

**Abschlussbericht  
Green – Startup - Förderung  
der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU)**

**Projekttitel:**

Digitales Schaufenster für lokale Secondhand-Shops

AZ 35505/72

**Projektträger:**

EKODISE GmbH

(Nicole Heiß, Sebastian Heiß und Synnotech AG)



**Förderzeitraum:** 01.09.2023 – 31.08.2025  
**eingereicht von:** Nicole Heiß am 13.10.2025

## **Inhalt**

1. Einleitung
2. Ausgangssituation und Zielsetzung
  - 2.1 Ökologische Zielsetzung
  - 2.2 Technische Zielsetzung
  - 2.3 Wirtschaftliche und gesellschaftliche Zielsetzung
3. Projektverlauf und Strategie
  - 3.1 Technische Weiterentwicklung
  - 3.2 Akquise, Community-Building und Betreuung
  - 3.3 Netzwerk- und Öffentlichkeitsarbeit
  - 3.4 Persönliche Weiterentwicklung und Professionalisierung
  - 3.5 Strategie und Meilensteine
  - 3.6 Marktsituation und Wettbewerb
4. Ergebnisse und Wirkung
  - 4.1 Erreichte Ergebnisse und Kennzahlen
  - 4.2 Wirkungen und Erkenntnisse
  - 4.3 Bewertung und Ausblick
5. Herausforderungen und Lernerfahrungen
  - 5.1 Strukturelle und organisatorische Herausforderungen
  - 5.2 Das Henne-Ei-Problem des Marktplatzes
  - 5.3 Technische und praktische Hürden auf Händler:innenseite
  - 5.4 Externe Rahmenbedingungen
  - 5.5 Persönliche Rahmenbedingungen und Belastungssituation
  - 5.6 Lernprozesse und persönliche Entwicklung
  - 5.7 Gesamtbewertung
6. Fazit und Ausblick
  - 6.1 Strategische Weiterentwicklung
  - 6.2 Schlussbetrachtung

## **Wichtige Links:**

Homepage: [www.ekodise.de](http://www.ekodise.de)

Marktplatz: [www.second-hand-in-hand.de](http://www.second-hand-in-hand.de)

Instagram: <https://www.instagram.com/secondhand.in.hand>

## 1. Einleitung

EKODISE entstand aus der Überzeugung, dass nachhaltiger Wandel in der Textilbranche dort beginnt, wo Kleidung bereits im Umlauf ist: im lokalen Secondhandhandel. Während die globale Modeindustrie nach wie vor von Überproduktion, Fast Fashion und Ressourcenverschwendungen geprägt ist, tragen lokale Secondhandläden, Sozialkaufhäuser und nachhaltige Boutiquen tagtäglich zur Reduktion von Textilmüll und CO<sub>2</sub>-Emissionen bei. Ihr Beitrag zur Kreislaufwirtschaft ist enorm – ihre Sichtbarkeit in der digitalen Welt dagegen bislang gering.

Hier setzte das Vorhaben der **EKODISE GmbH** an, das im Rahmen der **Green Start-up Förderung der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU)** gefördert wurde. Ziel des Projekts war es, eine digitale Infrastruktur für den lokalen Secondhandhandel zu schaffen, die ökologische Wirkung stärkt, wirtschaftliche Prozesse vereinfacht und gemeinsames Lernen ermöglicht.

Das Projekt gliederte sich in drei zentrale Bausteine:

1. **Ein Backoffice-System mit mobiler App**, das den Arbeitsalltag der Händler:innen unterstützt – etwa durch Kommissions- & Lagerverwaltung, Reportingfunktionen, Webshop-Anbindung und Echtzeitsynchronisation.
2. **Einen gemeinsamen Online-Marktplatz mit Click & Collect-Funktion**, der lokale Secondhand-Angebote sichtbarer macht und nachhaltigen Konsum für Endkund:innen einfacher zugänglich gestaltet.
3. **Eine Community**, die Wissen, Austausch und Kooperation fördert und damit den Zusammenhalt und die Reichweite der Branche erhöht.

Der Projektzeitraum war geprägt von einer hohen Interdisziplinarität: Technische Entwicklung, Netzwerkarbeit, Kommunikation, Akquise, Marketing und strategische Weiterentwicklung mussten parallel vorangetrieben werden. Dabei zeigte sich, dass die Idee eines vernetzten Secondhand-Ökosystems einen Nerv der Zeit trifft – zugleich aber in einem Marktumfeld stattfindet, das sich erst schrittweise digital öffnet.

EKODISE konnte im Verlauf der Förderung wesentliche Grundlagen schaffen: eine funktionierende technische Basis, erste Pilotanwender:innen und einen aktiven Austausch, sowie eine wachsende Online-Community. Gleichzeitig wurden wertvolle Erkenntnisse über die Dynamiken des Marktes, die Bedürfnisse der Händler:innen und die praktischen Herausforderungen der Umsetzung gewonnen.

Dieser Bericht fasst die Entstehung, den Verlauf und die Ergebnisse des Projekts zusammen. Er zeigt, welche Fortschritte erzielt wurden, welche Lernprozesse stattfanden und welche Chancen sich aus den bisherigen Erfahrungen für die zukünftige Entwicklung ergeben.

Die Förderung durch die Deutsche Bundesstiftung Umwelt (DBU) war für EKODISE weit mehr als eine finanzielle Unterstützung – sie war ein entscheidender Ermöglichungsraum.

Ohne die DBU-Förderung wäre es nicht gelungen, diese Idee in dieser Tiefe zu entwickeln, zu erproben und in einen fachlich fundierten, ökologisch relevanten Kontext zu stellen.

Das Green Start-up Programm der DBU leistet damit einen bedeutenden Beitrag dazu, dass nachhaltige Innovationen in Deutschland entstehen und wachsen können – auch dann, wenn sie wie EKODISE an Schnittstellen zwischen Digitalisierung, Ökologie und sozialem Unternehmertum arbeiten.

Dafür gilt der Stiftung und ihren Mitarbeiter:innen besonderer Dank.

## 2. Ausgangssituation und Zielsetzung

**Die Textilindustrie gehört weltweit zu den ressourcenintensivsten und ökologisch problematischsten Branchen.**

Hoher Wasserverbrauch, Chemikalieneinsatz, Treibhausgasemissionen und enorme Abfallmengen kennzeichnen den gesamten Lebenszyklus moderner Bekleidung. Allein in Deutschland werden jährlich rund 1,3 Millionen Tonnen Textilien entsorgt – ein Großteil davon wäre noch tragbar.

Fast Fashion, kurze Produktlebenszyklen und der stetig steigende Konsumdruck führen dazu, dass Kleidung immer schneller im Abfall landet, während gleichzeitig neue Ressourcen verbraucht werden.

**Der Secondhand-Sektor leistet in diesem Kontext einen wichtigen Beitrag zur Ressourcenschonung und zur Etablierung nachhaltiger Konsummuster.**

Doch trotz seines ökologischen Potenzials ist der lokale Secondhand-Handel bislang **strukturell benachteiligt und kaum digitalisiert**.

Viele Läden arbeiten unabhängig voneinander, als Einzelkämpfer:innen, ohne übergreifende Sichtbarkeit oder gemeinsame Plattformen.

Digitale Marktplätze werden bislang vor allem von großen, zentralisierten Anbietern dominiert, deren Geschäftsmodelle häufig nicht die Werte lokaler Kreislaufwirtschaft widerspiegeln.

Für Verbraucher:innen ist der Zugang zu lokalen Secondhand-Angeboten oft unübersichtlich und mit Aufwand verbunden – Öffnungszeiten, wechselnde Sortimente und fehlende Online-Präsenz erschweren den bequemen Zugang zu nachhaltigem Konsum.

Zudem verfügen viele Secondhand-Betriebe – häufig inhaber:innengeführt oder sozialwirtschaftlich getragen – über begrenzte personelle und technische Ressourcen.

Dies erschwert nicht nur den Aufbau eigener Online-Angebote, sondern auch die Bewältigung administrativer Aufgaben im Ladenalltag, etwa bei der Verwaltung von Kommissionsware oder bei der Organisation von Spenden- und Warenströmen.

Dadurch bleiben große Potenziale für Ressourcenschonung, regionale Wertschöpfung und soziale Teilhabe bislang ungenutzt.

Vor diesem Hintergrund verfolgt das Vorhaben der **EKODISE GmbH** das Ziel, die lokale Secondhand-Landschaft in Deutschland **digital, ökologisch und gemeinschaftlich zu vernetzen**.

Die Förderung durch die Deutsche Bundesstiftung Umwelt (DBU) ermöglichte es, ein digitales Ökosystem zu entwickeln, das ökologische, technische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Ziele gleichermaßen adressiert.

### 2.1 Ökologische Zielsetzung

Zentrales Anliegen des Projekts war die **Förderung von Ressourcenschonung und Abfallvermeidung** durch die Stärkung des Wiedergebrauchs.

Durch eine bessere Sichtbarkeit und digitale Vernetzung lokaler Secondhand-Angebote sollte der Zugang zu nachhaltigem Konsum erleichtert und der Lebenszyklus von Textilien verlängert werden.

Langfristig trägt das Projekt damit zur Reduktion des Primärressourcenverbrauchs, der CO<sub>2</sub>-Emissionen und der Textilabfälle bei.

## 2.2 Technische Zielsetzung

Technisch verfolgte das Projekt den Aufbau einer **digitalen Infrastruktur für den lokalen Secondhand-Handel**, bestehend aus drei ineinander greifenden Komponenten:

### 1. Backoffice mit mobiler App

Eine Software zur digitalen Warenverwaltung, insbesondere für Kommissionsware, mit Funktionen zur Produktpflege, Kategorisierung und Bestandsübersicht.

Ziel war es, kleine Secondhand-Läden bei der Digitalisierung ihrer internen Abläufe zu unterstützen und ihnen eine einfache Schnittstelle zur Anbindung an den Markt zu bieten.

### 2. Gemeinsamer Marktplatz / digitales Schaufenster mit Click & Collect

Über eine zentrale Online-Plattform sollten lokale Läden ihre Produkte sichtbar machen können – ohne selbst einen eigenen Onlineshop betreiben zu müssen.

Der Fokus lag auf einem **digitalen Schaufensterprinzip**, das stationäre und digitale Verkaufsstrukturen kombiniert und Kund:innen ermöglicht, Produkte online zu entdecken und anschließend entweder direkt online zu bestellen, oder aber lokal zu reservieren und abzuholen.

### 3. Community-Bildung, Vernetzung und Wissensaustausch

Neben der technischen Entwicklung war der Aufbau einer aktiven **Community lokaler Händler:innen** ein zentrales Ziel.

Geplant war der Aufbau einer Austauschplattform für Wissen, Best Practices und überbetriebliche Kooperationen, um den Secondhand-Sektor langfristig als gemeinsame Bewegung zu stärken.

Dazu sollten Kommunikationskanäle, Webinare und gemeinsame Aktionen genutzt werden, um Vertrauen, Austausch und gemeinsames Lernen zu fördern.

## 2.3 Wirtschaftliche und gesellschaftliche Zielsetzung

Wirtschaftlich sollte das Projekt zur **Stärkung lokaler Wertschöpfung** beitragen, indem es kleinen und mittelständischen Secondhand-Betrieben neue Vertriebsmöglichkeiten eröffnet.

