



Greenpeace

Usage & Attitude Mode unter Jugendlichen

Ergebnisbericht

30. Januar 2015

nuggets – market research & consulting GmbH

Wellingsbütteler Landstraße 61 · D-22337 · Hamburg · Germany

phone: +49 40 513 16 280 · fax: +49 40 525 60 062

info@nuggets-mr.de · www.nuggets-mr.de

Inhaltsübersicht

1	Hintergrund & Zielsetzung, Studiensteckbrief	3
2	Ergebnisse im Detail	7
2.1	Finanzierung und Ausgaben	8
2.2	Informationsquellen und Auswahlkriterien	13
2.3	Bekannte und bevorzugte Marken	24
2.4	Bezugsquellen und Kaufverhalten / Verwertung und Entsorgung	26
2.5	Wissensstand und Einstellungen	40
3	Back-up	47

Hintergrund & Zielsetzung

- Greenpeace wollte erfahren, welchen Wissensstand Jugendliche im Alter 12-19 Jahren beim Thema faire und ökologische Mode haben und mehr über derzeitiges Verhalten und Einstellungen von Jugendlichen hinsichtlich Mode/ Kleidung erfahren.
- Diese konnten in der im Januar 2015 durchgeführten Befragung gewonnen werden.

Studiensteckbrief

- **Methode:**
 - Online-Befragung mit einem selbst auszufüllenden Fragebogen
 - Durchschnittliche Interviewlänge: 10 Minuten
- **Stichprobe:**
 - Gesamtstichprobe 12-19 Jährige n=500
 - Rekrutierung aus einem Online Access Panel
 - Ausschluss von Personen, die selbst oder deren Bekannten oder Angehörigen in sensiblen Branchen arbeiten (Marktforschung, Marketing, Werbung, Medien, Herstellung und Vertrieb von Mode und Kleidung)
 - Die Stichprobe wurde repräsentativ hinsichtlich Altersgruppen, Geschlecht und Region angelegt:

Gesamt	Alter				Geschlecht		Region			
	12-13	14-15	16-17	18-19	Mädchen	Jungen	Nord	Ost	Süd	West
n=502	n=126	n=125	n=125	n=126	n=248	n=254	n=86	n=71	n=155	n=190
100%	25%	25%	25%	25%	49%	51%	17%	14%	31%	38%

- **Zeitraum der Datenerhebung:**
 - 13. – 19. Januar 2015

Erklärung Signifikanzen

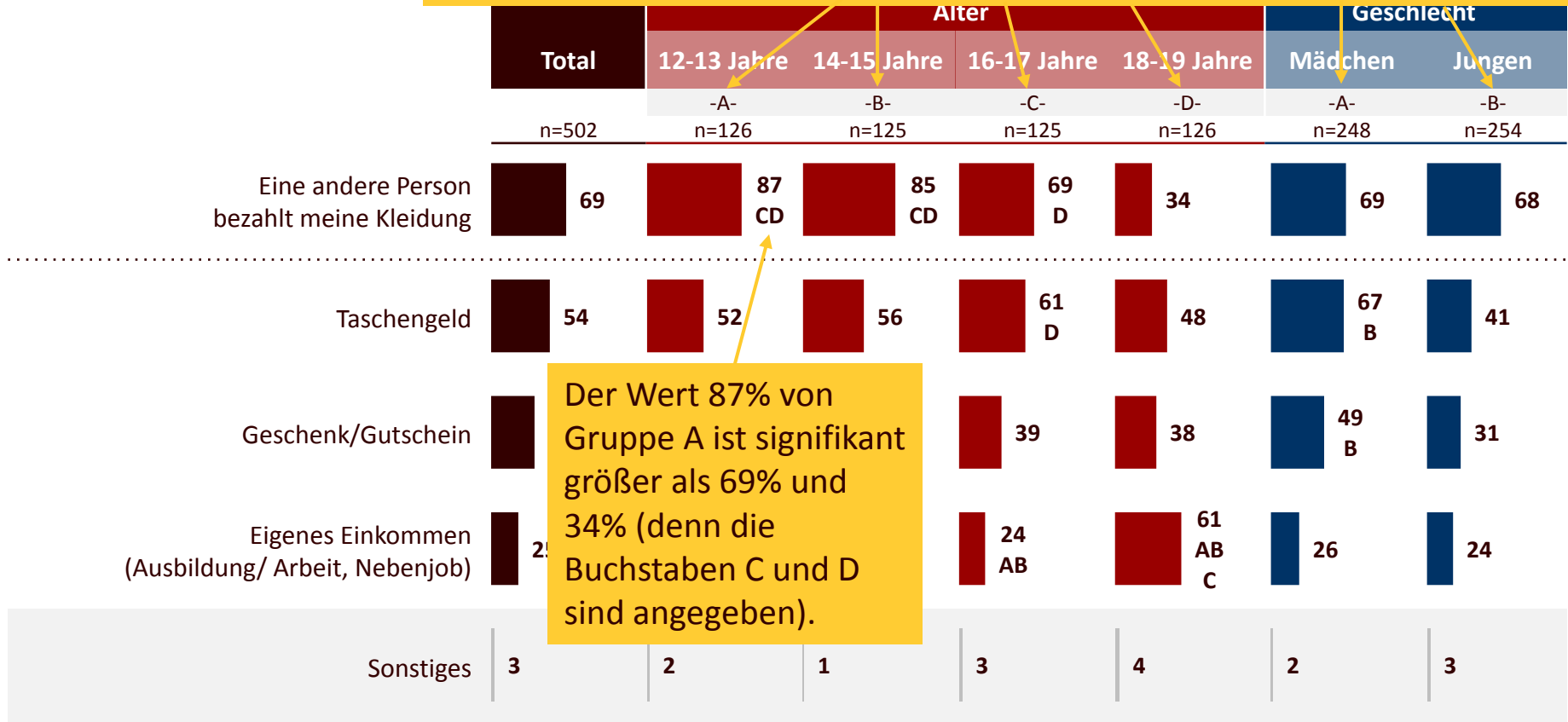
Was sind Signifikanzen?

- Sind zwei Prozentwerte unterschiedlich hoch, so kann dies auf einen systematischen Unterschied hindeuten. Es ist aber auch denkbar, dass der Unterschied rein zufällig zustande gekommen ist, da ja nicht die gesamte Grundgesamtheit, sondern nur eine Stichprobe befragt wurde.
- In dieser Ergebnispräsentation sind signifikante Unterschiede zwischen Prozentwerten (bei Skalierungsfragen immer für die Top2 Box-Werte) mit einer Fehlertoleranz von 5% durch Buchstaben ausgewiesen. Das bedeutet, dass der Unterschied, der in der Stichprobe gemessen wurde, sehr wahrscheinlich auch in der Grundgesamtheit vorhanden ist. Allerdings besteht eine Irrtumswahrscheinlichkeit von max. 5%.
- Ein Lesebeispiel für die Kennzeichnung der Signifikanzen ist auf dem folgenden Chart dargestellt.
- Falls es weitere aussagekräftige Signifikanzen innerhalb einer spezifischen Untergruppe gab, werden diese mit einem textlichen Hinweis vermerkt. Wenn also z.B. bei einer Prozentangabe für eine Altersgruppe der Hinweis steht „mehr Mädchen“, bedeutet es, dass in dieser Untergruppe signifikant mehr Mädchen als Jungen dieses Kriterium erfüllen.

Leeseispiel: Signifikanzen

Die Buchstaben hinter dem Wert für die Top2 Box geben an zu welchen Top2 Box-Werten anderer Zahlenreihen dieser Wert signifikant größer ist. D.h. der Buchstabe steht immer nur beim größeren der zwei Vergleichswerte.

Jede Zahlenreihe (=Untergruppe) ist durch einen Buchstaben gekennzeichnet.

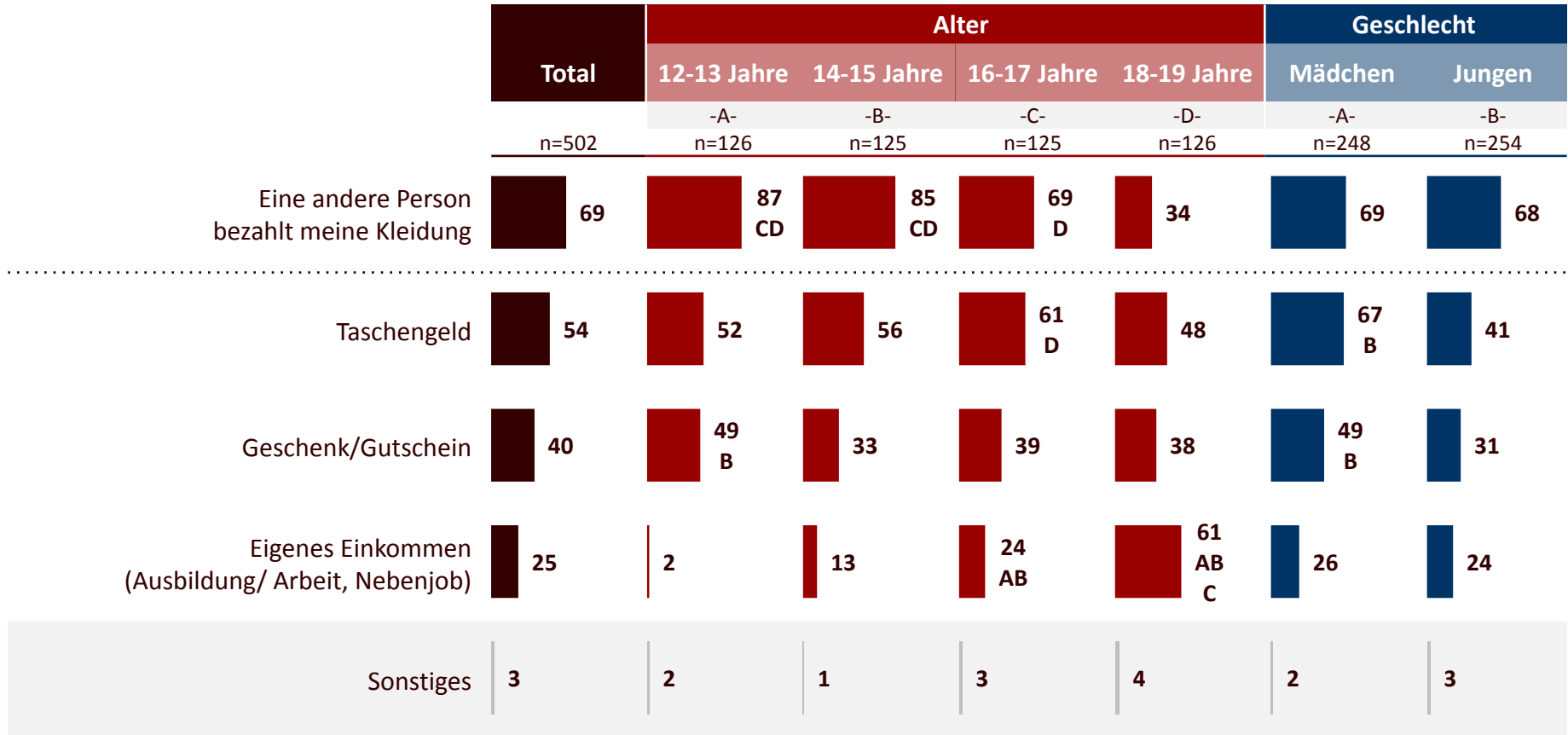


Inhaltsübersicht

1	Hintergrund & Zielsetzung, Studiensteckbrief	3
2	Ergebnisse im Detail	7
2.1	Finanzierung und Ausgaben	8
2.2	Informationsquellen und Auswahlkriterien	13
2.3	Bekannte und bevorzugte Marken	24
2.4	Bezugsquellen und Kaufverhalten / Verwertung und Entsorgung	26
2.5	Wissensstand und Einstellungen	40
3	Back-up	47

Finanzierung der Kleidung

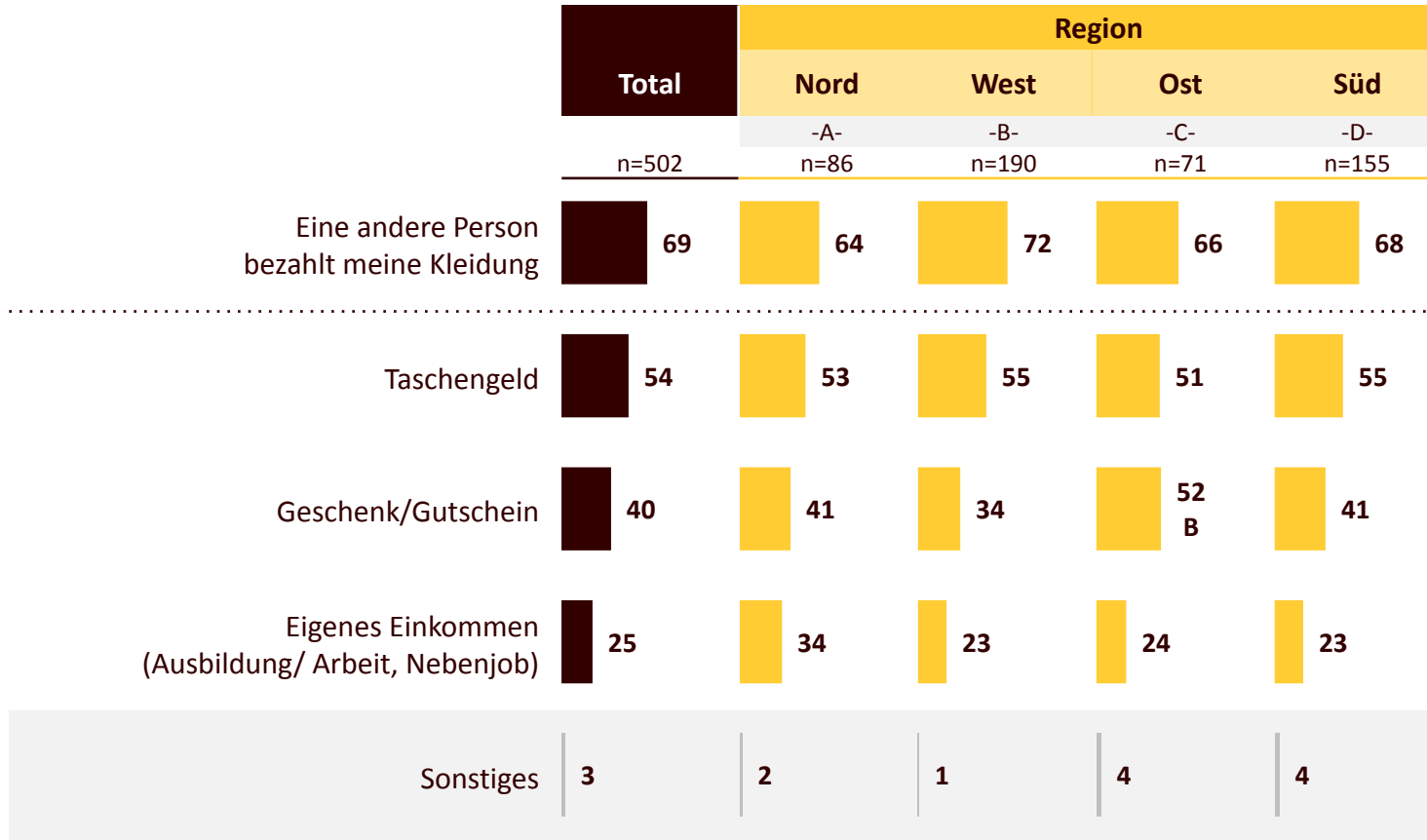
Den meisten Jugendlichen bis 17 Jahre wird ihre Kleidung von anderen bezahlt oder sie zahlen mit ihrem Taschengeld (besonders Mädchen). Die Älteren kaufen Kleidung häufig von ihrem eigenen Einkommen.



Basis: Alle Befragten, Angaben in %, Signif. 5% (ABCD)
F20. Von welchem Geld kaufst Du Dir Deine Kleidung?

Finanzierung der Kleidung

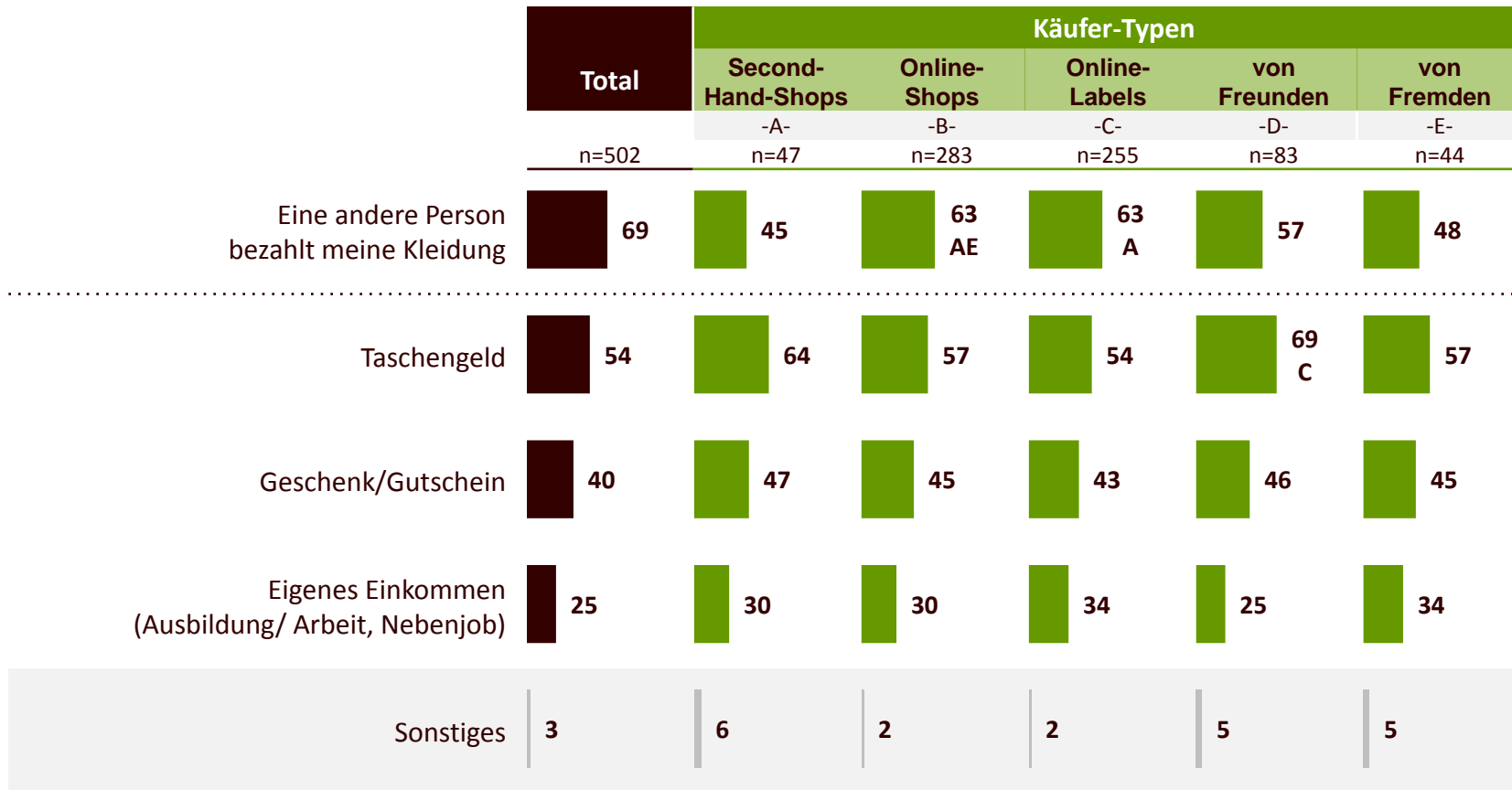
Im Osten bekommen Jugendliche ihre Kleidung häufiger - besonders im Vergleich zum Westen – als Geschenk oder Gutschein geschenkt.



Basis: Alle Befragten, Angaben in %, Signif. 5% (ABCD)
F20. Von welchem Geld kaufst Du Dir Deine Kleidung?

Finanzierung der Kleidung

Meist Die meisten Jugendlichen und besonders Online-Käufer, bekommen ihre Kleidung von anderen bezahlt. Wer Kleidung aus dem privaten Umfeld erhält, zahlt vermehrt mit dem eigenen Taschengeld.

