

IFH Köln

„Mieten statt kaufen“ liegt im Trend

Donnerstag, 14.09.2017



Flexible Miet-Modelle wie Carsharing und Co. sind für die Mehrheit der Konsumenten in Deutschland interessant. Das zeigt das aktuelle Consumer Barometer von IFH Köln und KPMG, das sich der Sharing Economy und flexiblen Abo-Modellen aus Konsumentensicht widmet. So hat zwar erst jeder Sechste schon einmal ein Miet-Modell genutzt, 43% der Befragten können sich dies aber sehr gut vorstellen.

Beliebte Branchen: Fahrzeuge sowie Heimwerken und Garten

„Mieten statt kaufen“ ist aktuell besonders bei Fahrzeugen sowie Heimwerker- und Gartenartikeln gefragt. Sieben von zehn Konsumenten, die schon einmal Miet-Modelle genutzt haben, griffen hierbei zu Auto oder Fahrrad. Werkzeuge, Rasenmäher und Co. haben rund vier von zehn Miet-Modell-Nutzern gemietet. Das Interesse an einem größeren Angebot ist hoch: Branchenübergreifend wünschen sich zwei Drittel der Nutzer und mehr als jeder zweite Interessierte, dass Unternehmen zukünftig mehr Produkte zum Mieten anbieten.

„In einer Zeit, in der die Lebenszyklen von technischen Geräten immer kürzer werden, ist abzuwägen, nicht mehr jedes Produkt zu kaufen, wenn es schon morgen eine neuere Version gibt. Ebenso Produkte, die nur saisonal benötigt werden, wie der Vertikutierer für den Rasen im Frühjahr, das Jugendbett für einen bestimmten Lebensabschnitt oder sogar Kleidung bedarfsgerecht für einen bestimmten Anlass und Zeitraum zu mieten, statt sie zu kaufen, kann in Zukunft die Lösung sein“, so Mark Sievers, Head of Consumer Markets bei KPMG.

Neben Miet-Modellen gehören auch flexible Abo-Konzepte zu den Konsummodellen der Zukunft: Aktuell

