



Pressemitteilung, 15. Juni 2023

GINETEX Verbraucherumfrage 2023: Wie sind die Pflegegewohnheiten bei Textilien in Europa?

GINETEX hat in Zusammenarbeit mit IPSOS die Ergebnisse der 4. Verbraucherumfrage zu den Pflegegewohnheiten in Europa veröffentlicht. Die aktuellen Ergebnisse betrachten die Pflegegewohnheiten in sieben europäischen Staaten: Deutschland, Italien, Spanien, Schweden, Vereinigtes Königreich, Tschechische Republik und Frankreich.

"Diese Verbraucherumfrage ist ein leistungsstarkes Instrument, das es uns ermöglicht, alle zwei Jahre die Trends der Pflegepraxis der Verbraucher in Europa zu verfolgen. Während Umweltaspekte weiterhin wichtig bleiben, beeinflusst die wirtschaftliche Situation die Gewohnheiten der Verbraucher bei der Pflege ihrer Kleidung etwas mehr", kommentiert Thomas Lange, Präsident von GINETEX.

DER WIRTSCHAFTLICHE FAKTOR, DER HAUPTGRUND FÜR DIE VERÄNDERTEN PFLIEGEGEWOHNHEITEN BEI TEXTILIEN

Die aktuelle wirtschaftliche Situation und die Umweltprobleme besorgen die befragten Verbraucher am meisten und tragen zu den Trends bei der Textilpflege bei. In Europa haben finanzielle Gründe Vorrang vor Umweltbelangen: 54 % der europäischen Bevölkerung werden bei der Pflege ihrer Textilien von finanziellen Gründen geleitet (plus 8 Punkte seit 2021), während 46 % der Bevölkerung von Umweltbelangen motiviert sind (minus 8 Punkte seit 2021).

Daher achten 9 von 10 Europäern auf die Temperatur, mit der sie ihre Textilien waschen, etwas mehr als die Hälfte davon aus finanziellen Gründen.



Im Einzelnen gibt es in Europa einige regionale Unterschiede:

- Die **Tschechische Republik** ist das Land, in dem die Bevölkerung am stärksten vom Wirtschaftsfaktor beeinflusst wird: 58 % der Bevölkerung entscheiden sich aus finanziellen Gründen für niedrige Temperaturen beim Waschen, verglichen mit durchschnittlich 46 % in Europa. Das **Vereinigte Königreich**, das besonders vom Preisanstieg betroffen ist, fällt hier ebenfalls auf, denn 50 % der Bevölkerung treffen die gleiche Wahl.
- Dagegen ist umweltbewusstes Verhalten in der Mentalität der **Deutschen und Franzosen fest verankert**, auch wenn trotzdem fast 40 % von ihnen ihre Wäsche aus finanziellen Gründen bei niedrigen Temperaturen waschen.

Gewohnheiten beim Trocknen

- Das Trocknen an der frischen Luft ist für eine sehr große Mehrheit der Befragten nach wie vor die gängigste Praxis: 79 % der Europäer trocknen ihre Wäsche an der frischen Luft, unabhängig von finanziellen oder ökologischen Gründen.
- In Europa befürworteten im Jahr 2021 46 % der Befragten aus rein finanziellen Gründen das Trocknen im Freien. Im Jahr 2023 ging dieser Wert deutlich zurück (minus 7 Punkte). Der Rückgang ist in allen untersuchten europäischen Ländern zu beobachten, mit Ausnahme von Frankreich und Schweden.

KAUFGEWOHNHEITEN IN EUROPA

Während die Coronapandemie 2019 die Kauffrequenz der Verbraucher verlangsamte, ist der Anteil der Europäer, die in den letzten 6 Monaten Kleidung gekauft haben, wieder auf das Niveau vor COVID zurückgekehrt (97 %, davon 39 % jeden Monat im Jahr 2023 gegenüber 35 % im Jahr 2019). Im Detail sind die Kauffrequenzen in Spanien (50 % Stammkäufer¹) und Italien (52 %) höher, während sie in Frankreich (32 %), Schweden (32 %) und der Tschechischen Republik (27 %) niedriger sind.

Bestimmte Kriterien werden für die Verbraucher beim Kauf von Textilien immer wichtiger: der Preis bleibt das wichtigste Kriterium, 59 % der Europäer berücksichtigen ihn beim Einkaufen; 51 % möchten bequeme Kleidung kaufen, während 20 % Kleidung bevorzugen, die leicht zu waschen ist. Schließlich hat sich in der Umfrage ein neues Kriterium herauskristallisiert: die "umweltfreundliche" Herkunft von Textilien, die 10 % der Europäer berücksichtigen. Bei den Deutschen sind es sogar 18 %.

