



Pressemitteilung  
Paris, 28. April 2025

## GINETEX Verbraucherumfrage 2024: Textilpflegegewohnheiten in Europa

GINETEX hat in Zusammenarbeit mit IPSOS die Ergebnisse der 5. Verbraucherumfrage zu den Textilpflegegewohnheiten in Europa veröffentlicht. Die aktuellen Ergebnisse betrachten die Pflegegewohnheiten in sieben europäischen Staaten: Deutschland, Italien, Spanien, Schweden, Vereinigtes Königreich, Tschechische Republik und Frankreich.

- 82 % der europäischen Verbraucher halten Pflegehinweise für wichtig.
- 75 % halten zusätzliche schriftliche Erklärungen auf dem eingenähten Etikett für sehr nützlich und 58 % lehnen die Digitalisierung der Pflegehinweise ab.
- 52 % der Europäer kaufen mindestens alle sechs Monate Secondhand-Kleidung, wobei es erhebliche Unterschiede zwischen den Ländern gibt (62 % im Vereinigten Königreich gegenüber 46 % in Deutschland). 96 % kaufen mindestens alle sechs Monate neue Kleidung.
- Der Preis bleibt für 62 % der Verbraucher der wichtigste Faktor (plus 3 Prozentpunkte gegenüber 2023), aber auch die Produktqualität gewinnt zunehmend an Bedeutung (55 % im Jahr 2025 gegenüber 52 % im Jahr 2023).
- 76 % der Verbraucher interessieren sich für die Zusammensetzung der Kleidung und 63 % bevorzugen Nachhaltigkeit berücksichtigende Pflegehinweise.

### Auf dem Weg zu einem neuen Pflegekennzeichnungsmodell?



Das Pflegeetikett ist ein zentraler Bestandteil, die Verbraucher bei der Pflege ihrer Kleidung zu unterstützen, und wird ständig weiterentwickelt, um den veränderten Erwartungen der Europäer gerecht zu werden. Ob Vereinfachung, die Einführung neuer Symbole oder die Integration digitaler Tools – es gibt verschiedene Möglichkeiten, seine Wirksamkeit und Lesbarkeit zu verbessern.

In den sieben befragten Ländern halten 75 % der Befragten schriftliche Anweisungen neben den Symbolen für sehr nützlich. Besonders stark ist dieser Wunsch im Vereinigten Königreich (83 %), Italien (83 %) und Spanien (82 %). Dieser Bedarf ist bei empfindlichen Textilien noch ausgeprägter: Über 80 % der Europäer wünschen sich zusätzliche schriftliche Informationen zum Schutz ihrer Kleidung.

Während sich Verbraucher mehr Klarheit und ein besseres Verständnis des Pflegeetiketts wünschen, sind die Vorbehalte gegenüber dessen Digitalisierung stärker ausgeprägt. So glauben 58 % der europäischen Verbraucher, dass die Übertragung der Pflegehinweise auf ein digitales Etikett die Befolgung der Pflegehinweise beeinträchtigen würde. In Italien ist diese Zurückhaltung (63 %) am stärksten ausgeprägt. Diese Beobachtung ist umso bedeutsamer, da jüngere Generationen, die stärker digital geprägt sind, dieser Entwicklung besonders kritisch gegenüberstehen.

Diese Ergebnisse zeigen, dass die Verbraucher ein besser lesbares und zugängliches Etikett stark befürworten und gleichzeitig die Bedeutung der Beibehaltung eines physischen Formats betonen, das als wesentlicher Bestandteil für die Pflege von Kleidung angesehen wird.

## Secondhand: Ein Trend der jüngeren Generation



Der Secondhand-Markt ist ein schnell wachsendes globales Phänomen, das maßgeblich von der Modebranche gefördert wird. Laut einer Tripartie-Umfrage ist dieser Markt weltweit mittlerweile mehr als 128 Milliarden Euro wert.

Diese Dynamik ist Teil eines breiteren europäischen Trends: Mehr als die Hälfte der Verbraucher in den sieben befragten Ländern gibt an, mindestens alle sechs Monate Secondhand-Kleidung zu kaufen.

Dieser Paradigmenwechsel wird vor allem von der jüngeren Generation vorangetrieben, die sich stärker für Umweltthemen und verantwortungsvollen Konsum interessiert. So sind 70 % der Secondhand-Käufer zwischen 18 und 24 Jahre alt, 65 % zwischen 25 und 34 Jahren. Ab 45 Jahren sinkt dieser Anteil deutlich: Nur 43 % der 45- bis 59-Jährigen folgen diesem Trend.

Die zunehmende Verbreitung von Plattformen und Apps für zirkuläre Mode trägt zu diesem Boom bei, indem sie den Kauf zugänglicher und attraktiver macht. Dieser Trend ist zwar in allen untersuchten Ländern zu beobachten, es gibt jedoch gewisse nationale Unterschiede. Besonders bemerkenswert sind die Zahlen für das Vereinigte Königreich: 62 % der Briten kaufen mindestens alle sechs Monate Secondhand-Kleidung, verglichen mit 46 % in Deutschland, wo dies eher eine Randerscheinung ist. Obwohl Second-Hand-Waren bei der jüngeren Generation zunehmend Anklang finden, stellt dies nicht die Bedeutung neuer Waren im Konsumverhalten der Europäer infrage: 96 % von ihnen kaufen mindestens alle sechs Monate neue Kleidung.

