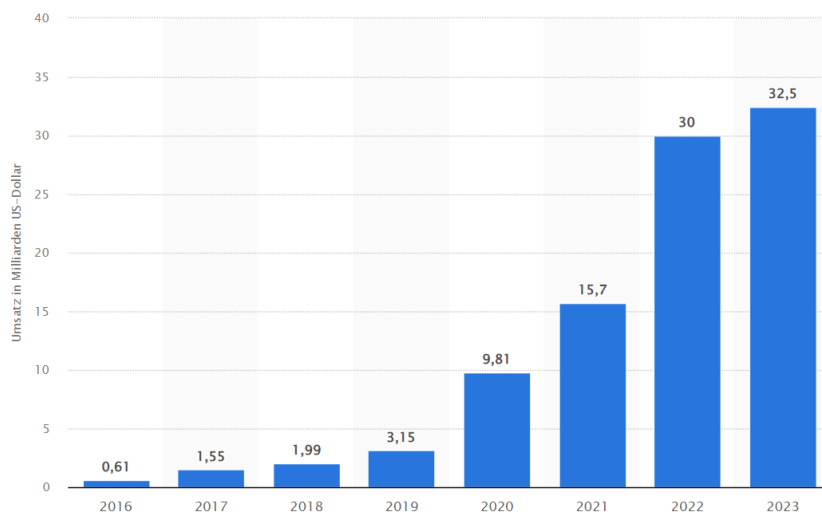


## Umsatz von Shein weltweit in den Jahren 2016 bis 2023

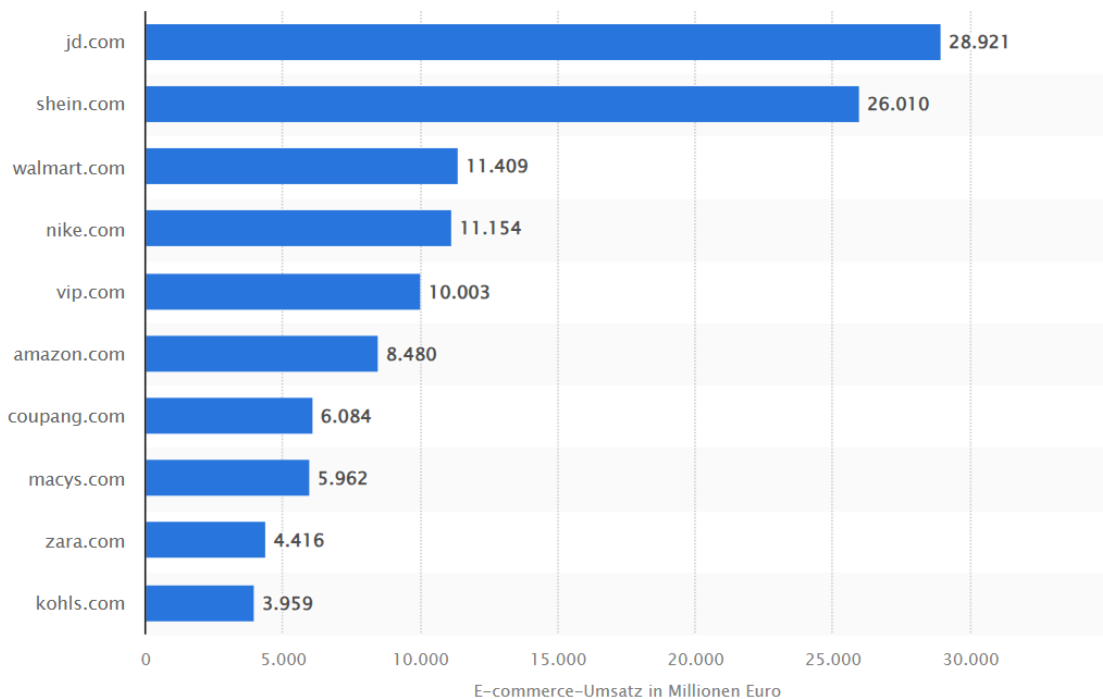
(in Milliarden US-Dollar)



