



UNIVERSITY
OF APPLIED SCIENCES
UPPER AUSTRIA

PRESSEINFORMATION

zur Pressekonferenz am 20. August 2021

ReVital – Ökologisch. Günstig. Sozial.

Erkenntnisse der ReVital-Kundenumfrage

mit

Stefan Kaineder

Landesrat für Klimaschutz, Umwelt, KonsumentInnenschutz
und Integration

DI Thomas Anderer

Geschäftsführer des OÖ. Landesabfallverbands

Dr. Alfred Grausgruber

Lektor für empirische Sozialforschung am Department Gesundheits-, Sozial-
und Public Management der FH Oberösterreich in Linz

Rückfragenkontakte:

Simon Seher – Büro LR Kaineder

simon.seher@ooe.gv.at, 0664/6007212081

Sabine Kern – OÖ. Landesabfallverband

sabine.kern@umweltprofis.at, 0732-795303-18

ReVital – Ökologisch. Günstig. Sozial.

Die heutige Gesellschaft hat sich zu einer Konsumgesellschaft entwickelt. Unser tägliches Leben ist durch Massenproduktion und einen schnellen Konsum gezeichnet. Wir leben in einer Welt voll Überfluss, geprägt von einer Wegwerfmentalität. Viele Produkte wären häufig noch für den Gebrauch geeignet beziehungsweise auch reparaturfähig. Aber da die Menschen von Konsum geprägt sind, neigen sie dazu immer die „neuesten“ Produkte zu kaufen, oftmals ohne einen Gedanken an den Ressourcenverbrauch zu verschwenden. Und wer kennt das nicht? Daheim stapeln sich alte Möbelstücke, Elektrogeräte oder Hausrat, der nicht mehr verwendet wird. Aber was tun und wohin mit all jenen Sachen? ReVital schafft Abhilfe und löst das Problem. Das 2009 oberösterreichweit vom OÖ. Landesabfallverband initiierte ReVital-Netzwerk, gibt gebrauchten Produkten, die eigentlich im Abfall landen sollen, eine zweite Chance. Funktionstüchtige Waren und leicht defekte Geräte, die durch kleinere Reparaturen der Aufbereitungspartner „revitalisierbar“ sind, werden in ausgewählten Altstoffsammelzentren (ASZ) oder durch Abholung sowie Direktabgabe bei den ReVital-Shops gesammelt, aufbereitet und als ReVital-Produkte verkauft. In den ReVital-Shops finden diese Gegenstände dann wieder neue Besitzer. Dieses Netzwerk aus kommunaler Abfallwirtschaft und Sozialwirtschaft leistet somit einen wertvollen Beitrag zur Abfallvermeidung und Wiederverwendung. Seit 2015 gibt es eine weitere Möglichkeit der Vorsammlung, die ReVital-Box. In Form eines wiederverschließbaren Kartons können gebrauchte aber noch nutzbare Gegenstände (Hausrat, Geschirr, Spielzeug etc.) gesammelt und im ASZ/Shop abgegeben werden.

2019 konnten rd. 1.607 Tonnen ReVital-Waren in Oberösterreich gesammelt werden. Von den gesammelten Waren stammen rd. 449 Tönen (28 %) aus der ASZ-Vorsammlung und rd. 1.158 Tonnen (72 %) aus der eigenen Sammlung der ReVital-Netzwerkpartner. In Summe konnten davon rd. 1.143 Tonnen in den Wiederverkauf gebracht werden. Die Wiederverwendungsquote beträgt rd. 71 %. 2020 war bedingt durch die Coronakrise ein Rückgang der Verkaufszahlen um 19 % unvermeidlich. Seit Projektbeginn 2009 konnten mehr als 8,7 Millionen Kilogramm ReVital-Waren in die Wiederverwendung gebracht werden. Für mehr als 480 Personen ist ReVital ein wichtiger Beschäftigungsimpuls. Mittlerweile gibt es in ganz

Oberösterreich 25 ReVital-Shops, die darauf ausgelegt sind, die Wiederverwendung von Gegenständen voranzutreiben. Dadurch werden Ressourcen gespart, die Umwelt wird entlastet und ein wichtiger sozialer Beitrag geleistet.

„Mit ReVital haben wir in Oberösterreich ein wichtiges Projekt im Sinne der Kreislaufwirtschaft und gegen die Wegwerfmentalität etabliert. Was 2009 als Pilotprojekt gestartet hat, ist inzwischen von den BürgerInnen sehr gut angenommen. In den insgesamt 25 ReVital-Shops in Oberösterreich finden mehr als 400 Menschen Beschäftigung und leisten einen immens wichtigen Beitrag zur nachhaltigen Nutzung von Ressourcen“, freut sich Klima-Landesrat Stefan Kaineder.

