



STUDIE ZUR WÄSCHEPFLEGE IN DEUTSCHLAND 2016

Vorstellung ausgewählter Ergebnisse

WICHTIGE ERGEBNISSE AUF EINEN BLICK

- **Für 98 % der Deutschen** ist es wichtig, dass **Kleidung grundsätzlich gut gepflegt ist.**
- Dass sie sich **in frischer Kleidung wohl fühlen**, sagen **87 % der Befragten.**
- **Eine große Mehrheit** (77%) findet, dass Kleidung schon deswegen **gut gepflegt werden sollte**, damit sie **nicht so schnell aussortiert werden muss.**
- **Gute Kleiderpflege hilft** dabei, seine Kleidung länger tragen zu können. **Das spart letztlich Geld.** Dieser Aussage stimmen **80 % der Deutschen** zu.
- **85 %** der Deutschen findet es **nicht legitim**, Kleidung **nach einmaligem Tragen wegzuwerfen.**

Studiendesign

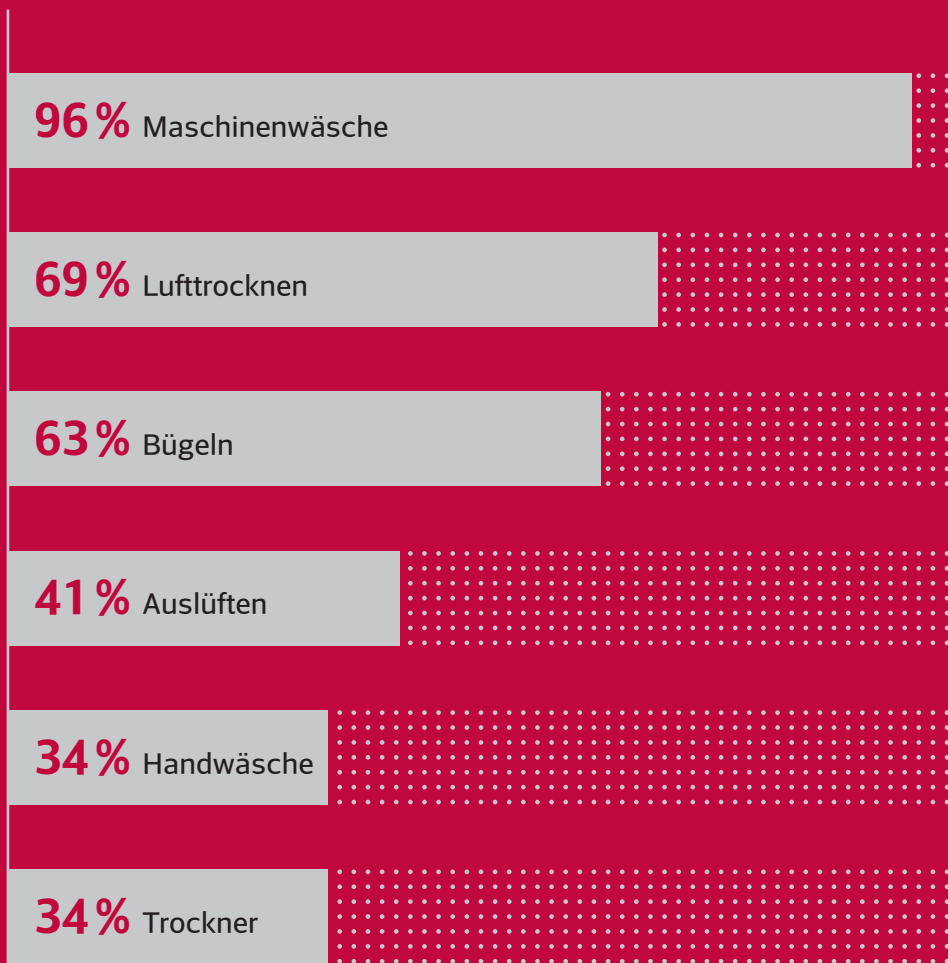
Die Umfrage basiert auf Online-Interviews, durchgeführt von YouGov Panel Deutschland. An der Befragung zwischen dem 14.09. und dem 21.09.2016 nahmen 2005 Personen teil. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung (Alter 18+).

BILLIG? FAIR? NACHHALTIG?

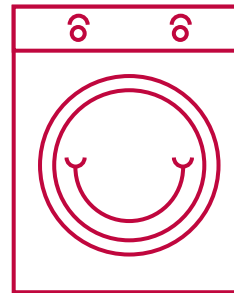
Bei den Textil-Discountern sind die Deutschen uneinig: 36 Prozent kaufen dort nicht, weil es ihnen wichtig ist, dass zumindest Mindeststandards in der Produktion, bei der Vermarktung und der Qualität eingehalten werden. Für ein Drittel der Deutschen gilt dies eingeschränkt und 31 Prozent teilen diese Einstellung nicht. Allerdings sagen nur 18 Prozent der Befragten, dass es ihnen egal sei, wo und unter welchen Umständen Kleidung gefertigt wird, solange der Preis günstig sei.

