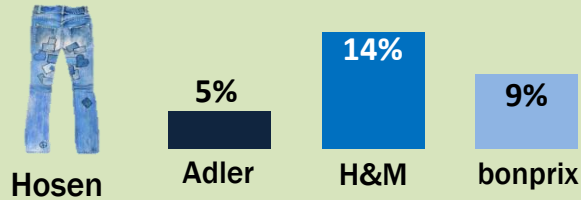
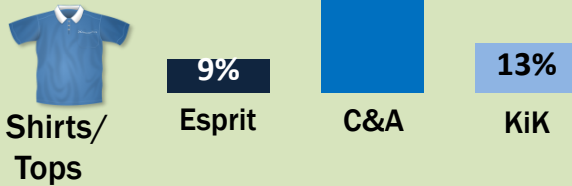


OMNICHECK TEXTIL JUNI 2017

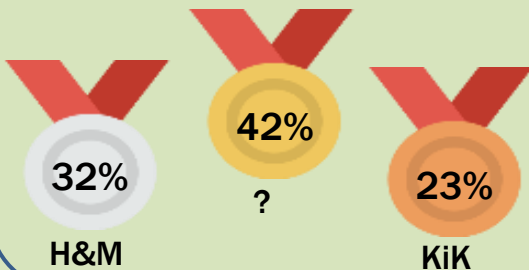
Anzahl der noch nie getragenen Kleiderstücke im Kleiderschrank:



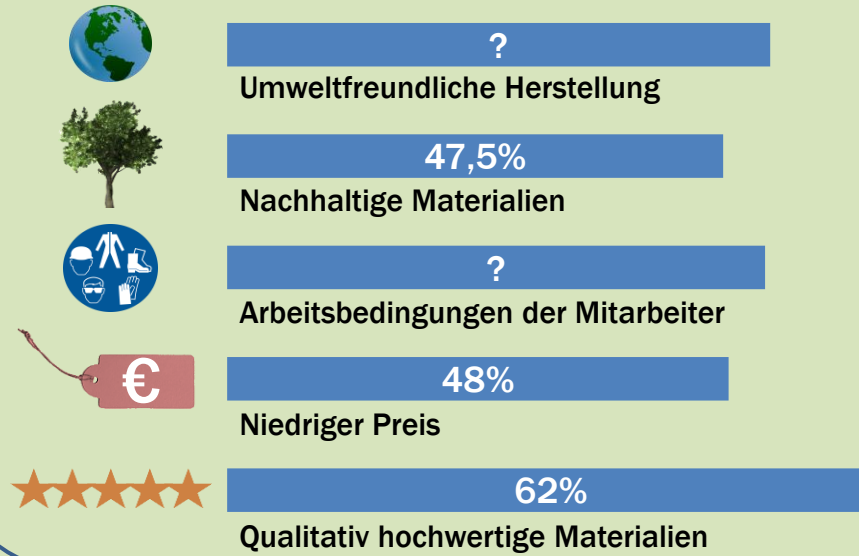
Hier kaufe ich ... am liebsten ein:



In welchem Geschäft haben Sie in den letzten 6 Monaten Bekleidung eingekauft?



Wichtigkeit folgender Punkte bei der Bekleidung:



Art des Einkaufs:



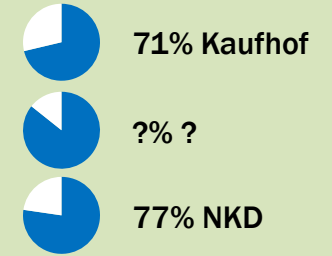
Hauptgründe für den ONLINE-Einkauf:

- Zeitersparnis
- Ladenöffnungszeiten
- Aus Bequemlichkeit

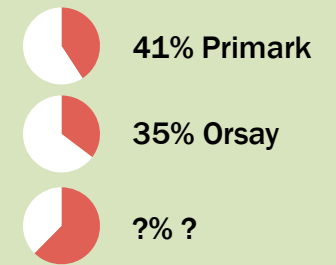
Hauptgründe für den OFFLINE-Einkauf:

