



Drittstaatenhändler und ihr Einfluss auf den deutschen Handel

Konsumentenbefragung | April 2024

ibi research an der Universität Regensburg GmbH

Der Handel hat in den letzten Jahren eine immense Transformation erlebt, die maßgeblich durch den **Aufstieg von E-Commerce-Plattformen** vorangetrieben wurde. Chinesische Anbieter wie **Temu** und **SHEIN** haben sich in diesem Kontext in den letzten Jahren als **bedeutende Akteure** in der Branche etabliert und beeinflussen den globalen Versandhandel nicht zuletzt durch **virale Trends** und **niedrige Preise** mittlerweile enorm.

Die Studie zielt darauf ab, die **Geschäftsmodelle und -praktiken** der Drittstaatenhändler, wie Temu und SHEIN, eingehend zu analysieren, um ein **besseres Verständnis für die Erfolgsfaktoren** dieser Unternehmen im Vergleich zu etablierten Onlinehändlern zu gewinnen und um tiefgreifende **Veränderungen im deutschen Handel** zu dokumentieren und prognostizieren.

Das Studienprojekt unter dem Arbeitstitel „Drittstaatenhändler und ihr Einfluss auf den deutschen Handel“ ist ein gemeinsames Projekt der **ibi research an der Universität Regensburg GmbH** und des **Handelsverband Deutschland (HDE)**.

Genauere Informationen und weitere Inhalte finden Sie bereits jetzt hier:

<https://ibi.de/projekte/drittstaatenhaendler-und-ihr-einfluss-auf-den-deutschen-handel>



Informationen zur Befragung

- Vorgehen: **Online-Befragung über Panelanbieter**
- Befragungszeitraum: **April 2024**
- Stichprobengröße: **2.037 Personen**
- Alter: **ab 16 Jahren**
- Wohnort: **Deutschland**
- Spezifikationen: **Online-Affinität**



Grundlegende
Informationen
zur Stichprobe



Online-Kaufverhalten
im Überblick



Detailliertere Betrachtung
von Temu und SHEIN



Nachhaltigkeit
im Online-Handel

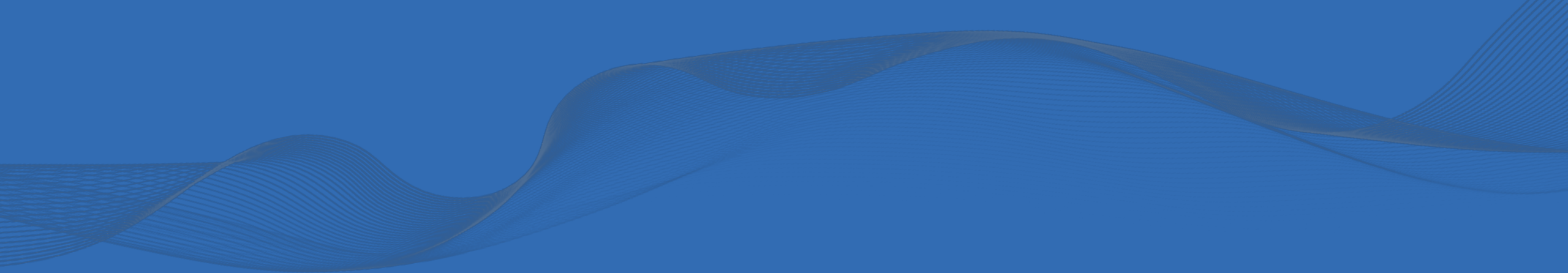


Soziodemografische
Merkmale zur Stichprobe



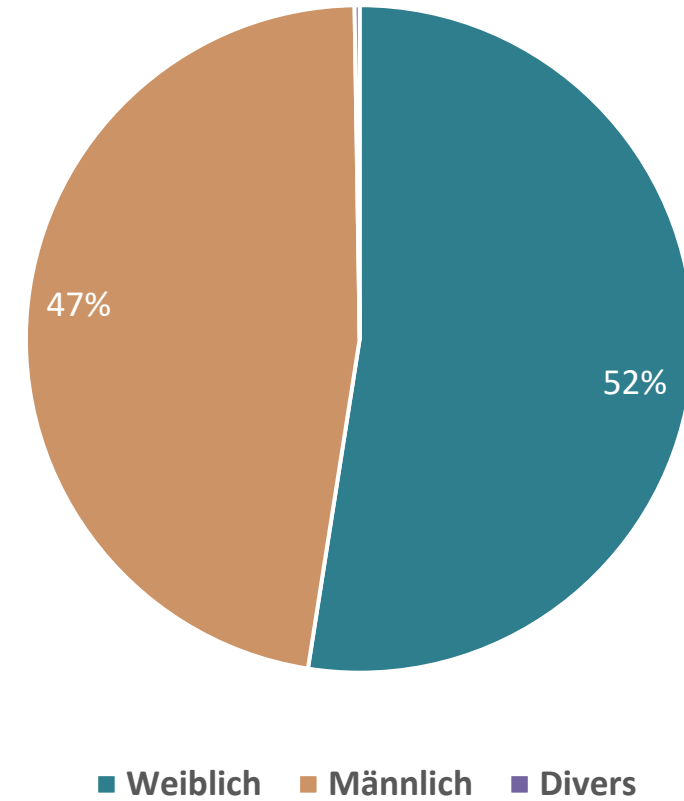
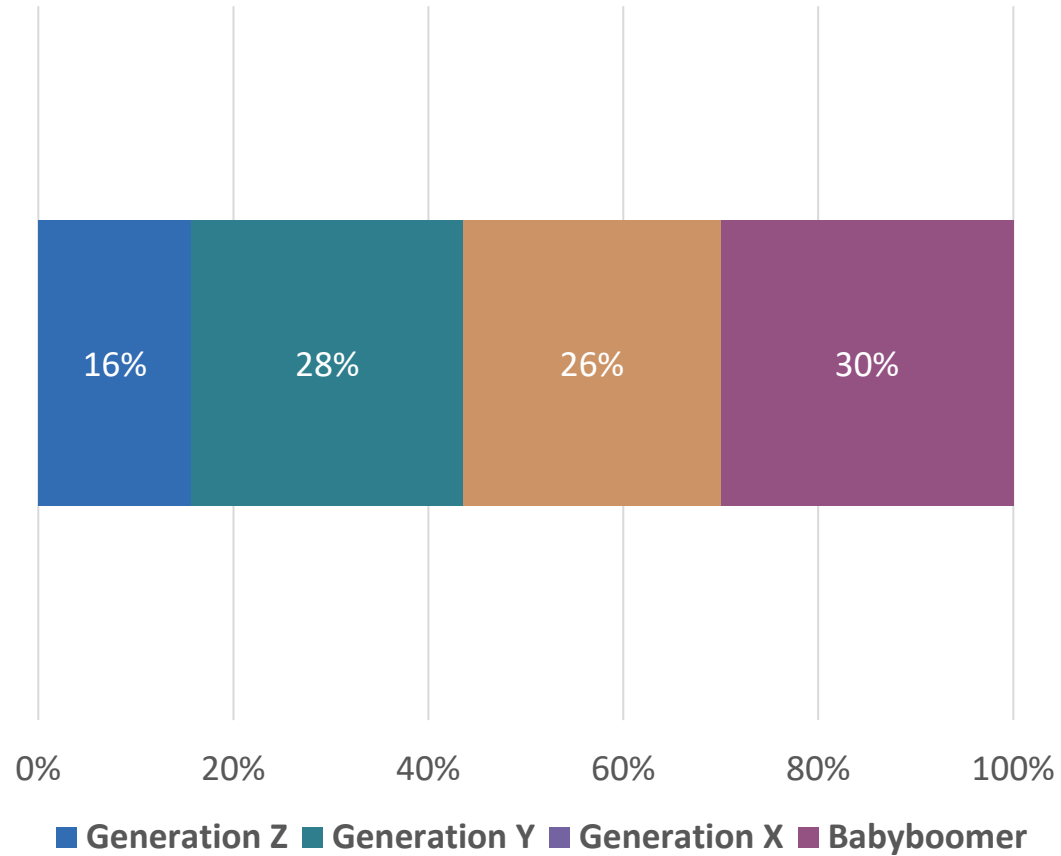
Kontakt





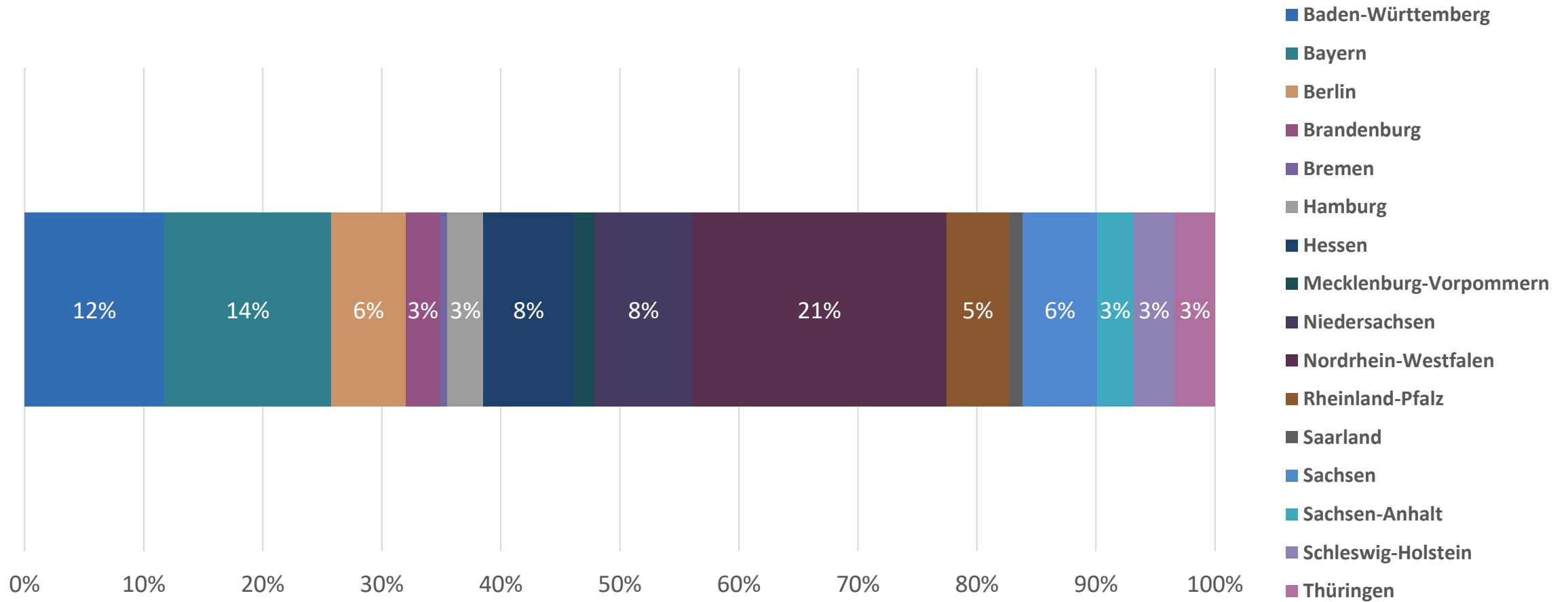
**Grundlegende
Informationen
zur Stichprobe**

Altersstruktur und Geschlechterverteilung der Teilnehmenden



N = 2.037; alle Befragten; Werte unter drei Prozent nicht beschriftet

Wohnort der Teilnehmenden



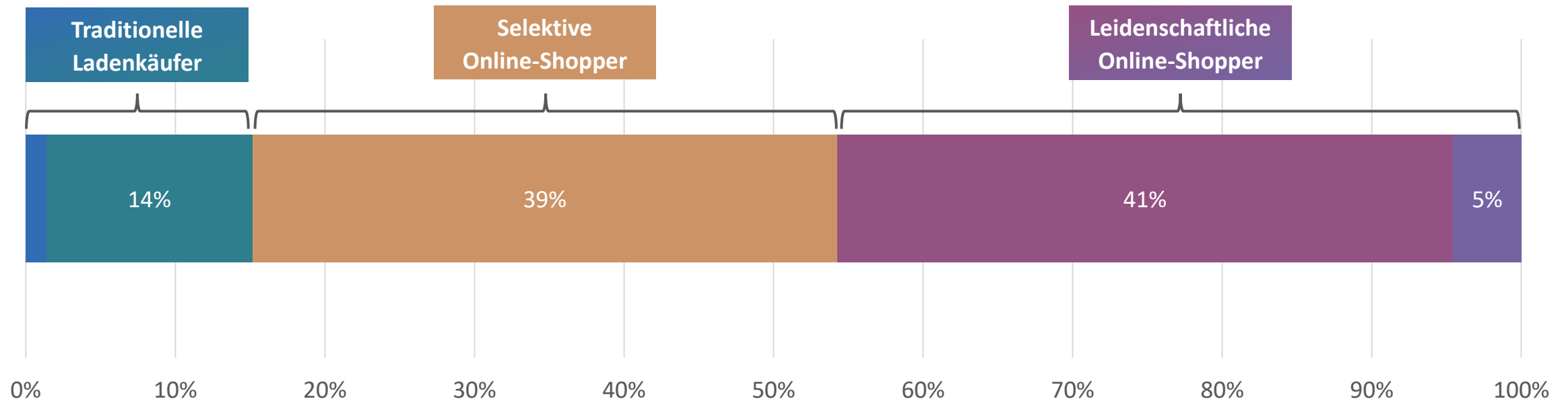
N = 2.037; alle Befragten; Werte unter drei Prozent nicht beschriftet



**Online-Kaufverhalten
im Überblick**

Allgemeines Kaufverhalten

Wie schätzen Sie Ihr allgemeines Kaufverhalten ein?

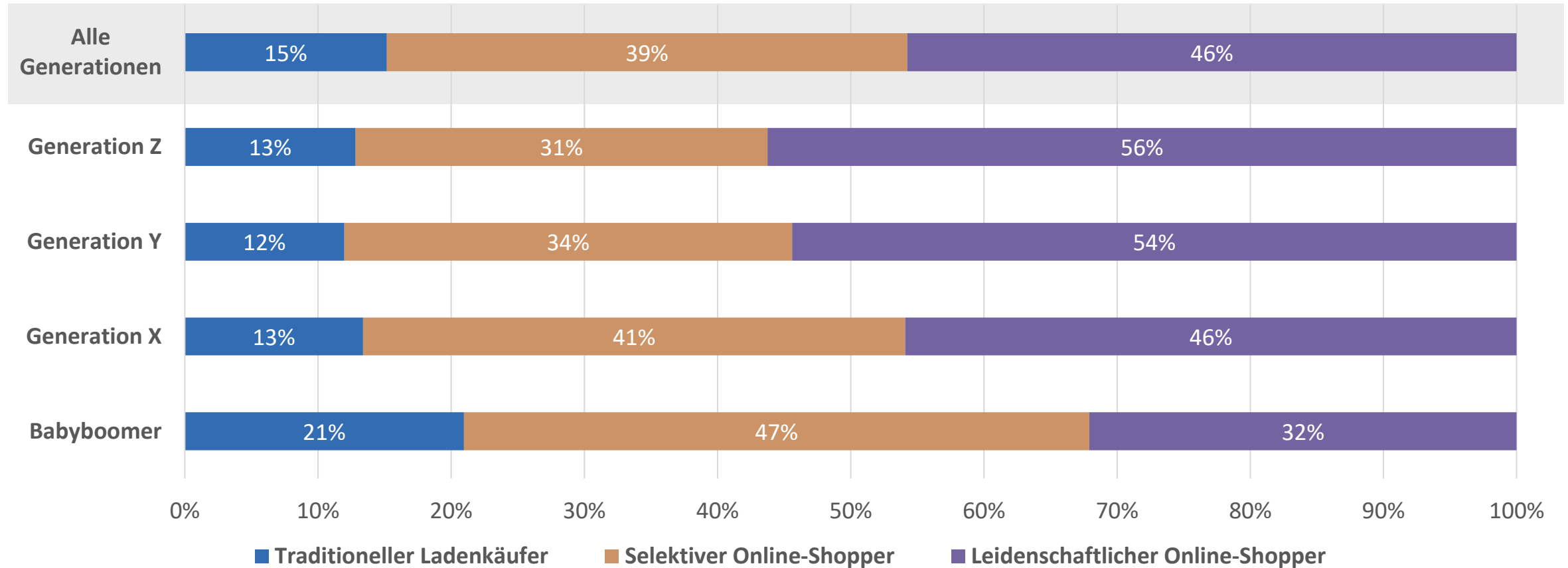


- Ich kaufe gar nicht im Internet ein.
- Ich kaufe gelegentlich im Internet ein, bevorzuge aber das stationäre Geschäft.
- Ich kaufe bestimmte Artikel im Internet ein, gehe aber noch gerne in stationären Geschäften einkaufen.
- Ich kaufe lieber im Internet ein, aber bestimmte Artikel (wie Lebensmittel) kaufe ich weiterhin im stationären Geschäft.
- Ich kaufe alles im Internet ein bzw. würde dies am liebsten machen, sofern das möglich ist (inklusive Lebensmittel).

N = 2.037; alle Befragten; Werte unter drei Prozent nicht beschriftet

Allgemeines Kaufverhalten

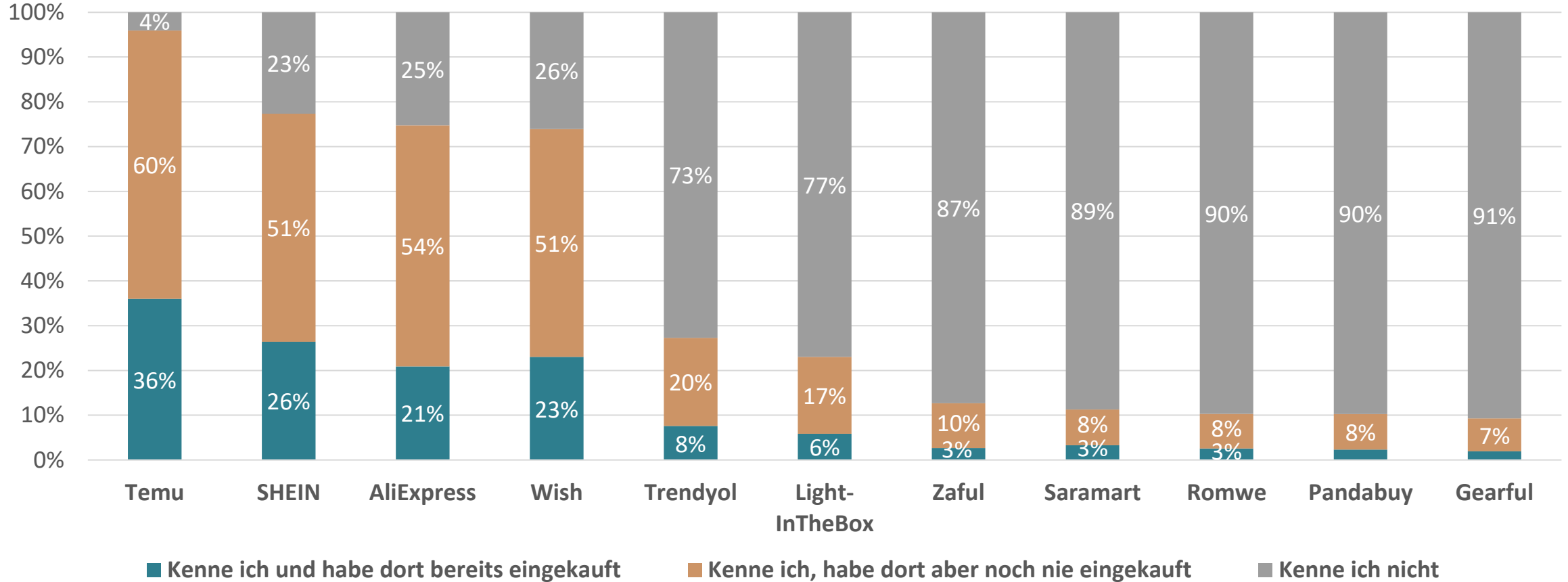
Wie schätzen Sie Ihr allgemeines Kaufverhalten ein?
Darstellung nach Generationen und Käufertypen



N = 2.037; alle Befragten

Bekanntheit und Nutzung von Online-Plattformen

Kennen Sie folgende Online-Plattformen bzw. haben Sie dort schon einmal eingekauft?

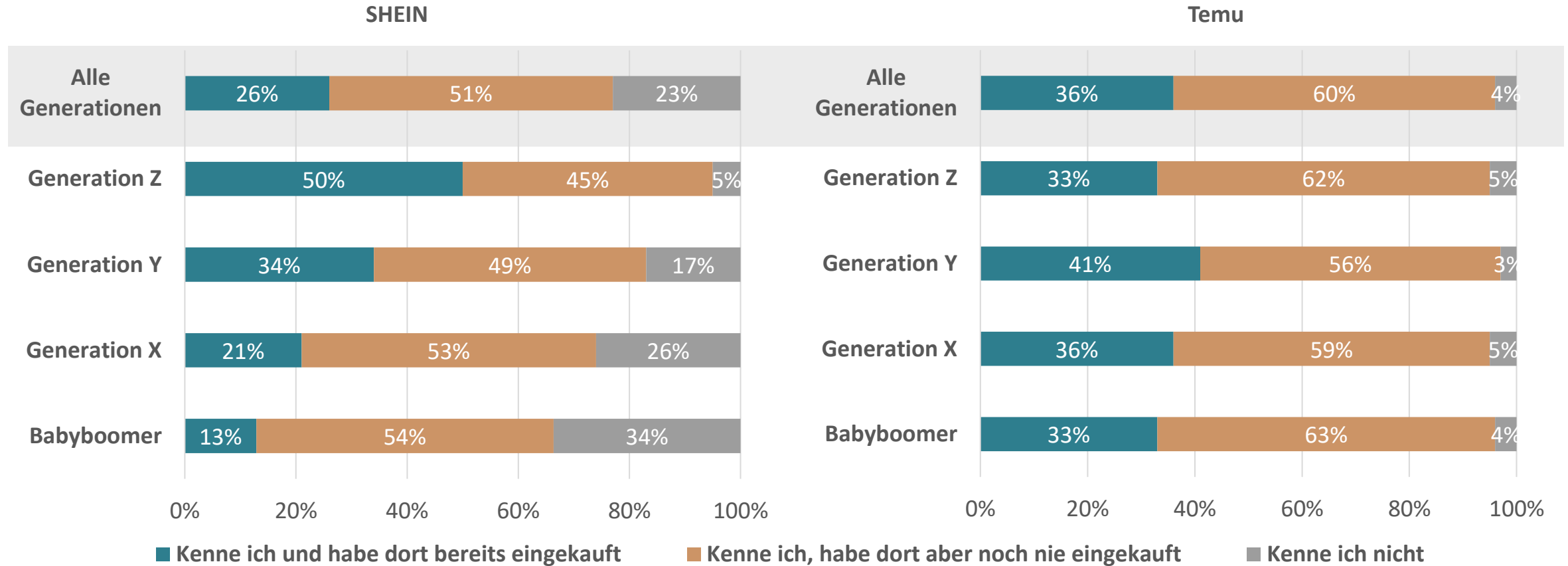


N = 2.037; alle Befragten; Werte unter drei Prozent nicht beschriftet

Bekanntheit und Nutzung von Online-Plattformen

Kennen Sie folgende Online-Plattformen bzw. haben Sie dort schon einmal eingekauft?

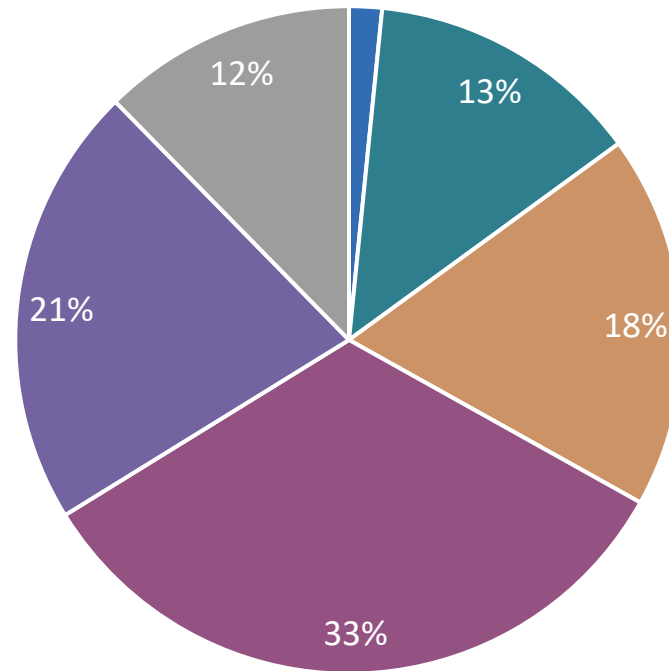
Darstellung nach Generationen



N = 2.037; alle Befragten

Online-Kauffrequenz

Wie oft kaufen Sie schätzungsweise online ein?

