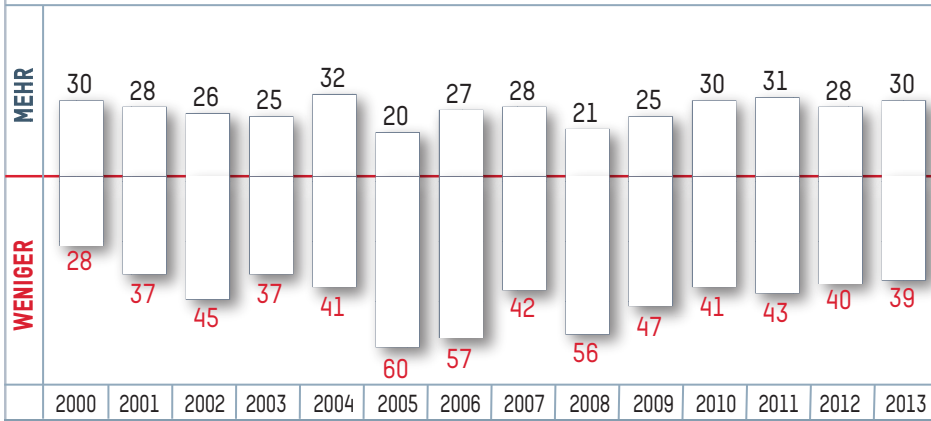


SPARER IN DER ÜBERZAHL

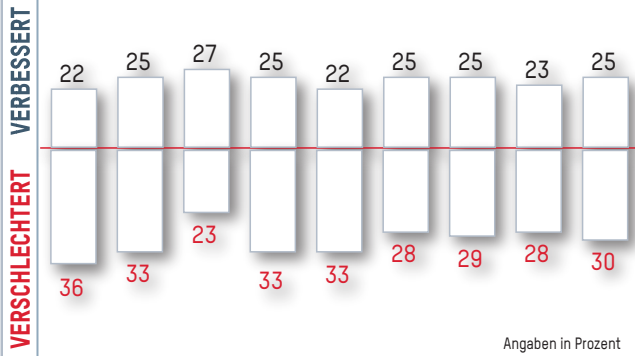
Anteil der Befragten, die im kommenden Jahr **mehr** bzw. **weniger** Geld für Bekleidung ausgeben wollen
Angaben in Prozent



Quelle: TW-Kundenmonitor 2000 bis 2013

EHER SCHLECHTER ALS BESSER

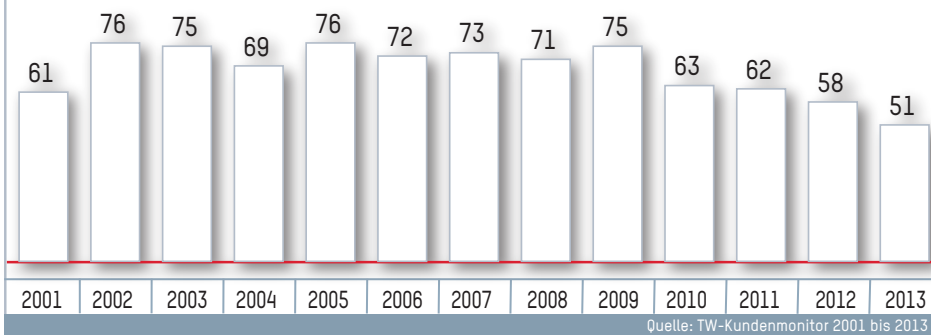
Zustimmung zur Aussage „Die Einkaufsmöglichkeiten für Bekleidung an meinem Ort haben sich in diesem Jahr verschlechtert bzw. verbessert“



Quelle: TW-Kundenmonitor 2005 bis 2013

BEKLEIDUNGSPREISE SIND GROSSTEIL ZU HOCH

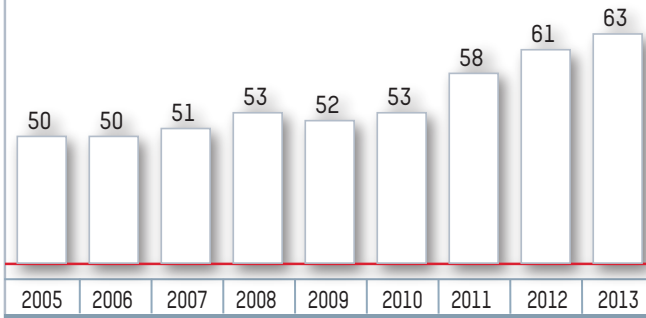
Zustimmung zur Aussage „Bekleidung ist allgemein zu teuer - sie sollte generell billiger werden.“
Angaben in Prozent



MEHR ONLINEKÄUFE GEPLANT

Zustimmung zur Aussage „Ich werde mir voraussichtlich (auch) nächstes Jahr Bekleidung über das Internet kaufen“

Angaben in Prozent

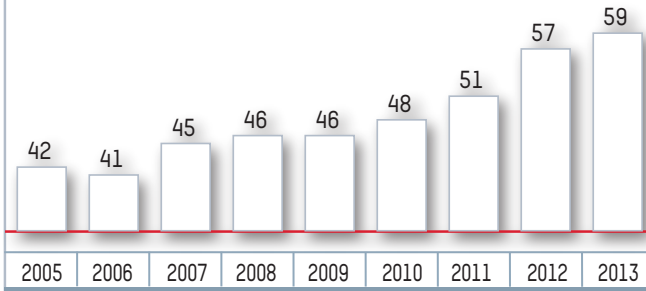


Quelle: TW-Kundenmonitor 2005 bis 2013

MODEKAUF IM INTERNET WEITER BELIEBT

Zustimmung zur Aussage „Ich habe dieses Jahr Bekleidung über das Internet gekauft“

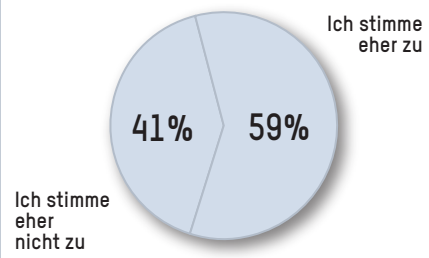
Angaben in Prozent



Quelle: TW-Kundenmonitor 2005 bis 2013

BOYKOTT NACH UNGLÜCKEN

Der Aussage: Bei Bekleidungsunternehmen, von denen in der Presse über die Nichteinhaltung von Sozialstandards in deren Zulieferbetrieben berichtet wird, kaufe ich nicht mehr ein

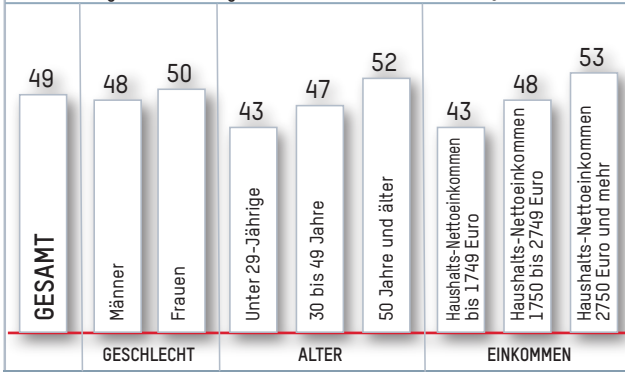


Quelle: TW-Kundenmonitor

LUST AUF QUALITÄT

Zustimmung zu der Aussage „Ich werde zukünftig weniger, aber dafür hochwertigere Bekleidung kaufen“

Angaben in Prozent



Quelle: TW-Kundenmonitor