

# Was bringt Nachhaltigkeit als Verkaufsargument im Modehandel wirklich?

## Ergebnisse einer repräsentativen Kunden-Studie

**BTE-Kongress  
Juni 2020**

Prof. Dr. Oliver Janz

## Nachhaltigkeit im Modehandel

Soziale Nachhaltigkeit



Fair handeln!

Ökologische Nachhaltigkeit



Umweltbewusst handeln!

**Welche Rolle spielt das für  
den Konsumenten  
im Laden?**

## Nachhaltigkeit im Modehandel

Welche Rolle spielt das für den Konsumenten im Laden?

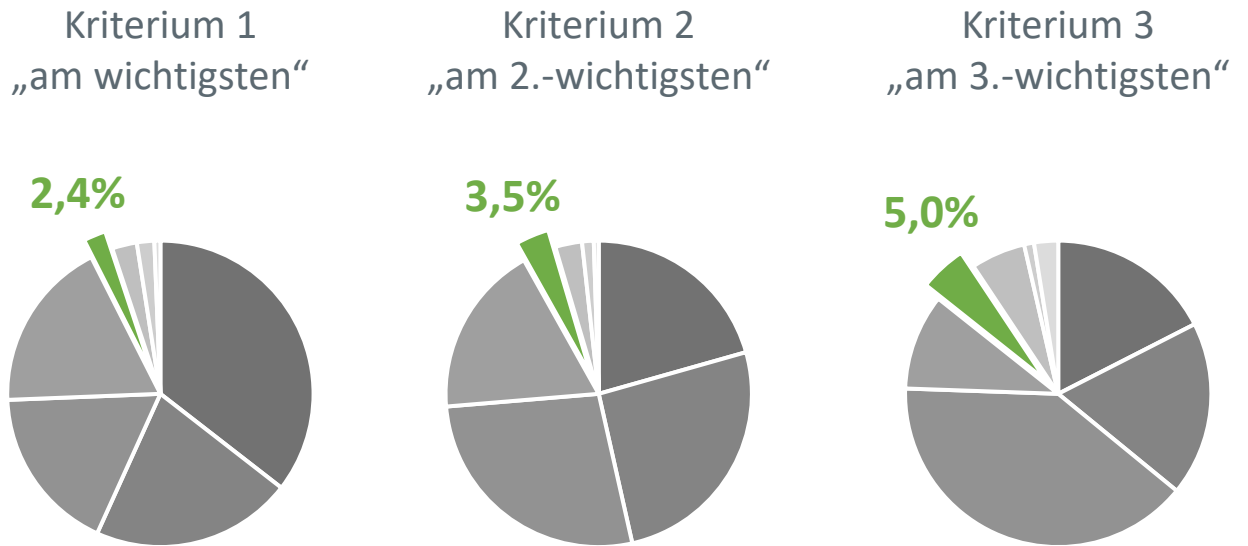
Ungestützte Frage:

Welche drei Kriterien sind für Sie bei der Entscheidung für ein Kleidungsstück am wichtigsten?

Legende nach Häufigkeit der Nennungen

- Optik / Aussehen / Design / Mode
- Qualität / Material
- Preis / Preis-Leistung
- Passform / Bequemlichkeit / Komfort
- Nachhaltigkeit
- Marke
- Funktion / Zweckmäßigkeit
- Sonstiges

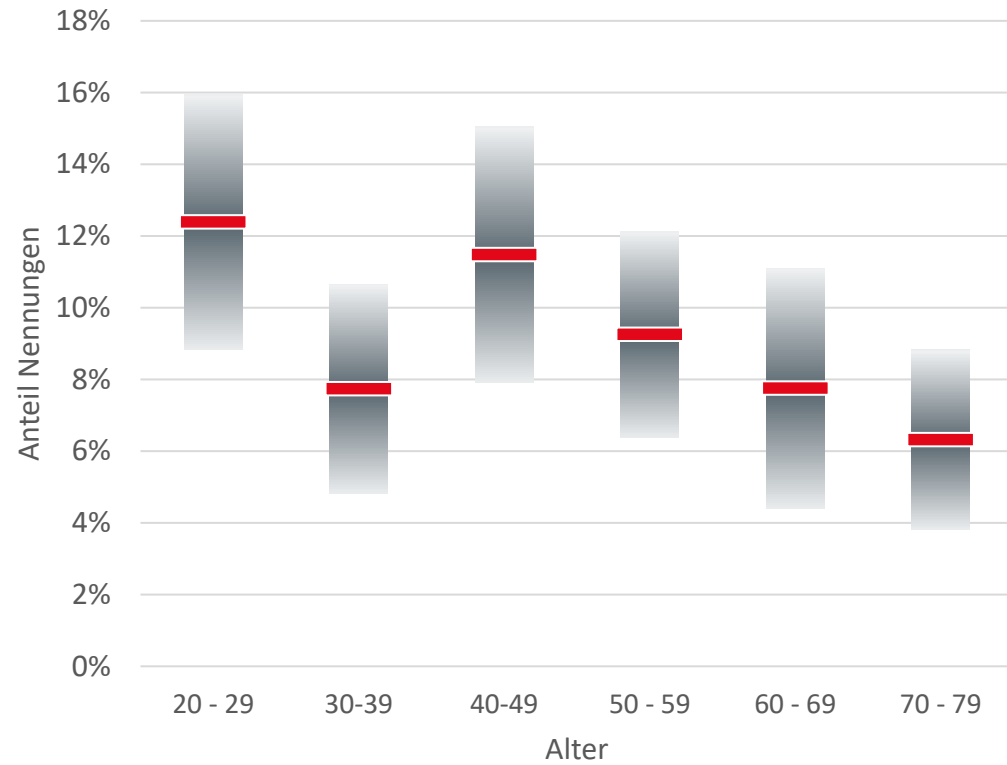
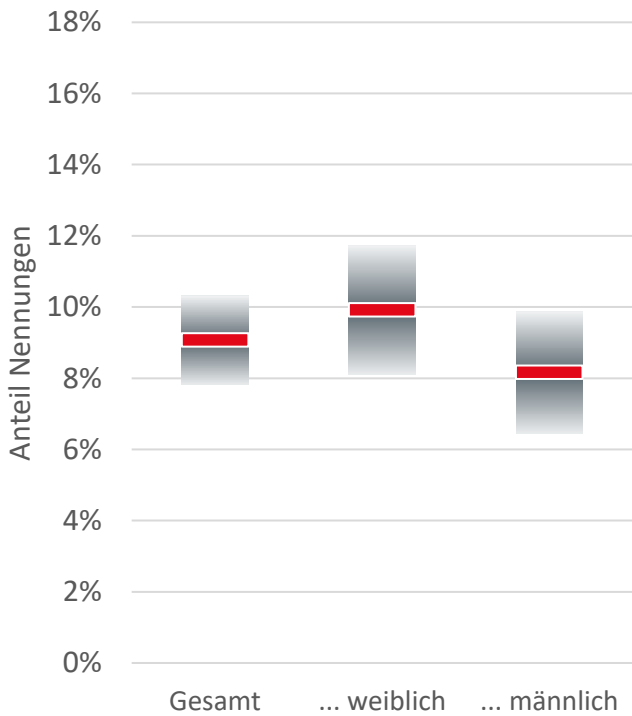
n = 1945