Gesellschaftlich leistet das Vorhaben einen Beitrag zur **Sensibilisierung für nachhaltigen Konsum**, zur **Digitalisierung des Reuse-Sektors** und zur **Stärkung regionaler Strukturen**, in denen ökonomische, ökologische und soziale Nachhaltigkeit miteinander verbunden werden.

Mit dieser Kombination aus digitaler Infrastruktur, gemeinschaftlicher Vernetzung und ökologischer Zielsetzung sollte ein Modell geschaffen werden, das zeigt, wie Kreislaufwirtschaft im Textilbereich **lokal, digital und sozial** gestaltet werden kann.

## 3. Projektverlauf und Strategie

Das Vorhaben der EKODISE GmbH war von Beginn an **interdisziplinär** angelegt. Neben den Schwerpunkten **Softwareentwicklung, Marktplatz-Betrieb und Community-Building** waren **Aspekte wie Nachhaltigkeitsförderung, Handelsforschung und Kommunikationsarbeit** präsent.

Ziel war es, digitale Infrastruktur, ökologische Zielsetzung und soziale Wirkung in einem

ganzheitlichen Konzept zusammenzuführen.

Dies erforderte kontinuierliche Abstimmung zwischen technischen, strategischen und kommunikativen Aufgabenfeldern – eine besondere Herausforderung für ein kleines Team, das viele dieser Bereiche parallel abdecken musste.

Nicole Heiß wurde es durch die Förderung ermöglicht, Vollzeit (von 01.09.2023 – 30.04.2025) an dem Projekt zu arbeiten. Sebastian Heiß erbrachte von 01.07.2024 – 31.03.2025 pro Monat 40 Stunden und Hannah Ludwig unterstützte das Vorhaben mit 120 Stunden pro Monat von 15.08.2024 bis 15.05.2025

### **3.1 Technische Weiterentwicklung**

Zu Beginn des Förderzeitraums lag ein erster **MVP (Minimum Viable Product)** des Systems bereits vor.

Während des Projekts wurden alle drei zentralen Komponenten – **Backoffice, App und Marktplatz** – kontinuierlich weiterentwickelt und verbessert.

Ein Schwerpunkt lag auf der **Integration eines Online-Bezahlsystems**, um Kund:innen und Händler:innen eine komfortable Kaufabwicklung zu ermöglichen.

Auf Basis des Feedbacks der teilnehmenden Händler:innen wurden zusätzliche Funktionen ergänzt, darunter eine **Rechnungsfunktion, Berichtstools** sowie Optimierungen in der **Benutzerführung** und im **Design** des Marktplatzes.

Das Ziel war eine steigende Nutzerfreundlichkeit und visuelle Attraktivität, um die Einstiegshürden zu senken und die technische Infrastruktur langfristig marktfähig zu gestalten.

Parallel erfolgte eine **laufende Abstimmung mit der Entwicklungspartnerfirma**, um technische Anforderungen, Bedienbarkeit und Skalierbarkeit eng an den tatsächlichen Bedürfnissen der Zielgruppe anzupassen.

Die iterative Entwicklung mit regelmäßiger Händler:innen-Feedback war ein wesentlicher Bestandteil des Projekts und führte zu einer praxisnahen, anwendungsorientierten Produktverbesserung.

### **3.2 Akquise, Community-Building und Betreuung**

Parallel zur technischen Arbeit stand die **Aufbauarbeit im Händler:innen-Netzwerk** im Mittelpunkt.

Ziel war es, die Idee von EKODISE im Secondhand-Sektor bekannt zu machen, Vertrauen aufzubauen und Läden schrittweise in die Plattform einzubinden.

Hierzu wurden verschiedene Kommunikations- und Akquiseformate genutzt:

- **Telefon- und E-Mail-Akquise**, ergänzt durch postalische Ansprache und Social-Media-Kampagnen (insbesondere über Instagram),
- **Webinare** zur Einführung in das System,
- **regelmäßige Sprechstunden am Vormittag** für individuelle Unterstützung,
- **digitale Community-Treffen am Abend** zum Austausch, zur Motivation und zur Weiterentwicklung gemeinsamer Ideen
- sowie die Einrichtung eines **Online-Forums** für Wissensaustausch und Hilfestellung.

Das Onboarding neuer Händler:innen erfolgte über persönliche Begleitung, Schritt-für-Schritt-Anleitungen und direkte Hilfestellung bei der Nutzung der Software.

Gleichzeitig wurden erste Pilot-Händler:innen in die aktive Nutzung eingebunden, um Prozesse zu testen und praxisnahe Rückmeldungen zu erhalten.

Die Gründerin selbst betrieb parallel einen eigenen Secondhand-Shop und nutzte diesen als **Pilotbetrieb**, um den Marktplatz mit Artikeln zu bespielen und aus der Praxis heraus Verbesserungsbedarf zu erkennen.

Trotz des hohen Interesses seitens vieler Shops zeigte sich, dass die aktive Beteiligung intensive Betreuung erforderte.

Gerade im inhabergeführten Einzelhandel mit begrenzten Personalressourcen war der Aufbau digitaler Routinen ein langfristiger Prozess, der viel individuelle Unterstützung brauchte.

### 3.3 Netzwerk- und Öffentlichkeitsarbeit

Ein zentraler Bestandteil des Projekts war der **Netzwerkaufbau** mit Akteur:innen aus den Bereichen **Secondhand, Nachhaltigkeit, Mode, Kreislaufwirtschaft, Digitalisierung und Zukunftsforschung**.

Hierdurch sollte das Projekt in größere ökologische und wirtschaftliche Zusammenhänge eingebettet und als Impulsgeber innerhalb der Nachhaltigkeits- und ReUse-Szene positioniert werden.

Zu den persönlichen und fachlichen Kontakten zählten u. a.:

- Fashion Changers (u. a. Besuch der jährlichen Konferenz, Kontakt zu *Vreni Jäckle*),
- FairWertung e. V. (u.a. Besuch der Veranstaltungsreihe "Wege deiner Altkleider", Kontakt u.a. zu *Thomas Ahlmann*),
- Social Impact Republic (*Michael Stockerl*),
- Zukunftsinstitut (*Theresa Schleicher*, Handelsforscherin),
- Johanna Sattler (E-Commerce-Beratung im gemeinnützigen Secondhand-Sektor),
- Johannes Albert (Coach für lokale Läden und Öffentlichkeitsarbeit),
- Katja Wagner (*Turns – Faser-zu-Faser-Recycling*),
- Tine / Manaomea (Altkleider-Upcycling),
- ReUse Deutschland (*Claudio Vendramin*),
- sowie Kontakte zu Influencerin Marie Nasemann, die im Bereich nachhaltiger Mode aktiv ist.

Darüber hinaus erfolgte eine Teilnahme am „Startups for Tomorrow Festival“ 2024 in München, um sich mit weiteren nachhaltigen Gründungsinitiativen zu vernetzen und mögliche Kooperationspartner:innen zu gewinnen.

Ein weiterer wichtiger Baustein war die **Zusammenarbeit mit dem Borderstep Institut für Innovation und Nachhaltigkeit**.

Im Rahmen mehrerer Gespräche mit Tim Grothey wurde das von Borderstep entwickelte Tool zur Messung des ökologischen Impacts von Start-ups erprobt.

Dabei ging es um die Quantifizierung der potenziellen Umweltauswirkungen des EKODISE-Ansatzes – insbesondere die Einsparung von CO<sub>2</sub>-Emissionen durch verlängerte Nutzungszyklen von Textilien und die Stärkung lokaler Wiederverwendungsstrukturen.

In dieser Zusammenarbeit konnten erste Ansätze zur Berechnung künftiger Nachhaltigkeitswerte und indikative Szenarien entwickelt werden, die die ökologische Relevanz und das Transformationspotenzial des Projekts unterstreichen.

Die **Öffentlichkeitsarbeit** erfolgte über die EKODISE-Homepage, Instagram und LinkedIn, ergänzt durch Presseanfragen.

Durch kontinuierliche Social-Media-Aktivität konnte eine wachsende Community von über 200 Secondhand-Läden auf Instagram erreicht werden.

### **3.4 Persönliche Weiterentwicklung und Professionalisierung**

Zur Stärkung der Außenkommunikation und der öffentlichen Positionierung nahm die Gründerin während des Förderzeitraums an einem **Kommunikationscoaching** teil.

Dort wurden Kompetenzen in **Storytelling, Öffentlichkeitsarbeit und persönlicher Positionierung** aufgebaut, um EKODISE langfristig professioneller nach außen zu vertreten und Vertrauen in der Zielgruppe zu fördern.

Diese persönliche Weiterentwicklung war ein entscheidender Baustein zur Professionalisierung der Kommunikationsstrategie und zur Weiterentwicklung der Gründerrolle.

### **3.5 Strategie und Meilensteine**

Die strategische Planung folgte einem **mehrstufigen Aufbau**, der aufeinander aufbauende Entwicklungsphasen kombinierte:

Phase	Zielsetzung	Maßnahmen
<b>1. Konsolidierung &amp; technische Basis</b>	Überarbeitung des MVP, Stabilisierung der Softwarearchitektur	Integration Bezahlsystem, Anpassung Backoffice, UX/UI-Optimierungen
<b>2. Pilotierung &amp; Nutzer:innengewinnung</b>	Test der Systeme im Realbetrieb mit ersten Shops, Feedback-Integration	Onboarding, persönliche Begleitung, Webinare, Social-Media-Aktivierung
<b>3. Community-Aufbau &amp; Netzwerkbildung</b>	Aufbau eines Unterstützungsnetzwerks und einer aktiven Community	Regelmäßige Treffen, Kontaktaufbau zu Branchenakteur:innen
<b>4. Öffentlichkeitsarbeit &amp; Skalierungsvorbereitung</b>	Sichtbarkeit erhöhen und Partnerschaften/ Kooperationen anbahnen	Veranstaltunsteilnahmen, Social Media, strategische Gespräche

Diese Strategie sollte sicherstellen, dass die technische Entwicklung, die Akquise und der Community-Aufbau **gleichzeitig, aber abgestimmt** verlaufen.

Im Projektverlauf zeigte sich jedoch, dass die parallele Umsetzung dieser vielen Ebenen für ein kleines Team mit begrenzten Ressourcen kaum vollständig abbildbar war.

Trotzdem konnten alle strategischen Kernziele – **technische Weiterentwicklung,**

**Netzwerkbildung und Markterprobung** – im Grundsatz erreicht und dokumentiert werden.

### 3.6 Marktsituation und Wettbewerb

Im Verlauf des Förderzeitraums hat sich das Marktumfeld für digitale Lösungen im Secondhandhandel deutlich weiterentwickelt. Während EKODISE mit dem Ziel antrat, lokale Secondhand-Shops über ein gemeinsames Backoffice, einen Online-Marktplatz und eine Community-Struktur zu vernetzen, entstanden zeitgleich mehrere weitere digitale Angebote rund um Secondhand und Recommerce.