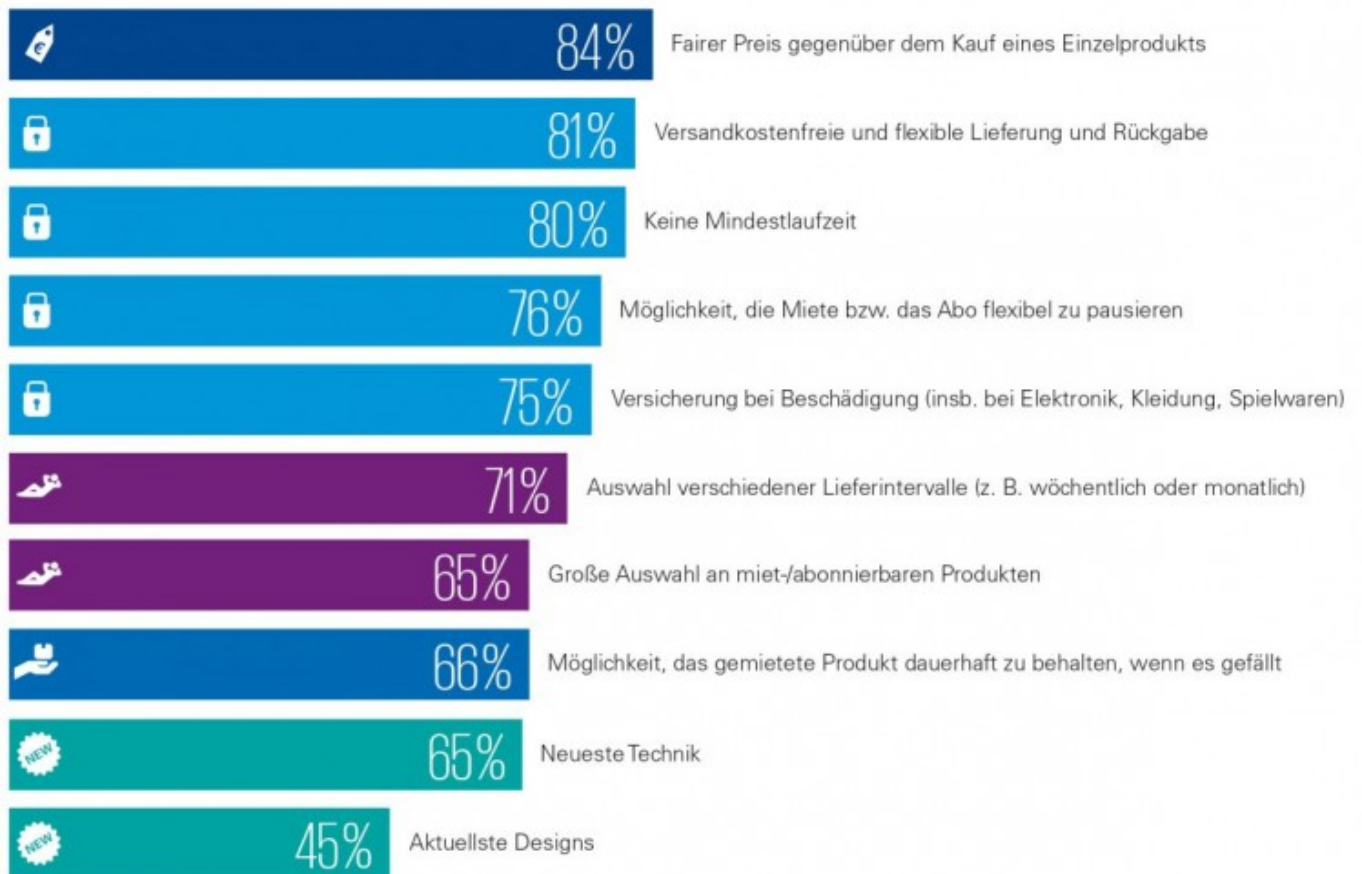
haben zwar erst 13% der Befragten schon einmal Produkte abonniert, die sie regelmäßig brauchen, wie etwa Rasierklingen oder Lebensmittel – immerhin jeder Dritte äußert zudem Interesse an einem solchen Abonnement.

Preis, Sicherheit, Flexibilität und Convenience entscheiden

Der Blick auf die Kriterien, die Abo- und Miet-Modelle aus Konsumentensicht erfüllen müssen, zeigt: Für knapp 84% der Befragten ist ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis entscheidend. Auch Sicherheit, Flexibilität und Convenience spielen eine große Rolle. So legen 81% der Konsumenten Wert auf eine kostenfreie und flexible Lieferung. Für drei von vier Befragten ist die Möglichkeit wichtig, Miete oder Abo flexibel pausieren lassen zu können.

„Der Charme von Miet- und Abo-Modellen liegt natürlich auch darin, dass sie dem steigenden Convenience-Bedürfnis der Konsumenten entgegenkommen. Bei Abo-Modellen müssen Nutzer beispielsweise nicht mehr selbst an den Kauf regelmäßig benötigter Produkte, wie Rasierklingen oder Hundefutter, denken. Durch besondere Flexibilität, zum Beispiel bei den Lieferintervallen, kann der Kundenmehrwert noch gesteigert werden“, so Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer des IFH Köln.

Die wichtigsten Faktoren im Überblick



 Faktor Preis  Faktor Flexibilität/Sicherheit  Faktor Convenience  Faktor Besitz  Faktor Aktualität

Frage: Bitte geben Sie an, wie wichtig die folgenden Kriterien bei Miet- und Aboangeboten für Sie persönlich sind.
Top-2-Box („Sehr wichtig“ und „Eher wichtig“)

Quelle: KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft/IFH Institut für Handelsforschung GmbH, 2017;

„Mieten statt kaufen“ liegt im Trend