- Anprobe vor Kauf
- Besserer Eindruck von der Ware
- Man kann stöbern

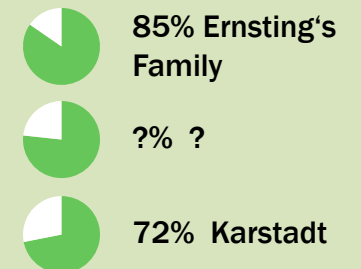
Hier kann man stressfrei einkaufen:



Bietet mir höchste Produktqualität:



Leicht zu bedienender Online-Shop:



OMNICHECK TEXTIL - STUDIENSTECKBRIEF

→ **Zielgruppe:**

- deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren
- mindestens bei einem der folgenden Anbieter in den letzten 6 Monaten Bekleidung eingekauft:
Adler, bonprix, C&A, Ernsting´s Family, Esprit, Galeria Kaufhof, H&M, Jack Wolfskin, Karstadt, KiK, New Yorker, NKD, Peek & Cloppenburg, Orsay, Pimkie, Primark, s.Oliver, Takko Fashion, Street One, Tchibo, TK Maxx, Vögele, Zalando, Zara

→ **Befragungszeitraum:** 12.06.2017 – 16.06.2017

→ **Fallzahl:** n= 1.000, davon 864 in der Zielgruppe (86,4%)

→ **Bevölkerungsrepräsentativ** nach Alter (Kategorien: 18-29/30-39/40-49/50-59/60-69/70+), Geschlecht, Haushaltsgröße und Bundesland

→ **Methode:** CAWI

→ **Stichprobe:** Institutseigenes Online Panel mit ca. 64.000 Panelisten in Deutschland

OMNICHECK TEXTIL - FRAGENKATALOG

- **In welchen Geschäften haben Sie in den letzten 6 Monaten Bekleidung eingekauft?**
(egal ob online oder offline)

Adler, bonprix, C&A, Ernsting´s Family, Esprit, Galeria Kaufhof, H&M, Jack Wolfskin, Karstadt, KiK, New Yorker, NKD, Peek & Cloppenburg, Orsay, Pimkie, Primark, s.Oliver, Takko Fashion, Street One, Tchibo, TK Maxx, Vögele, Zalando, Zara, Sonstige, habe in den letzten 6 Monaten keine Bekleidung eingekauft

- **Wie häufig kaufen Sie im Durchschnitt Bekleidungsartikel ein?**

wöchentlich, monatlich, alle 2-3 Monate, alle 4-6 Monate, alle 7-11 Monate, 1x pro Jahr, seltener

- **Bei welchem dieser Geschäfte/Anbieter kaufen Sie am häufigsten/am zweithäufigsten ein?**

- **Alles in allem, wie attraktiv ist das Einkaufen bei den jeweiligen Geschäften/Anbietern für Sie?**

*Für max. drei der in den letzten 6 Monaten besuchten Anbieter
(Skala 0-10, Überhaupt nicht attraktiv bis Sehr attraktiv)*

OMNICHECK TEXTIL - FRAGENKATALOG

→ **Hier kaufe ich ... am liebsten ein.**

Abgefragte Produktkategorien:

- Hosen (außer Jeans)
- Jeans
- nur für Frauen: Kleider/Röcke
- Blusen, Hemden
- Jacken, Mäntel
- Pullover, Strickjacken
- Shirts & Tops
- Wäsche, Strümpfe
- Bademoden
- Accessoires
- Anzüge, Businessmoden
- Schuhe
- Kinderkleidung
- Sportmode

OMNICHECK TEXTIL - FRAGENKATALOG

→ **Wie sehr treffen die folgenden Aussagen Ihrer Meinung nach auf die jeweiligen Anbieter/Geschäfte zu?**

