



Mit jeder Faser
anziehend

DIE ROLLE VON ONLINE-PLATTFORMEN FÜR DIE DEUTSCHE TEXTIL- UND MODEINDUSTRIE

Studie des Gesamtverband textil+mode | Oktober/November 2016

VORWORT

Ob soziale Netzwerke oder klassische Verkaufsplattformen – Online-Plattformen gewinnen für den Vertrieb und die Vermarktung von Textil- und Modeprodukten zunehmend an Bedeutung.

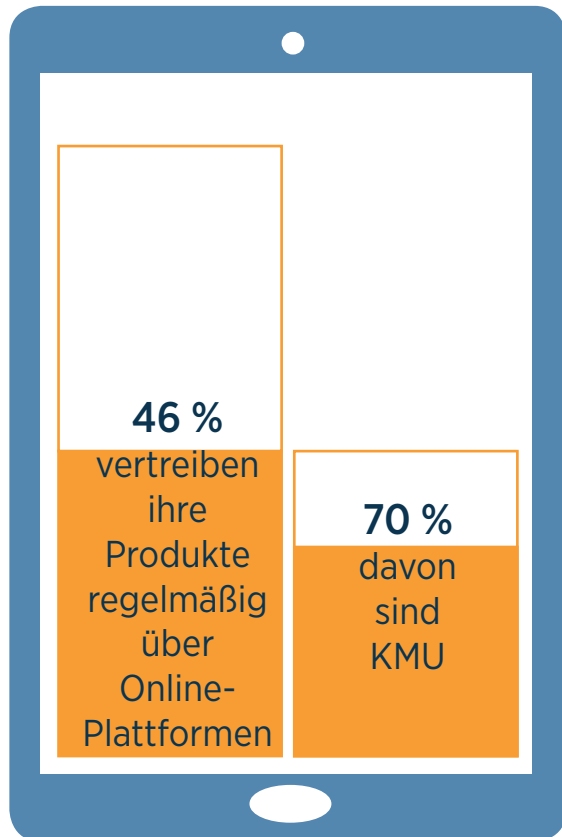
Zu diesem Ergebnis kommt auch die Herstellerumfrage von textil+mode und seinen Mitgliedsverbänden. Knapp die Hälfte der über 100 befragten Hersteller gibt an, bereits jetzt regelmäßig über Online-Plattformen zu vertreiben. 83 Prozent von ihnen sind zudem überzeugt, dass der Umfang in den nächsten Jahren sogar signifikant zunehmen wird.

Völlig problemfrei ist die Beziehung zu den Plattformen aber nicht. Knapp 60 Prozent der Unternehmen, die Plattformen nutzen, bewerten deren AGB als unangemessen. Auch der Umgang der Plattformen mit illegalen Angeboten (z. B. gefälschte oder nachgeahmte Produkte) wird moniert. Rund 80 Prozent der Befragten wünschen sich deshalb von der Politik, die Plattformenbetreiber stärker in die Verantwortung zu nehmen.

INHALT

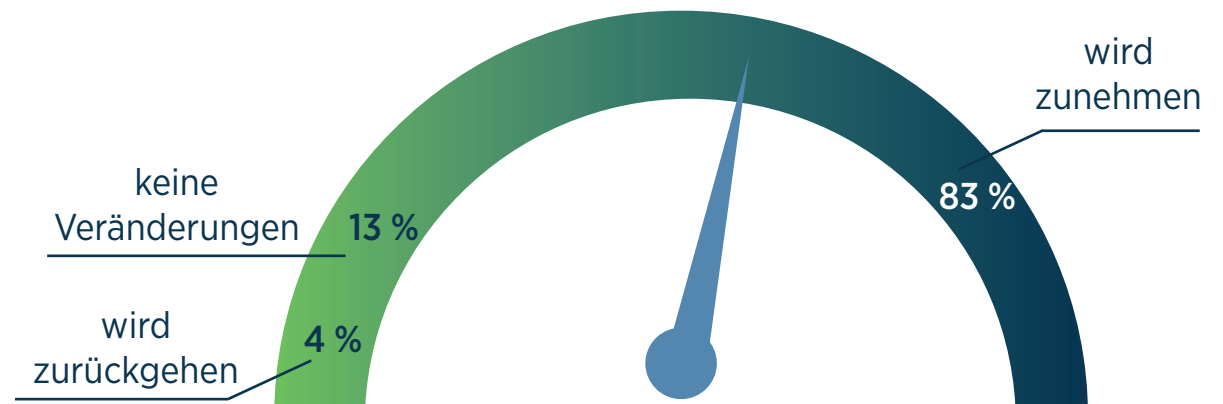
Wirtschaftliche Bedeutung für die Hersteller	4
Ranking der von den Herstellern genutzten Plattformen	5
Geschäftspraxis der Plattformen	6
Bevorzugter Weg bei Streitfällen mit Plattformen	7
Marken- und Produktpiraterie auf Plattformen	8
Erwartungen an die Politik	9
Hintergrund & Statistik der Befragung	10
Über den Gesamtverband textil+mode	11

