



Positionspapier

Asiatische E-Commerce Plattformen

April 2025



Inhaltsverzeichnis

1.	Präambel.....	3
2.	Überblick über den europäischen Textil- und Bekleidungsmarkt	3
2.1.	Marktgröße und Umsatzvolumen.....	3
2.2.	Herausforderungen der Branche	4
2.3.	Nachhaltigkeitstrend	4
3.	Neue Strategien und Geschäftsmodelle asiatischer E-Commerce-Plattformen	5
3.1.	Werbeinstrumentarium	5
3.2.	Dark Patterns	6
3.3.	Preisgestaltung.....	6
3.4.	Nutzung der Zollfreigrenze von 150 EUR durch Split-Sendungen.....	7
3.5.	Nachhaltige und recycelbare Textilien versus Import von Billigware.....	8
4.	Reaktion europäischer Nachbarländer	10
5.	Vorschläge für Maßnahmen in der EU.....	11
5.1.	Angleichung von Wettbewerbsbedingungen durch Handelsabkommen.....	11
5.2.	Änderung und Ergänzung bestehender Zollvorschriften	11
5.3.	Marktüberwachung	13
5.4.	Steuerrecht.....	14
5.5.	Initiativen zur Förderung der Sensibilisierung der VerbraucherInnen	14
6.	Fazit	14



1. Präambel

Die Globalisierung und Digitalisierung haben den Textil- und Bekleidungsmarkt stark verändert. Asiatische E-Commerce-Plattformen spielen dabei eine zentrale Rolle, indem sie ohne eigene Infrastruktur direkt an europäische Endverbraucher verkaufen – ein Konzept, das als „Dropshipping“ bekannt ist. Das bedeutet, dass Produkte direkt ab Werk von den Herstellern in China zu den Kunden in Deutschland verschickt werden, ohne dass Zwischenhändler involviert sind.

Asiatische Onlineplattformen erreichen dadurch eine enorme Reichweite und bieten Produkte oft zu sehr günstigen Preisen an, mit Rabatten von bis zu 90%. Viele dieser Plattformen agieren nicht als Produzenten, was ihnen ermöglicht, sich den regulatorischen Anforderungen in Europa weitgehend zu entziehen. Sie kooperieren mit einer großen Anzahl an Herstellern, meist in China, und ermöglichen es diesen Produzenten, ihre Waren direkt an die Endkunden in Europa zu verkaufen. Dabei übernehmen sie Aufgaben wie die Bereitstellung eines Marktplatzes, die Koordination der Logistik und die Zahlungsabwicklung.

Mit diesem Geschäftsmodell fluten asiatische E-Commerce-Plattformen den europäischen Markt mit teilweise minderwertiger, äußerst preisgünstiger Ware. Die Kritik an diesen Plattformen nimmt stetig zu, insbesondere in Bezug auf die Qualität, Umweltbilanz und Herkunft ihrer Produkte. Zudem steht deren Umgang mit Zollvorschriften sowie Marken-, Verbraucher- und Datenschutz in der Kritik.

2. Überblick über den europäischen Textil- und Bekleidungsmarkt

2.1. Marktgröße und Umsatzvolumen

In Deutschland lagen die Konsumausgaben der privaten Haushalte nach Angaben des Statistischen Bundesamts für Bekleidung und Schuhe im Jahr 2023 bei 77,5 Milliarden Euro.¹

Die durchschnittlichen Ausgaben pro Haushalt und Jahr betragen 1.236 Euro für Bekleidung und Schuhe im Jahr 2022. Nach dem Statistischen Bundesamt entspricht dies 3,6 % der

¹ Statistisches Bundesamt, VGR des Bundes - Konsumausgaben der privaten Haushalte im Inland, 2024



Ausgaben eines Haushalts.² In der Europäischen Union liegt der Wert mit rund 5 % nach den Zahlen von Eurostat etwas höher.³

Diese Zahlen verdeutlichen die Bedeutung des Bekleidungsmarktes. Betrachtet man dazu die Untersuchung des BTE Handelsverbands Textil, Schuhe und Lederwaren, der schätzt, dass die Deutschen im Jahr 2023 für ca. eine Milliarde Modeartikel und Schuhe bei Shein, Temu usw. eingekauft haben, so werden die Dimensionen dieses Marktes noch deutlicher.⁴