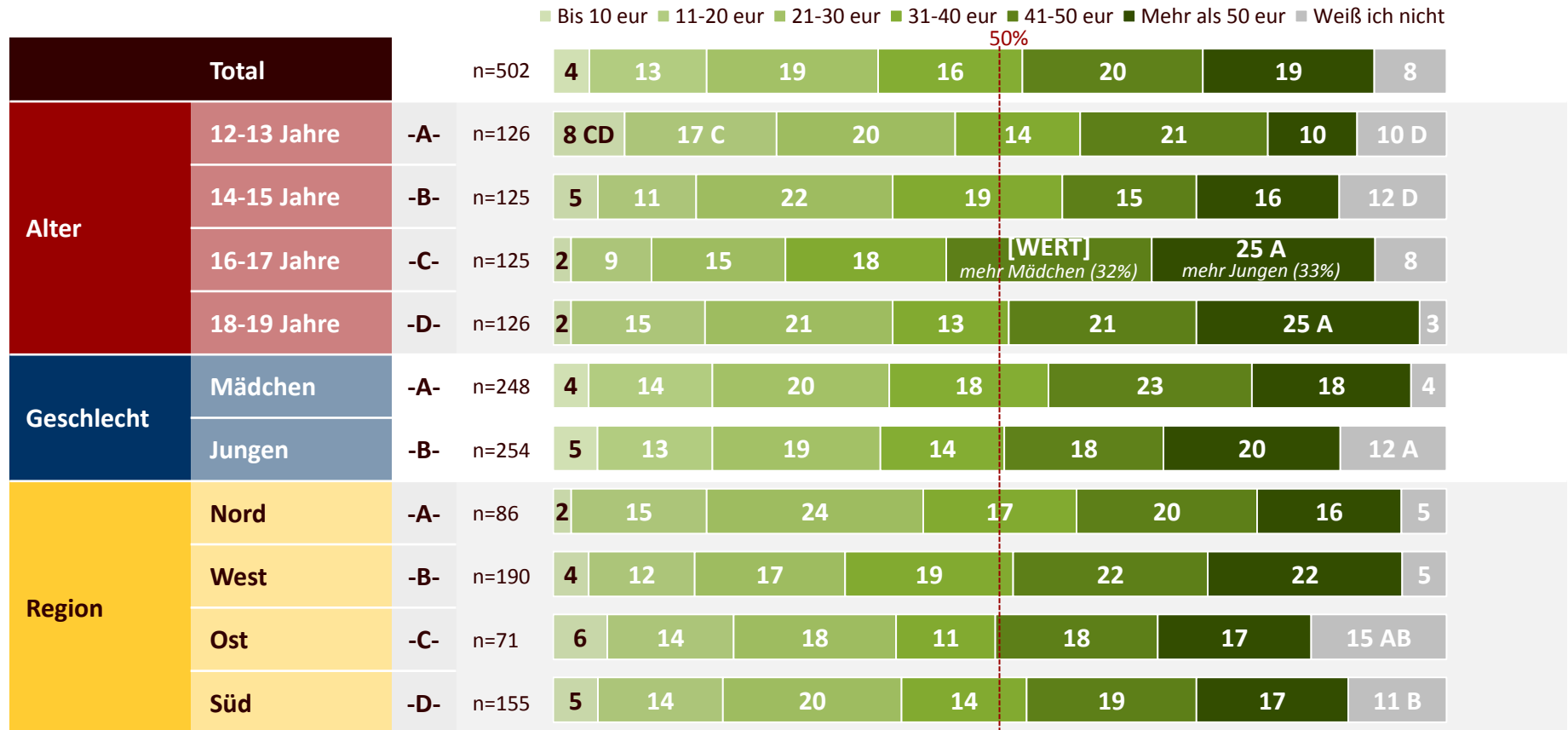


Basis: Alle Befragten, Angaben in %, Signif. 5% (ABCDE)

F20. Von welchem Geld kaufst Du Dir Deine Kleidung?

Ausgaben für Mode

In etwa die Hälfte aller Jugendlichen geben zwischen 11€ und 40€, die Älteren vermehrt über 50€ für Kleidung aus. Jüngere Jungen kennen ihre Ausgaben vergleichsweise am wenigsten.



Basis: Alle Befragten, Angaben in %, Signif. 5% (ABCD)

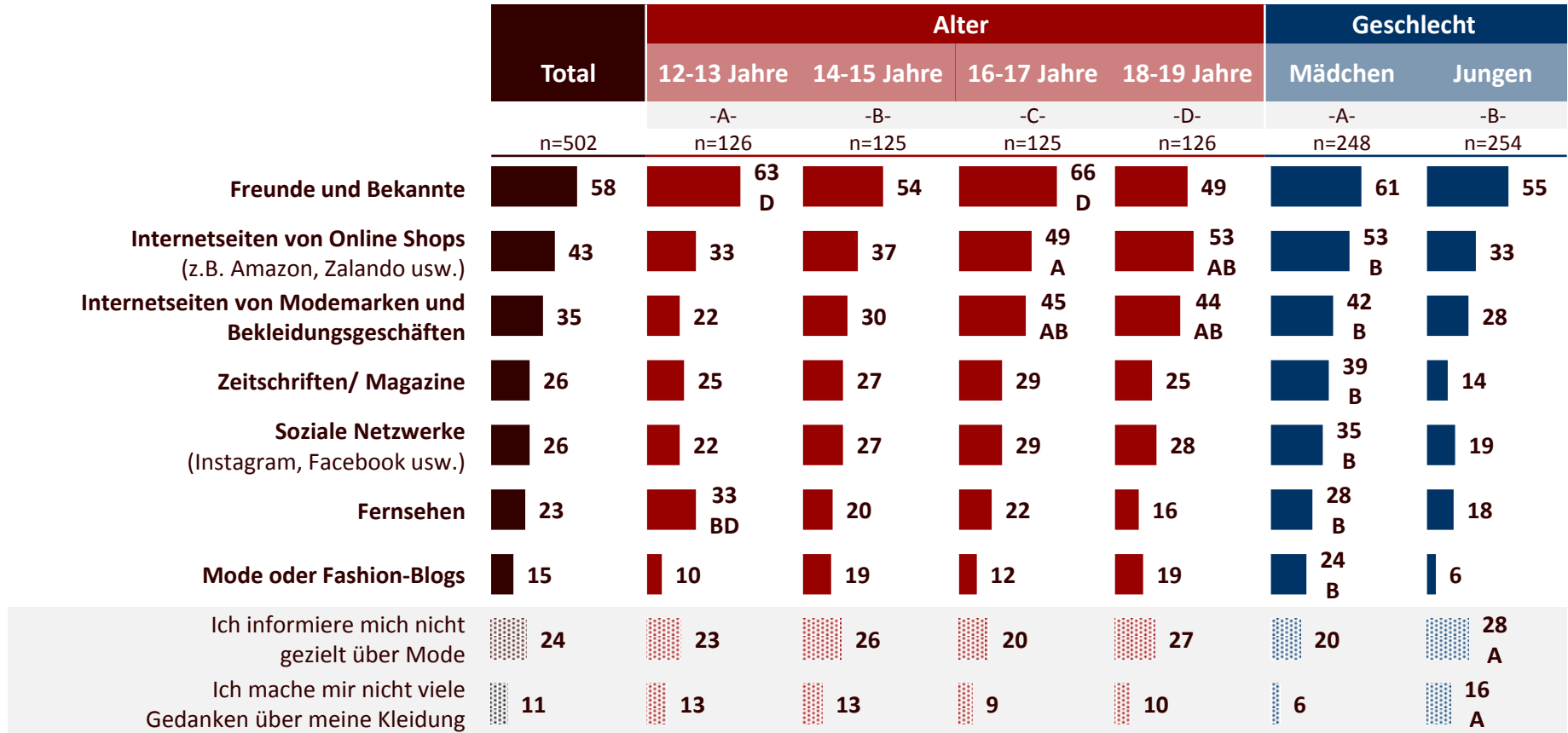
F15. Wie viel Geld gibst Du monatlich in etwa für Mode bzw. Kleidung aus – unabhängig davon, ob Du oder jemand Anderes dafür bezahlt?

Inhaltsübersicht

1	Hintergrund & Zielsetzung, Studiensteckbrief	3
2	Ergebnisse im Detail	7
2.1	Finanzierung und Ausgaben	8
2.2	Informationsquellen und Auswahlkriterien	13
2.3	Bekannte und bevorzugte Marken	24
2.4	Bezugsquellen und Kaufverhalten / Verwertung und Entsorgung	26
2.5	Wissensstand und Einstellungen	40
3	Back-up	47

Informationsquellen für Modetrends

65% (mehr Mädchen) interessieren sich für Mode, wobei die meisten vom Freundes- und Bekanntenkreis beeinflusst werden. Ältere stehen verstärkt unter dem Einfluss von Online-Anbietern.

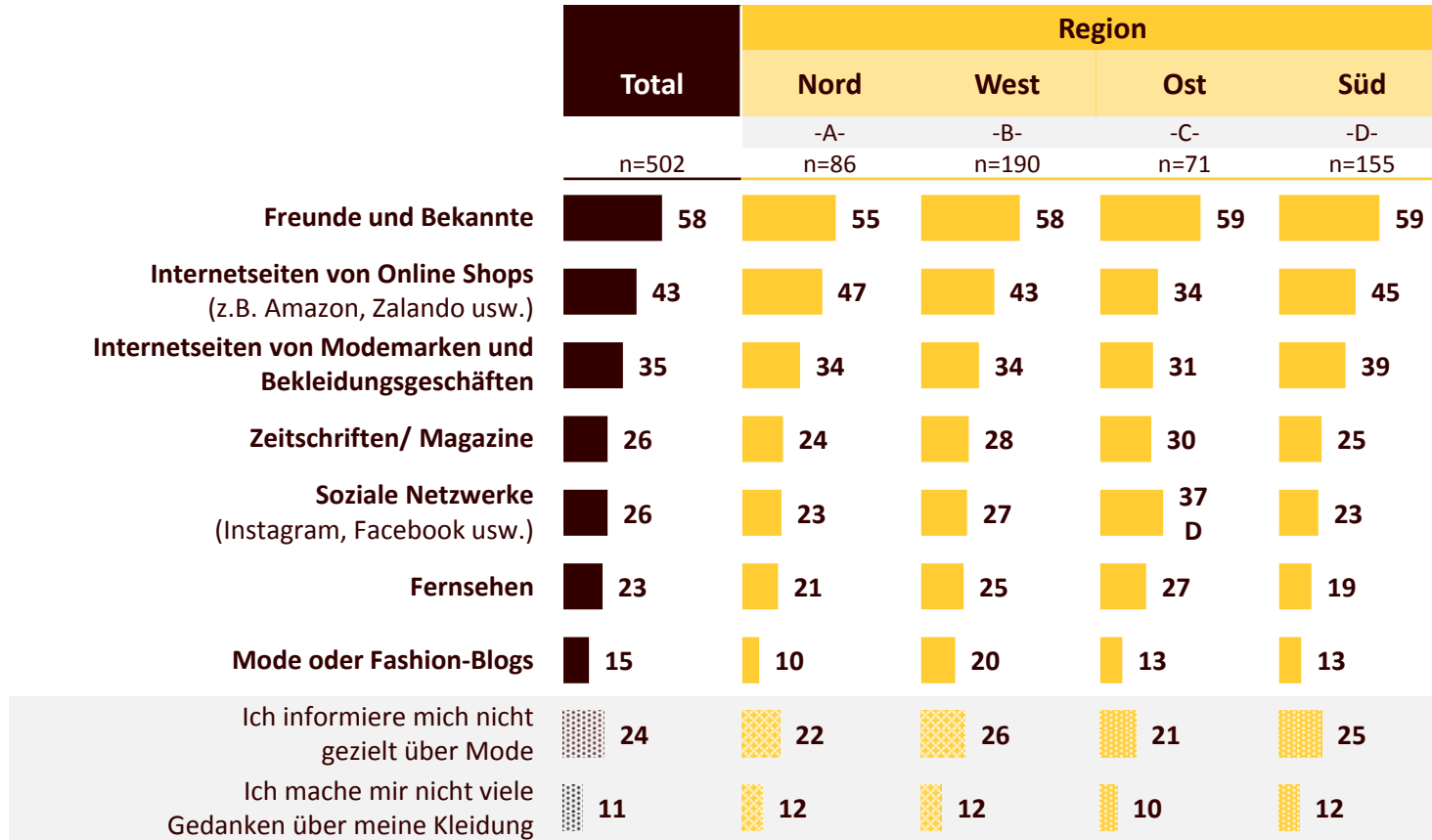


Basis: Alle Befragten, Angaben in %, Signif. 5% (ABCD)

F16. Wie informierst du dich über Mode und woher bekommst Du Ideen für Deine Kleiderwahl?

Informationsquellen für Modetrends

Das Informationsverhalten unterscheidet sich kaum nach den Regionen. Lediglich im Osten informieren sich die Jugendlichen überdurchschnittlich häufig über soziale Netzwerke.



Basis: Alle Befragten, Angaben in %, Signif. 5% (ABCD)

F16. Wie informierst du dich über Mode und woher bekommst Du Ideen für Deine Kleiderwahl?

Informationsquelle Zeitschriften

Wenn Zeitschriften als Informationsquelle genutzt werden, dann am ehesten von Mädchen. Die 12-17 Jährigen bevorzugen die Bravo und Girl, die 18-19 Jährigen die Glamour oder InStyle.

	Total n=502	Alter				Geschlecht	
		12-13 Jahre -A- n=126	14-15 Jahre -B- n=125	16-17 Jahre -C- n=125	18-19 Jahre -D- n=126	Mädchen -A- n=248	Jungen -B- n=254
Bravo	12	14 [W ER T]	20 [W ER T]	11 D	2	17 B	7
Girl	8	8 T]	7 T]	7 D	1	15 B	0
InStyle	8	6 ^D	8 ^D	10	8	12 B	4
Glamour	7	4	6	7	10	12 B	2
Vogue	4	2	3	6	6	6 B	2
Jolie	3	1	1	6 AB	5	6	0
Neon	2	3	1	2	4	3	2
Brigitte	2	1	2	4	1	4 B	0
Andere Zeitschriften oder Magazine	3	4	2	2	6	4	3
Nicht über Zeitschriften informiert	74	75	73	71	75	61	86 A

Andere und zwar: Kataloge, Magazine von Anbietern
5%, Mädchen 3%

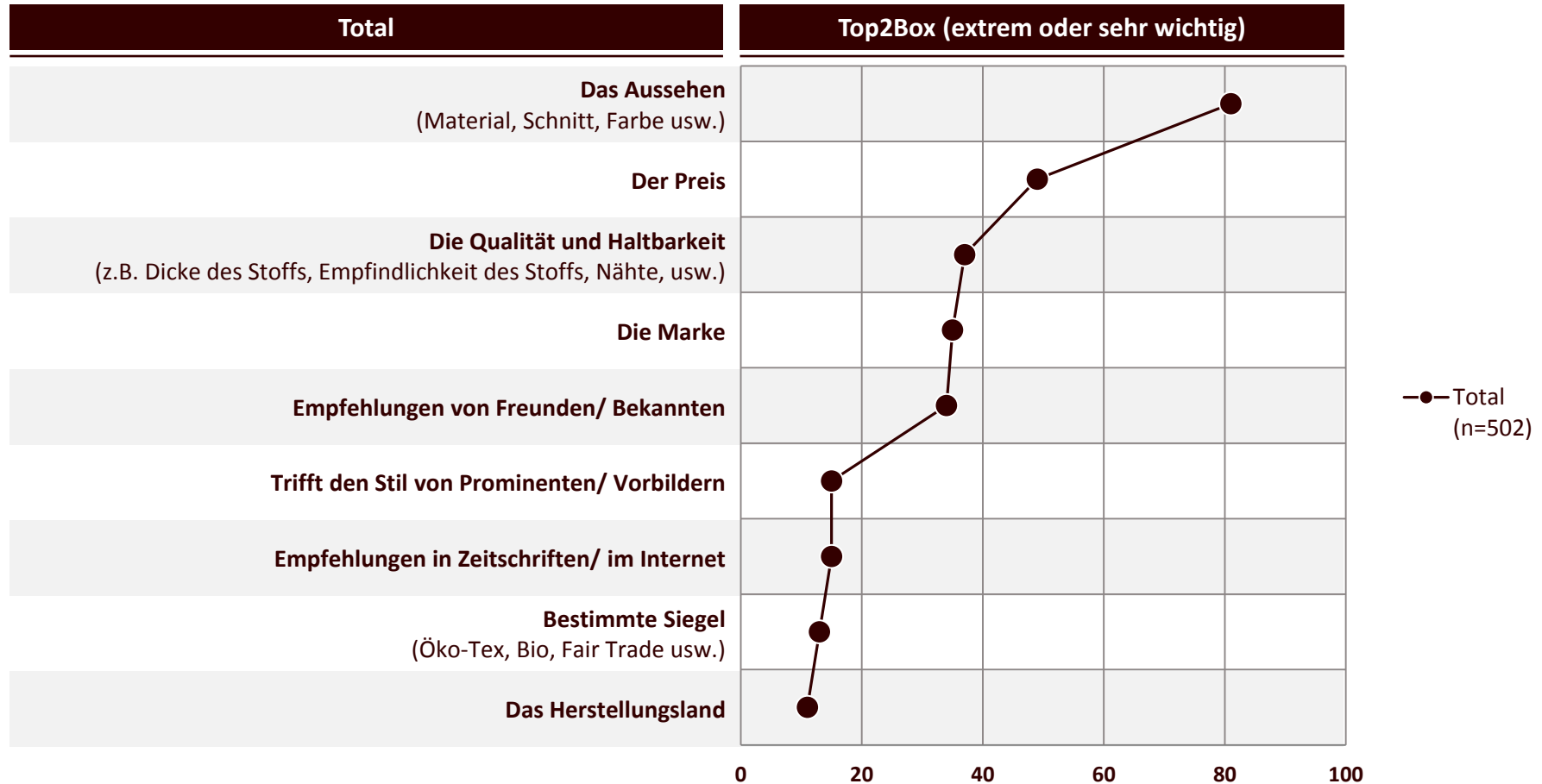
Basis: Alle Befragten, Angaben in %, Signif. 5% (ABCD)

F17. Du hast gesagt, dass Du Dich in Zeitschriften oder Magazinen über Mode informierst.

Welche der folgenden Zeitschriften oder Magazine sind das?

Auswahlkriterien für Mode/ Kleidung

Die Wahl der Kleidung wird hauptsächlich vom Aussehen und zweitrangig vom Preis bestimmt. Das Herstellungsland oder bestimmte Siegel spielen nur eine sehr untergeordnete Rolle.

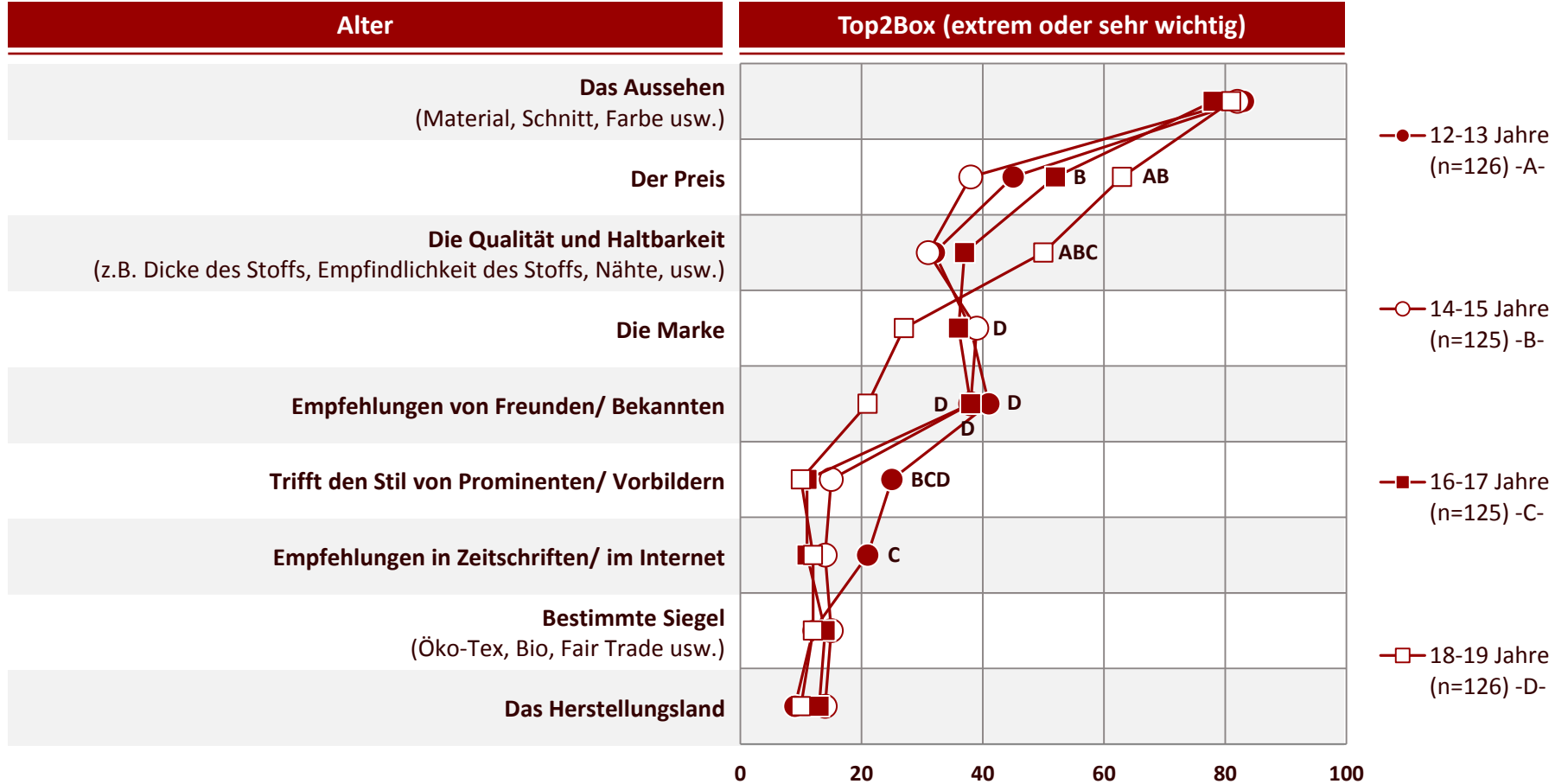


Basis: Alle Befragten, Angaben in %

F18. Wie wichtig sind Dir die folgenden Dinge, wenn Du Kleidung für Dich aussuchst bzw. kaufst?

