

Drittstaatenhändler

Einfluss auf den deutschen Handel und politische Forderungen



Drittstaatenstudie **Kernergebnisse**



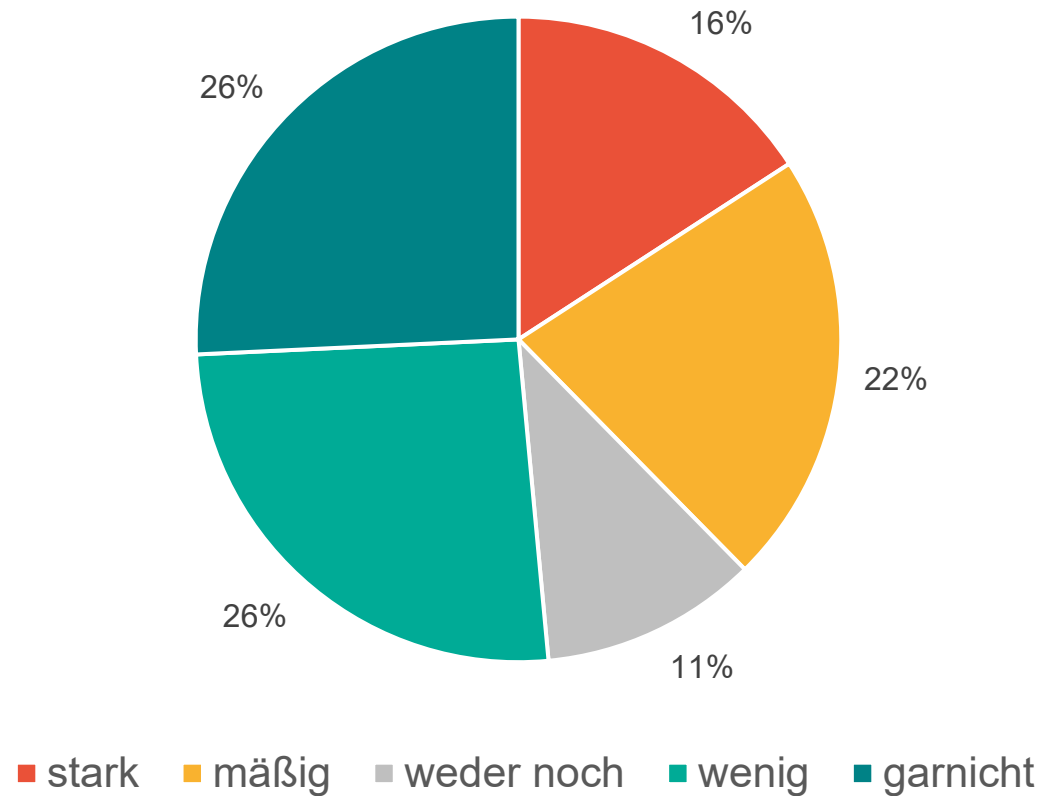
Starke Konkurrenz durch Drittstaatenanbieter

Wie stark spüren Sie den Wettbewerbsdruck durch Onlinemarktplätze aus Drittstaaten wie SHEIN und Temu?



HDE
Handelsverband
Deutschland

Unternehmensbefragung



Bedrohung für lokale Wirtschaft

Einschätzung zu Drittstaatenanbietern:

Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen zu?

Unternehmensbefragung

Versandhändler aus dem Nicht-EU-Ausland stellen eine große Bedrohung für die lokale Wirtschaft dar.

Plattformen wie Temu und SHEIN haben das Konsumverhalten von Kund:innen verändert.