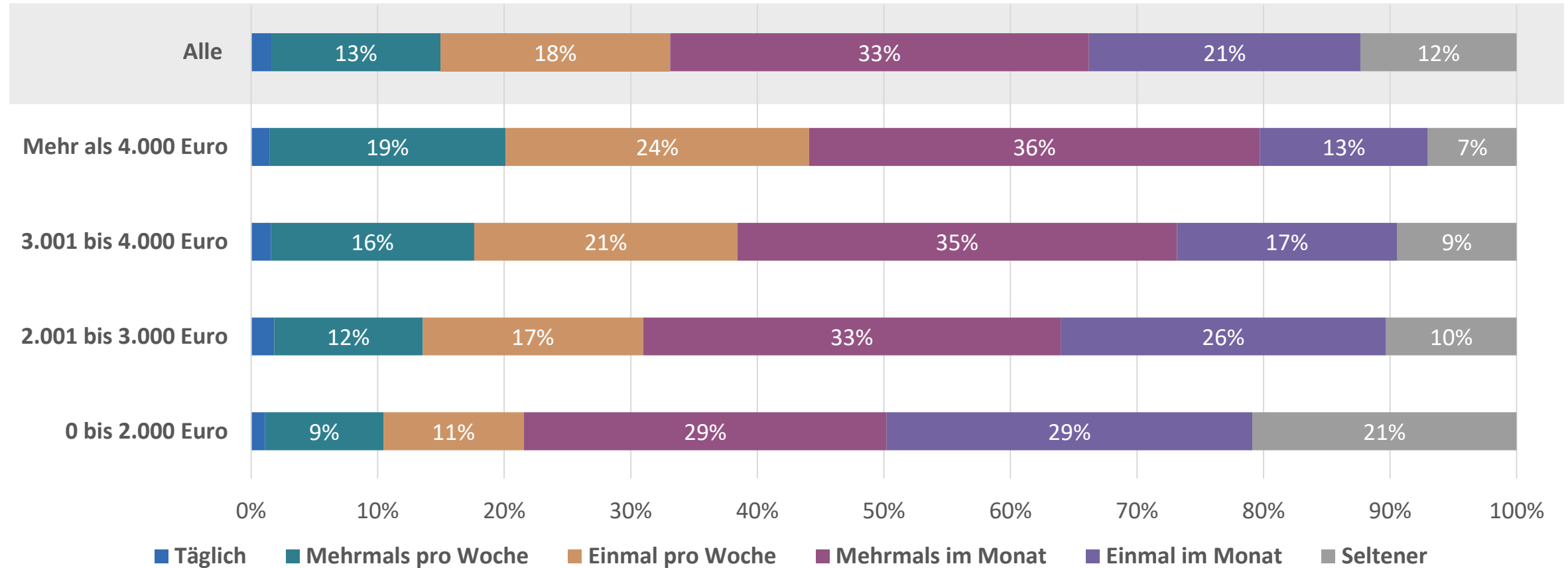


■ Täglich ■ Mehrmals pro Woche ■ Einmal pro Woche ■ Mehrmals im Monat ■ Einmal im Monat ■ Seltener

N = 2.009; Befragte, die zumindest selten online einkaufen; Werte unter drei Prozent nicht beschriftet

Online-Kauffrequenz

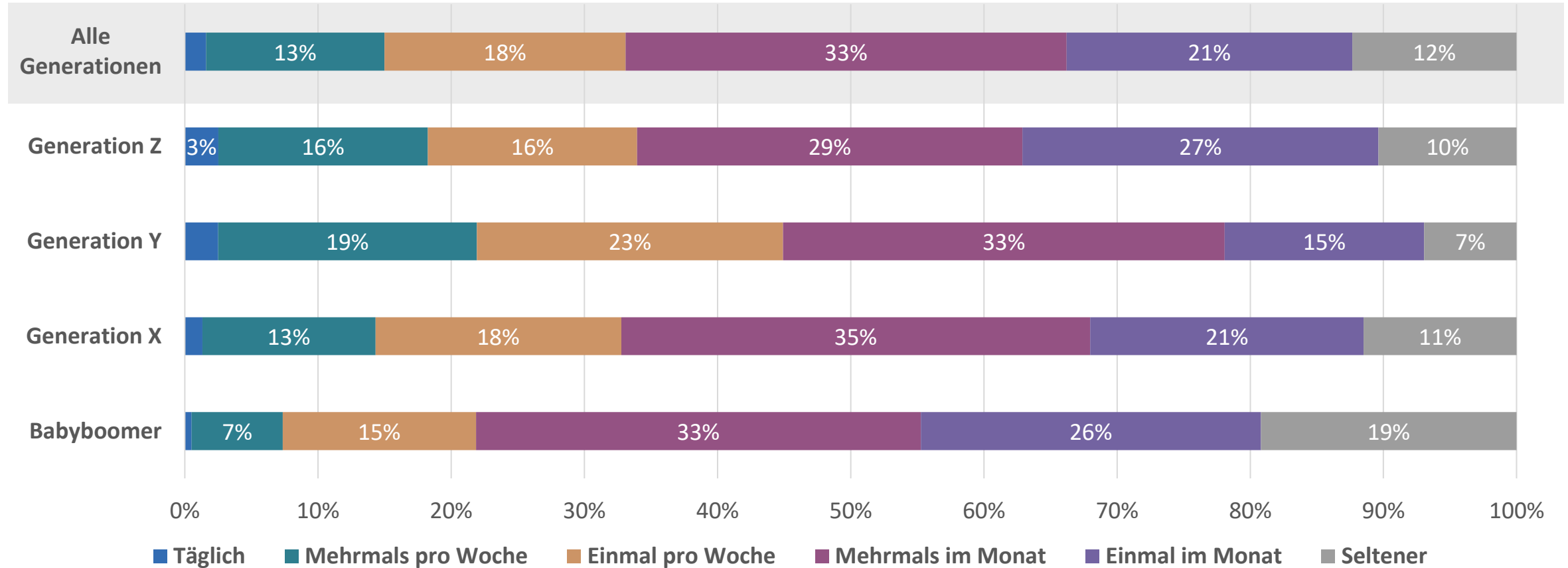
Wie oft kaufen Sie schätzungsweise online ein?
Darstellung nach Haushaltsnettoeinkommen



N = 2.009; Befragte, die zumindest selten online einkaufen; Werte unter drei Prozent nicht beschriftet

Online-Kauffrequenz

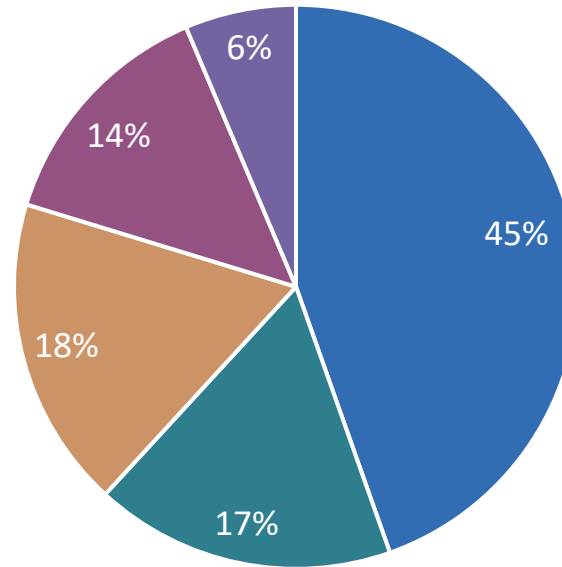
Wie oft kaufen Sie schätzungsweise online ein?
Darstellung nach Generationen



N = 2.009; Befragte, die zumindest selten online einkaufen; Werte unter drei Prozent nicht beschriftet

Einkauf von Drittstaatenhändlern

Haben Sie schon einmal bewusst bei einem Versandhändler von außerhalb der EU eingekauft?



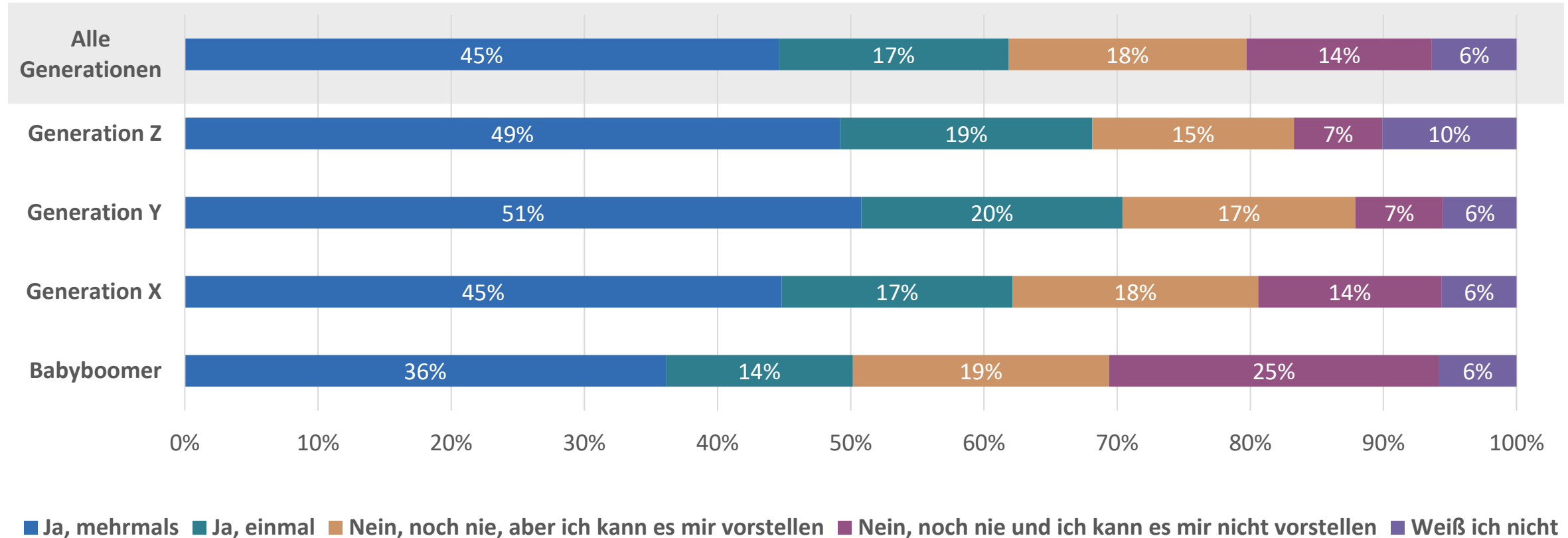
■ Ja, mehrmals ■ Ja, einmal ■ Nein, noch nie, aber ich kann es mir vorstellen ■ Nein, noch nie und ich kann es mir nicht vorstellen ■ Weiß ich nicht

N = 2.007; Befragte, die zumindest selten online einkaufen; Werte unter drei Prozent nicht beschriftet

Einkauf von Drittstaatenhändlern

Haben Sie schon einmal bewusst bei einem Versandhändler von außerhalb der EU eingekauft?

Darstellung nach Generationen



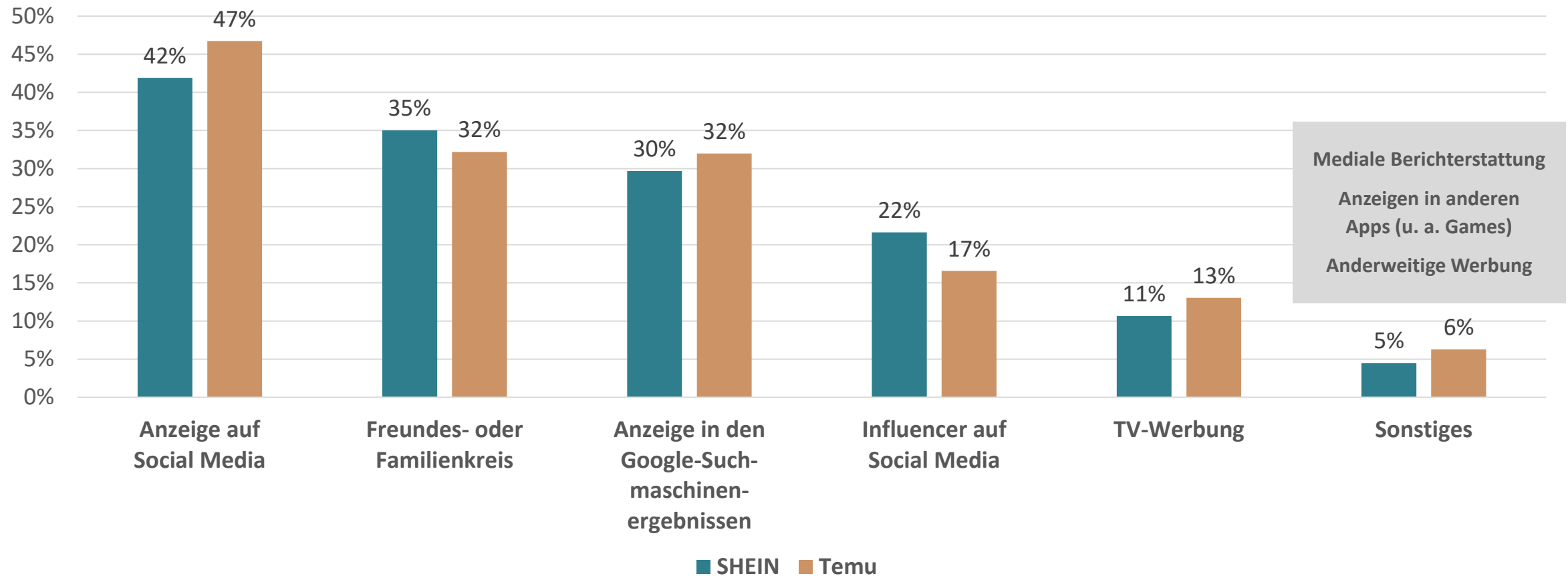
N = 2.007; Befragte, die zumindest selten online einkaufen; Werte unter drei Prozent nicht beschriftet



**Detailiertere Betrachtung
von Temu und SHEIN**

Informationsquellen

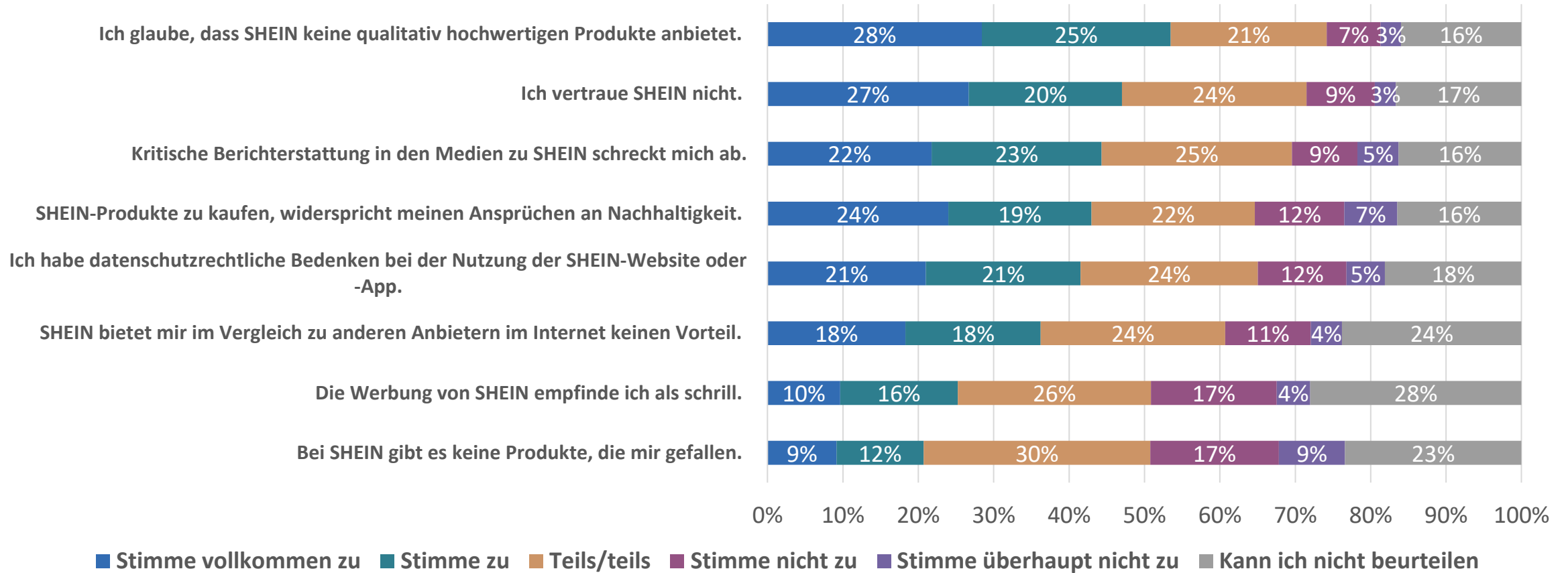
Woher kennen Sie SHEIN bzw. Temu?



SHEIN: N = 1.576; Temu: N = 1.954; Befragte, die SHEIN bzw. Temu zumindest dem Namen nach kennen

Ablehnende Einstellungen

Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu SHEIN zu?



N = 1.038; Befragte, die SHEIN zwar kennen, dort aber noch nie eingekauft haben

Ablehnende Einstellungen

Bitte formulieren Sie kurz in eigenen Worten, warum Sie bisher nicht bei **SHEIN** eingekauft haben!

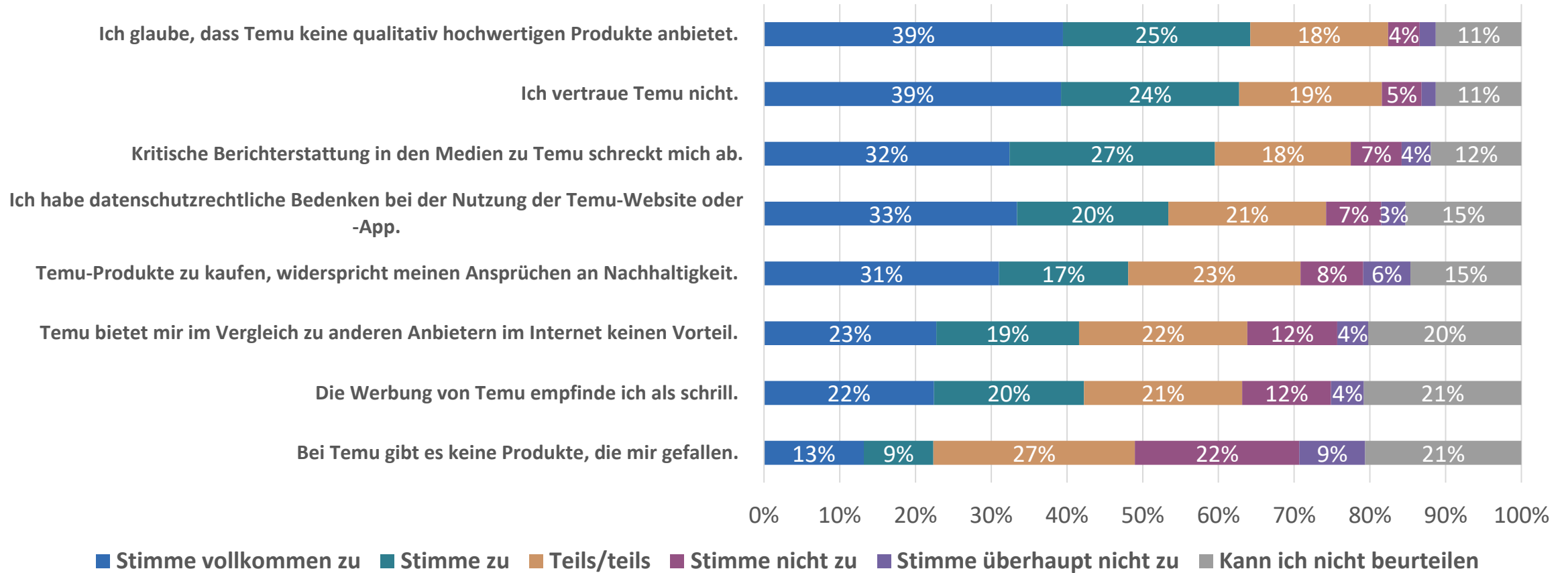


- 1 Bedenken wegen **Qualität/Funktionalität**
- 2 Kein **Interesse/Bedarf**
- 3 Kein **Vertrauen**
- 4 Kein **attraktives Angebot**
- 5 Bedenken zu **Umwelt/Nachhaltigkeit**
- 6 Bevorzugung **anderer Anbieter**
- 7 Skepsis wegen **Berichterstattung/Rezensionen**
- 8 **Arbeitsbedingungen** in der Produktion
- 9 Bedenken wegen Bezug zu **China**
- 10 Bedenken zu **Rücksendebedingungen**
- 11 Bedenken zu **Datenschutzaspekten**
- 12 Bevorzugung/Unterstützung der **lokalen Unternehmen**
- 13 Bedenken zu **Produktsicherheit**
- 14 Bedenken zu **Einfuhrbestimmungen**
- 15 **Finanzielle** Ressourcen
- 16 Unspezifische **moralische** Bedenken
- 17 Aggressive/abschreckende/unseriöse **Werbung**
- 18 **Lieferdauer**
- 19 Negative Erfahrungen von **Familie/Freunden**
- 20 Mangelnder **Kundenservice**

N = 1.038; Befragte, die SHEIN zwar kennen, dort aber noch nie eingekauft haben; Darstellung in absteigender Reihenfolge nach Häufigkeit der Nennung

Ablehnende Einstellungen

Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu Temu zu?



N = 1.221; Befragte, die Temu zwar kennen, dort aber noch nie eingekauft haben

Ablehnende Einstellungen

Bitte formulieren Sie kurz in eigenen Worten, warum Sie bisher nicht bei **Temu** eingekauft haben!

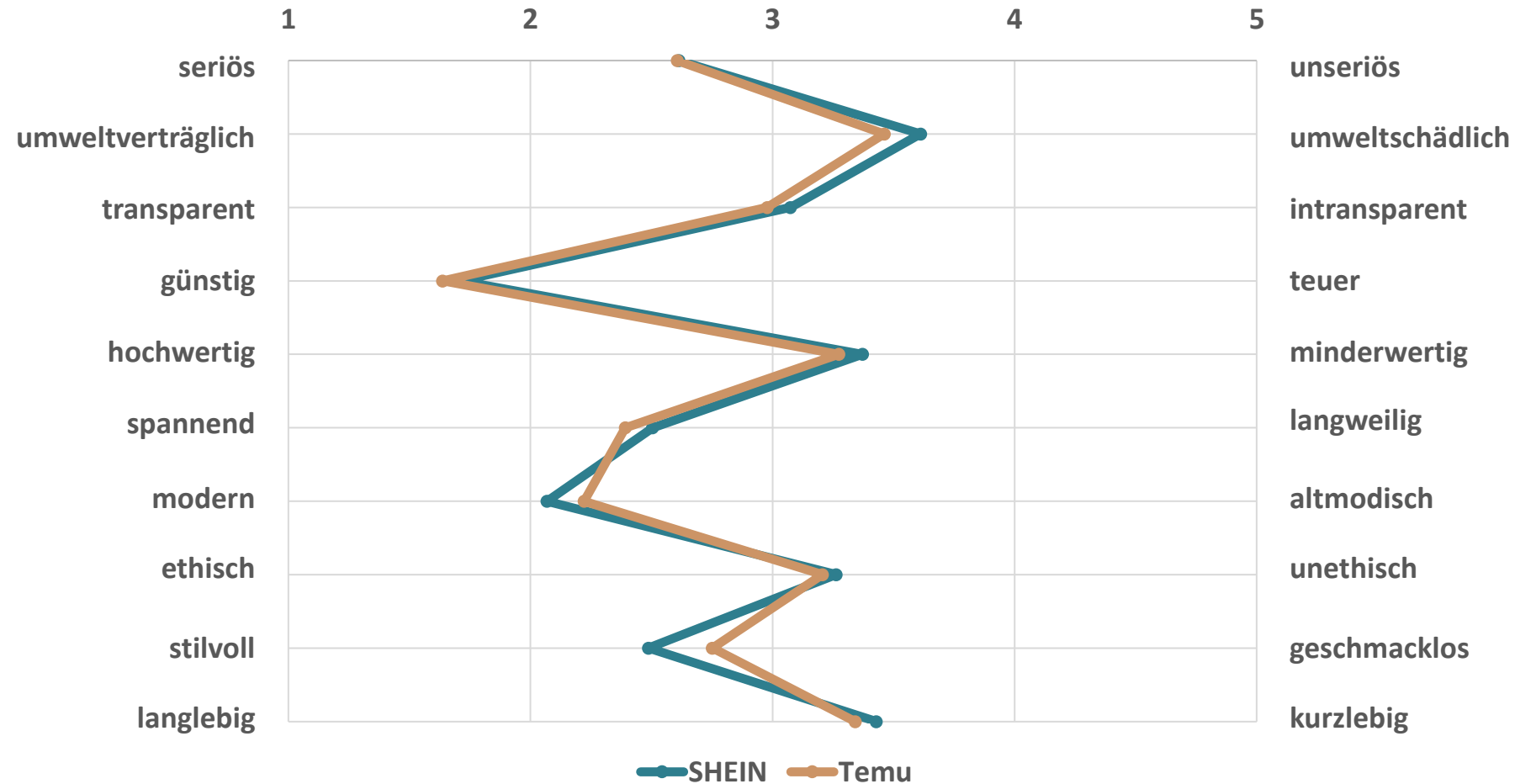


- 1 Bedenken wegen **Qualität/Funktionalität**
- 2 Kein **Vertrauen**
- 3 Kein **Interesse/Bedarf**
- 4 Bedenken zu **Umwelt/Nachhaltigkeit**
- 5 Bedenken wegen Bezug zu **China**
- 6 Skepsis wegen **Berichterstattung/Rezensionen**
- 7 Bedenken zu **Datenschutzaspekten**
- 8 Bevorzugung **anderer Anbieter**
- 9 Bedenken zu **Produktsicherheit**
- 10 **Arbeitsbedingungen** in der Produktion
- 11 Aggressive/abschreckende/unseriöse **Werbung**
- 12 Kein **attraktives Angebot**
- 13 Bedenken zu **Rücksendebedingungen**
- 14 Negative Erfahrungen von **Familie/Freunden**
- 15 Bevorzugung/Unterstützung der **lokalen Unternehmen**
- 16 **Lieferdauer**
- 17 Bedenken zu **Einfuhrbestimmungen**
- 18 **Finanzielle** Ressourcen
- 19 Unspezifische **moralische** Bedenken
- 20 Mangelnder **Kundenservice**

N = 1.221; Befragte, die Temu zwar kennen, dort aber noch nie eingekauft haben; Darstellung in absteigender Reihenfolge nach Häufigkeit der Nennung

Allgemeine Einstellungen zum Image

Was halten Sie von SHEIN bzw. Temu?

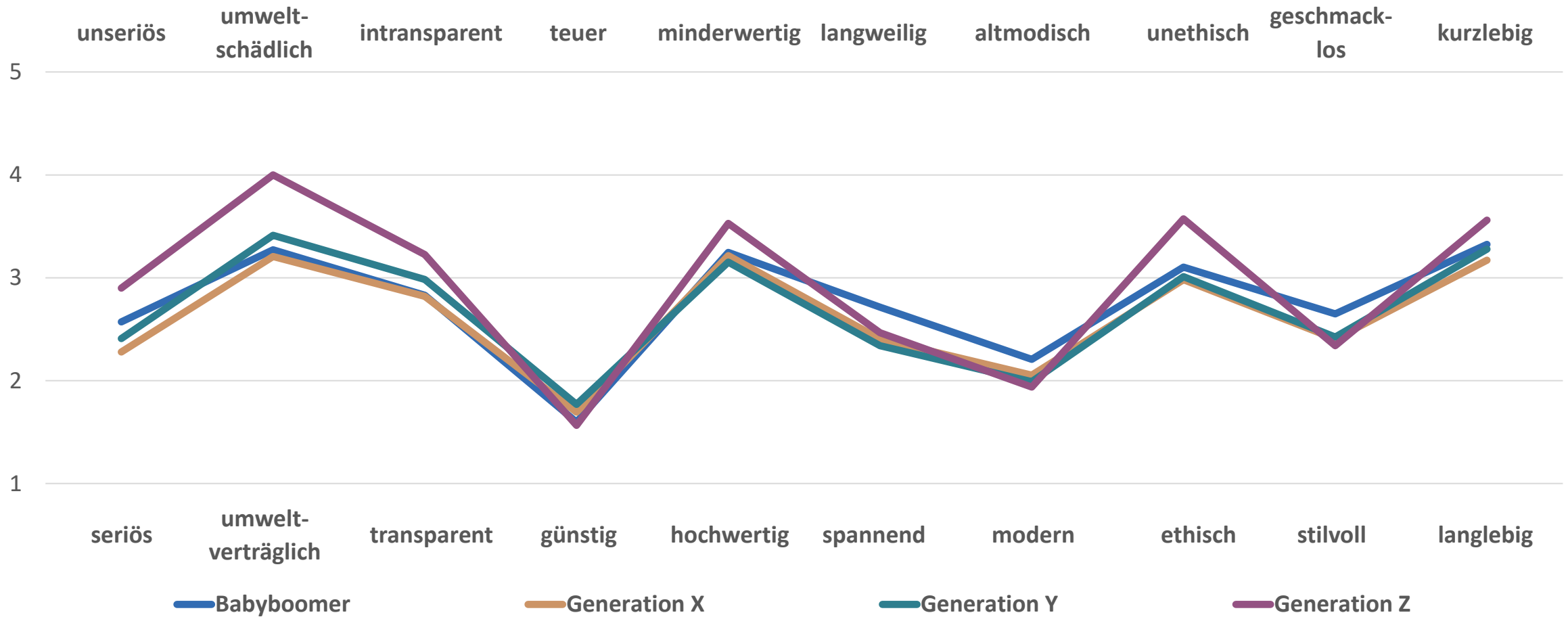


SHEIN: N = 538; Temu: N = 733; Befragte, die schon einmal bei SHEIN bzw. Temu eingekauft haben

Allgemeine Einstellungen zum Image

Was halten Sie von SHEIN?