Und egal wo sie Kleidung kaufen: 83 Prozent sind der Meinung, dass jeder seine Kleidung so behandeln sollte, dass sie möglichst lange hält.

WIE WASCHEN BZW. PFLEGEN SIE IHRE KLEIDUNG?



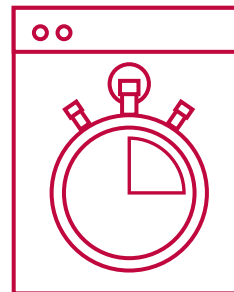
WE ♥ WASHING!



71 Prozent der Befragten geben an, dass sie gerne Wäsche waschen

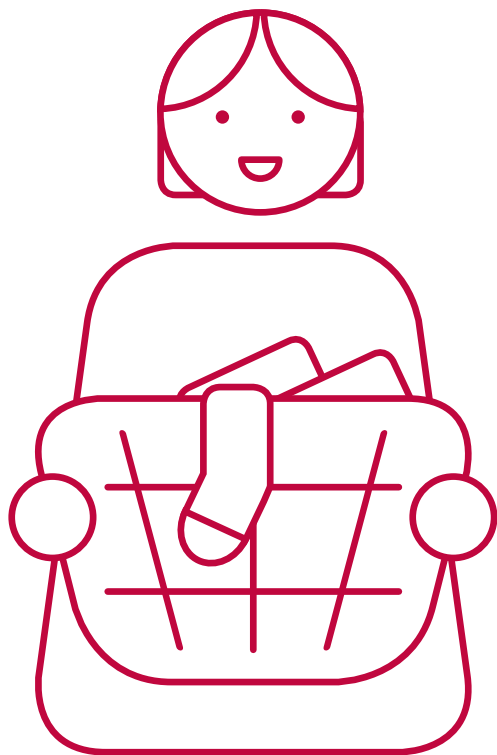


Bügeln mag nur **ein gutes Drittel.**



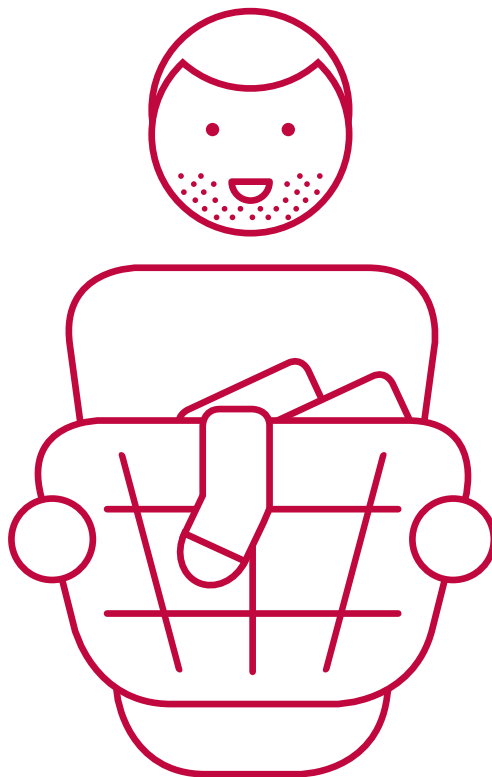
Knapp die Hälfte der Deutschen investiert durchschnittlich ein bis drei Stunden pro Woche in das Waschen von Wäsche.

WER HAT EINE WEISSE WESTE?



**92 Prozent
der Frauen**

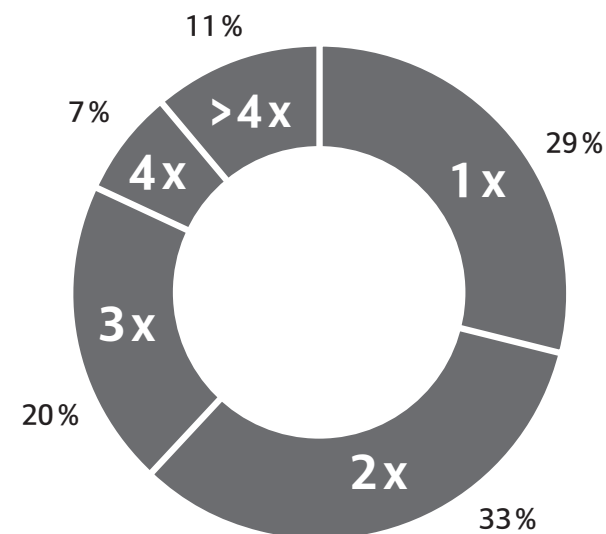
&



**51 Prozent
der Männer**

geben an, im Haushalt für Wäsche und Pflege der Kleidung
zuständig zu sein.

