

Wirtschaftsdaten Secondhand: Bezugsquellen, Koordinatoren, Preise

Gründer und Unternehmer denken bei der Beschaffung überwiegend an den 1. Markt für Neue Produkte, Arbeitsplätze, Herstellungsverfahren, etc. Das ist der Klassische Weg. Doch es gibt auch einen 2. Markt. Dieser Secondhand-Markt ist eine vielfältige Ergänzung des 1. Markts und aus wirtschaftlicher und ökologischer Sicht betrachtet der ganzheitlichere und oftmals - aus Sicht der finanziellen und persönlichen Ressourcen-Schonung - sogar der sinnvollere. In fünften Teil dieser Serie geht es nun um die Interna der Branche: sprich: die Bezugsquellen, Koordinatoren und Preise.

Wo kommt die Ware her?

In Gesprächen mit Unternehmern, Institutionen und Verbänden kommt meist die irritierte Frage: Ach, dass gibt es auch gebraucht? Und: Wo kommen denn die ganzen gebrauchten Waren her? Die meisten denken sofort an Insolvenzen. Das ist auch richtig. Doch es gibt branchenweit (Möbel, Kleidung, Autos, Maschinen, etc.) auch noch Neuausstattung, Firmenschließung, Verkleinerungen, Liquiditätsbedarf als Gründe für "freie Waren".

Schwerpunktmäßig – beispielsweise bei Büromöbelbeständen – kommen Möbel aus internen Umzügen z.B. in ein neues Firmengebäude oder eine neue Abteilung. Grundsätzlich kann man sagen, dass durchschnittlich in Deutschland Unternehmen ein- bis zweimal in Jahr umziehen. Diese Zahl scheint viel, besonders da wir alle wissen, dass von den ca. 3,3 Mio. bundesdeutschen Klein- und Mittelständischen Unternehmen die wenigsten sooft ihre Möbel wechseln. Die Lebensdauer von Möbeln in Firmen reicht von 2 – 20 Jahren.

Auf dem Neumarkt werden insg. ca. 6 Mrd. Umsatz (2007) mit 6 Prozent Umsatzwachstum jährlich gemacht. (Quelle: BSO). Für den Gebrauchtmarkt ergibt sich dabei, dass bei Neueinrichtungen 50 Prozent wieder vermarktbar Büromöbel anfallen. Das Potential an verfügbaren Gebrauchtmöbeln wächst folglich beständig und stetig.

Wer sind die Koordinatoren für den Warenbezug?

Bei den großen Mengen an Gebrauchtwaren braucht es auch Manager für die Vermittlung von Angebot und Nachfrage. Die klassischen Vermittler auf der Verkaufsseite sind auf dem Gebrauchtmarkt Insolvenzverwalter und Auktionatoren. Sie werden von Unternehmen oder Privatpersonen beauftragt ihre Waren zum besten Preis bzw. zur Deckung ihrer Verbindlichkeiten zu vermarkten. Darüber hinaus sind gerade heute immer mehr Anwälte für Insolvenzen zuständig. Vielfach auch, weil durch die Bewegung der Waren unmittelbar beteiligt, Umzugsunternehmen, Hausmeister, Vermieter, Immobilienbesitzer und Objektmanager. Sie alle kümmern sich darum, dass die Flächen möglichst profitabel geräumt werden. Dafür haben Sie sich ein Netzwerk aus Dienstleistern aufgebaut, die das für Sie übernehmen. Zu den bereits oben genannten kommen auch u.a. Facility-Manager, Händler, Hersteller mit hinzu.

Grundsätzlich kann man sagen, der Markt ist für den einzelnen unüberschaubar geworden. Es braucht einen Experten, der den Markt kennt und dem Kunden als Berater zur Seite steht. Das

können Unternehmensberater, Anwälte, Auktionsverwalter, Sachverständige etc. sein. Es können auch eigene Mitarbeiter wie Einkäufer, Facility Manager sein, die durch Marktbeobachten und tägliches Tun Erfahrungen und Wissen über den Markt sammeln.

Doch: Meist ist in Unternehmen nur Wissen über den 1. Markt vorhanden, auch bei den Beratern aller Arten.

Der 2. Markt ist immer noch unüberschaubar mangels klarer Strukturen und damit auch fehlender Vergleichbarkeit. Das ist für die Käuferseite ein Nachteil.

Beispiel: Wie sind Secondhand-Betriebe strukturiert und wie professionell ist die Branche?

Ein Beispiel zur Illustration der Unterschiede von 1. Und 2. Markt, das zeigt, dass gerade aus Käufersicht noch mehr Aufklärung und Transparenz auf dem Secondhand-Markt nötig ist: Wenn sie überlegen auf dem Neumarkt ein Auto, Möbel, Kleidung etc. zu kaufen, gehen sie meist so vor, dass sie einen Vergleich von Qualität, Anbieter und Preise vornehmen. Auf dem 2. Markt ist das schwieriger. Vergleichszahlen bekommen sie zwar inzwischen gut für Antiquitäten, da durch Kataloge, Homepages, Auktionen, Fernsehsendungen es auch einem Laien möglich ist, diesen Markt mit den gleichen Mechanismen wie den 1. Markt zu beurteilen nach gut, günstig, zu teuer etc.

Doch auf dem "jungen Gebrauchtmarkt" (Büromöbel, Kleidung, Maschinen, etc.) für Waren mit Baujahr nach dem 2. Weltkrieg bietet nur der Automobilmarkt mit der "Schwagge-Liste" eine Möglichkeit eine unabhängige Übersicht über Waren-Wert in Relation zum Waren-Zustand zu verschaffen. Alle anderen Branchen gewinnen den Warenwert aus Verhältnis von Angebot und Nachfrage (vgl. dazu Beitrag 3: So kalkulieren Gebrauchthändler).

Wie kalkulieren die Betriebe?

Die Secondhand-Betriebe kalkulieren ähnlich (vgl. Beitrag 3) doch ohne Vergleichbarkeit der Preise - wie z.B. durch eine „Schwagge-Liste“ - ist es immer noch individuell von Anbieter, Kunden, Branche abhängig. Zwar geben Webseiten, Werbeflyer, etc. Preise an. Doch im direkten Gespräch entscheiden dann die Händler nicht selten individuell und persönlich und nicht objektiv über den Waren-Preis. Das ist zwar schön für den jeweiligen Kunden, doch zu einer Vergleichbarkeit trägt es nicht bei.

Interessanterweise bewegen wir uns alle auf dem Secondhand-Markt in einer Doppelrolle: wir waren mal Käufer und sind nun Verkäufer. Und da entscheidet nicht mehr der ursprüngliche Preis sondern nur der heutige Markt.

Zusammenfassend kann ich sagen, es wird wohl noch ein paar Jahre oder sogar Jahrzehnte dauern, bis die Secondhand-Branche Gestalt angenommen hat. Damit einher geht dann auch die Vergleichbarkeit – hoffentlich jedoch nicht die Persönlichkeit.

Ausblick

Im nächsten und letzten Beitrag geht es um Synergien von Neu- und Gebrauchtmarkt. Wie wir als Kunden davon profitieren, möchte ich Ihnen gerne zeigen.

Wie gehen sie vor, wenn Sie Neu- und Gebrauchtmarktprodukte vergleichen? Haben Sie eine

eigene Strategie entwickelt? Schreiben Sie mir entweder an einrichten@das-curriculum.de oder diskutieren Sie mit in meiner [XING-Gruppe](#). Ich werde in meinem nächsten Beitrag auf Ihre Antworten eingehen. Ich bin gespannt von Ihnen zu hören.