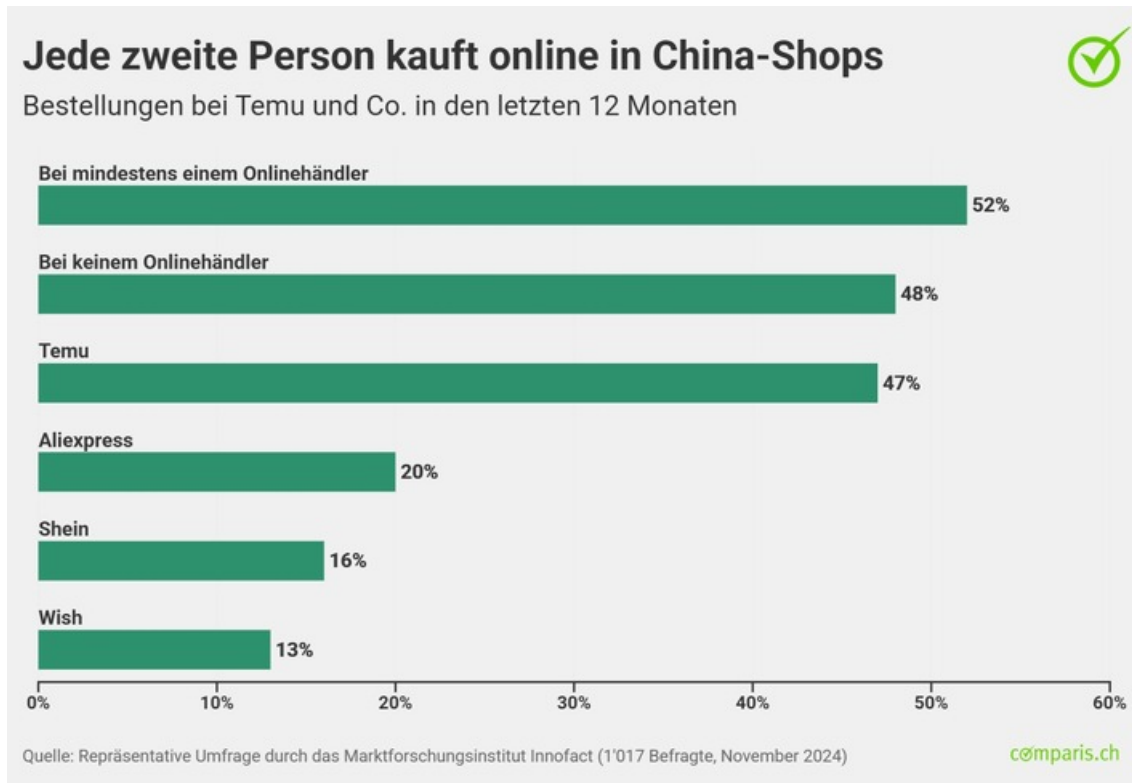


28.01.2025 – 00:30 Uhr

Medienmitteilung: Beliebte China-Shops: Familien und Frauen kaufen am häufigsten bei Temu, Shein und Co. – und sind zufrieden



Medienmitteilung

Repräsentative Comparis-Umfrage zu Online-Versandhändlern

Beliebte China-Shops: Familien und Frauen kaufen am häufigsten bei Temu, Shein und Co. – und sind zufrieden

52 Prozent der Schweizerinnen und Schweizer haben 2024 bei mindestens einem chinesischen Onlineshop etwas bestellt. Vor allem Familien, Frauen und Personen mit niedrigem und mittlerem Einkommen kaufen bei Temu, Shein und Co. Das zeigt eine repräsentative Befragung von Comparis. Zwei Drittel sind mit den Bestellungen zufrieden. «Die Mehrheit kauft wegen der tiefen Preise bei chinesischen Onlineshops. Entsprechend sind auch die Erwartungen an das Produkt leichter zu erfüllen als bei einem höherpreisigen Gegenstand», sagt Comparis-Consumer-Finance-Experte Michael Kuhn.