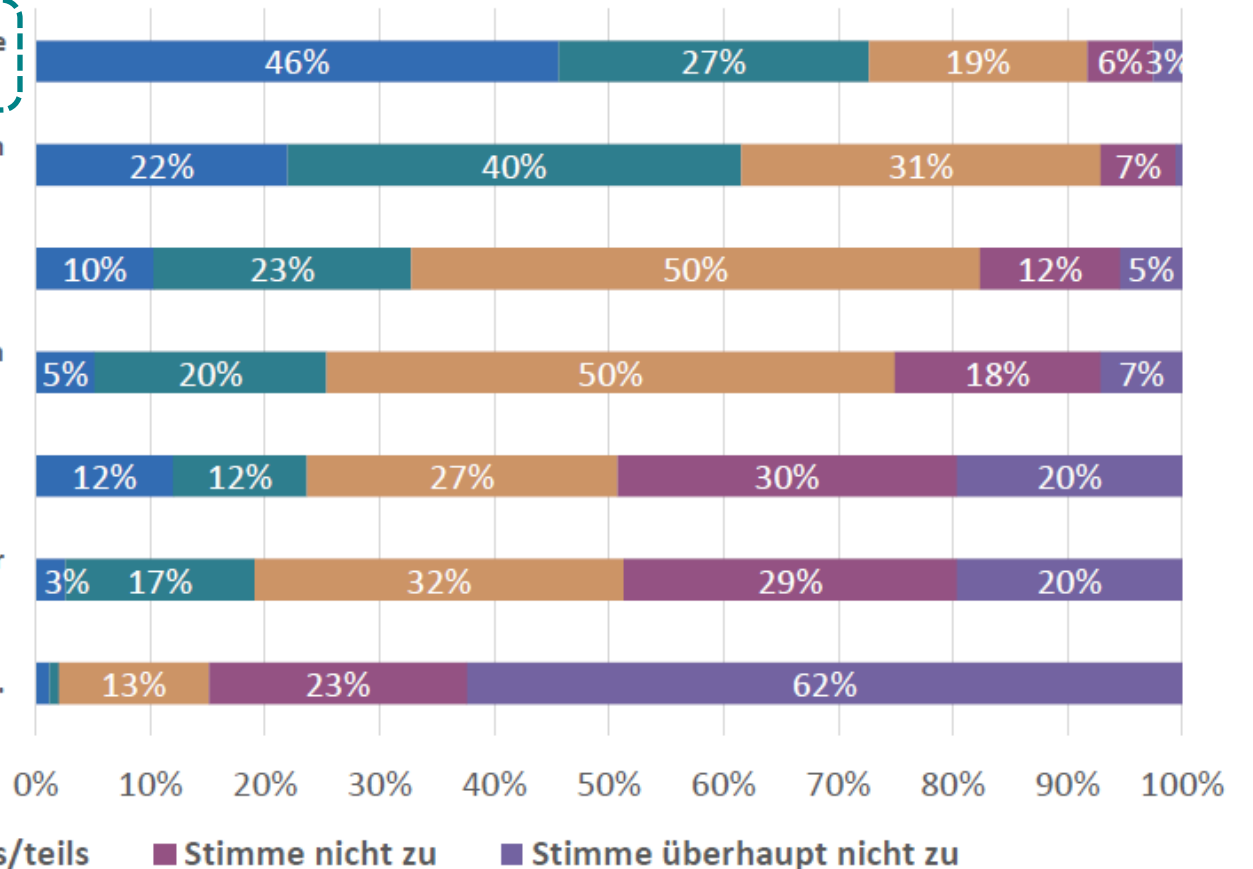
In Direct-to-Consumer-Modellen (D2C) liegt die Zukunft des Handels.

Langfristig werden Konsument:innen aufgrund der mangelhaften Qualität von Niedrigpreisprodukten absehen.

Der Erfolg von Plattformen wie Temu und SHEIN gefährdet mein Geschäftsmodell.

Drittstaatenhändler zeigen Praktiken auf, die wir uns als einheimische Händler ebenfalls zunutze machen können.

Temu und SHEIN spielen nach fairen Wettbewerbsregeln.



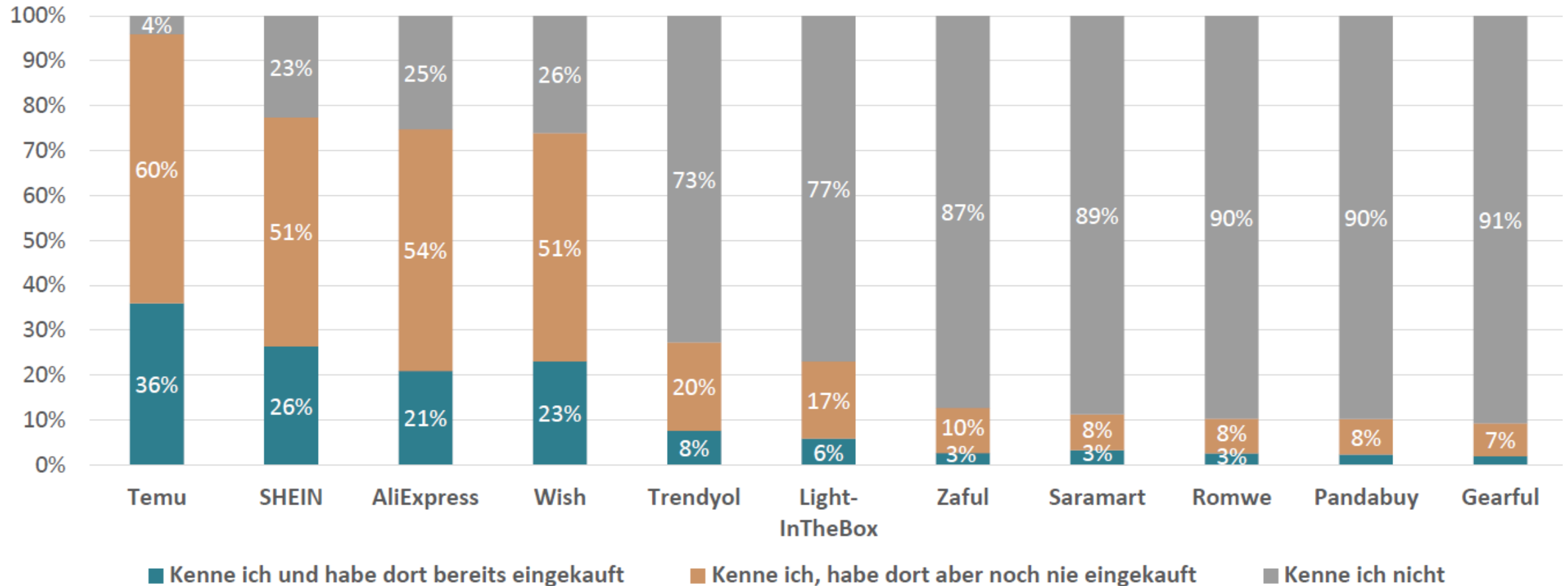
Hohe Bekanntheit und Nutzung von Shein und Temu

