

Repräsentative Umfrage belegt: Shoppen bedeutet Stress für Männer

28.07.2015, 18:57 | Mode, Trends, Lifestyle

Pressemitteilung von: *Modomoto*

Presseagentur: *Schlösser PR*

Berlin, 28. Juli 2015. Was viele schon ahnten untermauert jetzt eine aktuelle Studie: Kleidung einkaufen bedeutet für Männer Stress pur. Das Marktforschungsinstitut Dr. Grieger & Cie. befragten im Auftrag des Curated Shopping Anbieters MODOMOTO 1000 Männer im Alter von 30-60 Jahren. Die Ergebnisse der Studie: 60% der Männer empfinden es als stressig, Kleidung für sich selbst einkaufen zu gehen. Vor allem der Zeitaufwand, die schlechte Luft in den Shops sowie das Warten an der Kasse nerven Männer. Wer jetzt denkt, die Männer würden dem stressfreieren Onlinemodehandler nun klar den Vorzug geben, der irrt. Auch das Urteil über Onlineshopping-Websites fällt negativ aus: Die Befragten stresst hier die Bedienbarkeit der Websites, die fehlende Vorstellung, wie die Ware dann real aussieht und die fehlende Beratung.

Stressfaktor Shopping

Das Resultat: 80% der Männer würden sich wünschen, dass jemand für sie einkauft. Denn durch die Stadt zu bummeln um Kleidung einzukaufen, empfinden 64% der Männer als reine Zeitverschwendung. Unsicher in der Outfit-Wahl fühlen sie sich vor allem bei Bewerbungsgesprächen, Beerdigungen, Familienfeiern, Dates, Geburtstagen, Partys und Geschäftsessen.

Frauen & Shopping

Und auch das Thema "Frauen und Shopping" sorgt für Gesprächsstoff: 55% der Männer werden von ihren Partnerinnen gedrängt, ihren Schrank auszumisten. Nur 33% lassen sich von Beschwerden der Partnerin über ihr Outfit beeindrucken. Am häufigsten bekommen Männer von Frauen T-Shirts geschenkt (64%), gefolgt von Hemden (61%) und Pullovern (43%). Auch Frauen leihen sich gerne etwas von ihrem Partner aus, wie 60% der Männer bestätigen: 55% borgen der Partnerin ihr T-Shirt, 26% ihren Pullover und 14% ihre Jacke.

Bitte recht einfach

Wenige Männer haben Lust, viel Aufwand für einen guten Look zu betreiben: Ganze 90% ziehen morgens einfach an, was ganz oben auf ihrem Kleidungsstapel liegt. 56% gehen am liebsten auf Nummer sicher und haben das gleiche Kleidungsstück in diversen Varianten im Schrank. Dennoch ist Männern Mode nicht unwichtig: 97% der Männer meinen, dass gute Kleidung ihr Selbstbewusstsein steigert. 70% geben jedoch zu, keine Ahnung von Trends zu haben. 54% würden sich gerne modischer kleiden, wenn sie wüssten, wie.

Die Lösung für Shoppingmuffel sind Curated Shopping-Anbieter wie MODOMOTO aus Berlin. Die haben sich auf die Shoppingbedürfnisse moderner Männer spezialisiert und vereinen die Vorzüge des Online-Shopping mit der Beratung des Einzelhandels: Man kauft entspannt online von zu Hause aus ein, kann aber dennoch auf eine professionelle und persönliche Beratung vertrauen.

Curated Shopping: das Shoppen der Zukunft

Geschulte Modeberater kombinieren nach Stilwünschen, Vorlieben, Anlässen, Problemzonen und Preisvorstellungen des Kunden Komplett-Outfits, die unverbindlich und in Ruhe zu Hause anprobiert werden können. Beahlt wird nur, was gefällt. Wer noch mehr Beratung wünscht, kann im MODOMOTO Fitting Room in Berlin die Outfits unter den fachkundigen Augen einer Stylistin anprobieren.

Curated Shopping wurde von 81% der Männer gut angenommen. 69% würden es gerne einmal ausprobieren. Und 74%

der männlichen Modekenner sind Curated Shopping gegenüber aufgeschlossen. Liegt hier die männliche Shopping-Zukunft? Nicht nur die Modewelt wurde es freuen.

Portrait

Über MODOMOTO

MODOMOTO wird von der Curated Shopping GmbH betrieben und ist der Curated Shopping Service der ersten Stunde. Seit Dezember 2011 ist MODOMOTO online. Derzeit bietet MODOMOTO über 200.000 männlichen Kunden die Möglichkeit hochwertige wie passende Kleidung zu kaufen, ohne den stationären Handel oder Online-Shops zu bemühen. Nach Abfrage von Stilvorlieben, Wünschen und Größen stellen Modeexperten passende Outfits zusammen, die in der MODOMOTO Box kostenlos versendet werden. Der Kunde behält nur, was ihm gefällt. Der Sitz des Unternehmens ist Berlin. Geschäftsführer sind Mathias Fiedler, Andreas Fischer und Corinna Powalla. Der Umsatz liegt im zweistelligen Millionenbereich.

News-ID: 864097 • Views: 1461 (Stand: 31.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/864097/Representative-Umfrage-belegt-Shoppen-bedeutet-Stress-fur-Manner.html>