Für **9,1%** der Konsumenten gehört Nachhaltigkeit zu einem der drei wichtigsten Entscheidungskriterien beim Kauf von Bekleidung.

Für **9,1%** der Konsumenten gehört Nachhaltigkeit zu einem der drei wichtigsten Entscheidungskriterien beim Kauf von Bekleidung.

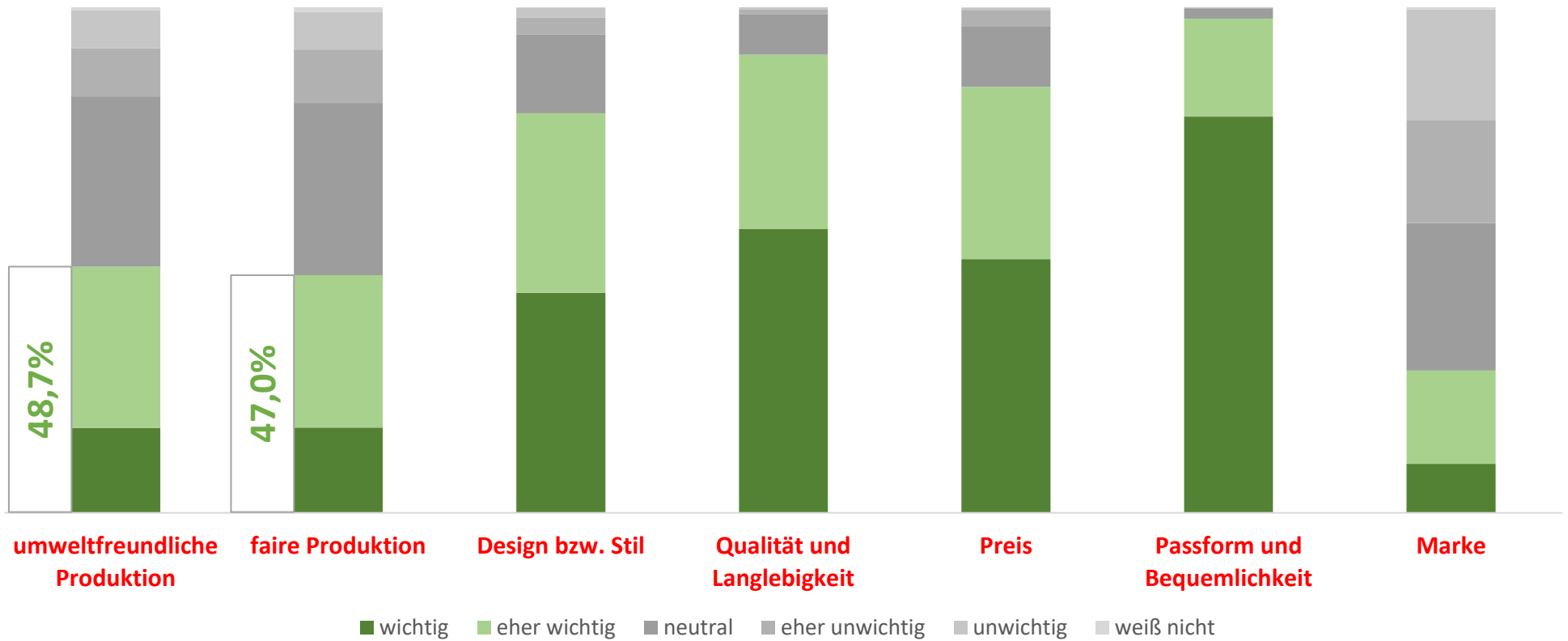
## Unterscheidung nach Geschlecht und Alter