*Für max. drei der in den letzten 6 Monaten besuchten Anbieter
(Skala 1-5, Trifft überhaupt nicht zu bis Trifft voll und ganz zu)*

- Hier stöbere ich gern
- Hier kann man stressfrei einkaufen
- Hat eine große Produktauswahl
- Hier finde ich mich gut zurecht
- Hat eine gelungene Warenpräsentation
- Bietet mir höchste Produktqualität
- Bietet einen guten Service
- Ist preisgünstig
- Bietet ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis
- Hier finde ich immer etwas passendes für mich

OMNICHECK TEXTIL - FRAGENKATALOG

→ **Bitte geben Sie an, wie gut der folgende Begriff Ihrer Meinung nach auf die jeweiligen Geschäfte/Anbieter zutrifft.**

*Für max. drei der in den letzten 6 Monaten besuchten Anbieter
(Skala 1-5, Trifft überhaupt nicht zu bis Trifft voll und ganz zu)*

- Inspirierend
- Innovativ
- Sympathisch
- Natürlich
- Modern
- Nachhaltig
- Traditionell
- Fair
- Verantwortungsvoll
- Umweltbewusst
- Authentisch
- Zeitlos
- Exklusiv
- Lässig

OMNICHECK TEXTIL - FRAGENKATALOG

→ **Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?**

(Skala 1-5, Trifft überhaupt nicht zu bis Trifft voll und ganz)

- Ich kaufe möglichst immer Kleidung aus aktuellen Kollektionen
- Ich achte beim Kleidungskauf auf Gütesiegel
- Ich kaufe meist qualitativ hochwertige Kleidungsstücke
- Kleidung sollte einen angemessenen Preis haben und nicht zu billig verkauft werden

→ **Haben Sie Kleidung in Ihrem Kleiderschrank, die sie noch nie getragen haben?**

Ja, ca. __ Kleidungsstücke, Nein, Bin mir nicht sicher

→ **Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die folgenden Geschäfte /Anbieter an Freunde oder Bekannte weiterempfehlen würden?**

*Für max. drei der in den letzten 6 Monaten besuchten Anbieter
(Skala 0-10, Äußerst unwahrscheinlich bis Äußerst wahrscheinlich)*

OMNICHECK TEXTIL - FRAGENKATALOG

→ **Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Punkte bei Bekleidung?**

(Skala 1-5, Überhaupt nicht wichtig bis Äußerst wichtig)

- 1) Umweltfreundliche Herstellung
- 2) Nachhaltige Materialien
- 3) Recycelte/Recyclbare Materialien
- 4) Rahmenbedingungen in Produktionsländern
- 5) Arbeitsbedingungen der im jeweiligen Unternehmen beschäftigten Mitarbeiter
- 6) Niedriger Preis
- 7) Aktualität der Mode
- 8) Qualitativ hochwertige Materialien

OMNICHECK TEXTIL - FRAGENKATALOG

Filter: Jeweils für die Items 1), 2), 3), 4), 5), 8) auf vorheriger Seite mit Top Two Bewertung bei der Frage nach der Wichtigkeit:

→ **Wären Sie bereit mehr zu bezahlen, damit ein Kleidungsstück ...**

Für Item 1) ...aus umweltfreundlicher Herstellung stammt?

Für Item 2) ...aus nachhaltigen Materialien gefertigt wird?

Für Item 3) ...aus recycelten oder recycelbaren Materialien gefertigt wird?

Für Item 4) ...in Produktionsländern mit guten und fairen Rahmenbedingungen gefertigt wird?

Für Item 5) ...aus einem Unternehmen mit fairen Arbeitsbedingungen für die Mitarbeiter stammt?

Für Item 8) ...aus qualitativ hochwertigen Materialien besteht?

Wenn ja, wieviel Prozent wären Sie bereit mehr zu bezahlen im Vergleich zu einem identischen Produkt, das jedoch nicht... *(jeweiliges Merkmal, siehe oben)*?

