

## Der Online-Handel boomt

- 1 Machen Sie sich mit den vier folgenden Quellen vertraut (M1–M4) und nehmen Sie dazu Stellung.  
[III]

Wenn man an Billigprodukte und Ultra-Fast-Fashion aus China denkt, kommen sofort SHEIN und Temu in den Sinn. Zugleich werden allbekannte Probleme wieder wachgerüttelt:

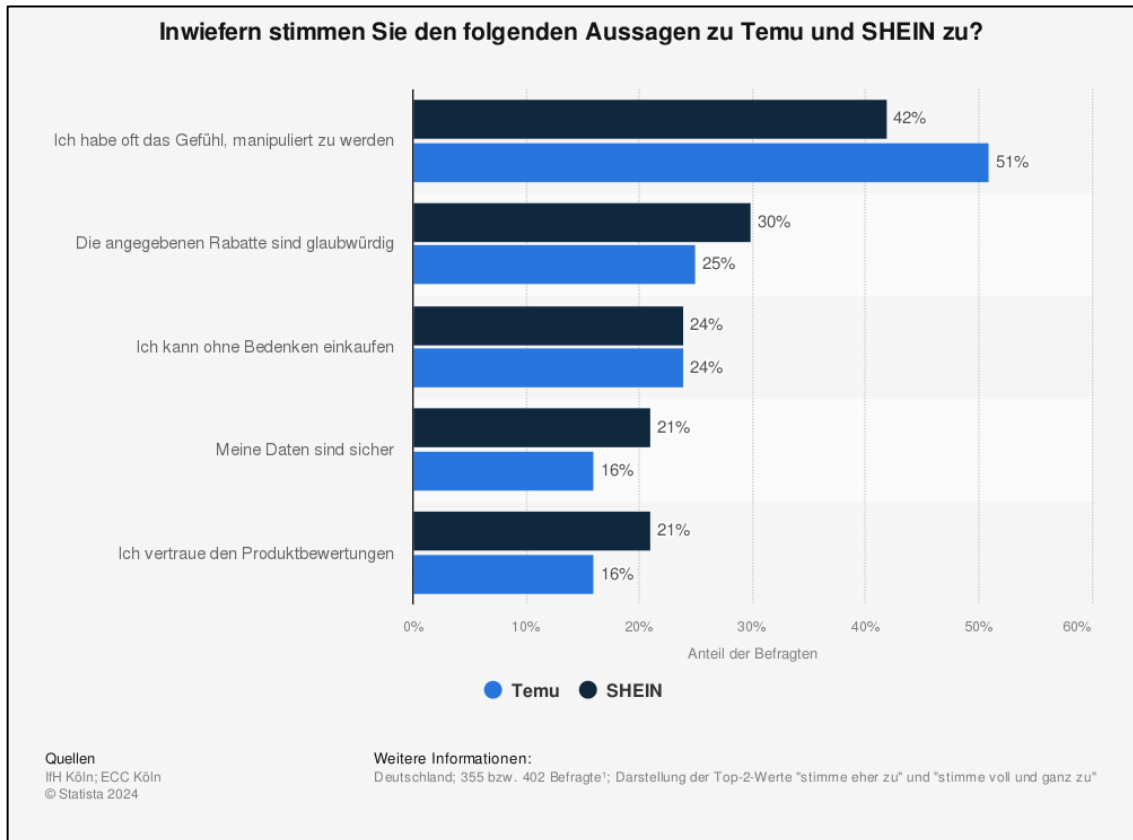
### Umfrage zur Glaubwürdigkeit und Vertrauen in SHEIN und Temu in Deutschland 2024

Veröffentlicht von Statista Research Department, 23.05.2024

Asiatische Onlinehändler sind - insbesondere angesichts des steigenden Preisdrucks – in Deutschland weiter auf dem Vormarsch und bestechen mit Spottpreisen und laufend neuen Rabatten. Obwohl die Zahl der Nutzer steigt, steht es um das Vertrauen in die Plattformen SHEIN und Temu in Deutschland eher schlecht: Rund die Hälfte der im April 2024 Befragten gab an, beim Kauf auf Temu das Gefühl zu haben, manipuliert zu werden. Die Sicherheit der Daten bei der Nutzung von SHEIN sehen lediglich 21 Prozent der Befragten als gegeben.

(Quelle: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1468881/umfrage/umfrage-glaubwuerdigkeit-vertrauen-shein-temu/>, abgerufen am 7.8.2024)

#### M1 Vertrauen in SHEIN und Temu in Deutschland 2024



#### M2 Vertrauen in SHEIN und Temu in Deutschland 2024 (Quelle:

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1468881/umfrage/umfrage-glaubwuerdigkeit-vertrauen-shein-temu/>, abgerufen am 7.8.2024)

SHEIN, ein 2008 gegründetes chinesisches E-Commerce-Unternehmen, ist dank aggressivem Social-Media-Marketing, der Vermeidung von Filialen und optimierter Lieferketten schnell zu einem der größten Namen im Fast-Fashion-Markt aufgestiegen. Der geschätzte Unternehmenswert von SHEIN liegt bei etwa 100 Milliarden US-Dollar, was über dem Gesamtwert von Zara und H&M liegt. Seit der Umbenennung 2015 hat sich der Umsatz des