WIRTSCHAFTLICHE BEDEUTUNG FÜR DIE HERSTELLER

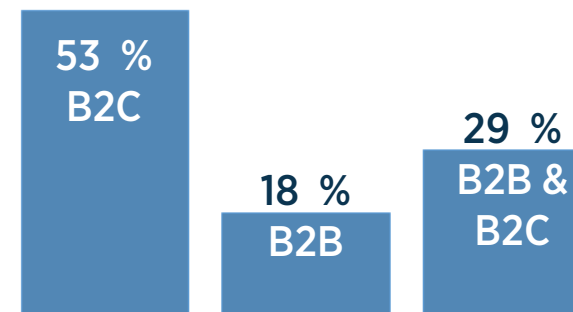


Umfrage Online-Plattformen

Vertrieb über Plattformen wird zunehmen

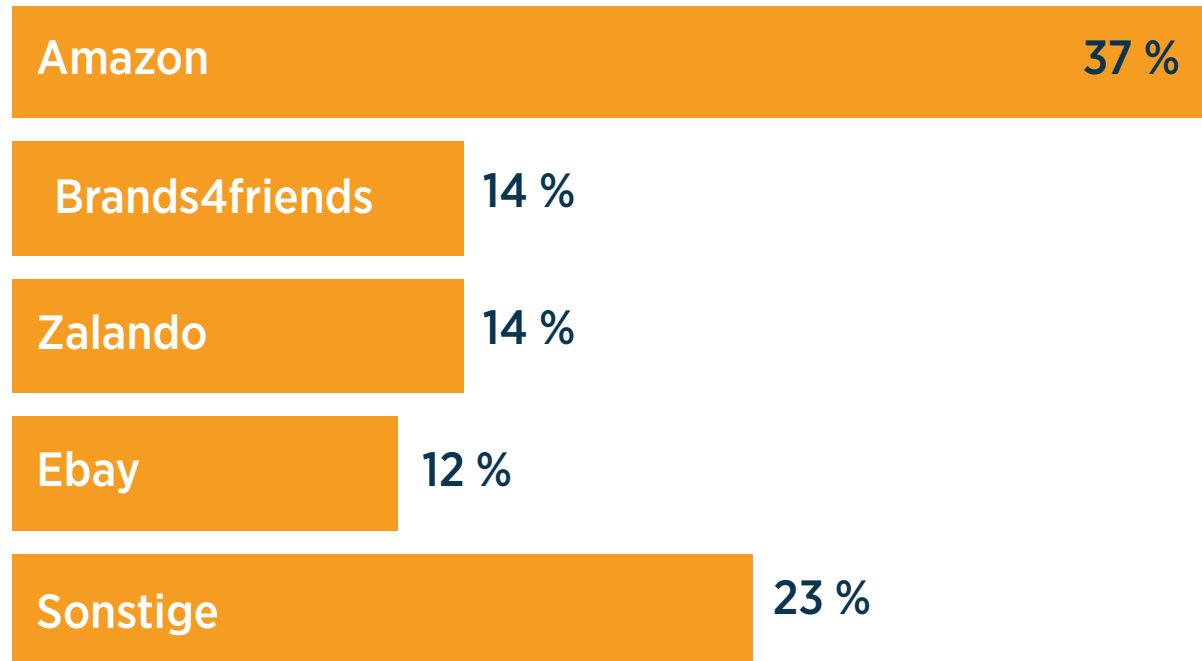


Überwiegende Nutzung der Plattformen für



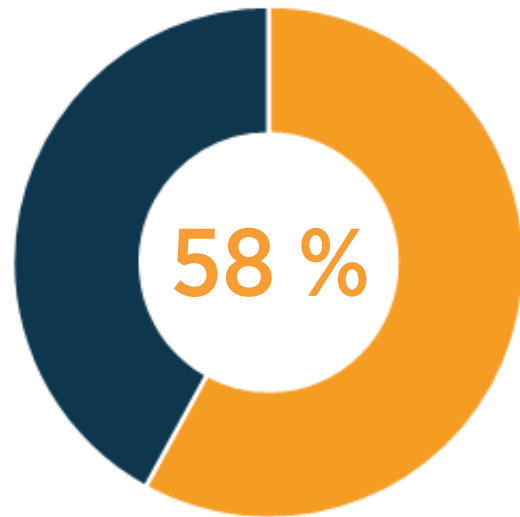
www.textil-mode.de

RANKING DER VON DEN HERSTELLERN GENUTZTEN PLATTFORMEN



GESCHÄFTSPRAXIS DER PLATTFORMEN

Bewertung der Allgemeinen Geschäftsbedingungen



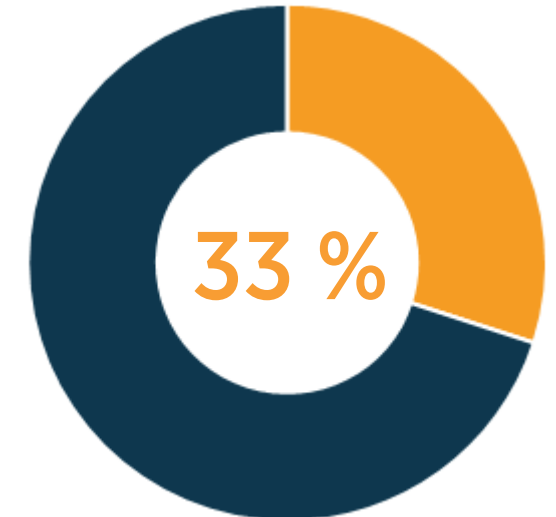
bewerten die AGB der Plattformen als unangemessen (davon 71 % KMU)