Konfidenzniveau 95%

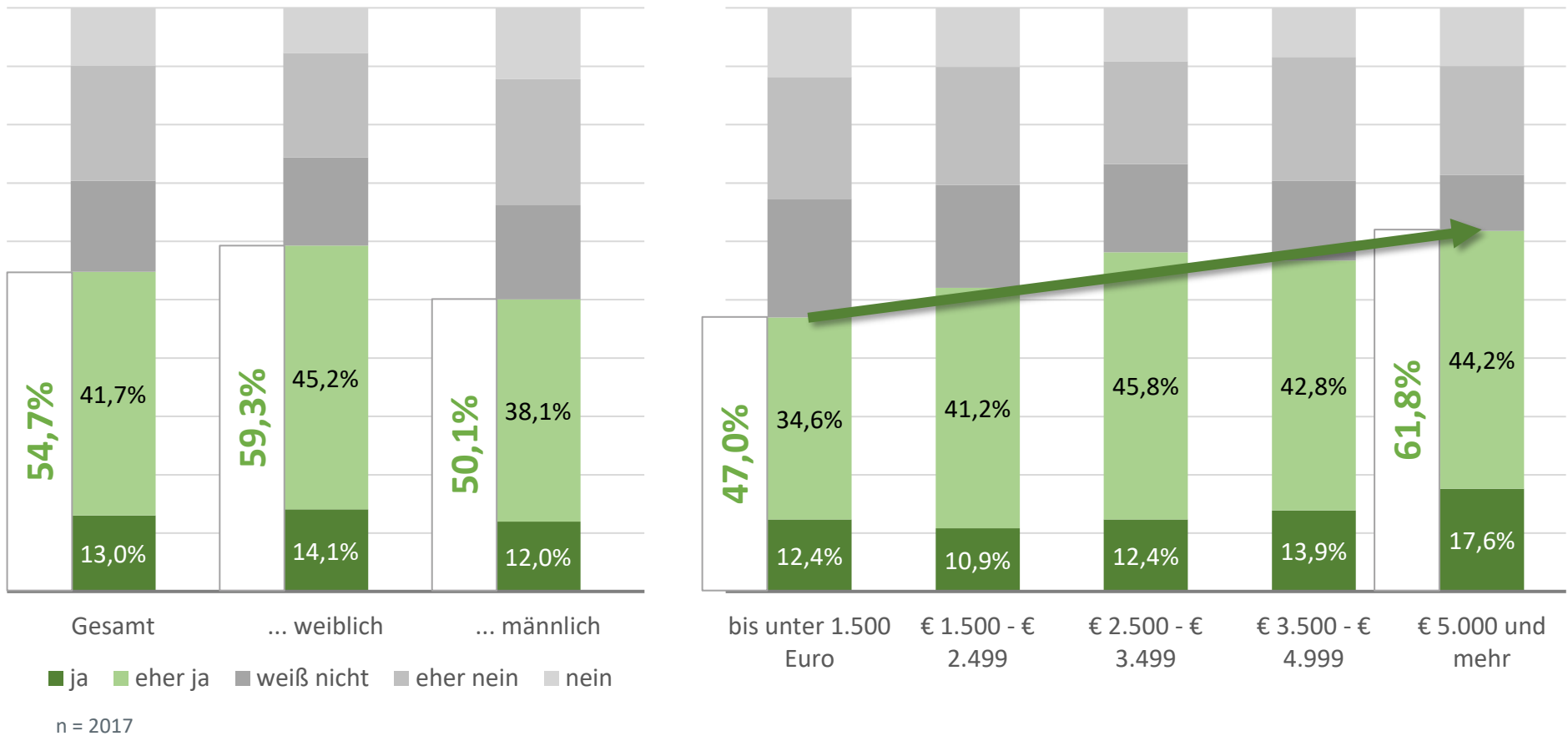
Gestützte Frage:

Wie wichtig sind die folgenden Entscheidungskriterien für Sie beim Kauf von Kleidung?



