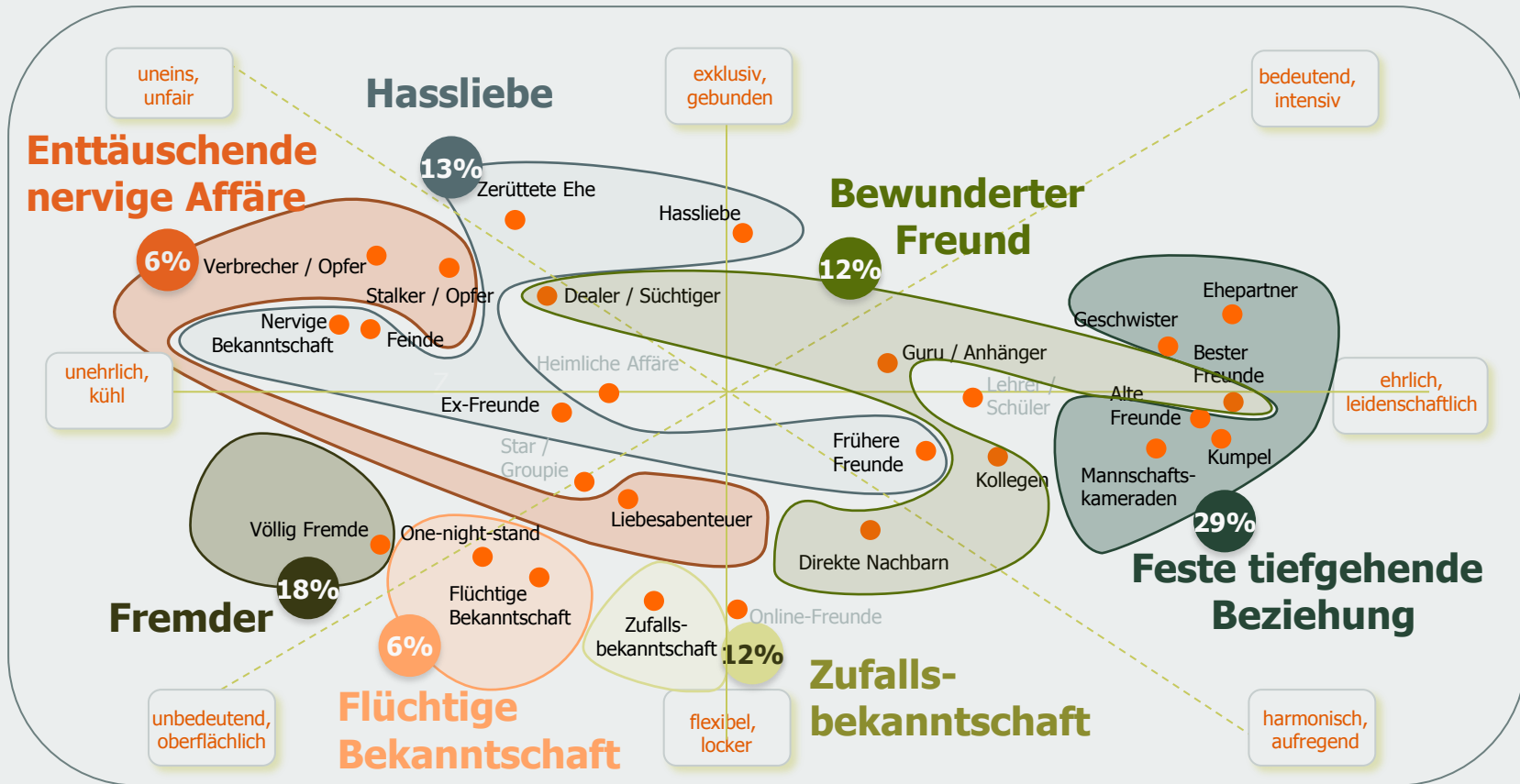
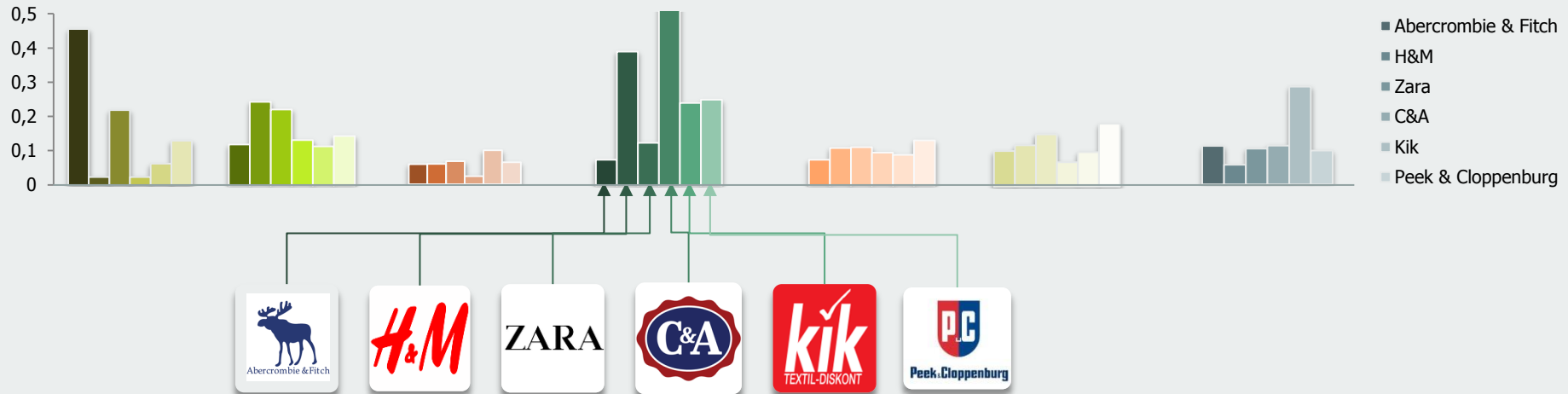