An der Spalte des Marktes steht die Plattform **Vinted**, die mit einem klaren C2C-Fokus (Consumer-to-Consumer) zur führenden Secondhand-App Europas geworden ist. Vinted verfügt über ein sehr großes Marketingbudget, Millionen aktiver Nutzer:innen und verzeichnet mittlerweile ein Handelsvolumen im Milliardenbereich. Durch hohe Investitionen von internationalen Kapitalgebern ist Vinted zum dominanten Akteur im Endkund:innenbereich aufgestiegen. Das Modell zielt dabei auf große Reichweite und Transaktionsvolumen, weniger auf lokale oder nachhaltige Verankerung. B2C ist auf Vinted (bisher) nicht vorgesehen und ist daher für kleine stationäre Läden kaum praktikabel, gar unerlaubt.

Während des Projektzeitraums trat in Deutschland die Firma **Circle Hand GmbH** mit einer auf Secondhand spezialisierten Softwarelösung auf den Markt. Circle Hand konzentriert sich primär auf **digitale Warenwirtschaft, Kommissionsmanagement und POS-Integration** – also auf die internen Abläufe stationärer Secondhandläden. Damit adressiert das Unternehmen vor allem die operative Seite des Handels, ohne eigene Community- oder Marktplatzstruktur.

Im Vergleich dazu verfolgt EKODISE einen ganzheitlichen, ökologisch und sozial motivierten Ansatz:

Neben dem technischen Backoffice steht der Aufbau eines gemeinsamen Online-Marktplatzes mit Click & Collect, sowie der Aufbau einer Community für Wissenstransfer, Kooperation und Digitalisierungskompetenz im Vordergrund. EKODISE zielt auf die Schaffung eines gemeinsamen Ökosystems für lokale Secondhand-Akteur:innen – also auf Vernetzung, Sichtbarkeit und Ressourcenschonung im Sinne der Kreislaufwirtschaft.

Die parallele Entwicklung von Vinted, Circle Hand und weiteren Plattformen zeigt, dass der Markt für digitale Secondhandlösungen in Bewegung ist und das Interesse an branchenspezifischen Tools wächst. Zugleich verdeutlicht sie die unterschiedlichen Ausrichtungen:

- **Vinted** steht für skalierte, konsumorientierte C2C-Märkte,
- **Circle Hand** für effiziente, betriebsinterne Prozessdigitalisierung,
- **EKODISE** für gemeinschaftlich getragene, lokal und ökologisch verankerte Digitalisierung des stationären Secondhandhandels.

## 4. Ergebnisse und Wirkung

### 4.1 Erreichte Ergebnisse und Kennzahlen

Im Verlauf des Förderzeitraums konnte EKODISE den Grundstein für ein digitales Ökosystem legen, das lokale Secondhand-Läden technisch, organisatorisch und kommunikativ miteinander vernetzt.

Trotz begrenzter personeller Ressourcen wurde in allen zentralen Handlungsfeldern – Technologie, Community, Netzwerk und Kommunikation – Fortschritt erzielt.

#### Technische Ergebnisse:

- Weiterentwicklung des bestehenden MVP zu einem stabilen Produkt mit funktionsfähigem **Backoffice**, **App** und **Marktplatz**.
- Integration eines **Online-Bezahlsystems**, Verbesserung der **Usability** sowie **Design-Optimierungen**.
- Ergänzung praxisrelevanter Funktionen (z. B. **Rechnungsstellung**, **Berichtsfunktionen**, erweiterte Such- und Filteroptionen).
- Aufbau einer technischen Infrastruktur, die sowohl **skalierbar** als auch **anpassbar** an die Bedürfnisse kleiner lokaler Händler:innen ist.

#### Nutzer:innen und Reichweite:

- Insgesamt wurden **10 Secondhand-Shops** aktiv in die Plattform aufgenommen (Onboarding).
- Davon nutzten **4 Shops** den Marktplatz zwischenzeitlich regelmäßig, einer davon bis zur Geschäftsaufgabe.
- Ca. 300 Shops wurden telefonisch und postalisch kontaktiert, **180 Läden** wurden telefonisch erreicht, bei über **90 Shops** bestand Kontakt via Instagram-Nachricht.
- Rund **45 Händler:innen** signalisierten konkretes oder vertieftes Interesse an einer aktiven Teilnahme.
- Auf **Instagram** folgen EKODISE über **200 lokale Secondhand-Läden**, ca. **100** beteiligten sich aktiv an Kampagnen, Umfragen oder Aktionen.
- Es fanden **zwei Webinare** mit 9 bzw. 5 Teilnehmenden statt sowie regelmäßige digitale Sprechstunden und Community-Abende.

#### Zahlen Backoffice und Marktplatz

- Es wurden ca. 24.000 Artikel (Kleidungsstücke, Schuhe, Accessoires) eingepflegt mit einem Gesamtwarenwert von über 450.000 €
- Davon wurden ca. 15.500 Artikel (überwiegend lokal) verkauft (mit einem Verkaufswert von ca. 300.000 €).
- Über das Online-System wurden 88 Bestellungen mit ca. 200 Artikeln durchgeführt (mit einem Verkaufswert von insgesamt ca. 3500€)

- Es wurden über 1500 Bringkund:innen eingepflegt und ca. 89.000 € an Kommissionswarenwert abgerechnet.

Diese Ergebnisse zeigen, dass EKODISE trotz begrenzter Mittel in kurzer Zeit eine **sichtbare Präsenz in der Secondhand-Community** etablieren und wertvolle Erfahrungen in der Nutzer:innenansprache, Betreuung und Systemintegration sammeln konnte.

EKODISEs Kern-Zielgruppe sind **kleine bis mittlere unabhängige Secondhand-Shops** (inkl. engagierte Vintage-Boutiquen) und sozialwirtschaftliche Betreiber, die von Backoffice-Unterstützung, Click&Collect und Community profitieren. Das entspricht **einigen Hundert bis wenigen Tausend (ca. 600 – 1.800)** potenziell adressierbarer Läden in Deutschland, abhängig von Regionalfokus und Unterstützungsangebot.

Ziel war es während des Projektzeitraums 75 Händler:innen (mit aktiver Nutzung) anzubinden. Mit dieser Anzahl wäre eine wirtschaftliche Tragfähigkeit des Unternehmens gewährleitet. Dieses Ziel wurde mit (zeitweise) vier aktiven Händler:innen verfehlt.

## 4.2 Wirkungen und Erkenntnisse

### Ökologische Wirkung

Das Projekt zielte darauf ab, die **Lebensdauer von Textilien zu verlängern** und dadurch **CO<sub>2</sub>-Emissionen, Ressourcenverbrauch und Abfallmengen** zu reduzieren.

Durch die digitale Sichtbarmachung lokaler Wiederverkaufsangebote werden Transportwege verkürzt, Neukäufe reduziert und regionale Kreisläufe gestärkt.

In Kooperation mit dem **Borderstep Institut für Innovation und Nachhaltigkeit** wurde zudem der Versuch unternommen, den potenziellen ökologischen Nutzen **quantitativ erfassbar** zu machen.

In Gesprächen mit **Tim Grothey** wurde das von Borderstep entwickelte Tool zur **Impact-Messung von Start-ups** getestet und mit den spezifischen Annahmen des EKODISE-Modells bespielt.

Dabei konnten erste **Szenarien zur CO<sub>2</sub>-Einsparung** durch Wiederverkauf und gemeinschaftliche Nutzung entwickelt werden.

Diese Arbeit liefert eine wertvolle Grundlage, um künftig belastbare Nachhaltigkeitsindikatoren für den digitalen Secondhand-Sektor zu etablieren.

Dieser rein quantitative Ansatz kann allerdings auch kritisch betrachtet werden, da das **Wirkungspotenzial auf kultureller Ebne** vernachlässigt. Es kann nicht abgebildet werden, welchen Wert ein Vorhaben wie dieses **auf die Bewusstseinsänderung und dadurch auf Konsummuster** haben kann.

### Wirtschaftliche und soziale Wirkung

Trotz der noch geringen Zahl aktiver Shops konnte das Projekt **ein funktionierendes Proof-of-Concept** erbringen:

Es wurde gezeigt, dass die Vernetzung lokaler Läden digital abbildbar ist und dass Händler:innen grundsätzlich **hohes Interesse an gemeinsamer Sichtbarkeit** zeigen.

Gleichzeitig verdeutlichte die Pilotphase, dass viele Secondhand-Shops **zeitlich, technisch und**

**personell stark ausgelastet** sind – und der digitale Wandel in diesem Bereich nur **schrittweise** erfolgen kann.

Auf Seiten der Händler:innen zeigten sich u.a. folgende zentrale **Hemmisse**:

- Fehlende Routine im Umgang mit digitalen Tools,
- begrenzte Zeitkapazitäten im Alltagsgeschäft,
- Skepsis gegenüber Online-Verkauf,
- eingeschränkte technische Ausstattung (z. B. ältere Hardware, kein stabiles WLAN).

Auf Seiten von EKODISE erwiesen sich insbesondere die **hohe Komplexität des Vorhabens** und der Versuch, technische, organisatorische und kommunikative Aufgaben gleichzeitig zu stemmen, als Herausforderungen.

Die Akquise erwies sich als **langwierig und sehr betreuungsintensiv**, da jeder einzelne Laden individuelle Unterstützung benötigte.

Diese Erfahrungen verdeutlichen, dass eine erfolgreiche Digitalisierung des Secondhand-Sektors **starke persönliche Beziehungen, geduldige Begleitung und viel Übersetzungsarbeit** erfordert.

Die Zielgruppe lässt sich nicht durch klassische Skalierungslogiken erreichen, sondern durch **kontinuierliche Vertrauensbildung** – ein Prozess, der mehr Zeit, personelle Ressourcen und institutionelle Unterstützung braucht.

### **Gesellschaftliche Wirkung und Community-Building**

Trotz aller strukturellen Hürden entstand durch EKODISE eine **wachsende Community von Händler:innen**, die erstmals überregional miteinander in Kontakt kamen.

Über Instagram, Webinare und Online-Treffen entwickelten sich **Gespräche, Austauschformate und Kooperationen**, die das Bewusstsein für gemeinsame Herausforderungen stärkten.

Einige Händler:innen konnten sich vorstellen - via EKODISE - ein gemeinsames „**Sprachrohr**“ **für die lokale Secondhand-Szene zu bilden**.

Diese soziale Wirkung – die Vernetzung, gemeinsam in die Zukunft zu blicken und zu sehen, was technisch und sozial möglich war, in einer bisher kaum organisierten Branche – stellt einen der wichtigen Erfolge des Projekts dar.

### **4.3 Bewertung und Ausblick**

Rückblickend zeigt sich, dass EKODISE mit seiner Idee **zeitlich sehr früh** ansetzte:

Der Wunsch nach Digitalisierung ist in der Secondhand-Branche vorhanden, die strukturelle und technische Reife dafür jedoch vielerorts noch nicht gegeben.

Das Projekt konnte diese Diskrepanz sichtbar machen und wertvolle Erkenntnisse für die Gestaltung künftiger ReUse-Infrastrukturen liefern.

Die bisherigen Ergebnisse bilden eine **solide Grundlage für weitere Entwicklungsphasen** und zeigen auf, dass ökologische Digitalisierung im Handel **mehr ist als Softwareentwicklung** – sie ist **ein sozialer Prozess des Kulturwandels**.

EKODISE konnte diesen Prozess anstoßen, sichtbar machen und dokumentieren – ein wichtiger Beitrag zur nachhaltigen Transformation der Textilwirtschaft.