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



HDE
Handelsverband
Deutschland

Konsumentenbefragung



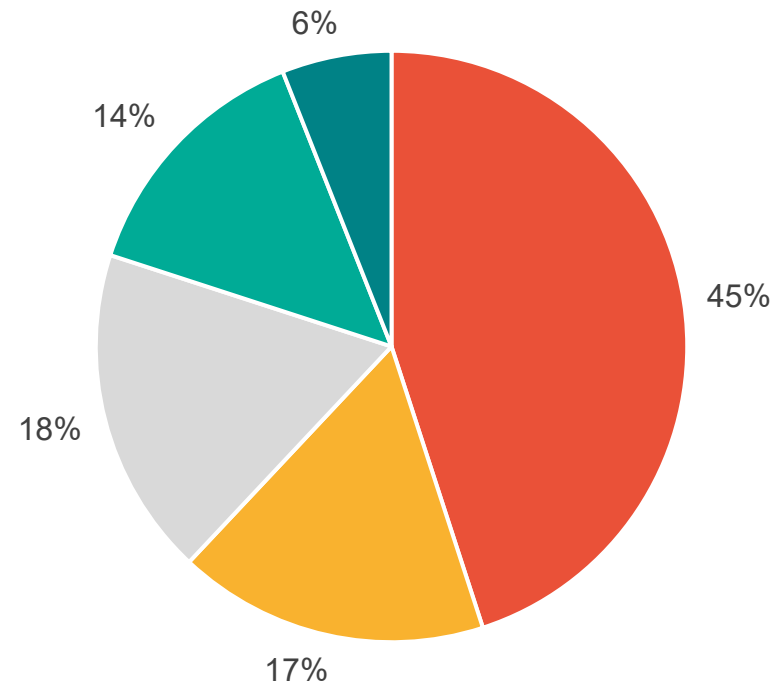
Hohe Reichweite der Drittstaatenhändler

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



HDE
Handelsverband
Deutschland

Konsumentenbefragung