**WIE OFT WASCHEN SIE
DURCHSCHNITTLLICH
WÄSCHE PRO WOCHE?**



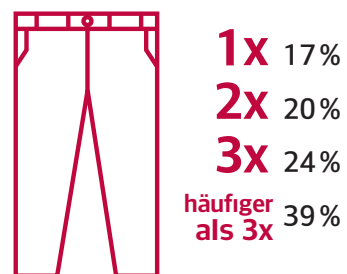
WIE OFT TRAGEN SIE IHRE KLEIDUNG ...

... bevor Sie sie waschen oder in die Reinigung geben?

Oberbekleidung



Unterbekleidung



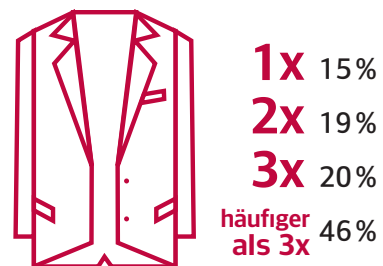
Unterwäsche



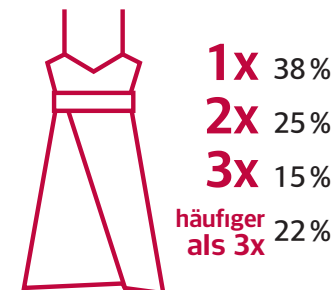
