

# „MARKENATLAS® MODE“

Online-Befragung von



**2.000 Modekäufern  
in Deutschland**

zu ihren **Werten** und der  
**Markenstärke** der wichtigsten  
Modeanbieter



**75%** kaufen im stationären  
Mode-Handel



**70%** kaufen online



**68%** kaufen im Lebens-  
mittel-Discounter

**22%**



achten darauf,  
dass eine  
Modemarke  
**nachhaltig**  
wirtschaftet

**Besonders wichtig sind**



für **58%** eine hohe **Produktqualität**



für **57%** eine lange **Haltbarkeit**



für **41%** eine **sympathische Marke**

**Aldi** erreicht mit **61%** die **höchste Reichweite** beim Kauf von Bekleidung 

**Adidas** ist mit **47%** die **sympathischste Marke** 

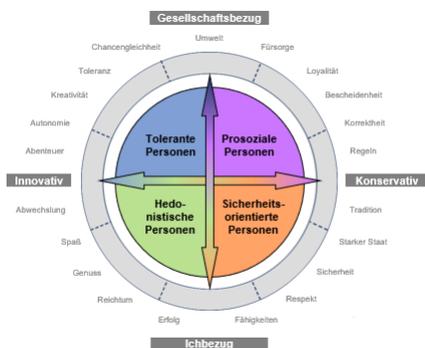
**37%** aller Modekäufer sprechen  
**Adidas** und **Amazon** die  
höchste **Produkt- und  
Servicequalität** zu

**12%** sehen **Birkenstock** als  
Marke, die besonders  
**nachhaltig** wirtschaftet

**38%** bewerten **Amazon** als  
besonders **zukunftsicher**

**28%** beurteilen **Adidas** als  
**vertrauenswürdige** Marke  
und

**40%** als Marke, die sie **lange  
zufriedenstellt**



**Adidas** spricht alle Wertetypen gleichermaßen an  
**Bader** wird von prosozialen Personen geschätzt  
**Trigema** mögen speziell die Sicherheitsorientierten  
**Gucci** ist primär bei den Hedonisten zu finden  
**Birkenstock** favorisieren tolerante Personen