

Pressemitteilung

Solingen, im Juni 2015

Qualität statt Masse: 81 Millionen Hemden liegen ungenutzt in deutschen Kleiderschränken

Studie zeigt, durchschnittlich besitzen Männer 15,5 Hemden

Zu kompliziert zu bügeln, zu auffällige Farbe, der Kragen zu eng - Gründe gibt es viele für ungenutzte Hemden im Kleiderschrank. In einer Umfrage des Hemdenspezialisten Walbusch geben sieben von zehn Männern an, Hemden im Schrank zu haben, die sie nie oder selten tragen. Im Durchschnitt sind 16 Prozent ihres Hemdenbestandes „Kleidungsleichen“, 2,5 Hemden pro Mann. Damit liegen bundesweit insgesamt etwa 81 Millionen Hemden ungenutzt in den Kleiderschränken deutscher Männer.

„Es ist schade, wenn die Hemden verstauben. Denn wenn sie getragen werden, geben sie ihrem Besitzer ein gutes Gefühl. Jeder zweite Mann fühlt sich laut unserer aktuellen Studie mit Hemd immer gut angezogen“, kommentiert Dr. Bert Hentschel, Walbusch-Geschäftsführer für Einkauf und Vertrieb. Jeder dritte Mann findet Hemden lässig. 23 Prozent verleiht die Oberbekleidung Selbstbewusstsein und Souveränität. Weil sie damit bei jedem Anlass richtig liegen, haben Männer auch etwa gleich viele Hemden für Job und Freizeit griffbereit.

Durchschnittlich 15,5 Hemden hat der deutsche Mann in seinem Schrank. Damit sind Hemden sogar noch beliebter als andere Oberteile wie Pullover oder Shirts: 98 Prozent der deutschen Männer haben Hemden im Kleiderschrank. „Männer lieben Hemden – sogar mit steigender Tendenz. Vor 20 Jahren waren durchschnittlich noch zwei Hemden weniger im Kleiderschrank“, sagt Hentschel. „Und die zusätzlichen Hemden werden mit größerem Modebewusstsein gewählt, denn die Zahl der ungenutzten Kleidungsstücke nimmt ab.“

Die Freude am Hemd soll anhalten und die Zahl der Hemdenleichen weiter sinken. Noch wählt jeder zweite Mann sein Hemd ganz spontan aus. 29 Prozent greifen bei einem günstigen Angebot zu. Deshalb rät Dr. Bert Hentschel: „Der Hemdenkauf will überlegt sein. Wer auf gute Passform und Qualität statt Masse setzt, steigert auch sein Lebensgefühl. Das Hemd sollte gut sitzen und die richtige Basis für ein gutes Outfit sein, ob mit Jeans oder dem Businessanzug. Bügelfreiheit macht sie nach dem Waschen schnell wieder einsetzbar.“

Weitere Informationen zur Studie:

Die komplette Studie kann bei Walbusch kostenlos angefordert werden, ebenso stehen eine Infografik und Bildmaterial im Presseservice zum Download zur Verfügung.

Für die Walbusch-Studie 2015 „Männer, Hemden und Gefühle“ zur Männermode wurden 1.000 Männer ab 18 Jahren online befragt. Die im April 2015 erhobene Studie ist repräsentativ für die männliche deutsche Bevölkerung.

Mehr zu Walbusch.

Das Familienunternehmen mit Sitz in Solingen spricht qualitätsbewusste Kunden an, die Wert auf hochwertige und bequeme Kleidung legen. Der Schwerpunkt der Kollektion liegt auf sportlicher Männermode. Ausgangspunkt für die Outfits ist in der Regel das Hemd: „Gute Hemden. Gute Outfits.“ Walbusch bietet den kompletten Service eines Multi-Channel-Anbieters: Neben der Auswahl aus dem monatlich erscheinenden Katalog können Kunden auch über den Online-Shop bestellen oder eines der Fachgeschäfte vor Ort besuchen. Bundesweit gibt es mittlerweile 43 Walbusch-Fachgeschäfte. Neben der Marke „Walbusch“ gehören zur Unternehmensgruppe die Outdoormarke „Klepper“, die Herren-Modemarke „Mey & Edlich“ sowie der Gesundheitsversand „Avena“. Das mittelständische Unternehmen erzielte 2014 einen Umsatz von rund 325 Millionen Euro und beschäftigt knapp 1000 Mitarbeiter.

Pressekontakt:

Walbusch GmbH & Co. KG, Martinstraße 18, 42646 Solingen

Andrea Kluit

Telefon: 0212-2060 141

Telefax: 0212-2060 123

E-Mail: andrea.kluit@walbusch.de

Webseite: www.walbusch.de/presse