Auswahlkriterien für Mode/ Kleidung

Die Kaufentscheidung wird bei den Ältesten vergleichsweise stark von Preis und Qualität/Haltbarkeit der Kleidung, bei den Jüngsten auch von Empfehlungen und Vorbildern getrieben.

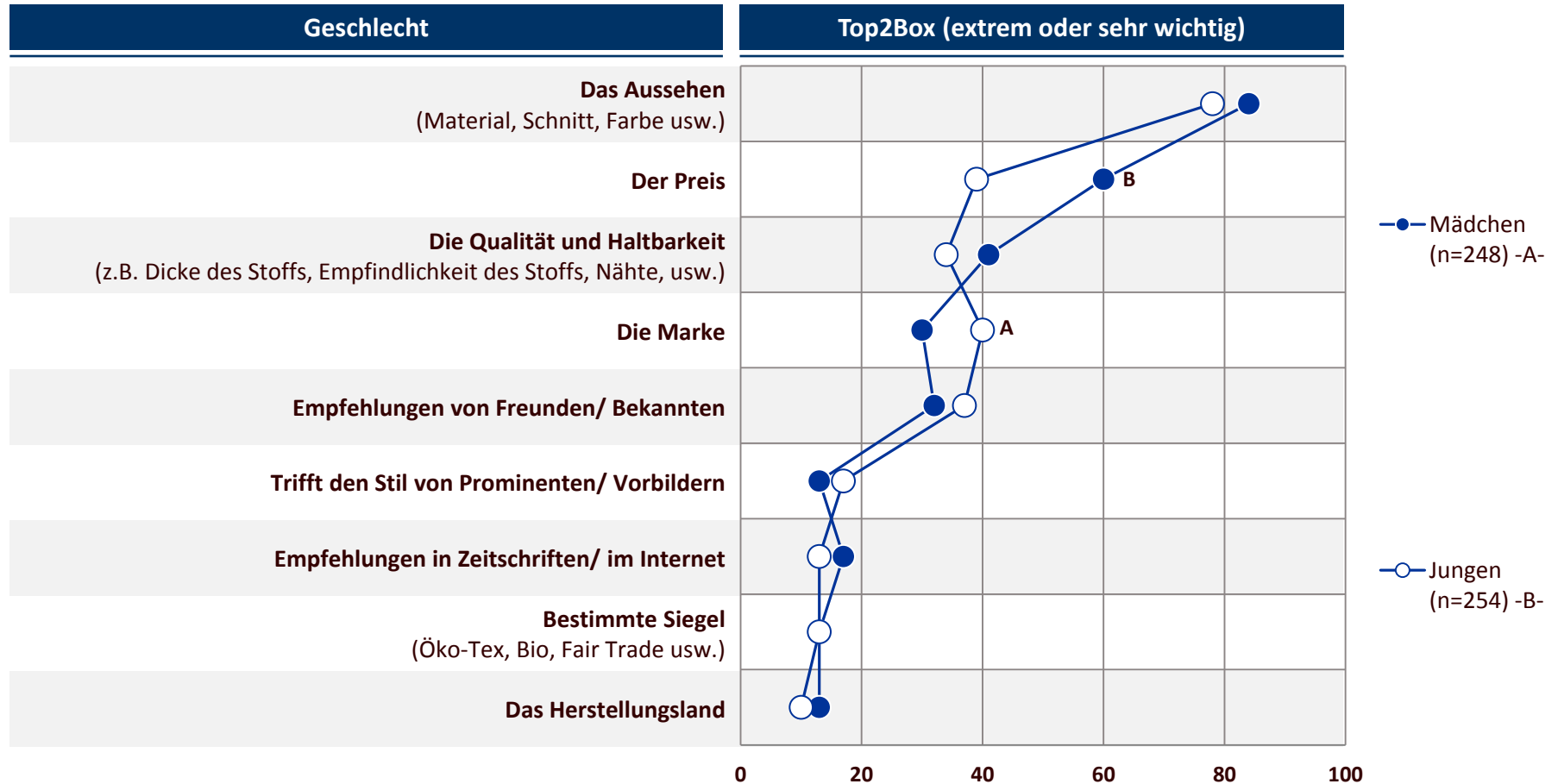


Basis: Alle Befragten, Angaben in %, Signif. 5% (ABCD)

F18. Wie wichtig sind Dir die folgenden Dinge, wenn Du Kleidung für Dich aussuchst bzw. kaufst?

Auswahlkriterien für Mode/ Kleidung

Bei der Kaufentscheidung ist die Marke für Mädchen (18-19 Jahre) signifikant unwichtiger als für Jungen. Der Preis spielt für die Mädchen eine deutlich ausschlaggebendere Rolle.

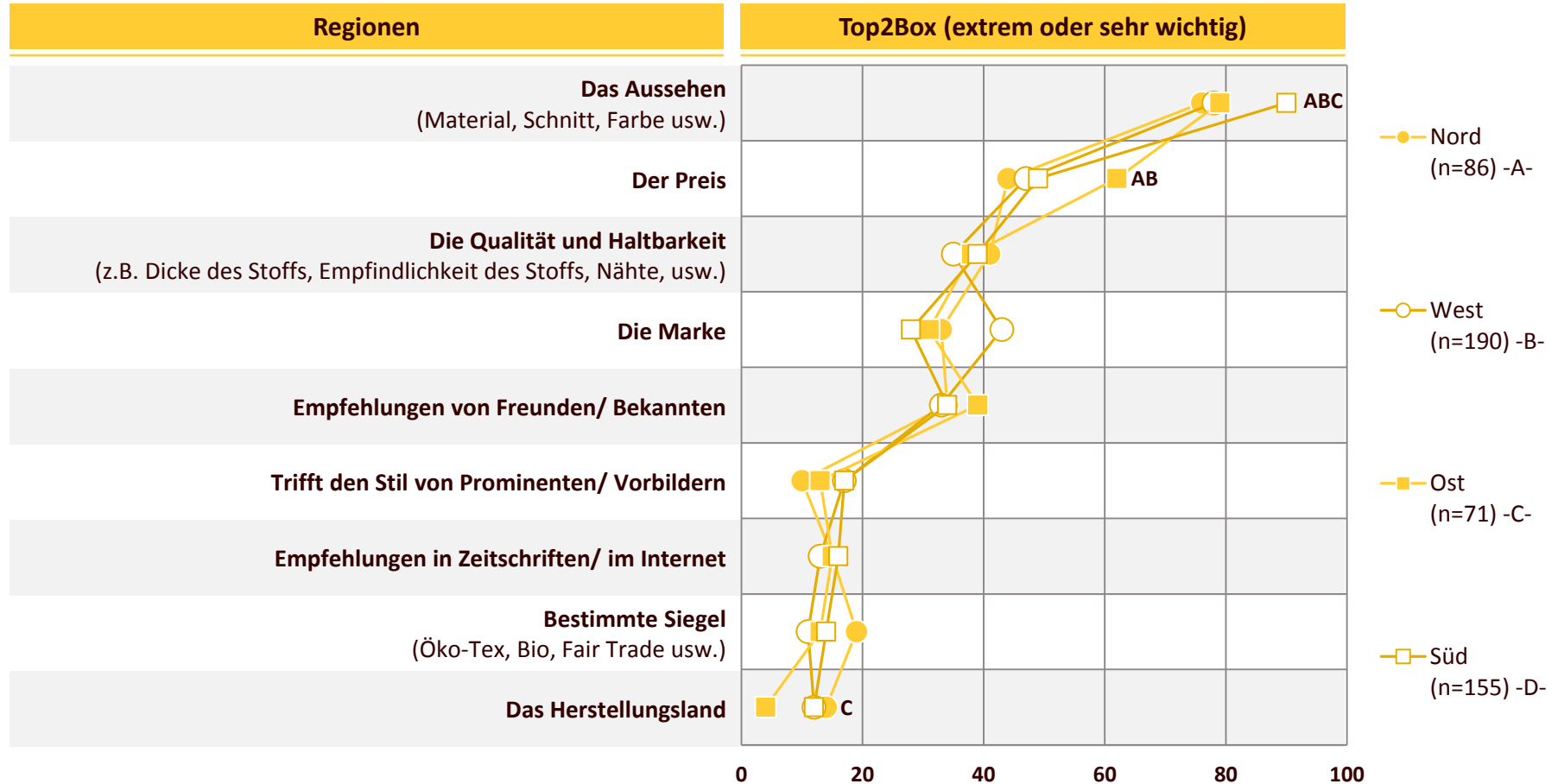


Basis: Alle Befragten, Angaben in %, Signif. 5% (AB)

F18. Wie wichtig sind Dir die folgenden Dinge, wenn Du Kleidung für Dich aussuchst bzw. kaufst?

Auswahlkriterien für Mode/ Kleidung

Im Süden achten die Jugendlichen bei der Kleiderwahl besonders auf das Aussehen, im Osten vermehrt auf den Preis. Das Herstellungsland wird bei der Wahl im Norden sign. mehr berücksichtigt als im Osten.

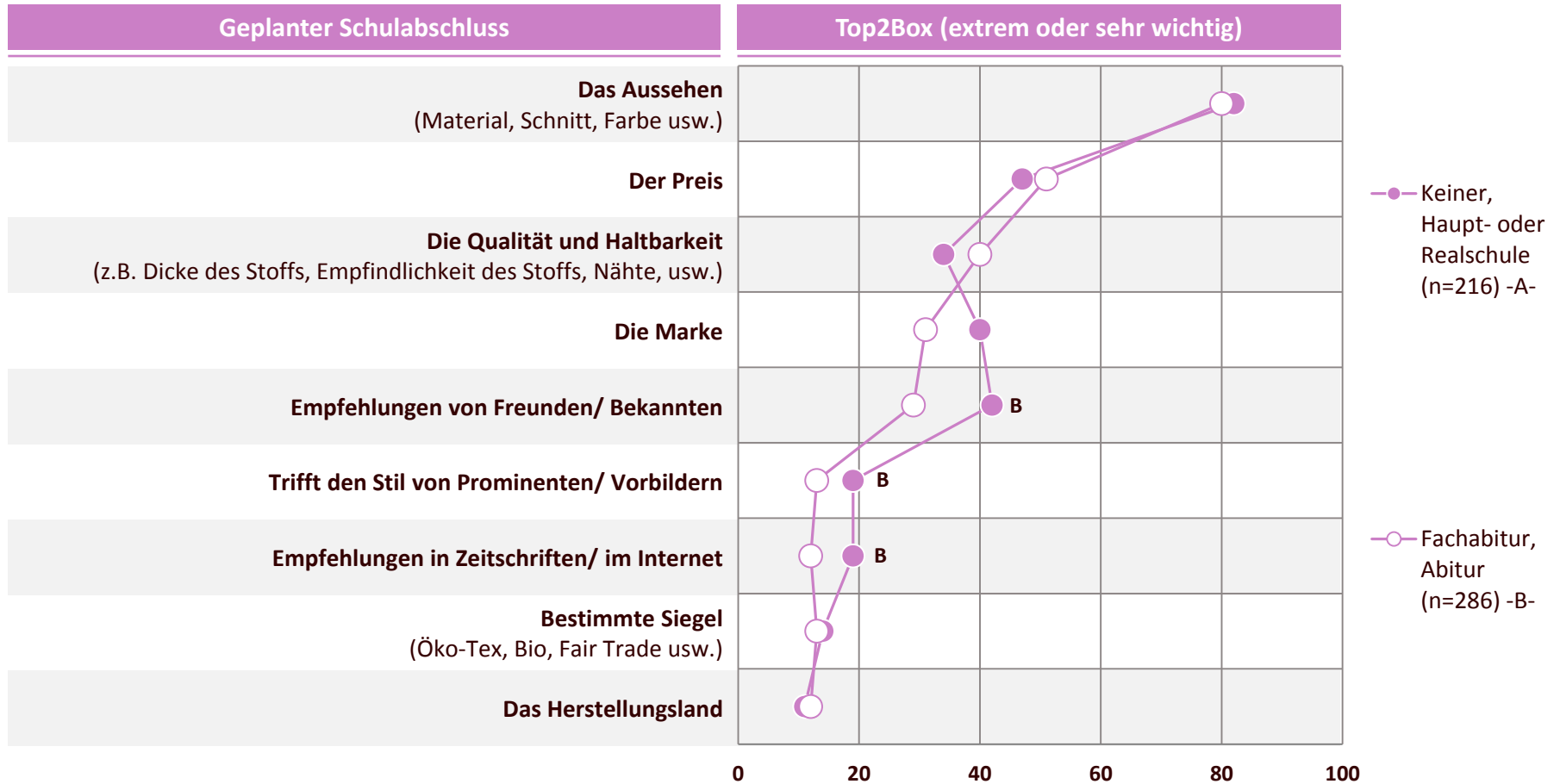


Basis: Alle Befragten, Angaben in %, Signif. 5% (ABCD)

F18. Wie wichtig sind Dir die folgenden Dinge, wenn Du Kleidung für Dich aussuchst bzw. kaufst?

Auswahlkriterien für Mode/ Kleidung

Jugendliche mit (voraussichtlich) höherem Bildungsabschluss legen beim Kleidungskauf keinen erhöhten Wert auf bestimmte Siegel oder das Herstellungsland.

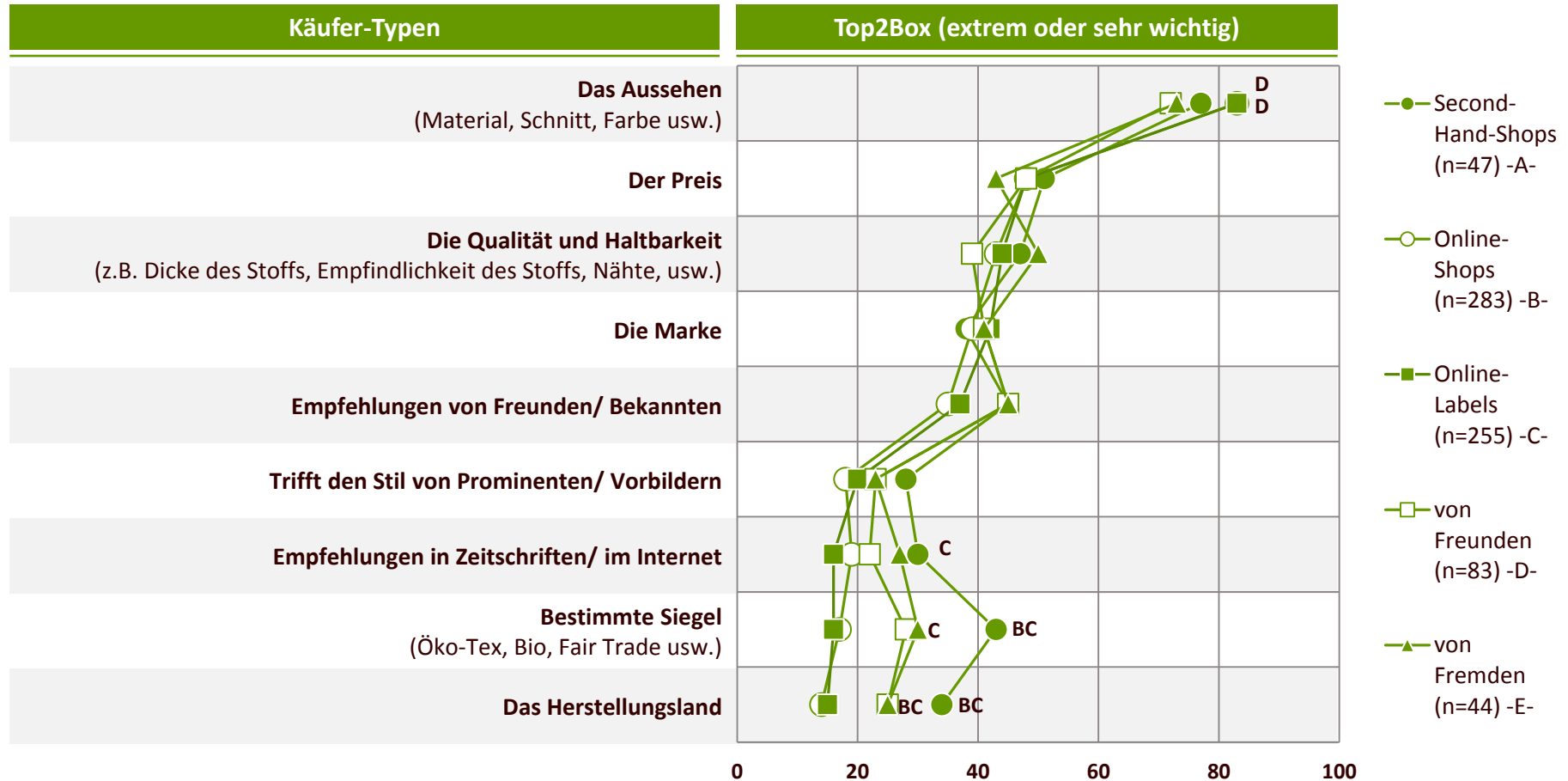


Basis: Alle Befragten, Angaben in %, Signif. 5% (AB)

F18. Wie wichtig sind Dir die folgenden Dinge, wenn Du Kleidung für Dich aussuchst bzw. kaufst?

Auswahlkriterien für Mode/ Kleidung

Online-Käufer achten besonders im Vergleich zu „von Privat“ Käufern verstärkt auf das Design, im Vergleich zu Second-hand Käufern wenig auf Empfehlungen in Medien, Siegel und Herstellungsland.

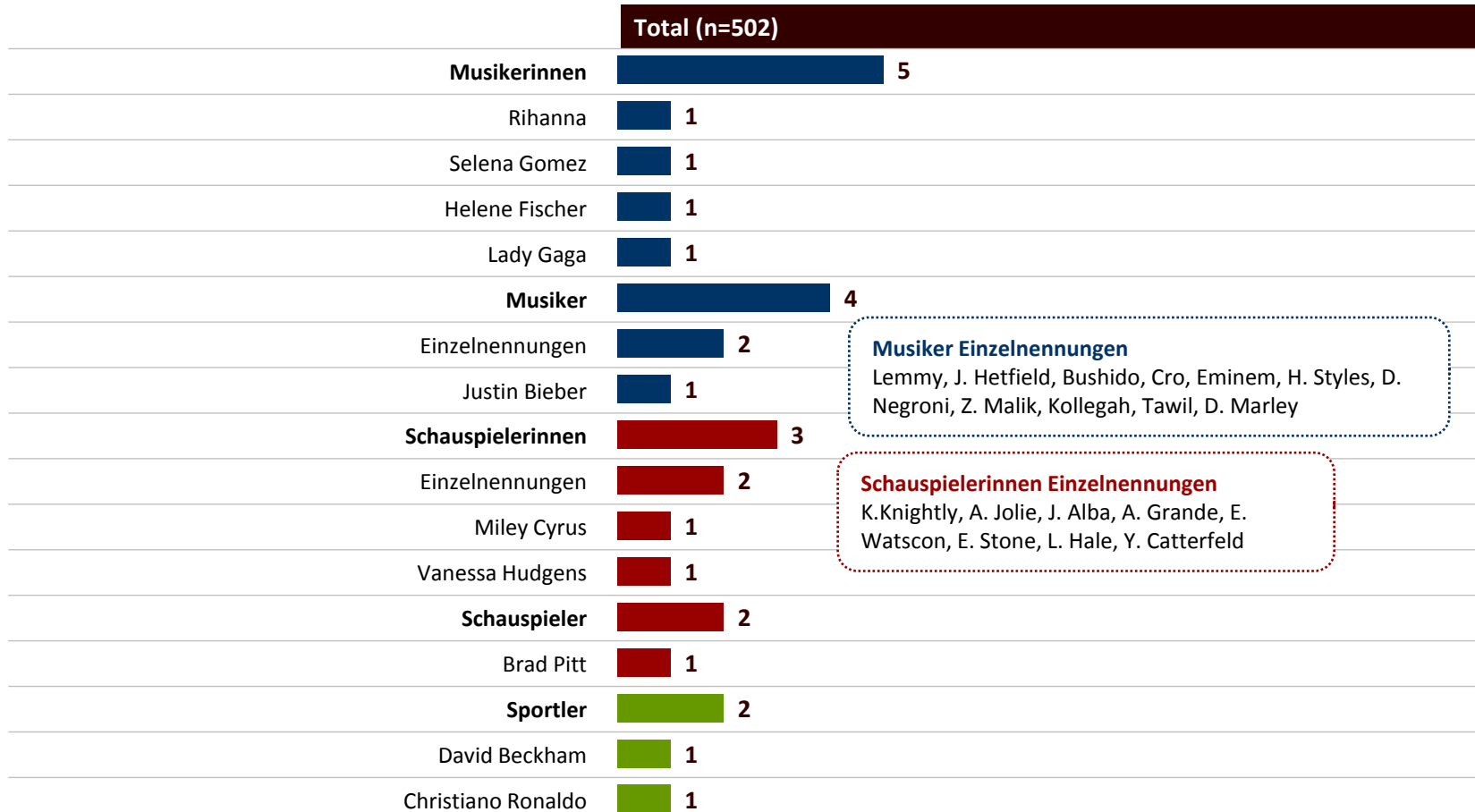


Basis: Alle Befragten, Angaben in %, Signif. 5% (ABCDE)

F18. Wie wichtig sind Dir die folgenden Dinge, wenn Du Kleidung für Dich aussuchst bzw. kaufst?