Ziele der ReVital Studie

Bereits 2011 wurde in einem gemeinsamen Projekt mit dem Department Gesundheits-, Sozial- und Public Management der FH Oberösterreich in Linz eine ReVital-Kundenbefragung durchgeführt, um Hinweise auf die Bekanntheit, die Einschätzung der Produkte, der Marke sowie über die Zufriedenheit mit den ReVital-Shops zu erlangen. Nach 10 Jahren wurde diese Studie nun heuer wiederholt. Speziell um Erkenntnisse auf Veränderungen und damit Grundlagen für entsprechende Maßnahmen zur Optimierung zu gewinnen.

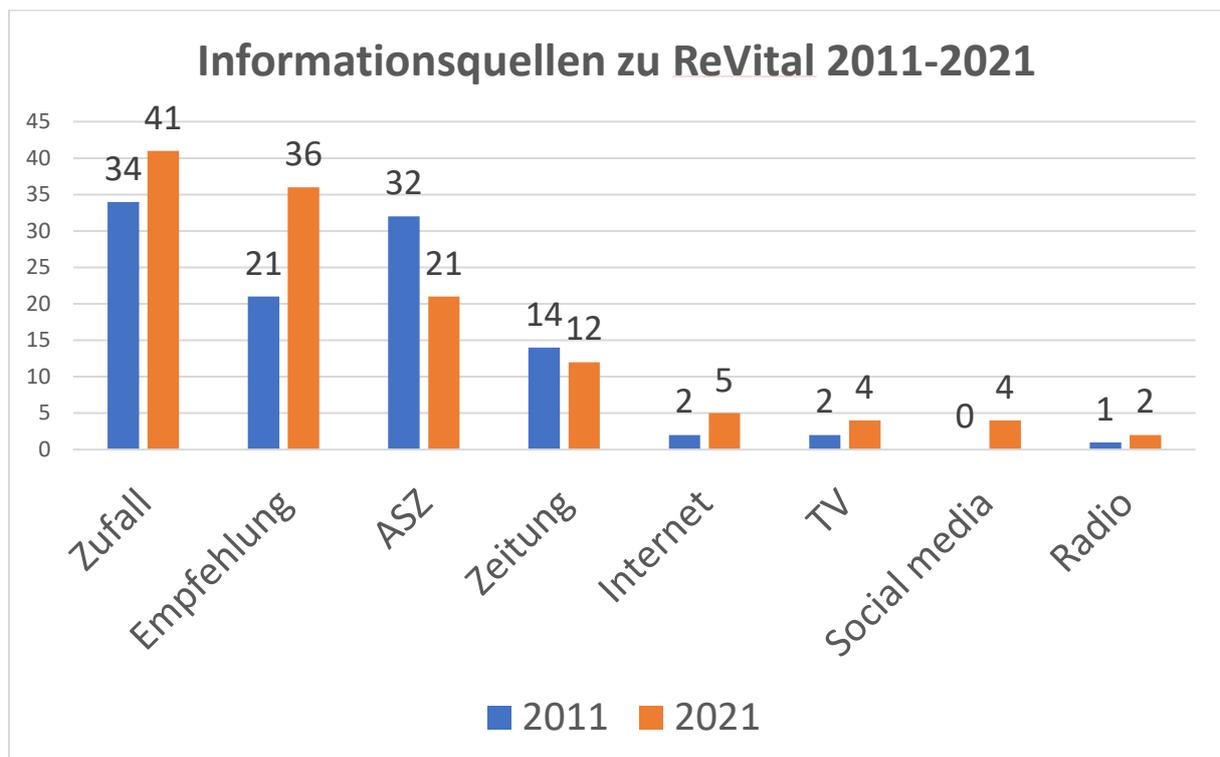
Zentrale Ziele der KundInnenbefragungen waren einerseits die Gewinnung von Informationen zum Besuch der ReVital-Shops wie Kaufmotive, Image etc., andererseits sollte die Zufriedenheit mit verschiedenen Merkmalen wie zeitliche und örtliche Erreichbarkeit, Produktangebote und ähnlichem erhoben werden. Auch ob es Unterschiede hinsichtlich Motivstrukturen und Nutzungsverhalten bei jüngeren und älteren Shop-Besucher*innen gibt wurde hinterfragt. Ergänzend bzw. zur Vorbereitung der Kundenbefragung wurden in 11 ReVital Shops Beobachtungen in Form des Mystery-Shopping, sowie qualitative Leitfadenterviews mit 10 Shop-Leitungen durchgeführt.