- Ja, wäre bereit ca. ___ % mehr zu bezahlen
- Nein
- Bin mir nicht sicher

OMNICHECK TEXTIL - FRAGENKATALOG

→ **Wie viele Ihrer nächsten 10 Bekleidungseinkäufe werden Sie vermutlich bei den aufgeführten Geschäften tätigen?**

Alle Geschäfte, bei denen in den letzten 6 Monaten Bekleidung eingekauft wurde + Sonstige

- 1) Umweltfreundliche Herstellung
- 2) Nachhaltige Materialien
- 3) Recycelte/Recyclbare Materialien
- 4) Rahmenbedingungen in Produktionsländern
- 5) Arbeitsbedingungen der im jeweiligen Unternehmen beschäftigten Mitarbeiter
- 6) Niedriger Preis
- 7) Aktualität der Mode
- 8) Qualitativ hochwertige Materialien

→ **Welches Wort fällt Ihnen als erstes ein, wenn Sie an ... denken?**

*Für max. drei der in den letzten 6 Monaten besuchten Anbieter
Offene Abfrage*

OMNICHECK TEXTIL - FRAGENKATALOG

→ Kaufen Sie bei den folgenden Anbietern (auch) online ein?

Alle Geschäfte, bei denen in den letzten 6 Monaten eingekauft wurde, die über einen eigenen Online-Shop verfügen und keine reinen Online-Anbieter sind (außer Primark, TK Maxx, New Yorker, Zalando)

- Ja
- Nein

→ Wie beurteilen Sie die Online-Shops der Anbieter hinsichtlich der folgenden Kriterien ...

*Für alle Anbieter, bei denen Online eingekauft wird. Zalando immer, falls in den letzten 6 Monaten dort eingekauft wurde
Antwortskala Schulnoten von 1-6*

- Aufbau, Struktur
- Design
- Leichte Bedienbarkeit
- Produktangebot
- Zahlungsmöglichkeiten
- Lieferbedingungen
- Rückgabebedingungen und -regelungen

OMNICHECK TEXTIL - FRAGENKATALOG

→ Wie verteilen sich Ihre Einkäufe im Bereich Bekleidung auf Online- und Offline-Käufe?

Prozentwerte, Summe 100

→ Warum kaufen Sie mehr (online/offline-> je nach größerem Anteil in vorheriger Frage) als ... ein?

Mehrfachnennungen möglich

Antwortmöglichkeiten bei größerem Online-Anteil:

- Bessere Preisvergleichsmöglichkeiten
- Mehr Produktauswahl
- Exklusivere Auswahl
- Aus Bequemlichkeit
- Mehr Größenauswahl
- Bessere Angebotsübersicht
- Zeitersparnis
- Einfacher Bestellvorgang
- Es ist günstiger
- Unabhängigkeit von Ladenöffnungszeiten
- Sonstiges, und zwar:

Antwortmöglichkeiten bei größerem Offline-Anteil:

- Man kann stöbern
- Keine Liefer-/Versandvorgänge
- Man hat die Ware nach dem Kauf sofort zur Verfügung
- Bessere Umtauschmöglichkeiten
- Finde mich besser zurecht
- Kann die Ware vor dem Kauf anprobieren
- Wegen dem Einkaufserlebnis
- Man kann sich vor Ort einen besseren Eindruck von der Kleidung machen (Material, Optik)
- Ansprechpartner vor Ort
- Bessere Beratung
- Unterstützung der Geschäfte/Einzelhändler vor Ort
- Gewohnheit
- Sonstiges, und zwar:

OMNICHECK TEXTIL - FRAGENKATALOG

→ Welche Konfektionsgröße kaufen Sie für sich in der Regel am häufigsten ein?