2.2. Herausforderungen der Branche

Die baden-württembergische Textil- und Bekleidungsindustrie steht derzeit vor gravierenden Herausforderungen. Dazu gehören steigende Produktionskosten, die durch verschiedene Faktoren wie Energiekosten, Rohstoffpreise und inflationsbedingt erheblich gestiegene Löhne bedingt sind. Hinzukommt ein erheblicher bürokratischer Aufwand durch den „Green Deal“ der Europäischen Union, der schon jetzt und auch künftig eine Flut von Regularien und vielfältigen Berichtspflichten, die ressortübergreifend auf EU-Ebene nicht abgestimmt wurden, mit sich bringt. Diese Regularien basieren unter anderem auf Vorschriften wie z.B. dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz, REACH (Registrierung, Bewertung, Zulassung und Beschränkung chemischer Stoffe), dem Produktsicherheitsgesetz (ProdSG), dem digitalen Produktpass, der EU-Taxonomieverordnung sowie (künftig) der EUDR (EU-VO über entwaldungsfreie Lieferketten), den Nachhaltigkeitsrichtlinien, der Green Claims Verordnung, dem EU-Textilrecycling, usw., die es in ihrer Vielfältigkeit in der Textil- und Bekleidungsindustrie umzusetzen gilt. Ob die anvisierte Reduzierung der Berichtspflichten über die Omnibus-Verordnung die entsprechenden Erleichterungen bringen wird, wird abzuwarten sein.

2.3. Nachhaltigkeitstrend

Das zunehmende Bewusstsein der Verbrauchenden für ökologische und soziale Aspekte in der Bekleidungs- und Textilproduktion führt zu einer steigenden Nachfrage nach nachhaltig hergestellten Produkten. Gleichzeitig offenbart sich jedoch ein klarer Widerspruch: Viele Käufer*Innen wünschen sich zwar umweltfreundliche und fair produzierte Kleidung, sind

² Statistisches Bundesamt, Struktur der Konsumausgaben privater Haushalte, 2023

³ Eurostat: Schlüsseldaten über Europa, 2024

⁴ BTE Handelsverband Textil, Schuhe, Lederwaren: BTE-Schätzung: Deutsche kauften 2023 eine Milliarde Modeartikel und Schuhe bei Shein, Temu & Co, 2024



jedoch oft nicht bereit, den höheren Preis zu zahlen, der mit einer solchen Produktion, gerade in Europa bzw. Deutschland, einhergeht.

Dieser Konflikt zwischen Nachhaltigkeitsanspruch und Preisbewusstsein stellt die Textil- und Bekleidungsindustrie vor eine zentrale Herausforderung. Es gilt Wege finden, um nachhaltige Produktionsprozesse zu etablieren und gleichzeitig wettbewerbsfähige Preise anzubieten, ohne die wirtschaftliche Rentabilität zu gefährden. Die Suche nach einem tragfähigen Gleichgewicht zwischen fairer Preisgestaltung und ökologischer sowie sozialer Verantwortung wird somit zu einer der entscheidenden Aufgaben für die Branche, um wettbewerbsfähig zu bleiben und den Standort in Baden – Württemberg zu halten und in ihn zu investieren.

3. Neue Strategien und Geschäftsmodelle asiatischer E-Commerce-Plattformen

Asiatische E-Commerce-Plattformen haben neue Strategien entwickelt, um sich im Dropshipping-Geschäft gegen Wettbewerber zu behaupten. Diese Strategien umfassen u.a. neue Werbemethoden, Homepage-Design zur Kundenbindung, Preisgestaltung sowie den „kreativen“ Umgang mit Zollvorschriften, die im Ergebnis in vielen Fällen europäischen Nachhaltigkeitsstrategien diametral entgegenstehen.