## Kaufkriterien orientieren sich vor allem an wirtschaftlichen Überlegungen



Für 62 % der europäischen Verbraucher ist der Preis weiterhin ein entscheidendes Kriterium bei der Auswahl von Kleidung (gegenüber 59 % im Jahr 2023). In Italien ist dieser Trend am stärksten ausgeprägt: 76 % der Befragten geben den Preis beim Kauf als eine ihrer Prioritäten an.

Darüber hinaus ist das Preis-Leistungs-Verhältnis für 56 % der europäischen Verbraucher ein wichtiges Kriterium. Dies spiegelt den Wunsch wider, Kaufkraft mit nachhaltigen Produkten in Einklang zu bringen. In Deutschland (64 %) und Italien (60 %) ist dieser Wert sogar noch höher.

Während die Qualität der Kleidung in ganz Europa (55 % im Jahr 2025 gegenüber 52 % im Jahr 2023) bei der Wahl der Kleidung immer wichtiger wird, insbesondere im Vereinigten Königreich, wo dieser Wert auf 63 % steigt, ist dieses Kriterium bei tschechischen (47 %) und französischen (50 %) Verbrauchern weniger wichtig. Dieser Trend lässt sich durch die Bedeutung des Preis-Leistungs-Verhältnisses bei den Kaufentscheidungen einiger europäischer Verbraucher erklären, aber auch durch den Aufstieg der Ultra-Fast-Fashion, die die Erwartungen der Verbraucher hinsichtlich der Schnellebigkeit von Kollektionen und der Verfügbarkeit von Produkten neu definiert.

## Textilpflege im Alltag: Pflegehinweise und Materialangabe unter der Lupe

Als Maßstab bietet das Etikett wichtige Informationen, die Verbrauchern bei der täglichen Pflege ihrer Kleidung und Textilien helfen. Drei Informationen stechen bei den befragten Verbrauchern besonders hervor:

- In den sieben untersuchten Ländern halten 82 % der Verbraucher Pflegehinweise für ein wichtiges Kriterium auf Etiketten. Dieser Wert ist seit 2023 (80 %) leicht gestiegen, vor allem in Italien (86 %) und Schweden (84 %).
- 76 % der Europäer achten auf die Zusammensetzung von Textilien. Dieser stabile Wert spiegelt den Wunsch nach einem besseren Verständnis der verwendeten Materialien und Fasern wider, da Transparenz zu einem wichtigen Auswahlkriterium geworden ist.
- Schließlich wächst auch das Interesse an Nachhaltigkeit berücksichtigenden Pflegehinweisen. In Europa halten 63 % der Verbraucher diese Informationen für wichtig. Dieser Wert ist in Deutschland (46 %) und der Tschechischen Republik (43 %) niedriger.

Schließlich beeinflusst auch der wirtschaftliche Kontext die Wasch-, Trocknen- und Bügelgewohnheiten. Manche Praktiken werden heute eher aus wirtschaftlichen Gründen als aus Umweltgründen übernommen:

- 86 % der Verbraucher achten zwar auf die richtige Dosierung des Waschmittels, doch mehr als die Hälfte tut dies vor allem, um Geld zu sparen, während 33 % dies aus ökologischen Gründen tun.
- Eine sehr große Mehrheit (84 %) bevorzugt das Waschen bei niedrigen Temperaturen, 55 %, um ihre Energiekosten zu senken (im Vergleich zu 29 %, die dies tun, um ihre Umweltbelastung zu reduzieren).
- Beim Trocknen lassen 65 % der Europäer ihre Wäsche draußen trocknen, 42 % tun dies, um Geld zu sparen, und 23 % aus Umweltgründen.
- Die Gewichtung wirtschaftlicher Aspekte ist in der Tschechischen Republik am ausgeprägtesten, während Umweltaspekte in Deutschland und Schweden wichtiger sind.

*Diese Umfrage wurde von Ipsos im Auftrag von GINETEX vom 2. bis 11. Dezember 2024 durchgeführt. Die Umfrage umfasste 7.000 Personen, d. h. jeweils 1.000 Befragte in den sieben untersuchten Ländern: Frankreich, Vereinigtes Königreich, Deutschland, Italien, Spanien, Schweden und Tschechien. Die Stichprobe, bestehend aus Personen zwischen 18 und 65 Jahren, wurde nach dem Zufallsprinzip aus dem Ipsos-Panel rekrutiert und nach dem Quotenverfahren ausgewählt, um eine Repräsentativität der nationalen Bevölkerung hinsichtlich des Geschlechts, Alters und der Region zu gewährleisten. Die Umfrage wurde online durchgeführt.*

### 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

Adrien Jibidar - Junior Consultant  
adrien.jibidar@maarc.fr – 06 95 46 31 43  
Ando Razakarisoa - Senior Consultant  
ando.razakarisoa@maarc.fr – 09 72 22 00 68

#### GINETEX

Pascale FLORANT - General Secretary - 01 47 56 31 71  
p.florant@ginetex.net | www.ginetex.net | www.clevercare.info  
Die MEIN PFLEGEETIKETT App kann im App Store oder bei Google Play heruntergeladen werden.