## Haben Sie vor künftig häufiger, ökologisch und nachhaltig produzierte Mode zu kaufen?

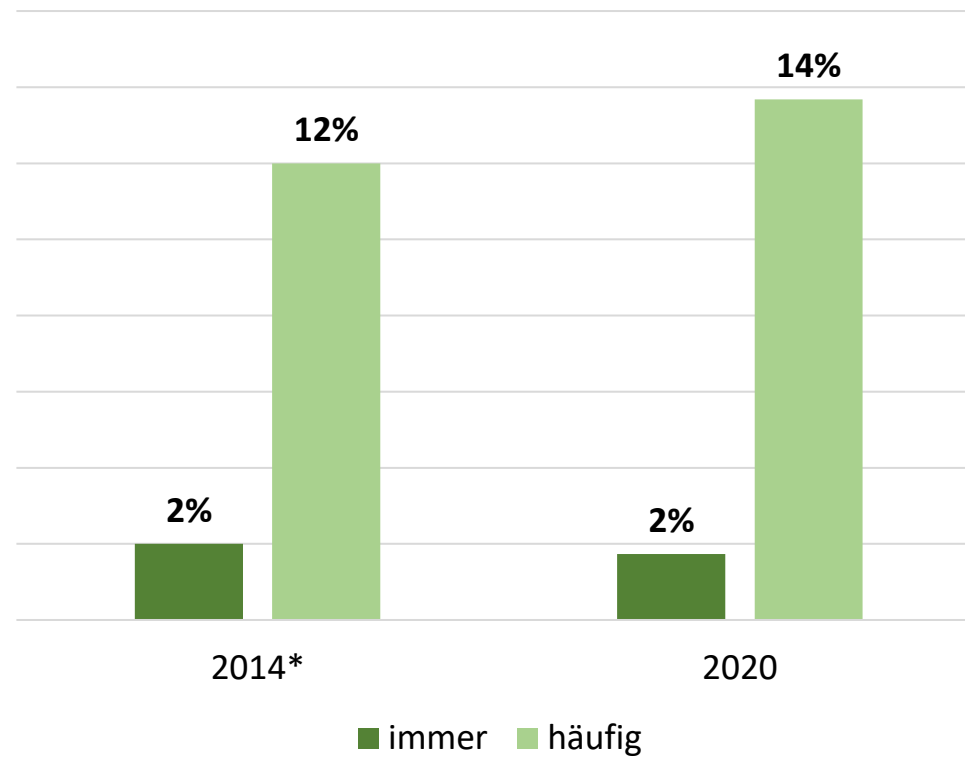
Relative Häufigkeit



**Kaum erkennbare Unterschiede nach Altersklassen!**

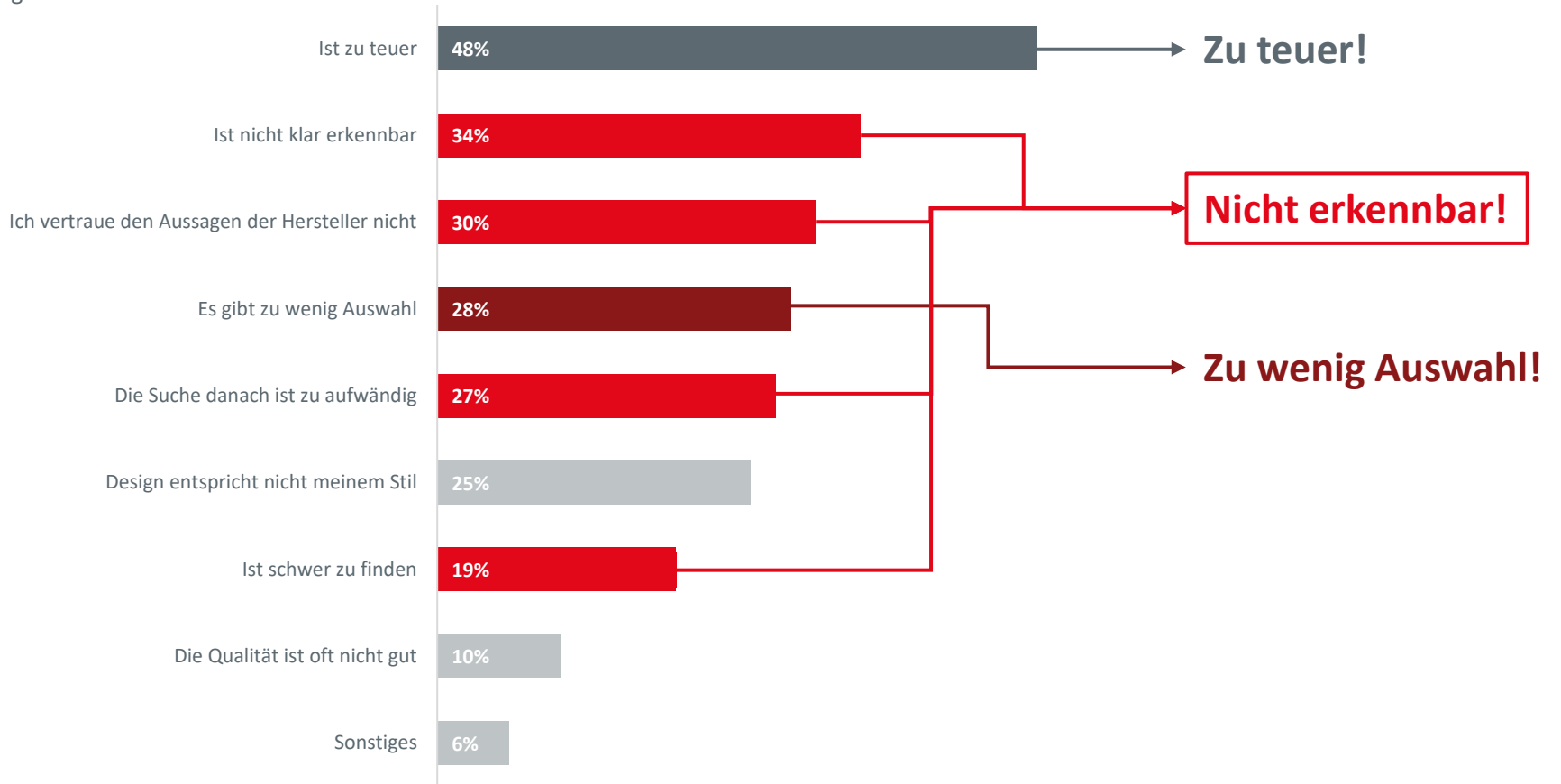
**Gestützte Frage:**

**Wie häufig entscheiden Sie sich beim Kauf von Bekleidung für ökologisch nachhaltig bzw. fair produzierte Ware?