Darstellung nach Generationen

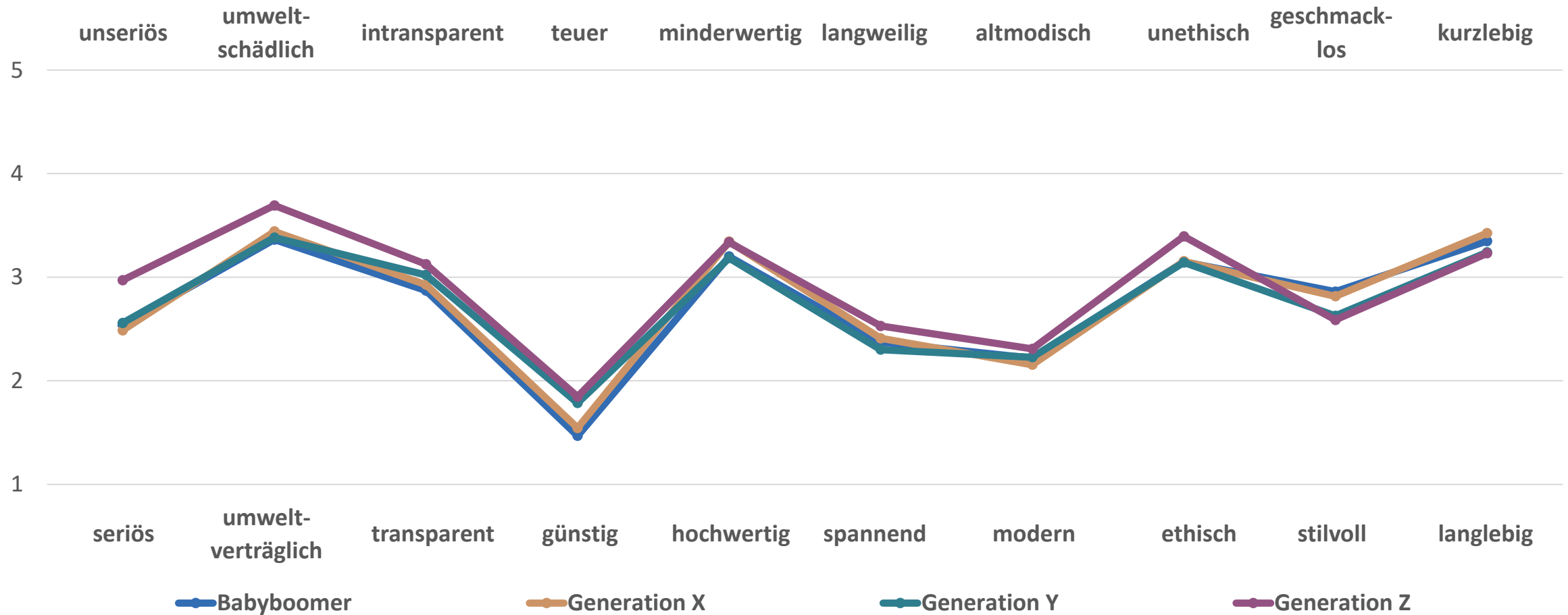


N = 538; Befragte, die schon einmal bei SHEIN eingekauft haben

Allgemeine Einstellungen zum Image

Was halten Sie von Temu?

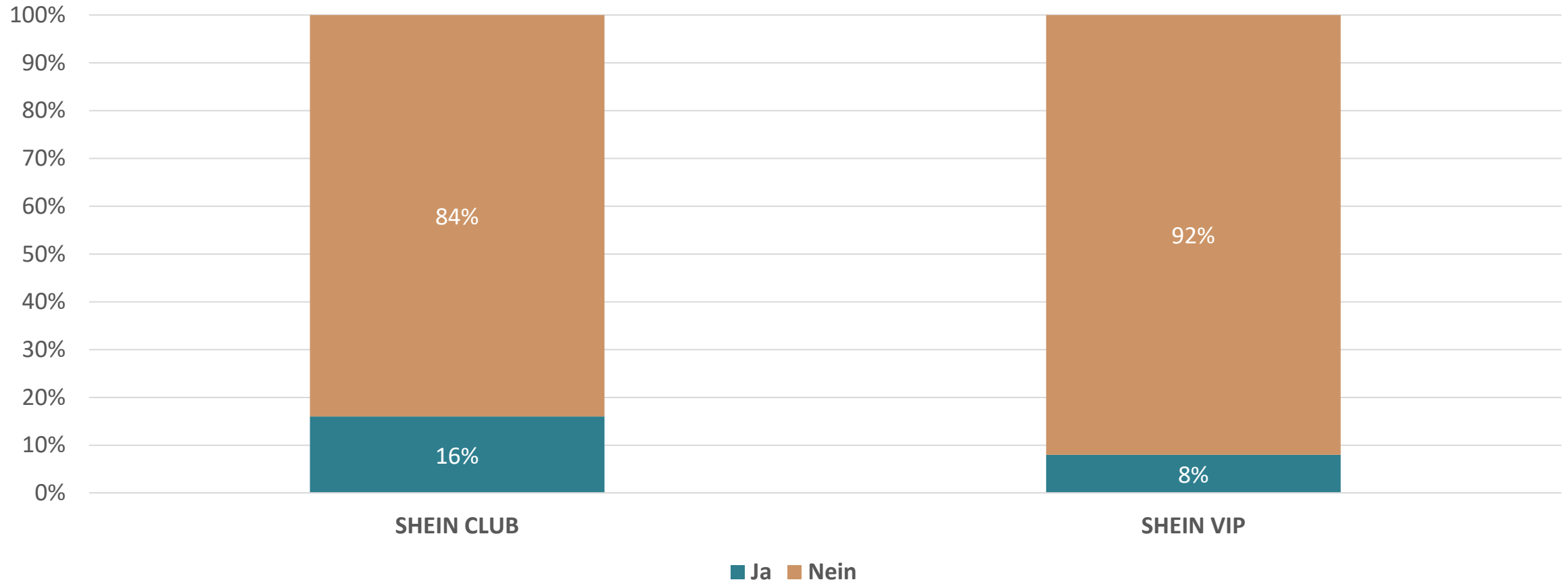
Darstellung nach Generationen



N = 733; Befragte, die schon einmal bei Temu eingekauft haben

Premium-Mitgliedschaften bei SHEIN

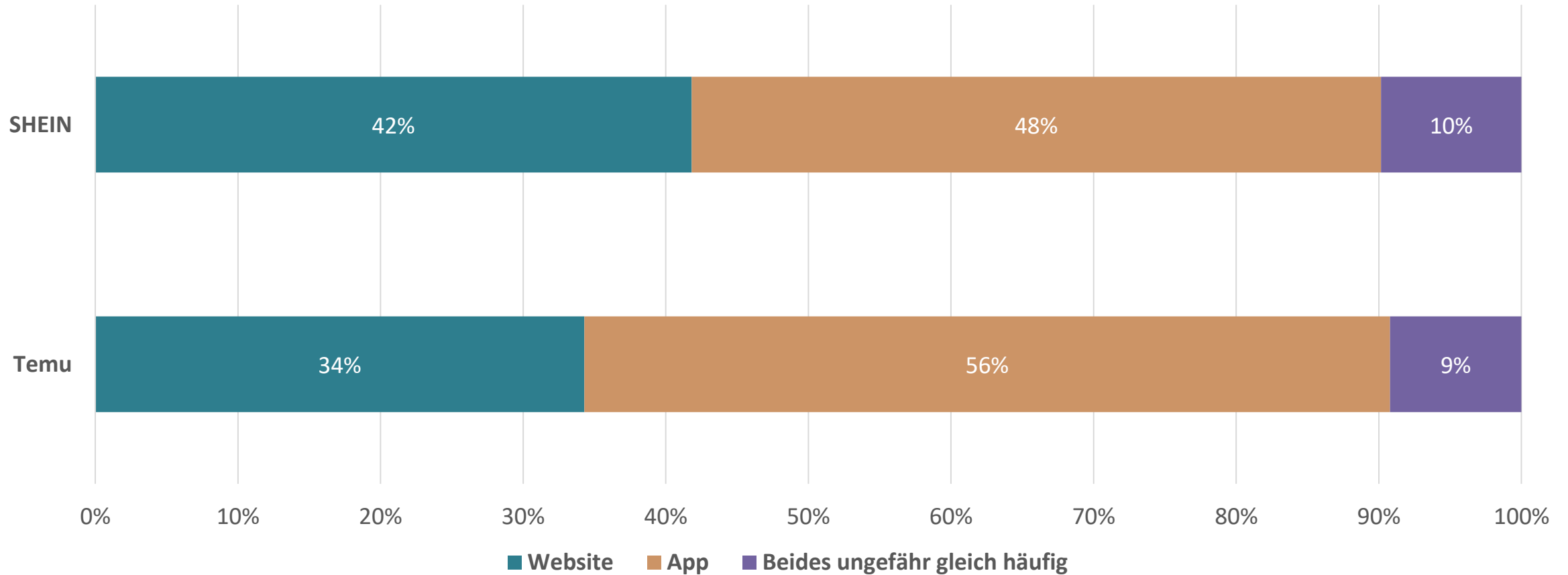
Sind Sie Mitglied im SHEIN CLUB oder bei SHEIN VIP?



N = 538; Befragte, die schon einmal bei SHEIN eingekauft haben

Gerätenutzung

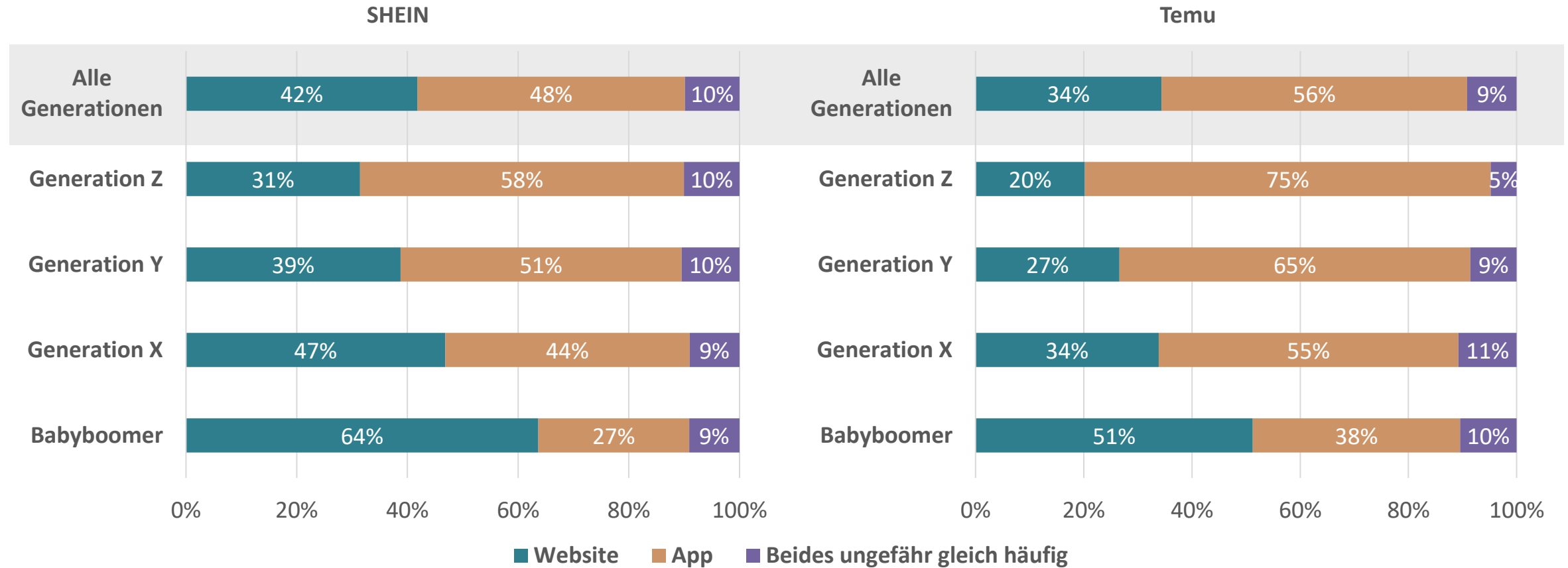
Nutzen Sie vorrangig die App oder die Website von SHEIN bzw. Temu?



SHEIN: N = 538; Temu: N = 733; Befragte, die schon einmal bei SHEIN bzw. Temu eingekauft haben

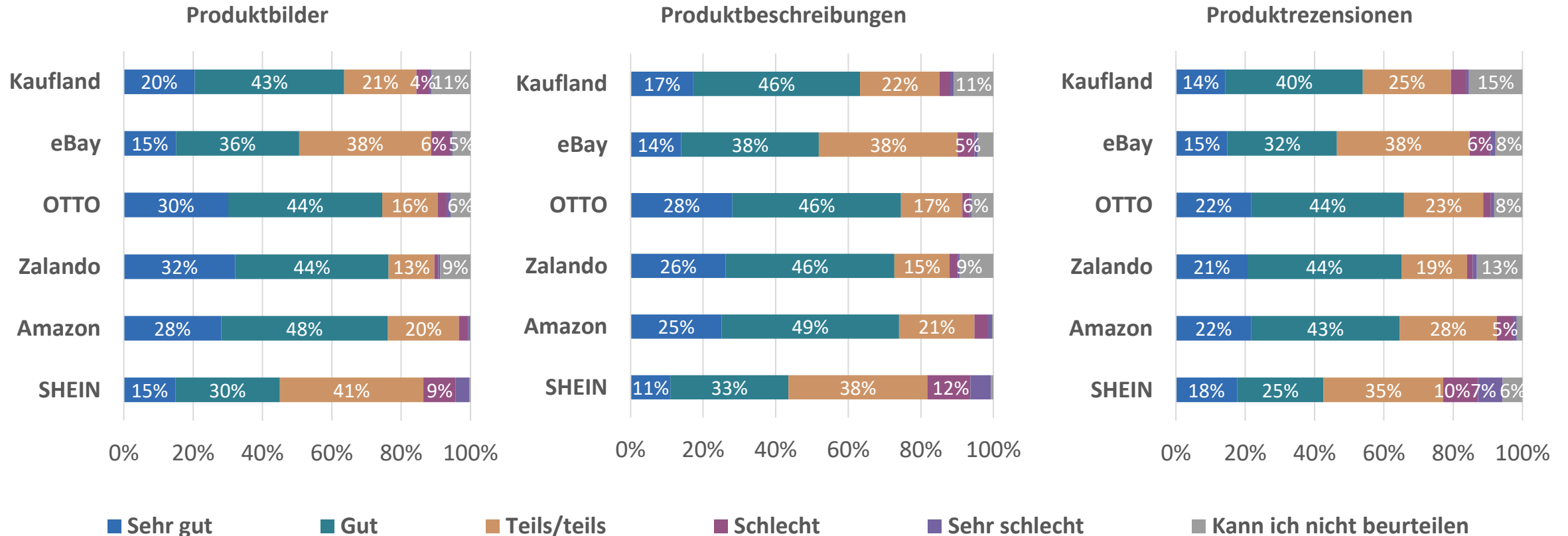
Gerätenutzung

Nutzen Sie vorrangig die App oder die Website von **SHEIN** bzw. **Temu**?
Darstellung nach Generationen



Glaubwürdigkeit im Vergleich zu anderen Anbietern

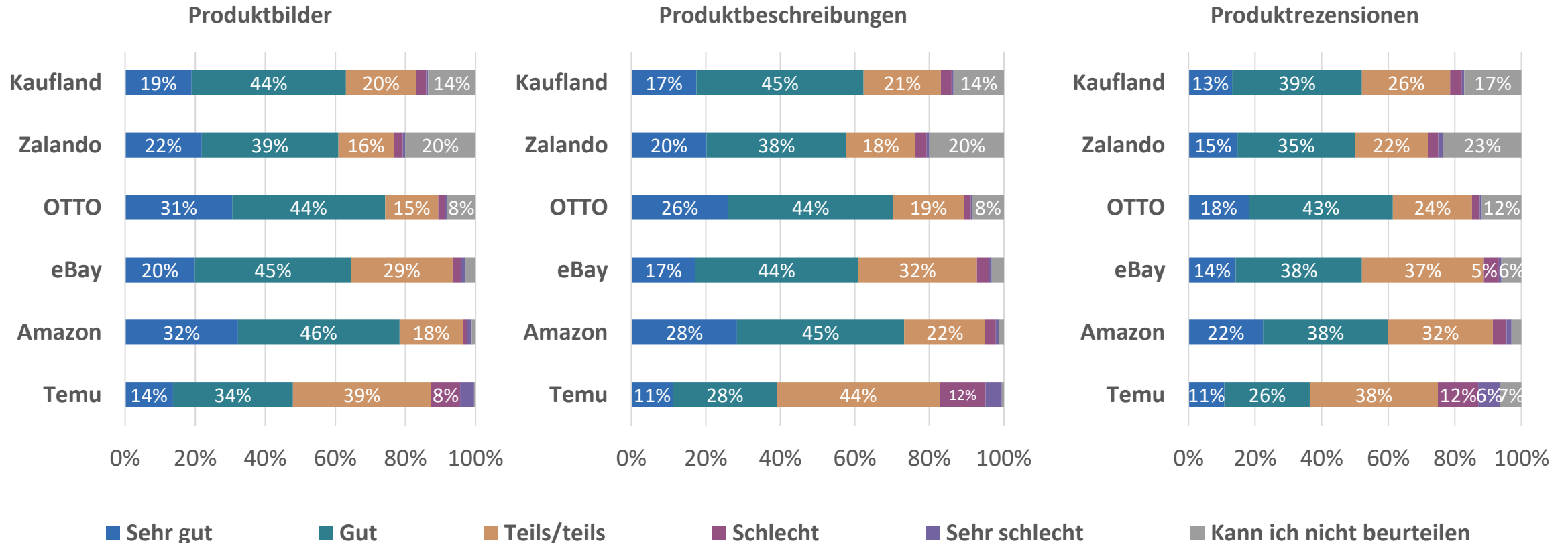
Wie bewerten Sie diese Aspekte bei SHEIN und auf den folgenden Plattformen?



N = 538; Befragte, die schon einmal bei SHEIN eingekauft haben; Werte kleiner als fünf Prozent nicht beschriftet

Glaubwürdigkeit im Vergleich zu anderen Anbietern

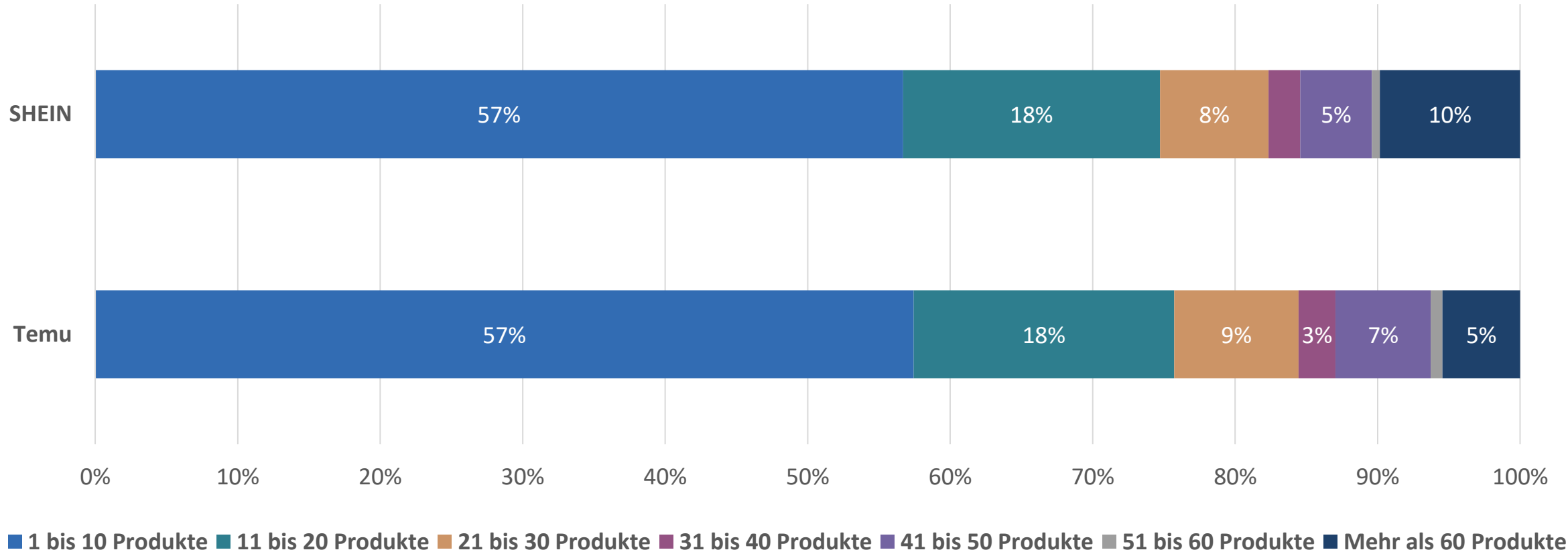
Wie bewerten Sie diese Aspekte bei Temu und auf den folgenden Plattformen?



N = 733; Befragte, die schon einmal bei Temu eingekauft haben; Werte kleiner als fünf Prozent nicht beschriftet

Einkaufshistorie

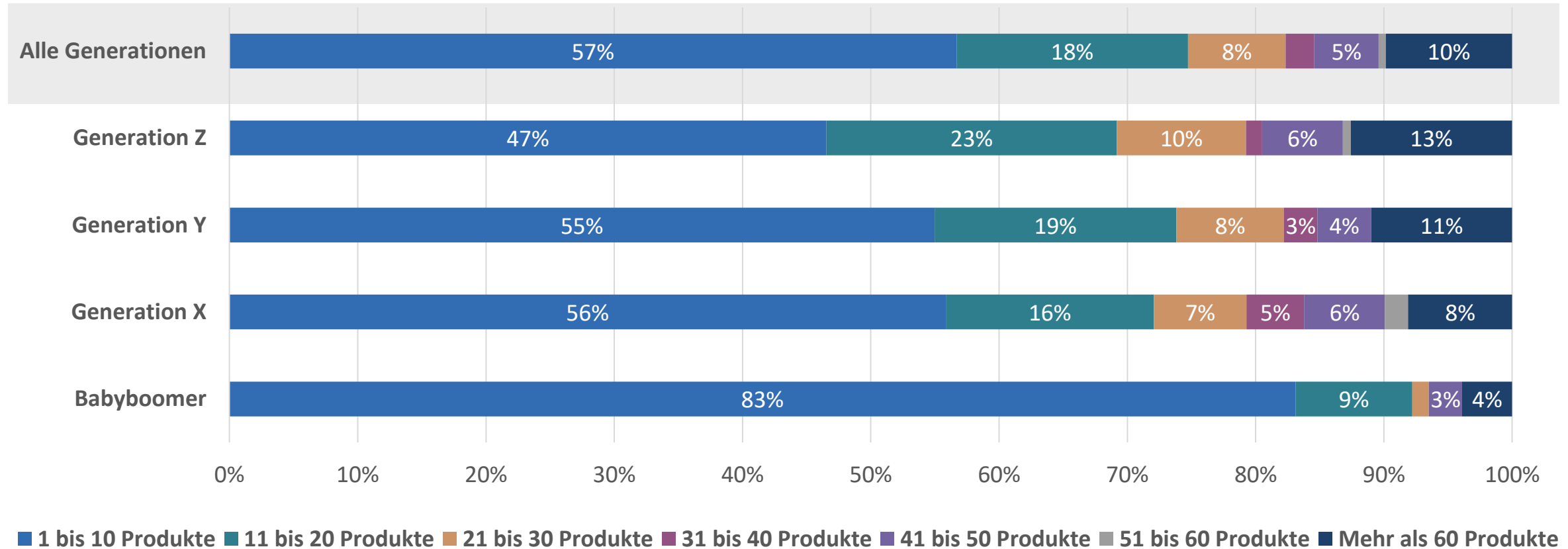
Wie viele Produkte haben Sie bereits insgesamt bei **SHEIN** bzw. **Temu** eingekauft?



SHEIN: N = 538; Temu: N = 733; Befragte, die schon einmal bei SHEIN bzw. Temu eingekauft haben; Werte kleiner als drei Prozent nicht beschriftet

Einkaufshistorie

Wie viele Produkte haben Sie bereits insgesamt bei **SHEIN** eingekauft?
Darstellung nach Generationen

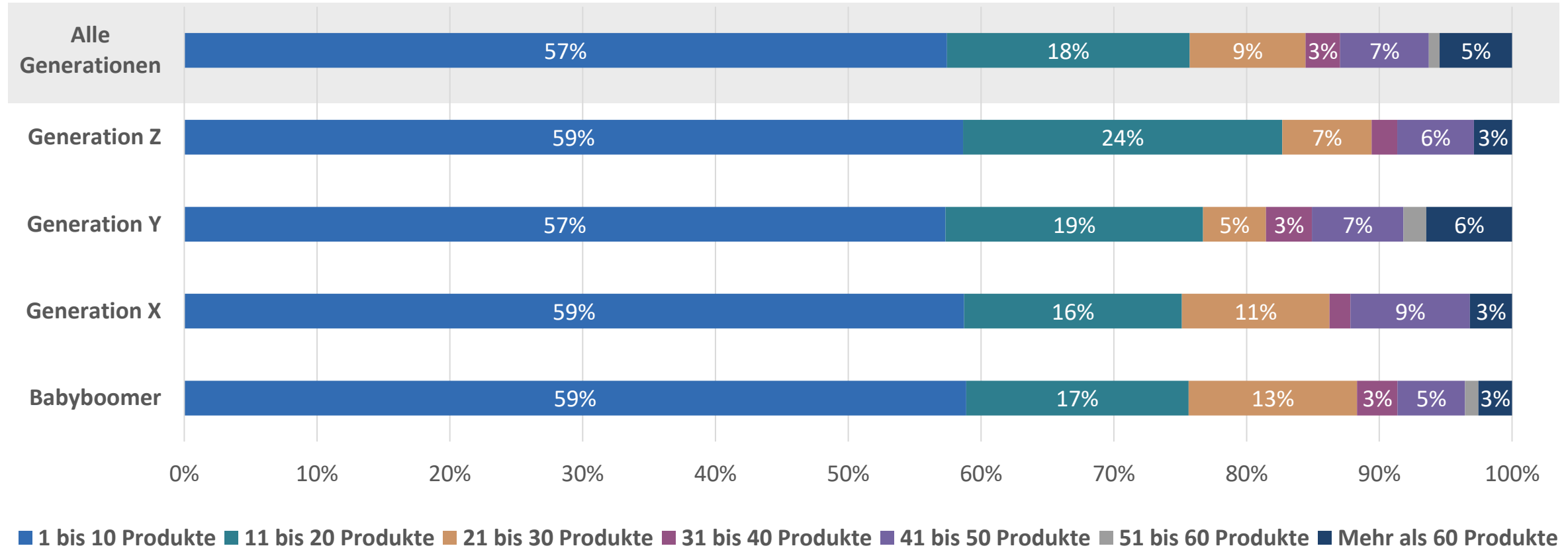


N = 538; Befragte, die schon einmal bei SHEIN eingekauft haben; Werte kleiner als drei Prozent nicht beschriftet

Einkaufshistorie

Wie viele Produkte haben Sie bereits insgesamt bei **Temu** eingekauft?