Prominente Modevorbilder

Am ehesten interessiert der Modestil von aktuell beliebten Musiker/innen und Schauspieler/innen, wobei sich kein Prominenter als allgemeingültige Stilikone hervorhebt.



Basis: Alle Befragten, Angaben in %, Signif. 5% (ABCDEF)

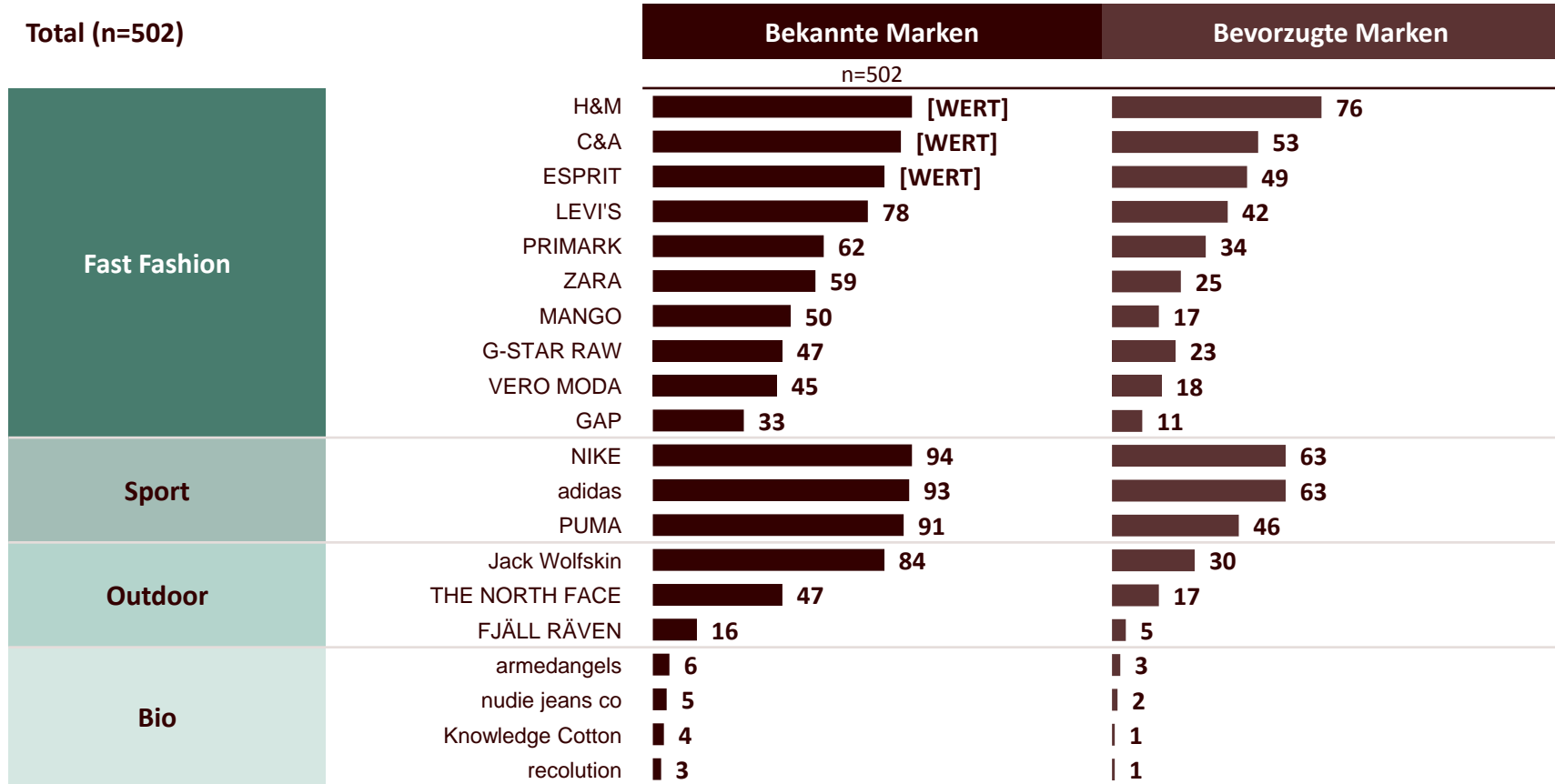
F19. Von welchen Prominenten interessiert Dich der Modestil / wer sind Deine Stil-Vorbilder?

Inhaltsübersicht

1	Hintergrund & Zielsetzung, Studiensteckbrief	3
2	Ergebnisse im Detail	7
2.1	Finanzierung und Ausgaben	8
2.2	Informationsquellen und Auswahlkriterien	13
2.3	Bekannte und bevorzugte Marken	24
2.4	Bezugsquellen und Kaufverhalten / Verwertung und Entsorgung	26
2.5	Wissensstand und Einstellungen	40
3	Back-up	47

Bekannte und bevorzugte Marken

Die bekanntesten und beliebtesten Marken kommen aus dem Fast Fashion (H&M, C&A, Esprit) und dem Sport Bereich (NIKE, adidas, Puma). Bio Marken sind kaum bekannt und somit wenig relevant.



Basis: Alle Befragten, Angaben in %

F21. Welche der folgenden Marken für Kleidung kennst Du, wenn auch nur dem Namen nach?

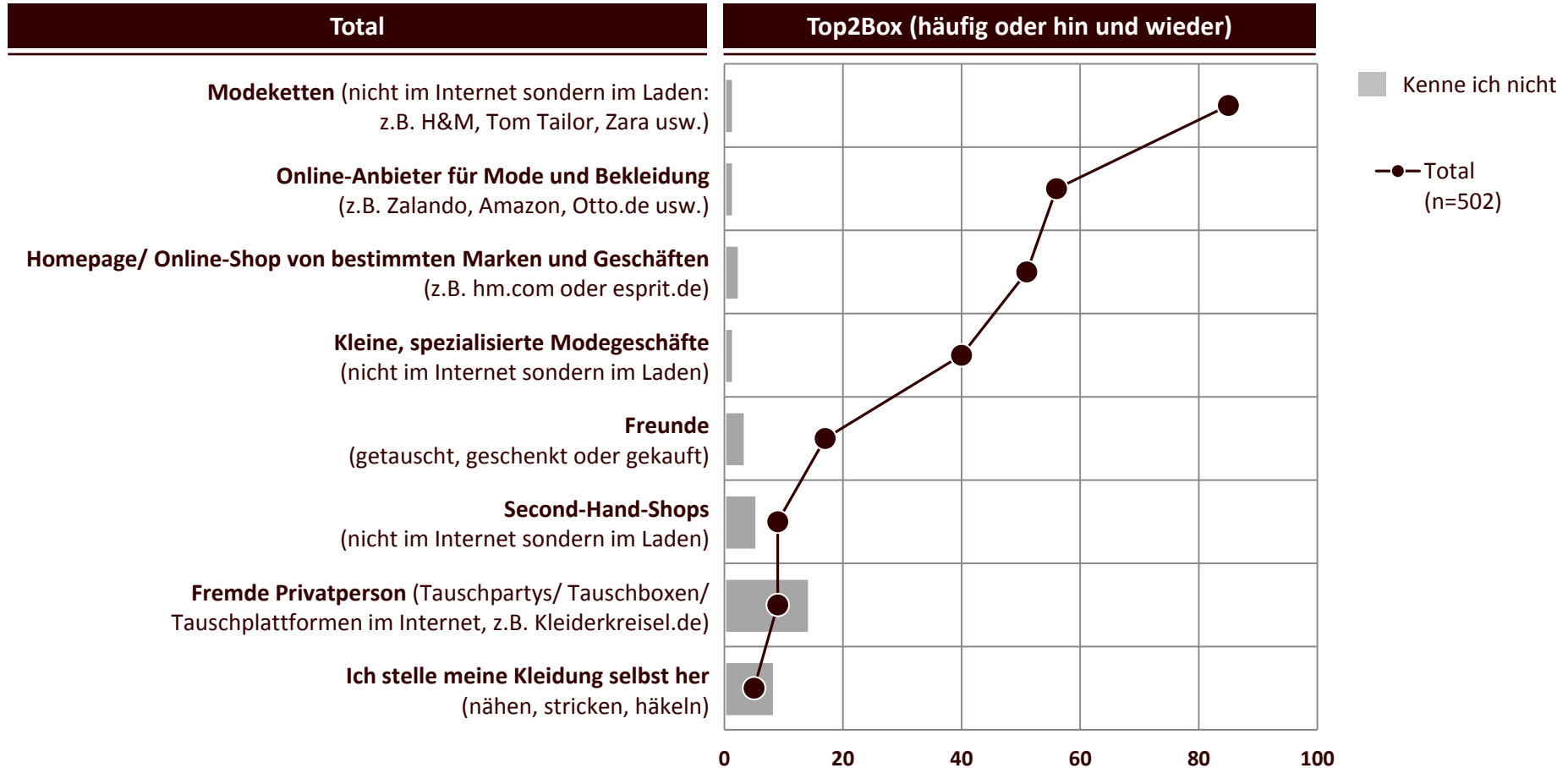
F22: Und welche der folgenden Marken kommen für Dich in Frage, wenn Du Dir Kleidung aussuchst?

Inhaltsübersicht

1	Hintergrund & Zielsetzung, Studiensteckbrief	3
2	Management Summary, Fazit und Empfehlungen	8
3	Ergebnisse im Detail	18
3.1	Ausgaben und Finanzierung	19
3.2	Informationsquellen und Auswahlkriterien	24
3.3	Bekannte und bevorzugte Marken	35
3.4	Bezugsquellen und Kaufverhalten / Verwertung und Entsorgung	37
3.5	Wissensstand und Einstellungen	51
4	Back-up	57

Bezugsquellen für Kleidung

Jugendliche kaufen ihre Kleidung überwiegend über klassisch kommerzielle Kanäle (Modekette, Onlineplattform/ -stores), Wiederverwertung oder eigene Herstellung wird kaum praktiziert.

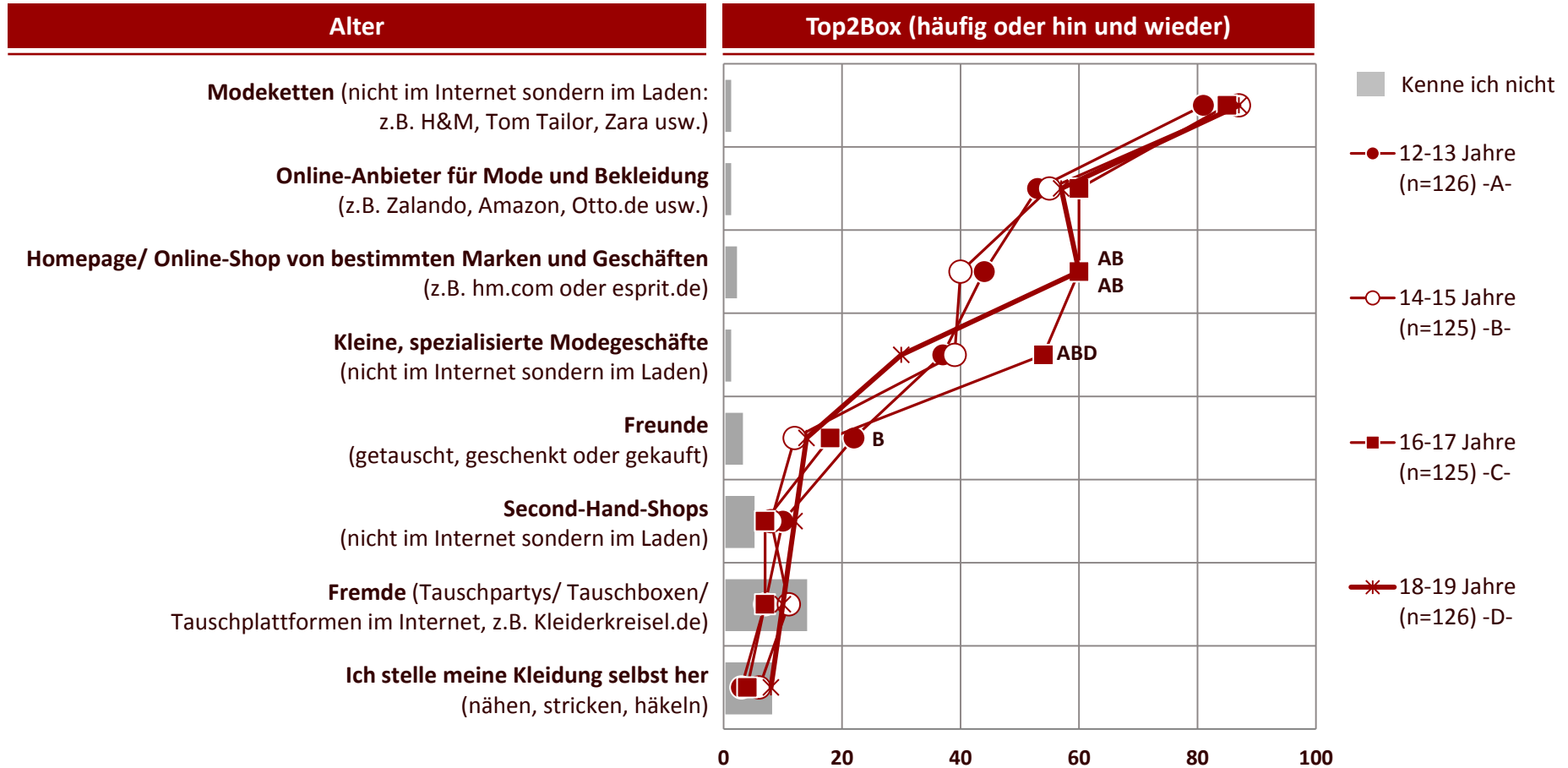


Basis: Alle Befragten, Angaben in %

F23. Wo kaufst du deine Kleidung?

Bezugsquellen für Kleidung

16-19 Jährige kaufen signifikant häufiger über Online-Shops, 18-19 Jährige auch bei kleinen, spezialisierten Modegeschäften. 12-13 Jährige nutzen den Freundeskreis häufiger als 14-15 Jährige.

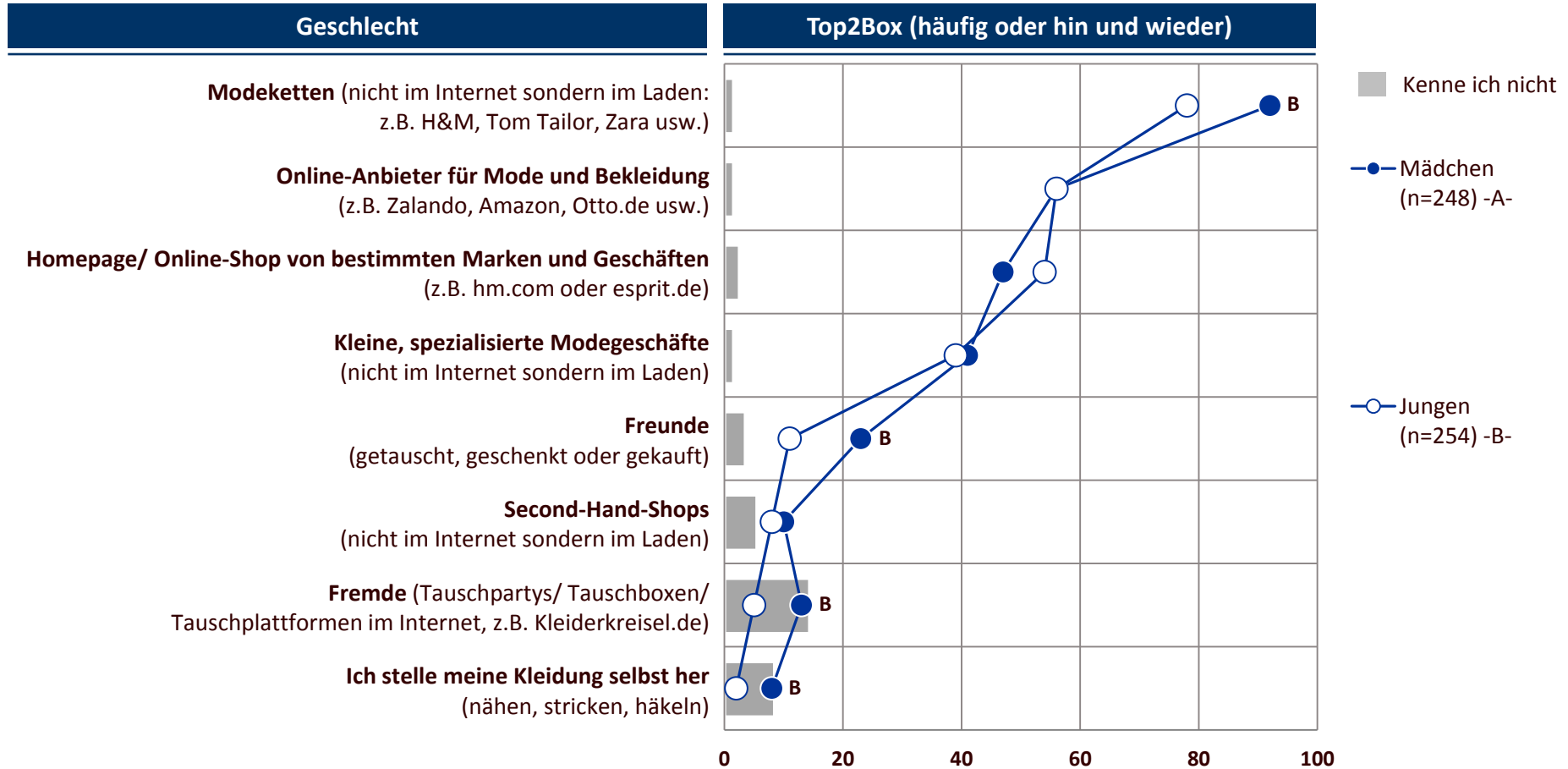


Basis: Alle Befragten, Angaben in %, Signif. 5% (ABCD)

F23. Wo kaufst du deine Kleidung?

Bezugsquellen für Kleidung

Mädchen kaufen noch häufiger als Jungen in Geschäften der Modeketten. Sie nutzen außerdem häufiger alternative Möglichkeiten im privaten Umfeld.



Basis: Alle Befragten, Angaben in %, Signif. 5% (AB)

F23. Wo kaufst du deine Kleidung?

Genutzte Online-Anbieter für Kleidung

Über die Hälfte der Jugendlichen kauft bei Amazon, unabhängig von Geschlecht und Alter. Mädchen und Ältere nutzen häufiger Zalando. Über Kleiderkreisel kaufen am ehesten Ältere und Mädchen.

