

Akeneo PX Pulse Studie: 44 % der Verbraucher kaufen bereits gebrauchte Produkte direkt bei Markenherstellern

- *60 % der Verbraucher berichten von gestiegenem Interesse an Re-Commerce*
- *Konsumenten erwarten bei gebrauchten Produkten dieselbe Informationsqualität wie bei Neuware*

Düsseldorf – xx. März 2026_ Re-Commerce gewinnt als Einkaufskanal kontinuierlich an Bedeutung. Laut der aktuellen PX Pulse Studie von [Akeneo](#): haben bereits 44 % der Verbraucher gebrauchte oder generalüberholte Produkte direkt bei Markenherstellern gekauft, und das Interesse wächst weiter. 60 % der Befragten berichten von einem gestiegenen Interesse an Re-Commerce im vergangenen Jahr. Für Marken und Händler bedeutet das: Re-Commerce ist kein Zusatzangebot mehr, sondern ein eigenständiger Vertriebskanal mit eigenen Anforderungen – vor allem an die Qualität von Produktinformationen.

Re-Commerce wird zur Marktanforderung

Neben dem Direktkauf bei Herstellern sind auch Peer-to-Peer-Resale-Plattformen (38 %) und Secondhand-Läden (39 %) wichtige Einkaufsoptionen. 37 % der Befragten berichten zudem von einem gleichzeitigen Anstieg des Interesses an nachhaltigem Konsum und Re-Commerce. Diese beiden Trends verstärken sich gegenseitig und verändern das Einkaufsverhalten dauerhaft.

Produktinformationen als Erfolgsfaktor im Re-Commerce

Mit der zunehmenden Verbreitung von Re-Commerce wachsen auch die Anforderungen an Produktinformationen. Verbraucher erwarten beim Kauf gebrauchter oder generalüberholter Produkte denselben Grad an Transparenz und Detailtiefe wie bei Neuware, beispielsweise in Bezug auf Zustand, Materialien, Herkunft und Umweltwirkungen.

„Re-Commerce und Wiederverkauf erhöhen die Komplexität von Produktdaten erheblich. Marken verwalten nicht mehr nur eine Produktversion, sondern mehrere Lebenszyklen, Zustände und Nutzungshistorien“, sagt **Max Henrychowski, General Manager bei Akeneo**. „Vertrauen entsteht nur dann, wenn Marken beim Kauf gebrauchter Produkte dieselbe Transparenz bieten wie bei Neuprodukten – strukturierte, vollständige Produktdaten sind dabei der entscheidende Hebel.“

Mehr Informationen dazu gibt es hier.

Zur Methodik: Die Studie wurde von Akeneo in Auftrag gegeben und von Dynata durchgeführt. Im Januar 2026 wurden 1.000 US-amerikanische Verbraucher ab 18 Jahren

befragt. Vollständige Studienergebnisse finden Sie unter: Akeneo PX Pulse Data Reveals How Transparency and Data Have Become Retail's Most Valuable Currency.

Über Akeneo

Akeneo ist die Product Experience (PX) Company und weltweit führend im Bereich Product Information Management (PIM). Das Unternehmen ermöglicht es, jede Interaktion durch eine konsistente und überzeugende Product Experience in ein Kundenerlebnis zu verwandeln, das Verbraucher und Fachleute jederzeit und überall zum bestmöglichen Kauf führt. Akeneo unterstützt Führungskräfte mit Software, Schulungen und einer engagierten Community, die sich alle auf die Praxis des Product Experience Management konzentrieren.

Führende globale Marken, Hersteller, Distributoren und Einzelhändler wie Fossil, Intersport, KaDeWe, Liqui Moly, Snipes, Wüsthof vertrauen auf Akeneo, um ihre Omnichannel-Commerce-Initiativen zu skalieren und anzupassen. Mit der intelligenten Produkt-Cloud von Akeneo können Unternehmen ein optimales Produkterlebnis schaffen. Durch benutzerfreundliche und KI-gestützte Produktdatenanreicherung, Verwaltung, Syndizierung und Onboarding von Lieferantendaten sowie einen umfassenden App-Marktplatz und ein Partnernetzwerk, das die Anforderungen von Unternehmen und Käufern erfüllt. Für weitere Informationen: <https://www.akeneo.com/de/>