Im deutschen Modemarkt sind sieben Beziehungsmuster relevant

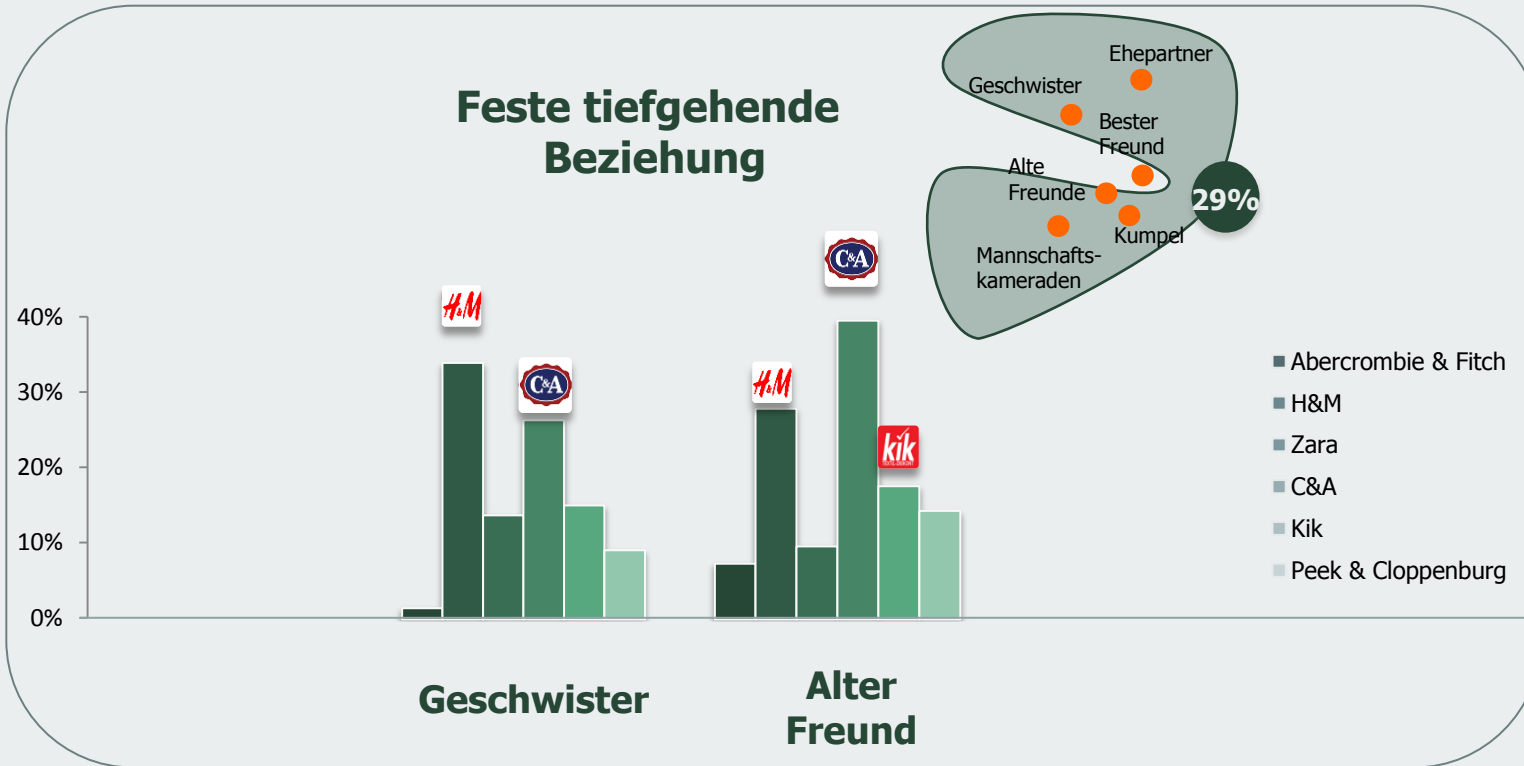


Vor allem H&M und C&A konnten eine feste, tiefgehende Beziehung zu ihren Kunden aufbauen.