**



## Warum entscheiden Sie sich nicht häufiger für nachhaltige Mode?

Relative Häufigkeit



n = 1266

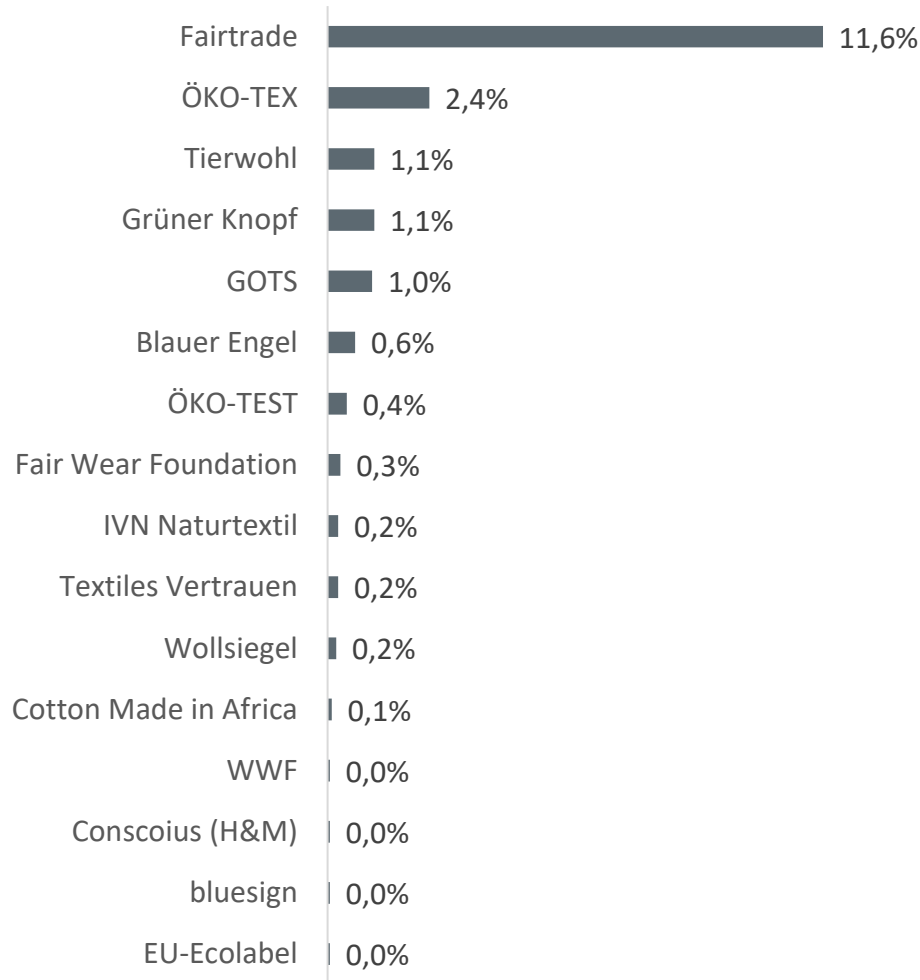


# Ungestützt

## Auf welche Siegel / Zertifikate achten Sie beim Kauf von Bekleidung?

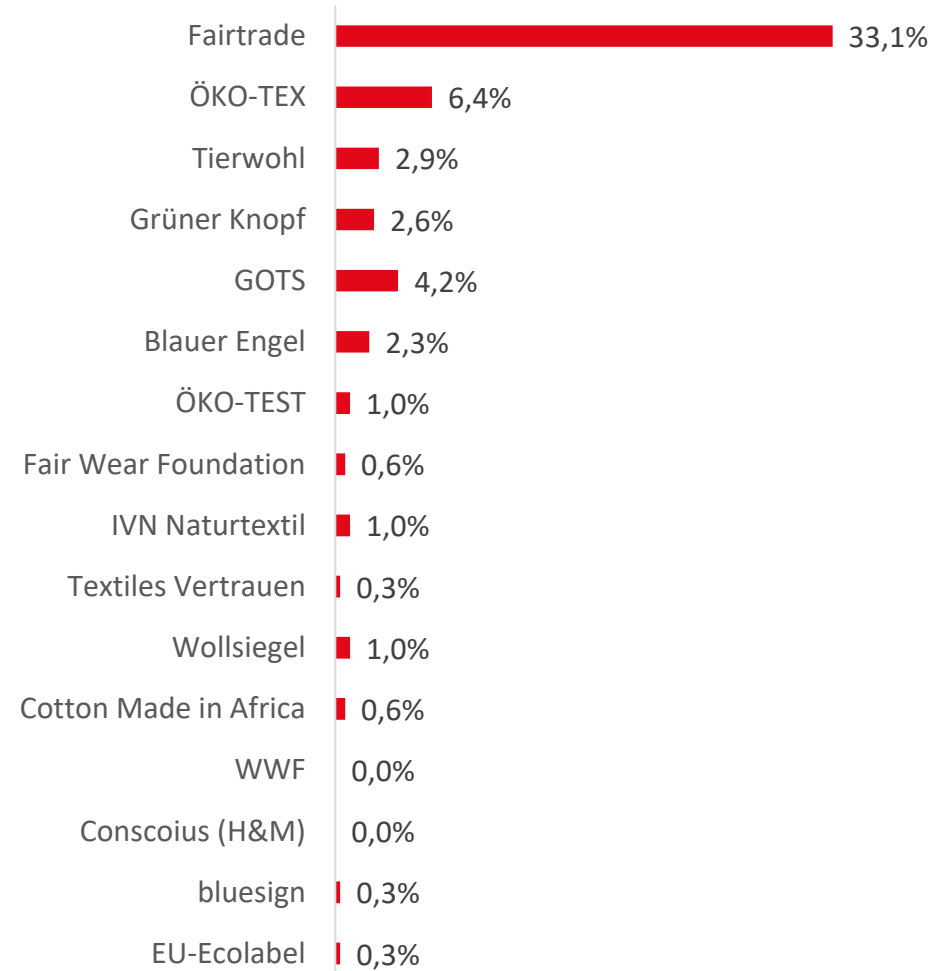
Relative Häufigkeit

**Alle Probanden**



n = 2017

