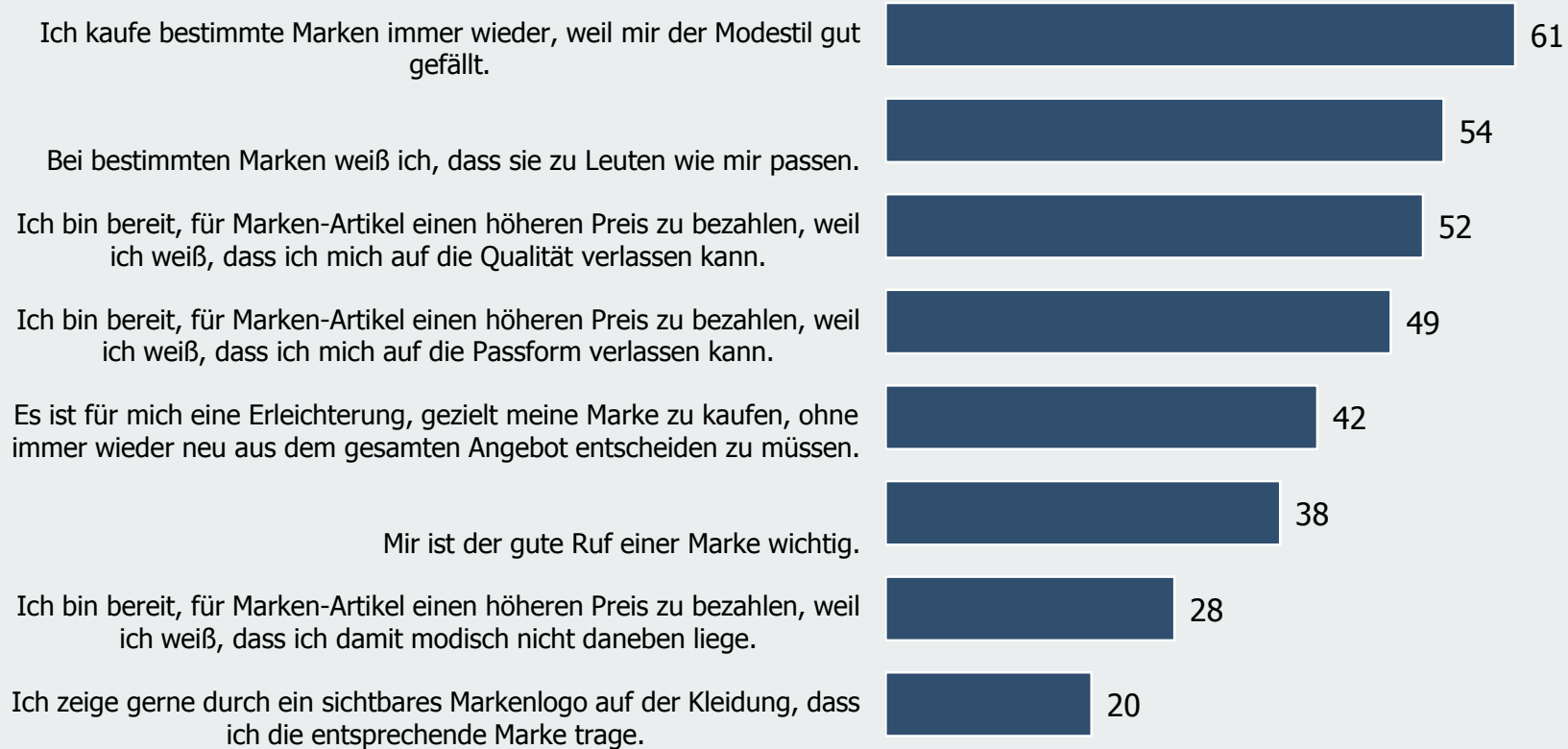


Der spezifische Modestil einer Marke ist das wichtigste Argument für Verbraucher, bestimmte Labels zu kaufen.