Zürich, 28. Januar 2025 – Jede zweite erwachsene Person hat in den letzten 12 Monaten bei mindestens einem der 4 chinesischen Billig-Onlinehändler Temu, Wish, Aliexpress oder Shein bestellt. Das zeigt eine repräsentative Umfrage des Online-Vergleichsdienstes comparis.ch. Am beliebtesten ist Temu; 47 Prozent der Befragten, die Temu korrekt als chinesischen Onlineshop zugeordnet haben, kauften dort 2024 mindestens einmal etwas. An zweiter Stelle folgt Aliexpress mit 20 Prozent, dahinter Shein mit 16 Prozent. Comparis-Consumer-Finance-Experte Michael Kuhn: «Das bereits 52 Prozent aller Befragten bei mindestens einem China-Shop bestellt haben, zeigt, dass diese inzwischen sehr bekannt sind und von immer mehr Personen genutzt werden.»

57 Prozent der Frauen shoppen auf chinesischen Onlineportalen und damit deutlich mehr als Männer (48 Prozent). So haben die Frauen auch die Nase bei Temu und dem Fast-Fashion-Konzern Shein klar vorne. Aliexpress hingegen ist eine Männerdomäne. Bei Wish gibt es keinen Geschlechtergraben.

Romands, Tessiner und Familien shoppen gerne auf China-Portalen

Familien nutzen mit 60 Prozent die günstigen Angebote markant häufiger als Ein- und Zweipersonenhaushalte (49 bzw. 45 Prozent). Auch nach Bildungsniveau macht sich die Schere auf: Während Personen mit niedrigem und mittlerem Bildungsstand mit einem Anteil von 56 Prozent Waren in den China-Shops geordert haben, sind es bei

denen mit Fachhochschul- oder Universitätsabschluss nur 49 Prozent.

In der Deutschschweiz haben mit 49 Prozent nur die Hälfte aller Befragten mindestens einmal in den letzten 12 Monaten auf Temu, Shein und Co. etwas bestellt, in der Romandie mit 57 Prozent und im Tessin mit 69 Prozent sind es hingegen deutlich mehr. «Gerade im Tessin gibt es eine hohe Preissensibilität. Das zeigt die Comparis-Umfrage über die persönlichen Finanzen. Und auch in der französischsprachigen Schweiz gibt es einen grossen Anteil der Wohnbevölkerung, der kostengünstiges Einkaufen schätzt», so Kuhn.

Je tiefer der Lohn, desto mehr wird auf «kaufen» geklickt

Grosse Unterschiede gibt es auch nach der Höhe des Einkommens: Befragte mit einem Brutto-Haushaltseinkommen von bis zu 4'000 (59 Prozent) und von 4'000 bis 8'000 Franken (55 Prozent) kaufen signifikant häufiger bei den chinesischen Onlineshops als Personen mit einem Einkommen über 8'000 Franken (47 Prozent).

«Einkommensschwache Personen schauen notgedrungen mehr aufs Portemonnaie und bevorzugen günstige Einkaufsmöglichkeiten», sagt der Comparis-Experte. «Bei Temu und Co. können zum Beispiel Alltagsgegenstände, Kleider und Accessoires oft zu deutlich tieferen Preisen als in Schweizer Läden oder Onlineportalen erworben werden. Fehlende Qualitätsgarantien oder eine teils mangelhafte Produktsicherheit spielen kaum eine Rolle.»

Billig, billiger: Entscheidend ist der Preis

Wenig überraschend ist der Hauptgrund, weshalb Schweizerinnen und Schweizer auf chinesischen Online-Plattformen Waren bestellen: Auf Platz 1 stehen mit 71 Prozent «tiefe Preise». Weit abgeschlagen auf dem 2. Treppchen stehen «Produkte, die es nirgends gibt» mit 12 Prozent, gefolgt von «Vielfalt des Angebots» mit 6 Prozent.

«Temu, Shein und Co. locken mit Schnäppchen, Spezialrabatten und Gratisprodukten ab einem bestimmten Bestellwert. Das riesige Sortiment spielt für die Konsumentinnen und Konsumenten im Vergleich kaum eine Rolle. Was zählt, ist der Preis. Und da sind die chinesischen Onlineportale ungeschlagen», sagt der Comparis-Experte.

Aller Kritik zum Trotz: Die Kundinnen und Kunden sind zufrieden

Die chinesischen Onlineshops werden von Medien wie auch Konsumentenorganisationen immer wieder für ihre teils mangelhaften Produkte kritisiert. Doch das tut der Zufriedenheit der Mehrheit der Kundinnen und Kunden keinen Abbruch: 28 Prozent sind mit den Bestellungen sehr zufrieden, 44 Prozent eher zufrieden. Eher oder sehr unzufrieden sind hingegen nur 6 Prozent der Befragten.