3.1. Werbeinstrumentarium

Diese E-Commerce-Plattformen haben erkannt, dass TikTok und Instagram entscheidende Instrumente sind, um die Markenbekanntheit voranzutreiben. Dabei geht es darum, Trends zu setzen und nicht nur um eine bloße Präsenz in den sozialen Medien. Insbesondere TikTok hat mit seinen viralen Challenges, die darauf abzielen, in regelrechte Kaufwettbewerbe einzutreten, den Onlineverkauf sehr stark ins öffentliche Bewusstsein gerückt. Hashtags asiatischer Onlineplattformen sind in der Lage, das Kaufverhalten ganzer Generationen transparent abzubilden, die sich als Teil einer „community“ und damit als Trendsetter fühlen. Animiert das „Schwarmverhalten“ der community im großen Stil zu teilen, erzielen diese Onlineplattformen Millionen von Aufrufen und nutzen ihre Konsumenten als Werbebotschafter, deren Follower sich regelmäßig dem Trend anschließen. Dies führt teilweise zu skurrilen Ergebnissen; erinnert sei an ein virales Salatrezept, dessen Popularität zu realen Gurkenengpässen in Island führte.



Asiatische Onlineplattformen gehen sogar noch einen Schritt weiter und reagieren auf solche Mikro-Trends mit passenden Produkten nahezu in Echtzeit, was das disruptive Potenzial digitaler Strategien unterstreicht.

Auch die Unart dieser E-Commerce-Plattformen, die Bewerbung eigener Produkte über die Nutzung der „keywords“ des Wettbewerbs zu „pushen“, führt in den Algorithmen der Suchmaschinen zu einer höheren Platzierung im Ranking und damit zu einer höheren Aufmerksamkeit des Kunden. Damit die Unternehmen, die von diesen Praktiken der E-Commerce-Plattformen betroffen sind, im Ranking der Suchmaschinen mit ihren eigenen „keywords“ wieder aufsteigen können, müssen diese wiederum deutlich höhere Werbebudgets investieren.

3.2. Dark Patterns

Asiatische E-Commerce-Plattformen verwenden nach wie vor beeinflussende oder manipulative Designmuster, sogenannte „Dark Patterns“. Diese haben Suchpotenzial, zielen darauf ab, Verbraucher zeitlich lange auf der Seite zu binden und zu kaufen zu verleiten. In den Apps der Anbieter finden sich aufdringliche Benachrichtigungen, endloses Weiterscrollen, automatisches Abspielen von Videos und Glücksspiele als Verkaufsanreize – die Liste der Designs ist endlos.

Dieser Einsatz von „Dark Patterns“ verstößt aus Sicht der Textil- und Bekleidungsindustrie gegen den Digital Services Act der EU. Dieser ist seit dem 17. Februar 2024 in Kraft und dient dem Schutz der Online-User. Explizit findet sich darin auch das Verbot der sogenannten „Dark Patterns“. Die Bundesregierung hat das Digitale-Dienste-Gesetz verabschiedet, um die nationalen Vorschriften auf Bundes- und Länderebene an die neuen europarechtlichen Vorgaben anzupassen. Es ist am 14. Mai 2024 in Kraft getreten. Darin hat die Bundesregierung einen umfassenden Bußgeldkatalog aufgesetzt (§ 33 DDG). Gerade auch im Kontext der Durchsetzung europäischer bzw. deutscher Vorschriften beim Import gilt es diesen auch konsequent anzuwenden, z.B. in Form von erheblichen Geldstrafen bei Verstößen.

3.3. Preisgestaltung

Die günstigen Produktionskosten in Asien resultieren insbesondere aus sehr deutlich niedrigeren Löhnen und dem Einsatz preisgünstiger Materialien, was zu extrem niedrigen Produktpreisen führt. Allein schon die für solche Produkte eingesetzten Rohstoffe wie Garne,



Reißverschlüsse, Stoffe, Knöpfe etc. können in Baden-Württemberg, Deutschland und Europa nicht zu diesen „Dumpingpreisen“ unter Beachtung von Lieferketten-, Umwelt-, Arbeits- und Produktsicherheitsgesetzen etc. produziert werden. Solche Geschäftsmodelle sind in vielen Ländern der EU unter Einhaltung der im eigenen Land umzusetzenden Regularien nicht nachhaltig umsetzbar. Gleichwohl wird der Import solcher Produkte, weitestgehend unkontrolliert, auf dem europäischen bzw. deutschen Markt zugelassen. D.h. es entsteht ein Wettbewerb zu ungleichen Bedingungen. Diese Produktionsmethoden widersprechen überdies den Nachhaltigkeitszielen der EU, die sich auf eine Langlebigkeit von Produkten fokussiert. Stattdessen entsteht ein gigantischer Import von „Billigprodukten“, deren Haltbarkeit von Beginn an bezweifelt werden darf und in Zukunft erhebliche Probleme im Bereich des Recyclings bzw. der Entsorgung bereiten wird.