■ 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

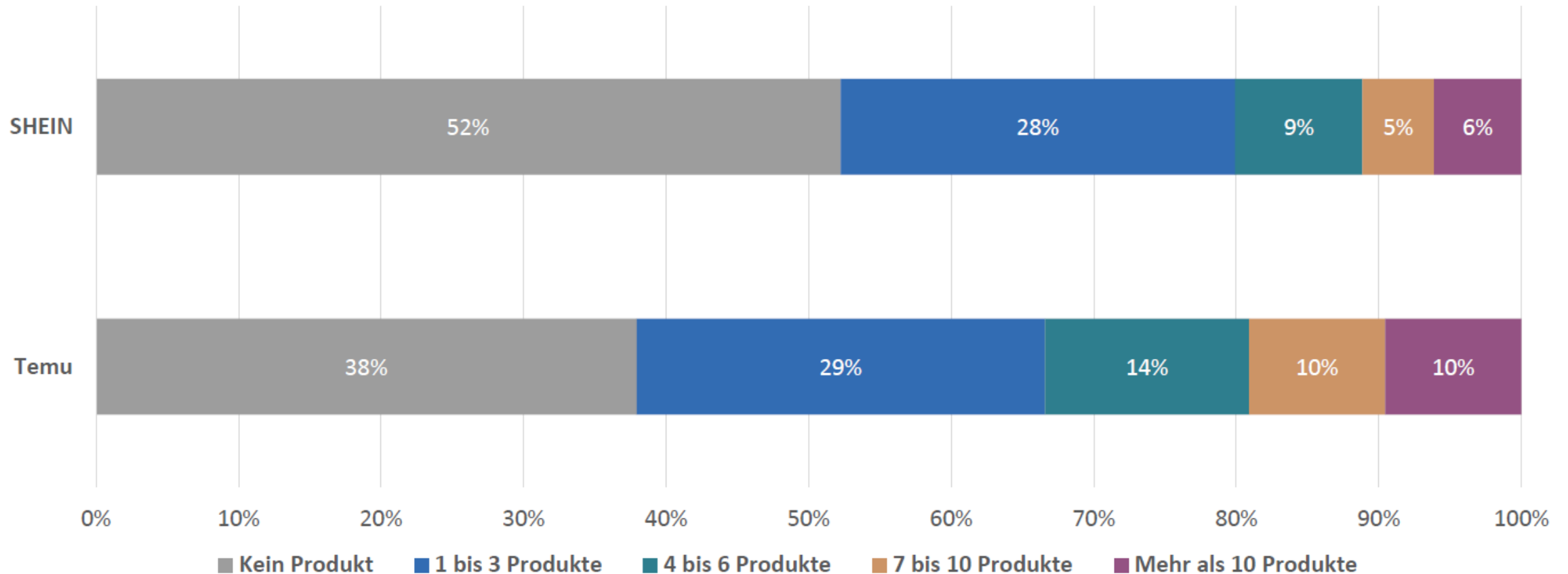
Produktkäufe in den letzten 30 Tagen

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



HDE
Handelsverband
Deutschland

Konsumentenbefragung



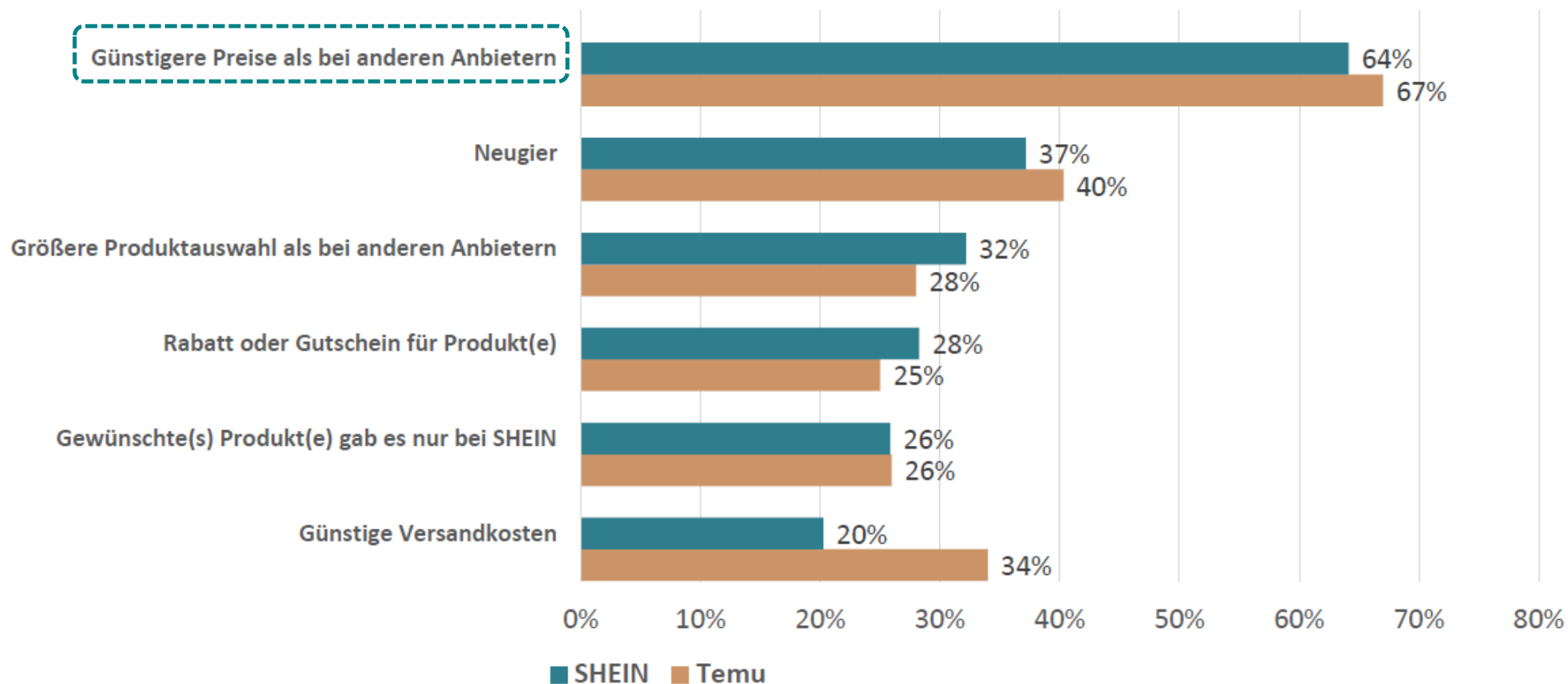
Motivation für den Kauf – günstige Preise im Fokus