Häufige Aussagen

„unflexible Vorgaben“

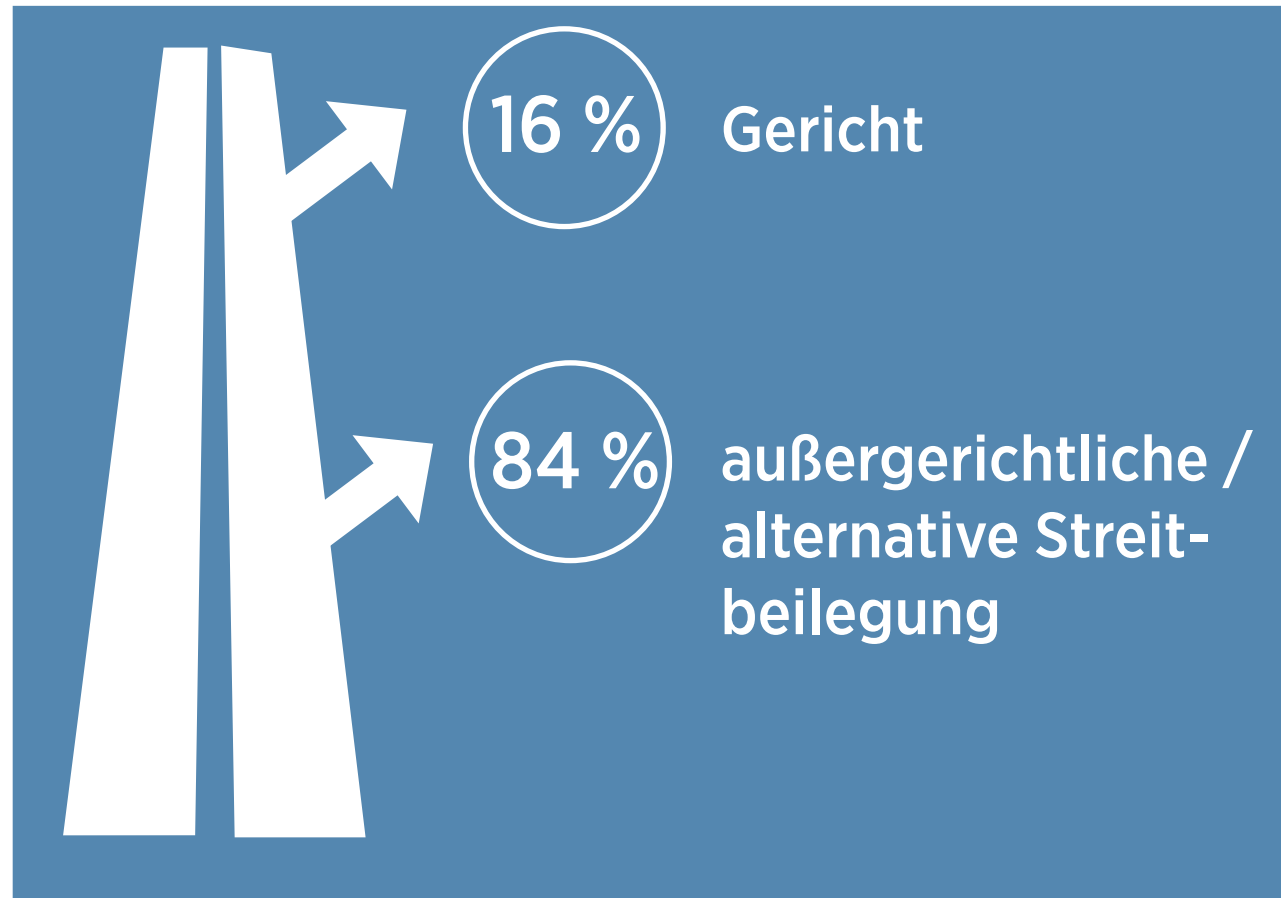
„intransparente Abrechnung“

„zu einseitig“



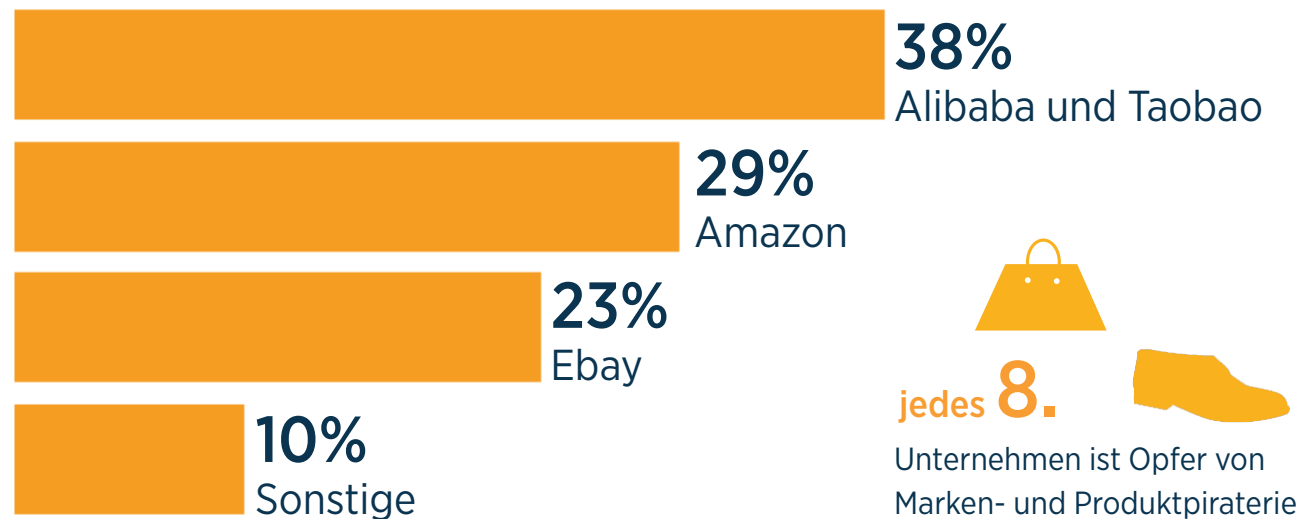
bewerten die AGB der Plattformen als intransparent (davon 87 % KMU)

BEVORZUGTER WEG BEI STREITFÄLLEN MIT PLATTFORMEN



MARKEN- UND PRODUKTPIRATERIE AUF PLATTFORMEN

Plattformen, auf denen Unternehmen häufig Angebote ihrer Produkte identifizieren, die gefälscht oder nachgemacht sind:



SCHON GEWUSST?

Mehr als **26 Milliarden Euro pro Jahr** verlieren europäische Modehersteller durch gefälschte und nachgeahmte Produkte. In Deutschland sind es **3,5 Mrd. Euro im Jahr**.

(Quelle: EUIPO)

MARKEN- UND PRODUKTPIRATERIE AUF PLATTFORMEN

Erwartungen der Unternehmen an die Politik

79 %

der Befragten wollen, dass Online-Plattformen gesetzlich zu mehr Verantwortung verpflichtet werden

Die überwiegende Mehrheit der Befragten möchte die Plattformen gesetzlich dazu verpflichten, rechtswidrige Angebote, z. B. gefälschte Produkte, eigenständig durch proaktive Maßnahmen zu ermitteln und zu entfernen. Nur 10 Prozent lehnen eine gesetzliche Änderung ab; 11 Prozent haben hierzu keine Meinung.