## 5. Herausforderungen und Lernerfahrungen

Das Projekt „EKODISE – Digitales Schaufenster für lokale Secondhand-Shops“ bewegte sich an der Schnittstelle zwischen Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Handel und sozialer Innovation – und fand in einem Marktumfeld statt, das sich noch in einer frühen Transformationsphase befindet. Entsprechend traten im Verlauf des Förderzeitraums eine Reihe von Herausforderungen zutage, die für ähnliche Gründungsvorhaben wertvolle Erkenntnisse liefern können.

### 5.1 Strukturelle und organisatorische Herausforderungen

Das Vorhaben war von Beginn an sehr **breit und interdisziplinär** angelegt: Softwareentwicklung, Geschäftsmodellierung, Community-Aufbau, Akquise, Öffentlichkeitsarbeit, Nachhaltigkeitsmessung und Netzwerkpflege liefen parallel.

Diese Gleichzeitigkeit erforderte ein hohes Maß an Selbstorganisation und Priorisierung – insbesondere, da die Projektumsetzung im Kern **von nur einer Person** getragen wurde.

Während die technische Entwicklung über eine Partnerfirma realisiert wurde, lag sämtliche Verantwortung für strategische, kommunikative und operative Aufgaben bei der Gründerin selbst.

Darunter fielen unter anderem:

- Konzeption und Koordination der technischen Weiterentwicklung,
- Händler:innenakquise und Betreuung,
- Öffentlichkeitsarbeit (Website, Social Media, Presse),
- Aufbau und Moderation der Community,
- Netzwerkpflege und Kooperation mit Partner:innen,
- strategische und betriebswirtschaftliche Steuerung.

Diese sehr hohe Aufgabenlast führte zwangsläufig zu **zeitlichen Engpässen und Priorisierungskonflikten**.

Phasenweise mussten wichtige Aktivitäten zurückgestellt werden, um kurzfristige Herausforderungen zu bewältigen (z. B. Support für Händler:innen, Fehlerbehebung, Kommunikation mit Entwickler:innen).

Dadurch geriet die übergeordnete Strategieentwicklung zeitweise in den Hintergrund.

Eine weitere strukturelle Hürde war die **fehlende Skalierbarkeit der Akquiseprozesse**:

Jede Anfrage und Einbindung eines neuen Secondhand-Ladens erforderte intensive persönliche Begleitung, Schulung und technische Unterstützung.

Diese individuelle Betreuung war zwar qualitativ wertvoll, aber im Verhältnis zu den verfügbaren Ressourcen **nicht effizient abbildbar**.

Für künftige Phasen ergibt sich daraus die wichtige Erkenntnis, dass die **Onboarding-Prozesse stärker automatisiert und standardisiert** werden müssen, um Wachstum zu ermöglichen.

## 5.2 Das Henne-Ei-Problem des Marktplatzes

Eine zentrale strukturelle Hürde war das klassische *Henne-Ei-Problem* digitaler Plattformen: Damit der EKODISE-Marktplatz für Händler:innen attraktiv ist, müssen ausreichend Endkund:innen aktiv sein – gleichzeitig ist die Plattform für Endkund:innen erst interessant, wenn ein breites Angebot vorhanden ist.

Dieser wechselseitige Abhängigkeitseffekt erschwerte den Markteintritt erheblich. Obwohl viele Läden konkretes Interesse zeigten, blieb die Zahl der tatsächlich aktiven Nutzer:innen gering. Im Laufe des Projekts wurden 10 Shops erfolgreich angebunden, davon 4 mit aktiver Nutzung des Marktplatzes. Einer dieser Läden schloss später seinen Standort, andere pausierten die Nutzung aufgrund von Zeitmangel oder technischen Hürden.

Für viele Händler:innen war die Plattform „noch zu klein“, um den Aufwand der digitalen Bestückung zu rechtfertigen. Endkund:innen wiederum empfanden das begrenzte Angebot als unattraktiv – ein Kreislauf, der durch den begrenzten Bekanntheitsgrad und fehlende Netzwerkeffekte verstärkt wurde.

## 5.3 Technische und praktische Hürden auf Händler:innenseite

Neben der Marktplatzdynamik traten weitere strukturelle Herausforderungen auf:

- **Zeitmangel im Tagesgeschäft:** Viele Secondhand-Läden sind Kleinstbetriebe mit wenig Personal. Für die zusätzliche digitale Pflege blieb im Alltag kaum Kapazität.
- **Technische Barrieren:** Trotz einfacher Handhabung erforderten Registrierung, Produktfotografie und Artikelpflege ein gewisses Maß an digitaler Routine.
- **Angewohnte analoge Prozesse:** Besonders bei Kommissionsware bestehen oft über Jahre eingespielte Arbeitsweisen, die sich nur schrittweise digitalisieren lassen.
- **Mismatch zwischen Anforderungen und Realität:** Die Erwartungen an Reichweite und Umsätze standen teilweise in einem Spannungsverhältnis zur tatsächlichen Plattformgröße und den verfügbaren Ressourcen.

Diese Beobachtungen zeigen, dass der digitale Wandel in diesem Bereich nicht allein durch Technologie, sondern nur durch begleitende Bildungs- und Schulungsangebote gelingt. Gleichzeitig bestätigten die Rückmeldungen, dass grundsätzlich großes Interesse und Offenheit gegenüber der Plattform besteht – jedoch gepaart mit Unsicherheit, wie man den Schritt in die digitale Welt praktisch bewältigen kann.

## 5.4 Externe Rahmenbedingungen

Auch externe Faktoren wirkten sich auf das Projektergebnis aus:

6. **Die Marktstruktur** im Textilbereich wird weiterhin von Fast-Fashion-Angeboten dominiert. Nachhaltiger Konsum und Secondhand gewinnen zwar an gesellschaftlicher Akzeptanz, sind aber noch kein Massenphänomen.

7. Die **Digitalisierung im stationären Handel** verläuft insgesamt schleppend – insbesondere in kleineren Städten und ländlichen Regionen.
8. **Öffentliche Unterstützung** für den Aufbau gemeinwohlorientierter digitaler Strukturen ist bislang gering; viele Initiativen operieren in einem prekären Umfeld zwischen Idealismus und ökonomischem Druck.

## 5.5 Persönliche Rahmenbedingungen und Belastungssituation

Neben den strukturellen und marktspezifischen Hürden prägten auch die persönlichen Umstände die Projektumsetzung.

Kurz vor Beginn des Förderzeitraums brachte die Gründerin ihr erstes Kind zur Welt.

In dieser Phase übernahm sie – trotz der familiären Belastung und einer angespannten finanziellen Situation – die Vollverantwortung für das gesamte Projekt.

Ihr Ehemann und Geschäftspartner, der ursprünglich Vollzeit an dem Projekt mitwirken sollte, befand sich in Elternzeit, Rücklagen waren nicht vorhanden.

Das Mindestgehalt aus der Förderung reichte zur Existenzsicherung, ließ aber keinen finanziellen Spielraum für zusätzliche Unterstützung oder Entlastung.

Diese Situation führte zu hohem Druck und Überlastung, zeitweise auch zu Erschöpfungssymptomen.

Die Doppelbelastung aus familiären Verpflichtungen, wirtschaftlichem Risiko und unternehmerischem Ehrgeiz stellte sich als kaum tragfähig heraus.

Die Erfahrungen verdeutlichen, wie verletzlich Gründer:innen und kleine Gründer-Teams in frühen Innovationsphasen sind – und wie wichtig strukturelle Unterstützungsangebote, Mentoring und psychosoziale Begleitung in solchen Förderprojekten sein können.

## 5.6 Lernprozesse und persönliche Entwicklung

Aus diesen Erfahrungen ergab sich eine Reihe wertvoller Lernerkenntnisse:

1. **Fokussierung ist zentral.**  
Zu Beginn des Projekts bestand der Wunsch, alle Handlungsfelder gleichzeitig voranzubringen. Rückblickend zeigt sich, dass weniger parallele Aufgaben mit klarer Priorisierung eine nachhaltigere Wirkung gehabt hätten.
2. **Kommunikation und Sichtbarkeit brauchen Zeit und Training.**  
Als Gründerin mit stark inhaltlichem und organisatorischem Fokus fiel die öffentliche Positionierung und Selbstvermarktung zunächst schwer.  
Durch das Kommunikationscoaching konnte dieses Defizit jedoch erkannt und gezielt bearbeitet werden.
3. **Teamstrukturen sind essenziell.**  
Einzelarbeit stößt in komplexen Vorhaben schnell an Grenzen. Die Erkenntnis, dass nachhaltige Wirkung nur durch **Teamarbeit, Delegation und Austausch** entsteht, prägt die künftige Ausrichtung von EKODISE maßgeblich.
4. **Nachhaltige Transformation ist ein sozialer Prozess.**  
Der digitale Wandel im Secondhand-Sektor braucht vor allem **Beziehungsarbeit, Geduld und Vertrauen.**

Technische Lösungen sind nur dann erfolgreich, wenn sie mit Empathie, Verständnis und kontinuierlicher Begleitung verbunden werden.

5. **Community vor Technik:** Der Aufbau einer aktiven Händler:innen-Community muss der technischen Skalierung vorausgehen. Nur wer sich zugehörig fühlt, bleibt langfristig aktiv.
6. **Regionale Fokussierung:** Start mit einer Pilotregion (z. B. Stadt oder Bundesland), um dort eine kritische Masse und sichtbare Beispiele zu schaffen.
7. **Iteratives Arbeiten:** Durch kontinuierliches Feedback der Shops konnten konkrete Funktionen wie Rechnungs- und Report-Tools ergänzt werden – ein Lernprozess im echten Betrieb.
8. **Realistische Erwartungshaltung:** Der Aufbau eines funktionierenden Ökosystems braucht mehr Zeit, Begleitung und Ressourcen, als ursprünglich angenommen.

## 5.7 Gesamtbewertung

Rückblickend lässt sich festhalten, dass das Projekt unter den gegebenen Rahmenbedingungen viel geleistet hat. Großes Engagement, Innovationsgeist und Durchhaltevermögen waren essenziell.

Die Herausforderungen waren real, aber sie führten zu wichtigen Einsichten über die Bedingungen, unter denen ökologische Start-ups in Deutschland agieren.

EKODISE konnte – trotz persönlicher und struktureller Grenzen – eine Pionierarbeit für die Digitalisierung der Secondhand-Branche leisten, deren Erfahrungen und Erkenntnisse weit über das eigene Projekt hinaus relevant sind.

Die größte Stärke des Projekts liegt nicht allein in der Software, sondern in der **Vernetzung, Sensibilisierung und Sichtbarmachung einer Branche**, die bisher kaum Beachtung fand.

## 6. Fazit und Ausblick

Das Projekt EKODISE hat gezeigt, dass die Digitalisierung des lokalen Secondhand-Handels möglich, sinnvoll und gesellschaftlich relevant ist – aber auch, dass sie Zeit, Vertrauen und strukturelle Unterstützung erfordert.

Die Förderphase der DBU ermöglichte es, den Grundstein für eine funktionierende Plattform, eine wachsende Community und eine Vision für die nachhaltige Transformation des Textilsektors zu legen.