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



HDE
Handelsverband
Deutschland

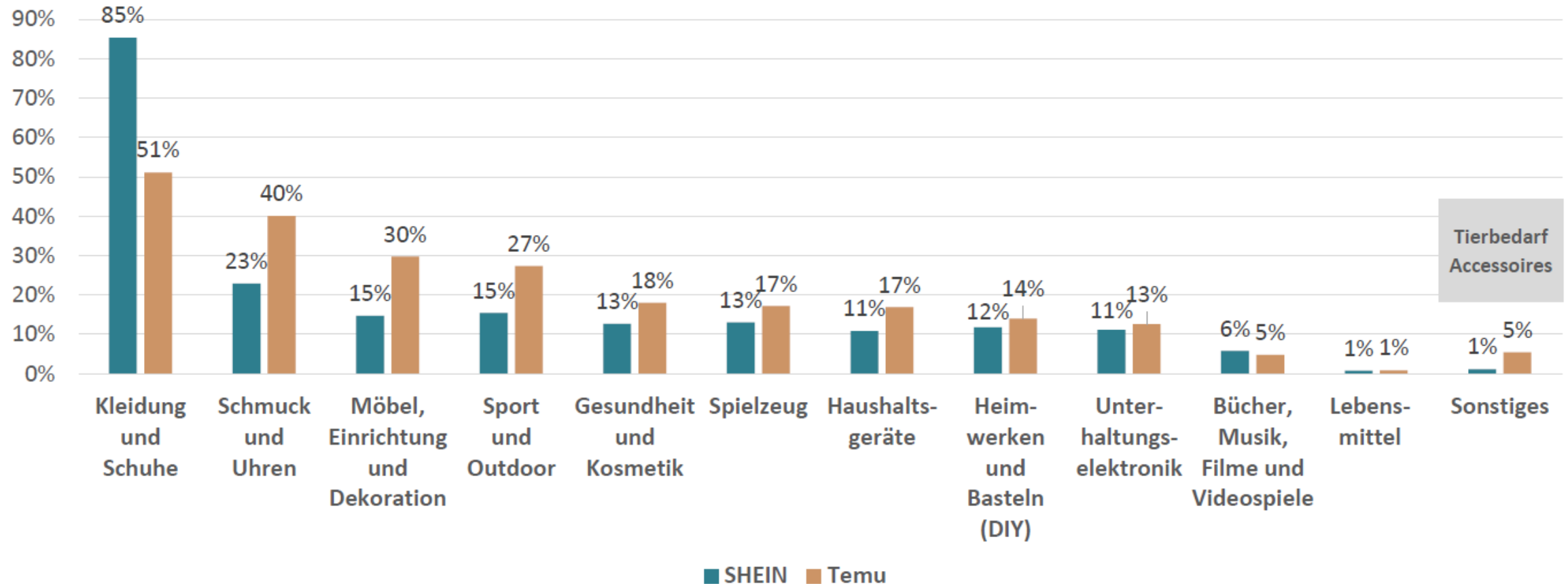
Konsumentenbefragung



Beliebteste Produktkategorien

Welches Produkt bzw. welche Produkte haben Sie bei schon SHEIN bzw. Temu gekauft?