HINTERGRUND & STATISTIK DER BEFRAGUNG

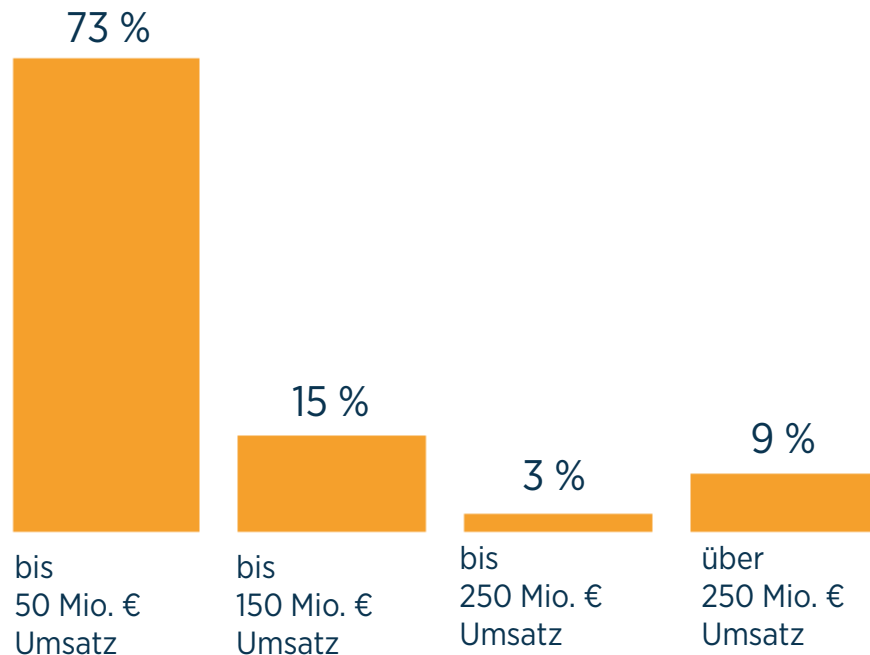
Befragungszeitraum:

Oktober – November 2016 (online und schriftlich)

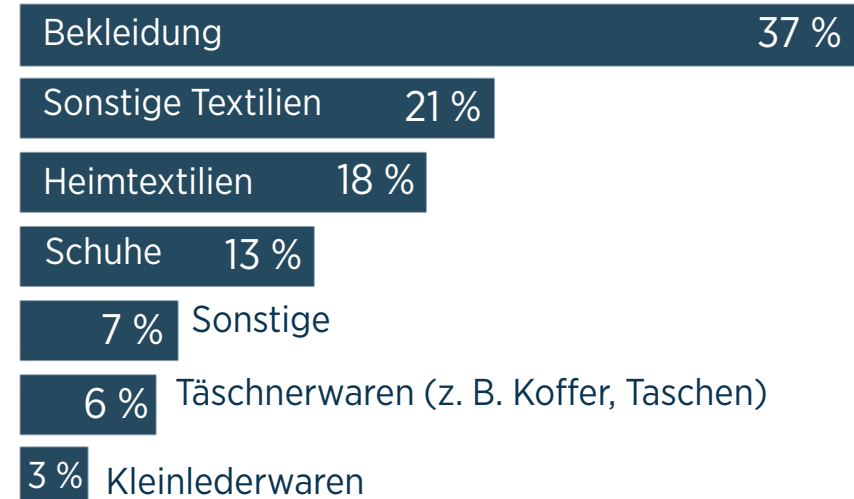
Teilnehmerzahl:

107 Unternehmen der deutschen Textil- und Modeindustrie

Verteilung nach Umsatz



Verteilung nach Branche



ÜBER DEN GESAMTVERBAND TEXTIL+MODE

Der Gesamtverband der deutschen Textil- und Modeindustrie ist der Spitzenverband der deutschen Textil-, Bekleidungs-, Schuh- und Lederwarenindustrie.



1 400

Unternehmen



134 000

Beschäftigte



ca. 32

Mrd. € Jahresumsatz

Kontakt

Gesamtverband textil + mode
Reinhardtstr. 14 - 16, 10117 Berlin
Tel. +49 30 726220-0
info@textil-mode.de

Ansprechpartner

für die Studienergebnisse
Batzorig Daarten
Recht & Steuern
bdaarten@textil-mode.de