Auch wenn der Weg nicht frei von Hürden war, entstand durch EKODISE eine vernetzte Bewegung von Akteur:innen, die gemeinsam an einer ökologischeren, sozialeren und lokaleren Konsumkultur arbeitet.

## 6.1 Strategische Weiterentwicklung

Um die inhaltliche und technische Arbeit der letzten Jahre langfristig wirksam zu machen, verfolgt EKODISE derzeit mehrere Anschlussstrategien:

### 1. Lokale Pilotregionen als Modellräume

Der Aufbau eines **regionalen Pilotprojekts** (z. B. in einer Stadt oder einem Bundesland) soll zeigen, wie Secondhand-Läden, Wirtschaftsförderungen, IHKs und kommunale Zero-Waste-Strategien zusammenwirken können.

Ziel ist es, den Nutzen der Plattform vor Ort konkret erfahrbar zu machen – mit kurzen Wegen, persönlicher Betreuung und messbaren ökologischen Effekten.

### 2. Kooperation mit bestehenden Marktplätzen

Parallel werden Gespräche mit **bestehenden Plattformen** wie *Mädchenflohmarkt* (Kontaktaufbau zu Christian Wegner, Oliver Thiemann) geführt, um eine mögliche **Anbindung oder Integration** von EKODISE zu prüfen.

Dabei könnten vorhandene Reichweite und Endkund:innen-Frequenz genutzt werden, während EKODISE als **B2B-Komponente mit Click-&-Collect-Funktion** und **Backoffice-Anbindung** eingebracht wird.

So ließe sich die Idee skalieren, ohne den Aufbau eigener Kund:innenströme neu beginnen zu müssen.

### 3. Community als Herzstück

Zukünftig soll der Schwerpunkt stärker auf dem **Community-Aufbau und dem Wissensaustausch** liegen.

Die Technik soll dabei als unterstützendes Werkzeug dienen, nicht als Selbstzweck. Durch Schulungen, Austauschformate und digitale Begegnungsräume soll die Community weiter wachsen und zu einem aktiven Lern- und Kooperationsnetzwerk werden.

### 4. Kooperation mit großen Secondhand-Organisationen

Derzeit bestehen Gespräche mit einem **großen Betreiber von Secondhand-Kaufhäusern**, der EKODISE als mögliche **interne digitale Lösung** für seine Häuser prüft. Eine Kooperation oder Übernahme könnte es ermöglichen, das System zunächst in acht Pilotstandorten einzusetzen und anschließend auf kleinere Läden auszuweiten.

Diese Perspektive bietet eine realistische Chance auf **breitere Anwendung und Verfestigung** der entwickelten Strukturen.

## 6.2 Schlussbetrachtung

Das Projekt EKODISE steht exemplarisch für die Chancen und Herausforderungen nachhaltiger Gründungen:

Es zeigt, wie viel Innovationskraft in kleinen, engagierten Teams steckt – und wie schwierig es ist, ökologische und digitale Transformation allein zu tragen.

Gleichzeitig belegt es, dass selbst unter schwierigen Bedingungen bedeutende Strukturen, Netzwerke und Erkenntnisse entstehen können.

EKODISE hat nicht nur eine technische Lösung entwickelt, sondern eine **Vision für eine neue Art des Handelns** – regional, gemeinschaftlich, ressourcenschonend.

Diese Vision wird weitergetragen – ob in Kooperation, in neuer Trägerschaft oder als offene

Plattform.

Das Projekt hat eine Pionierarbeit geleistet, auf der zukünftige Entwicklungen im Bereich lokaler Kreislaufwirtschaft aufbauen können.

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

## Anhänge

### 1. Backoffice

Beispiel für Artikelliste:

	Name	Artikelnummer	BK. Nr.	Komm.Status	Farbe	Kategorie	Unterkategorie	Lager	Status	Onl.	Vers.
<input type="checkbox"/>	Dup_DKNY Pyjama Set	202505-0670	0598	Abgerechnet	Lila	Bekleidung	Schlafanzüge	Sonstiges	Verkauft	●	●
<input type="checkbox"/>	Jeans Weste C&A	202505-0151	0877	Abgerechnet	Weiß	Bekleidung	Jacken und Mantel	BlazerS	Verkauft	●	●
<input type="checkbox"/>	Plissee Culotte OAK ...	202505-0134	0902	Fristablauf	Schwarz	Bekleidung	Hosen	HosenS	In Verkauf	●	●
<input type="checkbox"/>	Stoff Culotte Esprit	202505-0132	0902	Abgerechnet	Schwarz	Bekleidung	Hosen	HosenS	Verkauft	●	●
<input type="checkbox"/>	Kleid Morella	202505-0129	0902	Fristablauf	Bunt	Bekleidung	Kleider	KleiderM	In Verkauf	●	●
<input type="checkbox"/>	Samoon Hose blau	202505-0108	0899	Zurückgegeben	Blau	Bekleidung	Hosen	HosenM	Ausgebucht	●	●
<input type="checkbox"/>	Spieth&Wensky Blus...	202505-0098	0758	Abgerechnet	Blau	Bekleidung	Traditionelle Mode	Sonstiges	Verkauft	●	●
<input type="checkbox"/>	MarJo Shirt lila/weiß	202505-0097	0758	Abgerechnet	Lila	Bekleidung	Traditionelle Mode	Sonstiges	Verkauft	●	●
<input type="checkbox"/>	MONARI Strick Blazer	202505-0050	0903	Zurückgegeben	Grün	Bekleidung	Blazer & 2-Teiler	BlazerS	Ausgebucht	●	●
<input type="checkbox"/>	ESPRIT Long Blazer/...	202505-0048	0888	Abgerechnet	Rot	Bekleidung	Jacken und Mäntel	BlazerS	Verkauft	●	●
<input type="checkbox"/>	OPUS Hemdbluse kr...	202505-0041	0888	Abgerechnet	Lila	Bekleidung	Hemden und Blusen	BlazerS	Verkauft	●	●
<input type="checkbox"/>	BRAX Hemd Blümchen	202505-0024	0884	Abgerechnet	Hellblau	Bekleidung	Hemden	HeHemden	Verkauft	●	●
<input type="checkbox"/>	Groß gemusterte Jac...	202505-0001	0630	Abgerechnet	Bunt	Bekleidung	Jacken und Mäntel	JackenM	Verkauft	●	●

Beispiel für Abrechnung Bringkund:innen :

<input checked="" type="checkbox"/>	Artikelnummer	Name	Bringdatum	Kommissionsstatus	Artikelstatus	%-Anteil BK	Mindestpreis BK	Verkaufspreis	Anteil BK berech...	Anteil BK
<input checked="" type="checkbox"/>	202508-0006	Kleid	01.08.2025	Offen	In Verkauf	40 %				
<input checked="" type="checkbox"/>	202508-0007	Kleid H&M	01.08.2025	Offen	In Verkauf	40 %				
<input checked="" type="checkbox"/>	202508-0009	Jumpsuit vintage	01.08.2025	Offen	In Verkauf	40 %				
<input checked="" type="checkbox"/>	202508-0012	Hut	01.08.2025	Offen	In Verkauf	40 %				
<input checked="" type="checkbox"/>	202508-0015	Hose	01.08.2025	Offen	In Verkauf	40 %				
<input checked="" type="checkbox"/>	202508-0010	Samt Umhängetasche	01.08.2025	Offen	Verkauft	40 %	15,00 €	6,00 €	6,00 €	
<input checked="" type="checkbox"/>	202508-0002	Mütze Patagonia	01.08.2025	Offen	Verkauft	40 %	10,00 €	4,00 €	4,00 €	
<input checked="" type="checkbox"/>	202508-0016	Jacke edc	01.08.2025	Offen	In Verkauf	40 %				
<input checked="" type="checkbox"/>	202508-0008	Kleid H&M	01.08.2025	Offen	Verkauft	40 %	9,00 €	3,60 €	3,60 €	
<input checked="" type="checkbox"/>	202508-0005	Kleid	01.08.2025	Offen	Verkauft	40 %	8,00 €	3,20 €	3,20 €	
<input checked="" type="checkbox"/>	202508-0017	Jeans	01.08.2025	Offen	Verkauft	40 %	25,00 €	10,00 €	10,00 €	
<input checked="" type="checkbox"/>	202508-0014	Hemd	01.08.2025	Offen	Verkauft	40 %	9,00 €	3,60 €	3,60 €	
<input checked="" type="checkbox"/>	202508-0003	Hemd H&M	01.08.2025	Offen	Verkauft	40 %	8,00 €	3,20 €	3,20 €	
SUMME							51,20 €			
										Abrechnung bestätigen

