



Kleidung



Studien-Basics

Kleidung allgemein

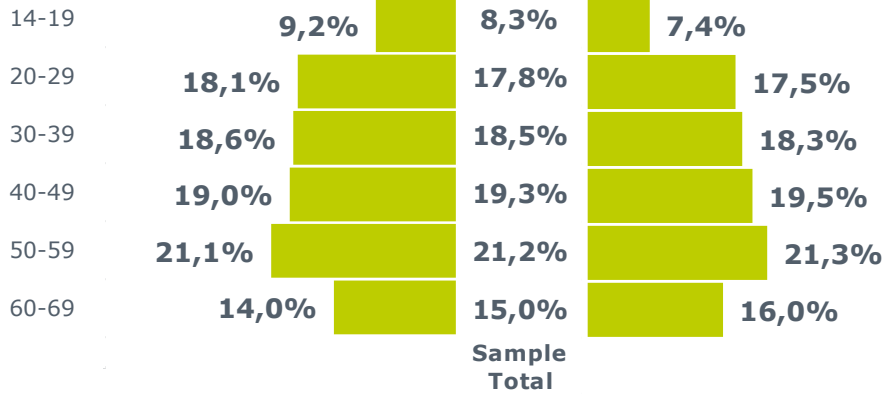
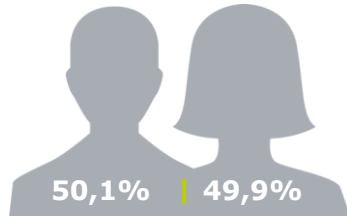
Lebensdauer der Kleidungsstücke

Image und Gütesiegel

Umfrage-Basics

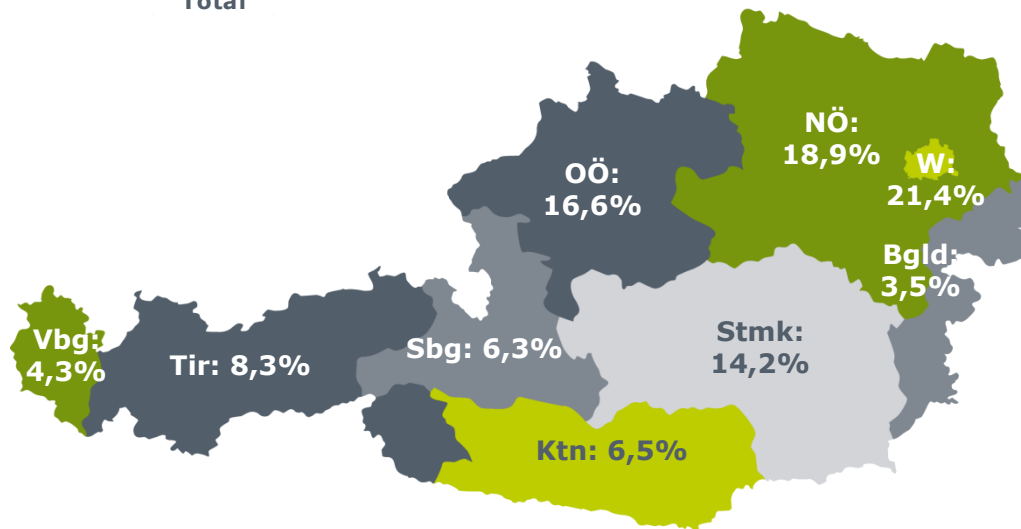
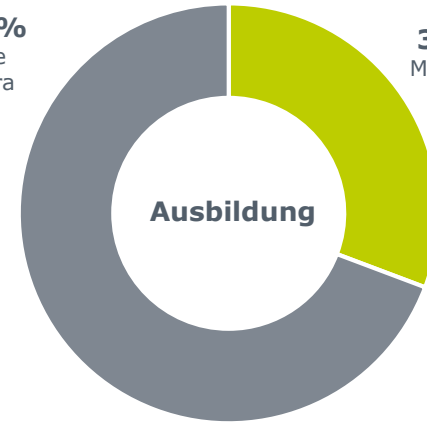
Methode	CAWI Marketagent.com Online Access Panel
Sample-Größe	n = 1.500 Interviews (Kernzielgruppe)
Kernzielgruppe	Personen im Alter zwischen 14 und 69 Jahren (Inzidenz: 100%)
Quotensteuerung	Sample repräsentativ für die österreichische Bevölkerung Random Selection
Feldzeit	19.04.2019 – 25.04.2019
Ø Antwortdauer	12 Fragen 05 Min. 48 Sek.
Mobile Teilnahme	56,1%
Daten-Cleaning	8 Respondenten

Zusammensetzung des Samples (n=1.500)