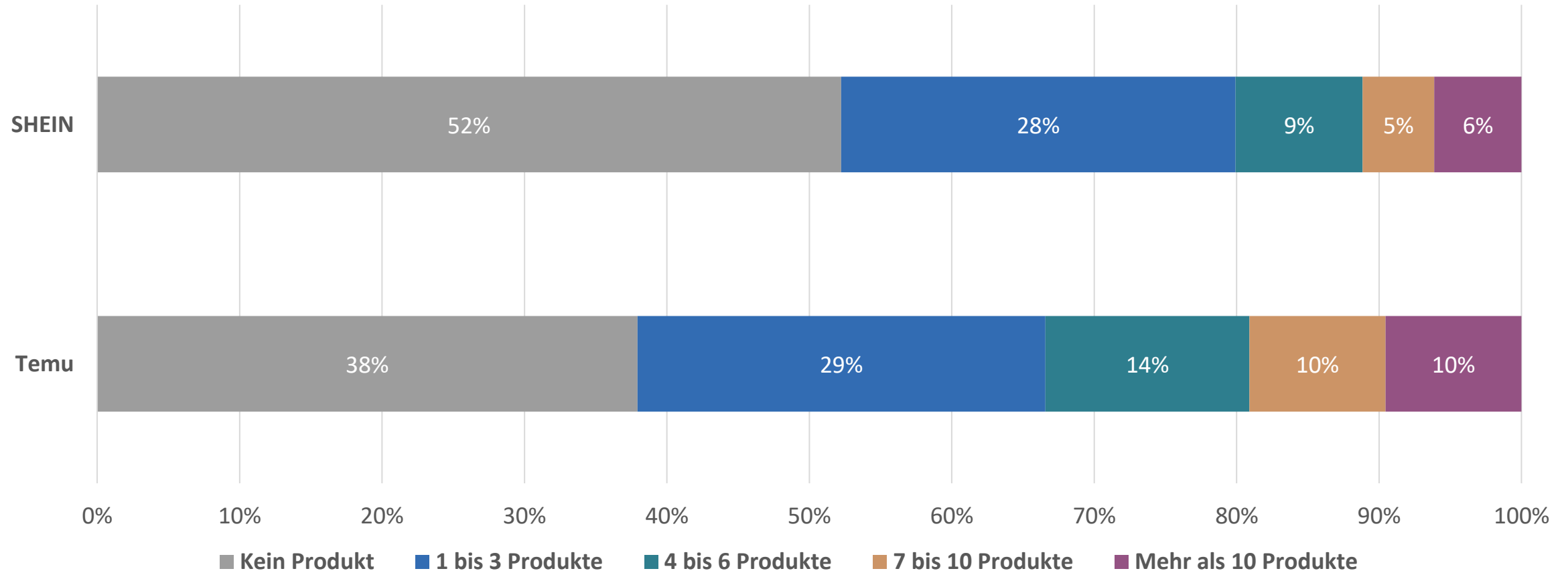
Darstellung nach Generationen



N = 733; Befragte, die schon einmal bei Temu eingekauft haben; Werte kleiner als drei Prozent nicht beschriftet

Produktkäufe in den letzten 30 Tagen

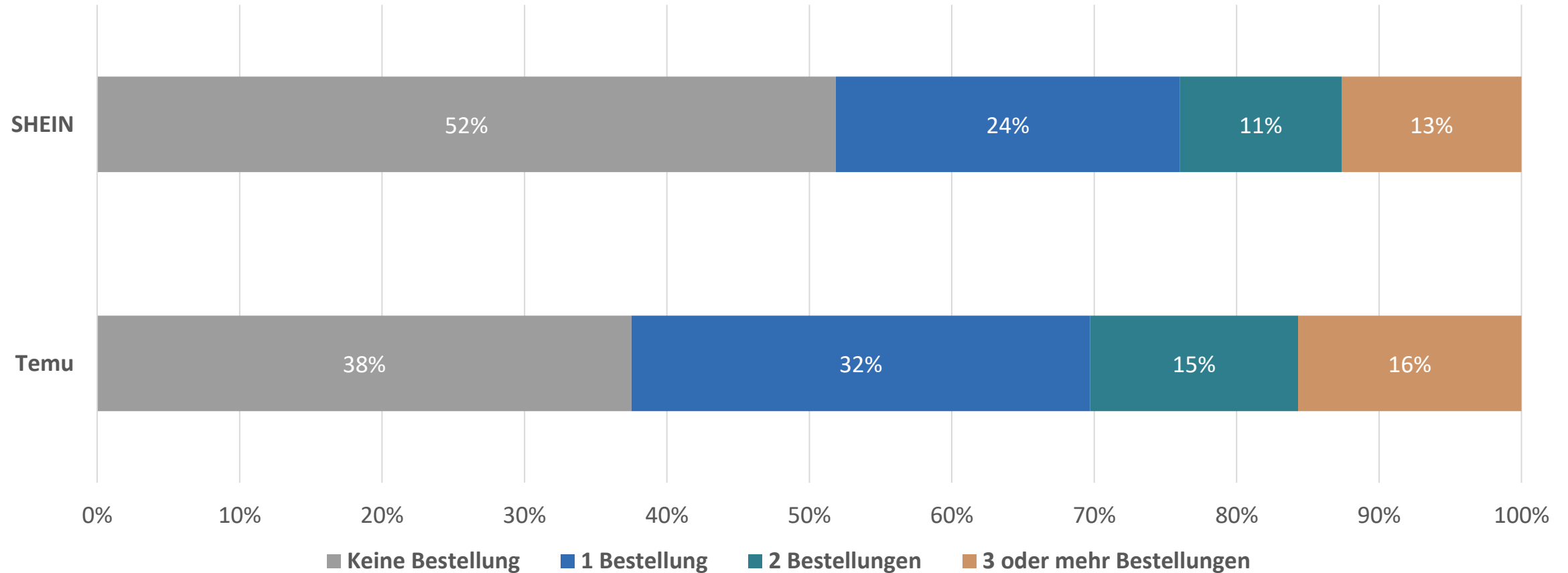
Wie viele Produkte haben Sie (ungefähr) in den vergangenen 30 Tagen bei **SHEIN** bzw. **Temu** eingekauft?



SHEIN: N = 538; Temu: N = 733; Befragte, die schon einmal bei SHEIN bzw. Temu eingekauft haben

Bestellfrequenz in den letzten 30 Tagen

Wie viele Bestellungen haben Sie (ungefähr) in den vergangenen 30 Tagen bei **SHEIN** bzw. **Temu** aufgegeben?



SHEIN: N = 538; Temu: N = 733; Befragte, die schon einmal bei SHEIN bzw. Temu eingekauft haben

Kennzahlen zur Bestellhistorie

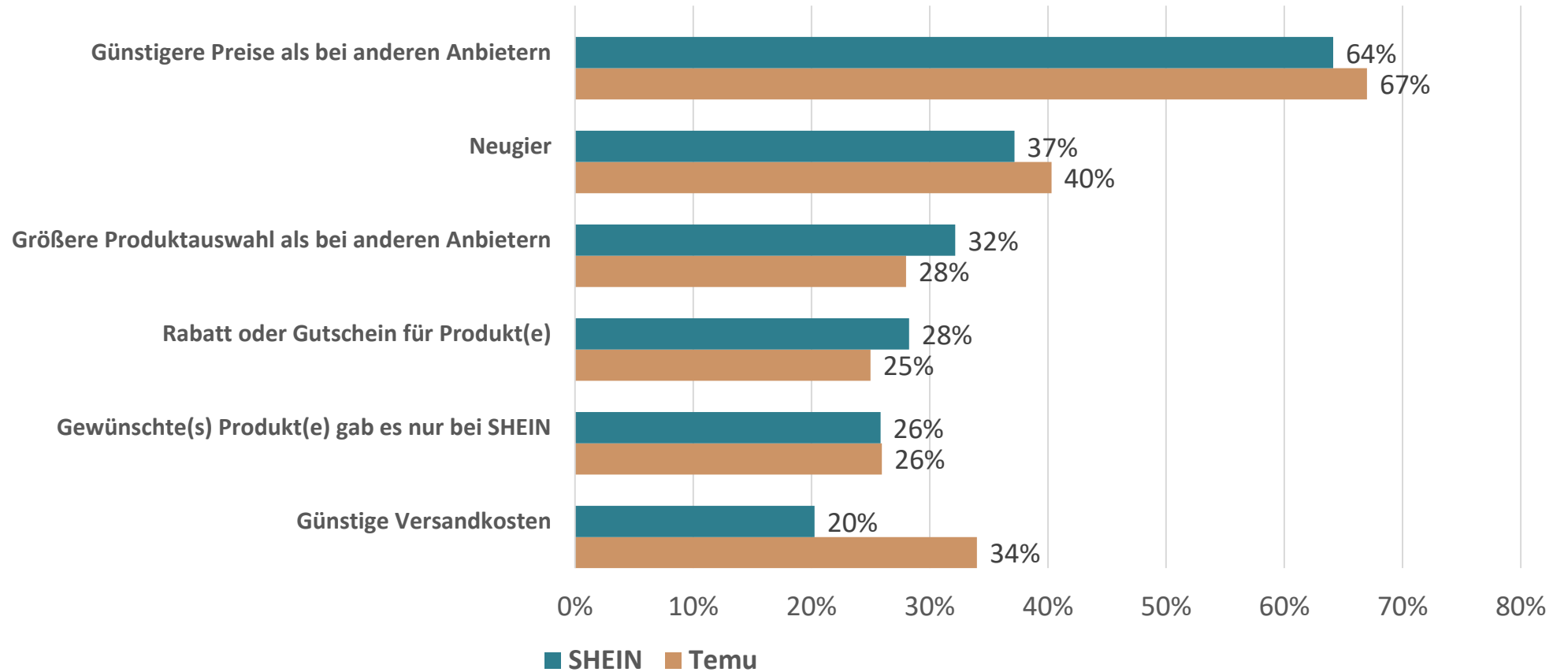


	SHEIN	Temu
Anzahl der gekauften Produkte bisher insgesamt	Modus: 5 Median: 10 Mittel: 30,4	Modus: 5 Median: 10 Mittel: 19,6
Anzahl der Bestellungen in den vergangenen 30 Tagen*	Modus: 1 Median: 1 Mittel: 3,8	Modus: 1 Median: 1 Mittel: 2,9
Anzahl der gekauften Produkte in den vergangenen 30 Tagen*	Modus: 2 Median: 3 Mittel: 6,1	Modus: 1 Median: 4 Mittel: 7,3

SHEIN: N = 538; Temu: N = 733; Befragte, die schon einmal bei SHEIN bzw. Temu eingekauft haben | * nur Fälle mit mindestens einem Produkt bzw. einer Bestellung berücksichtigt

Motivation für den Kauf

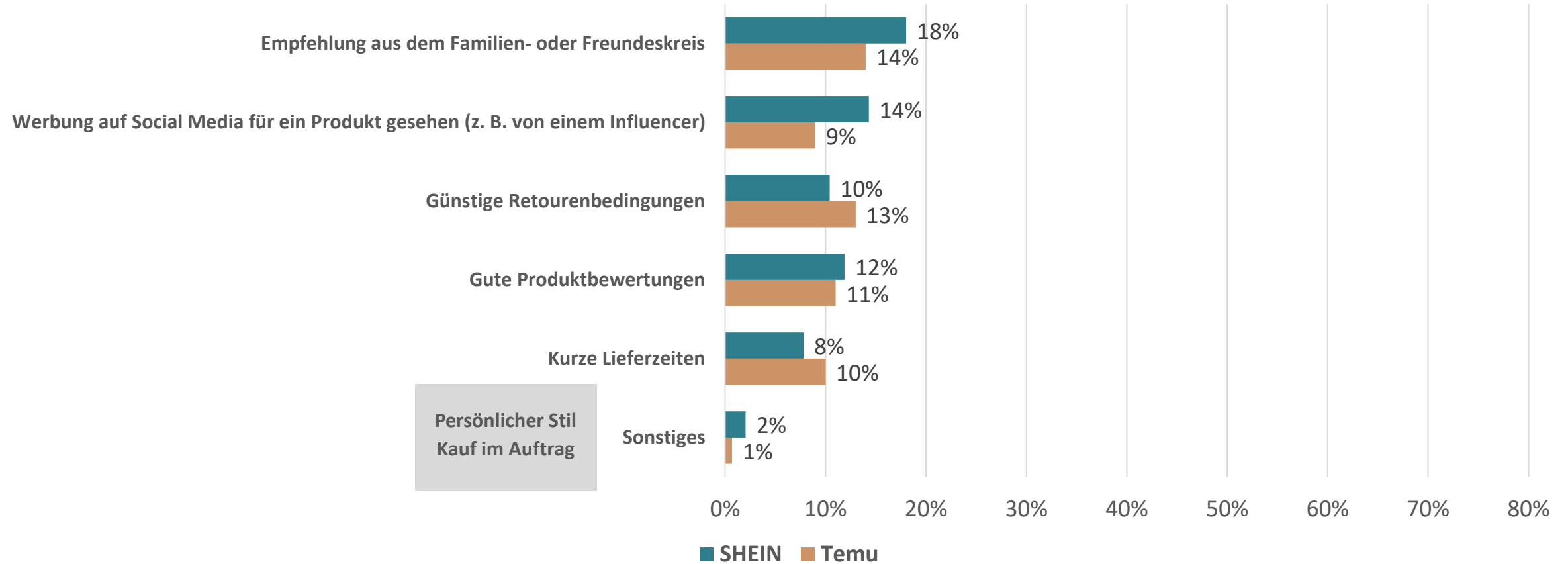
Was waren die Hauptgründe für Ihre Bestellung(en) bei SHEIN bzw. Temu?



SHEIN: N = 538; Temu: N = 733; Befragte, die schon einmal bei SHEIN bzw. Temu eingekauft haben

Motivation für den Kauf

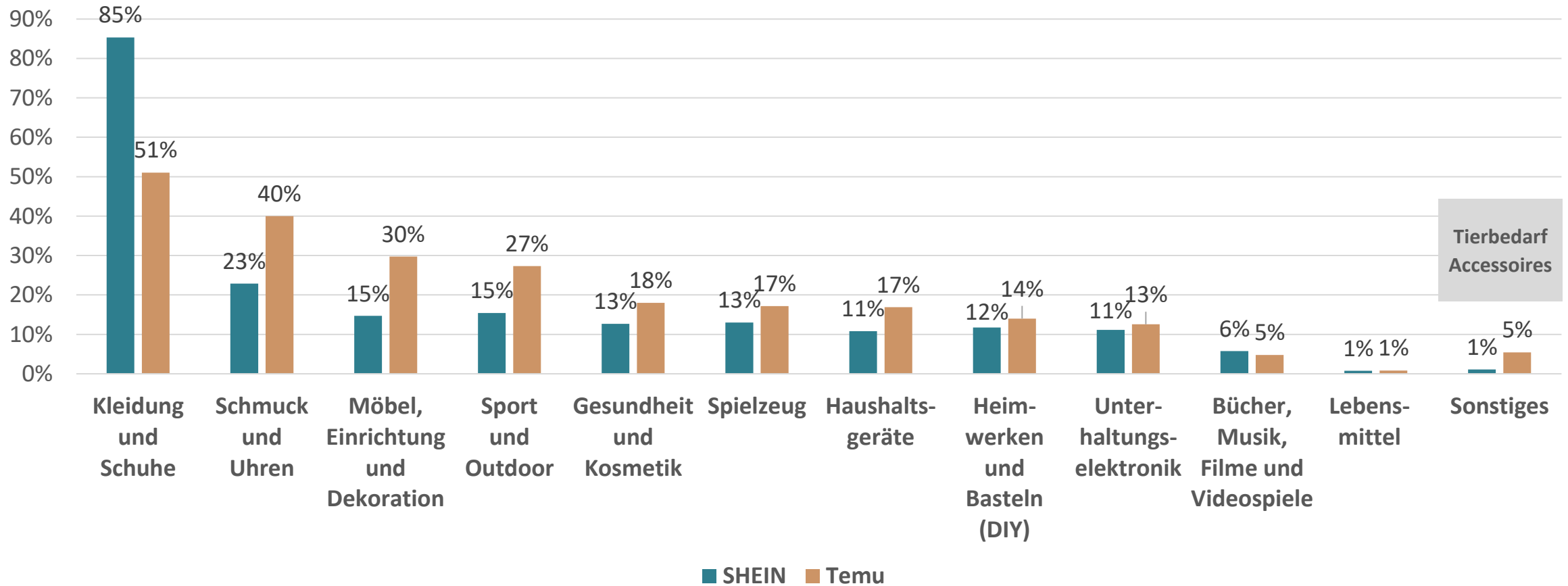
Was waren die Hauptgründe für Ihre Bestellung(en) bei SHEIN bzw. Temu?



SHEIN: N = 538; Temu: N = 733; Befragte, die schon einmal bei SHEIN bzw. Temu eingekauft haben

Beliebtste Produktkategorien

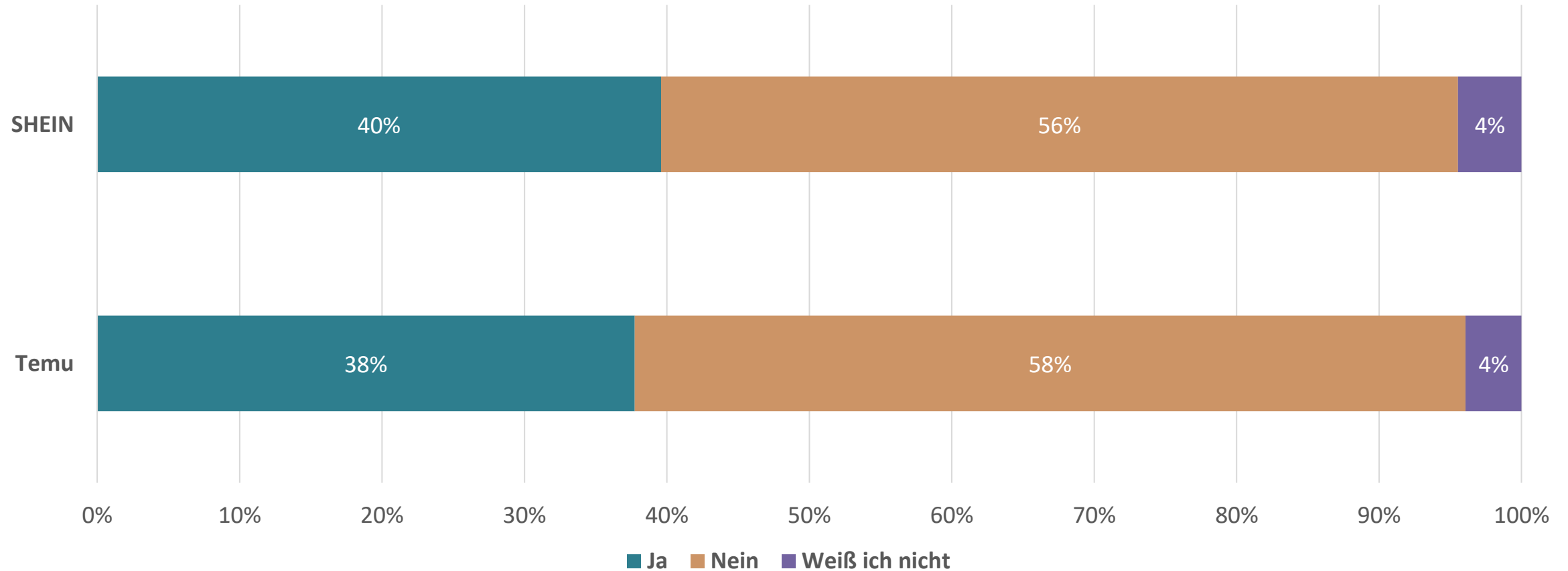
Welches Produkt bzw. welche Produkte haben Sie bei schon **SHEIN** bzw. Temu **gekauft**? Bitte wählen Sie die entsprechende Kategorie(n)!



SHEIN: N = 538; Temu: N = 733; Befragte, die schon einmal bei SHEIN bzw. Temu eingekauft haben

Bestellvolumen bei SHEIN und Temu

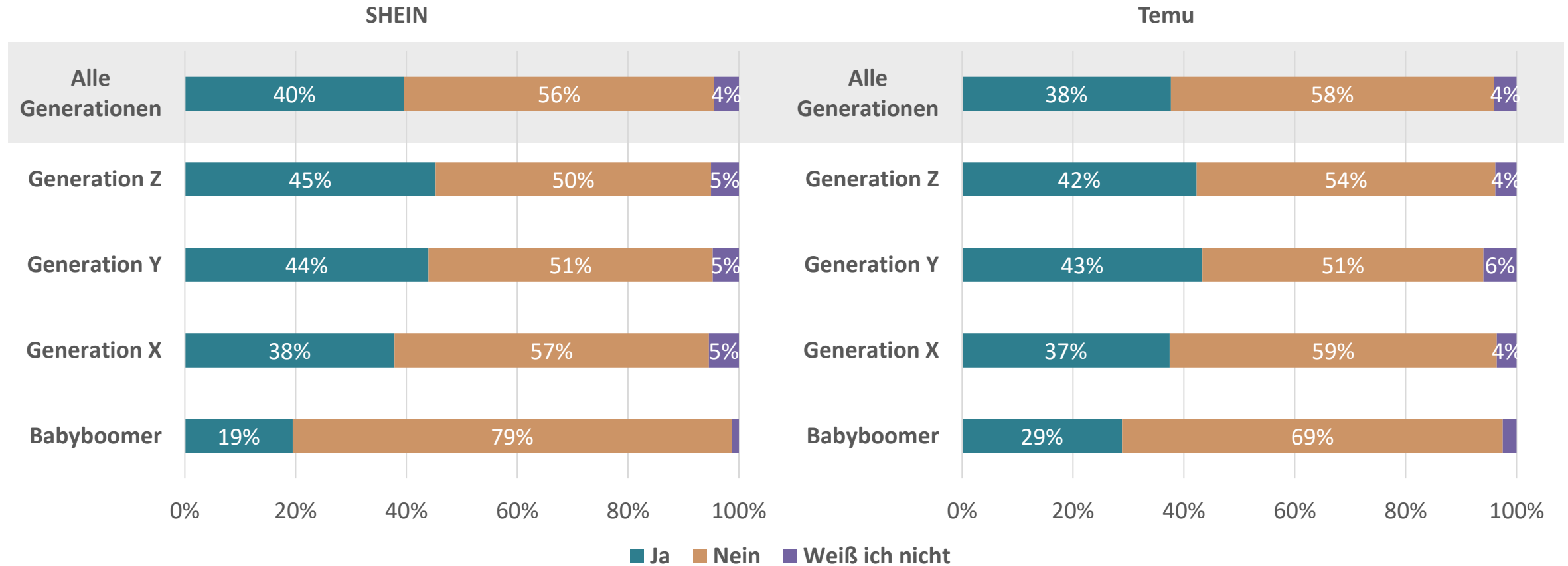
Haben Sie bei Ihrem letzten Besuch der SHEIN- bzw. Temu-Website/-App mehr gekauft als geplant?



SHEIN: N = 538; Temu: N = 733; Befragte, die schon einmal bei SHEIN bzw. Temu eingekauft haben

Bestellvolumen bei SHEIN und Temu

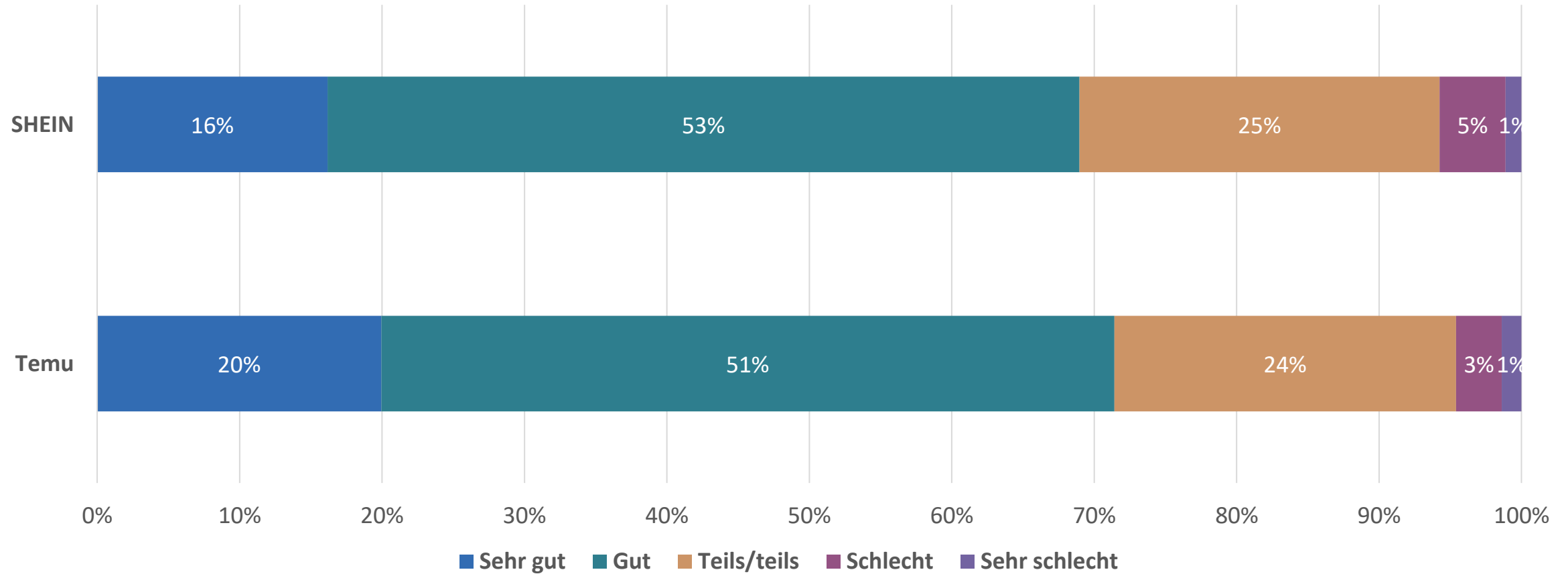
Haben Sie bei Ihrem letzten Besuch der SHEIN- bzw. Temu-Website/-App mehr gekauft als geplant?
Darstellung nach Generationen



SHEIN: N = 538; Temu: N = 733; Befragte, die schon einmal bei SHEIN bzw. Temu eingekauft haben; Werte kleiner als drei Prozent nicht beschriftet

Zufriedenheit mit dem Einkaufserlebnis

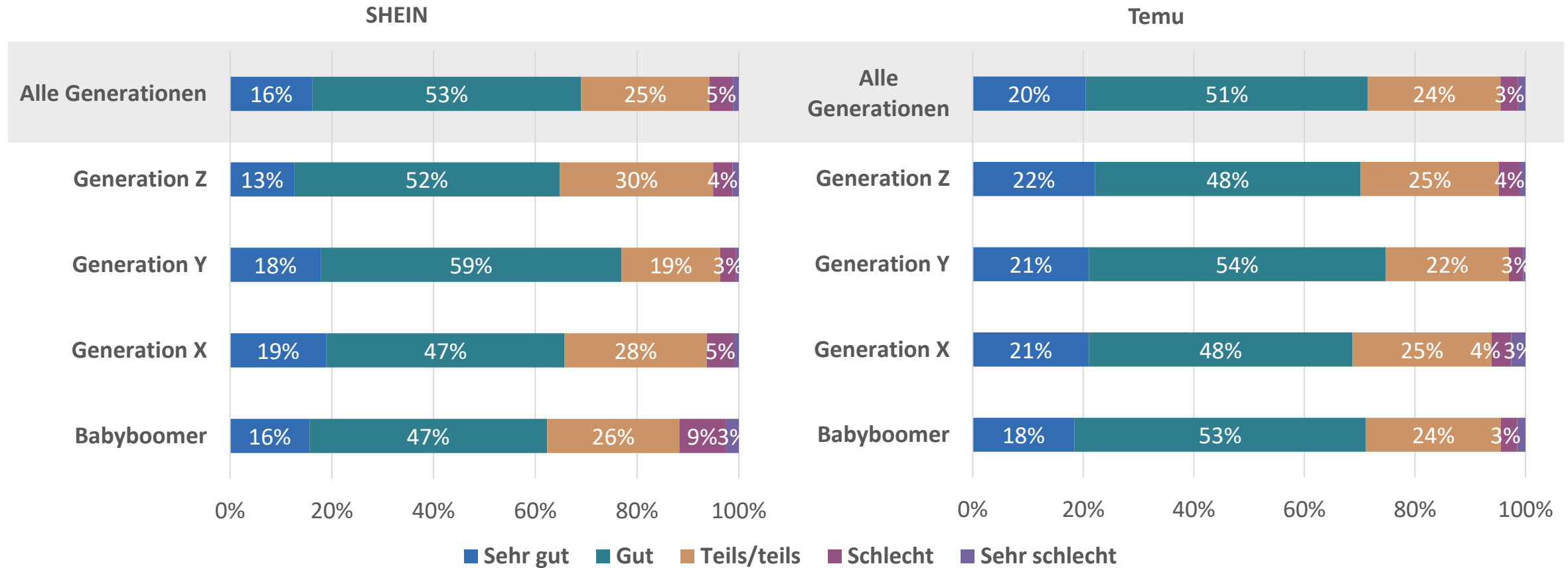
Wie würden Sie Ihr allgemeines Einkaufserlebnis bei SHEIN bzw. Temu bewerten?