**Probanden, die angeben immer oder häufig nachhaltige Kleidung zu kaufen**

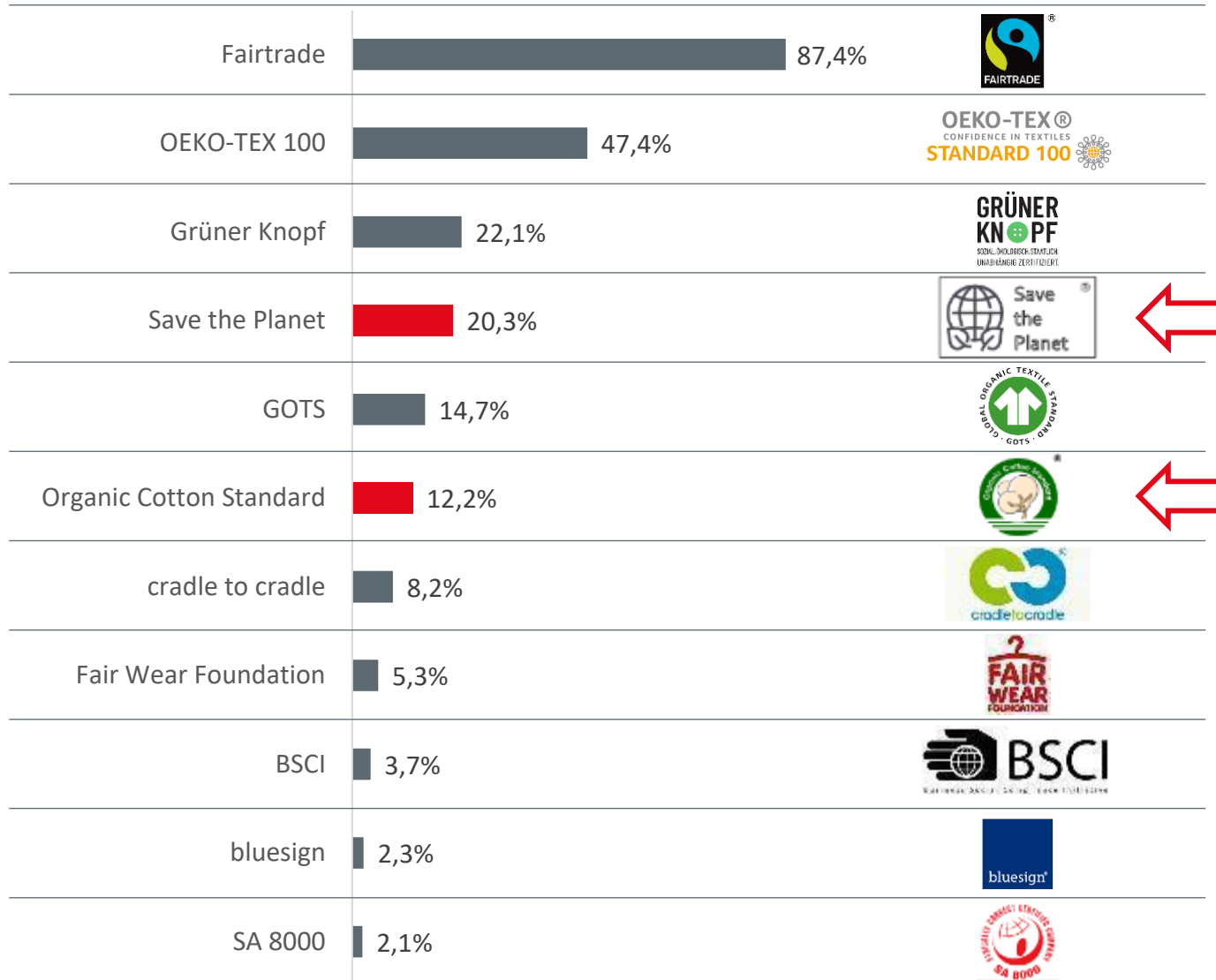


n = 311

## Gestützt

### Welche der folgenden Nachhaltigkeits-Siegel kennen Sie?

Relative Häufigkeit



n = 2017

## Ungestützt

# Welche Modemarken oder Modehändler legen Ihrer Meinung nach viel Wert auf ökologische Nachhaltigkeit und die Einhaltung von Sozialstandards bei der Produktion?