69,3%
Ohne
Matura

30,7%
Mit Matura



Studien-Basics



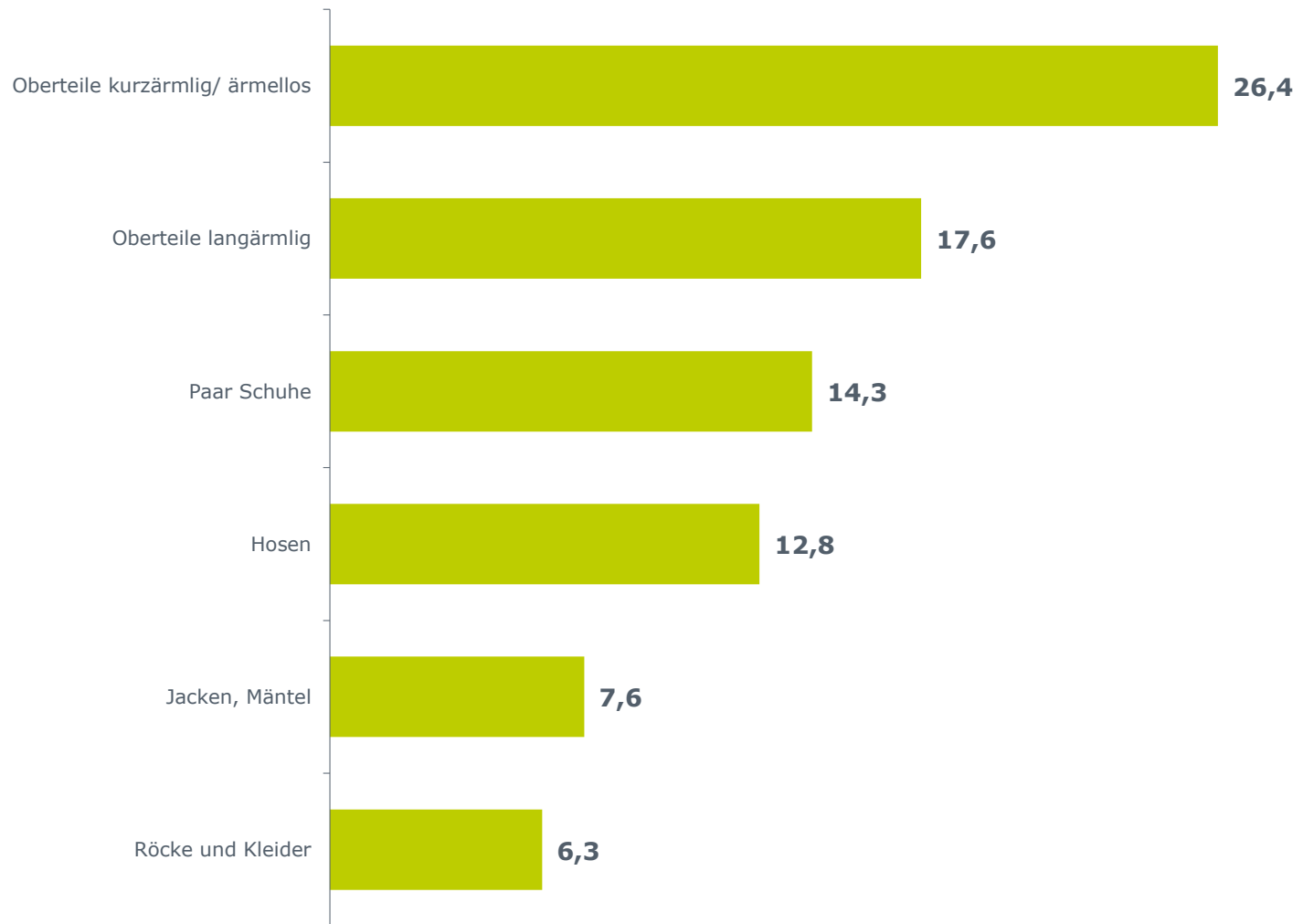
Kleidung allgemein

Lebensdauer der Kleidungsstücke

Image und Gütesiegel

Anzahl an Kleidungsstücken, die man besitzt

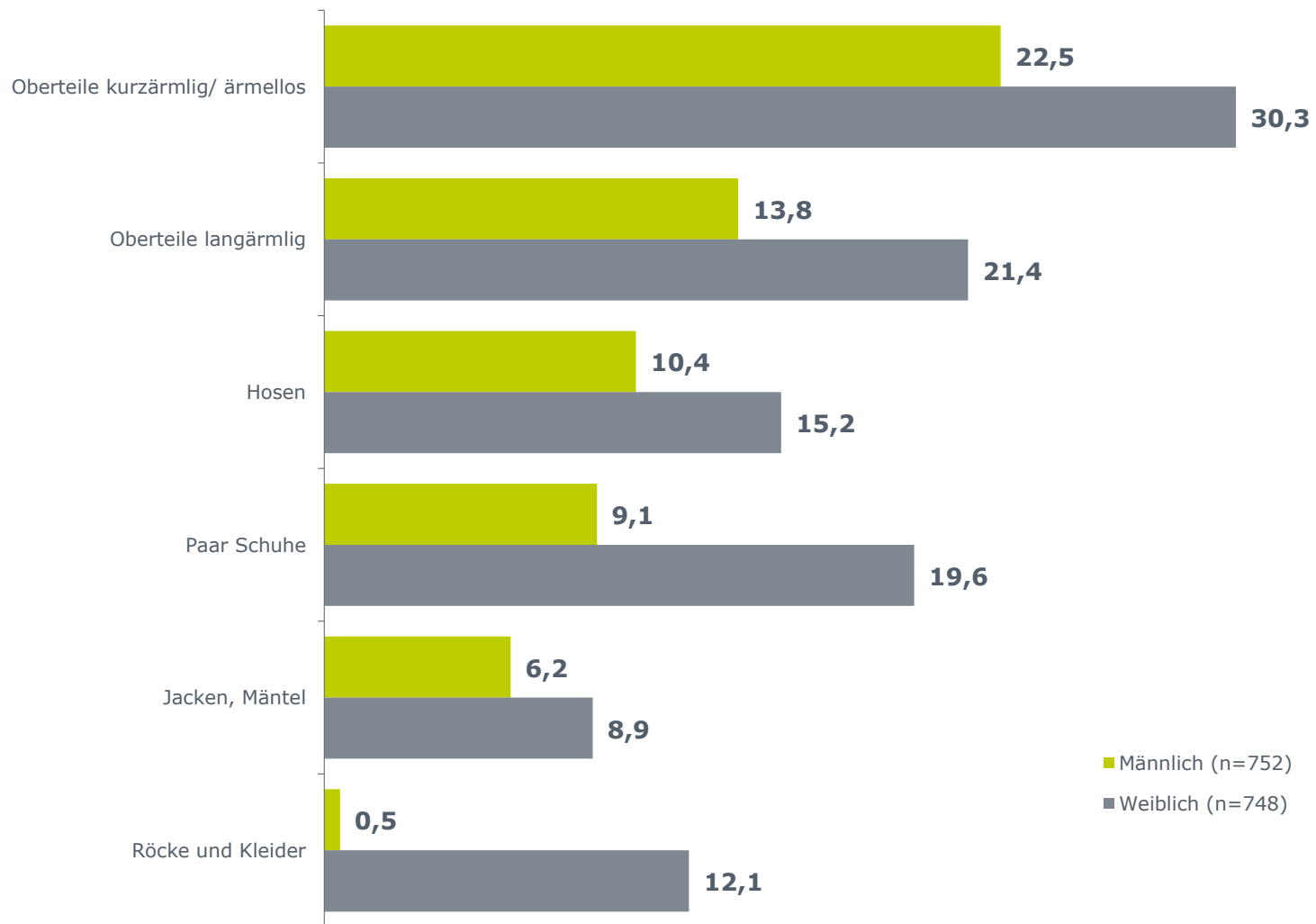
Mittelwerte



3. [...] Bitte schätzen Sie die Anzahl der folgenden Arten von Kleidungsstücken in ihrem Besitz so gut wie möglich: || n=1.500

Anzahl an Kleidungsstücken, die man besitzt

Mittelwerte | Geschlecht



3. [...] Bitte schätzen Sie die Anzahl der folgenden Arten von Kleidungsstücken in ihrem Besitz so gut wie möglich:

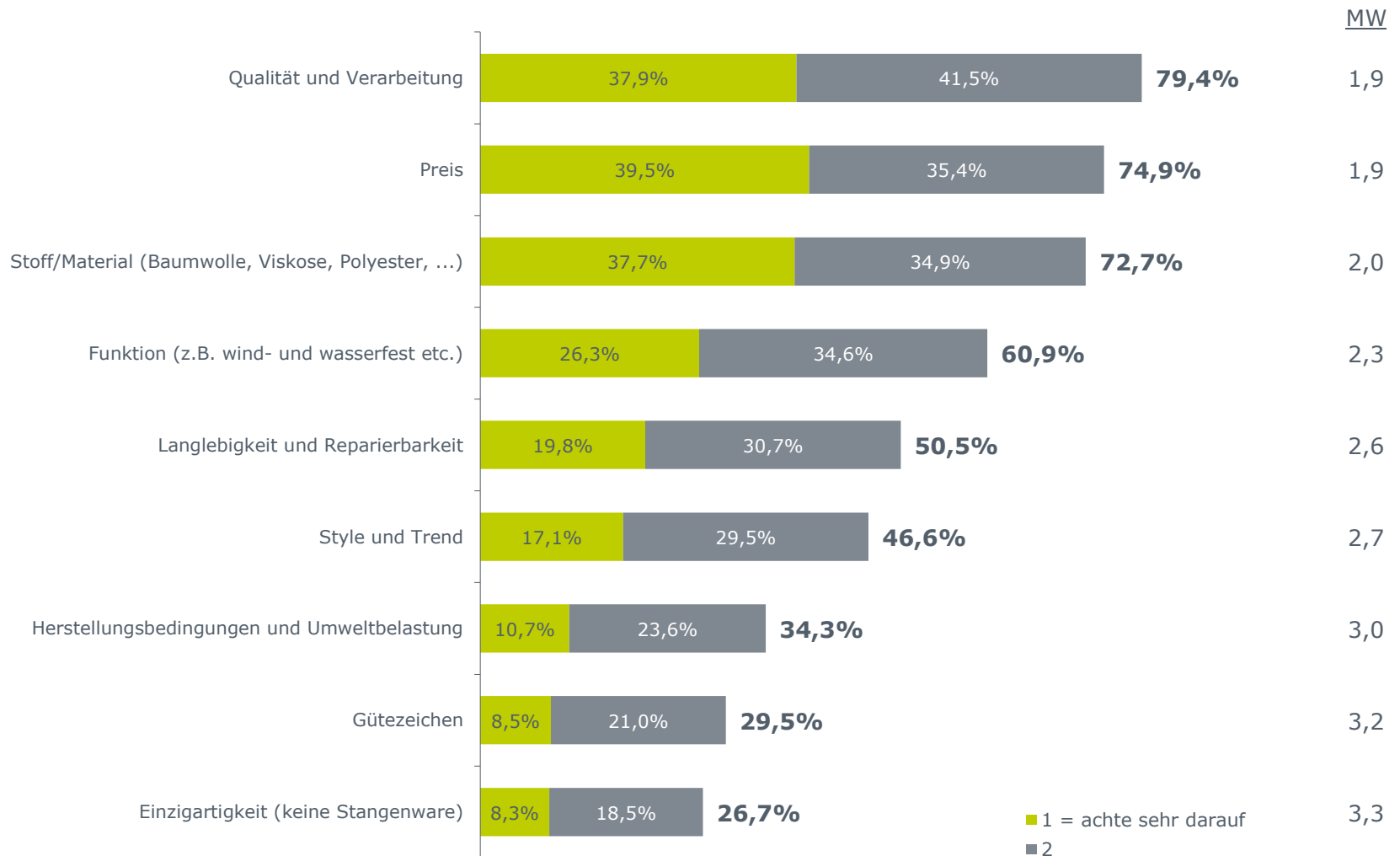
Ausschlaggebende Aspekte beim Kleiderkauf

	Mittelwert	1 = achte sehr darauf	2	3	4	5 = achte gar nicht darauf
Qualität und Verarbeitung	1,9	37,9%	41,5%	17,2%	1,9%	1,5%
Preis	1,9	39,5%	35,4%	19,9%	3,7%	1,5%
Stoff/Material (Baumwolle, Viskose, Polyester, ...)	2,0	37,7%	34,9%	19,1%	4,2%	4,1%
Funktion (z.B. wind- und wasserfest etc.)	2,3	26,3%	34,6%	29,0%	6,2%	3,9%
Langlebigkeit und Reparierbarkeit	2,6	19,8%	30,7%	31,1%	11,0%	7,4%
Style und Trend	2,7	17,1%	29,5%	32,2%	12,1%	9,1%
Herstellungsbedingungen und Umweltbelastung	3,0	10,7%	23,6%	36,3%	16,3%	13,1%
Gütezeichen	3,2	8,5%	21,0%	35,3%	17,1%	18,1%
Einzigartigkeit (keine Stangenware)	3,3	8,3%	18,5%	29,6%	20,3%	23,3%

4. [...] Inwiefern sind die folgenden Aspekte für Sie persönlich ausschlaggebend beim Kleiderkauf, also inwiefern achten Sie auf diese Aspekte, wenn Sie Kleidung kaufen? || n=1.500