SHEIN: N = 538; Temu: N = 733; Befragte, die schon einmal bei SHEIN bzw. Temu eingekauft haben

Zufriedenheit mit dem Einkaufserlebnis

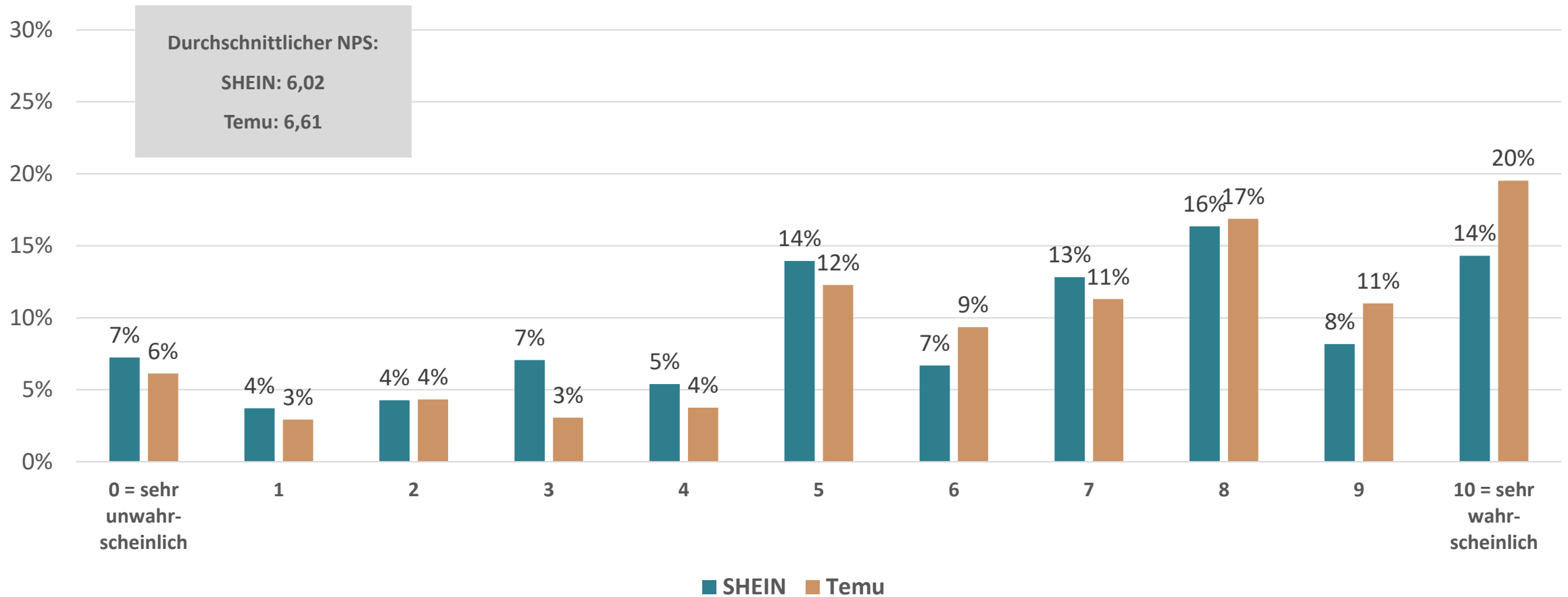
Wie würden Sie Ihr allgemeines Einkaufserlebnis bei SHEIN bzw. Temu bewerten?



SHEIN: N = 538; Temu: N = 733; Befragte, die schon einmal bei SHEIN bzw. Temu eingekauft haben; Werte kleiner als drei Prozent nicht beschriftet

Net Promoter Score

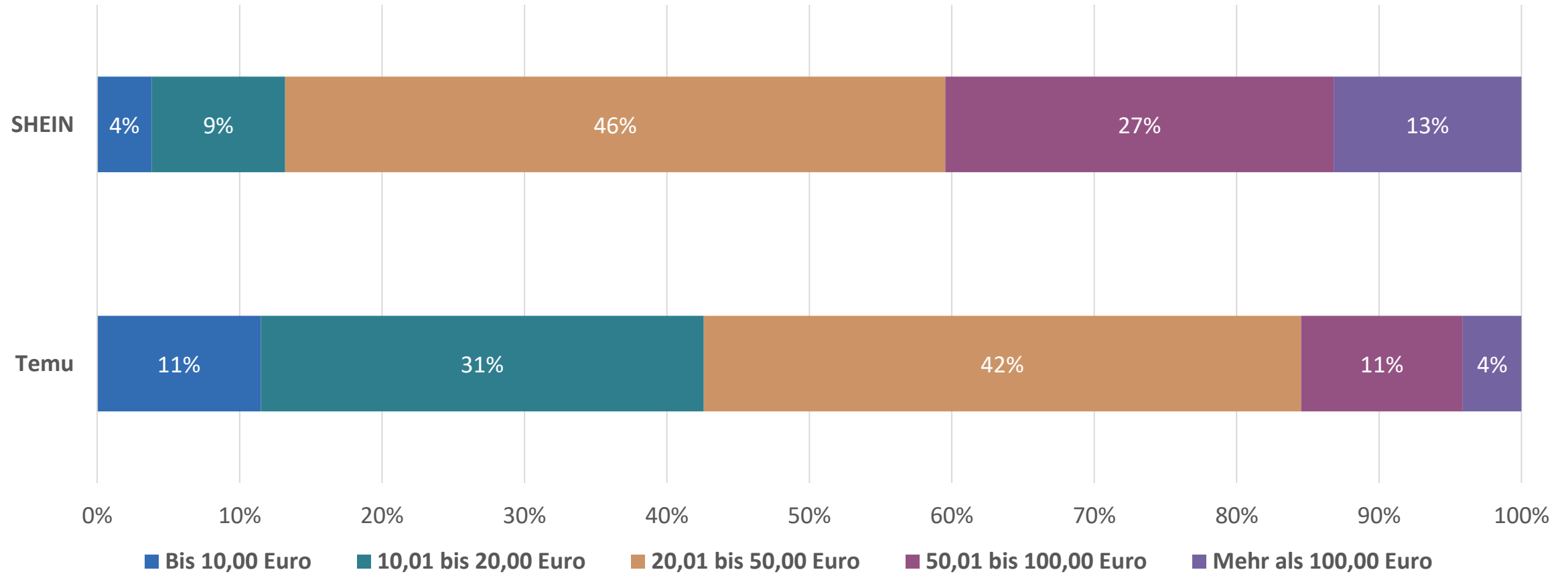
Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie **SHEIN** bzw. **Temu** in Ihrem Freundes- und Familienkreis weiterempfehlen?



SHEIN: N = 538; Temu: N = 733; Befragte, die schon einmal bei SHEIN bzw. Temu eingekauft haben

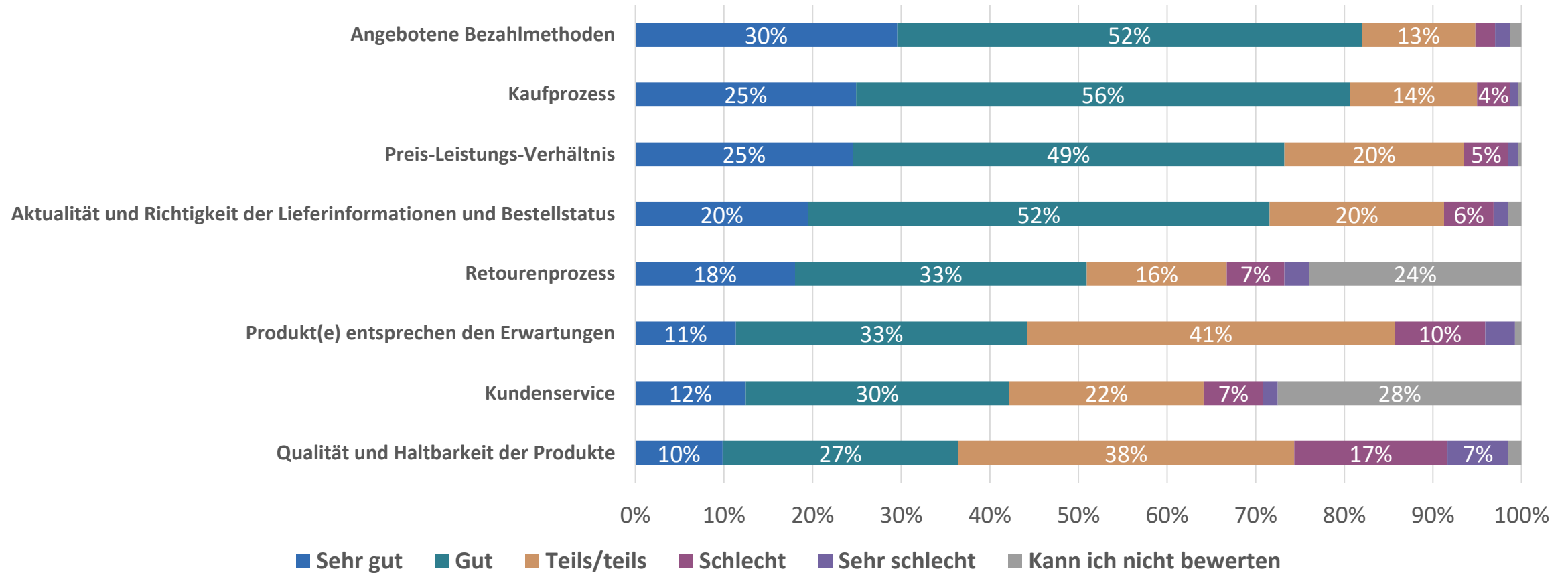
Höhe des letzten Warenkorb

Wie viel Euro hat Ihre letzte SHEIN- bzw. Temu-Bestellung gekostet (ohne Versandkosten)?



Zufriedenheit mit dem Einkauf

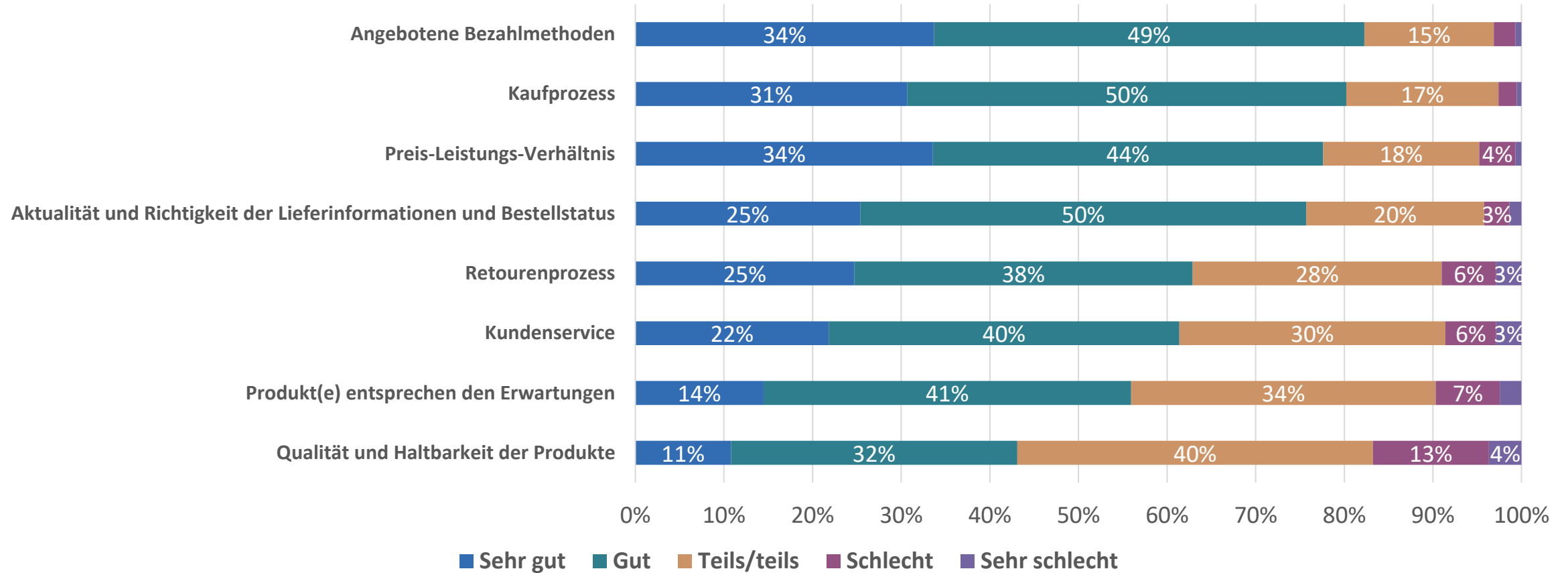
Wie bewerten Sie Ihre Erfahrungen bei allen Ihren SHEIN-Bestellungen hinsichtlich der folgenden Aspekte?



N = 538; Befragte, die schon einmal bei SHEIN eingekauft haben; Werte unter drei Prozent nicht beschriftet

Zufriedenheit mit dem Einkauf

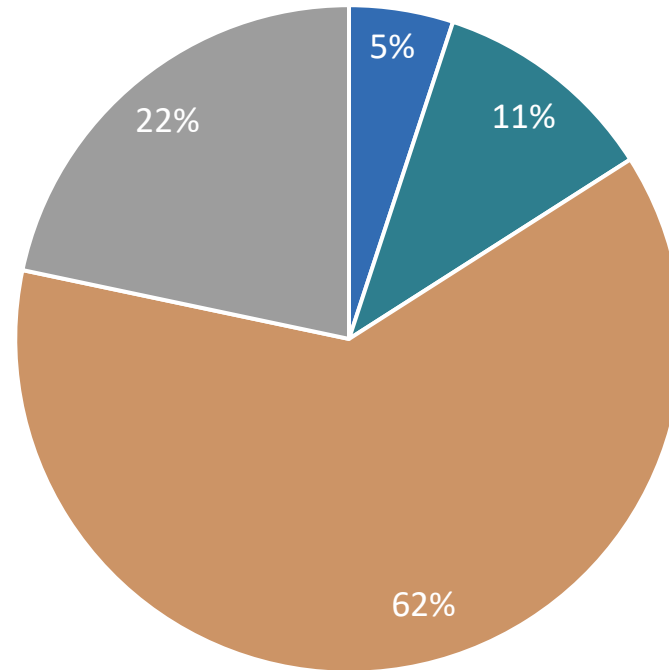
Wie bewerten Sie Ihre Erfahrungen bei allen Ihren Temu-Bestellungen hinsichtlich der folgenden Aspekte?



N = 733; Befragte, die schon einmal bei Temu eingekauft haben; Werte unter drei Prozent nicht beschriftet

Kompensation von Treibhausgasen

Haben Sie bereits bei einem Ihrer Einkäufe bei **Temu** an der Kasse die Option genutzt, Geld für das Pflanzen eines Baumes zu spenden?

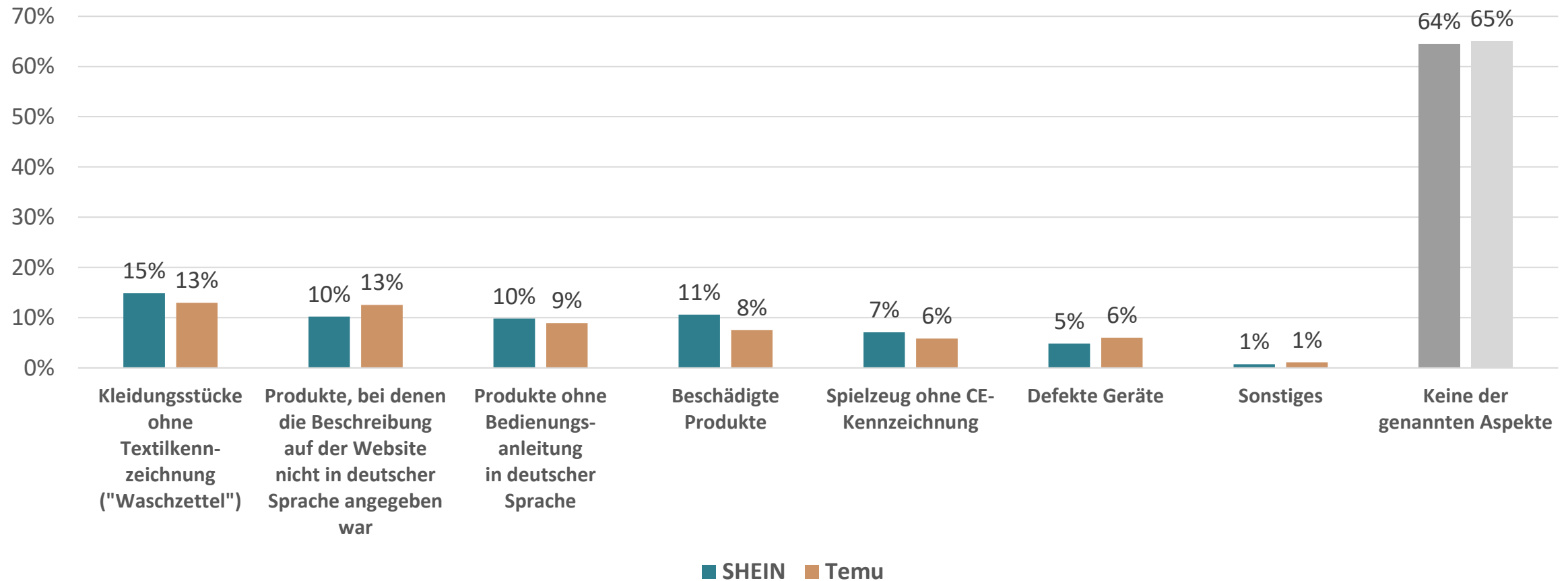


■ Ja, mehrfach. ■ Ja, einmal. ■ Nein, noch nie. ■ Mir wurde diese Option bisher nicht angezeigt bzw. sie ist mir nicht aufgefallen.

N = 733; Befragte, die schon einmal bei Temu eingekauft haben

Häufigkeit des Erhalts unsicherer Waren

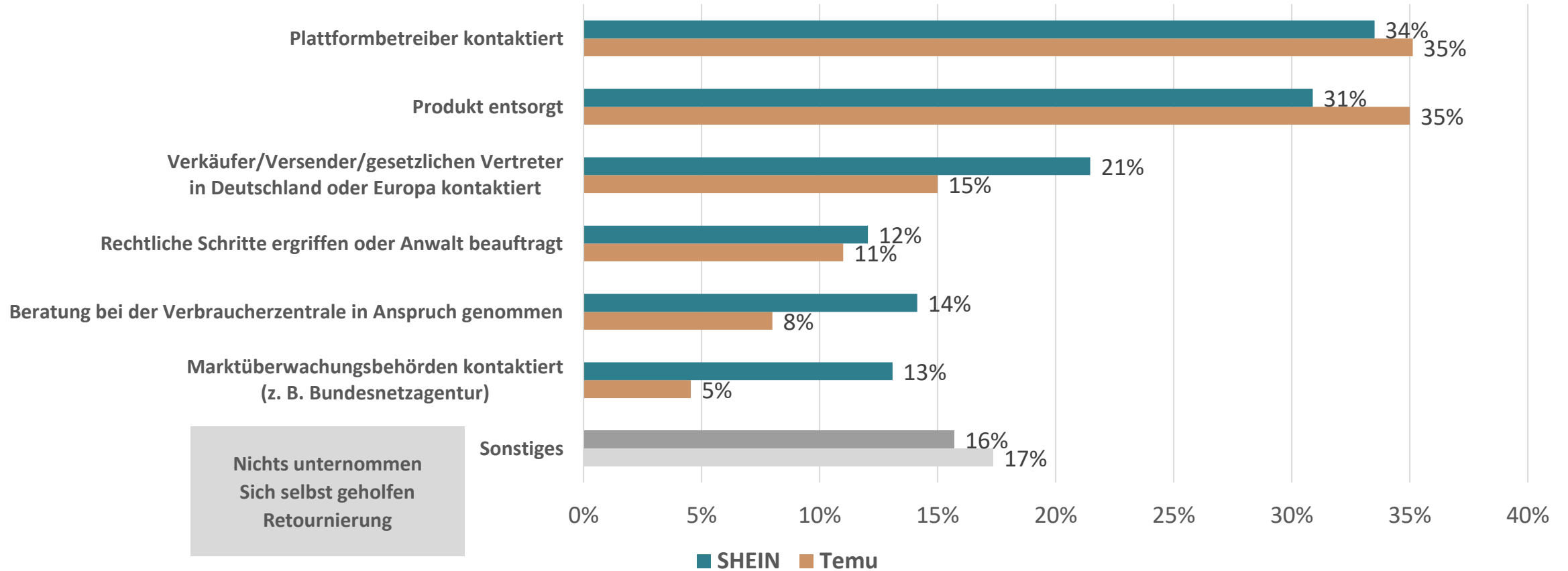
Haben Sie schon einmal Produkte bei SHEIN bzw. Temu gekauft, die Ihnen bei Erhalt unsicher erschienen sind?



SHEIN: N = 538; Temu: N = 733; Befragte, die schon einmal bei SHEIN bzw. Temu eingekauft haben

Reaktionen auf Erhalt unsicherer Waren

Wie haben Sie auf den Erhalt des unsicheren SHEIN bzw. Temu-Produkts reagiert?

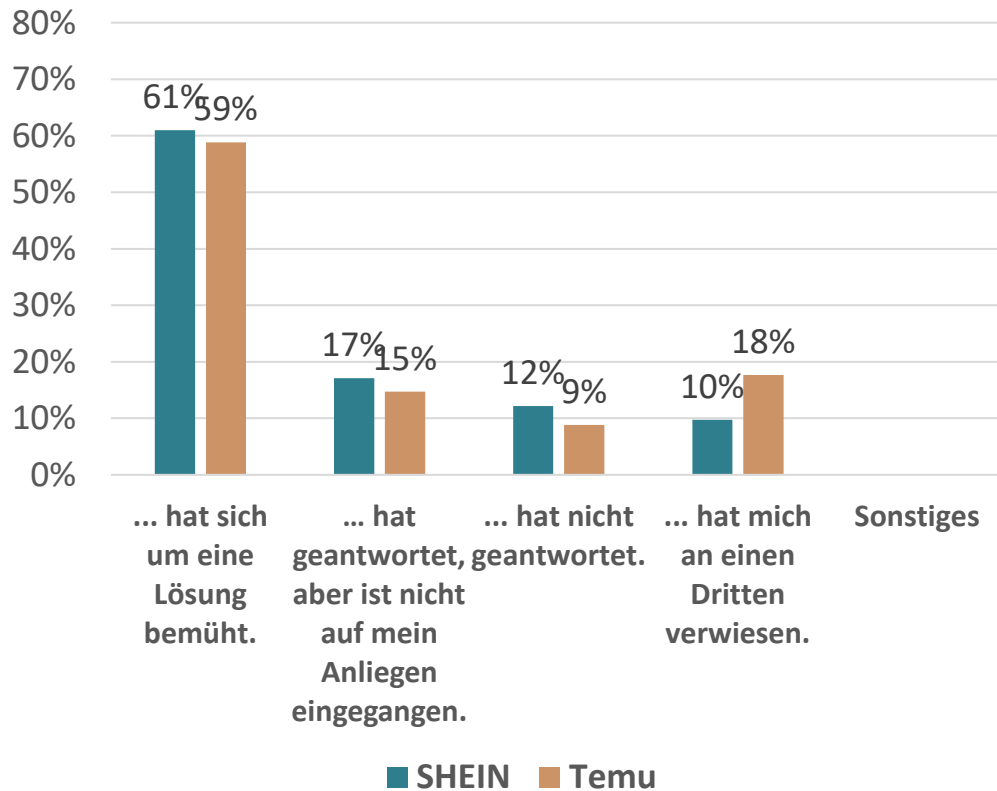


SHEIN: N = 191; Temu: N = 253; Befragte, die schon einmal ein unsicheres Produkt von SHEIN oder Temu erhalten haben

Kontaktaufnahme beim Erhalt unsicherer Waren bei SHEIN

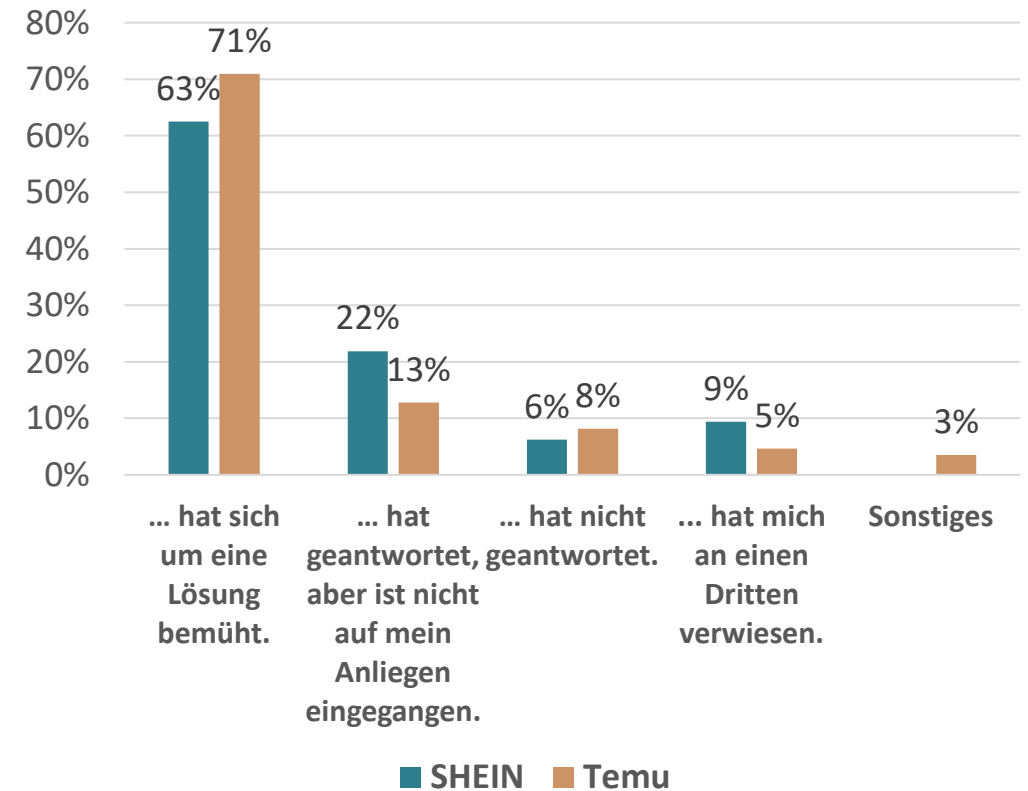
Wenn Sie den Verkäufer/Versender/gesetzlichen Vertreter in Deutschland oder Europa kontaktiert haben, wie hat dieser reagiert? | Wie hat der Plattformbetreiber reagiert?

Der Verkäufer/Versender/gesetzliche Vertreter ...



SHEIN: N = 41; Temu: N = 38; Befragte, die Kontakt mit dem Verkäufer (...) aufgenommen haben; Werte kleiner als drei Prozent nicht beschriftet

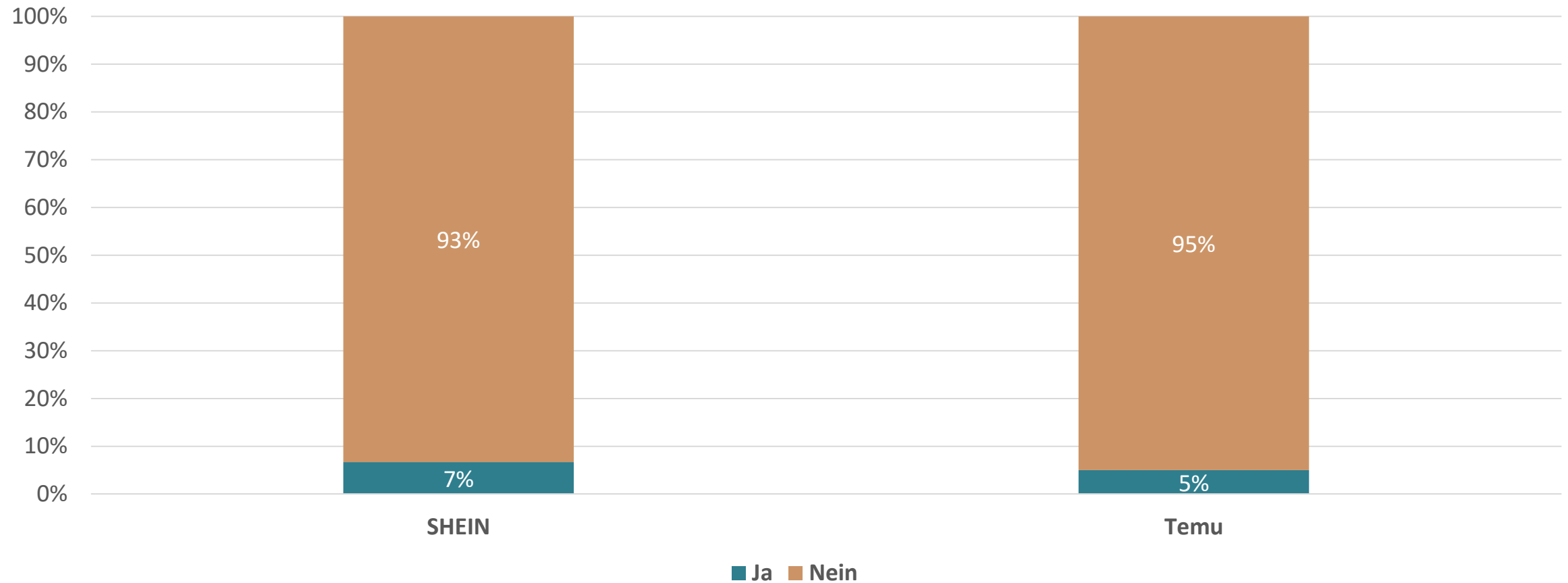
Der Betreiber ...