	Total n=502	Alter				Geschlecht	
		12-13 Jahre -A- n=126	14-15 Jahre -B- n=125	16-17 Jahre -C- n=125	18-19 Jahre -D- n=126	Mädchen -A- n=248	Jungen -B- n=254
Amazon	56	55	54	60	53	54	57
Zalando	36	28	31	42 A	42 A	42 B	30
Ebay	31	29	35	35	25	31	31
Otto	29	33	30	29	26	29	29
Kleiderkreisel	7	2	6	7 A	15 ABC	12 B	3
EMP	7	6	3	7	11 B	6	7
Avocado Store	2	1	2	2	2	2	1
Andere Anbieter	13	10	13	14	16	15	12
Kaufe nicht bei Online-Anbietern	19	24 D	22	17	13	18	19

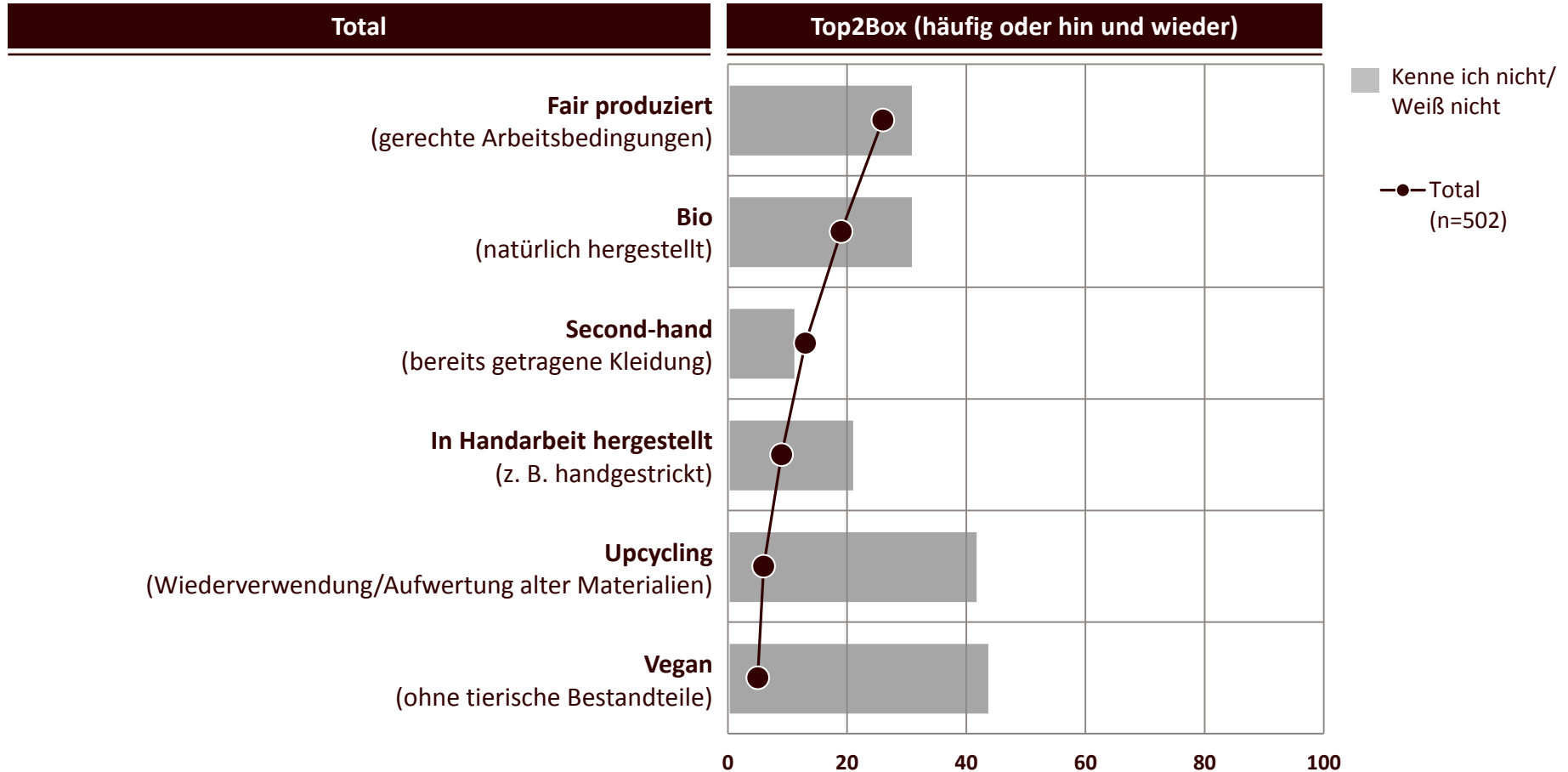
Basis: Alle Befragten, Angaben in %, Signif. 5% (ABCD)

F24. Du hast gesagt, dass Du Deine Kleidung auch bei Online-Anbietern kaufst.

Bei welchen der folgenden Online-Anbietern kaufst Du zumindest gelegentlich Deine Kleidung?

Kaufhäufigkeit von speziellen Kleidungsarten

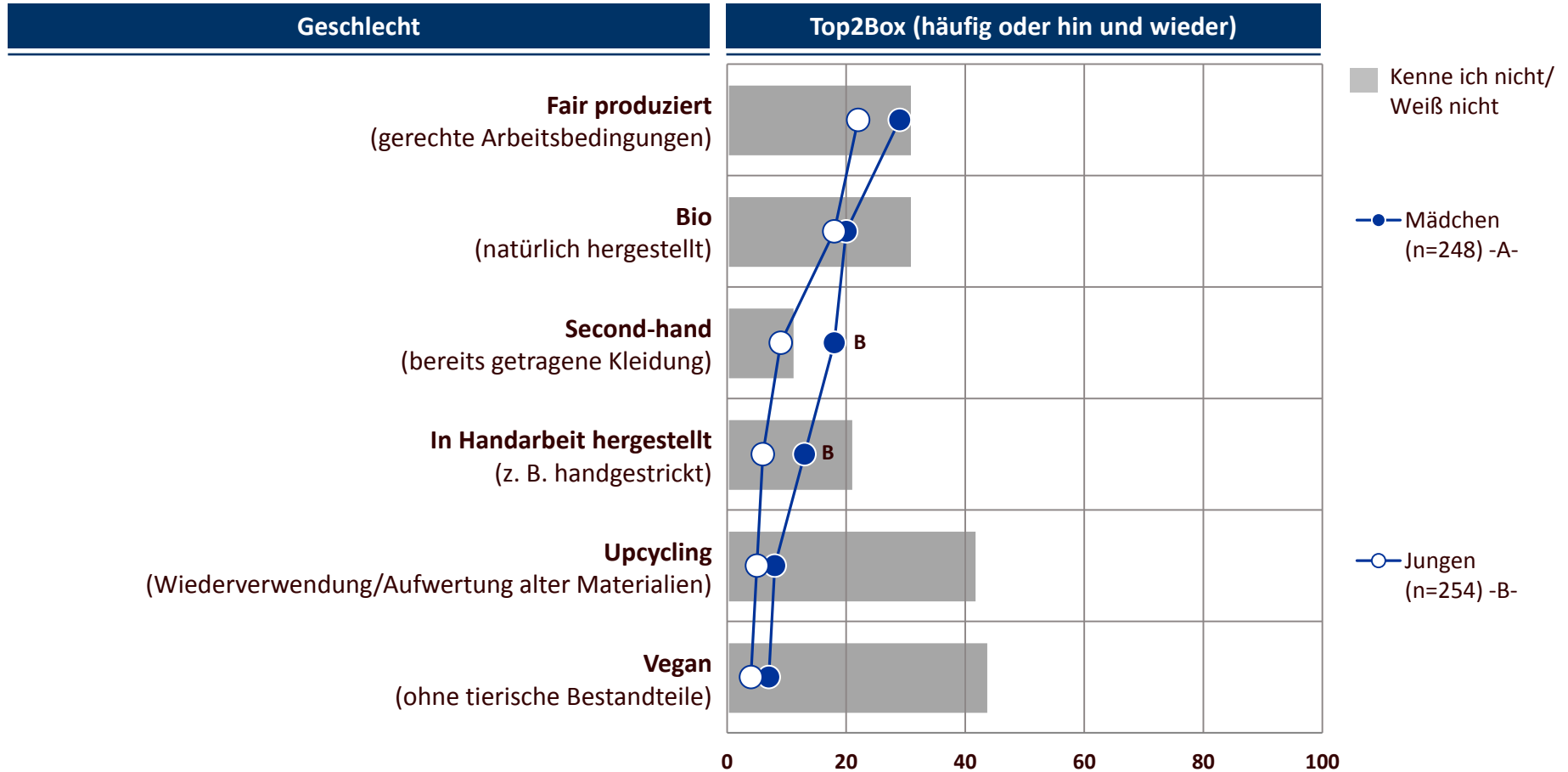
Spezielle Arten von Kleidung werden selten oder gar nicht (bewusst) gekauft, auch weil sie nicht bekannt sind. Für fair produzierte (26%) und Bio (19%) Kleidung entscheidet man sich vergleichsweise häufig.



Basis: Alle Befragten, Angaben in %
F25. Wie oft kaufst du die folgende Art von Kleidung?

Kaufhäufigkeit von speziellen Kleidungsarten

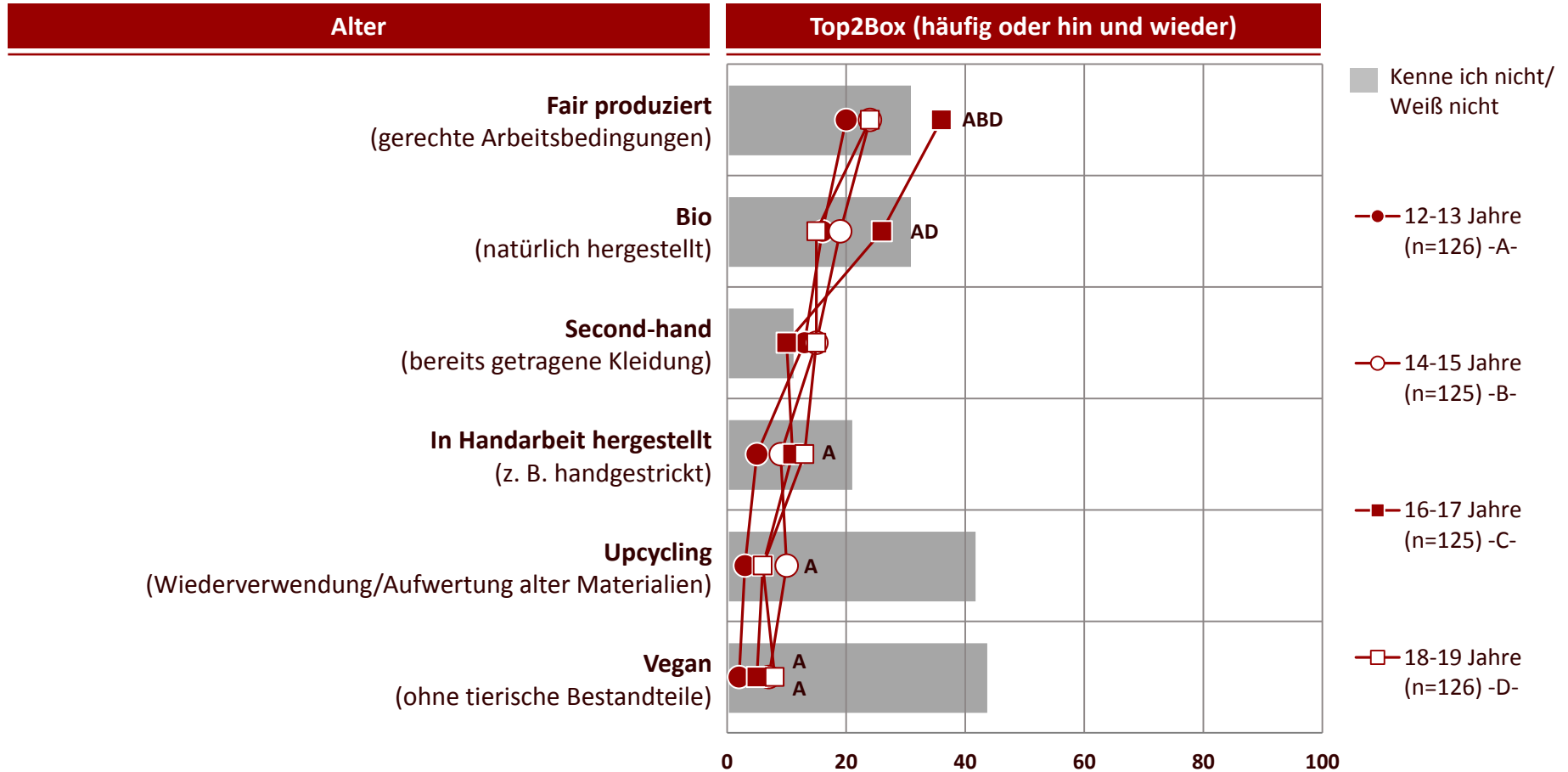
Wenn überhaupt werden Second-hand und Handmade-Kleidung eher von Mädchen als von Jungen gekauft.



Basis: Alle Befragten, Angaben in %, Signif. 5% (AB)
 F25. Wie oft kaufst du die folgende Art von Kleidung?

Kaufhäufigkeit von speziellen Kleidungsarten

Die kaufkräftigste Gruppe der 16-17 Jährigen entscheidet sich häufiger für fair produzierte Kleidung und im Vergleich zu den Jüngsten und Ältesten auch häufiger für Bio Kleidung.

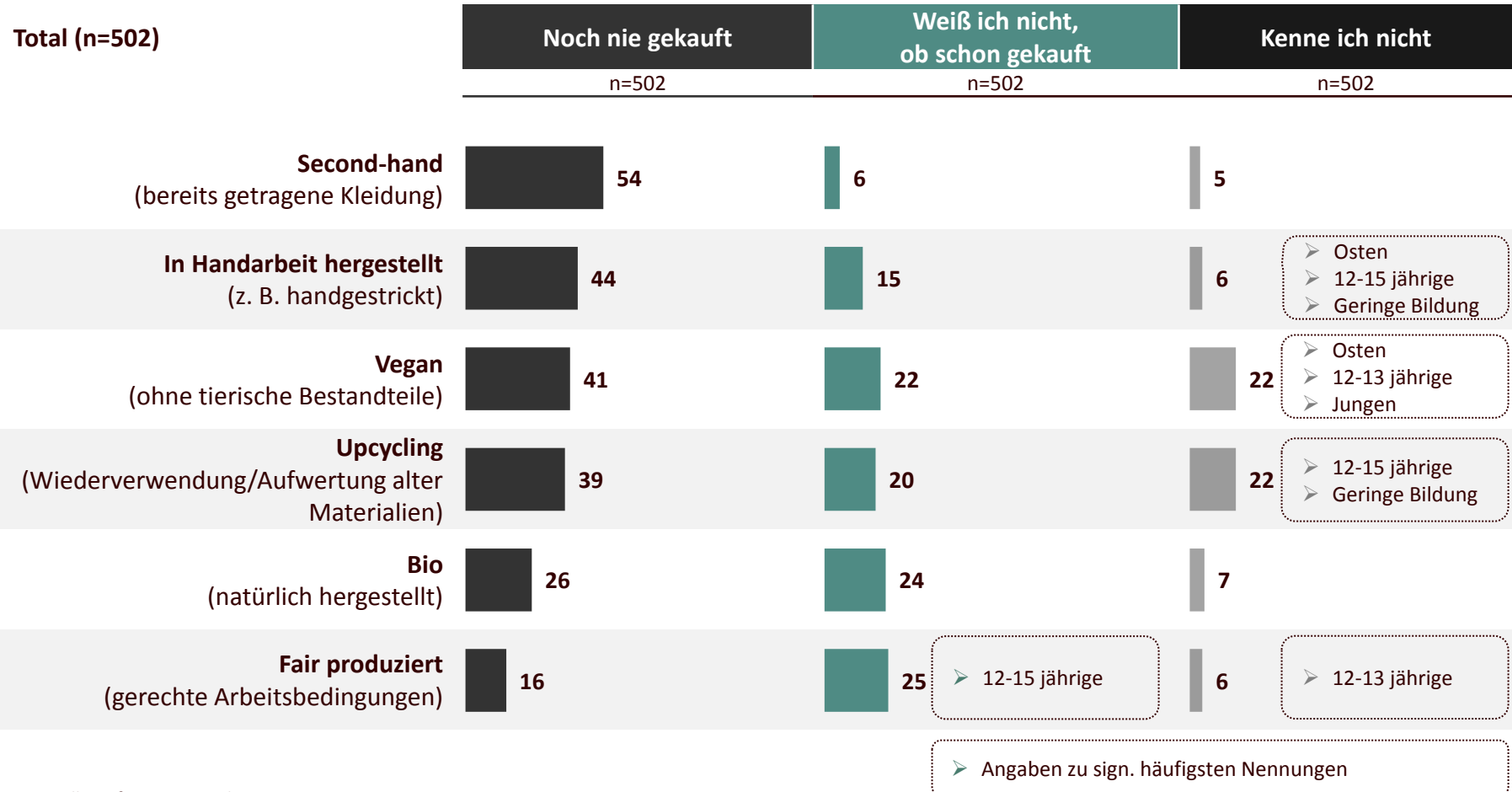


Basis: Alle Befragten, Angaben in %, Signif. 5% (ABCD)

F25. Wie oft kaufst du die folgende Art von Kleidung?

Kenntnis von speziellen Kleidungsarten

Viele Jugendliche wissen nicht genau, welche Art von Kleidung sie bereits gekauft haben oder kennen die Begrifflichkeiten nicht (besonders vegan und Upcycling sind unbekannt – vermehrt bei Jüngeren).



Basis: Alle Befragten, Angaben in %
F25. Wie oft kaufst du die folgende Art von Kleidung?

Begründung für Ablehnung von Kleidungsarten

Häufig liegt kein bestimmter Ablehnungsgrund vor. Ablehnung von „bereits getragene Kleidung“ spricht gegen Second-hand Produkte, ein (vermuteter) hoher Preis gegen Handarbeit, Bio und Fair produziert.

Total (n=502)	Gründe für Ablehnung					Keinen Grund
	Noch nie gekauft n=502	Zu teuer	Möchte keine bereits getragene Kleidung oder alte Materialien tragen	Gibt zu wenig Auswahl/ keine Kleidung, die mir gefällt	Weiß nicht, wo ich diese Art der Kleidung kaufen kann	
Second-hand (bereits getragene Kleidung)	54 n=270	3	68	24	12	3
In Handarbeit hergestellt (z. B. handgestrickt)	44 n=223	35	3	24	15	26
Vegan (ohne tierische Bestandteile)	41 n=205	18	5	15	22	36
Upcycling (Wiederverwendung/ Aufwertung alter Materialien)	39 n=195	6	18	13	23	25
Bio (natürlich hergestellt)	26 n=130	36	11	24	25	28
Fair produziert (gerechte Arbeitsbedingungen)	16 n=82	37	5	16	18	29

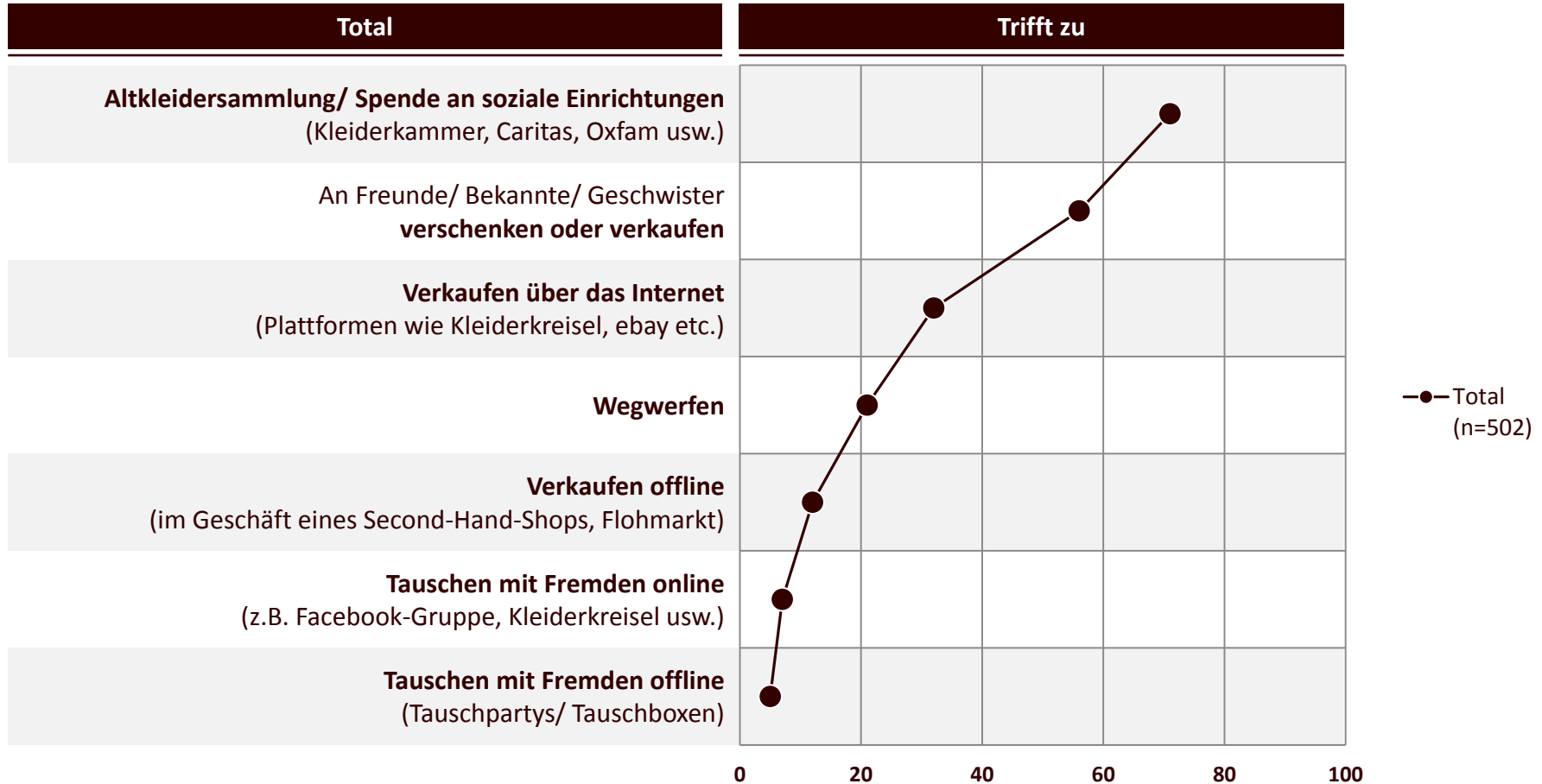
Basis: Alle Befragten/ Befragte, die Kleidungsart noch nie gekauft haben , Angaben in %

F26. Andere Jugendliche haben folgende Gründe angegeben, warum Sie bestimmte Art von Kleidung bisher nicht gekauft haben.

Welche dieser Gründe treffen auch für Dich zu?

Verwertung/ Entsorgung von Kleidung

Die meisten Jugendlichen geben an ihre aussortierte Kleidung zu spenden. Über die Hälfte gibt sie im privaten Umfeld weiter. Jeder Dritte verkauft sie im Internet. Getauscht wird kaum.

