



Presseinformation

Hamburg, 27.06.2016

bonprix Modestudie 2016: in Zusammenarbeit mit TNS Emnid untersucht der Fashionanbieter erstmalig Einstellung deutscher Frauen zum Thema Mode und Kleidung

- Für 2/3 aller Frauen in Deutschland sind aktuelle Modetrends wichtig bzw. sehr wichtig.
- 77 Prozent der Frauen fühlen sich in bestimmten Kleidungsstücken besonders selbstbewusst.
- 61 Prozent aller Frauen haben ein Lieblingskleidungsstück.
- Knapp 9 von 10 Frauen besitzen ungenutzte Kleidung.
- Der bevorzugte Kleidungsstil ist mit 45 Prozent „lässig & bequem“.
- Onlineshops sind mit 37 Prozent Spitzenreiter unter den Inspirationsquellen.

Wie wichtig sind eigentlich Trends? Und welche Aspekte spielen für Frauen in Deutschland noch eine Rolle bei ihrer Einstellung zu Mode und Kleiderwahl? Um diese und andere Fragen zu beleuchten sowie gängige Annahmen und Klischees zu überprüfen, führte bonprix Anfang 2016 gemeinsam mit TNS Emnid und Experten aus der Modebranche erstmalig eine repräsentative Studie zur „Einstellung deutscher Frauen zum Thema Mode und Kleidung“ durch. Befragt wurden 2.000 Frauen in Deutschland im Alter von 18 bis 70 Jahren.

Die bonprix Modestudie macht deutlich: Deutschlands Frauen sind modebewusst. 2/3 aller Befragten geben an, dass Modetrends eine wichtige bis sehr wichtige Rolle in ihrem Leben spielen. Der Großteil der Frauen (86 Prozent) legt vor allem sehr viel Wert darauf, sich zu jedem Anlass im passenden Outfit zu präsentieren. Durch ihre Kleidung besonders hervorstechen wollen jedoch nur 27 Prozent der Befragten. Und immerhin knapp jede zweite Frau (40 Prozent) würde kein Kleidungsstück anziehen, das dem Partner nicht gefällt.

Anregungen für ihre Outfits holen sich Frauen in Deutschland vielerorts: Spitzenreiter unter den Inspirationsquellen sind das Stöbern in Onlineshops (37 Prozent), Street Looks (35 Prozent) und der eigene Freundeskreis (33 Prozent).



Von Lieblingsstücken und Schrankhütern

Ein favorisiertes Kleidungsstück besitzen laut der bonprix Modestudie mehr als die Hälfte aller Frauen (61 Prozent). Das Besondere daran: Die Lieblingsstücke sind trendunabhängig und werden von den Frauen besonders gern getragen, weil sie gut sitzen und ihnen stehen.

Die Studie belegt außerdem, dass Frauen sich nicht gern von Kleidung trennen. Knapp 9 von 10 Befragten haben Kleidungsstücke im Schrank, die bisher nicht getragen wurden. Als Grund dafür nannten die Befragten, dass diese „vielleicht irgendwann wieder passen“ (38 Prozent) oder dass es „bisher noch keinen Anlass“ gab (25 Prozent).

Mode und Kleidung haben auch einen bedeutenden Einfluss auf das Selbstwertgefühl: 77 Prozent aller Frauen sagen, dass sie sich in bestimmten Kleidungsstücken besonders selbstsicher fühlen. „Frauen setzen ihre Kleidung zum eigenen „Mood Management“ ein. Sie fühlen sich in bestimmten Kleidungsstücken selbstbewusst, drücken mit der Kleidung ihre Stimmung aus und schreiben bestimmten Kleidungsstücken sogar tröstende Wirkung zu“, erklärt Prof. Dr. Carlo Michael Sommer, Sozialpsychologe und Modeforscher an der Hochschule Darmstadt und Mitglied des Expertengremiums der bonprix Modestudie 2016.

Casual is Cool

Insgesamt mögen es Deutschlands Frauen in Sachen Mode am liebsten entspannt. Der beliebteste Kleidungsstil mit 45 Prozent ist „lässig & bequem“. Bemerkenswerter Fakt dabei: Fast jede Frau (94 Prozent) wechselt nach einem langen Tag zuhause die Kleidung und greift zu Kleidungsstücken, die sie als bequemer (86 Prozent) bzw. praktischer (58 Prozent) empfindet.

Rien Jansen, Geschäftsführer Einkauf und Marketing bei bonprix, zieht folgende Erkenntnisse aus der Studie: „Wir kennen unsere Kundin bereits sehr lange und sehr gut. Mit der Erhebung repräsentativer Daten möchten wir das Verhältnis von Frauen zu Mode und Kleidung noch besser zu verstehen. Bestätigt sehen wir uns vor allem in einer These: Trends sind wichtig und machen Spaß, aber Frauen legen vor allem auf eines Wert: sie wollen sich gut in ihrer Haut und in ihrem Outfit fühlen.“

Modeinteressierte Leser finden die Ergebnisse der Studie aufbereitet unter www.bonprix.de/modestudie



Über bonprix

bonprix ist ein international erfolgreicher Modeanbieter und in 29 Ländern weltweit vertreten. Das Unternehmen der Otto Group mit Sitz in Hamburg besteht seit 1986 und hat heute rund 3.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2015/16 (29. Februar) erwirtschaftete die bonprix Handelsgesellschaft mbH einen Umsatz von 1,432 Milliarden Euro und ist damit eines der umsatzstärksten Unternehmen der Gruppe. Bei bonprix erleben Kunden Mode und Shopping auf allen Kanälen – online, per Katalog oder in einem der Fashion Stores. Den Hauptanteil des Umsatzes macht mit über 70 Prozent der E-Commerce aus. In Deutschland gehört www.bonprix.de zu den zehn umsatzstärksten Online-Shops*. Mit den Eigenmarken bpc, bpc selection, BODYFLIRT, RAINBOW und John Baner vertreibt bonprix ausschließlich eigene Mode mit einem ausgezeichneten Preis-Leistungs-Verhältnis. Das Sortiment umfasst Damen-, Herren- und Kindermode, Accessoires, Heimtextilien und Wohnartikel.

**Quelle: Studie „E-Commerce-Markt Deutschland 2015“ von EHI Retail Institute / Statista*

Pressekontakt

bonprix Handelsgesellschaft mbH
Katharina Schlensker (Unternehmenskommunikation)
Tel.: +49 40 64 62 –2070
E-Mail: corporate@bonprix.net
Martina Beckmann (Mode- und Marken-PR)
Tel.: +49 40 64 62 -2731
E-Mail: presse@bonprix.net

www.bonprix.de