SHEIN: N = 64; Temu: N = 89; Befragte, die Kontakt mit der Plattform aufgenommen haben; Werte kleiner als drei Prozent nicht beschriftet

Zollgebühren beim Einkauf

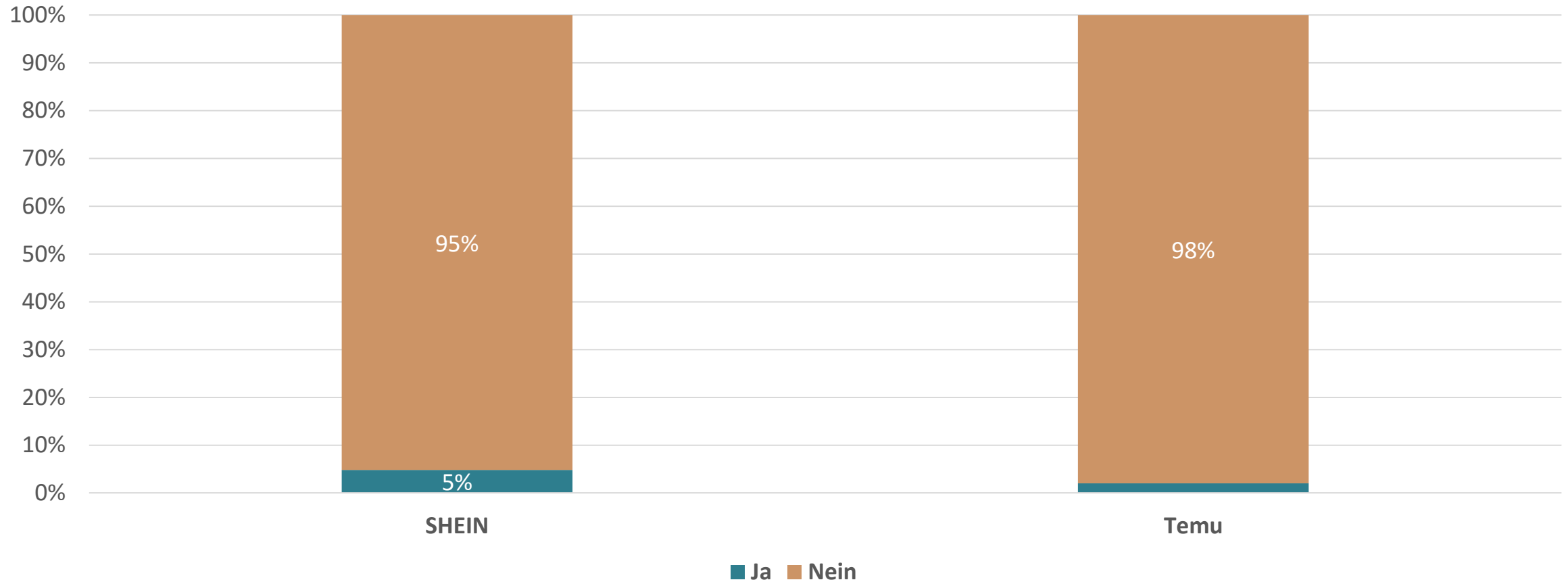
Haben Sie für Ihre letzte SHEIN- bzw. Temu-Bestellung Zollgebühren bezahlt?



SHEIN: N = 538; Temu: N = 733; Befragte, die schon einmal bei SHEIN bzw. Temu eingekauft haben

Probleme bei der Einfuhr von Produkten

Hatten Sie schon einmal Probleme mit dem Zoll bei der Einfuhr von Produkten, die Sie bei **SHEIN** bzw. **Temu** gekauft haben?



SHEIN: N = 538; Temu: N = 733; Befragte, die schon einmal bei SHEIN bzw. Temu eingekauft haben; Werte unter drei Prozent nicht beschriftet

Lösung von Problemen bei der Einfuhr

Konnten diese Probleme behoben werden?



„Ich musste zum **Zollamt** das **Paket aufmachen** und die **Rechnung und Bestellung vorlegen.**“



„Ich habe die **Gebühr beim Zusteller** bezahlt.“



„Das Problem wurde nach **telefonischer Absprache** und **entsprechenden Zollgebühren** gelöst.“



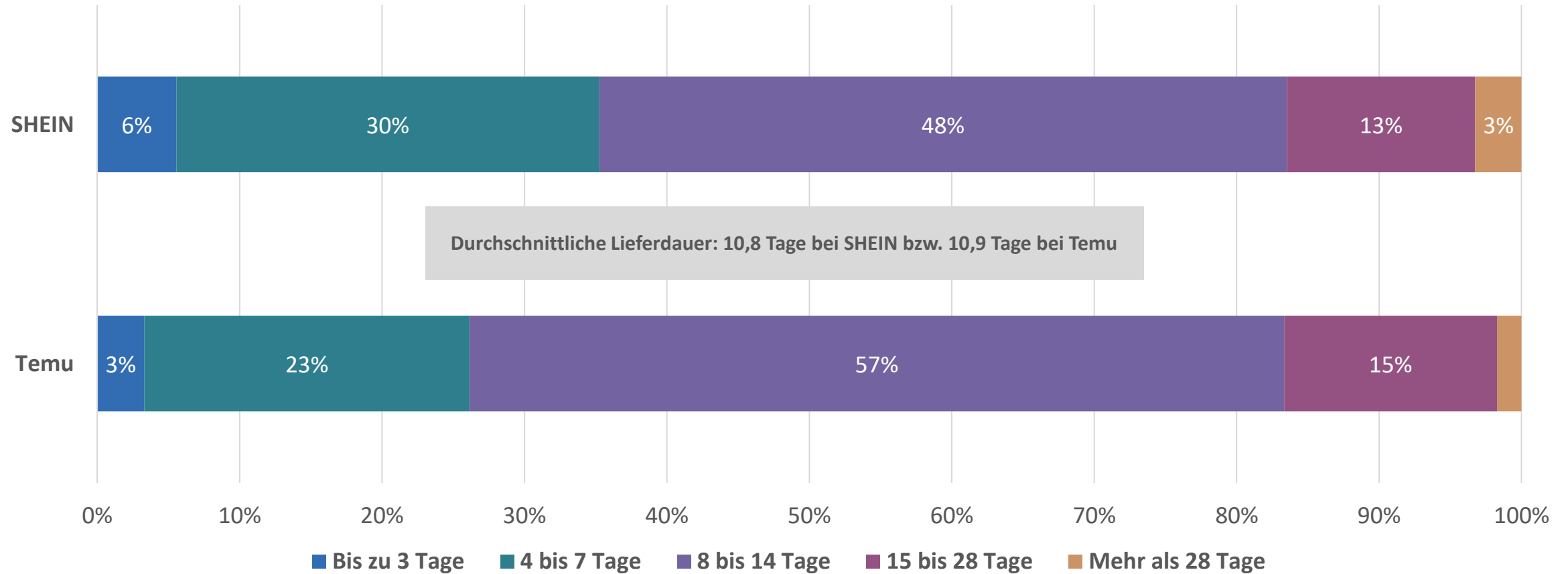
„Es wurde **zeitnah geantwortet** und Betrag musste **nicht gezahlt** werden.“



„Ich musste **viel Geld** wegen der **Zwischenlagerung** zahlen.“

Lieferdauer beim Einkauf

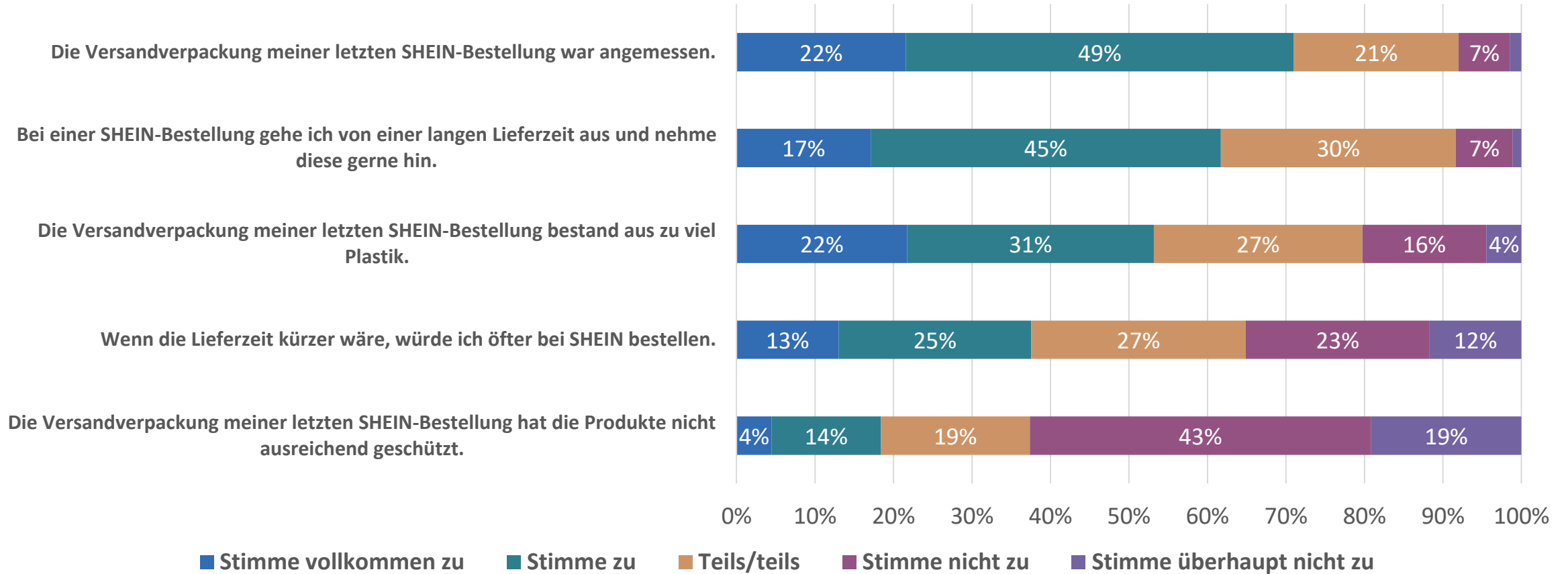
Nach wie vielen Tagen ist Ihre letzte SHEIN- bzw. Temu-Bestellung bei Ihnen angekommen?



SHEIN: N = 522; Temu: N = 696; Befragte, die schon einmal bei SHEIN bzw. Temu eingekauft und ihre letzte Bestellung bereits erhalten haben; Werte unter drei Prozent nicht beschriftet

Erfahrungen mit dem Versand

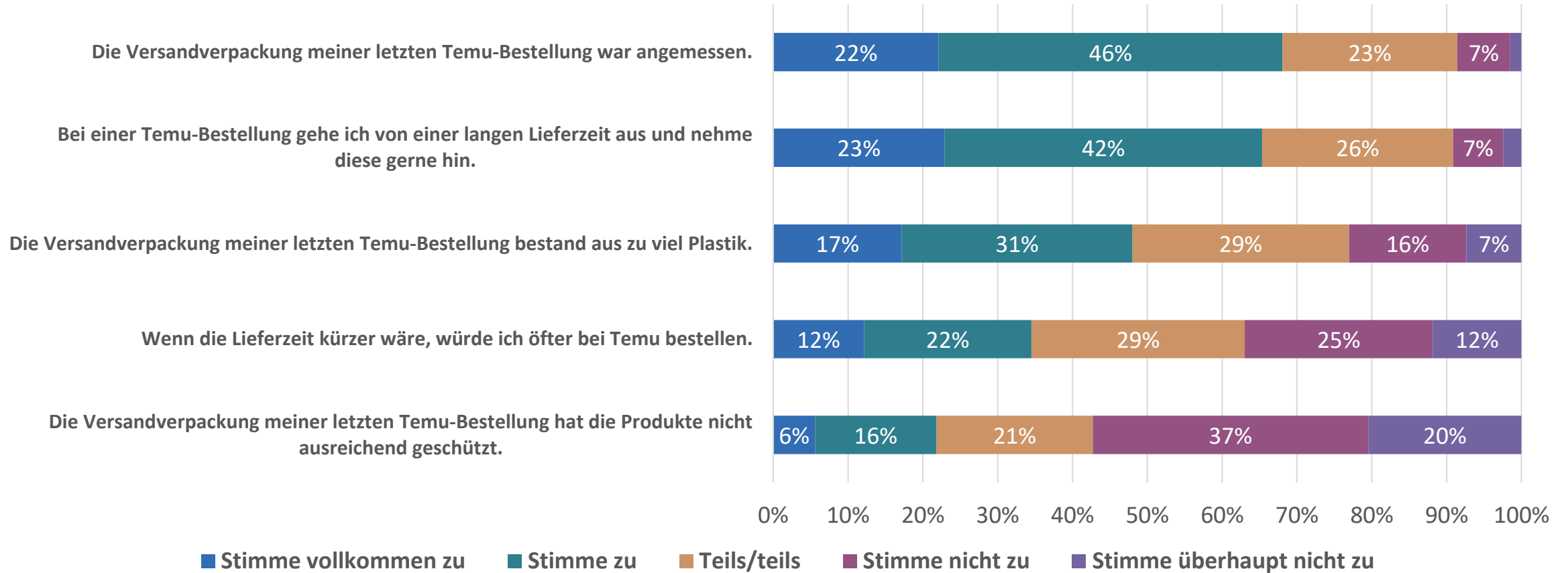
Bewerten Sie die folgenden Aussagen zu SHEIN!



N = 538; Befragte, die schon einmal bei SHEIN eingekauft haben; Werte unter drei Prozent nicht beschriftet

Erfahrungen mit dem Versand

Bewerten Sie die folgenden Aussagen zu Temu!



N = 733; Befragte, die schon einmal bei Temu eingekauft haben; Werte unter drei Prozent nicht beschriftet

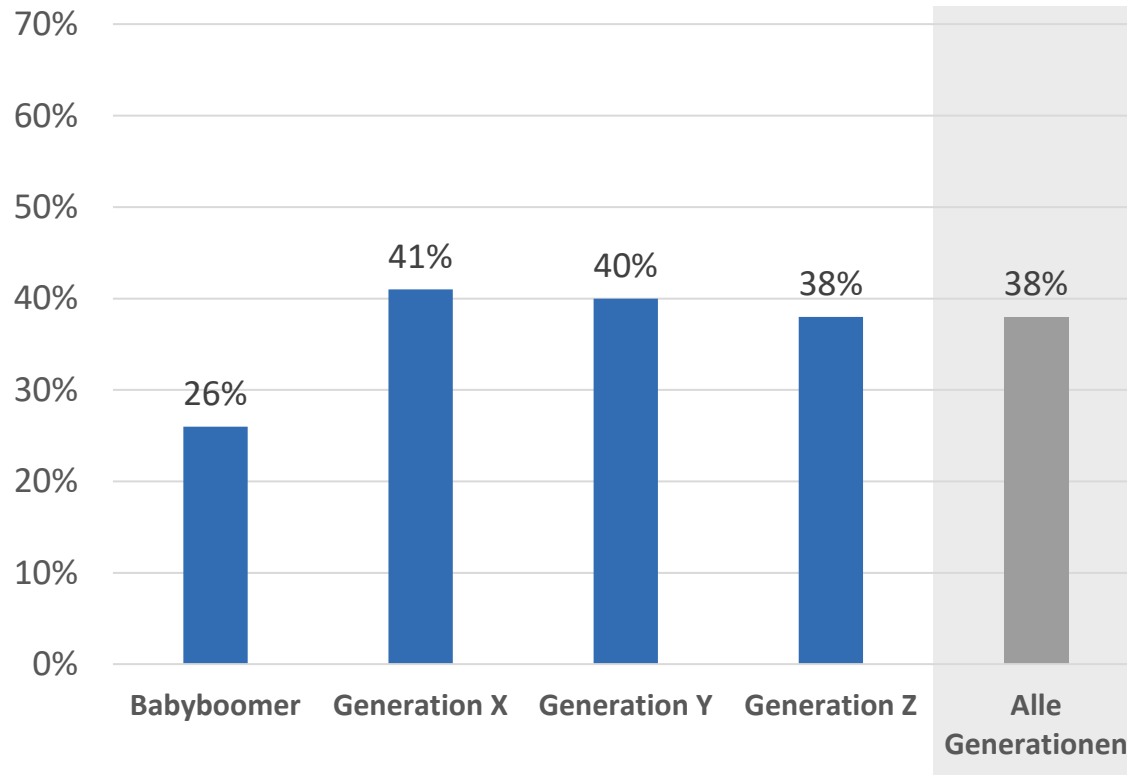
Erfahrungen mit dem Versand

Zustimmung zu Statements (Top-2-Boxes) zu SHEIN

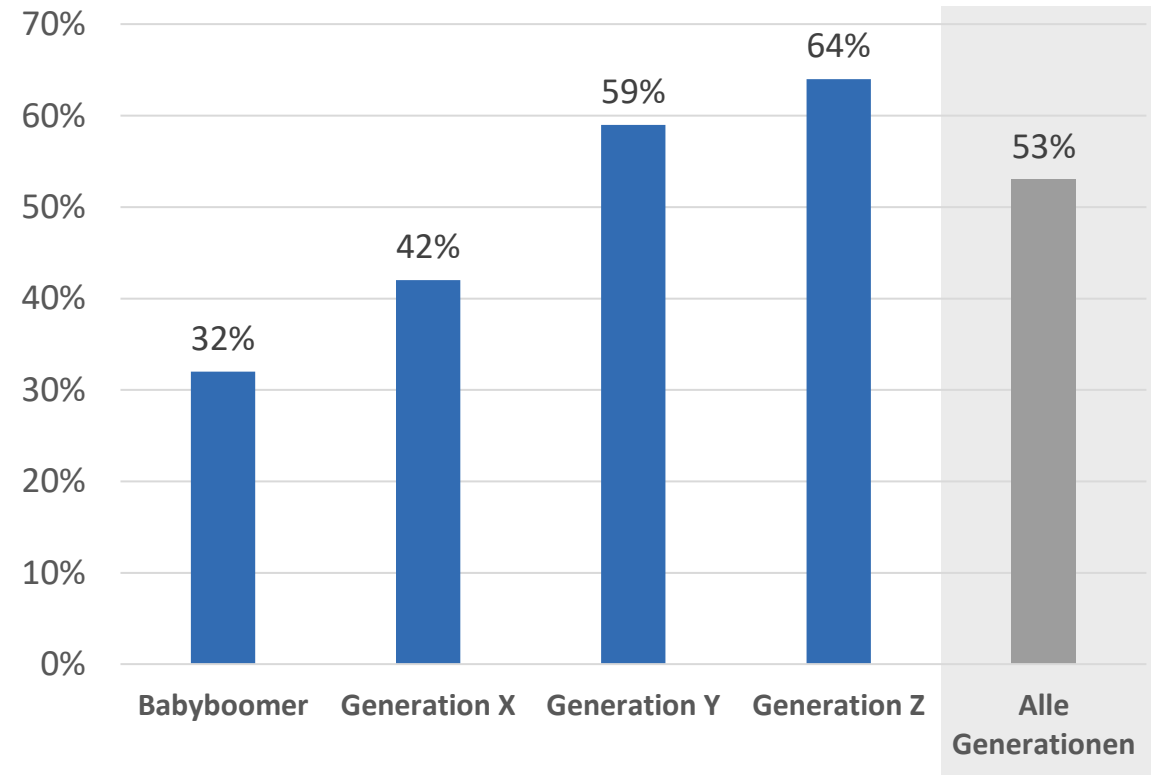
Darstellung nach Generationen



Wenn die Lieferzeit kürzer wäre, würde ich öfter bei SHEIN bestellen.



Die Versandverpackung meiner letzten SHEIN-Bestellung bestand aus zu viel Plastik.

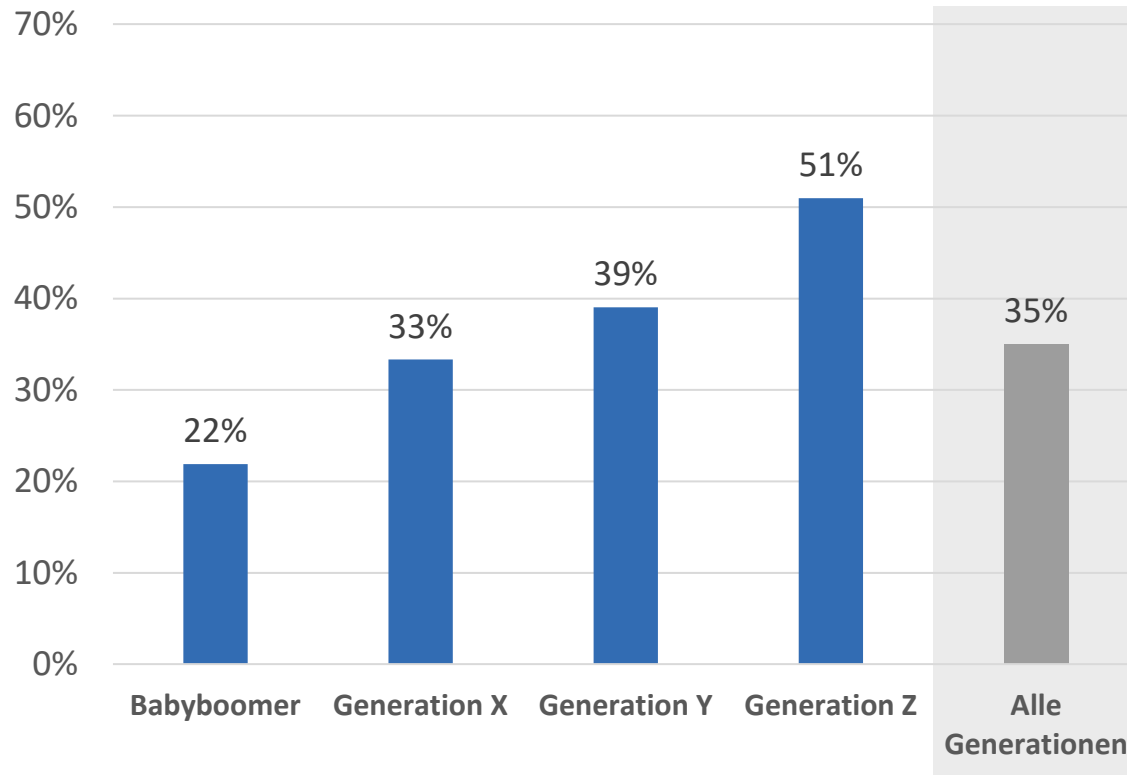


N = 538; Befragte, die schon einmal bei SHEIN eingekauft haben

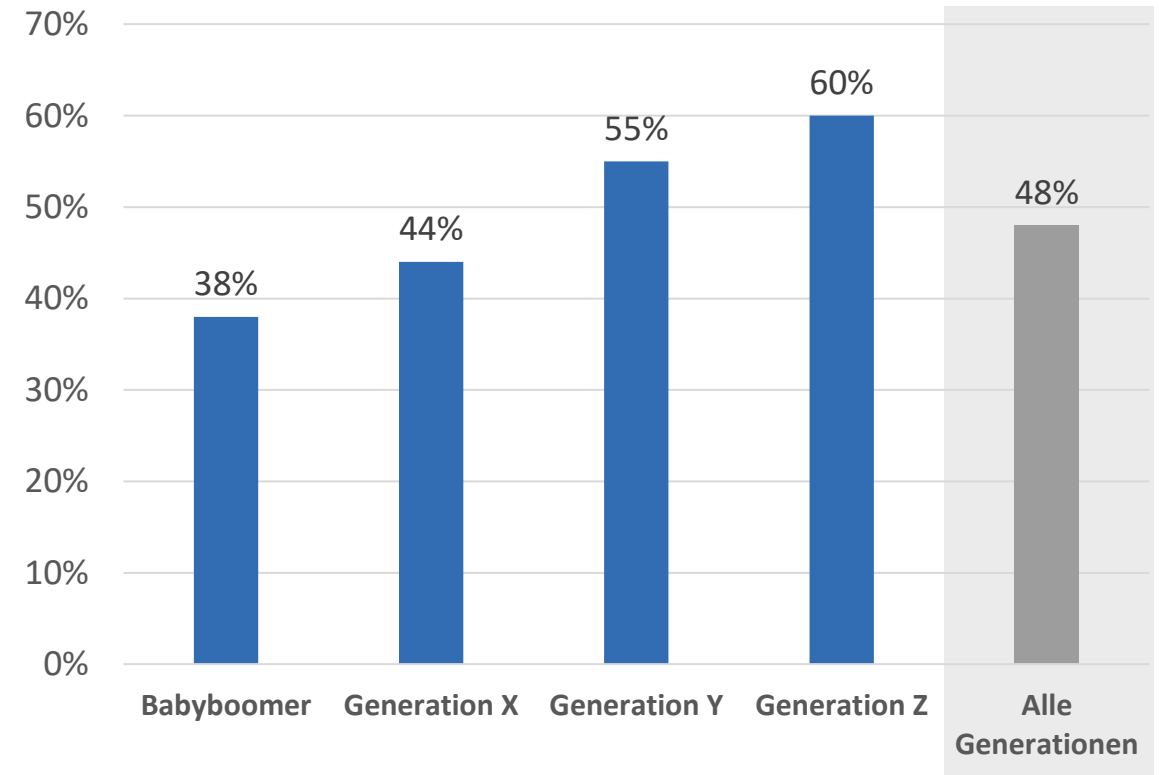
Erfahrungen mit dem Versand

Zustimmung zu Statements (Top-2-Boxes) zu Temu
Darstellung nach Generationen

Wenn die Lieferzeit kürzer wäre, würde ich öfter bei Temu bestellen.