Häufigkeit

| Rang | Unternehmen              | Anzahl Nennungen |
|------|--------------------------|------------------|
| 1    | <b>C&amp;A</b>           | 248              |
| 2    | <b>H&amp;M</b>           | 157              |
| 3    | <b>Hess Natur</b>        | 119              |
| 4    | Esprit                   | 83               |
| 5    | <b>Trigema</b>           | 75               |
| 6    | Hugo Boss                | 65               |
| 7    | OTTO                     | 63               |
| 7    | Adidas                   | 63               |
| 8    | <b>Armedangels</b>       | 58               |
| 9    | <b>Adler</b>             | 48               |
| 10   | <b>Tchibo</b>            | 39               |
| 11   | Nike                     | 38               |
| 11   | <b>Bonprix</b>           | 38               |
| 12   | P&C                      | 37               |
| 13   | Zalando                  | 33               |
| 13   | <b>Waschbär</b>          | 33               |
| 14   | S.Oliver                 | 32               |
| 15   | Galeria Karstadt Kaufhof | 26               |
| 16   | Zara                     | 22               |
| 16   | Puma                     | 22               |

| Rang | Unternehmen          | Anzahl Nennungen |
|------|----------------------|------------------|
| 17   | <b>Lidl / Esmara</b> | 20               |
| 18   | Jack Wolfskin        | 19               |
| 19   | Tommy Hilfiger       | 18               |
| 19   | <b>Kik</b>           | 18               |
| 19   | <b>Deerberg</b>      | 18               |
| 20   | Vaude                | 17               |
| 20   | Levis                | 17               |
| 20   | Ernstings Family     | 17               |
| 20   | Breuninger           | 17               |
| 21   | Marc O' Polo         | 15               |
| 22   | <b>Gudrun Sjöden</b> | 14               |
| 22   | <b>Aldi</b>          | 14               |
| 23   | <b>Bleed</b>         | 12               |
| 23   | Lacoste              | 12               |
| 23   | <b>Grüne Erde</b>    | 12               |
| 24   | Ulla Popken          | 11               |
| 24   | Tom Tailor           | 11               |
| 24   | <b>Maas natur</b>    | 11               |
| 24   | Armani               | 11               |
| 25   | Wahlbusch            | 10               |

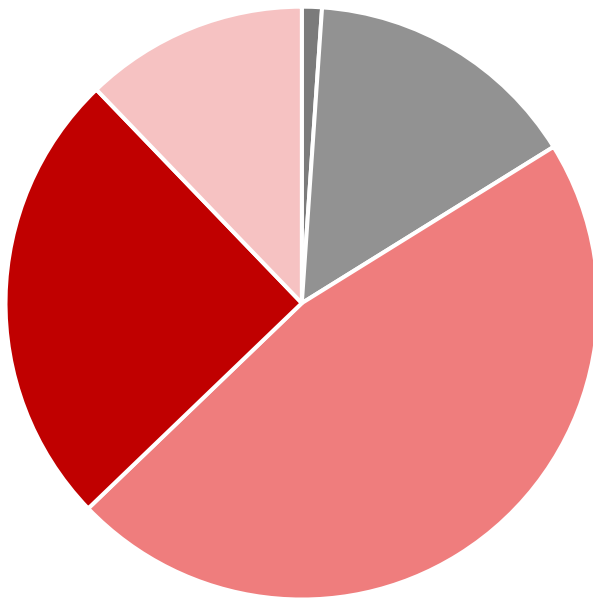
| Rang | Unternehmen         | Anzahl Nennungen |
|------|---------------------|------------------|
| 25   | Benetton            | 10               |
| 25   | <b>Takko</b>        | 10               |
| 25   | <b>Patagonia</b>    | 10               |
| 25   | <b>Avocadostore</b> | 10               |
| 26   | The North Face      | 9                |
| 26   | Joop                | 9                |
| 26   | <b>Greenality</b>   | 9                |
| 27   | Gucci               | 8                |
| 27   | Gerry Weber         | 8                |
| 27   | Brax                | 8                |
| 27   | Betty Barclay       | 8                |
| 28   | Witt Weiden         | 7                |
| 28   | Peter Hahn          | 7                |
| 28   | Land's End          | 7                |
| 28   | Calvin Klein        | 7                |
| 29   | Vero Moda           | 6                |
| 29   | Seidensticker       | 6                |
| 29   | <b>Lanius</b>       | 6                |
| 29   | Heine               | 6                |
| 29   | Baur                | 6                |