# global 7

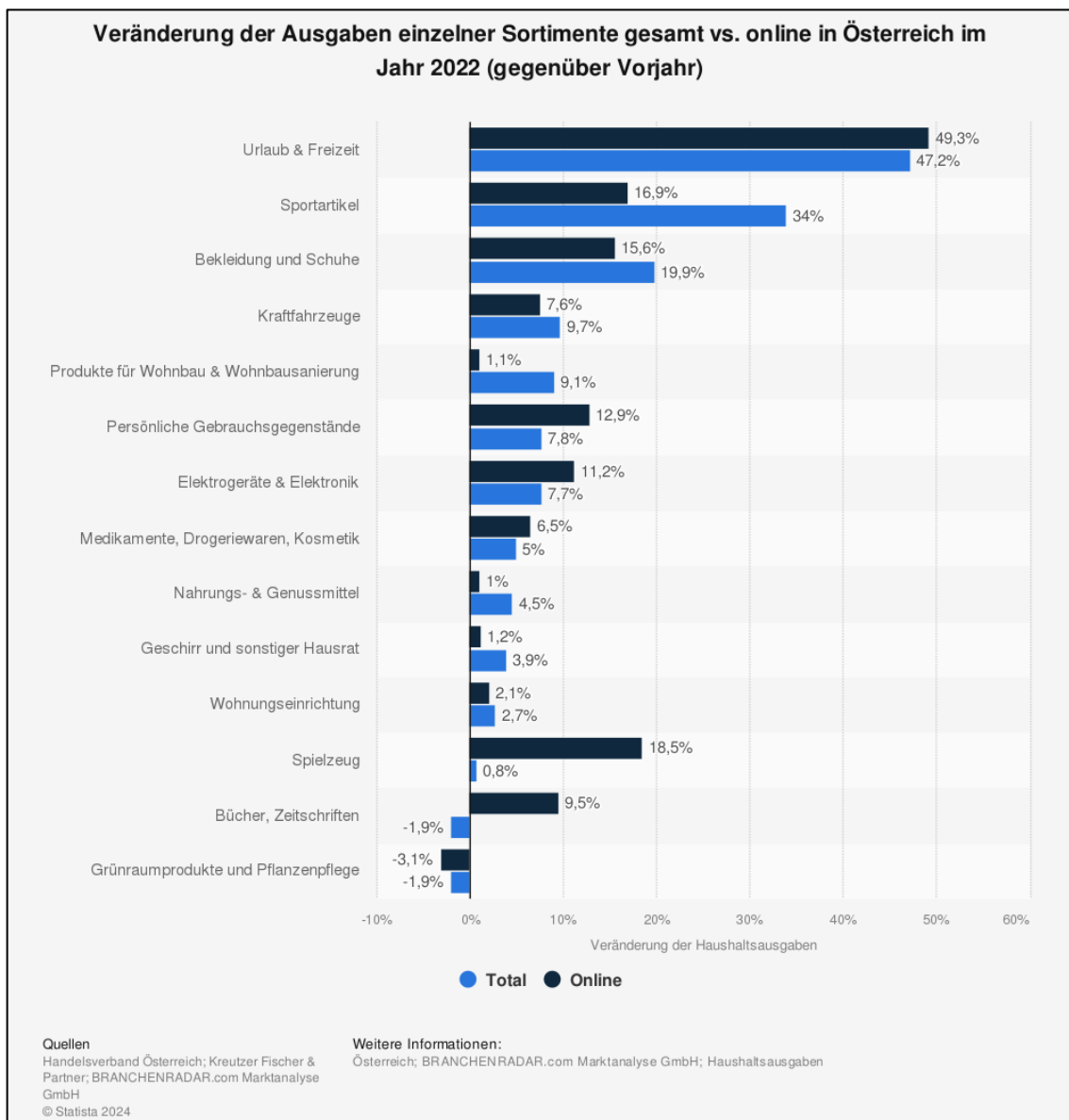
Unternehmens rasant entwickelt, besonders während der Pandemie, als er um über 200 Prozent stieg. Im Jahr 2023 erreichte SHEIN einen Umsatz von 32,5 Milliarden US-Dollar.

SHEIN setzt auf Ultra-Fast-Fashion, indem es tägliche Produktneuheiten in extrem kurzer Zeit auf den Markt bringt. Die Produktion erfolgt in kleinen, flexiblen Einheiten, die es dem Unternehmen ermöglichen, schnell auf Trendänderungen zu reagieren. Auch durch niedrige Preise und zahlreiche Rabattaktionen hebt sich SHEIN ab. Die Strategie als reiner Online-Shop erlaubt erhebliche Investitionen in Social-Media-Marketing.

Kritik an SHEIN umfasst Vorwürfe der illegalen Designkopie, hohe Konzentrationen gefährlicher Chemikalien in den Produkten und mangelnde Transparenz. Im Fashion Transparency Index erhielt das Unternehmen 2023 lediglich einen Score von sieben. Zudem wurde SHEIN vorgeworfen, durch exklusive Verträge mit über 80.000 Zulieferern gegen das Kartellrecht zu verstoßen.

Arbeitsgrundlage: <https://de.statista.com/themen/10830/shein/>. Abgerufen am 7.8.2024

M3 SHEIN.



M4 Ausgabenentwicklung für einzelne Sortimente gesamt vs. online in Österreich 2022 (Quelle: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/418131/umfrage/umsatzprognose-der-sortimente-online-vs-stationaer-in-oesterreich/>, abgerufen am 7.8.2024)