Sportbekleidung



Anzüge/Kostüme

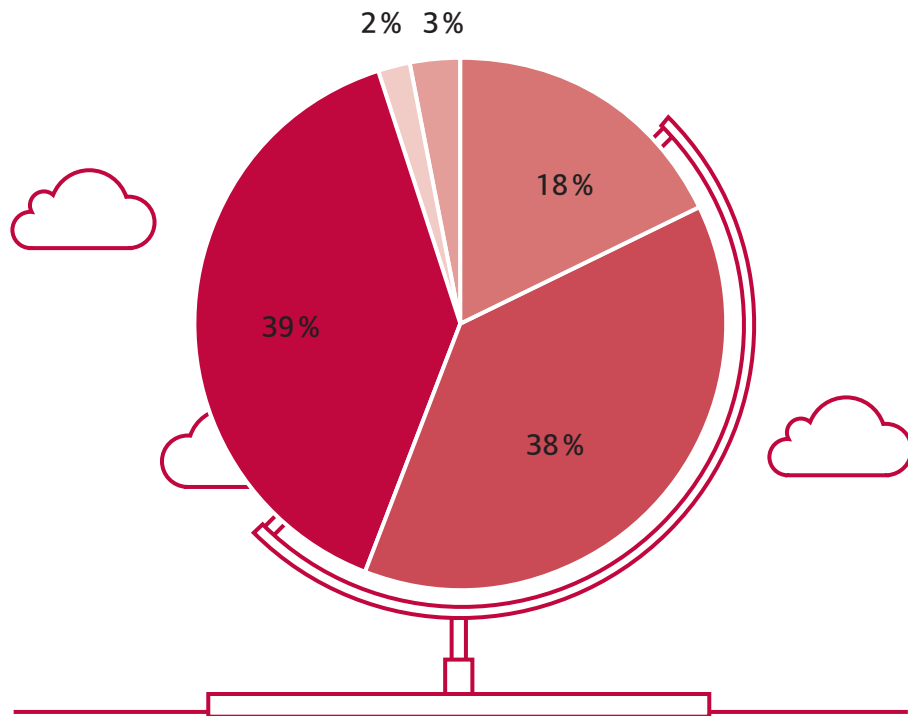


Abendkleidung



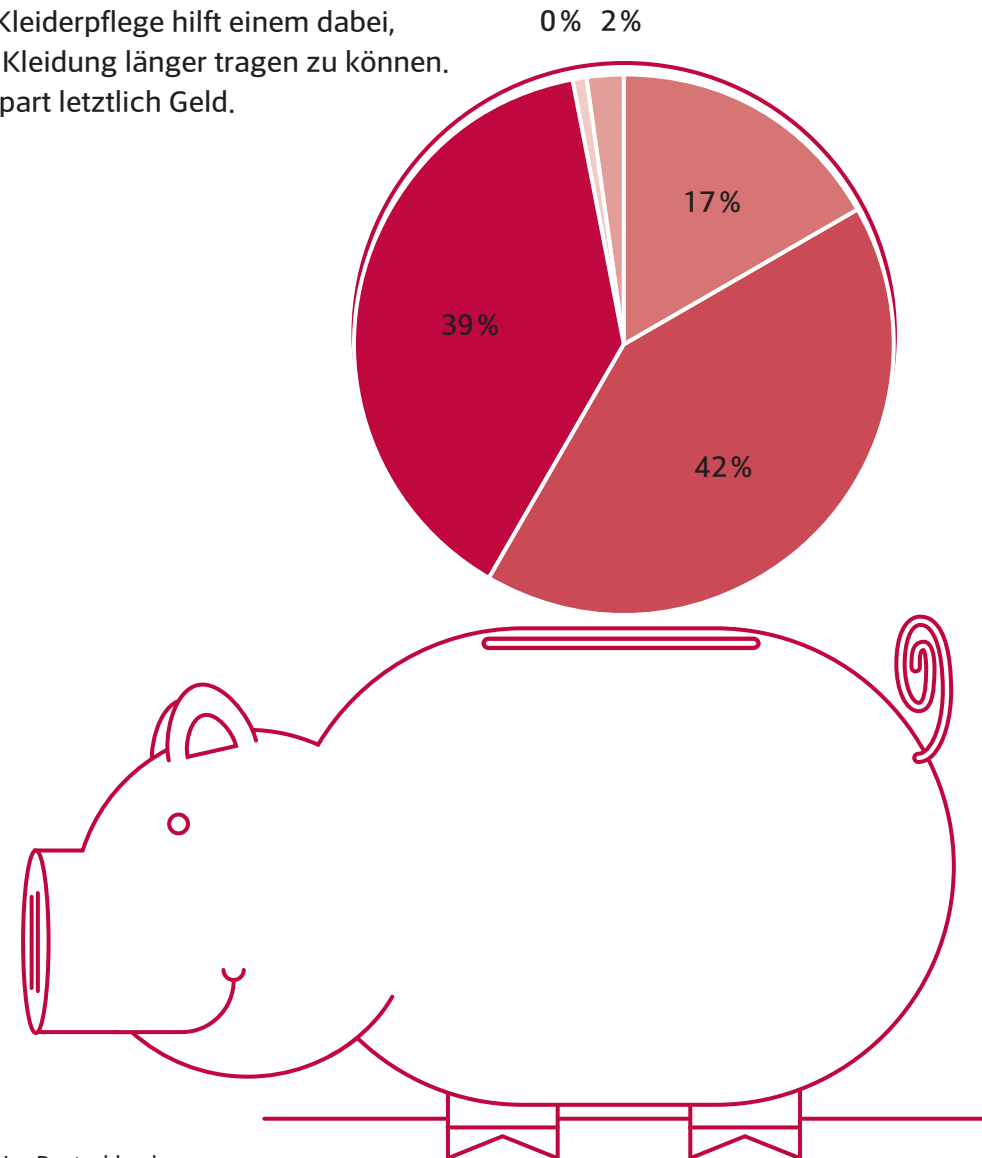
EINSTELLUNG ZU KLEIDUNG UND PFLEGE

Kleidung sollte schon deswegen gut gepflegt werden, damit sie nicht so schnell aussortiert werden muss. Das belastet am Ende die Umwelt.