Ausschlaggebende Aspekte beim Kleiderkauf

Top-2-Box: achte sehr darauf / 2 | 5-stufige Skalierung



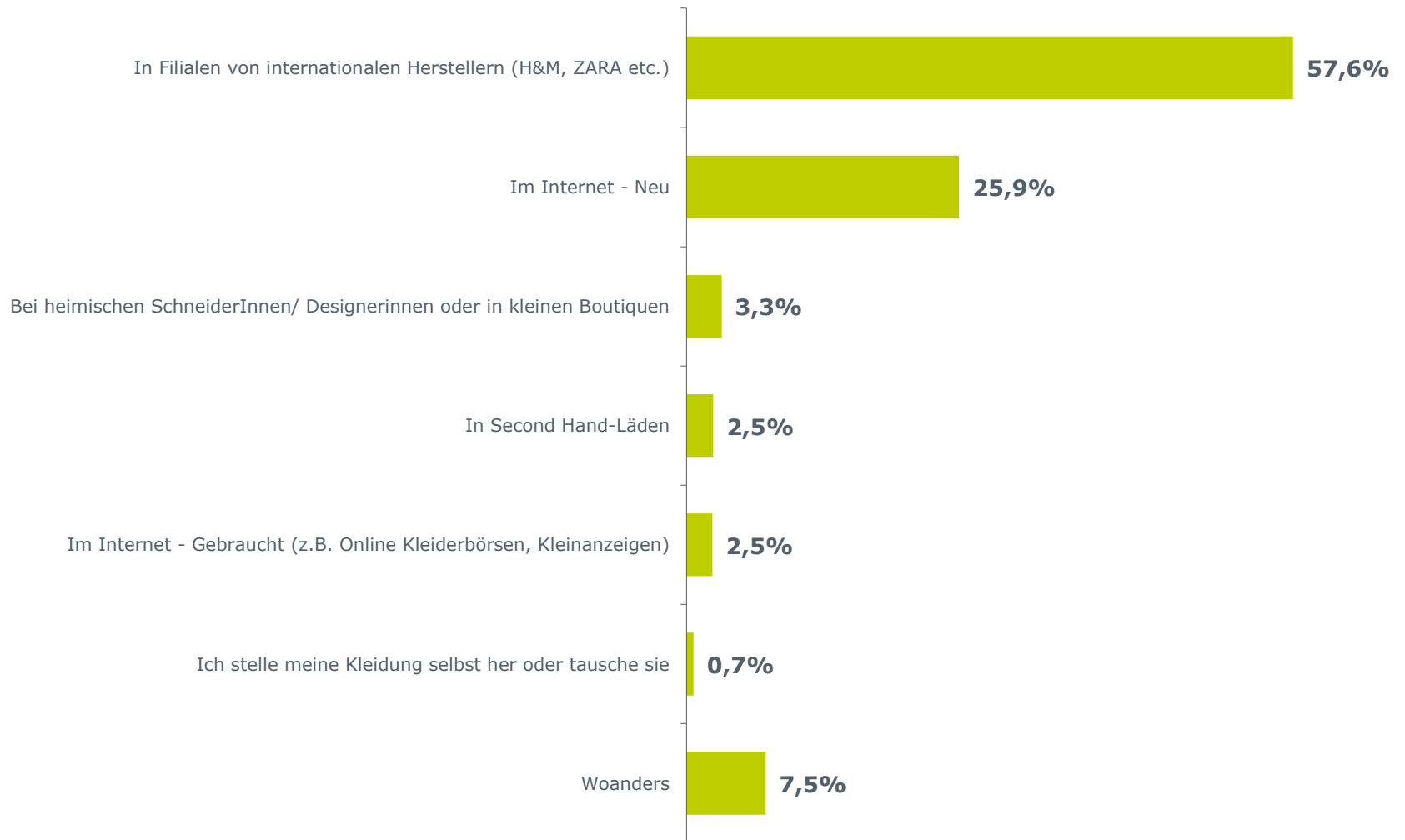
4. [...] Inwiefern sind die folgenden Aspekte für Sie persönlich ausschlaggebend beim Kleiderkauf, also inwiefern achten Sie auf diese Aspekte, wenn Sie Kleidung kaufen? || n=1.500

Selbst gekaufte Kleidungsstücke

	Keines	1-5 Stück	6-10 Stück	11-20 Stück	21-30 Stück	Mehr als 30 Stück
Innerhalb der letzten 3 Monate	15,4%	53,3%	22,6%	6,9%	1,1%	0,7%
Innerhalb der letzten 12 Monate	4,3%	18,2%	33,4%	26,5%	9,7%	7,9%

5. Wie viele Kleidungsstücke haben Sie innerhalb der letzten 3 Monate bzw. innerhalb des letzten Jahres für sich selbst gekauft? [...] || n=1.500