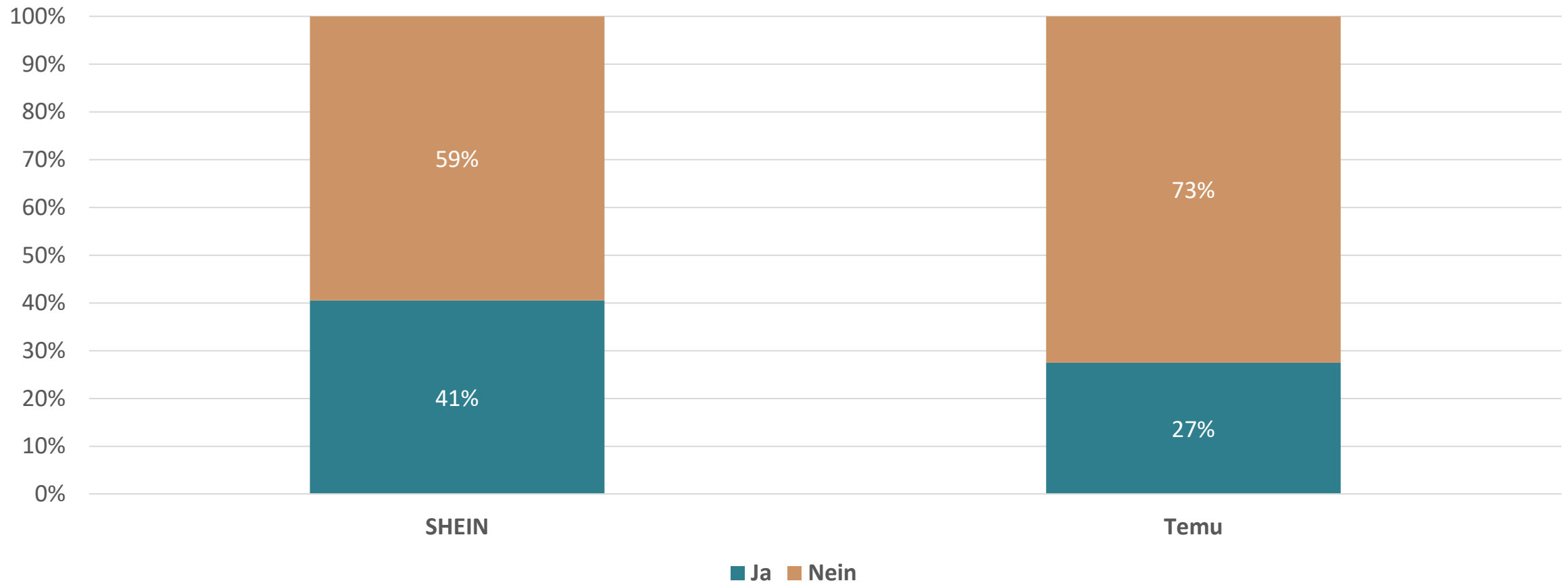
Die Versandverpackung meiner letzten Temu-Bestellung bestand aus zu viel Plastik.



N = 733; Befragte, die schon einmal bei Temu eingekauft haben

Retournierung von Produkten

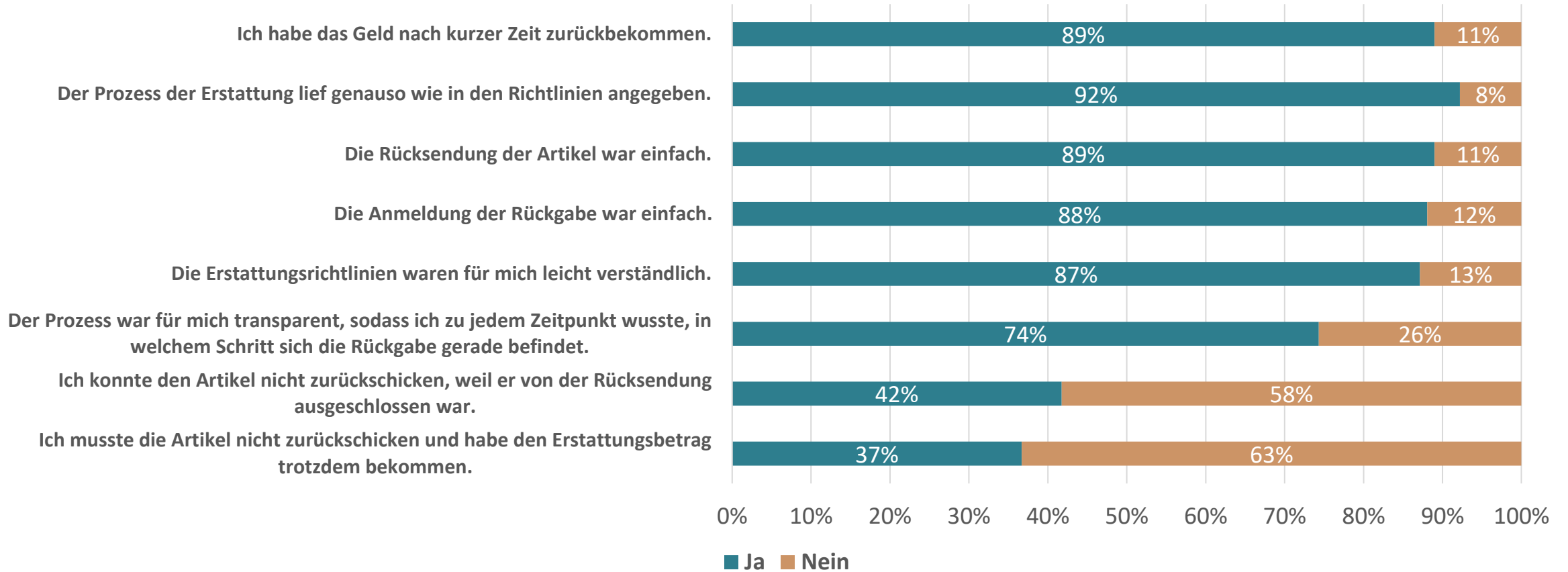
Haben Sie bereits Produkte bei SHEIN bzw. Temu zurückgegeben?



SHEIN: N = 538; Temu: N = 733; Befragte, die schon einmal bei SHEIN bzw. Temu eingekauft haben; Werte unter drei Prozent nicht beschriftet

Erfahrungen mit dem Rückgabeprozess

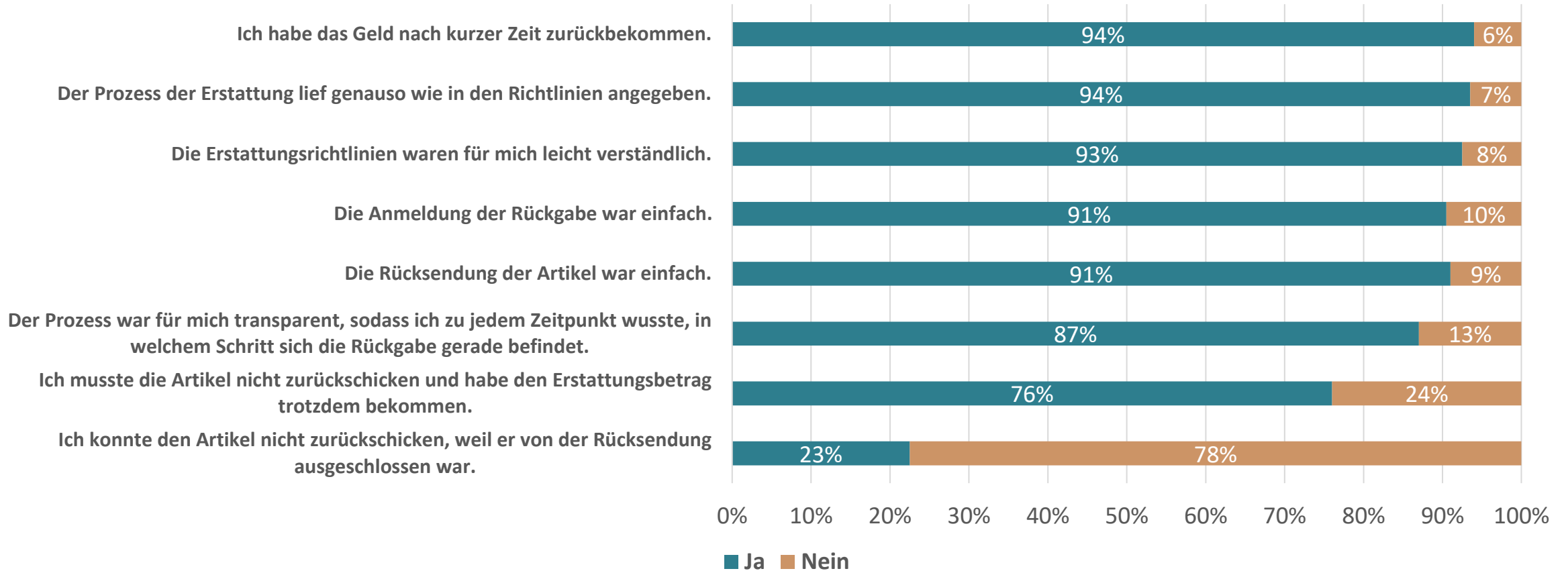
Welche Erfahrungen haben Sie mit dem Rückgabeprozess bei SHEIN gemacht?



N = 218; Befragte, die schon einmal bei SHEIN Produkte retourniert haben

Erfahrungen mit dem Rückgabeprozess

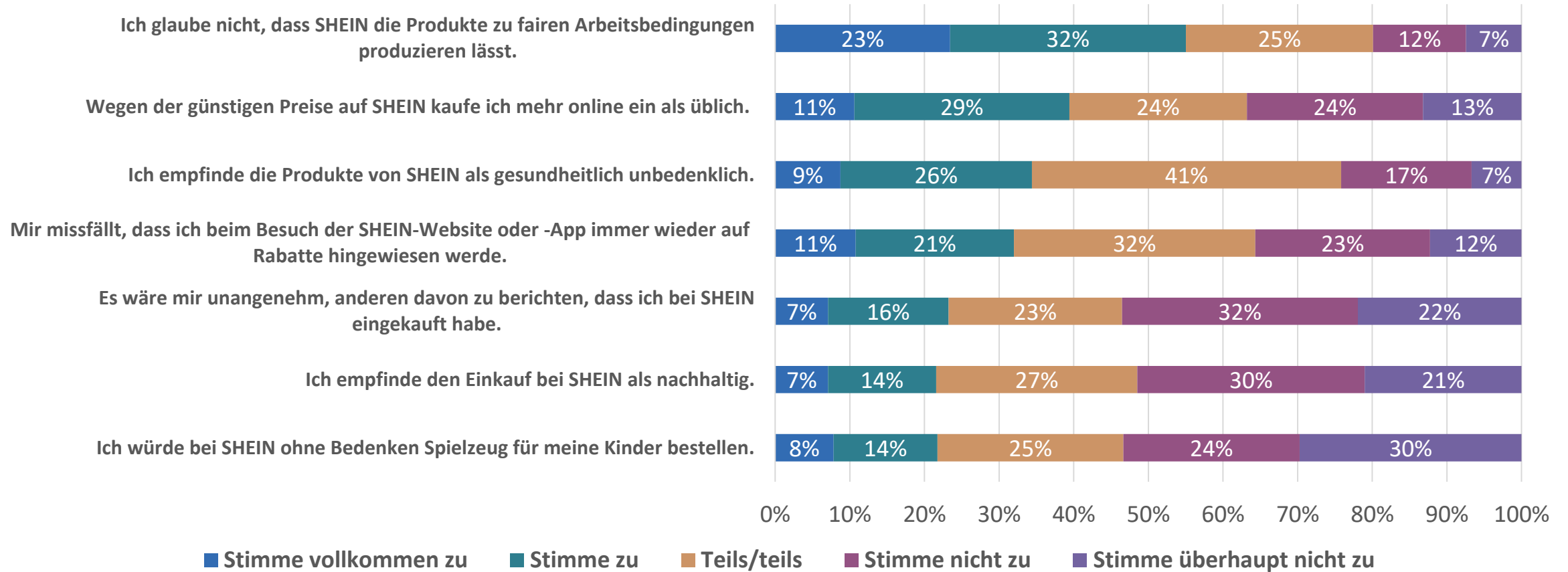
Welche Erfahrungen haben Sie mit dem Rückgabeprozess bei Temu gemacht?



N = 200; Befragte, die schon einmal bei Temu Produkte retourniert haben

Bedenken und Kritik

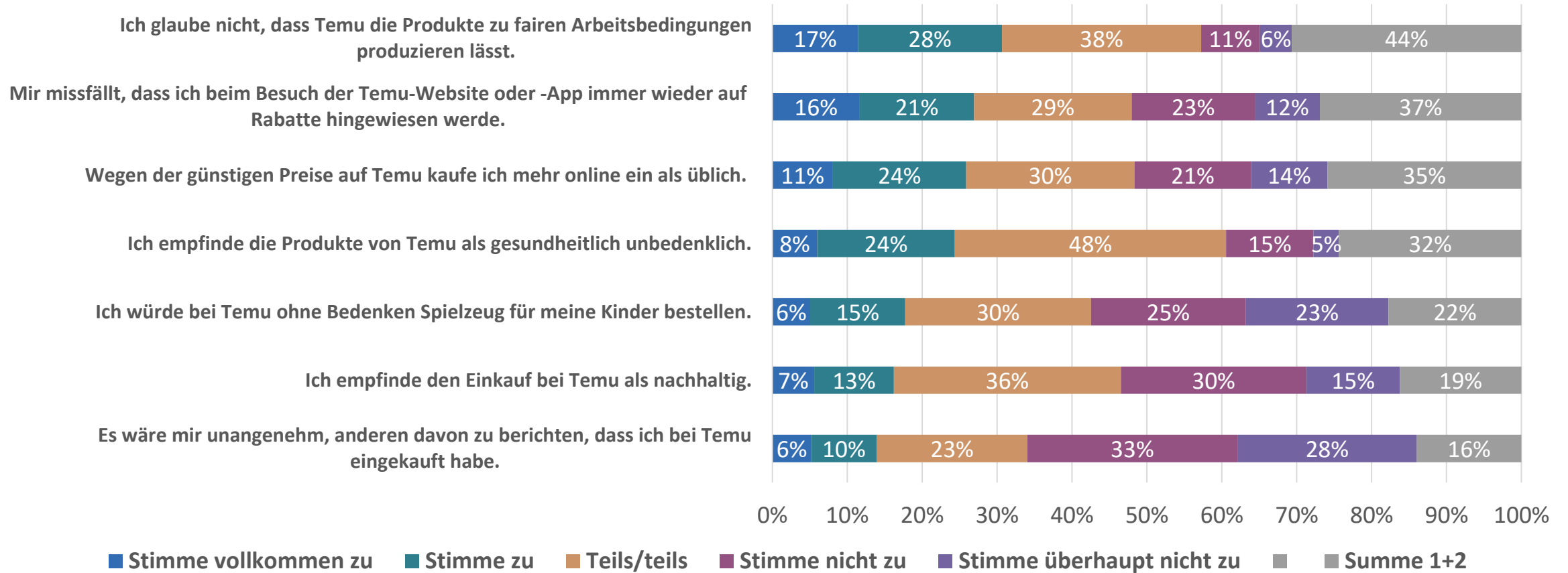
Bitte bewerten Sie die folgenden Aussagen zu SHEIN bzgl. Ihrer Zustimmung!



N = 538; Befragte, die schon einmal bei SHEIN eingekauft haben

Bedenken und Kritik

Bitte bewerten Sie die folgenden Aussagen zu **Temu** bzgl. Ihrer Zustimmung!



N = 733; Befragte, die schon einmal bei Temu eingekauft haben

Konkurrenz im Online-Handel

Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu?

Etablierte Anbieter im Online-Handel aus Europa und den USA müssen innovativer werden, um mit chinesischen Anbietern künftig mithalten zu können.

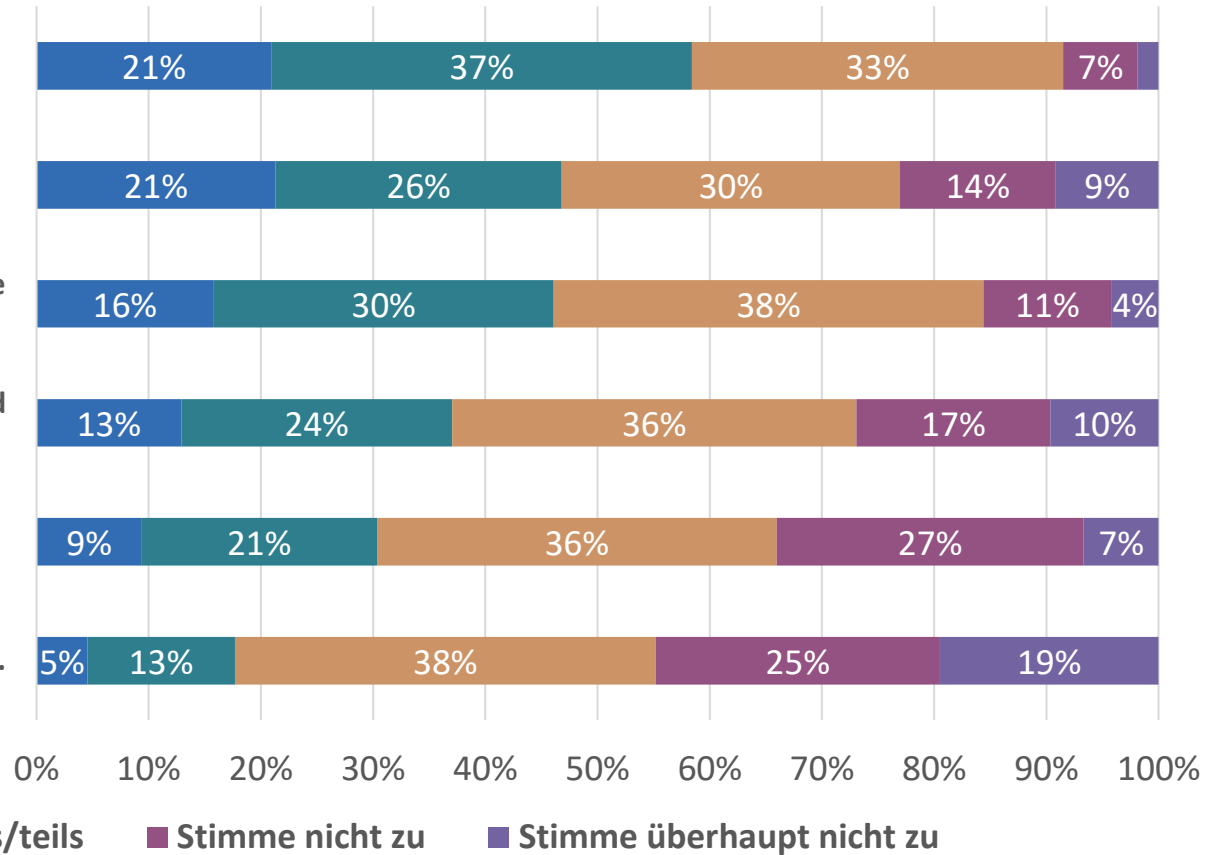
Ich wünsche mir strengere Einfuhrkontrollen von Produkten, die von Versandhändlern außerhalb der EU nach Deutschland verkauft werden.

Versandhändler aus dem Ausland stellen eine große Bedrohung für die deutsche Wirtschaft dar.

Chinesische Anbieter bieten die gleichen Produkte wie Anbieter aus Europa und den USA, nur für einen günstigeren Preis.

Ich halte Plattformen wie SHEIN und Temu für einen Trend, der nicht lange anhalten wird.

Temu und SHEIN spielen nach fairen Wettbewerbsregeln.



N = 1.453; Befragte, die SHEIN und Temu zumindest kennen; Werte unter drei Prozent nicht beschriftet

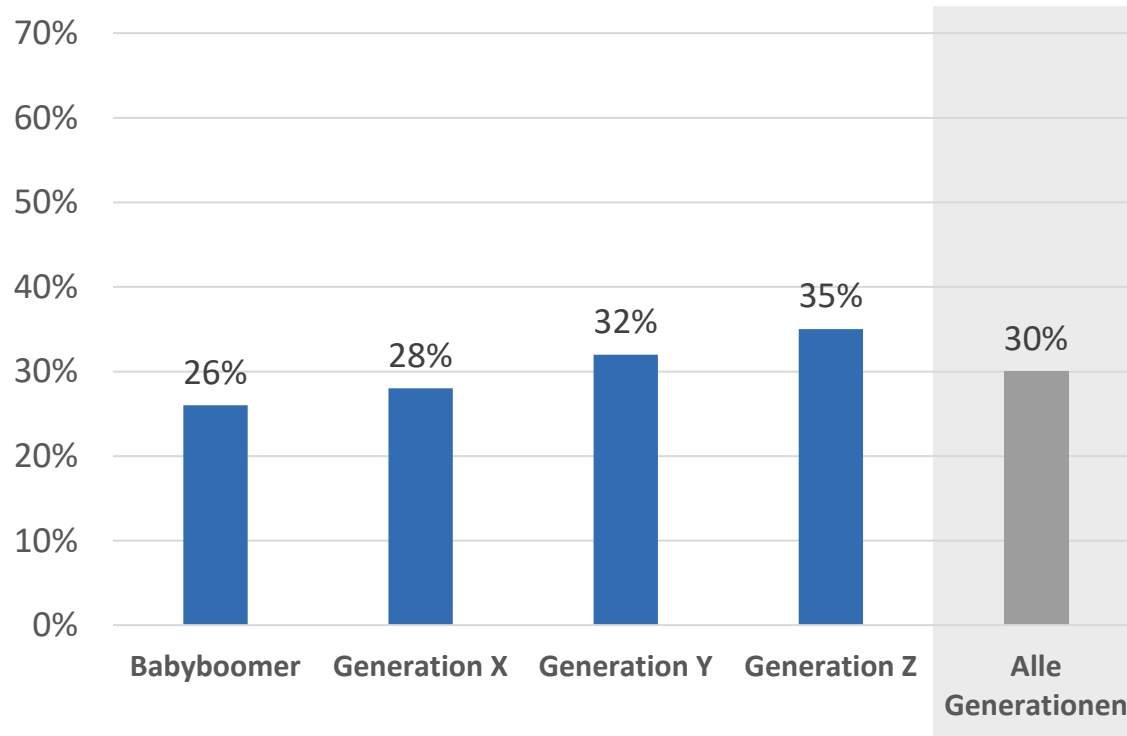
Konkurrenz im Online-Handel

Zustimmung zu Statements (Top-2-Boxes)

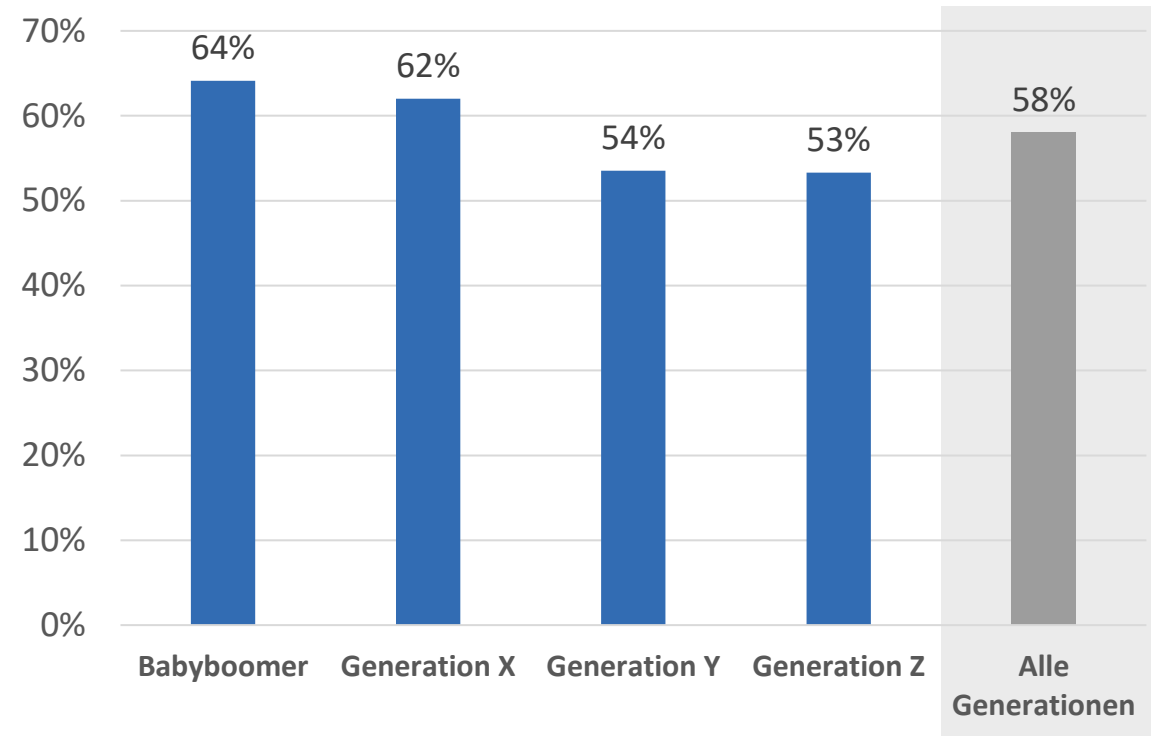
Darstellung nach Generationen



Ich halte Plattformen wie SHEIN und Temu für einen Trend, der nicht lange anhalten wird.



Etablierte Anbieter im Online-Handel aus Europa und den USA müssen innovativer werden, um mit chinesischen Anbietern mithalten zu können.

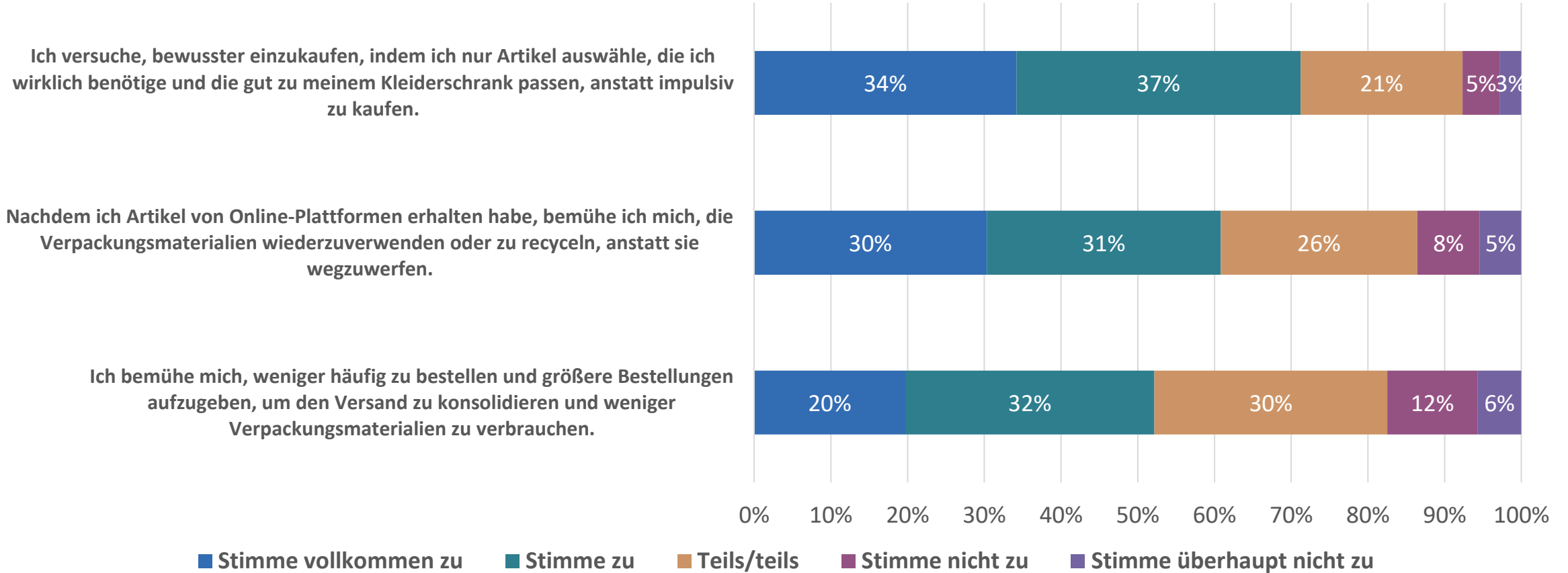




**Nachhaltigkeit
im Online-Handel**

Nachhaltigkeit im Online-Handel

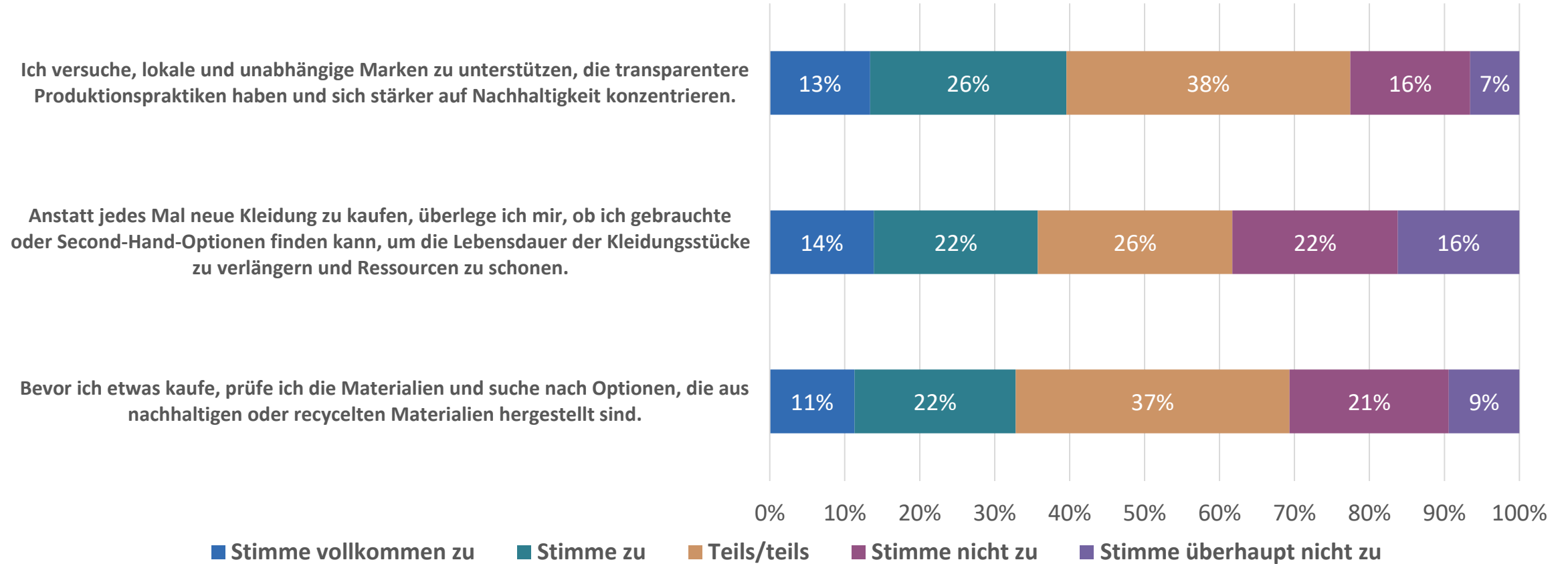
Welche Schritte unternehmen Sie persönlich, um Ihre Einkäufe bei Online-Plattformen nachhaltiger zu gestalten?