3.4. Nutzung der Zollfreigrenze von 150 EUR durch Split-Sendungen

Für diese beschriebenen Geschäftsmodelle wird überdies die Zollfreigrenze von 150 € beim Import in die EU aktiv genutzt. Die Praxis, Bestellungen in mehrere Pakete aufzuteilen, um unter der Zollfreigrenze von 150 EUR zu bleiben und Wettbewerbsvorteile zu generieren, stellt ein erhebliches Problem für den deutschen Zoll dar:

Auswirkungen auf den Luftfrachtverkehr

Neben der geschilderten, aggressiven Preispolitik ist festzustellen, dass die Aufteilung von Bestellungen in mehrere Pakete zu einer signifikanten Zunahme des Luftfrachtaufkommens führt; eine immense Steigerung der Tonnage, die mittlerweile im Import an den deutschen Flughäfen aufschlägt.

Dies hat mehrere Konsequenzen:

Infrastruktur & Emissionen

- / Überlastung der Infrastruktur: Flughäfen und Logistikzentren müssen eine deutlich höhere Anzahl von Paketen bearbeiten, deren Abfertigung in größeren Paketeinheiten deutlich effizienter wäre.
- / Erhöhte Umweltbelastung: Der verstärkte Luftfrachtverkehr führt zu einem Anstieg der CO₂-Emissionen.



Herausforderungen für den Zoll

Die Masse an kleinen Paketen erschwert die Kontrolle beim Import erheblich:

- / Erhöhter Arbeitsaufwand: Jedes Paket muss einzeln geprüft und abgefertigt werden.
- / Ressourcenbindung: Die Bearbeitung vieler Kleinsendungen bindet Zollressourcen, die für andere wichtige Aufgaben fehlen.
- / Schwierigere Identifikation von Verstößen: Die Fragmentierung macht es schwieriger, den Gesamtwert einer Bestellung zu erfassen.
- / Soweit ein Umgehungstatbestand vorliegt, entgehen dem Staat potenzielle Einnahmen durch nicht erhobene Zölle.

Wettbewerbsverzerrung

Diese Praxis führt zu einer unfairen Wettbewerbssituation:

- / Asiatische Anbieter generieren durch die Nutzung der Zollfreigrenze Preisvorteile und können auch aus diesem Grund zu günstigeren Preisen anbieten.
- / Marktverdrängung: Lokale Textil- und Bekleidungsunternehmen in Baden-Württemberg geraten durch diesen preisaggressiven Wettbewerb unter Druck

3.5. Nachhaltige und recycelbare Textilien versus Import von Billigware

Die am 30. März 2022 von der Europäischen Kommission vorgestellte EU-Strategie für nachhaltige und kreislauforientierte Textilien hat das Ziel, Fast Fashion und Textilabfälle zu reduzieren sowie die Langlebigkeit, Reparierbarkeit, Wiederverwendbarkeit und Recycelbarkeit von Textilien zu verbessern.

In diesem Zusammenhang soll die Ökodesign-Verordnung (Verordnung 2024/1781 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 13. Juni 2024, in Kraft getreten am 18. Juli 2024) allgemeine Ökodesign-Anforderungen für nachhaltige Produkte festlegen. Diese Verordnung gilt für nahezu alle physischen Produkte sowie deren Bestandteile und Zwischenprodukte, die in der EU auf den Markt kommen. Dies betrifft auch Textilien wie z.B. Kleidung, Matratzen, Heimtextilien. Die Ökodesign-Verordnung ist daher Kernbestandteil einer nachhaltigen Kreislaufwirtschaft, der die asiatischen Geschäftsmodelle, die auf billige Einweg-Mode setzen, diametral entgegenlaufen.



Auch unter Recyclingaspekten ist zu beachten, dass sich Textilien häufig aus einer Mischung verschiedener Fasermaterialien wie z.B. Baumwolle, Polyester und Elasthan zusammensetzen. Außerdem sind Bekleidungstextilien regelmäßig gefärbt, weshalb die Farbe zunächst entfernt werden muss, um einen wiederverwertbaren Rohstoff zu erhalten. Zusätzlich sind Textilien oft mit Applikationen wie Reißverschlüssen oder Knöpfen versehen, die vor dem Recycling separiert werden müssen. Diese Materialien voneinander zu trennen, um ein effektives Recycling zu ermöglichen, ist eine komplexe Aufgabe, die nicht nur technische, sondern in vielen Fällen auch aufwändige, chemische Prozessschritte beinhaltet. Insgesamt stellt der Recyclingprozess von Textilien daher alle Beteiligten vor erhebliche Herausforderungen.