Zustimmung zu verschiedenen Aussagen über den letzten Bekleidungskauf

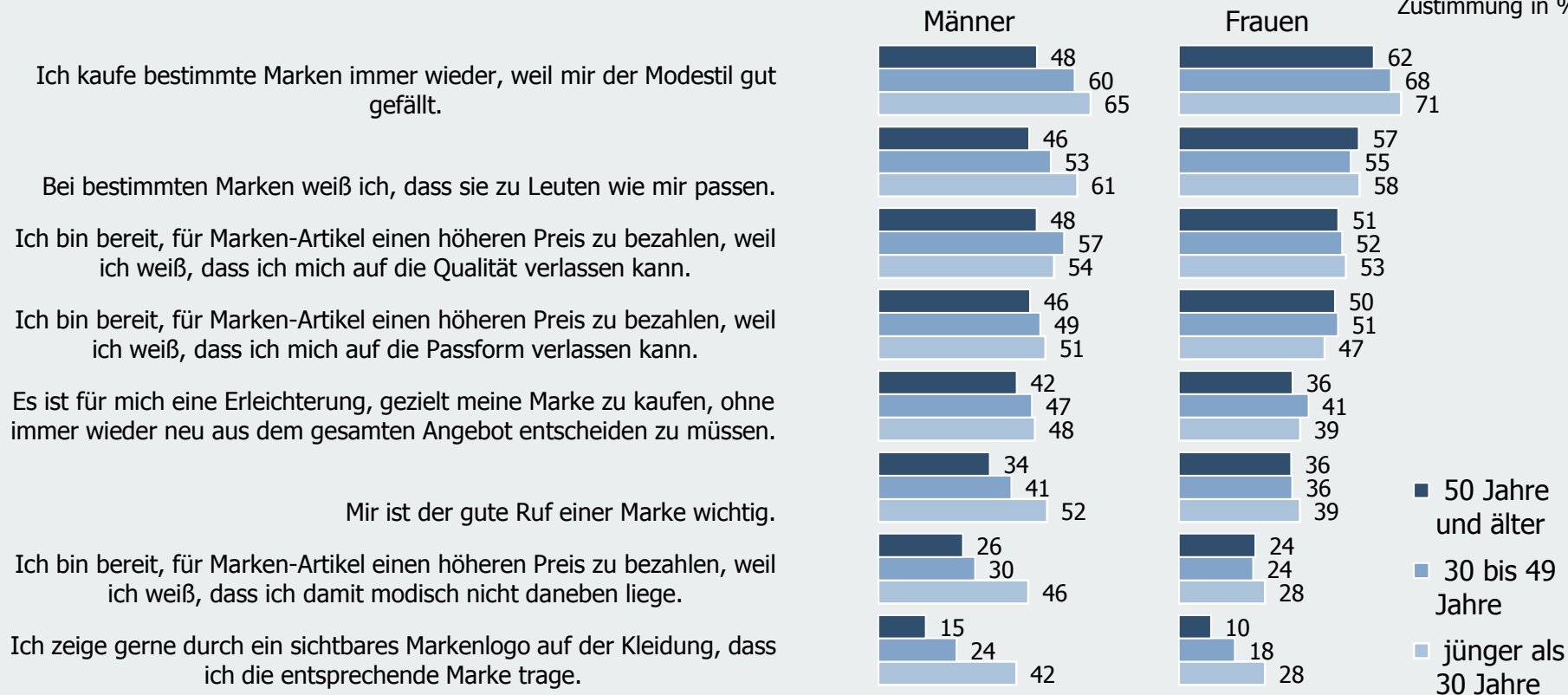
- Mehrfachnennungen möglich,
Zustimmung in % -



Junge Männer tragen lieber ein sichtbares Markenlogo als junge Frauen

Zustimmung zu verschiedenen Aussagen über den letzten Bekleidungskauf – nach Altersgruppe