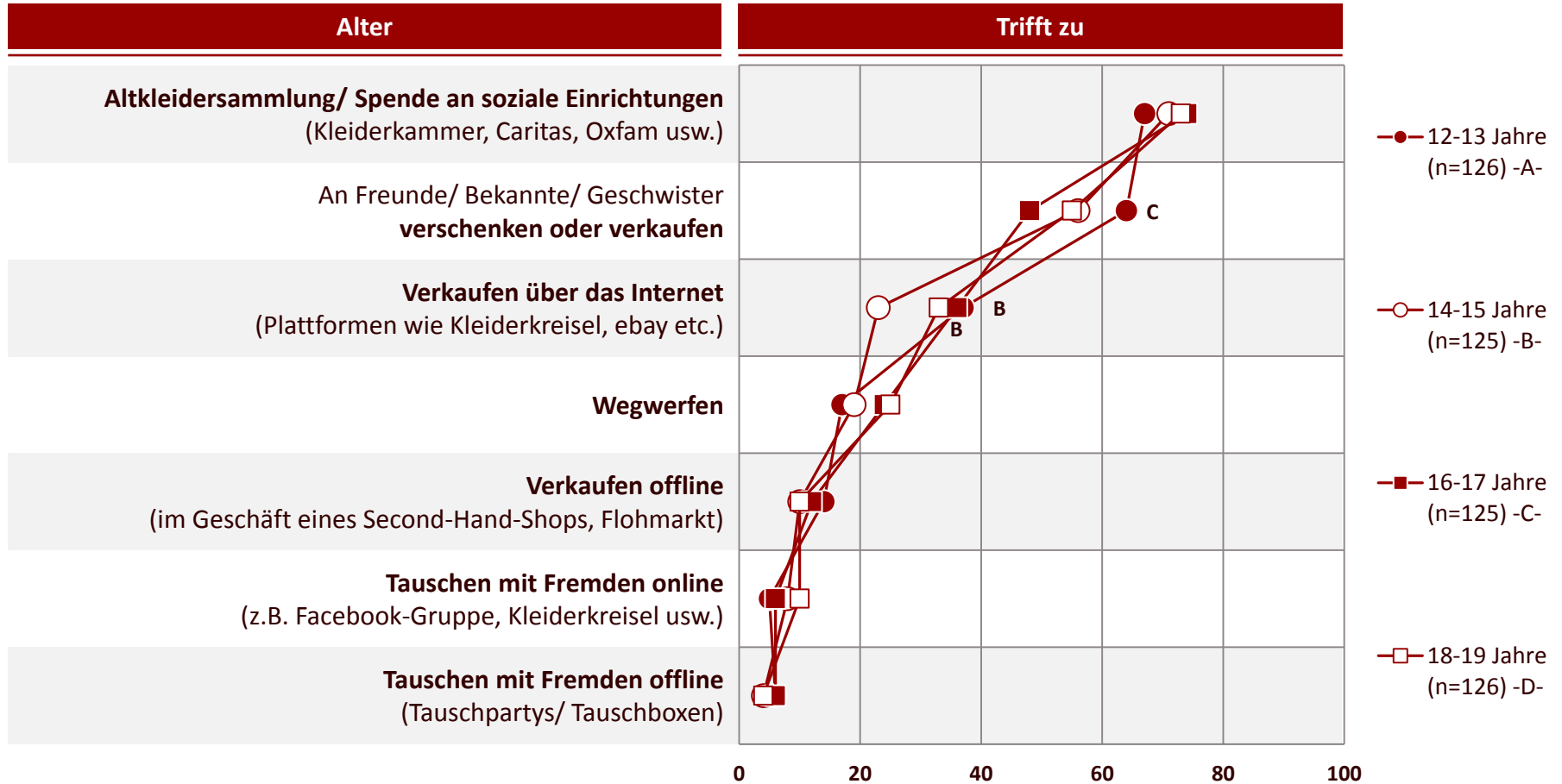


Basis: Alle Befragten, Angaben in %

F28. Was machst du mit Kleidung, die Dir nicht mehr passt oder nicht mehr gefällt?

Verwertung/ Entsorgung von Kleidung

Besonders viele 12-13 Jährige geben ihre Kleidung an Bekannte/Geschwister weiter. Am wenigsten Verkäufe über das Internet tätigen die 14-15 Jährigen.

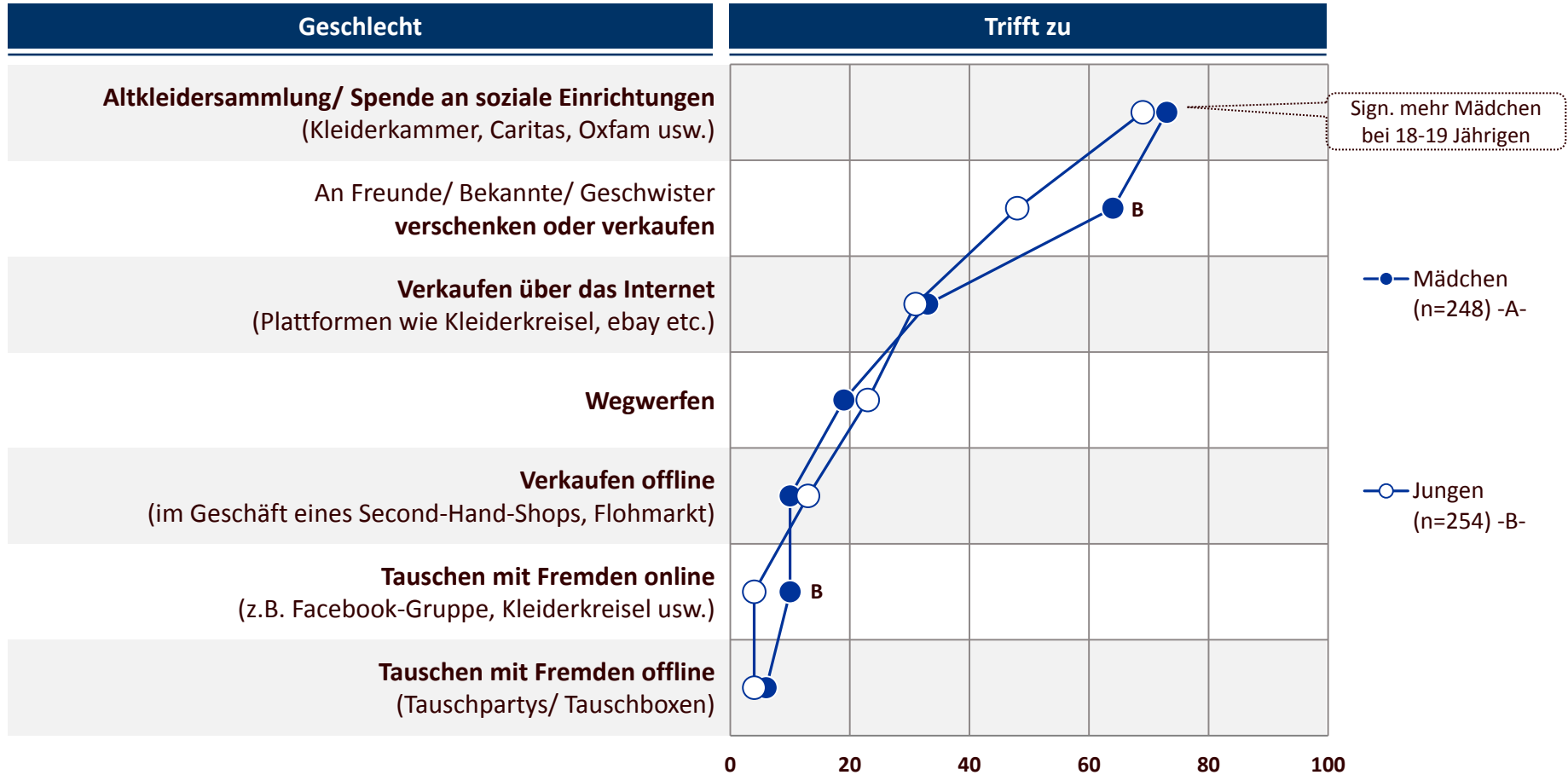


Basis: Alle Befragten, Angaben in %, Signif. 5% (ABCD)

F28. Was machst du mit Kleidung, die Dir nicht mehr passt oder nicht mehr gefällt?

Verwertung/ Entsorgung von Kleidung

Mädchen geben häufiger ihre Kleidung weiter und im Vergleich sind sie es, die eher Onlineangebote zum Tausch nutzen – allerdings sind es mit 10% auch nur wenige.

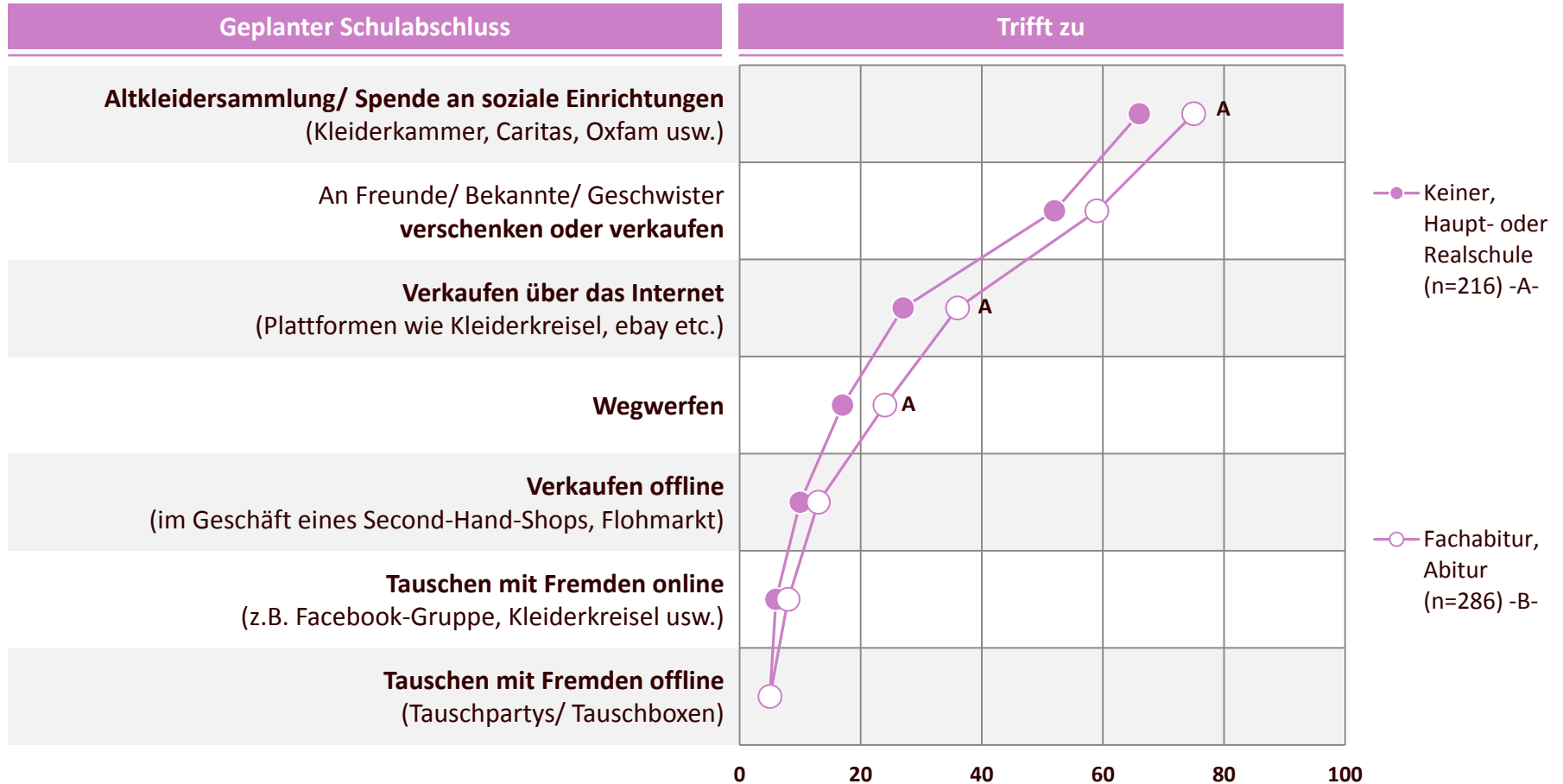


Basis: Alle Befragten, Angaben in %, Signif. 5% (AB)

F28. Was machst du mit Kleidung, die Dir nicht mehr passt oder nicht mehr gefällt?

Verwertung/ Entsorgung von Kleidung

Im Vergleich sind es häufiger die höher Gebildeten, die ihre Kleidung spenden (75%) oder über das Internet verkaufen (36%), aber auch häufiger ihre Kleidung wegwerfen (24%).



Basis: Alle Befragten, Angaben in %, Signif. 5% (AB)




F28. Was machst du mit Kleidung, die Dir nicht mehr passt oder nicht mehr gefällt?

Inhaltsübersicht

1	Hintergrund & Zielsetzung, Studiensteckbrief	3
2	Ergebnisse im Detail	7
2.1	Finanzierung und Ausgaben	8
2.2	Informationsquellen und Auswahlkriterien	13
2.3	Bekannte und bevorzugte Marken	24
2.4	Bezugsquellen und Kaufverhalten / Verwertung und Entsorgung	26
2.5	Wissensstand und Einstellungen	40
3	Back-up	47

Wissensstand zur Herstellung von Kleidung

Die Mehrzahl der Jugendlichen gibt an bereits etwas über Missstände in der Modeindustrie gehört zu haben. Am wenigsten bekannt sind mit 74% die Auswirkungen auf die Umwelt.

Ich habe gehört, dass ...	Total n=502	Signifikante Unterschiede bei
...die Arbeiter, die Kleidung herstellen, zum Teil schlecht behandelt werden	 96	Region: West u. Süd häufiger als Nord Kenntnis andere Problematiken: häufiger wenn andere auch bekannt sind
... Kleidung mit gefährlichen Chemikalien bearbeitet wird	 83	Kenntnis Umweltproblematik: häufiger wenn auch bekannt ist
... die Herstellung von Kleidung schlecht für die Umwelt sein kann	 74	Region: West häufiger als Süd Kenntnis Chemieproblematik: häufiger wenn auch bekannt ist (geplanter) Schulabschluss: (Fach)Abitur häufiger als geringere Bildung

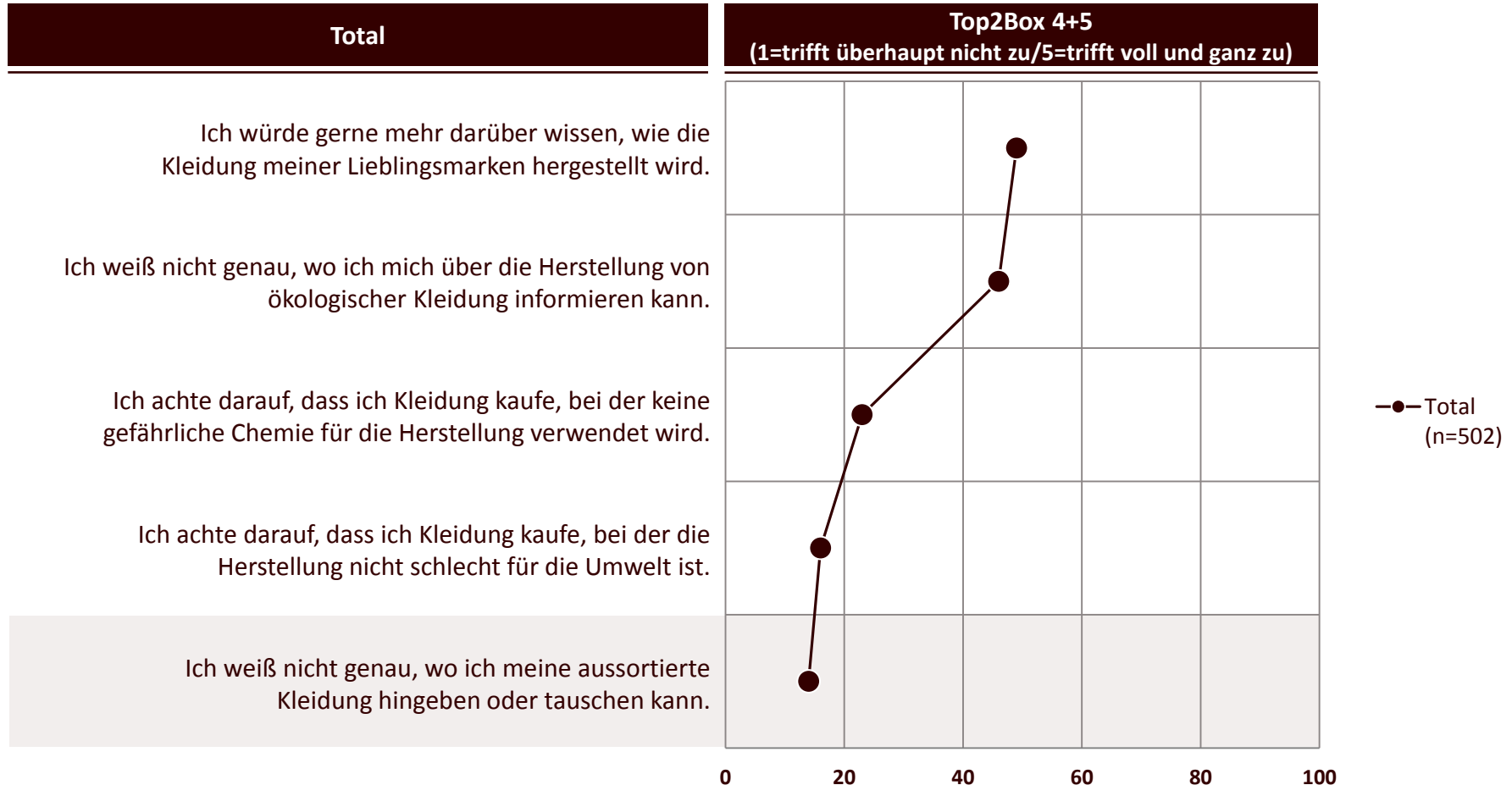
Basis: Alle Befragten, Angaben in %, Signif. 5%

F29. Es gibt viele Aspekte bei dem Thema Mode, zu denen man nur wenig erfährt.

Bitte gebe an, ob Du schon einmal etwas zu den folgenden Themen gehört hast.

Einstellungen

Nahezu jeder Zweite gibt an sich mehr Informationen zur Herstellung von Kleidung von den Anbietern zu wünschen und nicht genau zu wissen, wo man allg. Informationen zu ökologischer Kleidung erhält.

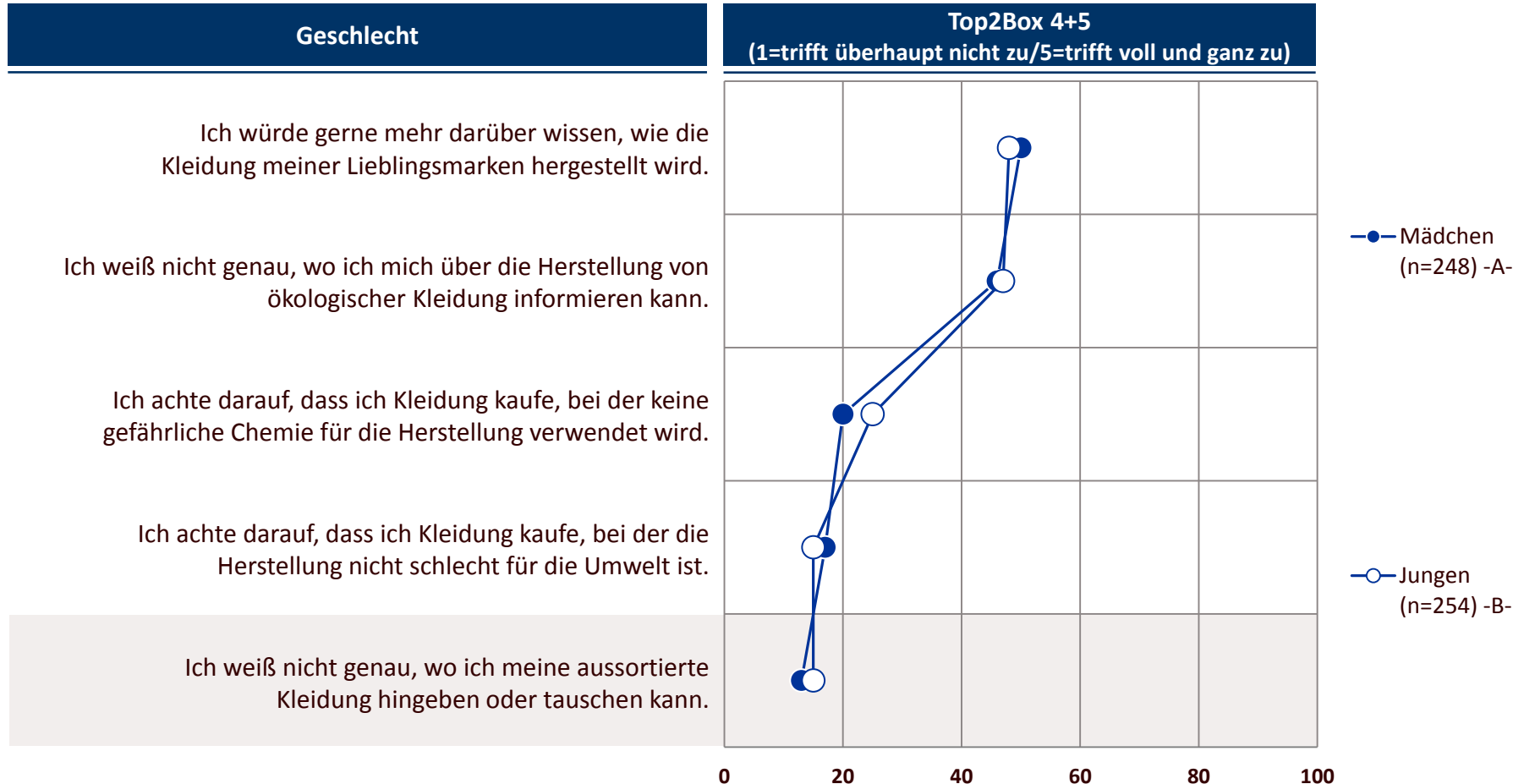


Basis: Alle Befragten, Angaben in %

F30. Inwieweit treffen die folgenden Aussage auf Dich zu?