Unabhängig davon überschwemmen derzeit die asiatischen E-Commerce-Plattformen den europäischen Markt mit Textilien, in vielen Fällen auch mit minderwertiger Ware. Diese Produkte enthalten auch oft unbekannte Chemikalien bzw. Chemikalienzusammensetzungen, deren REACH-Konformität bezweifelt werden muss. Angesichts des technisch schwierigen Recyclingprozesses stellt der Umgang mit diesen Produkten am Ende des Lifecycleprozesses Europa noch vor erheblich größere Herausforderungen. Im Ergebnis steigen die Kosten für das Sammeln, Sortieren und Recyceln von Textilien bedeutend, d.h. das ggfs. recycelte Produkt wird deutlich teurer, als der Kauf einer neuen Billigware, so dass zu befürchten ist, dass die Müllberge in Europa deutlich steigen werden.

Letztlich steht die Textil – und Bekleidungsindustrie „vor der Quadratur des Kreises“; im Wettbewerb mit asiatischen Billigstanbieter, nachhaltig im Sinn der EU-Regularik zu produzieren und zu recyceln, währenddessen Billigprodukte asiatischer Wettbewerber weitestgehend unkontrolliert importiert und am Ende auf Kosten der Allgemeinheit als Müll entsorgt werden.

Vor diesem Hintergrund ist auch die sogenannte „erweiterte Herstellerverantwortung“ zu beachten, die von der Europäischen Kommission beschlossen wurde. Damit sollen diejenigen, die Textilien herstellen und vertreiben auch dafür sorgen, dass der daraus resultierende Müll möglichst systematisch gesammelt, sortiert und wiederverwertet wird. In einigen europäischen Ländern ist die erweiterte Herstellerverantwortung bereits umgesetzt. In Deutschland erfolgt die Umsetzung noch. Gleichwohl ist darauf zu achten, dass auch Textilhersteller und Händler außerhalb der EU, dieses System mitzutragen haben.



4. Reaktion europäischer Nachbarländer

Einige europäische Nachbarn haben bereits Maßnahmen in Planung bzw. ergriffen, um ihre Märkte zu schützen:

/ Frankreich

Zollkontrollen: Frankreich hat die Zollkontrollen verschärft, um sicherzustellen, dass importierte Waren den EU-Normen für Sicherheit und Umwelt entsprechen.

Verbraucherschutzgesetze: Einführung strengerer Verbraucherschutzgesetze, die Transparenz bei Preisen und Herkunft der Produkte fordern.

/ Italien

Handelsabkommen: Italien arbeitet an der Überarbeitung von Handelsabkommen, um die Umgehung von Zöllen und anderen Vorschriften zu verhindern.

Sensibilisierungskampagnen: Initiativen zur Aufklärung der Verbraucher über die Risiken von Billigprodukten und die Bedeutung nachhaltiger Kaufentscheidungen.

/ Spanien

Erhöhung der Zölle: Spanien diskutiert die Einführung höherer Zölle auf Produkte aus Ländern mit niedrigeren Produktionsstandards, um den heimischen Markt zu schützen.

Regulierungsmaßnahmen für E-Commerce: Einführung spezifischer Regulierungen für Online-Plattformen, um faire Wettbewerbsbedingungen zu gewährleisten.

/ Niederlande

Datenanalysen: Die niederländischen Behörden nutzen Datenanalysen, um das Kaufverhalten auf Onlineplattformen zu überwachen und potenzielle Verstöße gegen EU-Vorschriften zu identifizieren.

Zusammenarbeit mit anderen EU-Staaten: Intensivierung der Zusammenarbeit mit anderen europäischen Ländern zur Harmonisierung von Vorschriften im E-Commerce-Bereich.

/ Schweden

Nachhaltigkeitsanforderungen: Schweden hat strenge Anforderungen an die Nachhaltigkeit von Produkten eingeführt und fordert von Online-Händlern Nachweise über die Herkunft ihrer Waren.