Am häufigsten genutzte Bezugsquelle bei Kleidung



6. Alles zusammengenommen: Wo kaufen Sie am häufigsten Kleidung ein? || n=1.500

Studien-Basics

Kleidung allgemein



Lebensdauer der Kleidungsstücke

Image und Gütesiegel

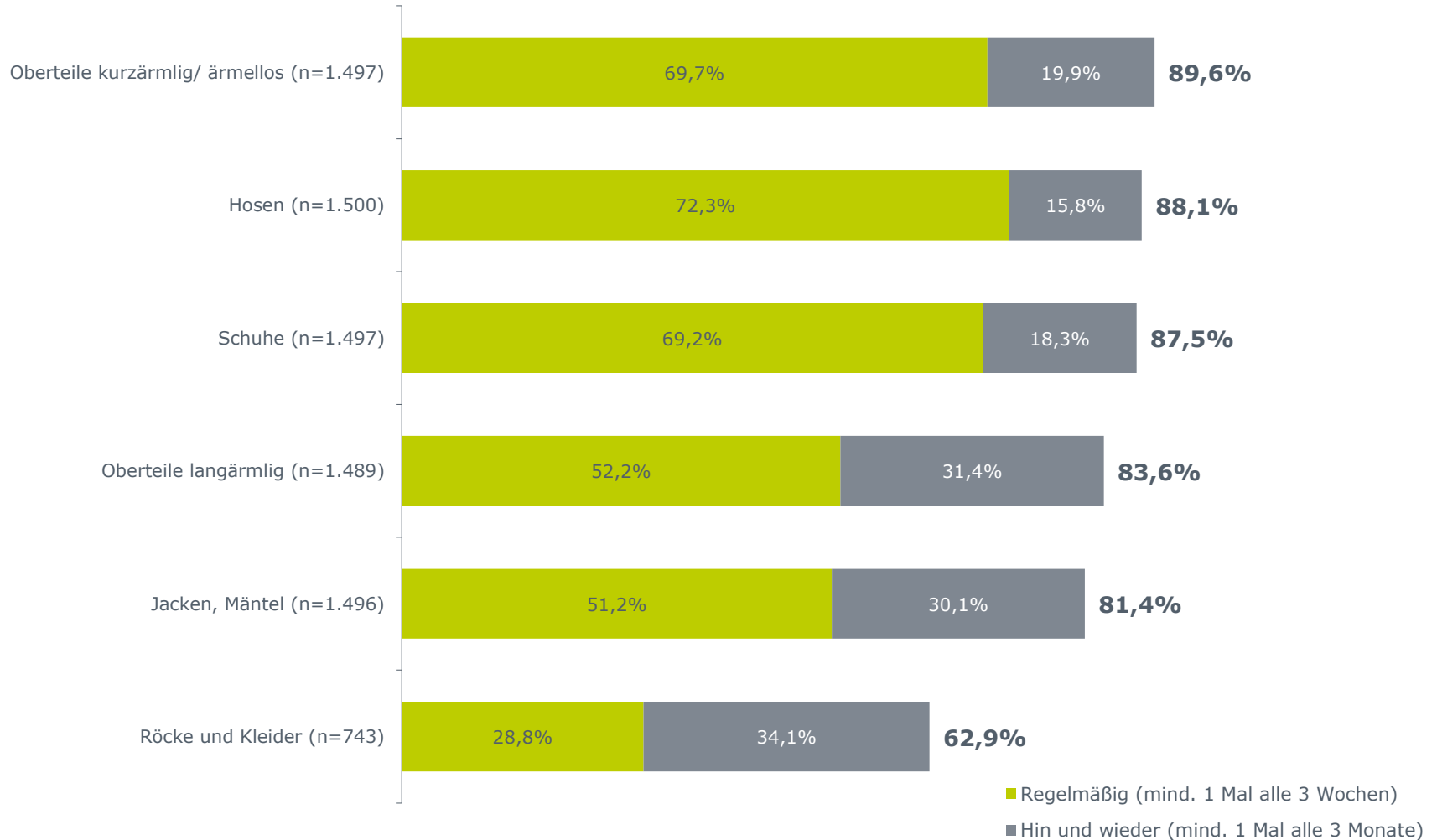
Nutzungsdauer

	Regelmäßig (mind. 1 Mal alle 3 Wochen)	Hin und wieder (mind. 1 Mal alle 3 Monate)	Selten (seltener als 1 Mal alle 3 Monate)	(fast) nie (max. 2 Mal überhaupt getragen)
Hosen (n=1.500)	72,3%	15,8%	8,6%	3,3%
Oberteile kurzärmelig/ ärmellos (n=1.497)	69,7%	19,9%	7,3%	3,0%
Schuhe (n=1.497)	69,2%	18,3%	8,6%	3,9%
Oberteile langärmelig (n=1.489)	52,2%	31,4%	12,2%	4,2%
Jacken, Mäntel (n=1.496)	51,2%	30,1%	13,9%	4,7%
Röcke und Kleider (n=743)	28,8%	34,1%	26,6%	10,5%

7. Wie oft bzw. in welcher Intensität tragen Sie Ihre Kleidungsstücke durchschnittlich, bevor Sie diese aussortieren? [...] ||
Basis: Besitzen die jeweiligen Kleidungsstücke