«Die Mehrheit kauft wegen der tiefen Preise bei chinesischen Onlineshops. Entsprechend sind auch die Erwartungen an das Produkt leichter zu erfüllen als bei einem höherpreisigen Gegenstand», sagt Kuhn.

Temu erobert den ersten Platz vor Digitec Galaxus

Gefragt nach dem Anbieter, bei dem in den letzten 12 Monaten am häufigsten Waren oder Dienstleistungen bezogen wurden, landet Temu mit 18 Prozent auf dem ersten Platz. Dabei haben Frauen mit 23 Prozent den China-Shop deutlich häufiger genannt als Männer mit 14 Prozent. Auf Platz zwei folgt Digitec Galaxus mit 17 Prozent. Hier bestellten mit 21 Prozent deutlich mehr Männer als Frauen mit 12 Prozent. Bei Zalando auf Platz drei ist das Geschlechterverhältnis wieder umgekehrt; die Frauen dominieren mit 18 Prozent, vor den Männern mit 13 Prozent.

«Die chinesischen Billigshops setzen heimische Onlineportale unter Druck. Die Häufigkeit der Bestellungen hat jedoch nichts mit dem Bestellwert zu tun, und höherwertige Produkte bleiben eine Domäne der Schweizer Anbieter», so Kuhn.

Mehrheit der Schweizerinnen und Schweizer kauft alle 2 bis 3 Monate online ein

Die Mehrheit, nämlich 69 Prozent, bestellt mindestens alle 2 bis 3 Monate online. 2 Prozent shoppen mehrmals und 5 Prozent etwa einmal pro Woche via Smartphone, Tablet oder Laptop. Demgegenüber kaufen 5 Prozent gar nie online ein und 24 Prozent seltener als alle 2 bis 3 Monate. Dabei zeigt sich: Männer kaufen häufiger online als Frauen. Zudem bestellen Personen mit Einkommen von 4'000 bis 8'000 Franken sowie ab 8'000 Franken monatlich häufiger als Personen mit tiefem Lohn (unter 4'000 Franken).

Methodik

Die repräsentative Befragung wurde durch das Marktforschungsinstitut Innofact im Auftrag von comparis.ch im November 2024 unter 1'017 Personen in allen Regionen der Schweiz durchgeführt.

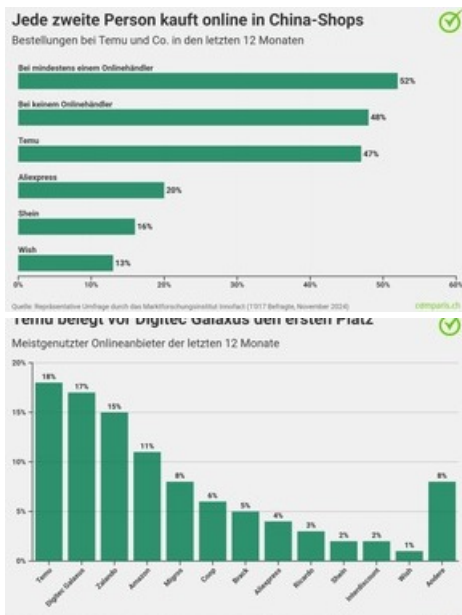
Weitere Informationen:

Michael Kuhn
Consumer-Finance-Experte
Telefon: 044 360 53 91
E-Mail: media@comparis.ch
comparis.ch

Über comparis.ch

Mit über 80 Millionen Besuchen im Jahr zählt comparis.ch zu den meistgenutzten Schweizer Websites. Das Unternehmen vergleicht Tarife und Leistungen von Krankenkassen, Versicherungen, Banken sowie Telecom-Anbietern und bietet das grösste Schweizer Online-Angebot für Autos und Immobilien. Dank umfassender Vergleiche und Bewertungen bringt das Unternehmen Transparenz in den Markt. Dadurch stärkt comparis.ch die Entscheidungskompetenz von Konsumentinnen und Konsumenten. Das Unternehmen wurde 1996 vom Ökonomen Richard Eisler gegründet und ist in Privatbesitz. Das Unternehmen gehört heute noch zur Mehrheit dem Gründer Richard Eisler. Es sind keine anderen Unternehmen oder der Staat an Comparis beteiligt.

Medieninhalte



Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100003671/100928240> abgerufen werden.