



Vom Sneaker bis zum Cap:
Frank Radermacher betreibt mittler-
weile vier Secondhandläden in
Berlin, das Flaggschiff ist im Stadtteil
Prenzlauer Berg



Secondhand ist für viele erste Wahl

Ob Kiez-Shop oder Online-Handel – der Verkauf von Waren aus zweiter Hand boomt in Berlin. Zentraler Treiber ist die Nachhaltigkeit der Produkte

von Almut Kaspar

Die Idee, einen eigenen Laden aufzumachen, kam Frank Radermacher während einer USA-Reise vor 20 Jahren. „In New York und Los Angeles habe ich diese super dekorierten kleinen Shops mit ausgewählten Secondhand-Sachen gesehen“, sagt er, „so etwas gab es damals hier noch nicht.“ Zurück in Berlin, mietete er ein Ladenlokal in Prenzlauer Berg und nannte es nach einem Album der amerikanischen Hip-Hop-Band Beastie Boys: Paul's Boutique. „Gewerbeflächen waren noch günstig, und man brauchte nicht viel Startkapital“, sagt Radermacher, „nur Leidenschaft, Geduld und ein Gefühl für die Dinge, die man verkaufen will.“

In den Regalen des Berliner Secondhand-Pioniers stapeln sich Turnschuhe, an Garderobestangen hängen Jeans- und Lederjacken, Mäntel und Pullover. Dekoriert hat der gebürtige Köpenicker seinen Flagship-Store an der Oderberger Straße mit Star-Wars-Requisiten, Spielzeug-Robotern, Action-Figuren und alten Ghetto-blastern. In Prenzlauer Berg, Mitte und Neukölln betreibt er mittlerweile drei weitere »

300

Secondhand-Unternehmen gibt es in Berlin, hinzu kommen 1.890 Kleingewerbebetriebe mit Tätigkeitsschwerpunkt Secondhand.

Läden und beschäftigt insgesamt 20 Mitarbeiter. „Unsere Kunden sind vor allem junge Leute zwischen 16 und 30“, sagt Radermacher, „und für die macht es einen Unterschied, ob sie eine neue Levi's-Jeans für 100 Euro kaufen oder für ein Drittel des Preises bei uns.“ Seine Gebrauchtware bezieht er überwiegend von Vintage-Großhändlern in ganz Europa.

Das Geschäft mit Secondhand-Artikeln boomt in der Hauptstadt. Was man früher nur auf Flohmärkten oder bei Trödlern bekam, wird nun in trendigen Stores wie Paul's Boutique feilgeboten oder in Kaufhäusern der Ketten Humana – allein in Berlin ist der Marktführer 16 Mal vertreten – oder Pick & Weight, wo die Ware kiloweise verkauft wird. Rund 300 dieser Unternehmen sind im Handelsregister eingetragen, hinzu kommen 1.890 Kleingewerbebetriebe mit Tätigkeitsschwerpunkt Secondhand. Waren aus zweiter Hand werden aber nicht nur stationär gehandelt, sondern auch übers Internet.

Der größte Online-Anbieter Deutschlands ist die Berliner Momox GmbH. Seit seiner Gründung vor 15 Jahren hat das Unternehmen mehr als 200 Mio. Artikel, vor allem gebrauchte Bücher, CDs und DVDs, an- und verkauft – von und an

20 Millionen Kunden. „Der Handel mit gebrauchten Gütern ist in den vergangenen Jahren enorm gewachsen, und die Tendenz ist weiter steigend“, sagt Momox-Geschäftsführer Heiner Kroke. 2018 verzeichnete das Unternehmen laut Kroke einen Umsatz von 200 Mio. Euro, und es wächst weiter. Im vergangenen Jahr sei ihr deutschsprachiger Online-Shop für Secondhand-Mode, ubup.com, um knapp 50 Prozent gewachsen, und ihr Bücher- und Medien-Portal medimops.de habe im Vergleich zu 2017 um 35 Prozent zugelegt. Den größten Umsatzanteil mit 60 Prozent erzielt der Handel mit gebrauchten Büchern. Und werden Waren nicht in den eigenen Shops vertrieben, dann über externe Marktplätze wie Amazon oder eBay.