© Statista 2024

## Umsatzstärkste Online-Shops im Fashion-Markt weltweit

(in Millionen Euro)



© Statista 2024

# Die Top 10 Online-Fashion-Shops in Deutschland

In Deutschland erwirtschafteter Umsatz 2021 (in Mio. Euro)\*



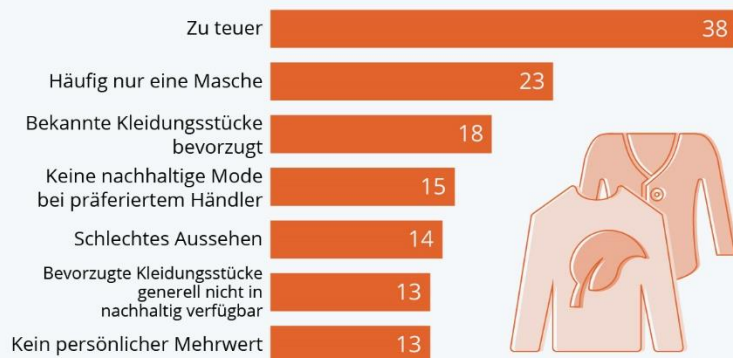
\* Nettoumsatz abzüglich Retouren; teilweise geschätzt

Quellen: ecommerceDB, Unternehmensangaben



# Nachhaltiges Modebewusstsein scheitert am Preisschild

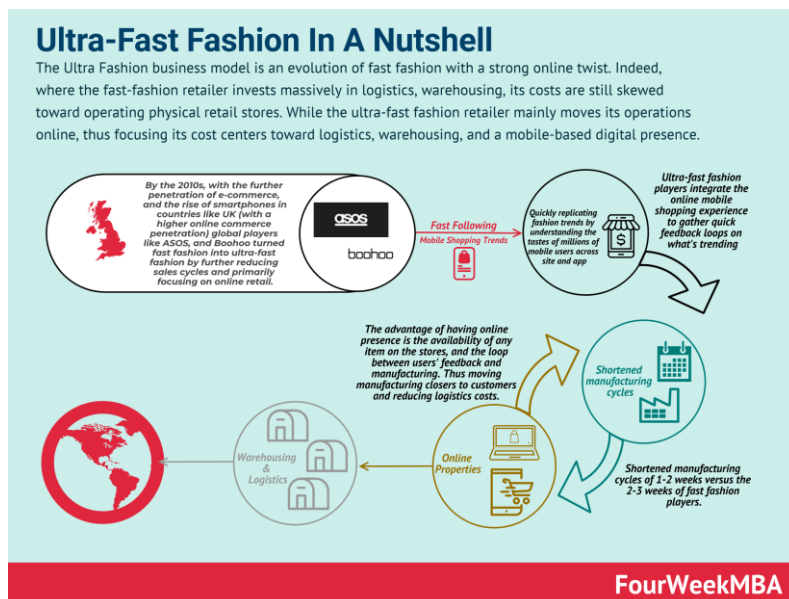
Anteil der Befragten, die aus folgenden Gründen keine nachhaltige Mode kaufen (in %)



Basis: 829 Mode-Käufer:innen (ab 16 Jahren) in Deutschland; Mehrfachantworten möglich; Februar 2021

Quelle: Statista Global Consumer Survey





## D2C ECOMMERCE VORTEILE D2C-E-Commerce: Vorteile für Unternehmen und Brands 07.03.2023 von Redaktion Ad2.0 (Handelsblatt)