## Beispiel Verkäufe:

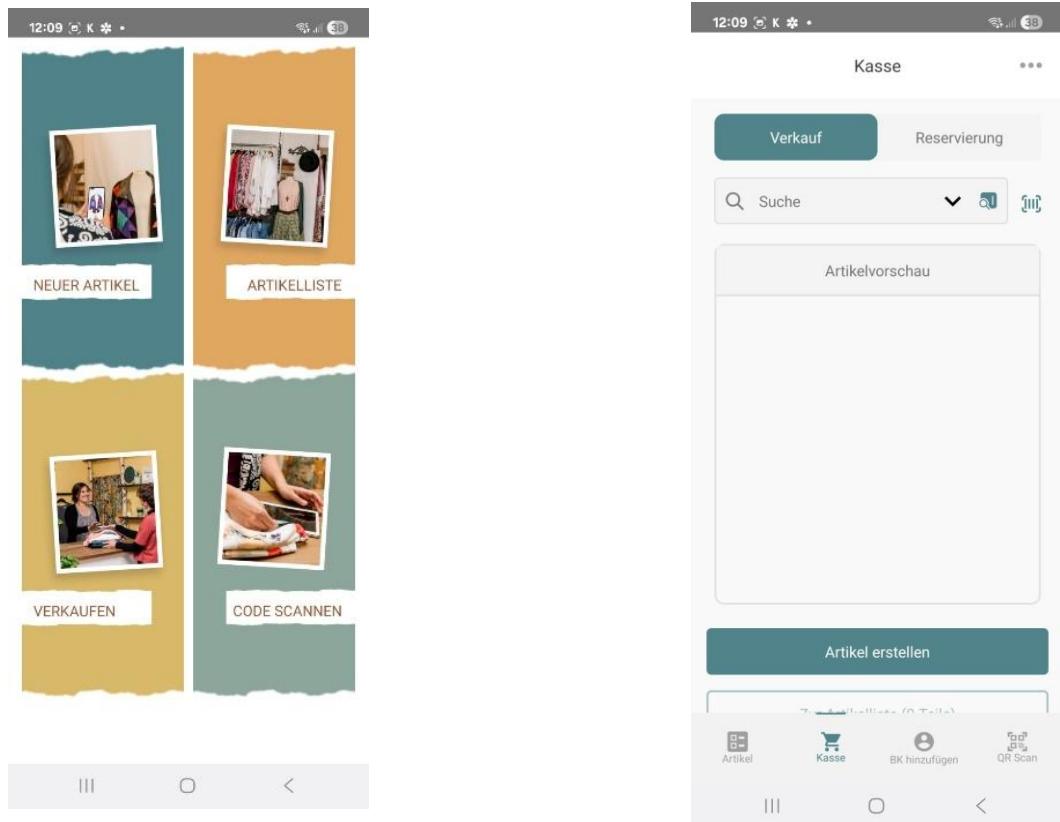
ARTIKEL		ABRECHNUNG BRINGKUNDIN		BENUTZERVERWALTUNG		ORGANISATION		FORUM		VERKAUF		NH
<b>2025.2668</b> Lokaler Verkauf - 29.09.2025 - 45,00 €	Storno	<b>2025.2667</b> Lokaler Verkauf - 27.09.2025 - 45,00 €	Storno	<b>2025.2666</b> Lokaler Verkauf - 27.09.2025 - 37,00 €	Storno	<b>2025.2665</b> Lokaler Verkauf - 26.09.2025 - 22,00 €	Storno					
1 x Vans 202506-0257 - 45,00 €		1 x PROMOD grauer Pullover 202503-0633 - 5,00 €		1 x Jakes Hose 202506-0092 - 13,00 €		1 x Core Bike Shorts 202507-0069 - 22,00 €						
		1 x Pullover 202508-0004 - 10,00 €		1 x Jeansbluse ZARA ohne Kragen 202508-0099 - 12,00 €								
		1 x KSUBI Overall 202509-0002 - 30,00 €		1 x Pullover von Esprit 202410-0467 - 12,00 €								
<b>2025.2664</b> Lokaler Verkauf - 26.09.2025 - 59,00 €	Storno	<b>2025.2663</b> Lokaler Verkauf - 23.09.2025 - 8,00 €	Storno	<b>2025.2662</b> Lokaler Verkauf - 20.09.2025 - 9,00 €	Storno	<b>2025.2661</b> Lokaler Verkauf - 19.09.2025 - 12,00 €	Storno					
1 x FUCHS SCHMITT Wollmantel 202509-0004 - 59,00 €		1 x Longsleeve Kleid/ Pullover von Passione 202501-0135 - 8,00 €		1 x Rock 202501-0056 - 9,00 €		1 x LeoTop 202507-0040 - 12,00 €						
<b>2025.2660</b> Lokaler Verkauf - 15.09.2025 - 35,00 €	Storno	<b>2025.2659</b> Lokaler Verkauf - 13.09.2025 - 45,00 €	Storno	<b>2025.2658</b> Lokaler Verkauf - 13.09.2025 - 5,00 €	Storno	<b>2025.2657</b> Lokaler Verkauf - 13.09.2025 - 12,50 €	Storno					
1 x Blumen Samt Jacke 202509-0001 - 35,00 €		1 x MACHO Vintage Hose 202505-0253 - 45,00 €		1 x Rock 202503-0021 - 5,00 €		1 x WEEKDAY Jeans 202506-0310 - 12,50 €						
<b>2025.2656</b> Lokaler Verkauf - 13.09.2025 - 10,00 €	Storno	<b>2025.2655</b> Lokaler Verkauf - 13.09.2025 - 35,00 €	Storno	<b>2025.2654</b> Lokaler Verkauf - 13.09.2025 - 8,00 €	Storno	<b>2025.2653</b> Lokaler Verkauf - 12.09.2025 - 12,00 €	Storno					
1 x Christina berg Rock 202507-0006 - 10,00 €		1 x Blazer 202208-0107 - 35,00 €		1 x gestreifter Pullover von Only 202411-0329 - 8,00 €		1 x Rolli 202507-0037 - 12,00 €						
<b>2025.2652</b> Lokaler Verkauf - 11.09.2025 - 45,00 €	Storno	<b>2025.2651</b> Lokaler Verkauf - 10.09.2025 - 10,00 €	Storno	<b>2025.2650</b> Lokaler Verkauf - 09.09.2025 - 62,50 €	Storno	<b>2025.2649</b> Lokaler Verkauf - 08.09.2025 - 12,50 €	Storno					

## Beispiel Reporting-Funktionen:

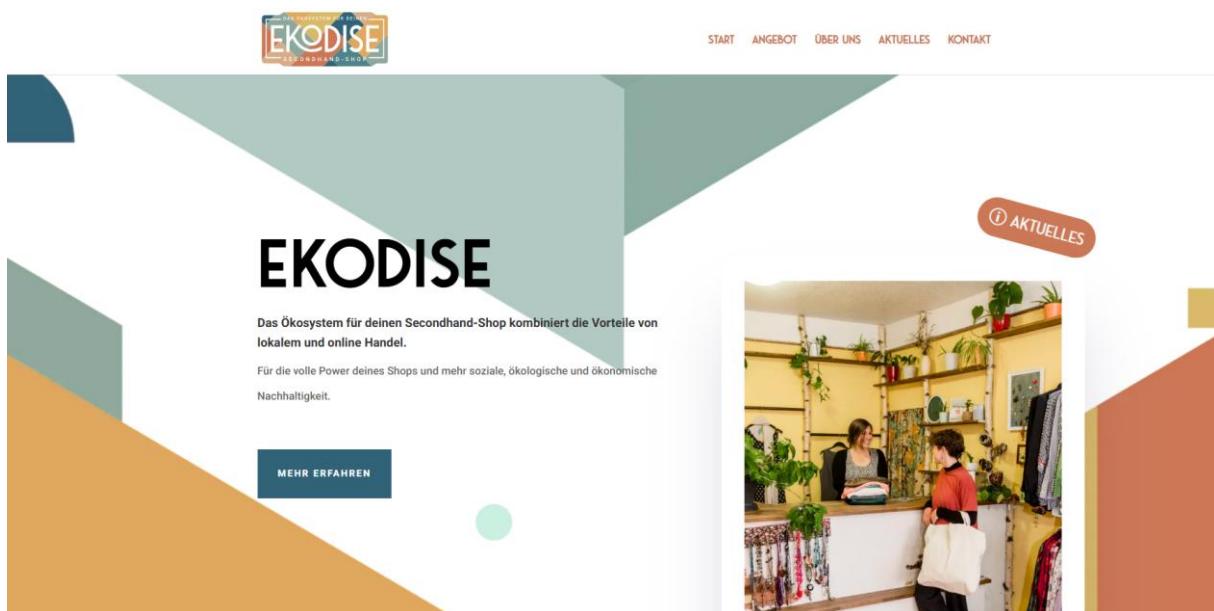
ARTIKEL		ABRECHNUNG BRINGKUNDIN		BENUTZERVERWALTUNG		ORGANISATION		FORUM		VERKAUF		NH
Status		Von Verkaufsdatum		Eigentümer								
<input type="button" value="Artikelliste"/>		<input type="button" value="Umsatzliste"/>		<input type="button" value="Von Bringdatum"/>		<input type="button" value="Bis Bringdatum"/>		<input type="button" value="Von Abrechnungsdatum"/>		<input type="button" value="Bis Abrechnungsdatum"/>		<input type="button" value="BK Umsatzliste"/>

Anwendervideos finden sich auch unter:  
<https://ekodise.de/angebot/>

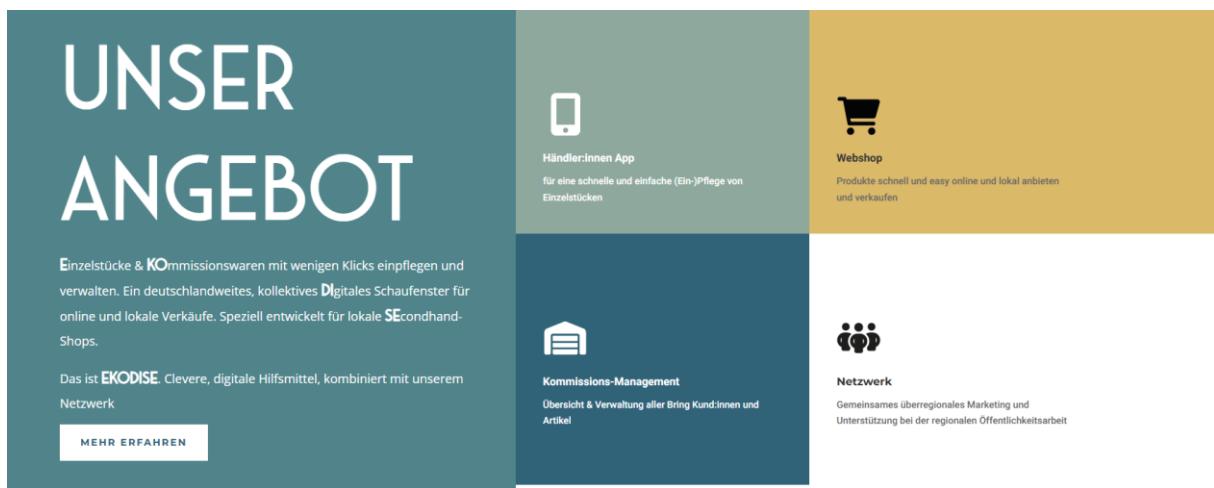
## 2. Mobile App



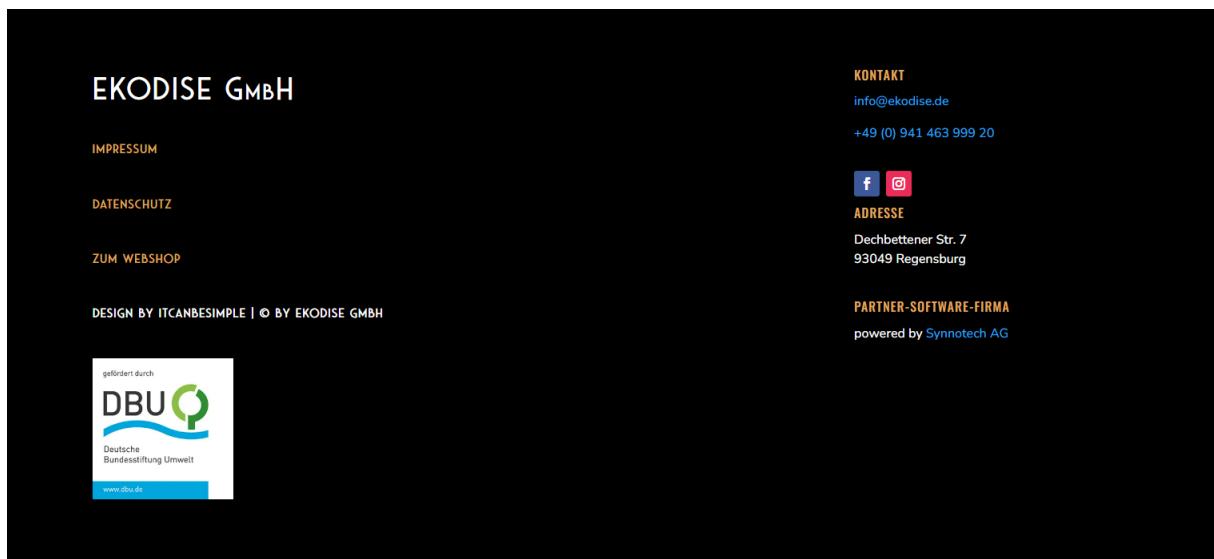
### 3. Homepage - [www.ekodise.de](http://www.ekodise.de)



The homepage features a large central image of a shop interior with two people. A red button in the top right corner says "AKTUELLES". The main title "EKODISE" is in large, bold, black letters. Below it is a subtext: "Das Ökosystem für deinen Secondhand-Shop kombiniert die Vorteile von lokalem und online Handel." and "Für die volle Power deines Shops und mehr soziale, ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit." A blue button at the bottom left says "MEHR ERFAHREN".