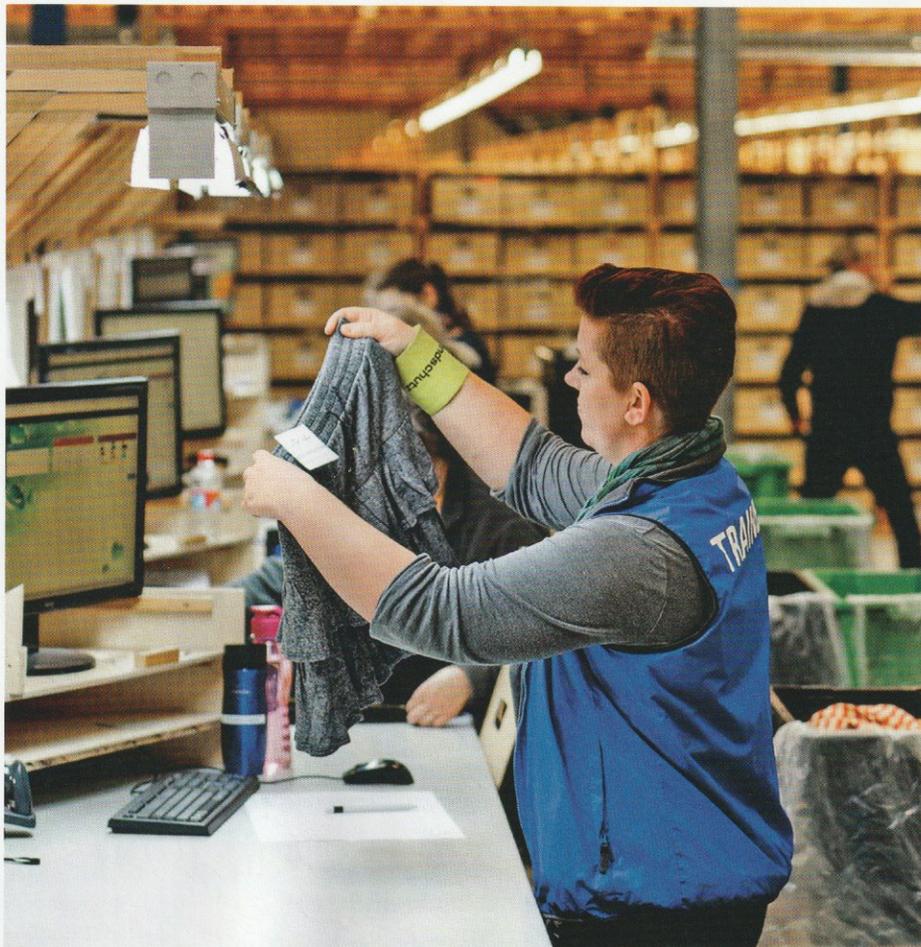
Nur etwa drei Prozent der angekauften Bücher und Medienartikel können nicht verkauft werden, so Kroke. „Unsere so hohe Erfolgsquote lässt sich damit erklären, dass wir sehr datengetrieben agieren“, erläutert der Momox-Chef. „Ob und zu welchem Preis ein Artikel angekauft wird, entscheiden nicht wir mit unserem Bauchgefühl, sondern von Menschen entwickelte datenbasierte Algorithmen.“

Auf medimops.de werden mehr als zehn Mio. gebrauchte Artikel wie Bücher, CDs, DVDs, Blu-



Berliner Kindheit als Souvenir:
Andreas Boeck, Inhaber des Schöneberger
Kinder-Secondhandladens Trollby,
empfängt in seinem Shop viele Haupt-
stadt-Besucher





Secondhand am laufenden Band: Momox, der größte Online-Gebrauchtwarenhändler Deutschlands, hat seit seiner Gründung 2006 mehr als 200 Mio. Artikel verkauft



Rays oder auch Videospiele bis zu 70 Prozent günstiger gegenüber dem Neupreis angeboten, auf ubup.com können Kleidung und Accessoires aus zweiter Hand geshoppt werden. Nach einer von Momox in Auftrag gegebenen repräsentativen Umfrage sei neben dem Preis (90 Prozent) und dem Zustand eines Artikels (89 Prozent) auch der Nachhaltigkeitsaspekt für Secondhand-Kunden ein wichtiger Kaufgrund (82 Prozent).

Für reBuy ist Nachhaltigkeit sogar der zentrale Treiber. Der Online-Marktplatz macht zwei Drittel seines Umsatzes mit gebrauchter Elektronik, Handys vor allem, aber auch Tablets, Kameras, Lautsprecher, Spielkonsolen oder Smartwatches. Laut Dr. Philipp Gattner, Geschäftsführer der reBuy reCommerce GmbH, habe man bisher allein durch den Wiederverkauf von Handys unter anderem rund 45.000 Tonnen CO₂, 18 Tonnen Aluminium und zwölf Tonnen Kupfer eingespart. Zudem werden die reBuy-Produkte passgenau verpackt, um unnötigen Papiermüll und Füllstoffe zu vermeiden, der Versand von CDs, Büchern und DVDs kommt völlig ohne Plastik aus, und bei Elektronik ist der Plastikanteil auf ein Minimum reduziert.

Die elektronischen Secondhand-Geräte lagern auf 10.000 Quadratmetern im Logistikzentrum in Berlin-Rudow und werden entweder dort oder

am zweiten Logistikstandort im polnischen Poznan von Experten überprüft, diversen funktionalen Tests unterzogen und notfalls repariert. Private Verkäufer bieten ihre gebrauchten Produkte online an, bekommen sofort einen Angebotspreis und schicken sie dann an reBuy – bis ein Artikel zum Wiederverkauf bereit ist, wird der Noch-Besitzer per E-Mail auf dem Laufenden gehalten.

Trotz allem E- bzw. dem sogenannten „Online-Re-Commerce“ sind es auch immer noch die Läden um die Ecke, die beliebt sind. Andreas Boeck, Inhaber des Schöneberger Kinder-Secondhandladens Trollby, erzählt in seinem Shop von Eltern, die ihren Nachwuchs vom Strampler über den Kindergartenrucksack bis zur kompletten Ausstattung zum Saisonwechsel komplett eindecken – offline. Unter seinen Kunden seien erstaunlich viele Berlin-Besucher.

„Weil Babys und Kinder eine empfindliche Haut haben, sind gebrauchte Kleidungsstücke besonders zu empfehlen“, weiß Boeck, „denn schädliche Farb- und chemische Stoffe sind da bereits ausgewaschen.“ Weiteres Pro für Käufer: Kinder wachsen schnell, deswegen sind die Kleidungsstücke oft kaum getragen. „Irgendwann haben sie aber ihren Zweck erfüllt und müssen entsorgt werden“, sagt der Trollby-Chef. „So schließt sich dann auch dieser Kreis.“ ■

”

Ob und zu welchem Preis ein Artikel angekauft wird, entscheiden nicht wir mit unserem Bauchgefühl, sondern Algorithmen.

Heiner Kroke
Geschäftsführer
Momox GmbH



Dr. Mateusz Hartwich,
IHK-Experte für den Einzelhandel
Tel.: 030 / 315 10-827
mateusz.hartwich@berlin.ihk.de