Frauen:

- 32 (XS)
- 34 (XS)
- 36 (S)
- 38 (S)
- 40 (M)
- 42 (M)
- 44 (L)
- 46 (L)
- 48 (XL)
- 50 (XL)
- 52 (XXL)
- 54 (XXL)
- 55+ (XXL+)
- Keine Angabe

Männer:

- 40 (XS)
- 42 (XS)
- 44 (S)
- 46 (S)
- 48 (M)
- 50 (M)
- 52 (L)
- 54 (L)
- 56 (XL)
- 58 (XL)
- 60 (XXL)
- 62 (XXL)
- 63+ (XXL+)
- Keine Angabe

OMNICHECK TEXTIL - FRAGENKATALOG

Soziodemografische Merkmale:

- Alter
- Geschlecht
- Bundesland
- Haushaltsgröße

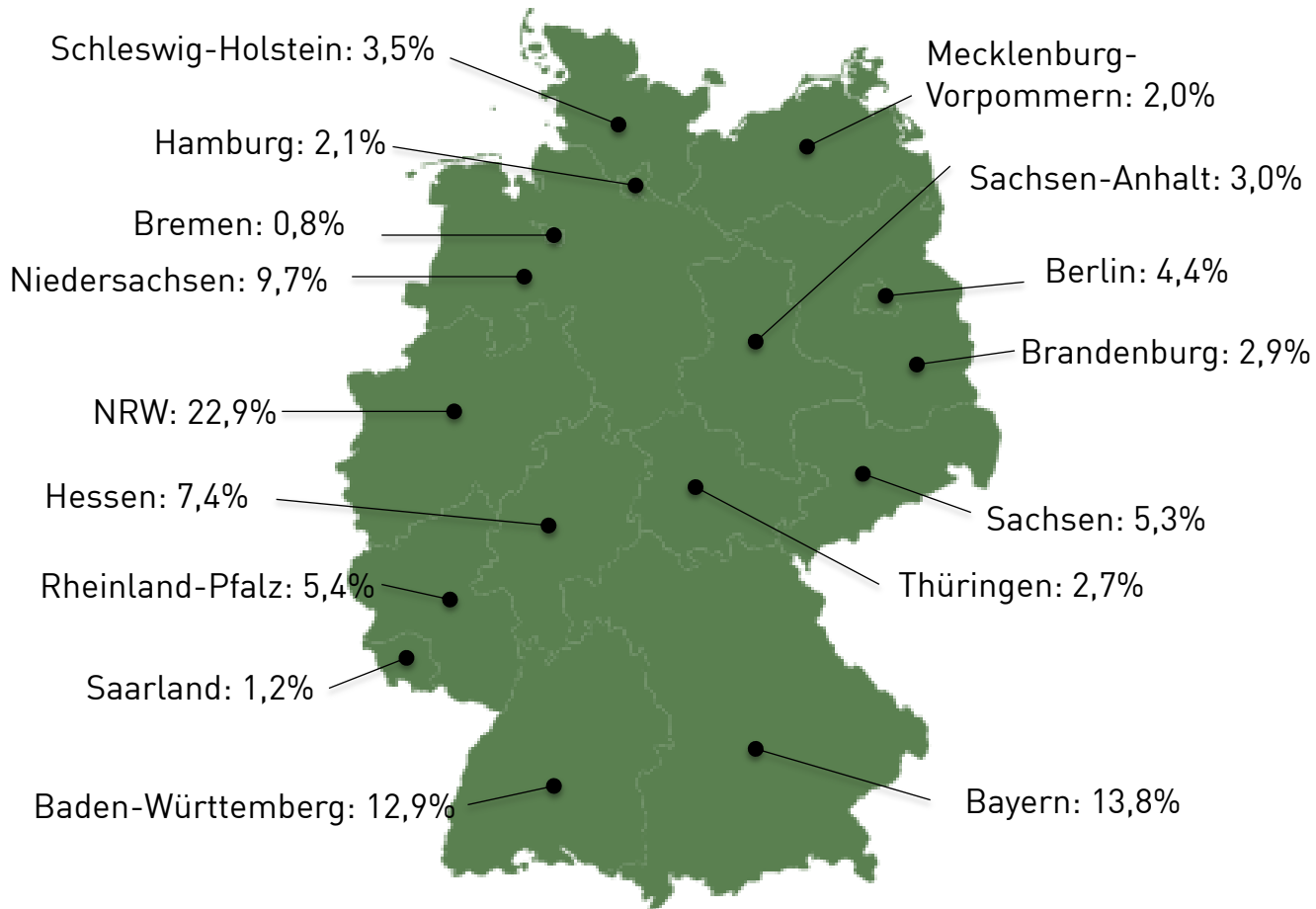
- Kinder unter 18 Jahren im Haushalt ja/nein
- Anzahl der Kinder unter 18 Jahren im Haushalt
- Alter der Kinder unter 18 Jahren im Haushalt