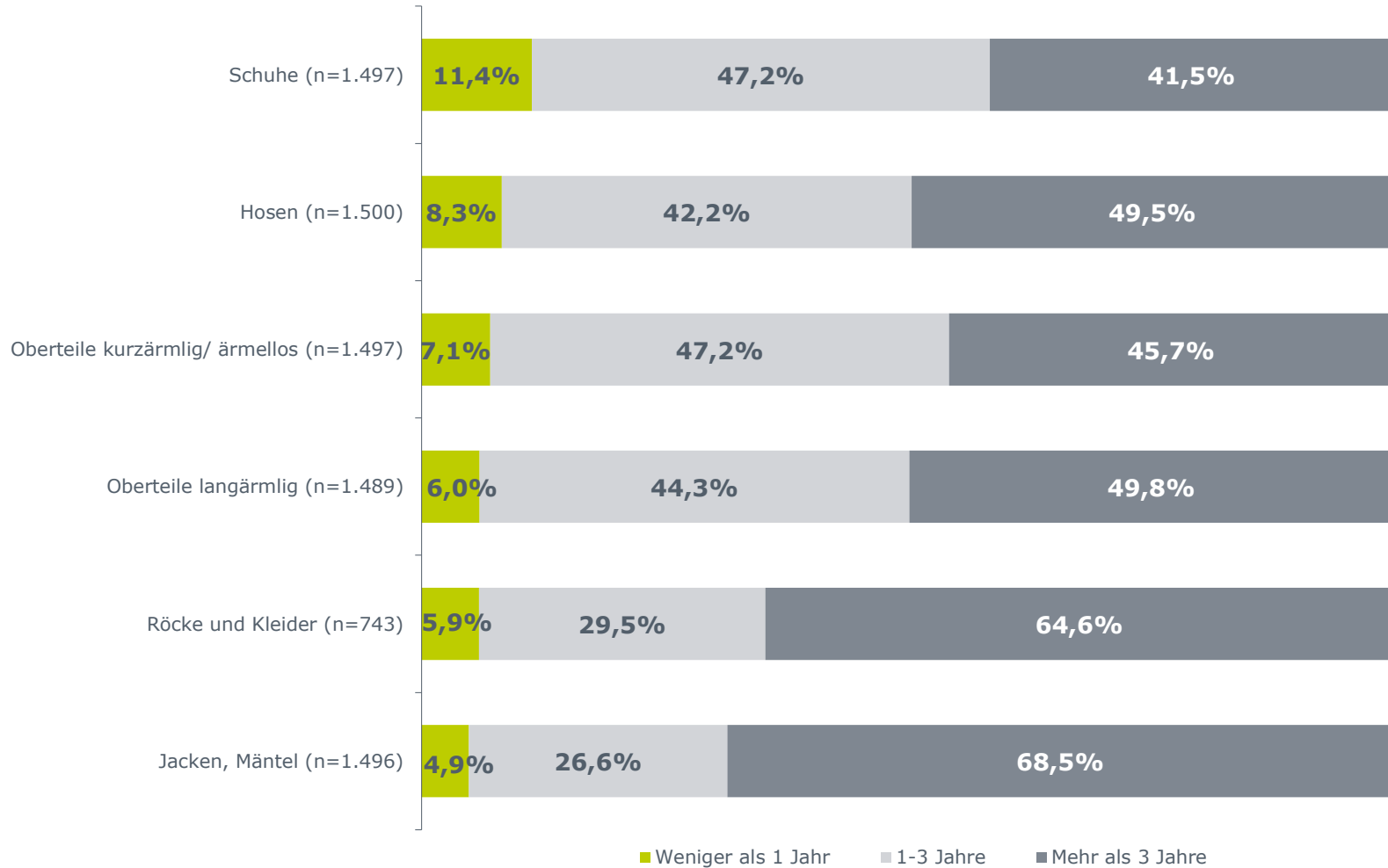
Nutzungsdauer

Regelmäßig / Hin und wieder



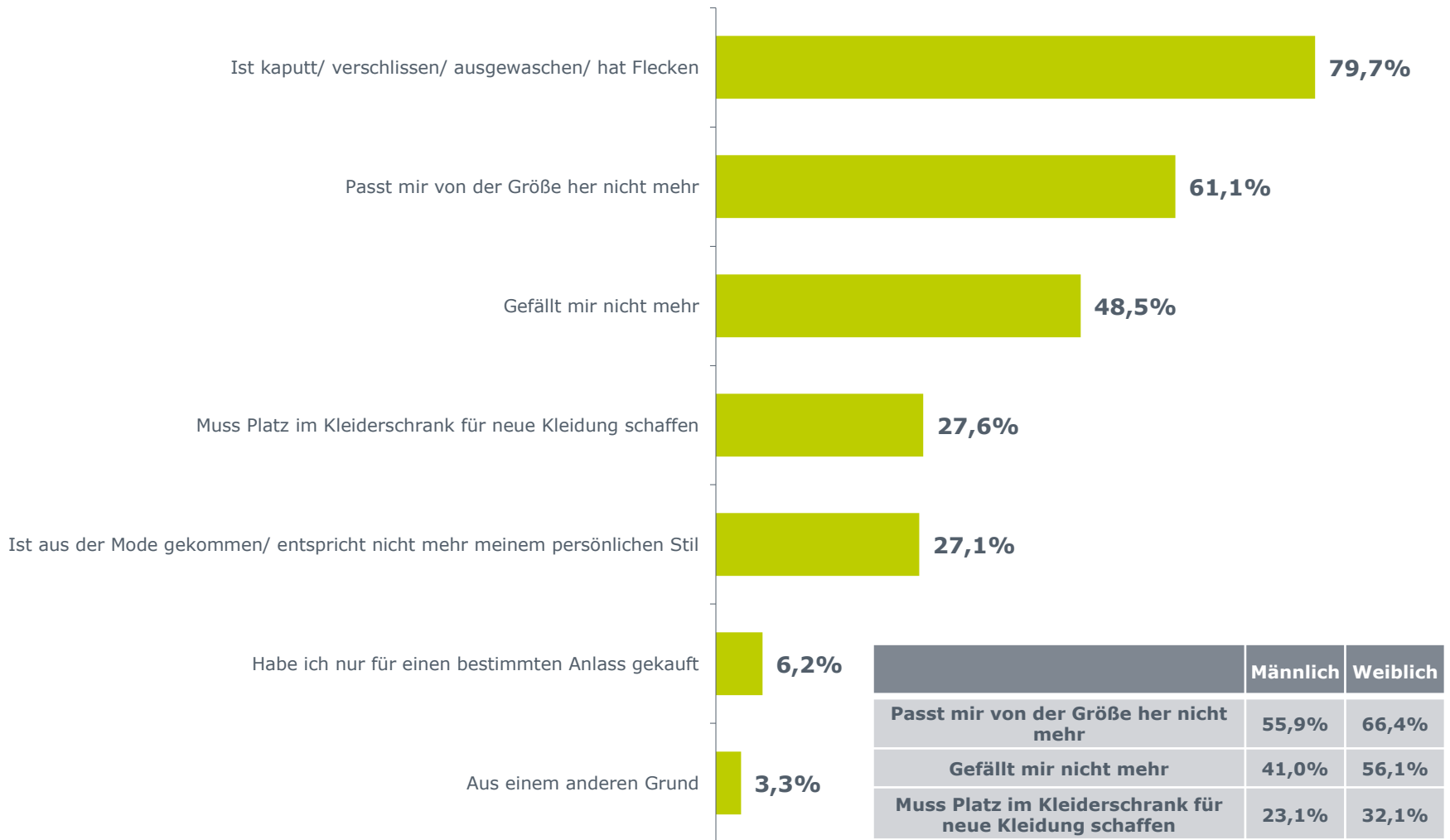
7. Wie oft bzw. in welcher Intensität tragen Sie Ihre Kleidungsstücke durchschnittlich, bevor Sie diese aussortieren? [...] ||
 Basis: Besitzen die jeweiligen Kleidungsstücke

Dauer bis zum Aussortieren



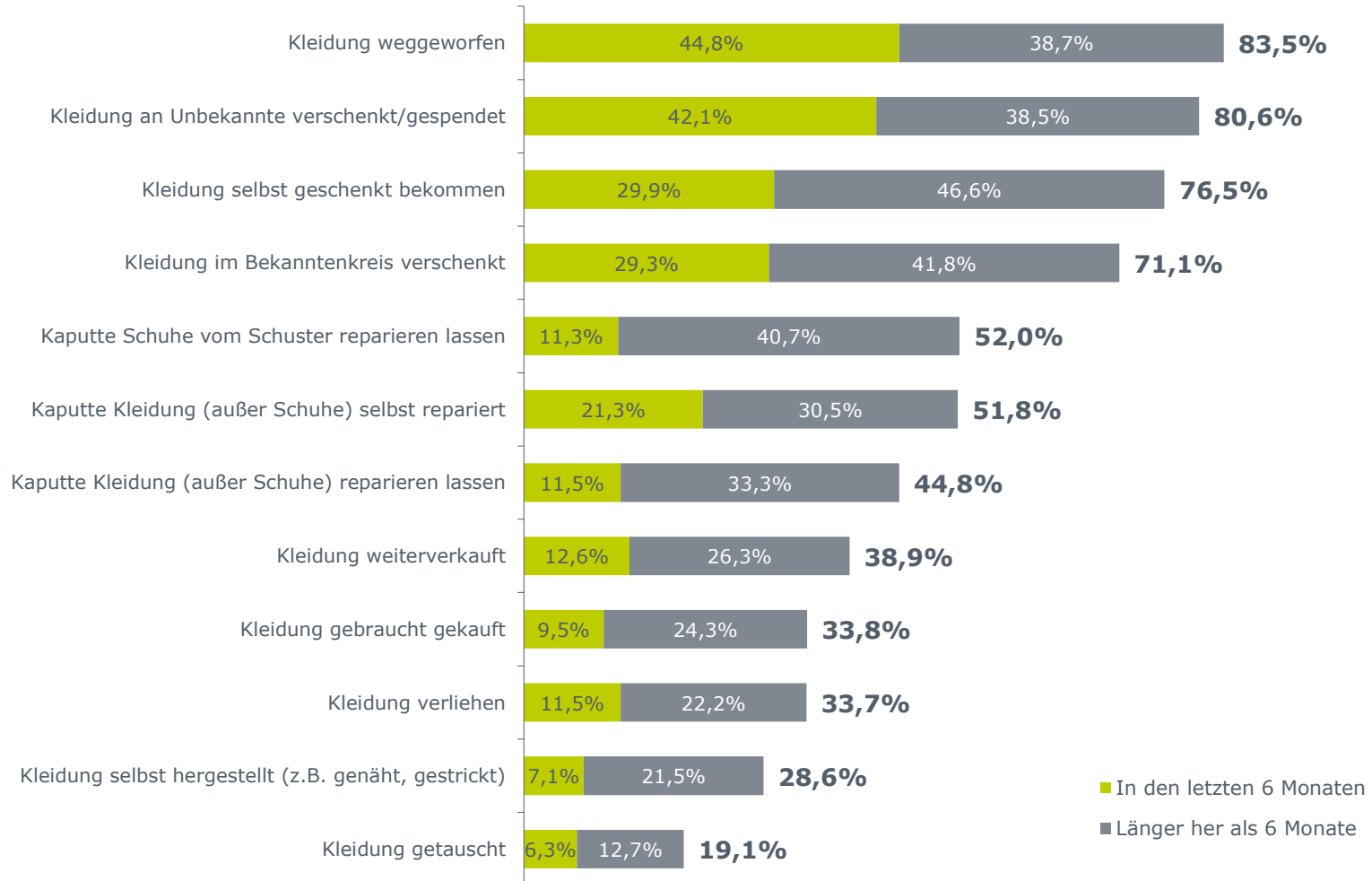
8. Wie lange behalten Sie Ihre Kleidungsstücke durchschnittlich, bevor Sie diese aussortieren? [...] || Basis: Besitzen die jeweiligen Kleidungsstücke