Erkenntnisse der Befragung

Insgesamt wurden 671 Fragebögen ausgewertet, wobei die antwortenden Personen weitgehend weiblich sind. Das Durchschnittsalter liegt bei rd. 55 Jahren. Kunden*innen unter 30

Jahre waren kaum anzutreffen in den ReVital Shops. Bildungsmäßig entspricht die antwortende Kundschaft - abgesehen von einer Unterrepräsentanz von Kund*innen mit Pflichtschulabschluss - ziemlich genau der österreichischen Bevölkerung. Es haben sich alle Bildungsschichten an der Umfrage beteiligt. Knapp die Hälfte der Kundschaft kann als „Stammkundschaft“ bezeichnet werden, denn diese kommt mindestens einmal pro Woche in den Shop, 1/3 sogar mehrmals pro Woche. Bei der Befragung zeigt sich auch, dass Männer bei der grundsätzlichen Beurteilung verschiedener Aspekte etwas zurückhaltender sind als Frauen. Was die Auswahl der Produkte betrifft, sind Frauen mit über 70 % deutlich häufiger zufrieden als Männer (54 %).

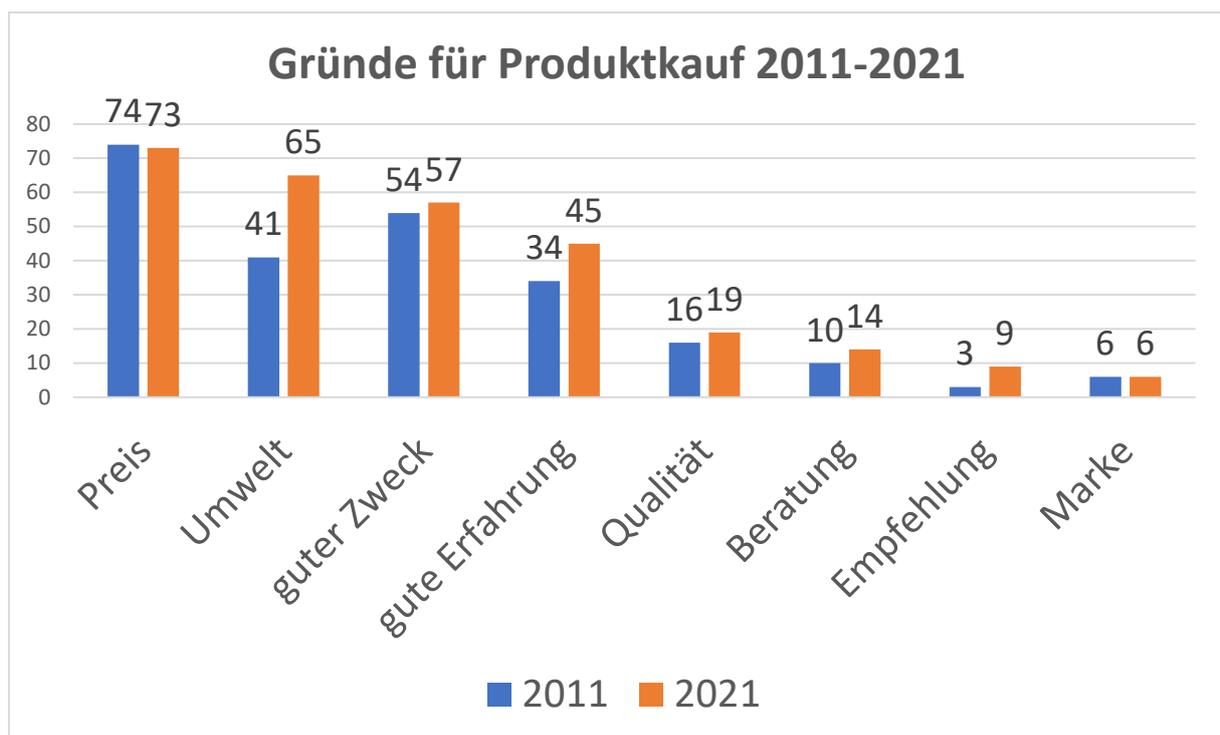
Als Hauptquellen, wie Kund*innen auf den ReVital-Shop aufmerksam geworden sind, werden Zufall (41%) und Empfehlung (36%) genannt. Dann folgen ASZ (21%) und Zeitung (12%).