Förderung lokaler Hersteller: Initiativen zur Unterstützung lokaler Textilhersteller als Antwort auf den Preisdruck durch ausländische Anbieter.

5. Vorschläge für Maßnahmen in der EU

Anhand der Darlegung des Geschäftsmodells wird die Komplexität des Themas deutlich. Es ist zu befürchten, dass, um die Wettbewerbsfähigkeit herzustellen, einzelne Maßnahmen ihr Ziel verfehlten werden. Die Herausforderungen, denen sich insbesondere deutsche Textil- und Bekleidungsunternehmen durch asiatische Billiganbieter stellen müssen, erfordern umfassende Maßnahmen, um den Wettbewerb zu regulieren und faire Handelspraktiken zu gewährleisten. Ziel ist dabei eine Gleichbehandlung aller Unternehmen, die ihre Waren oder Dienstleistungen auf dem EU-Markt anbieten, sei es, in dem sie in der EU ansässig sind oder es sich um Unternehmen handelt, die von außerhalb Waren importieren. Die von der EU-Kommission angestoßene „Toolbox“ ist dabei zu begrüßen.

Die Textil- und Bekleidungsindustrie in Baden-Württemberg spricht sich ebenfalls für einen Maßnahmenkatalog wie folgt aus:

5.1. Angleichung von Wettbewerbsbedingungen durch Handelsabkommen

Klare und verbindliche Handelsabkommen sind ein wirksames Mittel, um faire Wettbewerbsbedingungen zu schaffen und sowohl die heimische als auch die internationale Wirtschaft zu schützen. Solche Abkommen legen fest, welche Regeln und Standards im grenzüberschreitenden Handel gelten und schaffen damit einen Rahmen, der Marktverzerrungen verhindert und gleiche Voraussetzungen für alle Teilnehmer garantiert.

Durch Handelsabkommen können Maßnahmen gegen unfaire Praktiken wie Dumping oder subventionierte Exporte festgelegt werden. Anti-Dumping-Klauseln beispielsweise verpflichten die Vertragspartner dazu, gegen unfaire Preisunterbietungen vorzugehen, die heimischen Märkte gefährden können.

5.2. Änderung und Ergänzung bestehender Zollvorschriften

Die in der aktuellen EU-Zollreform enthaltenen Punkte sind auch aus der Sicht der Textil - und Bekleidungsindustrie ein wichtiger Weg, um den Überforderungen der Zollbehörden und den kreativen Ansätzen der E-Commerce-Plattformen zur Umgehung von Zöllen



entgegenzuwirken. Die wichtigsten Punkte für die Textil- und Bekleidungsindustrie in Baden-Württemberg sind hier nochmals aufgeführt:

- / Ein wesentlicher Schritt in diese Richtung ist die **Änderung des Unionszollkodexes** (UZK). Die **Abschaffung der 150-EUR-Zollfreigrenze** ist von entscheidender Bedeutung, um den „kreativen Umgang“ mit dieser und unlauteren Wettbewerb zu verhindern. Die Forderung nach Abschaffung der Zollfreigrenze wird seitens der Textil- und Bekleidungsindustrie in Baden – Württemberg auch in Kenntnis der Tatsache gestellt, dass Teilbereiche ihrer Produktion ebenfalls betroffen sein werden. Es bedeutet, dass z.B. auch die Einfuhr von Musterkollektionen nicht mehr zollfrei wäre. Eine Einschränkung, die die Textil- und Bekleidungsunternehmen in Baden-Württemberg bereit wären, in Kauf zu nehmen, um den Herausforderungen durch asiatische E-Commerce-Plattformen zu begegnen.
- / Ein weiterer Vorschlag zur Bekämpfung des Problems ist die **Haftung von E-Commerce-Plattformen als fiktive Einführer**. Diese Plattformen sollten nicht nur für die Einhaltung von Zollformalitäten und Abgabenzahlungen verantwortlich gemacht werden, sondern auch für nicht-fiskalische Angaben wie den Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM) und andere relevante Vorschriften. Dies würde sicherstellen, dass sie eine aktive Rolle bei der Einhaltung von Handels- und Umweltstandards übernehmen.
- / Alternativ könnte ein **verantwortlicher Vertreter** in der EU eingesetzt werden, der die Einhaltung dieser Vorschriften überwacht und sicherstellt, dass die Plattformen sich an die europäischen Standards halten und bei Bedarf auch haften.
- / Ein weiterer wichtiger Punkt ist die **Einführung eines EU-einheitlichen IT-Systems**, bekannt als **EU Customs Data Hub**, um eine Vernetzung der nationalen IT-Systeme der Zollverwaltungen der Mitgliedsstaaten untereinander und mit der EU zu ermöglichen. Dieser Hub könnte einen wichtigen Beitrag zur Reduzierung der Bürokratiekosten und einheitlichen Umsetzung des UZK bieten; ein Portal, das nicht nur einen digitalen Austausch wirklich werden lässt, sondern in dem auch alle für die Zollabfertigung notwendigen Dokumente hinterlegt werden können. Eine Einführung, die auch ihrerseits die Kontrollfunktion des Zolls unterstützt.
- / Eine weitere Maßnahme sind striktere **Kontrollen bei Importen**. Hierzu gehört die Einrichtung von Mechanismen zur Überprüfung von Ursprungsbelegen und