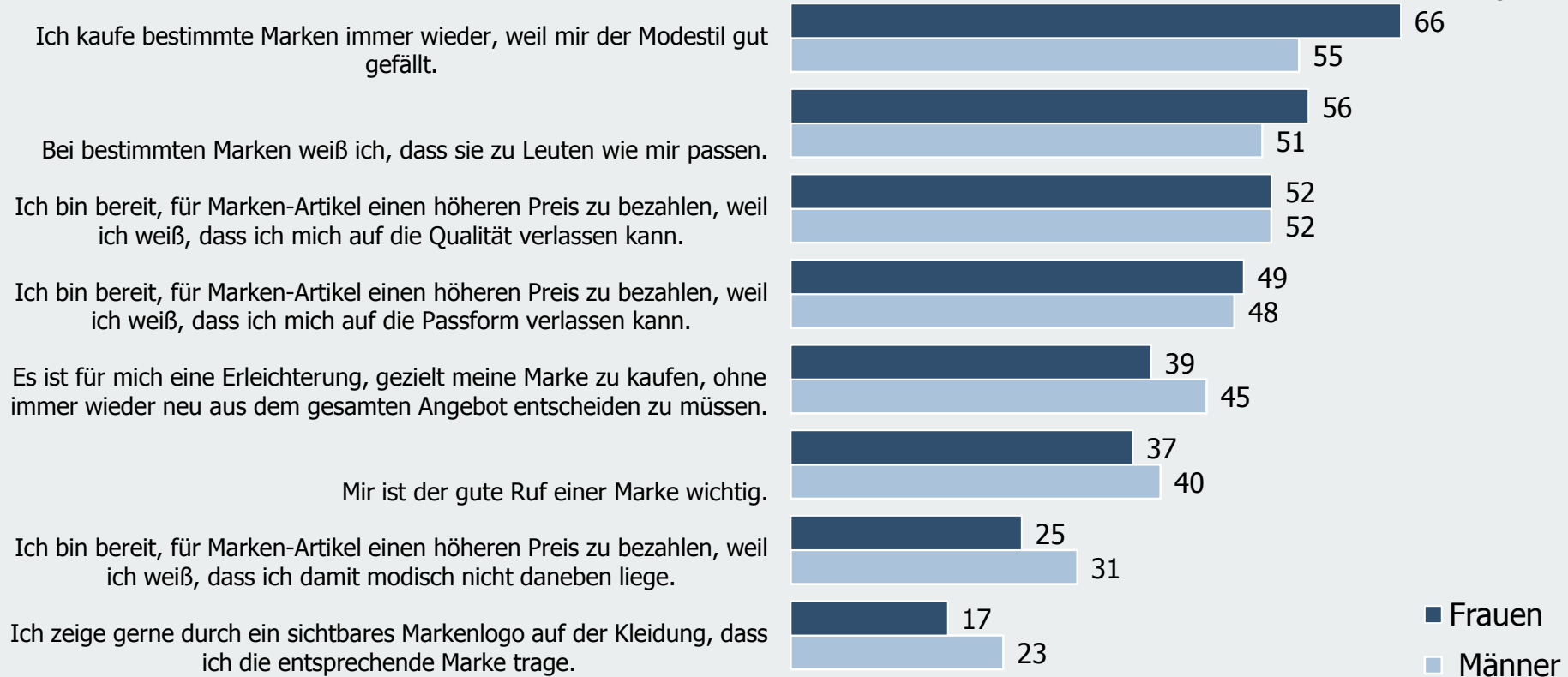
- Mehrfachnennungen möglich, Zustimmung in % -



Männer legen mehr Wert auf Markenlogo, modische Sicherheit und Einkaufserleichterung als Frauen.