Die Motive, warum die Antwortenden einen ReVital Shop aufsuchen, sind vielfältig. In erster Linie geht es drei von Vieren ums „Stöbern“ (75%) und um „Schnäppchen“ (52%). Bemerkenswert ist der Anteil jener, welche auch wegen des Umweltgedankens ReVital Shops (48%) aufsuchen. Dass fast zwei Drittel der Kund*innen (65%) auch in anderen Second-Hand-Shops stöbern, ist nicht überraschend.

Die Gründe dafür, dass Kund*innen auch tatsächlich etwas kaufen, sind vielfach und

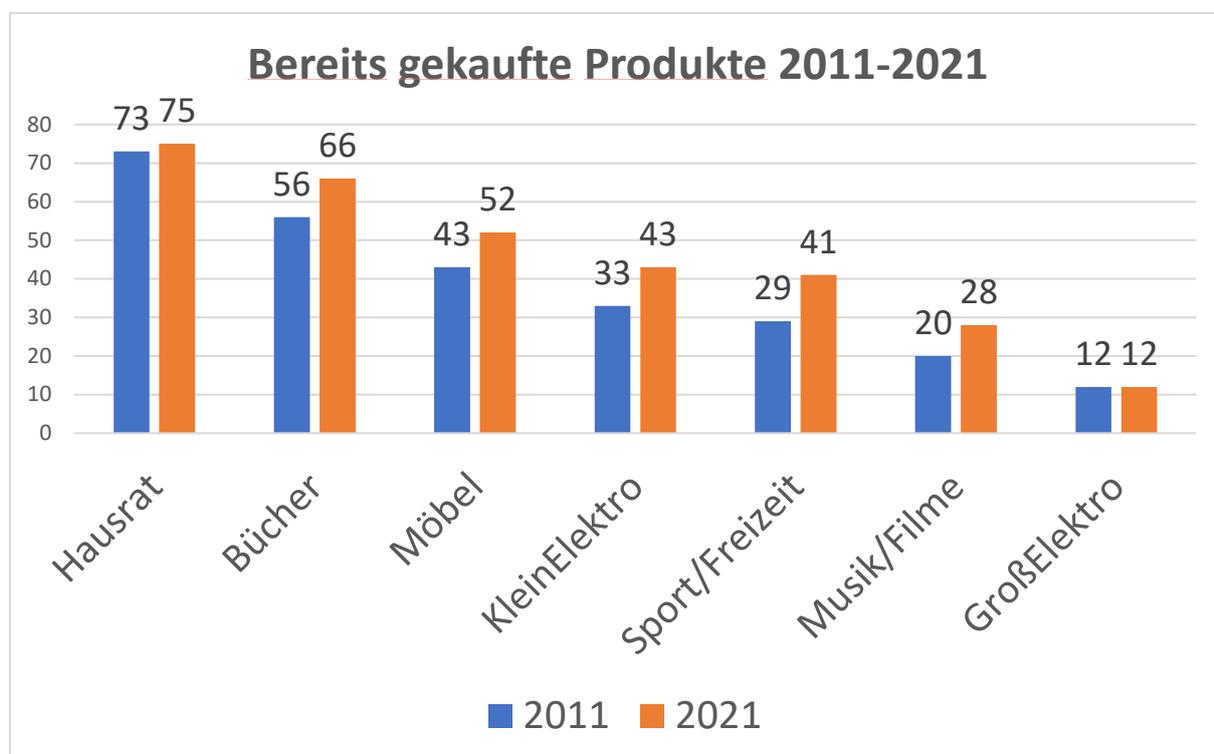
gestreut. Neben dem Preis (73%) werden wertorientierungsmäßige Argumente angeführt: Umweltbewusstsein (65%) sowie der gute Zweck (57%). Aber auch gute Erfahrungen (44%) spielen eine Rolle. Speziell das Umweltbewusstsein als Grund für den Produktkauf ist in den letzten 10 Jahren viel wichtiger geworden. Bei jüngeren Kunden*innen ist der Umweltgedanke sowohl für einen Shop-Besuch als auch für einen Produktkauf ein mitentscheidender Faktor. Diesen Grund betreffend gibt es auch deutliche Unterschiede zwischen den Altersgruppen. Bis zu den 70-Jährigen steigt die Nennung dieses Kaufmotives von 63 % bei den bis 40-Jährigen auf 70 % an und fällt dann bei Personen ab 71 Jahren auf rd. 40 % ab. Für Befragte, die vor 1950 geboren wurden, spielt der Umweltgedanke beim Kauf von ReVital-Produkten offenbar eine deutlich geringere Rolle. Zudem zeigt sich auch, dass Umweltbewusstsein von Frauen mit 69 % deutlich häufiger als Kaufgrund genannt wird als bei Männern (51 %).