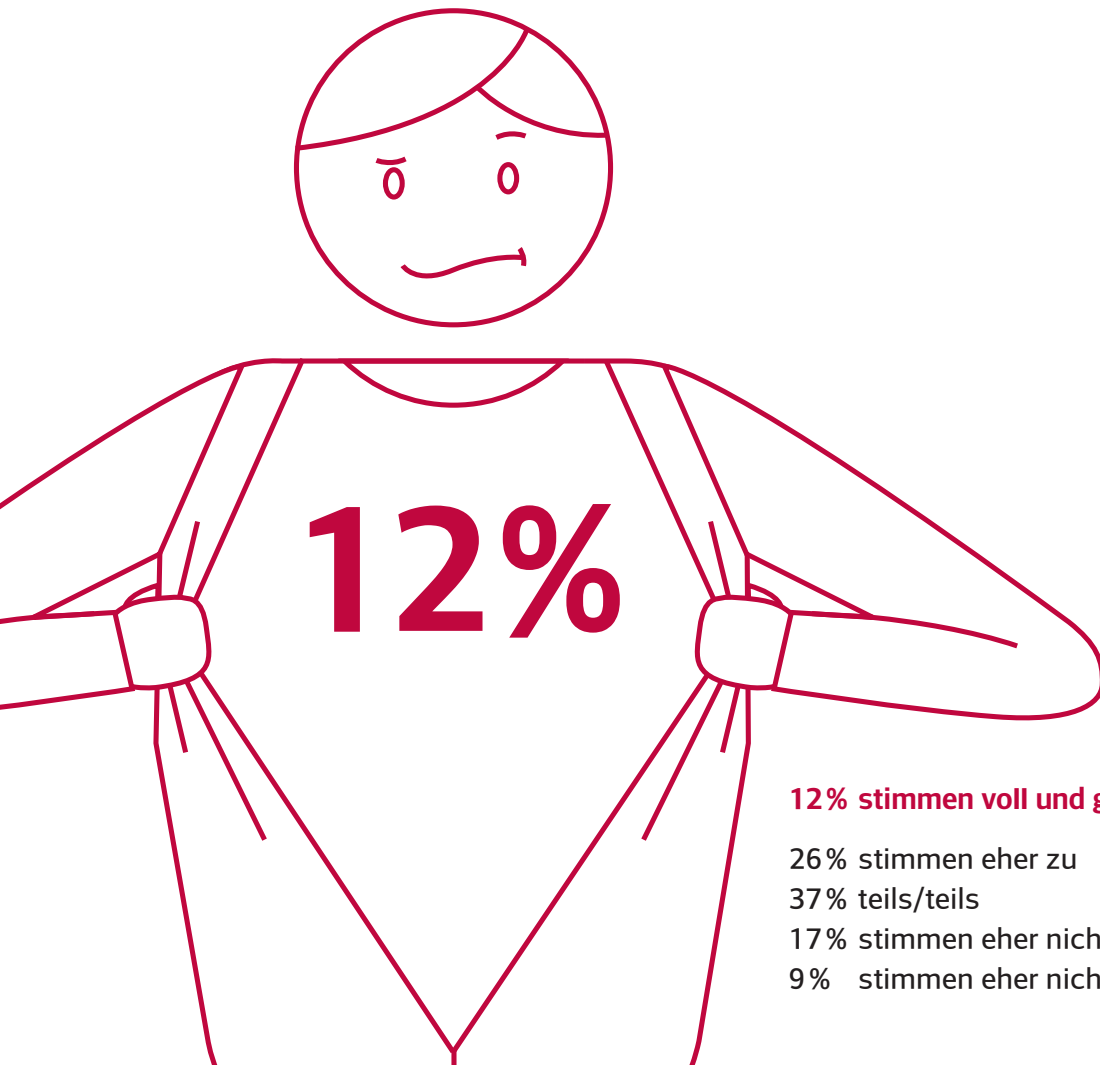


- stimmen voll und ganz zu
- stimmen eher zu
- teils/teils
- stimmen eher nicht zu
- stimmen nicht zu

Gute Kleiderpflege hilft einem dabei, seine Kleidung länger tragen zu können. Das spart letztlich Geld.



MIT MEINER KLEIDUNG BRINGE ICH MEINE PERSÖNLICHKEIT ZUM AUSDRUCK.