Konsumentenbefragung

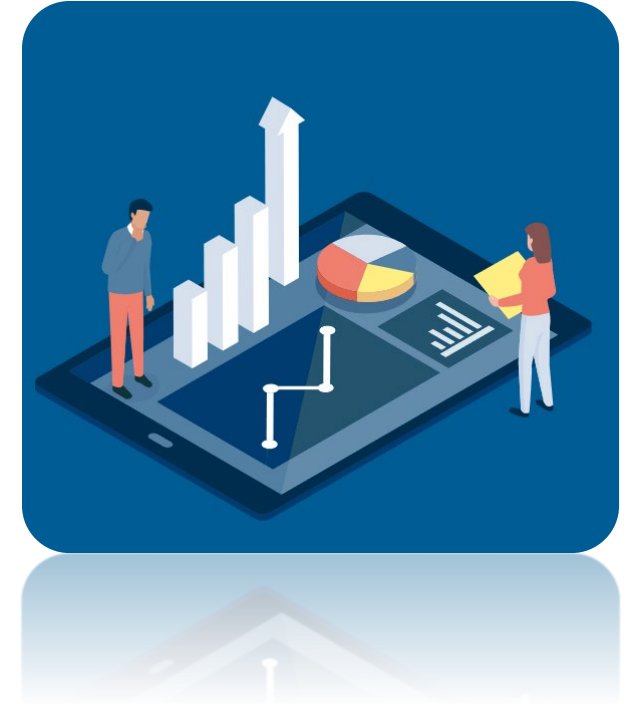


Kernergebnisse

Drittstaatenstudie

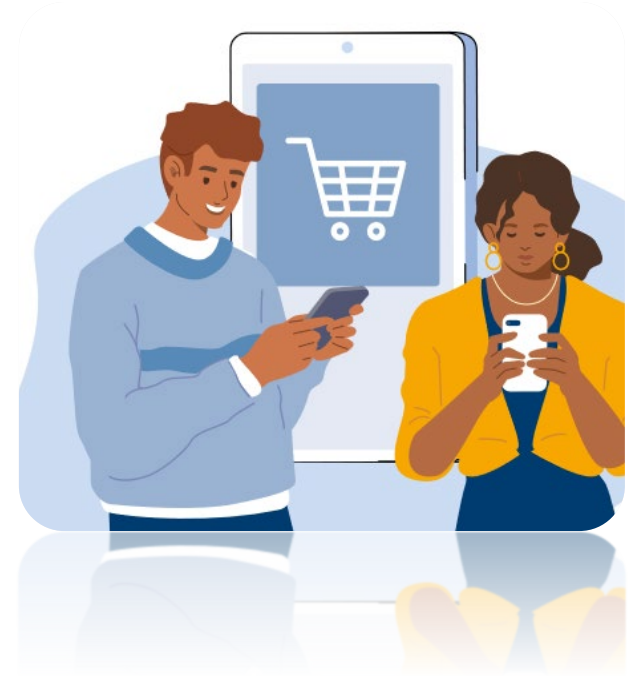
Marktsituation

- **Plattformen wie Temu und SHEIN machen etablierten Anbietern mit hoher Geschwindigkeit enorme Konkurrenz.** Beide Plattformen zeichnen sich altersübergreifend durch einen hohen Bekanntheitsgrad aus, der andere Drittstaatenanbieter aus dem asiatischen Raum weit übersteigt.
- **Drittstaatenhändlern wie Temu und SHEIN gelingt es, auch in schwierigen Zeiten Faszination und Neugierde bei Konsumenten auszulösen.** Die Plattformen locken mit niedrigen Preisen und einer immensen Produktauswahl. Mangelnde Produktqualität wird vielfach in Kauf genommen.



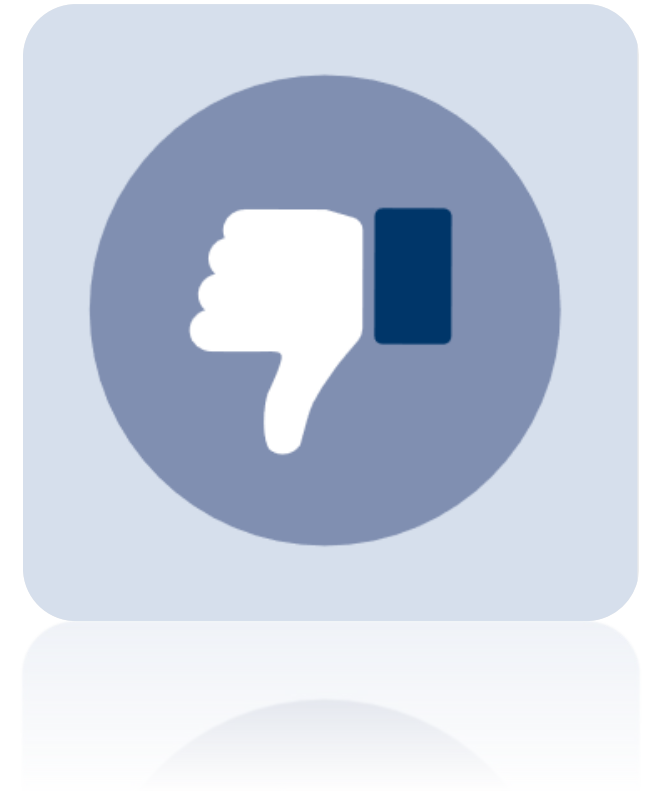
Erfolgsstrategie

- **Temu und SHEIN demonstrieren, welche herausragende Rolle Daten in erfolgreichen Geschäftsmodellen im Handel spielen.** Die Plattformen nutzen Echtzeitdaten, um Umsatz und Gewinnmargen zu maximieren, während sie Produktionsabfälle reduzieren, Lagerkosten einsparen sowie Produktentwicklungszeiten minimieren.
- **Temu und SHEIN geben neue Standards im Social-Media-Marketing vor.** Online-Präsenz ist zentraler Bestandteil ihrer Marketingstrategie. Insbesondere über TikTok erzeugen die Plattformen große Aufmerksamkeit und machen sich die Mediengewohnheiten nicht nur der ganz jungen Zielgruppe zunutze.



