



Repräsentative Online-Befragung
Fair Fashion: Shoppst du noch, oder mietest du schon?

- Jede fünfte Frau würde ihren eigenen Kleiderschrank mit Mietmodellen bestücken
- Weniger als 10 Prozent der Befragten haben aber tatsächlich bereits Kleidung gemietet
- Befragung unter 800 Frauen im Alter von 25 bis 49 zur Vermietung von Kleidung

Hamburg, 19. Februar 2020 Wie stehen deutsche Konsumentinnen zum Trendthema nachhaltigen Kleidermiete? Fakt ist: Die Altkleiderberge sind kaum noch zu beherrschen, eine Million Altkleider werden jedes Jahr in Deutschland entsorgt*. Eine Lösung könnte das Mieten von nachhaltig produzierter und qualitativ hochwertiger Kleidung sein. Die Kleidung bleibt lange im Umlauf und die Kundinnen haben - ohne Impulskauf - Abwechslung im Kleiderschrank.

Zeichnet sich also bereits ein Trend zur Miete ab? Tchibo Share befragte im Dezember 2019 in einer repräsentativen Online-Umfrage 800 Frauen zwischen 25 und 49 Jahren, die mit mindestens einem Kind unter 12 Jahren im Haushalt leben.

Jede vierte der Befragten interessiert sich generell dafür, Kleidung und Möbel für ihre Kinder zu mieten. Ihren eigenen Kleiderschrank würde immerhin jede fünfte mit Mietmodellen bestücken.

Soweit die Idee. In die Tat umgesetzt und gemietet haben allerdings weniger als 10 Prozent der Befragten. Ebenso hatte nur jede zehnte schon einmal eine Kleidertauschparty besucht, aber immerhin 49 Prozent hätten Interesse daran, an einer Kleidertauschparty teilzunehmen.

*Quelle:FairWertung



Fehlt also nur der erste Kick und der erste Klick, um Produkte nachhaltiger als Mietmodell zu nutzen? Denn Fakt ist: die wenigen Frauen, die bereits mieten oder teilen, sind sehr zufrieden.

Moderatorin und Buchautorin Janine Steeger: „Sharing ist so sinnvoll für alle Produkte, die wir nur sporadisch brauchen. Oder wenn ich etwas testen will, wie eine neue Kaffeemaschine oder Camping.“

Mietfavoriten: Babystrampler & Skianzug

Die Befragten gaben an, dass vor allem für kleine Kinder Baby- und Kinderkleidung, aber auch Kindermöbel, Spielsachen und Babyausstattung zur Miete interessant seien. Sehr begehrt als Mietmodell ist auch die sogenannte „festliche Kleidung“ (die bei Taufen, Konfirmationen, Geburtstagen getragen wird), sowohl für Kinder als auch für Frauen. Genauso interessiert zeigten sie sich an der Miete von Ski- und Outdoorkleidung.

Allen Mietfavoriten gemein ist die eher kurze Tragedauer. Hier lohnt sich das Konzept „mieten statt kaufen“ am meisten. Denn Sparen ist ein Hauptmotivator beim Mieten: Das gaben 69 Prozent der Befragten an. Der Nachhaltigkeitsaspekt kommt bei 59 Prozent zum Tragen, mehr Abwechslung im Kleiderschrank ist für sich 54 Prozent der befragten Frauen ein Mietvorteil.

Mietflops: Dekoartikel und Handtaschen

Welche Hürden halten vom Mieten ab? Die Konsumentinnen gaben an, Kleidungsstücke bevorzugt besitzen zu wollen, gefolgt von Bedenken, dass gebrauchte Kleidung unhygienisch sei. Diese Bedenken können ausgeräumt werden: 85 Prozent der Kleidung, die zu Tchibo Share zurück geschickt wird, ist in einem so guten Zustand, dass sie mit hoher Second-



Hand-Qualität - nach der professionellen Reinigung - wieder vermietet werden kann.

Übrigens: Deko- und Wohnaccessoires, Handtaschen und kleine Haushaltsgeräte möchte laut Umfrage kaum eine Frau mieten.

Weiterer Ausbau von Tchibo Share

Bereits seit Januar 2018 bietet Tchibo mit Tchibo Share einen Mietservice für Baby-, Kinder- und Damenbekleidung an, im Angebot sind auch Spielzeuge, Möbel, festliche Mode, sowie Ski- und Outdoorbekleidung.

Zur Vermietung bzw. zur Auswahl stehen dabei sowohl neue, nachhaltig produzierte Produkte als auch Produkte „wie neu“.

Passend zu den Umfrageergebnissen werden am liebsten Kinderbodys und Schlafanzüge, sowie Skikleidung derzeit am liebsten von Kunden gemietet.

Im Frühjahr wird das Sortiment erneut erweitert. Zum Mieten gibt es dann zusätzlich Artikel aus der Kaffeewelt: vom Vollautomaten über Kaffeemühlen bis zum elektrischen Schwanenhalskessel, mit dem sich Filterkaffee ideal aufbrühen lässt. Auch dem Wunsch nach mehr Fremdmarken im Sortiment (wünschten sich im Schnitt 41 Prozent der Befragten) kommt Tchibo Share nach: Wer Spielzeug von Haba, Babytragen von Didimos und Möbel von Pinolino mag, wird bereits fündig. Weitere Markenkooperationen sollen dieses Jahr folgen.

- *Jetzt entdecken: „5 Tassen täglich“, der Tchibo Podcast. Folge 3: „Sharing Economy: Reichen künftig 11 Kleidungsstücke im Schrank?“ Mit Autorin & Moderatorin Janine Steeger („Going Green“) und Marcel Richert, Experte bei Tchibo Share.*

Weitere Informationen für Journalisten:

Sandra Coy, Tchibo GmbH, Corporate Communications

Tel: +49 40 63 87 - 2818, Fax: +49 40 63 87 - 5 2818

E-Mail: sandra.coy@tchibo.de



Über Tchibo:

Tchibo steht für ein einzigartiges Geschäftsmodell. In acht Ländern betreibt Tchibo knapp 1.000 Filialen, über 24.300 Depots im Einzelhandel sowie nationale Online-Shops. Über dieses Multichannel-Vertriebssystem bietet das Unternehmen neben Kaffee und den Einzelportionssystemen Cafissimo und Qbo die wöchentlich wechselnden Non Food Sortimente und Dienstleistungen, wie Reisen oder Mobilfunk, an. Tchibo erzielte 2018 mit international rund 11.800 Mitarbeitern 3,15 Milliarden Euro Umsatz. Tchibo ist Röstkaffee-Marktführer in Deutschland, Österreich, Tschechien und Ungarn und gehört zu den führenden E-Commerce-Firmen in Europa.

Für seine nachhaltige Geschäftspolitik wurde das 1949 in Hamburg gegründete Familienunternehmen mehrfach ausgezeichnet: 2012 mit dem Preis für Unternehmensethik und dem Umweltpreis Logistik sowie 2013 mit den CSR-Preisen der Bundesregierung und der EU. 2016 wurde Tchibo als nachhaltigstes Großunternehmen Deutschlands ausgezeichnet.