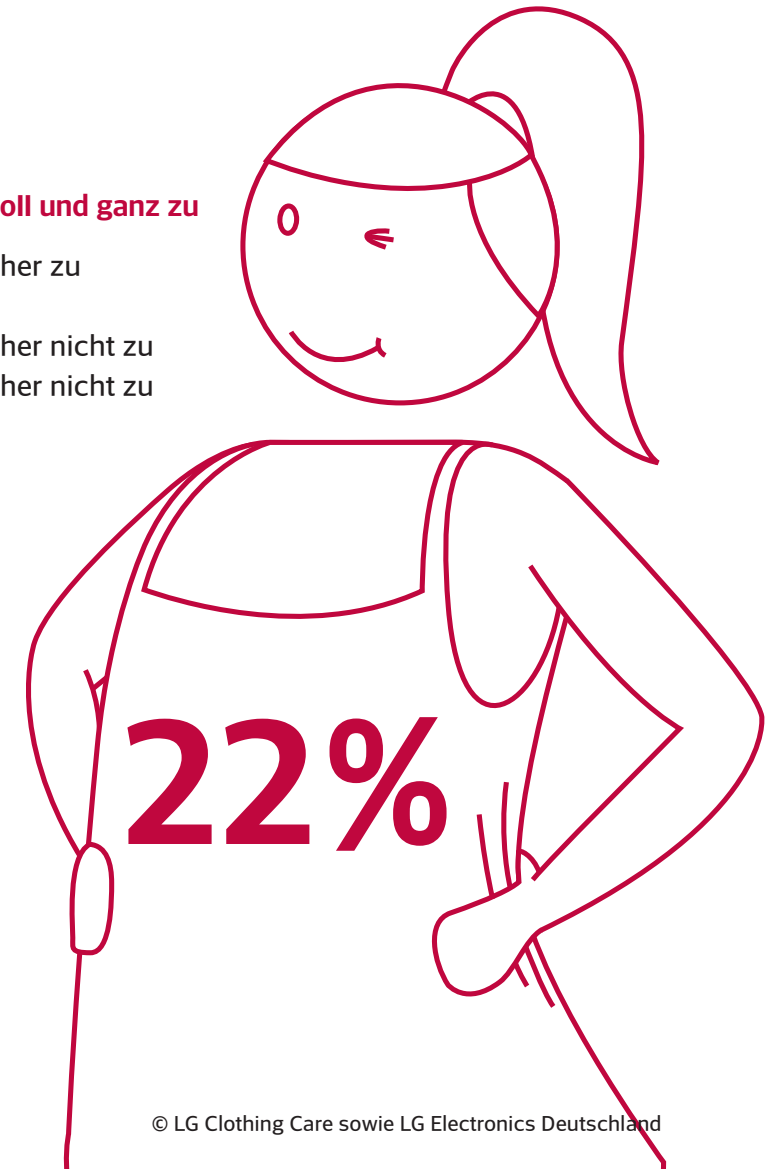
22% stimmen voll und ganz zu

30% stimmen eher zu

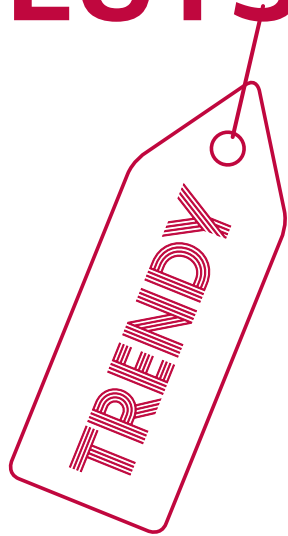
34% teils/teils

10% stimmen eher nicht zu

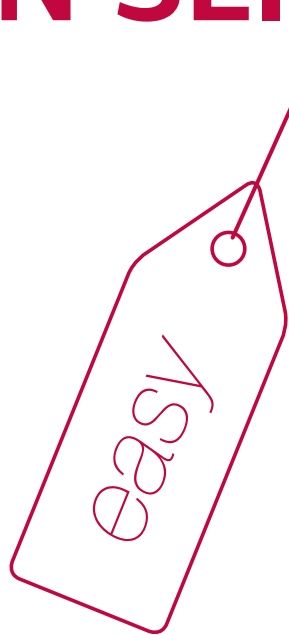
4% stimmen eher nicht zu



WIE MUSS KLEIDUNG FÜR DIE DEUTSCHEN SEIN?



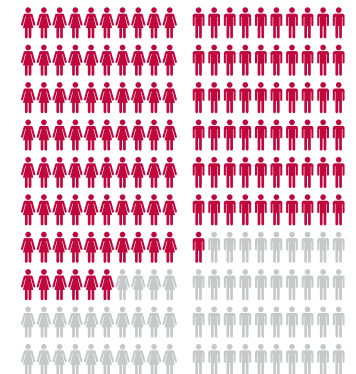
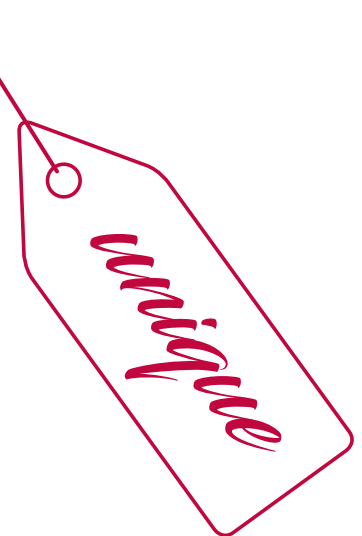
Dass Kleidung im Trend liegt, ist für 54% der Frauen und 46% der Männer wichtig.



Leicht zu pflegen sein, soll Kleidung für 97% der Frauen und 94% der Männer sein.