Einstellungen

Mädchen und Jungen unterscheiden sich nicht hinsichtlich ihrer Einstellung zum Informationsbedürfnis oder dem Kaufbewusstsein.

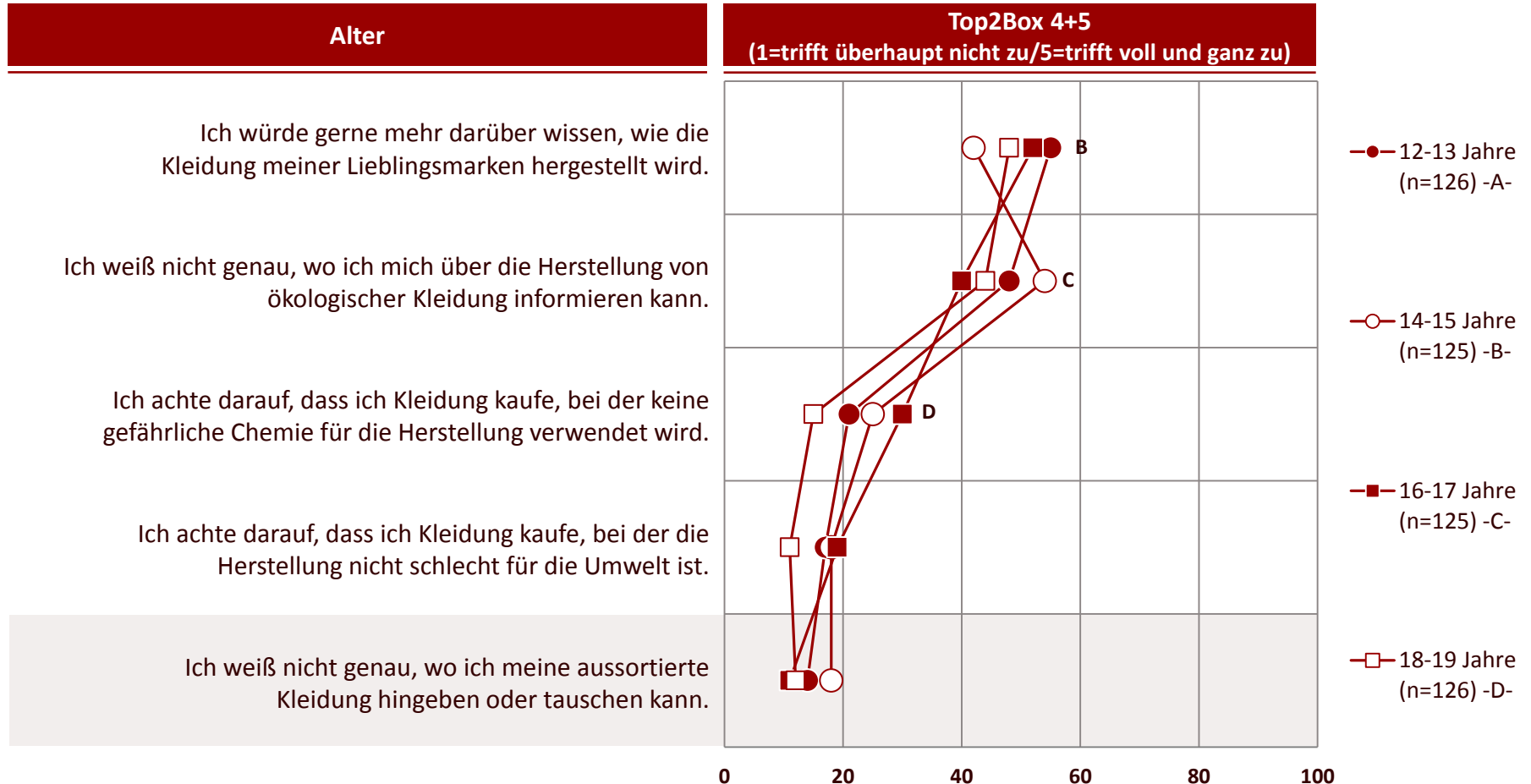


Basis: Alle Befragten, Angaben in %, KEINE SIGNIFIKANZEN

F30. Inwieweit treffen die folgenden Aussage auf Dich zu?

Einstellungen

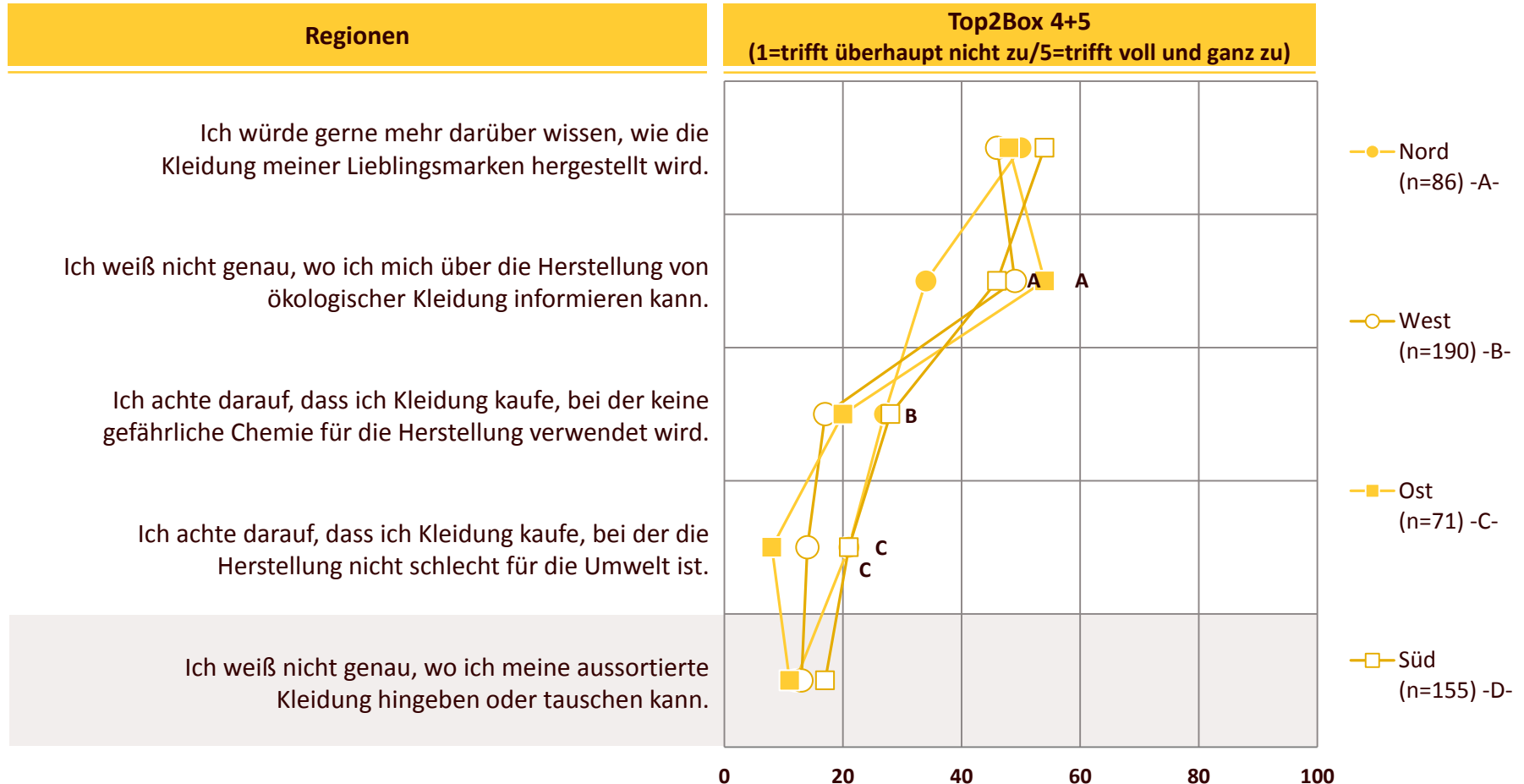
12-13 Jährige haben deutlich größeres Interesse an Informationen als 14-15 Jährige, die wiederum am häufigsten angeben keine Informationsquellen zu kennen.



Basis: Alle Befragten, Angaben in %, Signif. 5% (ABCD)
F30. Inwieweit treffen die folgenden Aussage auf Dich zu?

Einstellungen

Im Osten fehlt Kenntnis über Informationsquellen am meisten, im Norden am wenigsten. Im Süden wird mehr auf Vermeidung von Chemie geachtet als im Westen und häufiger umweltbewusst gekauft als im Osten.

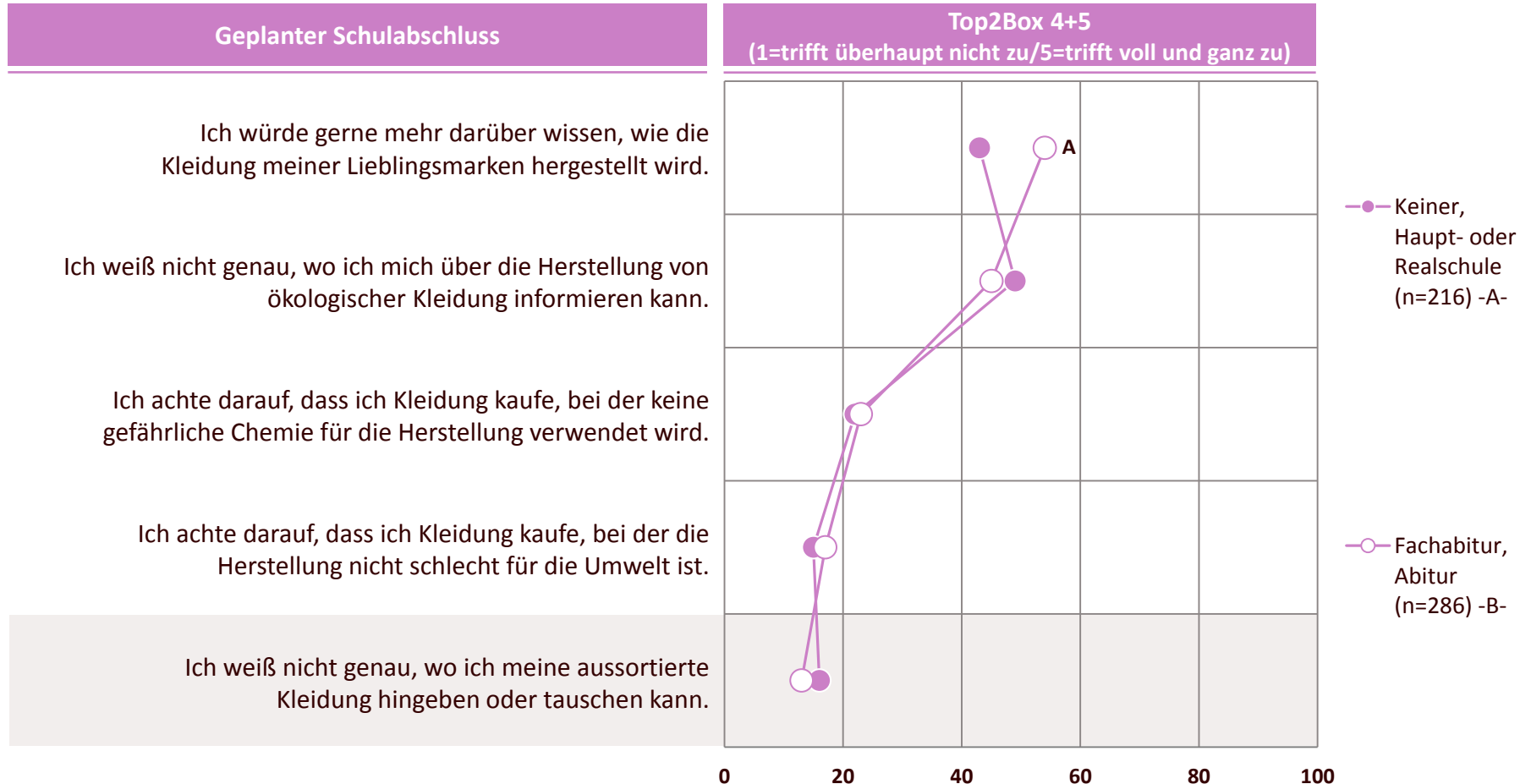


Basis: Alle Befragten, Angaben in %, Signif. 5% (ABCD)

F30. Inwieweit treffen die folgenden Aussage auf Dich zu?

Einstellungen

Jugendliche mit höherer Schulbildung haben ein stärker ausgeprägtes Interesse an Informationen zur Kleidungsherstellung ihrer bevorzugten Marken.



Basis: Alle Befragten, Angaben in %, Signif. 5% (AB)

F30. Inwieweit treffen die folgenden Aussage auf Dich zu?

Inhaltsübersicht

1	Hintergrund & Zielsetzung, Studiensteckbrief	3
2	Ergebnisse im Detail	7
2.1	Finanzierung und Ausgaben	8
2.2	Informationsquellen und Auswahlkriterien	13
2.3	Bekannte und bevorzugte Marken	24
2.4	Bezugsquellen und Kaufverhalten / Verwertung und Entsorgung	26
2.5	Wissensstand und Einstellungen	40
3	Back-up	47

Informationsquelle Zeitschriften

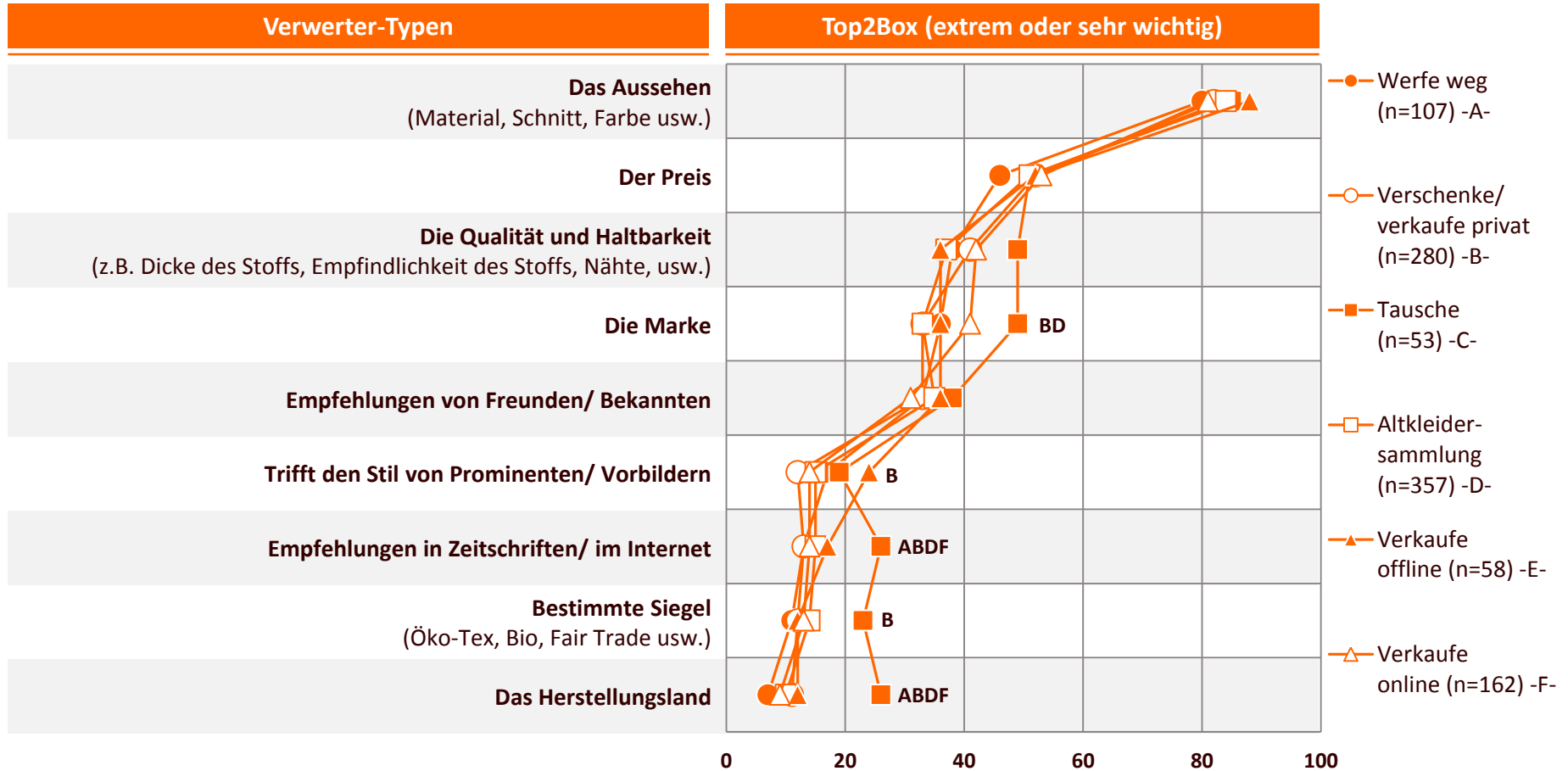


	Total	Region			
		Nord	West	Ost	Süd
		-A- n=86	-B- n=190	-C- n=71	-D- n=155
Bravo	12	10	13	15	10
InStyle	8	12	8	8	6
Girl	8	8	8	7	7
Glamour	7	7	7	7	7
Vogue	4	6	5	4	3
Jolie	3	1	4	0	5
Neon	2	3	3	1	2
Brigitte	2	0	3	1	2
Andere Zeitschriften oder Magazine	3	2	3	7	3
nicht über Zeitschriften informiert	74	76	72	70	75

Andere und zwar: Kataloge, Magazine von Anbietern
5%, Mädchen 3%

Basis: Alle Befragten, Angaben in %, Signif. 5% (ABCD); KEINE SIGNIFIKANZEN
F17. Du hast gesagt, dass Du Dich in Zeitschriften oder Magazinen über Mode informierst.
 Welche der folgenden Zeitschriften oder Magazine sind das?

Auswahlkriterien für Mode/ Kleidung



Basis: Alle Befragten, Angaben in %, Signif. 5% (ABCDEF)

F18. Wie wichtig sind Dir die folgenden Dinge, wenn Du Kleidung für Dich aussuchst bzw. kaufst?

Bekannte und bevorzugte Marken

		Total		Alter							
				12-13 Jahre		14-15 Jahre		16-17 Jahre		18-19 Jahre	
		Bekannt	Bevorzugt	Bekannt	Bevorzugt	Bekannt	Bevorzugt	Bekannt	Bevorzugt	Bekannt	Bevorzugt
		n=502		n=126		n=125		n=125		n=126	
				-A-	-A ¹ -	-B-	-B ¹ -	-C-	-C ¹ -	-D-	-D ¹ -
Fast Fashion	H&M	94	76	91	78	91	76	95	74	97	77
	C&A	90	53	90	62 C ¹ D ¹	88	54	88	48	95 BC	47
	ESPRIT	84	49	78	51	84	44	86	53	90 A	48
	LEVI'S	78	42	64	35	79 A	41	87 A	48 A ¹	82 A	44
	PRIMARK	62	34	46	31	59 A	39	62 A	32	81 ABC	35
	ZARA	59	25	39	14	52 A	19	68 AB	30 A ¹	76 AB	39 A ¹ B ¹
	MANGO	50	17	33	7	42	16 A ¹	55	14	69 ABC	30 A ¹ B ¹ C ¹
	G-STAR RAW	47	23	33	17	42	22	49 A	26	62 ABC	25
	VERO MODA	45	18	25	9	36 A	10	51 AB	18 A ¹	69 ABC	35 A ¹ B ¹ C ¹
	GAP	33	11	25	12	30	8	37 A	10	40 A	13
Sport	NIKE	94	63	95	63	91	61	93	66	95	62
	adidas	93	63	94	67 D ¹	91	63 D ¹	94	70 D ¹	94	51
	PUMA	91	46	88	44	92	45	90	54 D ¹	93	40
Outdoor	Jack Wolfskin	84	30	78	31	86	34	86	34 D ¹	85	23
	THE NORTH FACE	47	17	40	17	41	18	49	11	59 AB	21 C ¹
	FJÄLL RÄVEN	16	5	12	5	14	6	17	5	22 A	6
Bio	armedangels	6	3	4	2	6	3	8	3	6	2
	nudie jeans co	5	2	3	2	6	3	6	1	4	2
	Knowledge Cotton	4	1	4	2	5	2	3	2	2	0
	recolution	3	1	3	1	4	1	3	2	2	1

Basis: Alle Befragten, Angaben in %, Signif. 5% (ABCD)

F21: Welche der folgenden Marken für Kleidung kennst Du, wenn auch nur dem Namen nach?