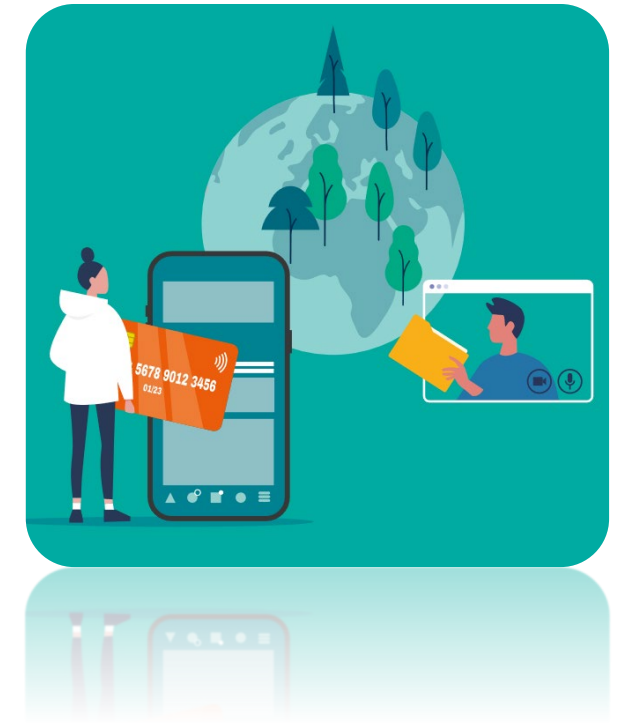
Wettbewerbsverzerrung

- **Plattformen wie Temu und SHEIN nutzen geschickt Lücken in der Marktüberwachung und bei der Wareneinfuhr zu ihrem Vorteil.**
Fehlende innereuropäische Vernetzung beim Datenaustausch, unzureichende Zollkontrollen und aktuell gültige Zollbestimmungen begünstigen die oftmals ungeprüfte Einfuhr von Waren aus dem Ausland in massenhaften Paketen mit geringem Warenwert. Sicherheitsstandards und Zollgebühren können so umgangen werden. Um einen fairen Handel zu gewährleisten, müssen die nationale und europäische Gesetzgebung diesen Schwachstellen ausgleichen.



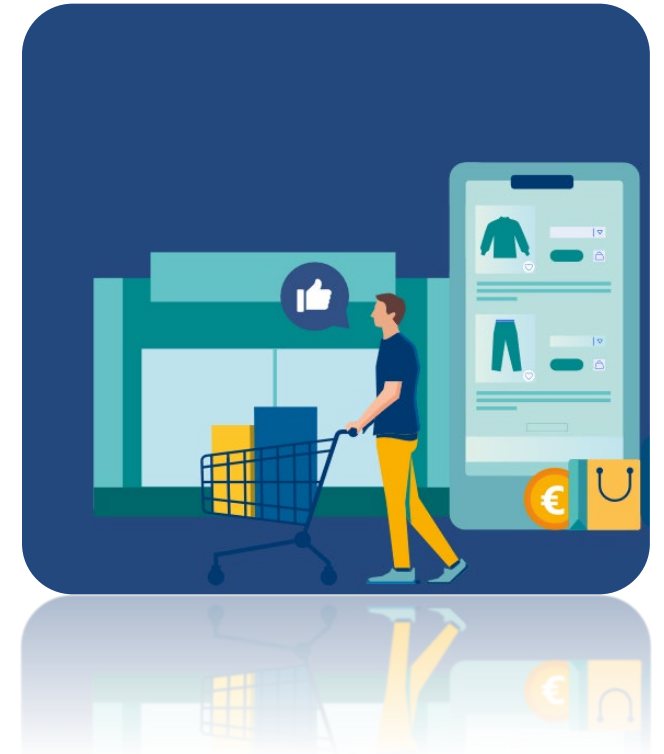
Nachhaltigkeitsproblem

- **Die Plattformen fördern eine Kultur des schnellen und gedankenlosen Konsums.** Das Einkaufen bei Temu und SHEIN wird Kundinnen und Kunden mit niedrigen Preisen und einer immensen Produktauswahl schmackhaft gemacht. Zwar sind Retouren einfach zu bewerkstelligen, bei besonders preisgünstigen Artikeln müssen diese aber oftmals gar nicht zurückgeschickt werden, obwohl der volle Kaufpreis erstattet wird. Damit wird eine „Normalität des Wegwerfens“ vermittelt, in der billig hergestellte Produkte nicht retourniert oder repariert werden, sondern stattdessen unmittelbar zum globalen Müllproblem beitragen.



