

## Wegwerfen war gestern - Deutsche waschen gerne!

*Aber Waschen ist immer noch Frauensache, auch wenn die Männer aufholen:  
LG Electronics Deutschland veröffentlicht Ergebnisse einer repräsentativen  
Studie zur Wäschepflege in Deutschland*

**Ratingen, 13. Oktober 2016** – Die Mehrheit der Deutschen pflegt ihre Kleidung gerne und mit Überzeugung, um Umwelt und Geldbeutel zu schonen. Das hat eine repräsentative Studie ergeben, die YouGov im Auftrag von [LG Electronics](#) (LG) im September durchgeführt hat. Einer Mehrheit von 71 Prozent der Deutschen macht es demnach durchaus Spaß, ihre Wäsche zu waschen. Und sie haben gute Gründe dafür: Für rund 80 Prozent ist gute Kleiderpflege Voraussetzung, Kleidung länger tragen zu können. Und das spart Geld. Ebenso viele sind aber auch der Überzeugung, dass Textilien schon deswegen gut gepflegt werden sollten, damit sie nicht so schnell aussortiert werden müssen. Denn das belastet die Umwelt.

### **LG Studie zeigt: Wäschepflege ist Wohlfühlfaktor**

Die LG Studie zeigt, dass Wäschepflege für die Deutschen ein Wohlfühlfaktor ist: Für 98 Prozent ist es wichtig, dass Kleidung grundsätzlich gut gepflegt ist. Deshalb legen 97 Prozent der Frauen und 94 Prozent der Männer auch darauf Wert, dass ihre Kleidung leicht zu pflegen ist. Wichtiger ist 99 Prozent nur, dass Kleidung bequem ist und gut verarbeitet. Die Pflege der Wäsche ist fast immer Frauensache: 92 Prozent der Frauen geben an, im Haushalt dafür zuständig zu sein. Aber immerhin auch 51 Prozent der Männer behaupten dies von sich.

### **Qualität schlägt Preis**

Beim Kauf ihrer Kleidung achten die Deutschen mehr auf Qualität (97%) und Material (95%) als auf den Preis (94%). Modisch aktuell muss Kleidung für 53 Prozent der Frauen aber nur 39 Prozent der Männer sein. Dafür legen Männer mit 44 Prozent beim Kauf mehr Wert auf Marken als Frauen (38%). Individuelle Kleidung ist für 76 Prozent der Frauen und 61 Prozent der Männer wichtig.

## **Argument Umwelt**

Drei Viertel der Deutschen sind der Meinung, dass es an der Zeit sei, auch mit Kleidung so umzugehen, dass die Umwelt weniger belastet werde. Noch mehr lehnen es ab, Kleidung nach einmaligem Tragen wegzuerwerfen (85%). 52 Prozent ist es auch nicht egal, wo und unter welchen Umständen Kleidung gefertigt wird, solange der Preis günstig ist. In ihrer Beurteilung der Textil-Discounter sind die Deutschen dennoch uneinig: 36 Prozent kaufen dort nicht, weil es ihnen wichtig ist, dass Mindeststandards in der Produktion, bei der Vermarktung und der Qualität eingehalten werden. Für ein Drittel der Deutschen gilt dies nur eingeschränkt und 31 Prozent teilen diese Einstellung nicht.

Weitere Informationen zu LG finden Sie auch auf der [LG Homepage](#) und im [LG Pressecenter](#).

### **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 STAR Partner des Jahres 2016. Weitere Informationen zu LG Electronics finden Sie unter [www.LGnewsroom.com](http://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](http://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](http://www.lg.com).

Bildmaterial und weitere Informationen können bei der Presseagentur angefordert werden.

**Kontakt Presse:**

LG Electronics  
Deutschland GmbH  
Kai Thielen  
Head of Corporate Marketing  
Berliner Str. 93  
40880 Ratingen  
Tel.: 0 21 02 / 7008 - 340  
Fax: 0 21 02/ 7008 - 333  
eMail: [Kai.Thielen@lge.com](mailto:Kai.Thielen@lge.com)

LG-One  
Agentur  
Anne Klein/Josy König  
Lilienthalstraße 5  
82178 Puchheim  
Tel.: 089 / 800908 - 16  
Fax: 089 / 800908 - 10  
eMail: [josepha.koenig@lg-one.com](mailto:josepha.koenig@lg-one.com)