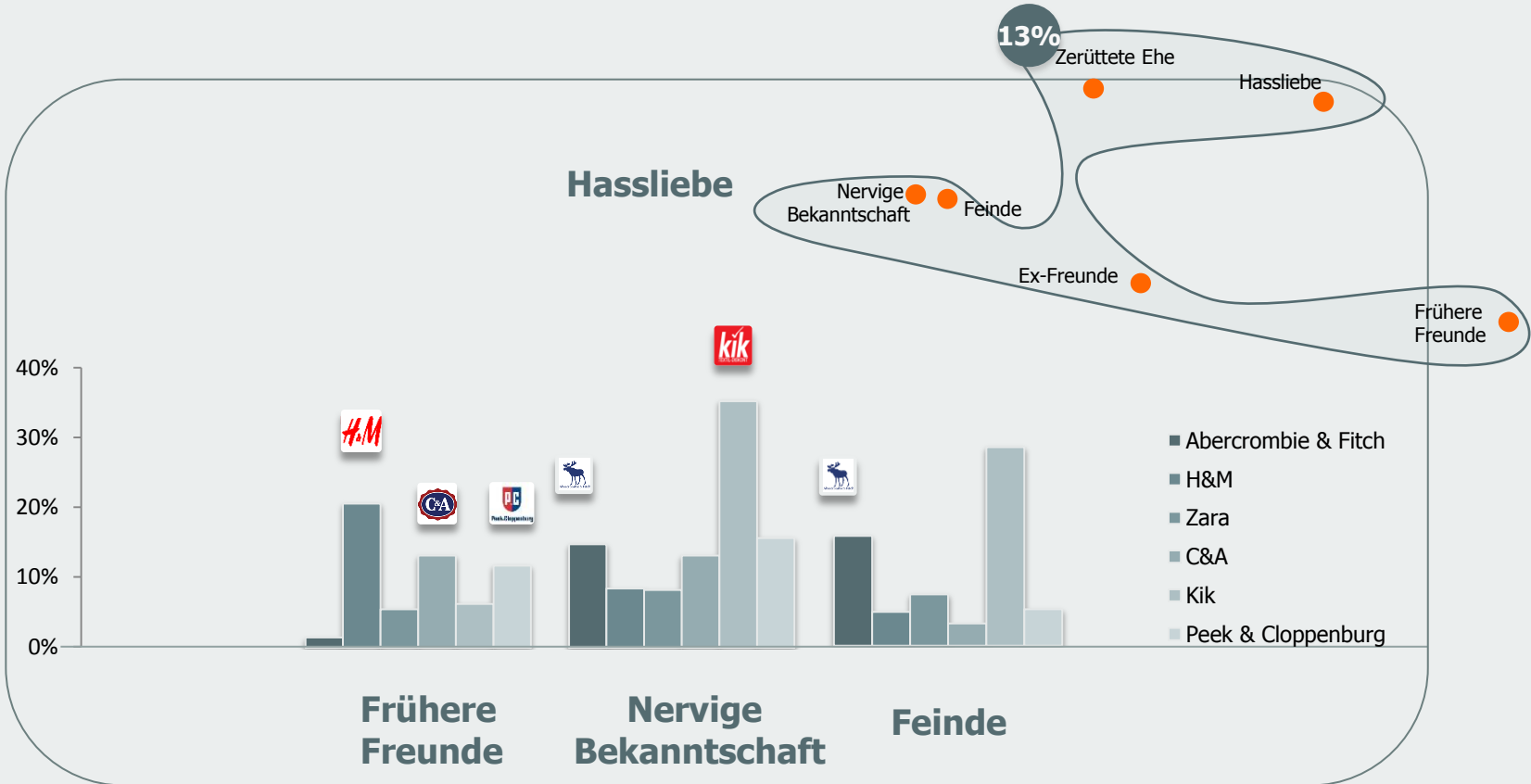
Fremder **Bewunderter Freund** **Enttäuschende nervige Affäre** **Feste tiefgehende Beziehung** **Flüchtige Bekanntschaft** **Zufallsbekanntschaft** **Hassliebe**