Zustimmung zu verschiedenen Aussagen über den letzten Bekleidungskauf – nach Geschlecht

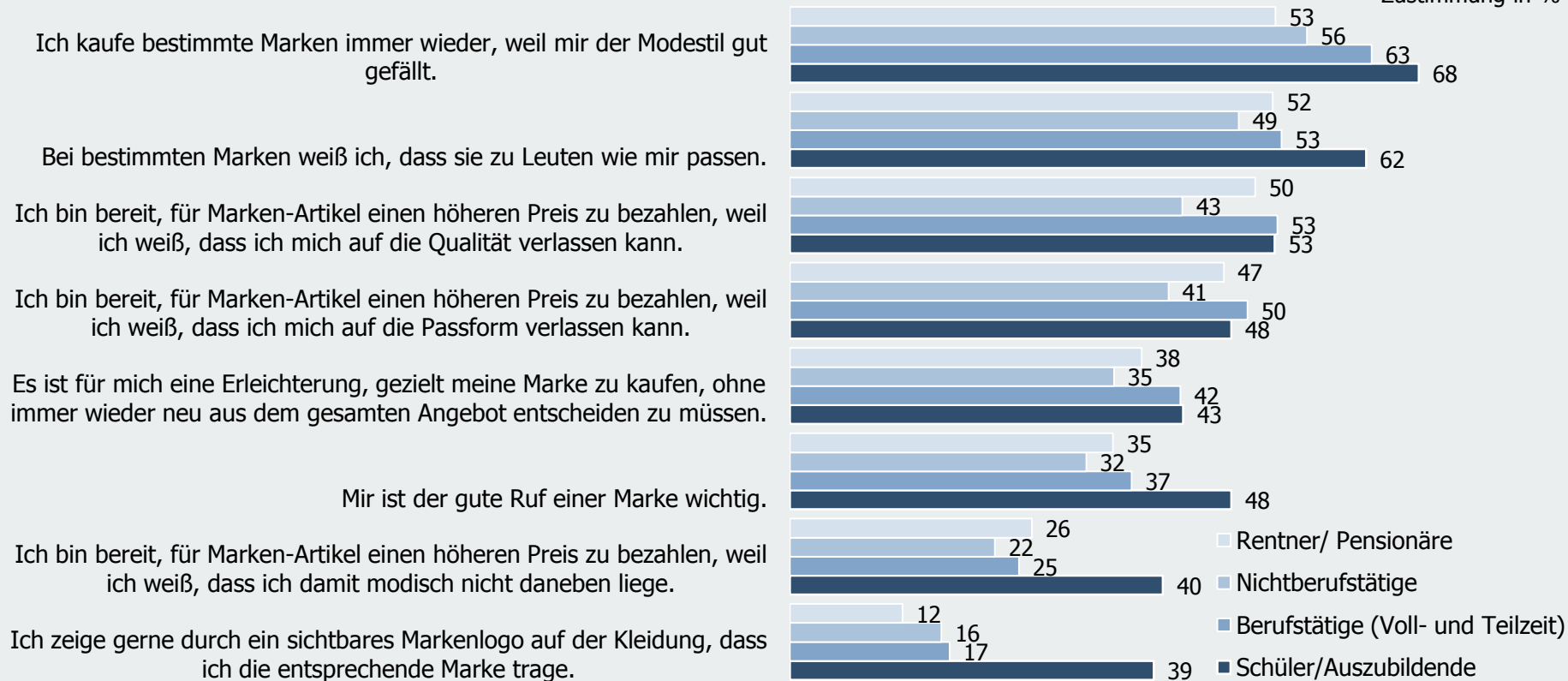
- Mehrfachnennungen möglich, Zustimmung in % -



Vor allem Schüler und Auszubildende legen großen Wert auf Logos und modische Sicherheit

Zustimmung zu verschiedenen Aussagen über den letzten Bekleidungskauf – nach Berufsgruppe

- Mehrfachnennungen möglich, Zustimmung in % -



Auch in den neuen Bundesländern sind die Menschen bereit, für Markenbekleidung mehr auszugeben

Zustimmung zu verschiedenen Aussagen über den letzten Bekleidungskauf – nach Bundesländern

- Mehrfachnennungen möglich, Zustimmung in % -