Herkunfts nachweisen. Anstelle transaktions basierter Kontrollen sollten prozessbasierte Kontrollen eingeführt werden, um eine umfassendere Überwachung sicherzustellen.

- / Die Einführung von **EU-weit einheitlichen Sanktionen** wegen Verstößen gegen Zollvorschriften ist ebenfalls notwendig. Ein einheitliches Mindeststrafmaß für Zollverstöße auf EU-Ebene könnte als abschreckende Maßnahme dienen und sicherstellen, dass alle Anbieter auf dem europäischen Markt gleichbehandelt werden.
- / Um den Herausforderungen des internationalen Handels und den kreativen Ansätzen der E-Commerce-Plattformen effektiv begegnen zu können, ist es unerlässlich, die **operativ tätigen Ressourcen der Zollbehörden erheblich zu stärken**. Dies umfasst: Erhöhung des Personals, moderne technische Ausrüstung, Schulung und Weiterbildung sowie die Erweiterung der digitalen Infrastruktur (s. **EU Customs Data Hub**)

5.3. Marktüberwachung

Die Aufgabe der Marktüberwachung besteht in der Überprüfung der auf dem Markt bereitgestellten Produkte hinsichtlich der Einhaltung bestehender Rechtsvorschriften. Diese Marktüberwachung sollte insbesondere auch die Überwachung und Durchsetzung der Regularien im Import im Bereich REACH, Textilkennzeichnung, Produktsicherheitsgesetz, Umwelt-, Arbeits- und Sozialstandards nebst der in Europa erforderlichen Transparenz umfassen. Dies dient u.a. dem Schutz der Unternehmen, die sich an die Regeln halten, als auch zur Unterstützung ihrer Wettbewerbsfähigkeit. Dazu sind folgende Punkte umzusetzen:

- / **Stärkere Ressourcen und Befugnisse für Marktüberwachungsbehörden:** Zusätzlich sollte die Stärkung der Befugnisse und Ressourcen **bestehender** Marktüberwachungsbehörden im Vordergrund stehen. Anstatt eine neue Bürokratieebene aufzubauen, sollten bestehende, **operativ arbeitende Behörden** mit den notwendigen **personellen und materiellen Ressourcen ausgestattet** werden, um ihre Aufgaben effektiver erfüllen zu können.
- / **Forderung zur Abschaltung der Plattformen:** Auch der Forderung, dass E-Commerce-Plattformen bei Nichteinhaltung von Vorschriften z.B. durch Marktüberwachungsbehörden abgeschaltet werden können, schließt sich die baden-württembergische Textil- und Bekleidungsindustrie an. Diese Maßnahme kann als „ultima ratio“ sicherstellen, dass Plattformen, die gegen geltende Gesetze und Vorschriften verstößen, schnell und effektiv aus dem Verkehr gezogen werden können, um fairen Wettbewerb zu gewährleisten.



- / **Grenzüberschreitende Zusammenarbeit:** Um die oben genannten Maßnahmen wirksam umzusetzen, ist es außerdem unerlässlich, die Zusammenarbeit zwischen nationalen und europäischen Marktüberwachungsbehörden der EU-Mitgliedstaaten zu stärken. Diese müssen eng zusammenarbeiten, um den Handel mit minderwertigen Produkten effektiv zu überwachen und zu regulieren.