Die Deutschen sehen H&M als Familienmitglied. C&A wird eher als alter Freund wahrgenommen.

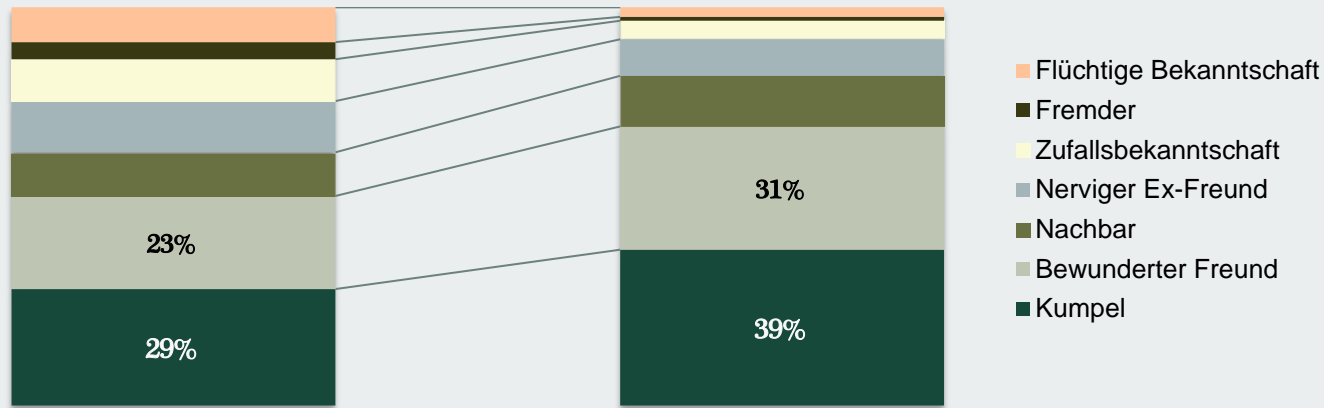


KiK wird besonders häufig mit einer nervigen Bekanntschaft verglichen.



Der Anteil der Kumpel ist bei den tatsächlichen Käufern der Marke höher als bei denen, die nur eine Vorauswahl getroffen haben.

Verteilung der Beziehungstypen über verschiedene Stufen der Consumer Journey



Relevant Set (zum Kauf erwogene Marken)

Kauf letzte 4 Wochen