- Bildungsabschluss
- Berufstätigkeit

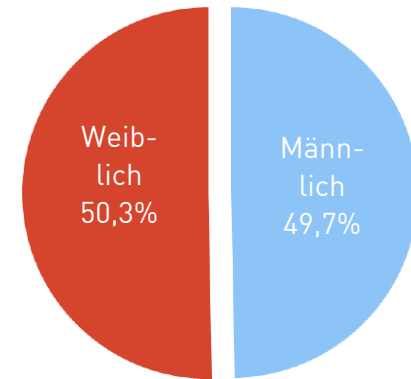
- Familienstand

- Monatliches Haushalts-Nettoeinkommen

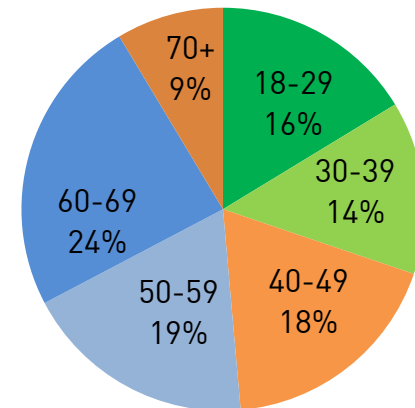
SOZIODEMOGRAFISCHE MERKMALE



Geschlecht



Alter



IHRE ANSPRECHPARTNER

Wir stehen Ihnen für weitere Informationen gerne zur Verfügung

Thorsten Jansen
Unit-Leiter CAWI

+49 (0) 228 38 200 223
jansen@omniquest.de



- *1975 in Brüggen
- Abgeschlossenes Studium der Betriebswirtschaftslehre (Betriebswirt VWA)
- 9 Jahre Berufserfahrung in der Marktforschung
- 1999-2003 Supervisor bei nhi² Interviews Int.
- 2003-2009 Geschäftsführer bei Technical Braiding
- 2009-2011 Telefonstudioleiter und Projektleiter bei OmniQuest
- 2011-2014 Project-Manager bei SIGN FOR COM
- Seit Februar 2014 Unit-Leiter Online bei OmniQuest

Maximilian Ponert
Projektleiter CAWI

+49 (0) 228 38 200 227
ponert@omniquest.de



- *1982 in Köln
- Abgeschlossenes Studium der Psychologie an der Universität Bonn (Dipl.-Psychologe)
- 7 Jahre Berufserfahrung in der Marktforschung und der empirischen Sozialforschung
- 2009 – 2014 Projektleiter im Zentrum für Evaluation und Methoden der Universität Bonn
- 2014 – 2016 Account Manager Market Research bei promio.net
- Seit 2016 Projektleiterin CAWI bei OmniQuest
- Methodische Schwerpunkte: Kundenzufriedenheit, Mitarbeiterzufriedenheit, bevölkerungsrepräsentative Erhebungen

Peter Gremse
Projektleiter CAWI

+49 (0) 228 38 200 224
gremse@omniquest.de



- *1984 in Bonn
- Abgeschlossenes Studium der Wirtschaftsmathematik an der FH Koblenz, Standort Remagen (Dipl.-Math. (FH))
- 7 Jahre Berufserfahrung in der Marktforschung
- Seit 2009 bei OmniQuest