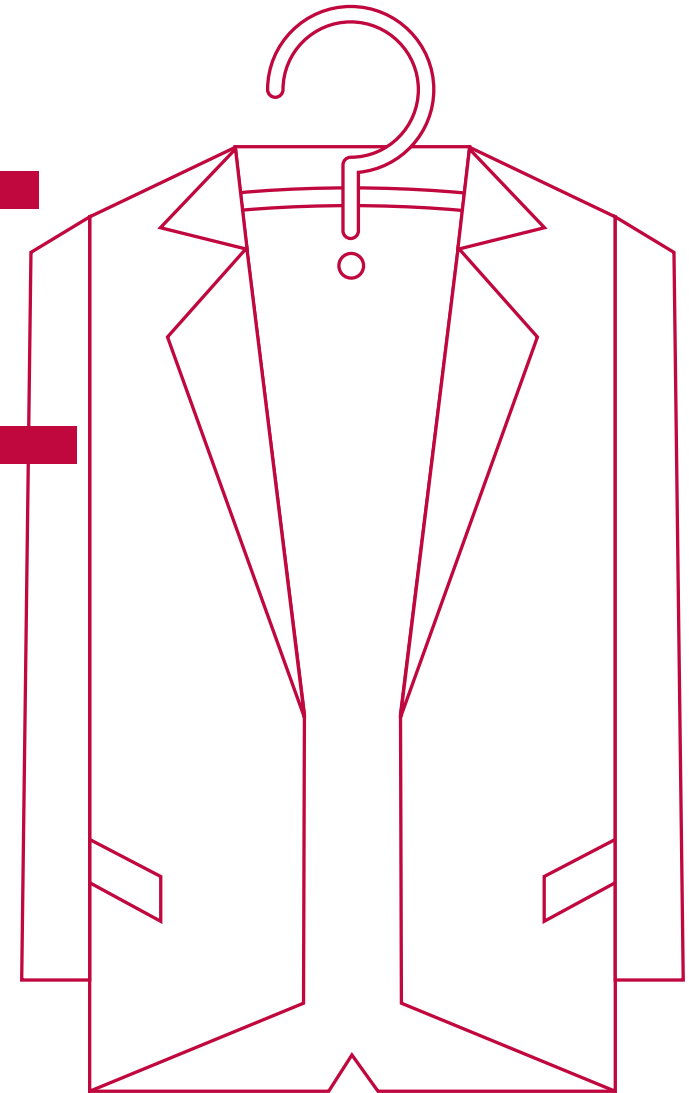
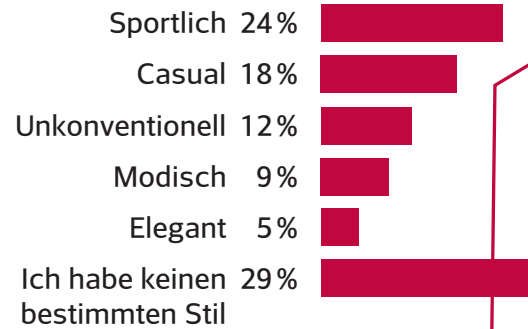
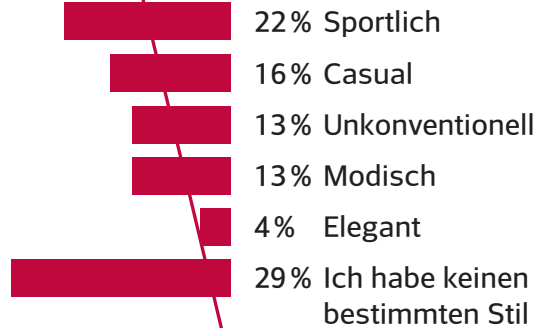
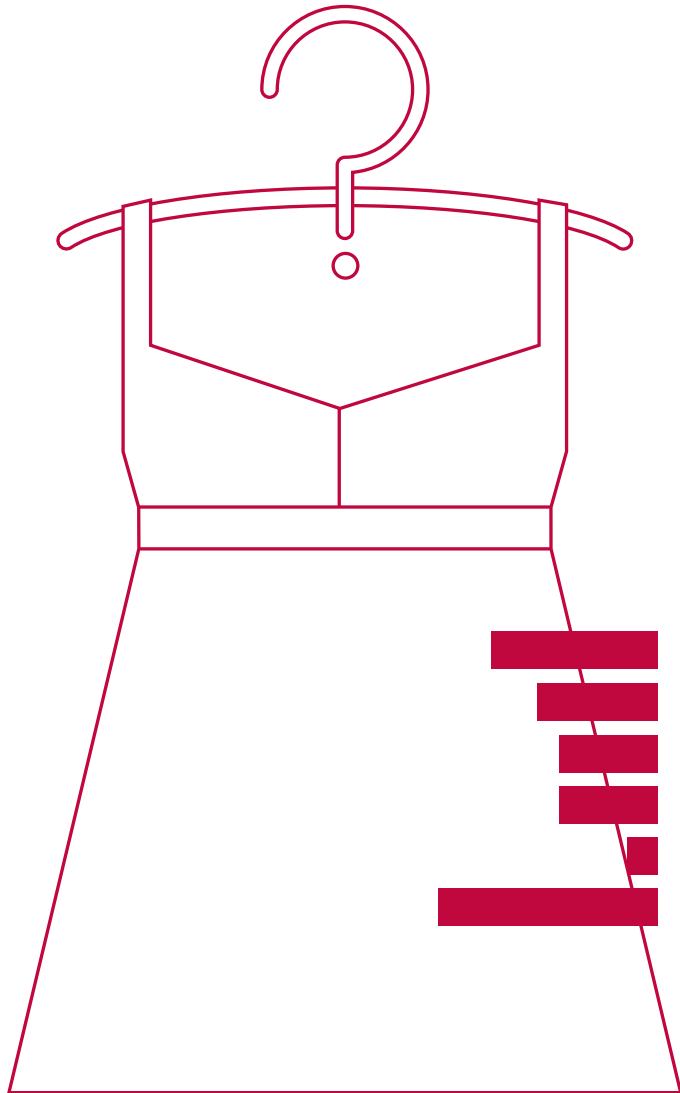


Bequem muss Kleidung für 99% der Frauen und 99% der Männer sein.