Gründe für das Aussortieren von Kleidung



9. [...] Aus welchen der folgenden Gründe, sortieren Sie - zumindest gelegentlich - Kleidung aus? || n=1.500 || Mehrfach-Nennung möglich

Dinge/ Tätigkeiten, die man mit der eigenen Kleidung gemacht hat



10. Haben Sie die folgenden Dinge/ Tätigkeiten schon einmal mit Ihrer eigenen Kleidung gemacht? || n=1.500

Studien-Basics

Kleidung allgemein

Lebensdauer der Kleidungsstücke



Image und Gütesiegel

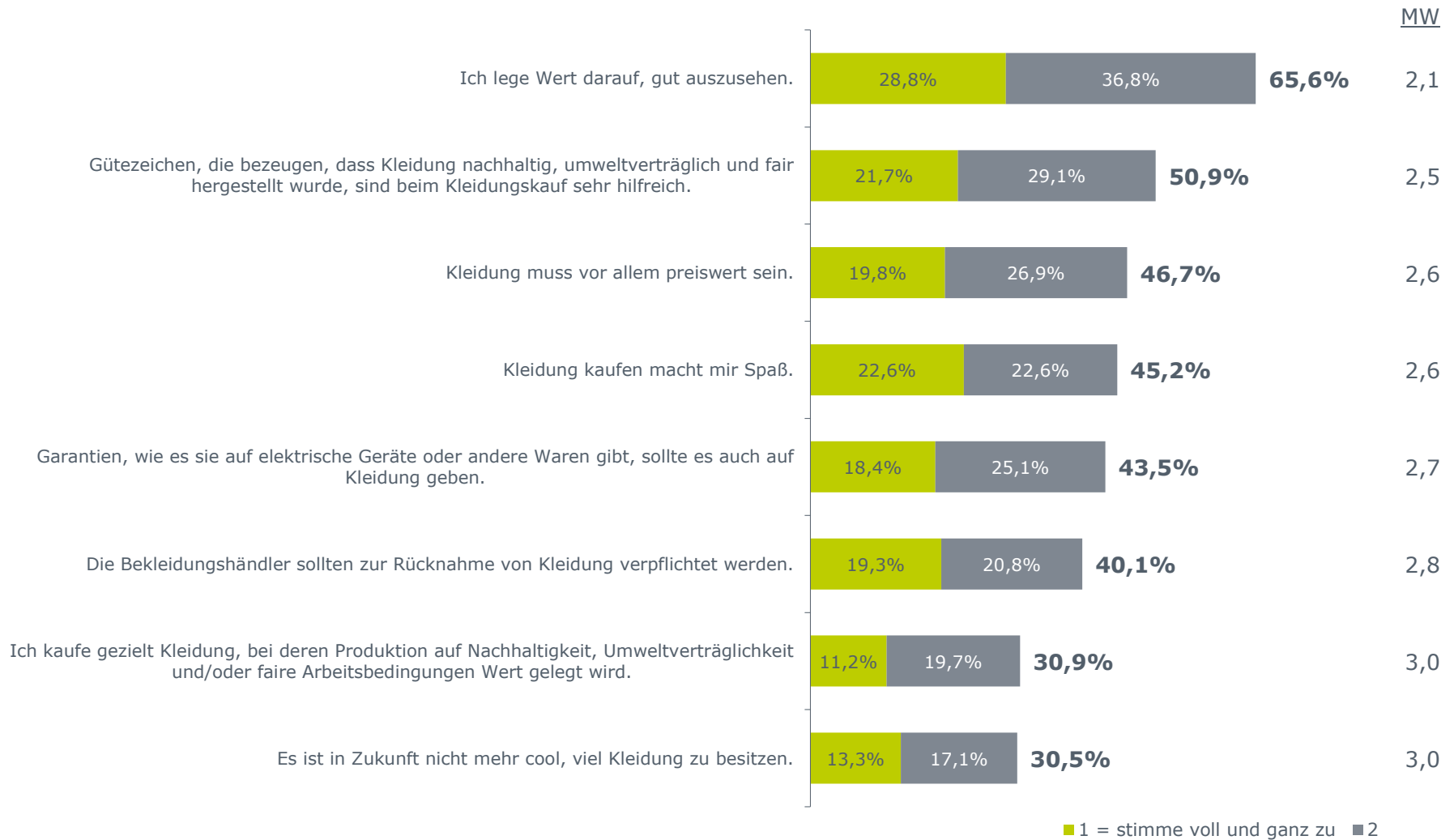
Aussagen bzgl. Kleidung

	Mittelwert	1 = stimme voll und ganz zu	2	3	4	5 = stimme überhaupt nicht zu
Ich lege Wert darauf, gut auszusehen.	2,1	28,8%	36,8%	27,3%	4,9%	2,2%
Gütezeichen, die bezeugen, dass Kleidung nachhaltig, umweltverträglich und fair hergestellt wurde, sind beim Kleidungskauf sehr hilfreich.	2,5	21,7%	29,1%	32,9%	9,5%	6,8%
Kleidung muss vor allem preiswert sein.	2,6	19,8%	26,9%	37,3%	10,2%	5,8%
Kleidung kaufen macht mir Spaß.	2,6	22,6%	22,6%	30,5%	16,1%	8,2%
Garantien, wie es sie auf elektrische Geräte oder andere Waren gibt, sollte es auch auf Kleidung geben.	2,7	18,4%	25,1%	32,7%	14,2%	9,6%
Die Bekleidungshändler sollten zur Rücknahme von Kleidung verpflichtet werden.	2,8	19,3%	20,8%	35,9%	13,1%	10,9%
Ich kaufe gezielt Kleidung, bei deren Produktion auf Nachhaltigkeit, Umweltverträglichkeit und/oder faire Arbeitsbedingungen Wert gelegt wird.	3,0	11,2%	19,7%	39,9%	16,9%	12,3%
Es ist in Zukunft nicht mehr cool, viel Kleidung zu besitzen.	3,0	13,3%	17,1%	40,2%	15,0%	14,3%

11. Im Folgenden sehen Sie verschiedene Aussagen in Bezug auf Kleidung. Inwiefern stimmen Sie diesen Aussagen zu? || n=1.500