The section is divided into four quadrants. Top-left: "UNSER ANGEBOT" in large white text. Top-right: "Händler:innen App" with a smartphone icon, "Webshop" with a shopping cart icon. Bottom-left: "Kommissions-Management" with a building icon. Bottom-right: "Netzwerk" with a people icon. Each quadrant has a small text description below the icon.



The footer contains links to "EKODISE GmbH", "IMPRESSUM", "DATENSCHUTZ", "ZUM WEBSHOP", and "DESIGN BY ITCANBESIMPLE | © BY EKODISE GMBH". On the right, there are sections for "KONTAKT" (with email and phone number), "ADRESSE" (Dechbettener Str. 7, 93049 Regensburg), and "PARTNER-SOFTWARE-FIRMA" (powered by Synotech AG). A logo for "DBU" (Deutsche Bundesstiftung Umwelt) is also present.

## 4. Beispiel Blogeintrag „Aktuelles“



START ANGEBOT ÜBER UNS AKUELLES KONTAKT

### All-In für 9,90€ / Monat

Jan. 15, 2024 | News

Dank der Förderung der **Deutschen Bundesstiftung Umwelt**,

können wir euch unsere Leistungen **All-in** – für das ganze Jahr 2024 – für nur **9,90€\* im Monat** anbieten!

Du kannst heute noch starten und uns kontaktieren.

Unser Ökosystem speziell für lokale Secondhand- & Upcycling-Shops umfasst ein Backoffice mit Mobile-App, einen Webshop-Bereich auf dem Online Marktplatz second-hand-in-hand.de & unsere deutschlandweite Secondhand – Community

#### 1. Backoffice & App

- Artikel & Kommissionswaren-Management
- Verkaufsworkflow mit automatisierter Webshop-Pflege
- Waren- & Lagerwirtschaft
- Artikel- und Umsatz-Reports
- Drucker & Etiketten Starterpaket im Wert von ca. 200€

#### 2. Webshop

- Eigener Webshop-Bereich (kein externer Webshop erforderlich)
- Online gehen ab dem ersten Artikel
- Support bei Fragen zu AGB's und Versand
- Eigene Homepage
- Online Verkäufe mit allen gängigen Zahlungsanbietern \*hier fallen Provisionsgebühren an
- Click & Collect (auch nur Click & Collect möglich, falls kein Versand gewünscht) \*auch hier fallen 5% Provisionsgebühren an
- Überregionales Marketing

#### 3. Community

- Deutschlandweite Secondhand – Community
- Community-Treffs
- Deine Ideen und Bedürfnisse zählen! Wir entwickeln unser Secondhand-Ökosystem gemeinsam weiter
- Austausch von Know-How und Best-Practices
- Austausch von Werbematerialien für regionales Marketing & Öffentlichkeitsarbeit

Du teilst unsere Vision, dass immer mehr Menschen **secondhand anstatt neu** kaufen?

Wenn wir uns zusammen tun können wir (Second) **Hand in Hand Großes** bewegen!

Mehr Infos:

- Im persönlichen Gespräch via Telefon oder Videocall (Termine unter 0941 463 999 20 und [info@ekodise.de](mailto:info@ekodise.de))
- Bei unseren offenen Austausch-Gelegenheiten immer mittwochs 10 – 11 Uhr via Zoom: <https://us06web.zoom.us/j/82608979455?pwd=d1bgohzfKK4srD2b4G8xQFOtLeVth6.1>
- Bei unseren unverbindlichen Einführungsveranstaltungen:  
nächster Termin: Donnerstag 18.01.24 um 19 Uhr via Zoom:  
<https://us06web.zoom.us/j/86215893312?pwd=uYe8Ki0sMVnn89oQQ5zY3hpfweerHk.1>

Wir freuen uns sehr auf Dich!

# AKTUELLES

Hier halten wir Dich auf dem Laufenden über die neuesten Entwicklungen, aufregende Projekte und wichtige Ankündigungen rund um unser Secondhand – Ökosystem.

Findest du es auch erschreckend, dass über 50% der Nutzer:innen von Shein über 30 Jahre alt sind?

## Die erschreckende Wahrheit über Billigware und Ultra Fast Fashion

März 5, 2025 | Uncategorized

87% der Deutschen haben laut einer Studie bereits bei Shein, Temu, Action oder Pepco eingekauft, berichtet die WirtschaftsWoche am 14.01.2025. Wenn...

[MEHR LESEN](#)



## Secondhand Onlineshop erstellen: So einfach geht's auf Second-Hand-in-Hand.de

Dez. 3, 2024 | News

Du betreibst einen lokalen Secondhand-Shop für Kleidung und möchtest deinen Laden und dein Angebot online sichtbarer machen? Dann bist du hier...

[MEHR LESEN](#)



## Die Second Hand Boutique greengera berichtet von ihren Erfahrungen

Nov. 29, 2024 | News

Hey, ich bin Steffi Sonntag und ich betreibe seit 2020 die Second Hand Boutique in Gera. Ich nutze seit Anfang 2024 begeistert die EKODISE Lösung. Es ist unglaublich einfach, neue Second-Hand-Teile schnell und professionell anzunehmen und direkt online zu präsentieren. Jeder Artikel wird entsprechend meines Kommissionsmodells mit Bringkundeninformation und Absprachedetails hinterlegt. Besonders hilfreich ist dieses Backoffice-System, das ich ganz einfach am PC oder in der App nutzen kann. Die Auszahlungslisten, Verkaufslisten und die Übersicht der Artikel, alles immer griffbereit, und die einfache Handhabung der Fotos mit dem Handy spart mir Zeit.

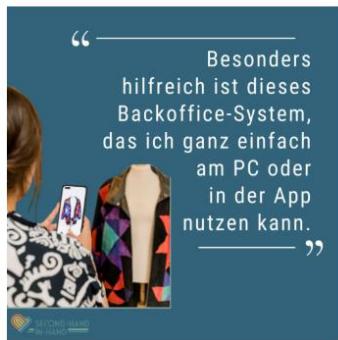
[MEHR LESEN](#)

## 5. Erfahrungsbericht einer Händlerin:

## Die Second Hand Boutique greengera berichtet von ihren Erfahrungen

Nov. 29, 2024 | News

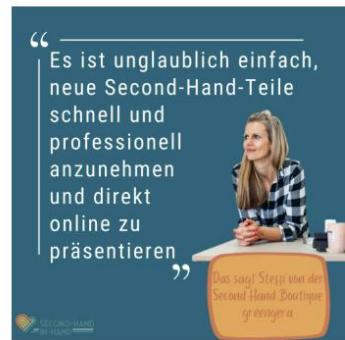
Hey, ich bin Steffi Sonntag und ich betreibe seit 2020 die Second Hand Boutique in Gera. Ich nutze seit Anfang 2024 begeistert die EKODISE Lösung. Es ist unglaublich einfach, neue Second-Hand-Teile schnell und professionell anzunehmen und direkt online zu präsentieren. Jeder Artikel wird entsprechend meines Kommissionsmodells mit Bringkundeninformation und Absprachedetails hinterlegt. Besonders hilfreich ist dieses Backoffice-System, das ich ganz einfach am PC oder in der App nutzen kann. Die Auszahlungslisten, Verkaufslisten und die Übersicht der Artikel, alles immer griffbereit, und die einfache Handhabung der Fotos mit dem Handy spart mir Zeit.



“ Besonders hilfreich ist dieses Backoffice-System, das ich ganz einfach am PC oder in der App nutzen kann. ”



“ Jeder Artikel wird entsprechend meines Kommissionsmodells mit Bringkundeninformation und Absprachedetails hinterlegt. ”



“ Es ist unglaublich einfach, neue Second-Hand-Teile schnell und professionell anzunehmen und direkt online zu präsentieren ”

Das sagt Steffi von der Second Hand Boutique greengera

Auch der QR-Code und der Etikettendrucker sind super praktisch und sorgen dafür, dass die Teile im Handumdrehen erfasst sind und online gehen. EKODISE bietet uns nicht nur smarte digitale Tools, sondern verbindet uns mit einem tollen Netzwerk, das unsere Stücke deutschlandweit sichtbar macht. Einen totalen Mehrwert habe ich auch beim Aussortieren oder der Rückgabe von Teilen, die über den Annahmezeitraum nicht verkauft wurden, da ich durch die Erfassung mit Bild und dem Hinweis des Annahmezeitraums in der Artikelnummer so viele Informationen wie nie zuvor habe.

Vielen Dank für dieses starke System und diese Community.

## 6. Marktplace – [www.second-hand-in-hand.de](http://www.second-hand-in-hand.de)

The screenshot shows the homepage of the Second-Hand-in-Hand website. At the top, there is a navigation bar with links for "ÜBER UNS", "ALLE LÄDEN", "HÄNDLER\*IN WERDEN", and a search bar. Below the navigation is a main search bar with the placeholder "In welchen Shops willst Du suchen?". The main content area features a sidebar with categories: DAMEN, HERREN, KINDER, UNISEX, and UPCYCLING & NACHHALTIGE NEUWAREN. A dropdown menu for "DAMEN" is open, showing sub-categories: Bekleidung, Schuhe, Taschen, and Accessoires. Below this is a search filter section with dropdowns for Farbe, Größe, Größe Schuhe, Marke, Preis, and Zustand, along with a "Mehr Filter" button. The main grid displays four items: a blue long-sleeved top (Kleid-Blau-Soaked-M, 22,00 €), a striped long-sleeved top (Shirt-Schwarz Streifen-ScotchSoda-M/L, 19,00 €), a white short-sleeved top (Bluse-Weiß-OPUS-38, 16,00 €), and a green skirt (Rock-Gelb Grün-hess natur-40, 22,00 €). Below the grid are smaller thumbnail images of other items.

## 7. Presse

Freitag, 11. Oktober 2024

Mittelbayerische

REGENSBURG 23

# „Wir haben einfach Bock“

Limitierte Strickmode und ein Netzwerk für Secondhand-Händler: Diese Gründerinnen setzen auf Nachhaltigkeit

Von Marion Neumann

**Regensburg.** Secondhand-Markt ist für Nicole Heiß viel mehr als nur eine preiswerte Alternative. „Meine Vision ist, dass Mode aus zweiter Hand zum neuen Normal wird – und das für alle“, sagt sie. Seit 2017 betreibt die 34-Jährige das Peacehand, einen Laden für Secondhand-Mode in der Regensburger Altstadt. Mit der Gründung des Unternehmens Ekodise arbeitet sie mit ihrem Team seit 2022 außerdem daran, lokale Händler aus ganz Deutschland zu unterstützen und deren Angebot auch online zugänglich zu machen.

„Die Secondhand-Branche hat in den letzten Jahren einen großen Aufschwung erlebt“, erklärt die Gründerin, „wir möchten den Läden die Möglichkeit geben, ihre Produkte auf unserem Marktplateau ohne großen Verwaltungsaufwand auch im Internet anzubieten. Sie sollen kollektiv sichtbar werden.“

„Kunden im Showshop mit dem Namen „Secondhand in hand“ finden geworden, können sie sich die Produkte zuschicken lassen oder Kleidung online reservieren und im Laden abholen. Mit diesem „Click and Collect“-System, das sich seit der Corona-Zeit etabliert hat, gehe es ihr auch darum, die Innenstädte zu beleben. „Wir wollen den Handel zukunftsfähig machen“, sagt Heiß.