**47% der Probanden konnten kein Unternehmen benennen!**

## Wie gut können Sie einschätzen, ob ein Kleidungsstück ...

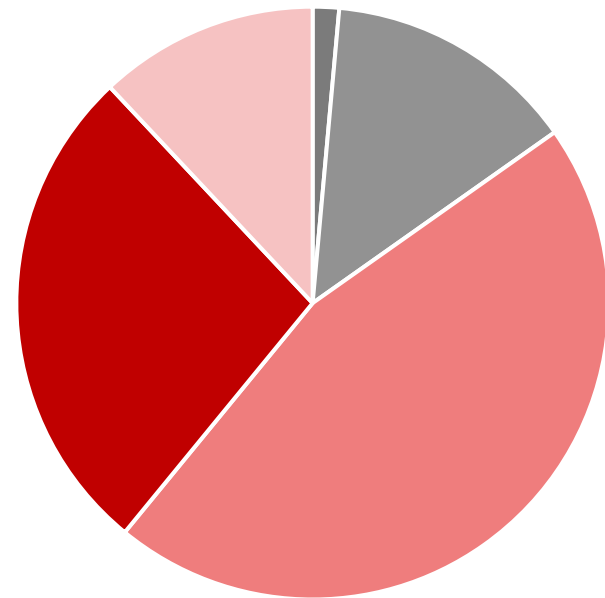
Relative Häufigkeit

### ... umweltfreundlich produziert wurde



**84%** können das kaum einschätzen

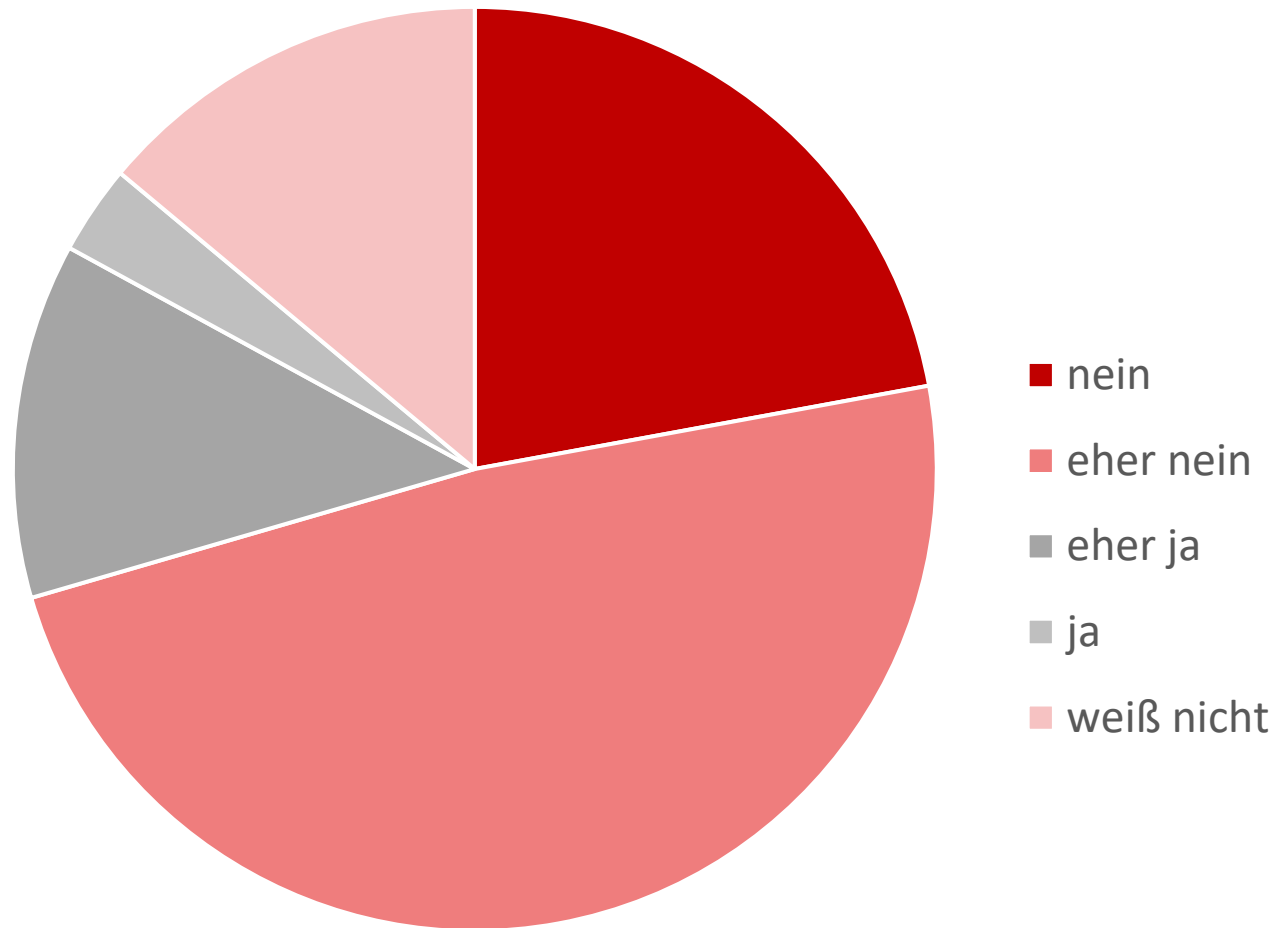
### ... fair produziert wurde



**85%** können das kaum einschätzen

## Informieren Modemarken und Modehändler ausreichend über die Nachhaltigkeit der Waren?

Relative Häufigkeit



**84%** fühlen sich schlecht informiert

## Schlussfolgerungen

> 90% der Konsumenten achtet nicht oder kaum auf Nachhaltigkeit beim Modeeinkauf



Für knapp 10% ist Nachhaltigkeit eines der drei wichtigsten Kaufkriterien



**Ein bisschen Nachhaltigkeit im Sortiment bringt nichts!  
Wenn, dann richtig!**

1 Nachhaltigkeit muss klar  
erkennbar sein  
**SIEGELPLATTFORM**

2 Angemessene  
Auswahl  
**„BIOFLÄCHEN“**

3 Ausrichtung an der  
Zielgruppe  
**PREMIUM FIRST**

4 Motivation und  
Kundenbindung  
**EVENTS / STORYTELLING**

## Kontakt



**Prof. Dr. Oliver Janz**  
Leiter Studiengang BWL-Handel /  
Fashion Management

DHBW Heilbronn  
Bildungscampus 4  
74076 Heilbronn

Tel. +49 (0)7131 / 12 37 - 125  
Mail [oliver.janz@heilbronn.dhbw.de](mailto:oliver.janz@heilbronn.dhbw.de)  
Web <http://www.heilbronn.dhbw.de>



**Laura Dallmann**  
Geschäftsleitung Einzelhandel  
Einkauf, Category Management,  
Großhandel national & international

Tel. +49 (0) 0162 3000488  
Mail [lauradallmann@web.de](mailto:lauradallmann@web.de)