DIE ZUNEHMENDE ROLLE VON PFLEGEETIKETTEN BEIM TEXTILEN EINKAUF

Die **Rolle der Pflegehinweise bei der Kaufentscheidung hat im Laufe der Jahre zugenommen**, für mehr als 6 von 10 Europäern sind Pflegehinweise wichtig (plus 5 % in Europa im Vergleich zu 2019), mit einem deutlichen Anstieg in Deutschland (72 %) und Italien (73 %).

Daher **kaufen 72 % der Europäer selten (oder nie) Kleidung ohne Pflegehinweise auf ihren Etiketten**. Der Anteil der Konsumenten, die dies regelmäßig tun, ist in den letzten Jahren leicht gestiegen (plus 3 Punkte im Vergleich zu 2019).



¹ Mindestens einmal im Monat oder sogar einmal pro Woche Kleidung kaufen

Diese Zahlen sind nicht erstaunlich, wenn man bedenkt, dass **73 % der Europäer die Pflegehinweise befolgen und 83 % von ihnen Etiketten und Symbole** bei der Pflege ihrer Textilien nützlich finden.

Die beiden Hauptgründe, warum europäische Verbraucher die Pflegehinweise befolgen, sind:

- um Probleme beim Waschen zu vermeiden.
- zum Erhalt der Kleidung.

Neben der Größe, die für 95 % der Europäer nach wie vor die wichtigste Information ist, sind Pflegehinweise und die Materialzusammensetzung die wesentlichen Informationen, die auf den Etiketten zu finden sind. 80 % der europäischen Bevölkerung sind der Meinung, dass diese Informationen auf dem Etikett angegeben werden müssen, eine Zahl, die in Italien sogar noch höher ist, wo 73 % der Bevölkerung diese Informationen beim Kauf von Kleidung für wichtig halten.

Eine weitere wichtige Erkenntnis ist die Bedeutung der Marke, die immer wichtiger wird. 45 % der europäischen Verbraucher achten auf die Marke – bis zu 4 Punkte mehr im Vergleich zu 2021 und besonders signifikant im Vergleich zu 2019 (plus 9 Punkte). Diese Zahlen steigen in Frankreich auf 48 %, im Vereinigten Königreich auf 56 % und in Italien auf 55 %.

Schließlich wird das Herkunftsland der Kleidung allmählich Teil der Mentalität: Die Hälfte der Franzosen achtet darauf, ebenso wie die Italiener (58 %) und die Deutschen (43 %), alle deutlich über dem europäischen Durchschnitt (38 %).

PFLEGEGEWOHNHEITEN AUF DER GANZEN WELT

Die IPSOS-Verbraucherumfrage für GINETEX untersuchte auch drei neue Länder: **Brasilien, Australien und Japan**. Hier sind die wichtigsten Erkenntnisse:

Pflegehinweise auf Etiketten

Pflegehinweise werden in vielen Ländern als wichtig erachtet. Die IPSOS-Verbraucherumfrage zeigt, dass 74 % der Australier, 86 % der Brasilianer und 77 % der Japaner Wert darauf legen, dass diese Anweisungen auf dem Pflegeetikett ihrer Kleidung angegeben sind.

Die richtige Menge Waschmittel verwenden

- Während 42 % der Europäer aus finanziellen Gründen die richtige Menge an Waschmittel verwenden, sind es bei den Japanern und Australiern bereits 49 %.
- 47 % der Europäer achten auf die richtige Dosierung **aus Umweltgründen**, bei den Brasilianern liegt diese Zahl bei 55 %.

Kaufgewohnheiten

Während 39 % der Europäer mindestens einmal im Monat Kleidung kaufen, sind es in Brasilien 57 % ! Die Japaner kaufen weniger regelmäßig ein, nur ein Viertel der Bevölkerung jeden Monat.

Über GINETEX:

GINETEX, die Internationale Vereinigung für die Pflegekennzeichnung von Textilien, wurde 1963 in Paris gegründet und hat ein international anwendbares Pflegekennzeichnungssystem für Textilien entwickelt, das darauf abzielt, Textilunternehmen und Verbraucher über die beste Pflege ihrer Textilien zu informieren. Die verwendeten Piktogramme sind eingetragene Warenzeichen und gleichermaßen Eigentum von GINETEX und COFREET. GINETEX fördert die Verwendung der Symbole weltweit und stimmt seine technischen Inhalte weltweit ab – was für die Definition und Anwendung des Pflegekennzeichnungssystems unerlässlich ist. Heute zählt GINETEX 22 Mitgliedsländer.

Pressekontakte

MAARC Agentur

Jade SYCHAREUN – jade.sychareun@maarc.fr – + 33 6 99 66 13 83

Victoria BAREILLE – victoria.bareille@maarc.fr – + 33 6 70 73 01 73



Kontaktieren Sie GINETEX

Pascale FLORANT – Generalsekretärin – p.florant@ginetex.net - +33 1 47 56 31 71

www.ginetex.net

www.clevercare.info