F22: Und welche der folgenden Marken kommen für Dich in Frage, wenn Du Dir Kleidung aussuchst?

Bekannte und bevorzugte Marken



		Total		Geschlecht				Geplanter Schulabschluss			
				Mädchen		Jungen		Keiner, Haupt oder Realschule		Fachabitur, Abitur	
		Bekannt	Bevorzugt	Bekannt	Bevorzugt	Bekannt	Bevorzugt	Bekannt	Bevorzugt	Bekannt	Bevorzugt
		n=502		-A-	-A ¹ -	-B-	-B ¹ -	-C-	-C ¹ -	-D-	-D ¹ -
		n=248		n=254		n=71		n=155			
Fast Fashion	H&M	94	76	98 B	84 B ¹	89	69	92	72	95	79
	C&A	90	53	94 B	58 B ¹	86	47	91	57	90	50
	ESPRIT	84	49	91 B	62	78	36	85	48	84	49
	LEVI'S	78	42	78	33	78	50 A ¹	74	38	81	45
	PRIMARK	62	34	75 B	48 B ¹	50	20	57	35	66 C	34
	ZARA	59	25	73 B	38 B ¹	44	13	47	19	68 C	31 C ¹
	MANGO	50	17	63 B	27 B ¹	37	7	44	13	53 C	20 C ¹
	G-STAR RAW	47	23	46	16	47	29 A ¹	42	26	50	20
	VERO MODA	45	18	59 B	31 B ¹	32	5	34	11	53 C	23 C ¹
	GAP	33	11	33	9	32	13	23	9	40 C	12
Sport	NIKE	94	63	94	53	94	73 A ¹	92	64	95	63
	adidas	93	63	94	53	93	72 A ¹	93	66	94	60
	PUMA	91	46	90	33	92	58	90	48	91	44
Outdoor	Jack Wolfskin	84	30	85	23	83	38 A ¹	83	31	84	30
	THE NORTH FACE	47	17	51	15	43	18	37	13	55 C	20 C ¹
	FJÄLL RÄVEN	16	5	19	5	13	5	13	4	19	6
Bio	armedangels	6	3	8	3	4	2	5	2	7	3
	nudie jeans co	5	2	4	2	5	2	4	2	5	2
	Knowledge Cotton	4	1	4	2	3	1	2	1	5	1
	recolution	3	1	4	1	2	1	5	2	2	0

Basis: Alle Befragten, Angaben in %, Signif. 5% (ABCD)

F21: Welche der folgenden Marken für Kleidung kennst Du, wenn auch nur dem Namen nach?

F22: Und welche der folgenden Marken kommen für Dich in Frage, wenn Du Dir Kleidung aussuchst?

Bekannte und bevorzugte Marken



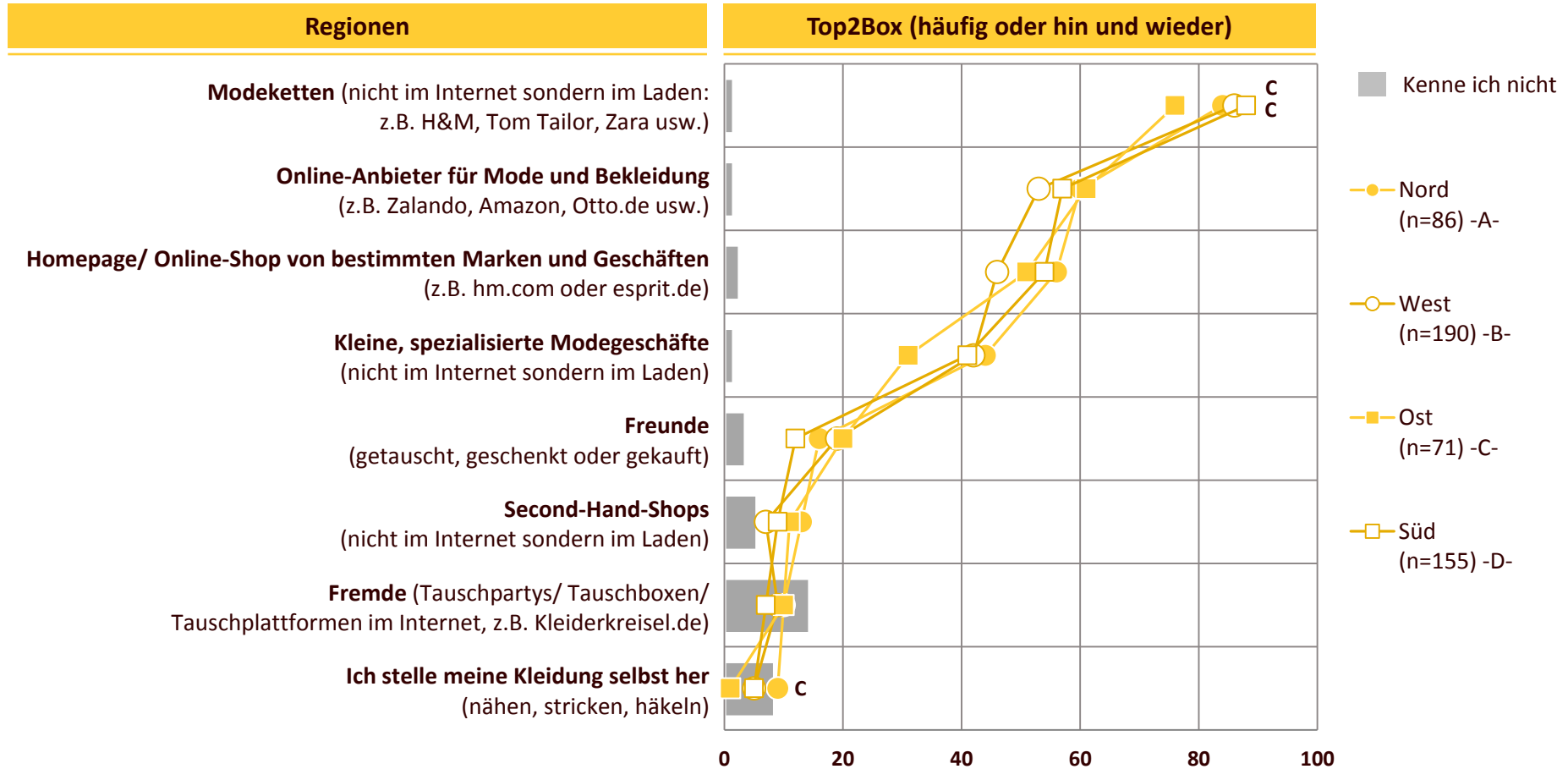
		Total		Region							
				Nord		West		Ost		Süd	
		Bekannt	Bevorzugt	Bekannt	Bevorzugt	Bekannt	Bevorzugt	Bekannt	Bevorzugt	Bekannt	Bevorzugt
		n=502		-A- n=86		-B- n=190		-C- n=71		-D- n=155	
Fast Fashion	H&M	94	76	92	77	95	74	93	80	94	77
	C&A	90	53	87	53	89	45	94	66	92	56 B ¹
	ESPRIT	84	49	81	50	87	45	77	46	86	54
	LEVI'S	78	42	78	49	75	37	72	37	85 BC	46
	PRIMARK	62	34	63	35	67 D	40 D ¹	63	35	55	26
	ZARA	59	25	53	26	61	29	56	20	60	24
	MANGO	50	17	50	13	49	16	45	14	52	21
	G-STAR RAW	47	23	42	21	57 ACD	28 D ¹	41	24	39	17
	VERO MODA	45	18	51	17	47	19	42	21	41	15
	GAP	33	11	29	9	37	11	25	10	33	12
Sport	NIKE	94	63	93	62	94	65	90	54	95	66
	adidas	93	63	94	64	93	62	87	49	95 C	69 C ¹
	PUMA	91	46	91	51	88	44	87	39	95 BC	48
Outdoor	Jack Wolfskin	84	30	87	38	82	27	76	30	87 C	31
	THE NORTH FACE	47	17	42	15	48	16	39	17	52	18
	FJÄLL RÄVEN	16	5	21	7	14	4	10	4	19	6
Bio	armedangels	6	3	10	3	4	2	8	4	5	2
	nudie jeans co	5	2	5	1	6	4	3	3	4	1
	Knowledge Cotton	4	1	6	1	4	2	1	1	3	1
	recolution	3	1	5	1	4	2	3	1	1	0

Basis: Alle Befragten, Angaben in %, Signif. 5% (ABCD)

F21: Welche der folgenden Marken für Kleidung kennst Du, wenn auch nur dem Namen nach?

F22: Und welche der folgenden Marken kommen für Dich in Frage, wenn Du Dir Kleidung aussuchst?

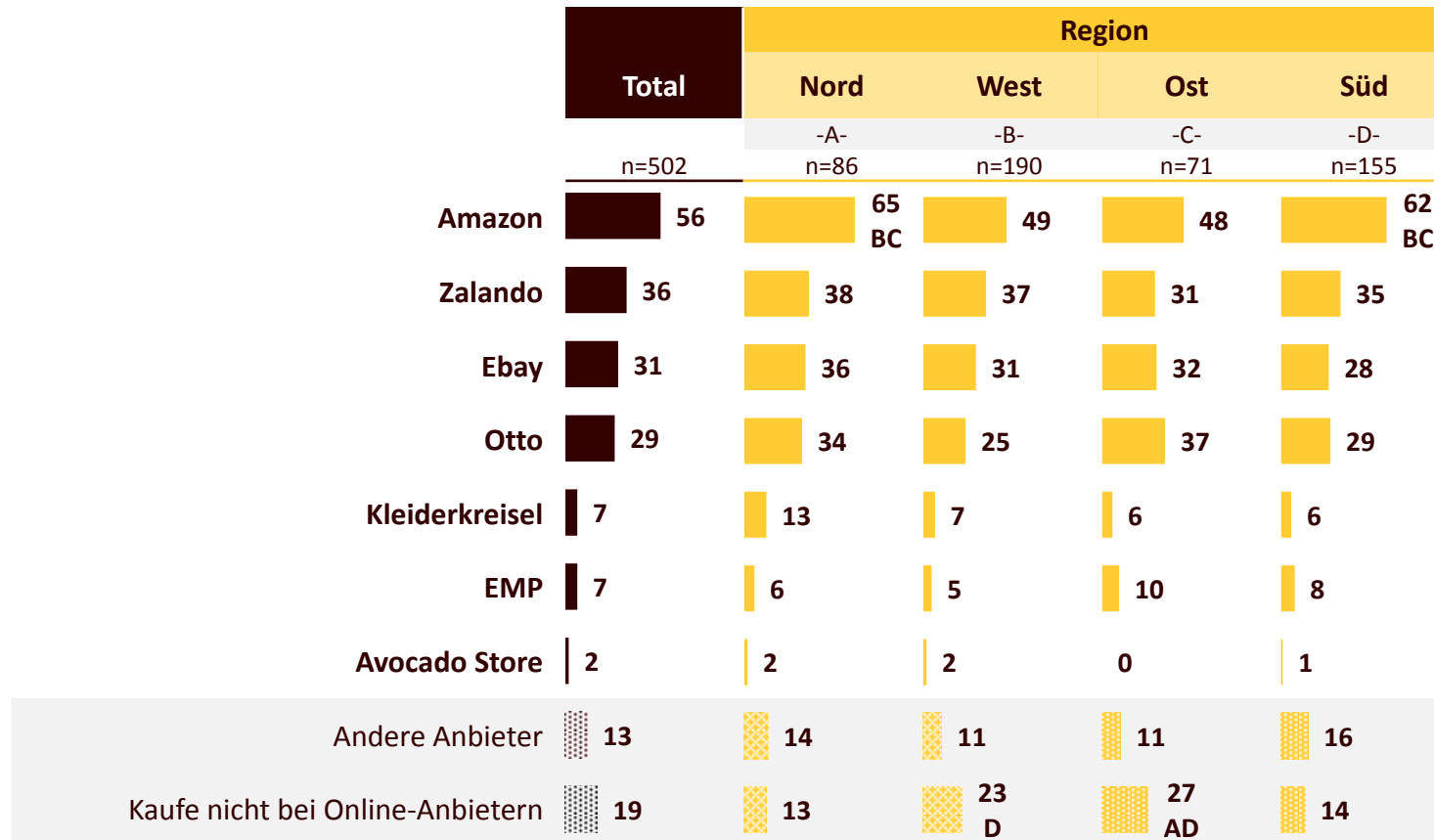
Bezugsquellen für Kleidung



Basis: Alle Befragten, Angaben in %, Signif. 5% (ABCD)

F23. Wo kaufst du deine Kleidung?

Genutzte Online-Anbieter für Kleidung

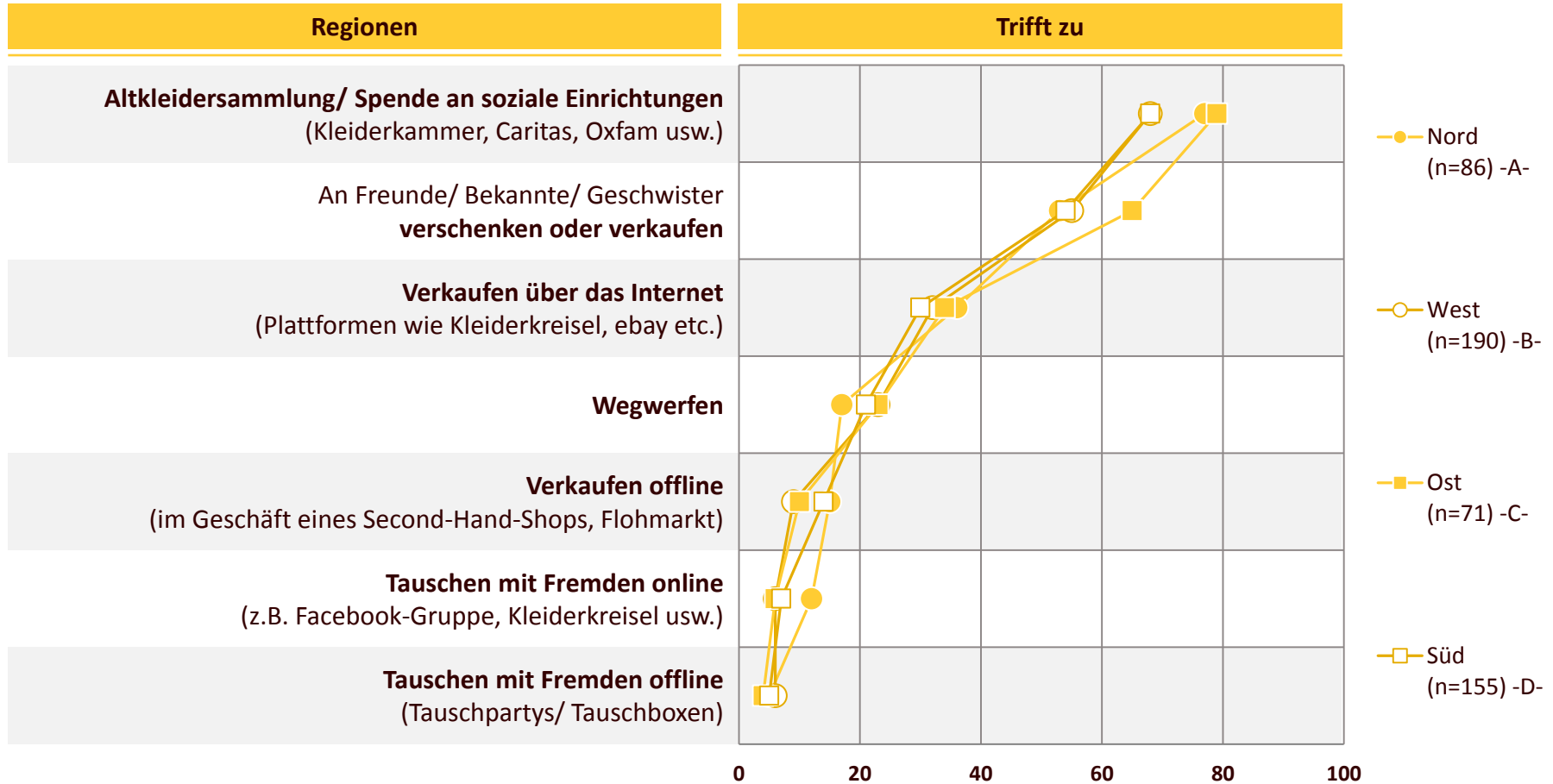


Basis: Alle Befragten, Angaben in %, Signif. 5% (ABCD)

F24. Du hast gesagt, dass Du Deine Kleidung auch bei Online-Anbietern kaufst.

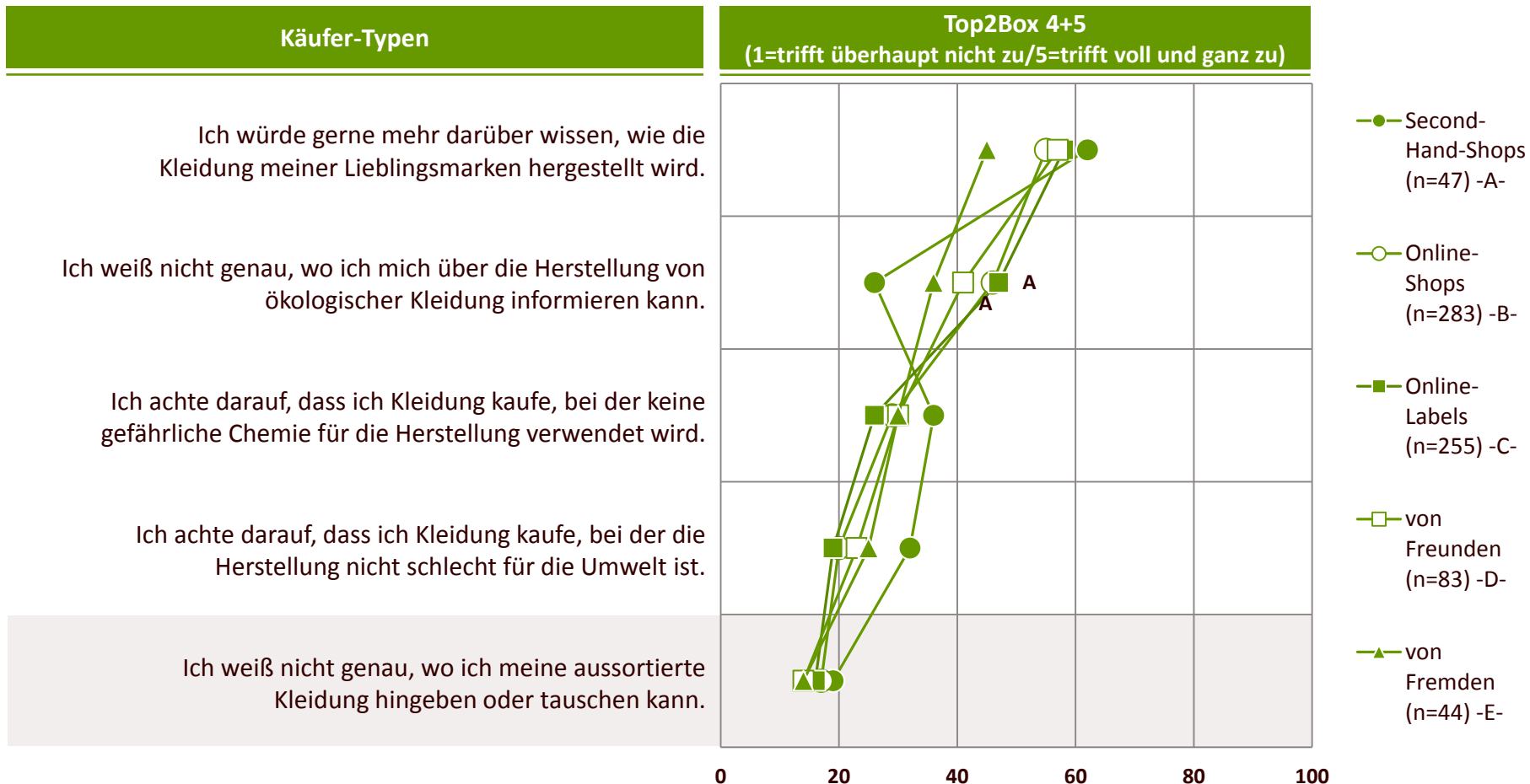
Bei welchen der folgenden Online-Anbietern kaufst Du zumindest gelegentlich Deine Kleidung?

Verwertung/ Entsorgung von Kleidung



Basis: Alle Befragten, Angaben in %, KEINE SIGNIFIKANZEN

F28. Was machst du mit Kleidung, die Dir nicht mehr passt oder nicht mehr gefällt?



Basis: Alle Befragten, Angaben in %, Signif. 5% (ABCDE)

F30. Inwieweit treffen die folgenden Aussage auf Dich zu?