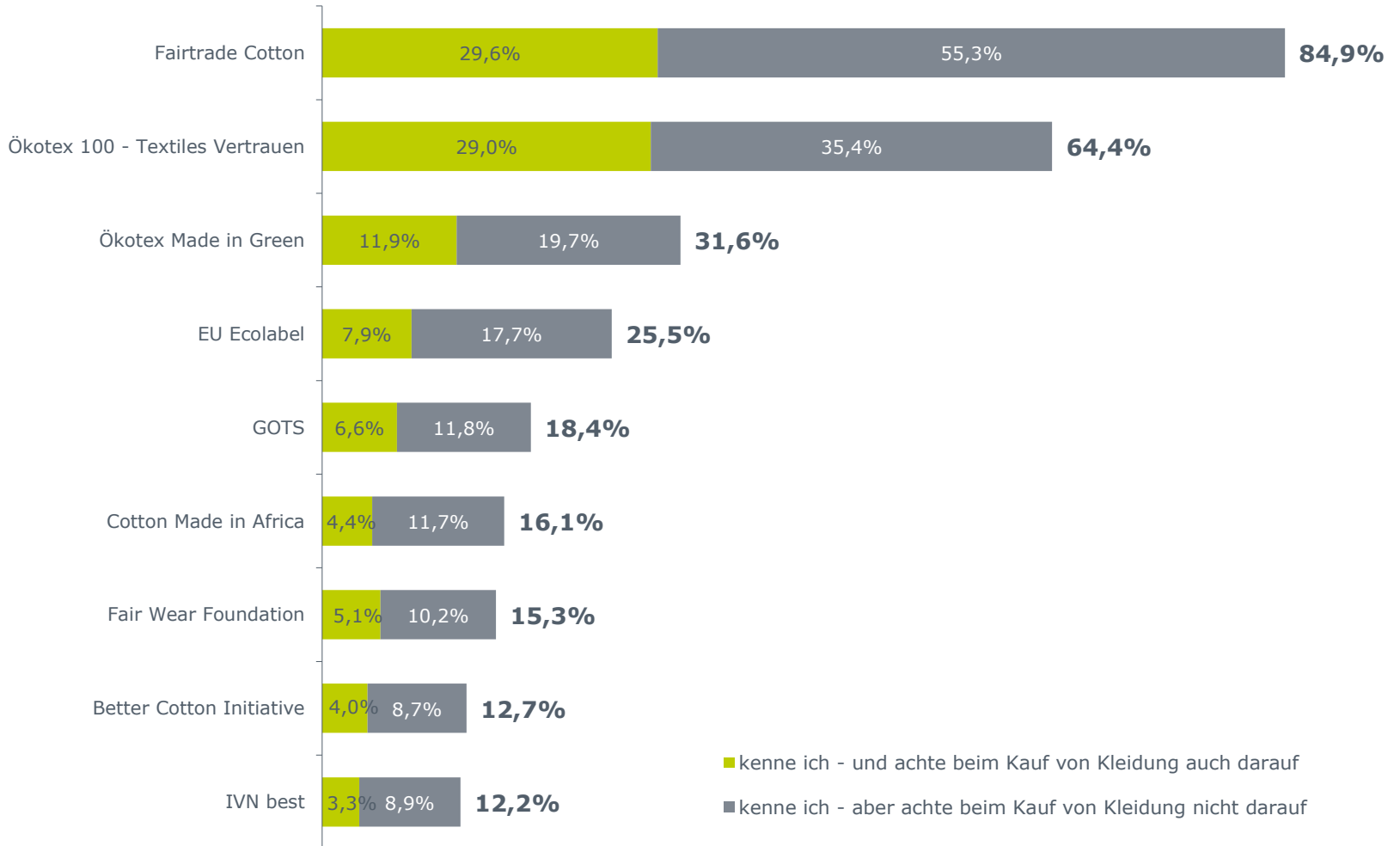
Aussagen bzgl. Kleidung

Top-2-Box: stimme voll und ganz zu / 2 | 5-stufige Skalierung



11. Im Folgenden sehen Sie verschiedene Aussagen in Bezug auf Kleidung. Inwiefern stimmen Sie diesen Aussagen zu? || n=1.500

Bekannte Gütesiegel



12. [...] Inwiefern sind Ihnen diese Gütezeichen bekannt? || n=1.500

Stefan Gensasz, Mag.
s.gensasz@marketagent.com
+43 2252 – 909 009 DW: 24

Mühlgasse 59
A-2500 Baden
www.marketagent.com



ANHANG: Schwankungsbreite

bei einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 5%

	Erhobener Wert in %								
	3	5	10	15	20	25	30	40	50
Fallzahl	97	95	90	85	80	75	70	60	50
100	3,3	4,3	5,9	7,0	7,8	8,5	9,0	9,6	9,8
200	2,4	3,0	4,2	4,9	5,5	6,0	6,4	6,8	6,9
300	1,9	2,5	3,4	4,0	4,5	4,9	5,2	5,5	5,7
400	1,7	2,1	2,9	3,5	3,9	4,2	4,5	4,8	4,9
500	1,5	1,9	2,6	3,1	3,5	3,8	4,0	4,3	4,4
750	1,2	1,6	2,1	2,6	2,9	3,1	3,3	3,5	3,6
1.000	1,1	1,4	1,9	2,2	2,5	2,7	2,8	3,0	3,1
1.250	0,9	1,2	1,7	2,0	2,2	2,4	2,5	2,7	2,8
1.500	0,9	1,1	1,5	1,8	2,0	2,2	2,3	2,5	2,5
2.000	0,7	1,0	1,3	1,6	1,8	1,9	2,0	2,1	2,2
2.500	0,7	0,9	1,2	1,4	1,6	1,7	1,8	1,9	2,0
3.000	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,5	1,6	1,8	1,8
3.500	0,6	0,7	1,0	1,2	1,3	1,4	1,5	1,6	1,7
4.000	0,5	0,7	0,9	1,1	1,2	1,3	1,4	1,5	1,5
5.000	0,5	0,6	0,8	1,0	1,1	1,2	1,3	1,4	1,4
7.500	0,4	0,5	0,7	0,8	0,9	1,0	1,0	1,1	1,1
10.000	0,3	0,4	0,6	0,7	0,8	0,8	0,9	1,0	1,0

Lesebeispiel:

Wenn bei einer Stichprobengröße von n = 1.500 der erhobene Wert bei 40 Prozent liegt, dann weicht der „wahre“ Wert mit einer Wahrscheinlichkeit von 95% um maximal 2,5 Prozentpunkte (Schwankungsbreite 2,5) vom erhobenen Stichprobenwert ab.

D.h. addiert bzw. subtrahiert man diese 2,5 vom erhobenen Stichprobenwert, so erhält man die Grenzen, innerhalb derer der „wahre“ Wert in der Grundgesamtheit liegt.

Quelle: Claus Ebster, Lieselotte Stalzer: Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler, UTB 2017