Sehr erfreulich ist ebenso, dass 9 von 10 Kund*innen wissen, dass es sich bei ReVital-Waren um überprüfte und wieder aufbereitete Produkte handelt. Aufgrund der Qualitätskriterien wie Funktionstüchtigkeit der Produkte oder Sauberkeit der Shops, grenzt sich ReVital von herkömmlichen Secondhand Shops ab. Gut drei Viertel haben auch bereits einmal Waren abgegeben, vorzugsweise in einem ReVital-Shop (91%).

Eine weitere Fragestellung, welcher von Interesse war, beschäftigte sich mit der Art der Anreise der Besucher*innen. Eine große Mehrheit, mit rd. 87 % der befragten Personen, sind 2011 mit dem Auto gekommen. 2021 stellt das Auto immer noch mit Abstand die erste Wahl dar, aber es sind nur mehr 7 von 10 Befragten, welche das Auto benutzen, um zu den Shops zu gelangen. 2011 haben 12,5 % zu Fuß den ReVital-Shop besucht, 2021 waren es mit fast 22 % beinahe doppelt so viele. Im Jahr 2011 ist kaum jemand mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu den ReVital-Shops gekommen, 2021 sind es fast 8 %.

Bei der Auswertung der Frage, welche Produkte die Kund*innen bereits gekauft haben, zeigte sich, dass Hausrat die beliebteste Produktgruppe darstellt. Drei von vier antwortenden Personen gaben an, dass sie Hausrat bereits im ReVital-Shop gekauft haben. Am zweithäufigsten sind „Bücher“ bei den gekauften Produkten angeführt. Diese wurden von rd. zwei Drittel erstanden. Dann folgen „Möbel“ mit 52% an dritter Stelle. „Kleinelektrogeräte“ (43%) sowie „Sport- und Freizeitartikel“ (41%) werden bereits deutlich weniger oft gekauft. Zudem bezeichneten 9 von 10 Kund*innen die Bedürfnisse hinsichtlich des Produktangebots als abgedeckt bzw. ausreichend.



Die befragten Personen sind sowohl mit den Produkten, den Shops, als auch den Mitarbeiter*innen besonders zufrieden. Die Zufriedenheit mit den Mitarbeiter*innen hinsichtlich

Freundlichkeit, Hilfsbereitschaft, Beratung und Auftreten liegt bei über 90 % der Befragten bei „sehr zufrieden“. Angesichts dieser tollen Beurteilung ist es nicht verwunderlich, dass 95 % auch in Zukunft ReVital-Produkte kaufen wollen.

Seit dem Jahr 2011 hat sich der Nachhaltigkeits- und Wiederverwendungsgedanke stärker in der Bevölkerung verankert. Aktives Stöbern und die Schnäppchenjagd sind neben dem Umweltgedanken nicht nur Motive für den Shop-Besuch an sich, sondern auch für den Kauf von ReVital-Produkten. Dies spiegelt sich auch bei den Verkaufszahlen der mittlerweile 25 ReVital-Shops wider. Die Zufriedenheit mit der Auswahl der Produkte ist zudem signifikant gestiegen. Jährlich können mehr als eine Million Kilogramm qualitätsgeprüfte ReVital-Waren in Oberösterreich in den Wiederverkauf gebracht werden. Um nun den Bekanntheitsgrad von ReVital weiter zu steigern, sollen zukünftig zudem vermehrt Jüngere angesprochen werden.

Hintergrundinformationen

Wer sind die Umwelt Profis der kommunalen Abfallwirtschaft?

Die 15 Bezirksabfallverbände (BAV), die Statutarstädte Linz, Wels und Steyr und das Landesabfallverwertungsunternehmen (OÖ LAVU GmbH) bilden gemeinsam mit dem OÖ. Landesabfallverband (LAV) als Dachverband die Umwelt Profis. Sie betreuen gemeinsam ein flächendeckendes Netz von 180 Altstoffsammelzentren (ASZ) und tausenden Containerstandplätzen und stehen für eine sichere und nachhaltige Entsorgung von Altstoffen und Restabfällen. Die Umwelt Profis sind eine öffentlich-rechtliche Non-Profit Organisation, die in ihrem unternehmerischen Handeln Ökonomie und Ökologie bestmöglich vereint und ihre Dienstleistungen kostengünstig für die BürgerInnen erbringt. Näheres auf www.umweltprofis.at.