Viele Jahre lang galt die Unterteilung der Vertriebs- und Marketingwelt in Business-to-Consumer und Business-to-Business inklusive der üblichen Vertriebsketten als vollkommen ausreichend. Seit Kurzem jedoch verändert sich das. Mit D2C, also Direct-to-Consumer, entsteht ein vollkommen neues Modell, welches Zwischenschritte

auslöst und Unternehmen mit Kunden direkt verbindet. Für manche ist das nicht neu, für andere wiederum kann D2C im E-Commerce Vorteile und große Chancen bieten. D2C liegt im Trend und gilt als Zukunftsmodell. Dass sich die Vertriebswelt im Zuge der fortschreitenden Digitalisierung ebenfalls verändert, dürfte die wenigsten Entscheider und Unternehmer überraschen. Spätestens seit der vollständigen Etablierung von Onlineshopping als Vertriebsweg führt für Unternehmen kaum ein Weg daran vorbei, sich für neue Technologien und Möglichkeiten zu öffnen. In Bezug darauf, wie Dinge getan wurden, unterscheidet sich die "alte Offlinewelt" deutlich von der Ist-Situation. Im Zuge dessen ergeben sich zahlreiche neue Möglichkeiten, disruptiv vorzugehen und bislang ungenutzte Pfade zu erschließen. D2C ist zweifellos eine solche Möglichkeit, denn mit der Direktverbindung zwischen Unternehmen und Zielgruppe entstehen zahlreiche innovative Marketing-Methoden und -Strategien, die frisches Potenzial mit sich bringen. Neue Zielgruppen zu erschließen und relevante Parameter zu optimieren, können im Zuge einer Neuausrichtung auf D2C positive Effekte sein. D2C gilt indes nicht als ein Phänomen von kurzer Dauer, sondern ist laut vieler Marketing- und E-Commerce-Experten "gekommen, um zu bleiben". Immer mehr bekannte Marken entscheiden sich sowohl auf dem deutschen als auch auf dem internationalen Markt dafür, ein D2C-Geschäftsmodell aufzubauen. Auch Prognosen zeigen, dass Experten von D2C in den kommenden Jahren weiter eine deutlich positive Entwicklung erwarten. Es scheint, als böte sich derzeit die Notwendigkeit, auch diese Entwicklung mitzugehen, um nicht abgehängt zu werden.

Zum Thema Drei Gründe für B2C-Marken, in 2023 auf D2C zu setzen. Die Vorteile von D2C für B2C-Marken mit Key Performance Indicators. NETFORMIC ist E-Commerce-Agentur seit 2002. Direct-to-Consumer gibt Unternehmen mehr Kontrollmöglichkeiten. Die Frage, warum Direct-to-Consumer als Zukunftsmethode im E-Commerce gilt, lässt sich nicht mit nur einem Aspekt alleine beantworten. Vielmehr ist es die Kombination aus unterschiedlichen Vorzügen, die sich bei kluger Nutzung der sich bietenden Strukturen entfalten können. Ein entscheidender Faktor ist, dass Unternehmen bei einem D2C-Modell deutlich mehr Kontrolle über das Geschehen und die Customer Experience haben. Die gesamte Customer Journey lässt sich bei D2C im eigenen Unternehmen abbilden, analysieren, begleiten und optimieren. Abhängigkeiten von zwischengeschalteten Instanzen und deren Datensets gibt es nicht mehr. Von der Produktpräsentation über die Preisgestaltung bis hin zum Kundenservice selbst liegt der Erfolg des Unternehmens also gänzlich in dessen eigener Hand. Für den Verbraucher selbst stellt sich D2C oftmals als willkommene Vereinfachung des eigenen Konsumverhaltens im Internet dar. Direkte Verfügbarkeit von Produkten, kein kompliziertes Suchen des Angebots auf unübersichtlichen Marktplätzen und bei Bedarf die Möglichkeit, qualifizierten Support zu kontaktieren, stellen klare Vorzüge dar. Nicht zu vergessen ist dabei auch, dass der Trust-Faktor, also das Vertrauen des Kunden in die jeweiligen Produkte, in einem eigenen Markenshop mit stimmigem Konzept höher ausfallen kann. Durch konstantes Verbraucherfeedback erhalten Unternehmen wiederum die Chance, Stellschrauben zügig zu verändern, sobald sich seitens der Kundschaft ein solcher Bedarf abzeichnet. Ein starkes Detail in Bezug auf D2C ist darüber