### „Aktivismus spielt eine Rolle“

Ihr Eindruck ist, dass viele Secondhand-Läden – wie auch das Peacehand – von Frauen geführt werden. „Inhaberinnen stecken so viel Herzblut und Kreativität in die Projekte – und auch Aktivismus spielt eine Rolle“, sagt sie. „Wir haben einfach Bock.“ Gerade diese



Lokal und digital will Nicole Heiß die Secondhand-Branche mit ihrem Start-up Ekodise voranbringen.

Foto: Marion Neumann

Händlerinnen möchten sie zusammenbringen und sichtbar machen. „Es handelt sich dabei oft um Einzelkämpferinnen. Wenn sie kleine Läden und Labels zusammenschließen, kann das richtig gut werden.“ Generell habe die Secondhand-Szene wahnsinnig viel Potenzial, ist sie überzeugt. Die Modeindustrie verbrauche extrem viele Ressourcen und sei nicht der Preis, sondern die Farbe. „Für mich ist nicht nur eine der größten Belastungen für die Umwelt dar, sondern verstärkt durch die schlechten Arbeitsbedingungen soziale Ungerechtigkeit auf der ganzen Welt. „Secondhand-Mode muss noch viel mehr Platz einnehmen und zu einer nachhaltigen, soliden und wirtschaftlich erfolgreichen Branche werden“, sagt sie. Gefördert wird

das Start-up aktuell von der Deutschen Bundesstiftung Umwelt. Händler, die Teil des Secondhand-Netzwerks werden, und den Online-Marktplatz für ihre Waren nutzen, zahlen momentan nur eine geringe monatliche Gebühr, dazu erhält Ekodise eine Provision für verkaufte Stücke. „Wir sind noch auf der Suche nach Unterstützern und Freunden und über die Ausweitung und neue Kontakte“, sagt Heiß.

Auch Julia Gleiß hat sich nachhaltiger Mode verschrieben – und sich dabei von ihrer Oma Era inspirieren lassen.



Aus überschüssigem Material fertigt Julia Gleiß individuelle Tops, Pullover und Stirnbänder.

Foto: Kimberly Meike

Seit 2022 produziert die 27-Jährige, als sie nicht mehr davor, habe ich mit noch viel selbst beigebracht“. Nachdem sie ihren Maßschneidermeister gemacht hatte, besuchte sie außerdem Strickmaschinenkurse. Aus dem Landkreis Ansbach ist Gleiß vor einem halben Jahr nach Bach an der Donau gezogen. „Das Garn für ihre Arbeiten beschafft sie in einer Textilföhre in Franken. Ich kaufe Material aus Produktionsüberschüssen. Die Ware würde in der Industrie keine Verwendung mehr finden, aber ich kann damit noch viel anfangen. So wird unnötiger Müll vermieden.“ Die Ergebnisse bietet Gleiß in ihrem Online-Shop an. Crop-Tops im Sommer, Pullover, Schals und Stirnbänder im Winter. Auf der

### Pop-up-Store

**Termin:** Mit ihrem Start-up Ermaknitwear ist Julia Gleiß, die „Maßschneiderin mit Wollpassion“, von 28. Oktober bis 3. November im Pop-up-Raum in Degginger, Eingang über die Tändlergasse 18, zu Gast.

**Kurse:** Wer sich selbst im Handarbeiten versuchen möchte, kann in diesem Zeitraum an den diversen Workshops teilnehmen, die von Zwirnköpfe-Wickeln über Häkel- und Strickkurse bis hin zu Techniken an der Handstrickmaschine reichen.

**Kontakt:** Weitere Infos und Anmeldung zu den Workshops gibt es online unter [www.ermaknitwear.de/workshops](http://www.ermaknitwear.de/workshops).

fertigten Stücke mehr kosten würden als Fast-Fashion von Textil-Riesen wie Zara oder H&M. „Leider sehen viele nicht den Wert dahinter. Die Konkurrenz in der Modeindustrie ist groß.“ Trotz des Aufwands glaubt die Gründerin an das Konzept. „Da die Produkte limitiert sind, läuft nicht jeder mit dem gleichen Sachen herum – und es werden keine Ressourcen verschwendet.“

Über Ermaknitwear in der Region bekannter zu machen, stellt sie ihre Strickwaren Ende Oktober im Pop-up-Raum in Degginger aus. Mit einer Reihe kreativer Workshops will Gleiß,

.

die zeitweise auch als Fachlehrerin für Handarbeit gearbeitet hat, außerdem andere für Stricken und Häkeln begeistern.

„Ich glaube schon, dass das Interesse dafür da ist“, sagt sie.

## 8. Beispiele Instagram-Kanal:

<https://www.instagram.com/secondhand.in.hand>



## 9. Webinare und Produktpräsentationen

Bei Online-Veranstaltungen wurde die fachliche und finanzielle Förderung der DBU an zwei Stellen erwähnt: zu Beginn bei der Team-Vorstellung und zum Abschluss.



## DANKESCHÖN

### KONTAKT

Telefon  
+49 (0) 941 463 999 20

E-Mail  
info@ekodise.de

Social  
ekodise\_secondhand\_oekosystem



Offener Austausch  
mittwochs 10 Uhr

SECOND-HAND-IN-HAND-POWER  
ENTFALTEN  
GEMEINSAM MIT



## 10. Borderstep Institut - Impact Nexus

Company 

Module Profil ESG **Impact** KPIs Aufgaben

Exportieren 

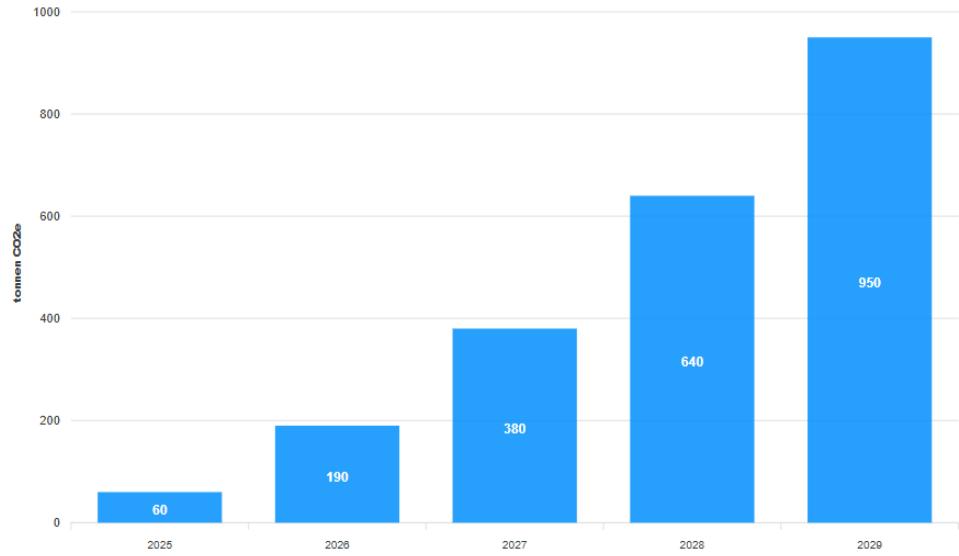
Art der Bewertung 

**Wirkungsziele bearbeiten**

### Klimaauswirkungen unserer Lösungen

Our innovative solutions plan to save approximately 2200 tonnes of CO2e over the next 5 years when compared to existing products and services that provide the same function.

**Jährlich geplante Treibhausgasreduktionen (in Tonnen CO2e)**



Jahr	Reduktion (Tonnen CO2e)
2025	60
2026	190
2027	380
2028	640
2029	950

 Unsere Lösungen führen zu einer geschätzten durchschnittlichen jährlichen Reduzierung von 450 Tonnen CO2e. 

 Unser jährlicher wirtschaftlicher Wert der geplanten Treibhausgasreduzierung beträgt 37100 €. 

 Unsere Lösung Einen lokalen Online - Marktplatz & eine deutschlandweite Community für Secondhand-Mode sieht vor, von 2025 bis 2029 2200 Tonnen CO2e einzusparen, indem wir die Treibhausgasemissionen um 100 % pro 1 cotton T-Shirt (2 kg CO2e) reduzieren.

## Prognose

The GHG emissions mitigated by each solution are calculated based on the estimated reduction potential per functional unit, as detailed in the Assumptions section.

To forecast the GHG emissions mitigated, we use the target number of units we plan to sell or produce. When available, actual values are used to measure progress toward our targets.

### 💡 Einen lokalen Online - Marktplatz & eine deutschlandweite Community für Secondhand-Mode

Ein durchschnittlicher stationärer Shop verkauft rein lokal 8.000 T-Shirts (o.ä. Kleidungsstücke) pro Jahr. Durch unser EKODISE System und den dadurch verbesserten Zugang, steigt sich die Absatzmenge um 50% (4.000 T-Shirts pro Jahr pro Shop mehr) In 5 Jahren (2029) werden wir 150 Shops eingebunden haben (das entspricht Marktanteil von ca. 5%) (10 Shops in 2025; 30 Shops in 2026; 60 Shops in 2027; 100 Shops in 2028; 150 Shops in 2029)

## Prognose

Meine Lösung führt nicht zu wiederkehrenden Einsparungen.

	Values	2025	2026	2027	2028	2029
 Prognose für 'Einen lokalen Online - Marktplatz & eine deutschlandweite Community für Secondhand-Mode'						
1 cotton T-Shirt		Ist Soll	...	...	...	...

## Annahmen

Ich vergleiche...	Basisemissionen	Lösungsemissionen
Raw material & production of cotton T-Shirt	<p><b>T-Shirt raw material &amp; production</b>  <b>1.591 kg CO<sub>2</sub>e pro meiner funktionalen Einheit</b>  Emissionsfaktor: 2 kg CO<sub>2</sub>e pro T-Shirt  Menge: 1 T-Shirt  Quelle: <a href="https://bioekonomie.de/sites/default/files/files/2020-02/oekobilanz_t-shirt.pdf">https://bioekonomie.de/sites/default/files/files/2020-02/oekobilanz_t-shirt.pdf</a>  Annahmen: 43 % of GHG emissions of a cotton T-Shirt are linked to raw materials and the production, see <a href="https://bioekonomie.de/sites/default/files/files/2020-02/oekobilanz_t-shirt.pdf">https://bioekonomie.de/sites/default/files/files/2020-02/oekobilanz_t-shirt.pdf</a>; Total GHG emissions of a white cotton T-Shirt: 3,7 kg CO<sub>2</sub>e; Raw material: 3,7 kg CO<sub>2</sub>e * 43 % = 1,591 kg CO<sub>2</sub>e</p>	<p><b>T-Shirt raw material &amp; production</b>  <b>0 kg CO<sub>2</sub>e pro meiner funktionalen Einheit</b>  Emissionsfaktor: 2 kg CO<sub>2</sub>e pro T-Shirt  Menge: 0 T-Shirt  Quelle:  Annahmen: The 2nd-Hand use of the T-Shirt avoids raw material usage and production of a new T-Shirt.</p>