Einfluss auf deutschen Handel

- **Deutsche Händler innen müssen stärker auf Markt- und Standortvorteile setzen, um konkurrenzfähig zu bleiben.**
Bedeutend kürzere Lieferzeiten, Exzellenz in der Kundenberatung, die Abwesenheit von Sprachbarrieren sowie das Vertrauen in die Rechtssicherheit beim Einkaufen sind Herausstellungsmerkmale, durch die sich der Handel in Deutschland von neuartigen E-Commerce-Akteuren aus Drittstaaten absetzen kann. Auch ein steigendes Nachhaltigkeits- und Wirtschaftlichkeitsbewusstsein kann Händlern in die Hände spielen.

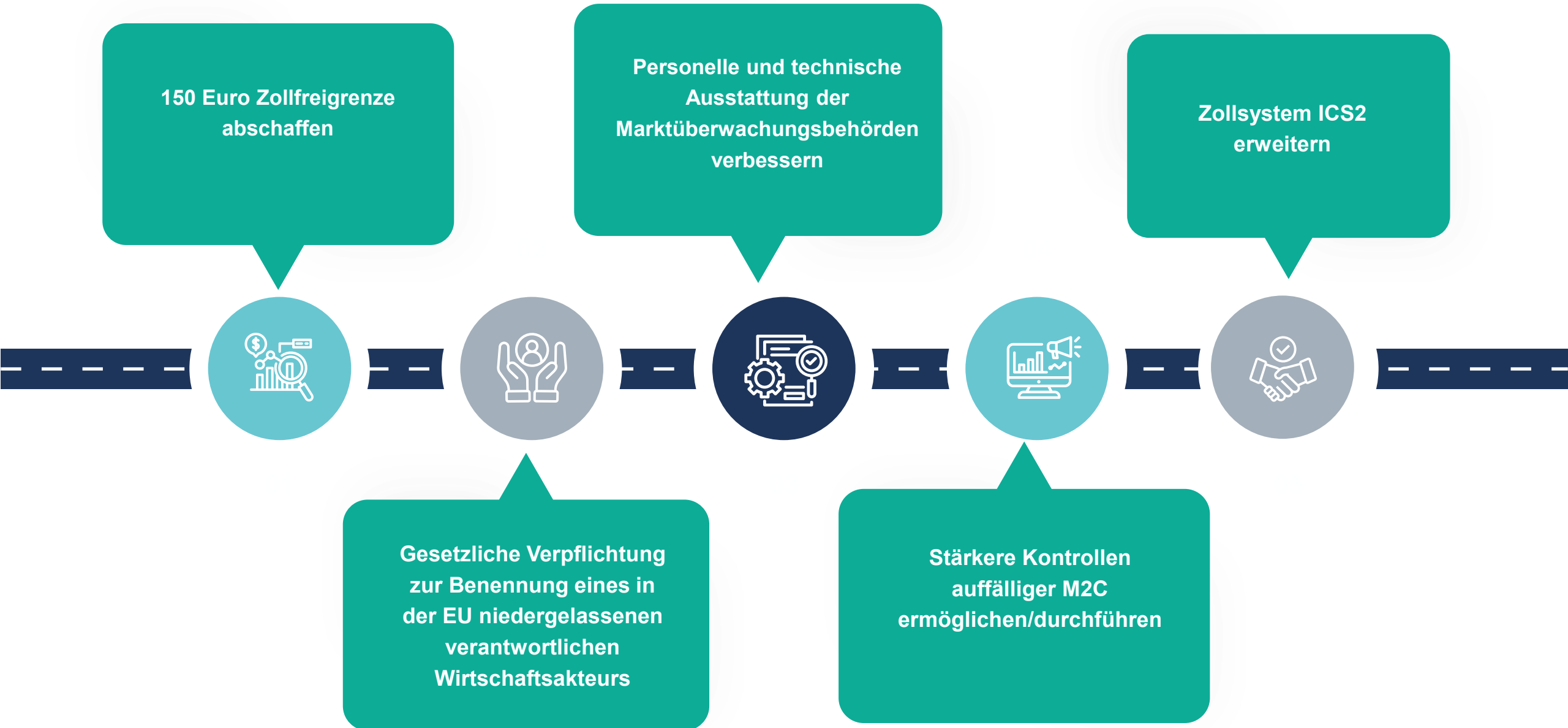


Drittstaatenhändler

Politische Forderungen und rechtliche Bewertung



kurzfristig umsetzbare Forderungen



mittelfristig umsetzbare Forderungen

Digitalisierung und
Stärkung des Zolls



Haftung der Marktplatzbetreiber
von M2C



Zoll- und Steuerpflichten
vor Einfuhr erfüllen



Verzögerung/Depriorisierung
der Abfertigung im Zoll



langfristig umsetzbare Forderungen

Marktüberwachung
harmonisieren und stärken



EU-Zollreform: Ausbau der
Zollunion beschleunigen

Weitere Informationen unter:

www.einzelhandel.de/drittstaatenhaendler