\\_Alternative-2004.pdf](https://www.borderstep.de/wp-content/uploads/2001/03/Peach-Nutzungssysteme_im_Konsumbereich_eBay_als_nachhaltige_Alternative-2004.pdf), zuletzt geprüft am 09.01.2018.

Paech, Niko (2005): eBay: Institutionelle Innovationen im Konsumbereich. In: Fichter, K./Paech, Niko/Pfriem, R. (Hrsg.): Nachhaltige Zukunftsmärkte: Orientierungen für unternehmerische Innovationsprozesse im 21. Jahrhundert, Marburg: Metropolis Verlag.

statista The Statistical Portal (2017): Number of eBay's active users from 1st quarter 2010 to 1st quarter 2017. Verfügbar unter <https://www.statista.com/statistics/242235/number-of-ebays-total-active-users/>, zuletzt geprüft am 09.01.2018.

Steinemann, Myriam et al. (2013): Grüne Produkte in Deutschland: Status Quo und Trends. Verfügbar unter [http://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/376/publikationen/gruene\\_produkte\\_in\\_deutschland\\_status\\_quo\\_und\\_trends\\_neulayout.pdf](http://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/376/publikationen/gruene_produkte_in_deutschland_status_quo_und_trends_neulayout.pdf), zuletzt geprüft am 09.01.2018.

UBA (2014): Poster „Handel mit gebrauchten Artikeln bei eBay.de“. Verfügbar unter [http://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/378/dokumente/20140714\\_ebay\\_pla\\_charity\\_a0\\_rz.pdf](http://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/378/dokumente/20140714_ebay_pla_charity_a0_rz.pdf), zuletzt geprüft am 09.01.2018.

UBA (2015): Einfluss der Nutzungsdauer von Produkten auf ihre Umweltwirkung: Schaffung einer Informationsgrundlage und Entwicklung von Strategien gegen „Obsoleszenz“, UBA Texte 10/2015. Dessau-Roßlau.

UBA (2017): Schaffung einer Datenbasis zur Erfassung der Mengen von in Deutschland wiederverwendeten Produkten. UBA Texte 04/2017. Dessau-Roßlau.

Wölbart, Christian (2011): Asus berechnet CO2-Bilanz eines Notebooks. Verfügbar unter <https://www.heise.de/newsticker/meldung/Asus-berechnet-CO2-Bilanz-eines-Notebooks-1398680.html>, zuletzt geprüft am 09.01.2018.