5.4. Steuerrecht

Wettbewerbsverzerrungen können u.a. durch Steuergerechtigkeit, die Vermeidung von Steuerausfällen sowie durch Transparenz und Nachvollziehbarkeit vermieden werden. Dies wiederum macht es erforderlich, auch die Steuergesetzgebung zu modernisieren:

- / Anpassung der **Mehrwertsteuersystemrichtlinie:** Es sollte sichergestellt werden, dass der Ort, an dem die Zollschuld entsteht, identisch ist mit dem Ort der Entstehung der Einfuhrumsatzsteuerschuld. Dies würde dazu beitragen, steuerliche Ungleichheiten zu vermeiden und den bürokratischen Aufwand für Unternehmen zu reduzieren.

5.5. Initiativen zur Förderung der Sensibilisierung der VerbraucherInnen

Schließlich sollten Initiativen zur Förderung des Bewusstseins der Verbrauchenden über nachhaltige und verantwortungsbewusst produzierte Produkte verstärkt werden. Aufklärungskampagnen sind notwendig, insbesondere für junge Zielgruppen. Diese Kampagnen sollten darauf abzielen, das Bewusstsein für nachhaltige Kaufentscheidungen zu schärfen und den Widerspruch zwischen Käuferansprüchen an Nachhaltigkeit und ihrer Zahlungsbereitschaft anzugehen.

6. Fazit

Angesichts der geschilderten Praktiken ist ein politischer Einsatz zur Schaffung gleicher Wettbewerbsbedingungen im Kontext der Herausforderungen, die durch asiatische Billigstanbieter entstehen, ein zentrales Thema. Um die Wettbewerbsfähigkeit der baden-württembergischen Textilwirtschaft nachhaltig zu sichern, ist insbesondere die praxiskonforme Anpassung bestehender Regularien und deren Kontrolle auch für Importeure, respektive deren Vermittler in Form von Onlineplattformen, unerlässlich.



Diese Regulierungen müssen sich auf mehrere Schlüsselbereiche konzentrieren:

1. Angleichung von Wettbewerbsbedingungen durch Handelsabkommen
2. Änderung Unionszollkodex – Abschaffung Zollgrenzen
3. Haftung von E-Commerce-Plattformen als fiktive Einführer - alternativ Einsetzung eines verantwortlichen Vertreters in der EU
4. Einführung eines EU-einheitlichen IT-Systems - EU Customs Data Hub
5. Erhöhung der Kontrolldichte im Import durch den Zoll
6. Einführung von EU-weit einheitlichen Sanktionen wegen Verstößen gegen Zollvorschriften
7. Erhöhte personelle und materielle Ausstattung operativ arbeitender Behörden, d.h. Zoll- als auch Marktüberwachungsbehörden
8. Effektive Kontrolle der Einhaltung bestehender europäischer Rechtsvorschriften, wie z.B. REACH, Textilkennzeichnung, Produktsicherheitsgesetz, Umwelt-, Arbeits- und Sozialstandards nebst der in Europa erforderlichen Transparenz
9. Verstärkung Zusammenarbeit zwischen nationalen und europäischen Marktüberwachungsbehörden
10. Als „ultima ratio“ Schaffung einer Rechtsgrundlage zur Abschaltung der Plattformen
11. Anpassung der Mehrwertsteuersystemrichtlinie
12. Implementierung von Initiativen zur Förderung des Bewusstseins der Verbrauchenden über nachhaltige und verantwortungsbewusst produzierte Produkte



Herausgeber:**SÜDWESTTEXTIL – VERBAND DER SÜDWESTDEUTSCHEN TEXTIL - UND BEKLEIDUNGSINDUSTRIE E.V.**

Türkenstraße 6
70191 Stuttgart
Telefon: +49 711 21050-0
E-Mail: info@suedwesttextil.de
Internet: www.suedwesttextil.de
Amtsgericht Stuttgart: Vereinsregister-Nr. 95

Verantwortlich für den Inhalt

Edina Brenner
Hauptgeschäftsführerin

Ansprechpartner*in

Dipl.-Oek. Christine Schneider
Leiterin Fachkräfte + Märkte
schneider@suedwesttextil.de