N = 2009; Befragte, die zumindest selten online einkaufen

Nachhaltigkeit im Online-Handel

Welche Schritte unternehmen Sie persönlich, um Ihre Einkäufe bei Online-Plattformen nachhaltiger zu gestalten?



N = 2009; Befragte, die zumindest selten online einkaufen

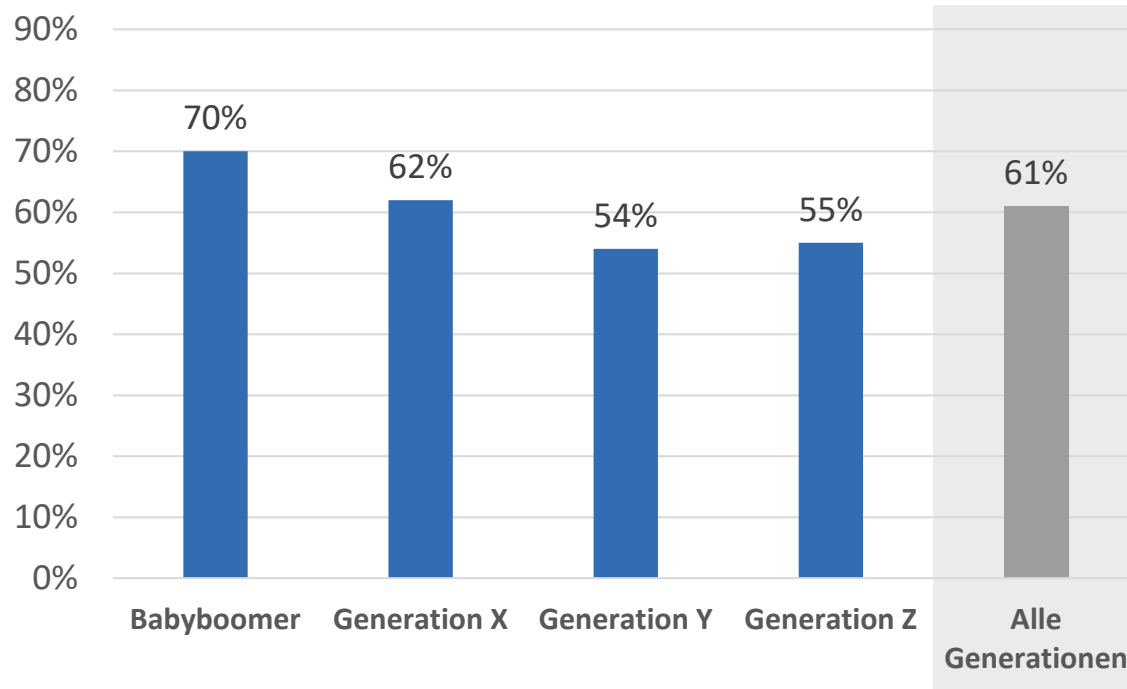
Nachhaltigkeit im Online-Handel

Zustimmung zu Statements (Top-2-Boxes)

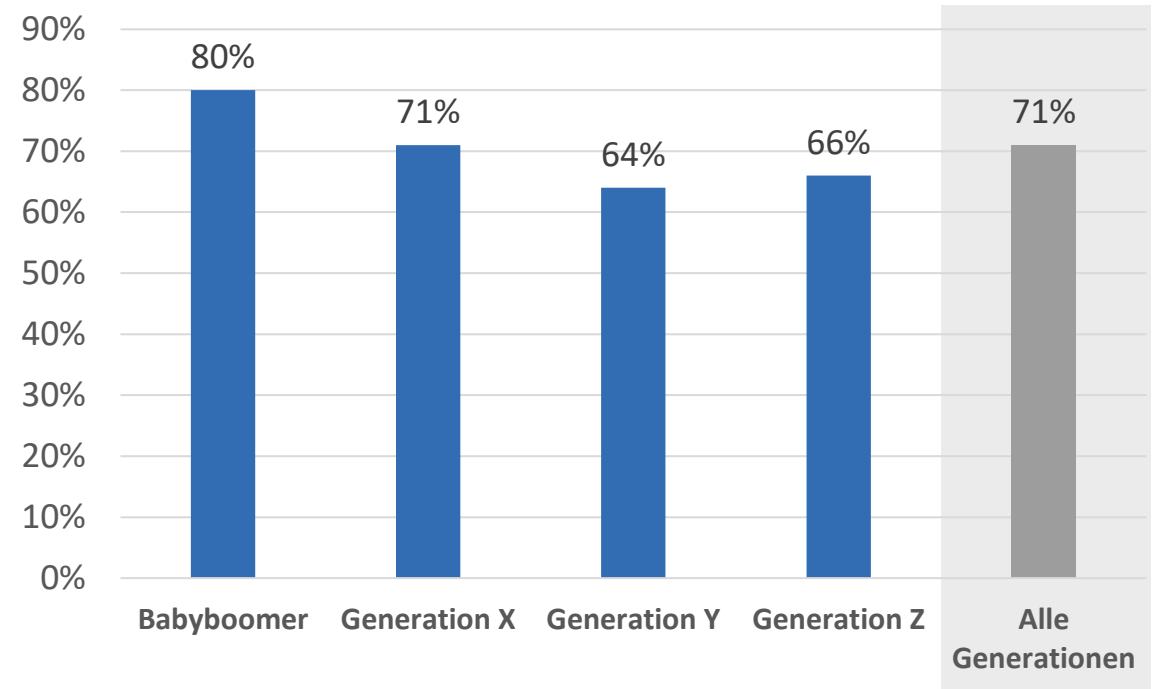
Darstellung nach Generationen



Nachdem ich Artikel von Online-Plattformen erhalten habe, bemühe ich mich, die Verpackungsmaterialien wiederzuverwenden oder zu recyceln, anstatt sie wegzuerwerfen.



Ich versuche, bewusster einzukaufen, indem ich nur Artikel auswähle, die ich wirklich benötige und die gut zu meinem Kleiderschrank passen, anstatt impulsiv zu kaufen.



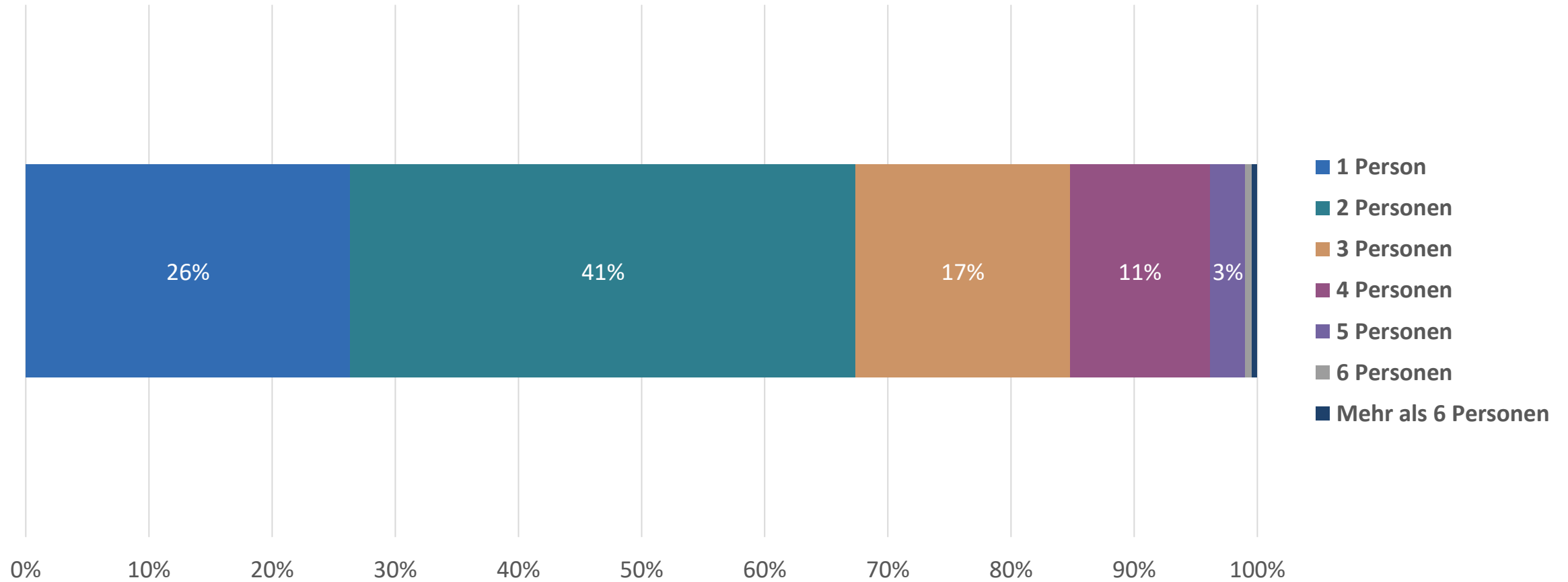


**Soziodemografische
Merkmale zur Stichprobe**



Soziodemografische Merkmale

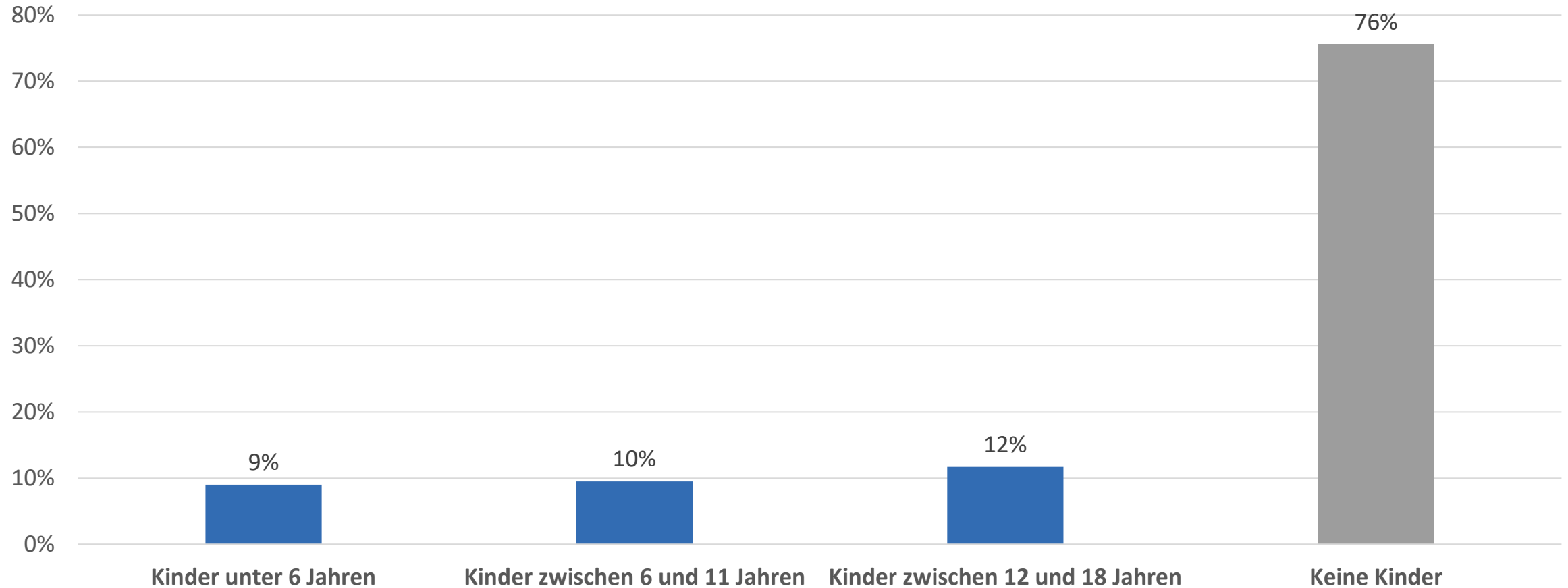
Wie viele Personen leben inklusive Ihrer Person in Ihrem Haushalt?



N = 2.037; alle Befragten; Werte unter drei Prozent nicht beschriftet

Soziodemografische Merkmale

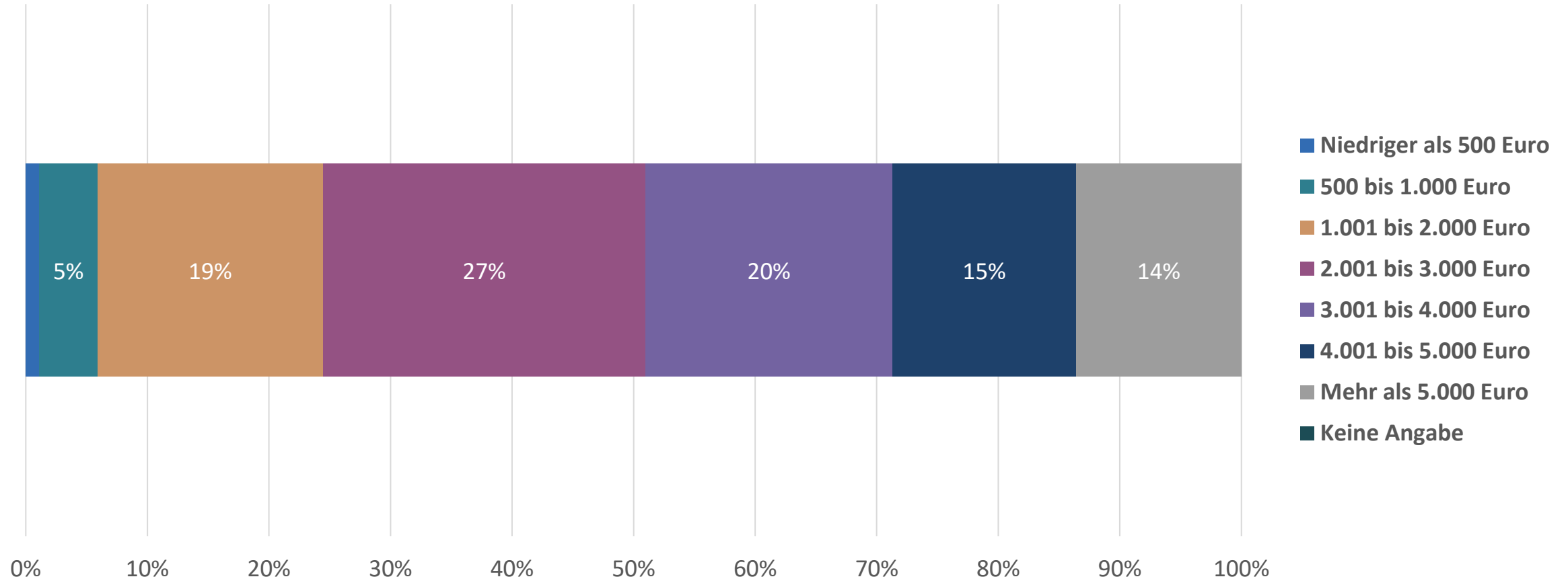
Leben in Ihrem Haushalt Kinder (unter 18 Jahren)?



N = 2.037; alle Befragten; Werte unter drei Prozent nicht beschriftet

Soziodemografische Merkmale

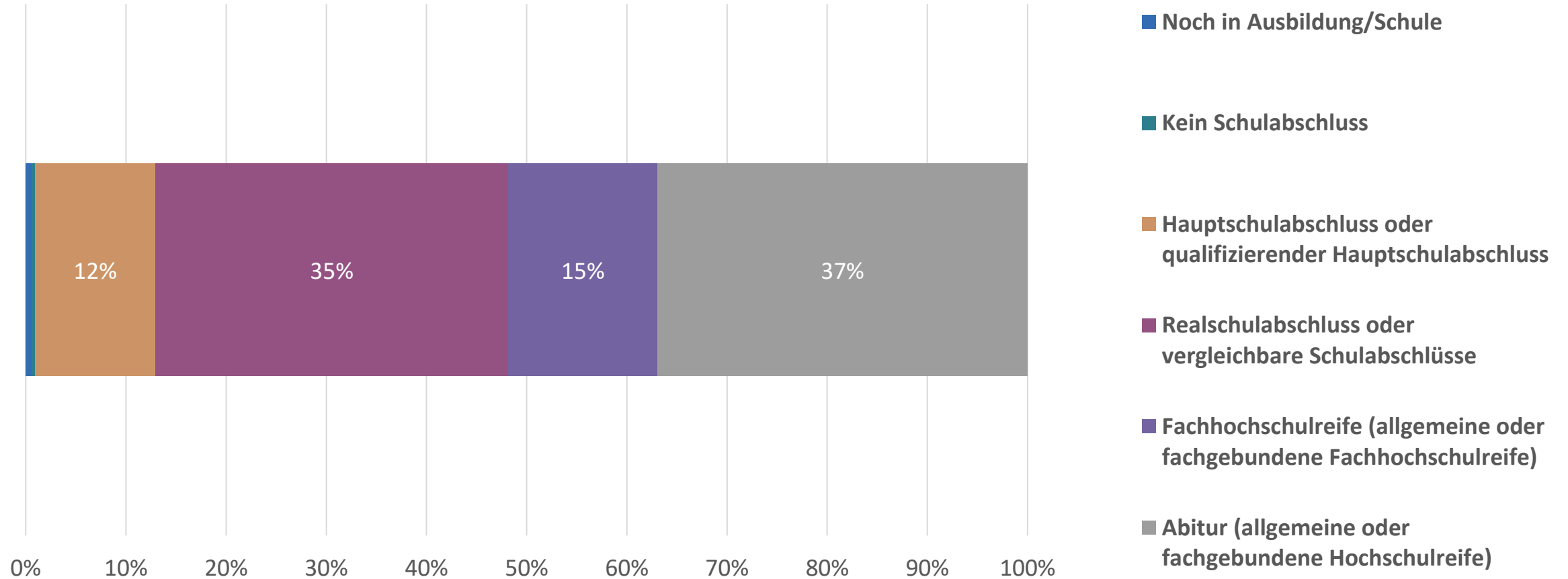
Wie hoch ist Ihr monatliches Netto-Haushaltseinkommen?



N = 2.037; alle Befragten; Werte unter drei Prozent nicht beschriftet

Soziodemografische Merkmale

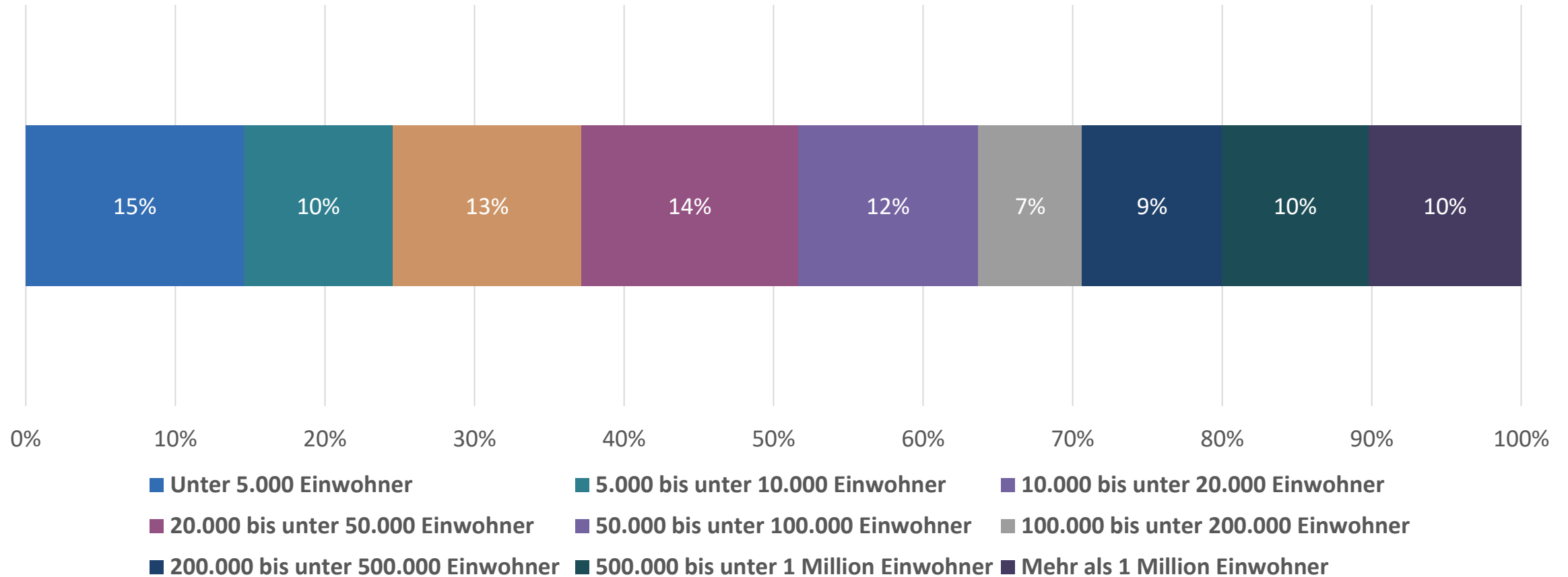
Welches ist Ihr höchster allgemeiner Schulabschluss?



N = 2.037; alle Befragten; Werte unter drei Prozent nicht beschriftet

Soziodemografische Merkmale

Wie viele Einwohner hat der Ort, in dem Sie leben?



N = 2.037; alle Befragten

Positive Kommentare zu SHEIN und Temu



„Ich finde es nicht richtig, dass man versucht **Temu so schlecht zu machen**. Deutschland ist doch bei der eigenen **Preispolitik selber schuld**. Temu finde ich toll.“



„Wenn man ein **niedriges Einkommen** hat versucht man eben über solche Anbieter **Ware günstiger** zu bekommen. Ansonsten würde auch ich lieber vor Ort die Wirtschaft unterstützen.“



„Durch die aktuelle **Inflation** und dem **Wunsch der Menschen Neues zu erkunden** und sich neu zu erfinden, glaube ich, dass Online-Plattformen wie Temu und SHEIN auch durch ihre **Gamification-Elemente** langfristig wirken und nicht einfach nur ein simpler Trend sind.“



„Chinesische und asiatische Händler haben **mehr Sinn und Gefühl für Design**, da könnte sich die EU und Deutschland viel abschauen - vermutlich aber dann viel zu kostspielig im Verkauf.“



„Solange Temu noch **kostenlos liefert**, werde ich sicher weiterhin etwas bestellen.“

Positive Kommentare zu SHEIN und Temu



„Oft verkaufen eBay, Amazon und andere Shopping-Seiten die **identischen Produkte**, nur **teurer**. Das ist **unfair** dem Käufer gegenüber. Wieso sollte man 10€ mehr zahlen, nur um es dann aus Deutschland zu kaufen?“



„Oft gibt es im Ausland **Kleidung**, die man **in Deutschland nicht bekommt**. Und die Kleidung z. B. bei AliExpress sind **gute Qualität**. Ich habe z. B. dort sehr gute Unterhosen gekauft. Da können die Artikel von KiK nicht mithalten.“



„SHEIN und Temu haben **sehr viele Angebote**, recht **gute Preise** und die **Lieferzeit** ist auch in Anbetracht der Entfernung **ok**.“



„Ich bin zufrieden mit Temu. Ich **wähle genau**, welche Produkte ich kaufe. Vor allem **Kleidung** finde ich klasse. Und selbst nach vielen Wäschen **bleibt alles in Form und Farbe**.“



„Ich empfinde es als angenehm, dass ich mir **mein Zuhause** auch auf **günstige Weise etwas schöner** machen kann. Die Preise hier bei uns sind einfach teilweise viel zu hoch.“



„Ich finde es traurig, dass Unternehmen wie Temu oder SHEIN zu solch **schlechten Bedingungen** produzieren und Produkte verkaufen dürfen, die potenziell und teilweise nachweislich **schädlich für Menschen und die Umwelt** sind.“



„Ich nutze Temu nicht mehr wegen **pausenloser Werbemails, negativer Erfahrungen anderer und der Berichterstattung in den Medien.**“



„Ich glaube, dass viele Personen **kein Gefühl für Qualität und Nachhaltigkeit** haben und auf diese Anbieter zurückgreifen. Leider stimmt es aber, dass diese Anbieter eine **Lücke füllen** aus *günstig* und *ausreichend chic*, sodass sie **andere Optionen ausstechen.**“



„Ich finde es sehr anstrengend, dass bei Temu **ständig angezeigt** wird, dass die **Produkte bald alle** sind und **wie viele Personen** die Produkte **erworben** haben. Im Großen und Ganzen fand ich den Einkauf nicht so angenehm.“



„Fast Fashion ist eine der **schlimmsten und umweltschädlichsten Erfindungen** unserer Zeit, bei der ich niemals mitmachen werde!“



„Wir werden nie wieder bei Temu bestellen, die Waren haben eine absolut **minderwertige Qualität.**“



„Ich habe zweimal bei chinesischen Anbietern gekauft und war jedes Mal empört über die **Qualität** und die **Diskrepanz gegenüber den Werbeversprechen.**“



„Die Versandhändler sollten **entsprechend der Größe des Artikels** auch dementsprechend die **Verpackungsgröße** wählen; nicht für einen kleinen Artikel einen großen Karton mit Füllmaterial!“



„Ich denke solange der Staat die **Lenkungsverantwortung** nicht wahr nimmt, wird es schwer, ein **Nachhaltigkeitsbewusstsein beim Bürger** zu wecken. Es ist meiner Auffassung nach ein Problem, dass der **stationäre Handel steuerlich benachteiligt** ist.“



„Temu möchte meine **Daten weiter geben**, um Versandzeit zu verkürzen. Ich war bisher zufrieden, das ist eindeutig ein Punkt, der mir nicht zusagt und mich meine Käufe bei Temu in der Zukunft grundsätzlich **überdenken** lässt.“



Kontakt



Kontakt

ibi research an der Universität Regensburg GmbH

Dr. Georg Wittmann

Susanne Dierl

Sarah Großkopf

Dr. Natalie Schmiede

Nils Deichner

info@ibi.de | www.ibi.de | 0941 788391-0