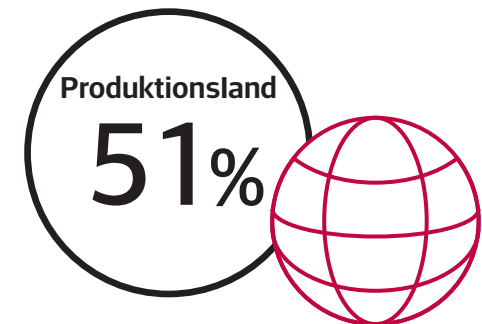
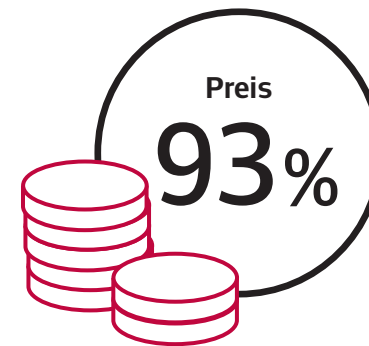
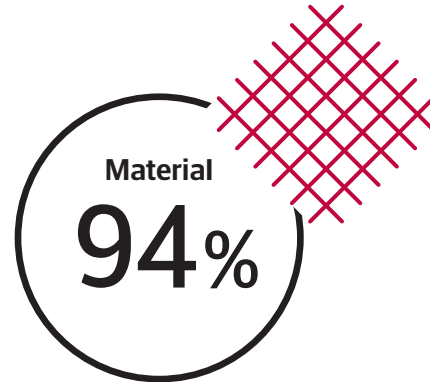


Auf individuelle Kleidung legen 76% der Frauen und 61% der Männer Wert.

WIE WÜRDEN SIE IHREN KLEIDUNGSSTIL BESCHREIBEN?



WORAUF ACHTEN DIE DEUTSCHEN BEIM KAUF VON KLEIDUNG?



DAS CLOTHING CARE SYSTEM





Über LG Electronics, Inc.

LG Electronics, Inc. (KSE: 066570.KS) ist ein global führender Anbieter und technologischer Impulsgeber in den Bereichen Unterhaltungselektronik, Mobilkommunikation und Haushaltsgeräte. Mit 125 Niederlassungen auf der ganzen Welt und 77.000 Mitarbeitern erzielte LG im Geschäftsjahr 2015 einen Konzernumsatz von 48,8 Milliarden US-Dollar. LG besteht aus vier Business Units – Home Entertainment, Mobile Communication, Home Appliances & Air Solution und Vehicle Components – und ist einer der international führenden Hersteller von Flachbildfernsehern, Mobilgeräten, Klimageräten, Waschmaschinen und Kühlschränken. LG Electronics ist ENERGY START Partner des Jahres 2016. Weitere Informationen zu LG Electronics finden Sie unter www.LGnewsroom.com

Über LG Electronics Deutschland GmbH

Der koreanische Technologiekonzern LG Electronics ist seit 1976 auf dem deutschen Markt aktiv. Das Unternehmen mit Sitz in Ratingen hat seine Aktivitäten seitdem kontinuierlich ausgebaut und ist aktuell in sieben Geschäftsbereichen tätig: Home Entertainment, Mobile Communications, Information System Products, Home Appliances, Air Conditioning, Lighting und Solar. In den vergangenen Jahren konnte der Innovationstreiber immer wieder Preise und Auszeichnungen für seine richtungsweisenden Produkte entgegennehmen. Wichtige Neuerungen wie flexible Displays oder gebogene Batterien gehen dabei aus der Zusammenarbeit spezialisierter Unternehmen innerhalb der LG-Gruppe hervor. Neuentwicklungen orientieren sich gemäß dem Markenversprechen „Life's Good“ dabei stets an den Bedürfnissen der Nutzer und dienen nie dem Selbstzweck. Sein Markenversprechen untermauert LG auch durch gesellschaftliches Engagement mit selbst durchgeführten Aktionen oder in Zusammenarbeit mit zahlreichen Partnern. Weitere Informationen finden Sie unter www.lg.com.

Über LG Electronics Home Appliance Company

LG Electronics Hausgeräte konzentriert sich als Impulsgeber der Hausgeräte-Branche auf die Entwicklung „gesunder und grüner Produkte“ sowie smarterer Technologien und elegantem Design, um Anwendern durch Komplettlösungen die tägliche Hausarbeit zu erleichtern. Das Produktportfolio der LG Hausgeräte in Deutschland umfasst Kühlgeräte, Waschmaschinen, Trockner und Mikrowellen. Der globale Marktführer begeistert seine Kunden mit Innovationen wie dem weltweit ersten interaktiven Kühlschrank, der Waschmaschine mit Dampftechnologie und einer Mikrowelle mit kombiniertem Pizzafach. Weitere Informationen finden Sie unter www.lg.com.