hinaus die Tatsache, dass sich Unternehmen einer Vielzahl attraktiver Kanäle bedienen und ihrer Zielgruppe so effektiv näherkommen können. Dies vor allem über Social-Media-Plattformen, die je nach Zielgruppe ausgewählt und bespielt werden können. Der direkte und persönliche Kontakt zu Followern, ein eventueller Unterhaltungsaspekt und eine sympathische Darstellung erzeugen im besten Fall Sympathie, die wiederum in gesteigertem Vertrauen resultieren kann. Als Multiplikator kann hier Influencermarketing betrachtet werden. D2C-E-Commerce: Vorteile durch kluge Strategie nutzbar machen. Alles in allem bietet eine gute D2C-Strategie Unternehmen Zugang zu mehr Kundendaten und somit eine gesteigerte Flexibilität sowie Kontrollmöglichkeit. Zusätzlich lassen sich Margen durch den Wegfall von Zwischenstationen optimieren und damit auch wirtschaftliche Erfolgskennzahlen. Umso entscheidender wird all das vor dem Hintergrund der Tatsache, dass der Switch von Millennials hin zu der Generation Z dazu führen könnte, dass Verbraucher selbst attraktive D2C-Brands bevorzugen. Wer den Einstieg verpasst, bringt sich daher möglicherweise um die Umsätze der Zukunft. Die NETFORMIC GmbH aus Stuttgart positioniert sich als kompetente und erfahrene Anlaufstelle für D2C-Strategien und deren Umsetzung. Die Experten wissen um die Wichtigkeit des Reagierens auf die derzeitige Entwicklung und unterstützen Unternehmer dabei, mit dem Markttempo Schritt zu halten und dabei die richtigen Prioritäten zu setzen. Eine gute Strategie, die im D2C-E-Commerce Vorteile greifbar und zugänglich macht, ist indes nicht immer in Eigenregie planbar. Technische Lösungen, kluges Monitoring, der Aufbau einer kundenzentrierten Kultur und einer entsprechenden Infrastruktur erfordern fachlich versierte Unterstützung. Dies auch, da Unternehmen mit Systemen wie Shopware, Shopify Plus, Spryker und emporix kaum eigene Erfahrung haben. Hier setzt NETFORMIC an und begleitet Unternehmen je nach individuellem Bedarf in Richtung D2C-Zukunft.

Artikel: [Chinesischer Online-Shop Shein Erfahrungen mit Shein: Das steckt hinter dem Fast-Fashion-Giganten | BAYERN 3](#)

[Rabatt im E-Commerce » Kunden gewinnen und Loyalität belohnen](#)  
[https://www.haendlerbund.de/de/ratgeber/marketing/4318-rabatt-e-commerce?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.haendlerbund.de/de/ratgeber/marketing/4318-rabatt-e-commerce?utm_source=chatgpt.com)

### **Rabattcodes (by chatgpt)**

Rabattcodes, auch als Promo-Codes oder Gutscheincodes bekannt, sind Kombinationen aus Buchstaben und/oder Zahlen, die Kunden bei Online-Bestellungen eingeben können, um einen Preisnachlass oder andere Vergünstigungen auf ihre Einkäufe zu erhalten. Diese Codes werden von Einzelhändlern und Online-Shops angeboten, um den Verkauf zu fördern und Kunden zu gewinnen.

[versacommerce.de](https://versacommerce.de)

Die gewährten Rabatte können entweder als fester Betrag oder als prozentualer Nachlass auf den Kaufpreis gestaltet sein. Häufig dienen Rabattcodes dazu, Neukunden anzulocken, die Loyalität von Bestandskunden zu belohnen oder den Absatz bestimmter Produkte zu steigern.

[haendlerbund.de](https://haendlerbund.de)

Es ist wichtig zu beachten, dass Rabattcodes in der Regel an bestimmte Bedingungen geknüpft sind, wie beispielsweise einen Mindestbestellwert oder eine begrenzte Gültigkeitsdauer. Daher sollten Kunden die jeweiligen Einlösebedingungen sorgfältig prüfen, um den vollen Nutzen aus dem Rabattcode zu ziehen.