

Pressemitteilung

Solingen, im Juli 2015

Partnerin schlägt Promi: 40 Prozent der deutschen Männer vertrauen in Modefragen der Frau an ihrer Seite

Zwei Drittel der Herren lassen sich von anderen beeinflussen, wenn sie Hemden oder Sakkos kaufen. Die größte Rolle spielt dabei für vier von zehn Männern die Partnerin. „Der Mann entscheidet, dass gekauft wird, die Frau entscheidet, was gekauft wird“, sagt Christian Busch, Gesellschafter und Geschäftsführer beim Hemdenexperten Walbusch. Das heißt jedoch nicht, dass Männer blind der weiblichen Meinung folgen. 32 Prozent passen ihr Styling den Vorlieben des Freundeskreises an. Auch Trendsetter haben mit ihrem Stil Einfluss auf die Bekleidungswahl. Jeder fünfte Mann lässt sich von modischen Vorbildern zu einer neuen Hemdfarbe oder Kombinationsmöglichkeit inspirieren. Das sind Ergebnisse einer repräsentativen Befragung von 1.000 Männern zu Lifestyle- und Modethemen im Auftrag des Hemdenspezialisten Walbusch.

Sportler inspirieren

Eine weitere Erkenntnis der Studie: Sportstars, Sänger und Schauspieler sind für jeweils zwölf Prozent der entscheidende Ratgeber für den eigenen Look. Der Einfluss von Prominenten auf die Wahl von Hemd, Sakko oder Shirt ist besonders bei Männern unter 40 Jahren stärker verbreitet. Beispielsweise lassen sich 24 Prozent der 18– bis 29-Jährigen von Sportstars wie Fußballern und Trainern die modische Richtung vorgeben. 23 Prozent der 30 bis 39-Jährigen vertrauen in Stilfragen Schauspielern. Die eigene Mutter kann sich dagegen bei Männern kaum mit ihrem modischen Geschmack durchsetzen.

Der Norden macht blau

Die Partner und Prominenten raten offenbar vor allem zu dezent gemusterten Hemden. 23 Prozent der Männer haben in ihrem Kleiderschrank vor allem diese Variante hängen. „Der Trendtipp sind grafische Druckdessins – markant ausgeprägt sind sie ideal zur Jeans, minimalistisch und dezent passen sie hervorragend zum Anzug“, erläutert Modeexperte Dr. Bert Hentschel, Walbusch-Geschäftsführer für Einkauf und Vertrieb. „Neben dezenten Mustern dominieren Blautöne, denn diese liegen auf Platz zwei der Lieblingsstyles der Deutschen.“ Besonders im Norden Deutschlands sind die traditionellen Farben gefragt. In Hamburg und Schleswig-Holstein trägt etwa jeder dritte Mann blaue Hemden, 20 Prozent

bevorzugen schlicht weiß. Aktuelle Modefarben wie Orange oder Großkariert trauen sich die Norddeutschen seltener zu. Weiter östlich ist man mutiger. Drei von zehn Männern in Bundesländern wie Thüringen und Sachsen gehen in Trendfarben auf die Straße. Im Süden und Westen Deutschlands wird fast alles getragen, mit einer Tendenz zu Modefarben und dezent gemusterten Hemden.

Junge Männer tragen figurbetont

Junge Männer unter 30 Jahren mögen besonders schmal geschnittene Hemden. Fast jeder Dritte der Altersgruppe trägt am liebsten „Slim fit“. Männer mittleren Alters hingegen mögen es beim Schnitt eher bequem, setzen dafür aber Akzente mit Trendfarben. Denn: Für immerhin 22 Prozent der deutschen Männer sind Hemden ein modisches Statement.

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-Filialen. 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