

# **Kleidung & Klima**

Ergebnisse qualitativer Fokusgruppen  
mit Jugendlichen von 14-17 Jahren

28. April 2022

 **SKOPOS**



<b>Thema der Studie</b>	Kleidung & Klima
<b>Erhebungsmethode</b>	Qualitative Fokusgruppen
<b>Zielgruppe</b>	Jugendliche im Alter von 14-17 Jahren, Durchmischung hinsichtlich Geschlecht, Stadt und Umland sowie Modeaffinität
<b>Stichprobe</b>	4 Gruppen mit jeweils 6-7 Teilnehmer*innen (2 Gruppen mit 14-15-Jährigen, 2 Gruppen mit 16-17-Jährigen)
<b>Durchführungsort</b>	Punkt-Teststudio in Köln
<b>Zeitraum</b>	Mittwoch, 23.03.2022 und Donnerstag, 24.03.2022

Diese Studie wurde nach Standard ISO 20252 durchgeführt. Auf Wunsch können Sie weitere Informationen zur Methodik der vorliegenden der Studie erhalten.



# Bedeutung von Kleidung

**Kleidung hat für Jugendliche nicht nur eine funktionale Bedeutung: Kleidung ist Ausdruck der Persönlichkeit, vermittelt Zugehörigkeit zu Gruppen und wird je nach Situation und Stimmung angepasst.**

„Wenn ich mich nicht wohlfühle in meiner Kleidung, dann ist meine Stimmung down. Es macht schon viel aus für mich.“ (Mädchen, 14 Jahre)

„Jeder hat einen anderen Stil. Man erkennt, ob es eher lässig ist oder sportlich. Der Eindruck von einem Menschen ist das Aussehen und viele denken so.“ (Mädchen, 16 Jahre)

„Kleidung zeigt das Äußerliche Ich – entweder man sieht aus wie ein Penner oder man zieht sich schick an.“ (Junge, 15 Jahre)



„In der Schule macht man sich automatisch mehr Gedanken, was man anzieht. Da sind Leute, die man kennt oder die man teilweise noch nicht kennt. Deswegen finde ich es schon wichtig, was man anzieht, Kleidung sagt was über jemanden aus.“ (Junge, 17 Jahre)

„Die Klamotten an sich, vielleicht auch noch Accessoires, und der Style, wie man es trägt, also, dass man es auch kombiniert.“ (Mädchen, 15 Jahre)

„Wie ich mich anziehe, kommt auf meine Stimmung an, ob ich mich an dem Tag wohlfühle in meinem Körper.“ (Mädchen, 17 Jahre)



# Customer Journey: Kaufanlässe

Verschiedene Anlässe regen zum Kauf von Kleidung an: Hierbei kann man zwischen funktionalen Gründen (wenn Kleidung benötigt wird) oder Shoppen aus Spaß unterscheiden.

## Kaufanlässe



Kleidung wird aus **funktionalen Gründen** gekauft: Man ist rausgewachsen oder die Kleidung ist kaputt und kann daher nicht mehr getragen werden. Hier wird häufig gezielt eingekauft (online oder im Geschäft und oft durch Eltern finanziert).



Kleidung wird aus **emotionalen Motiven** gekauft, um sich gut/wohlzufühlen: Man möchte Abwechslung im Kleiderschrank, neue Styles von der Lieblingsmarke haben, neue Teile zum Kombinieren, mit aktuellen Trends mitgehen oder der Geschmack hat sich verändert. Der Einkauf ist weniger gezielt; gerne bummeln mit Freund\*innen oder online stöbern in Apps oder Online-Stores(häufiger selbst finanziert).

- Saison-Wechsel als beliebter Anlass zum Kauf von Kleidung, z.B. neue T-Shirts für den Sommer
- (Shopping-)Geld, z.B. zum Geburtstag geschenkt bekommen
- Spezielle und seltene Anlässe, wie z.B. eine Hochzeit (Geburtstage von Freund\*innen dagegen selten Anlass)



„Manchmal brauche ich einfach ein bisschen Abwechslung, oder die Sachen passen oder gefallen mir nicht mehr.“ (Mädchen, 15 Jahre)

„Wir sind in dem Alter, in dem wir noch wachsen.“ (Junge, 15 Jahre)

„Wenn Kleidungsstücke in der Wäsche sind und ich keine mehr habe, dann brauche ich mehr.“ (Junge, 15 Jahre)

„Kleidungskaufen ist eher ein Spaß als etwas Notwendiges. Man hat seine Lieblingsläden und schaut gezielt, wann neue Kollektionen rauskommen.“ (Mädchen, 17 Jahre)

„Wenn man etwas sieht, was einem gefällt. Ich gehe nicht gezielt shoppen, eher wenn ich zufällig etwas sehe.“ (Junge, 16 Jahre)

„Wenn ich die Sache kaufe dann ziehe ich es auch lange an. Und nur wenn die Hose zu klein ist, dann merke ich, ich brauche eine neue.“ (Junge, 15 Jahre)

„Manchmal denke ich, ich habe nichts zum Anziehen, obwohl ich ganz viel habe, und dann habe ich Lust, Klamotten zu kaufen.“ (Mädchen, 15 Jahre)



# Customer Journey: Inspiration

Jugendliche versuchen ihren eigenen Stil zu finden und werden vor allem von Werbung und Influencern in sozialen Medien beeinflusst. Oft liefern auch Freund\*innen Inspiration.

„Ich sehe was bei Instagram und schaue dann online nach, ob es das im Laden gibt und dann gehe ich gerne hin, um das anzuprobieren.“ (Mädchen, 16 Jahre)

„So ein bisschen schaue wie es bei Freunden aussieht und dann fragen, woher hast du das.“ (männlich, 17 Jahre)

„Ich schaue mir Sachen bei Freunden oder Influencern ab. Wenn jemand was hat was mir gefällt, dann probiere ich aus.“ (Junge, 15 Jahre)

„Man inspiriert sich: von jedem etwas, von Influencern. Man sieht Ideen und findet was gut. Ich fühle mich in Jogginghose draußen unwohl; ansonsten Pullis, kein bestimmter Style.“ (Junge, 17 Jahre)

„Auf Instagram kriege ich sehr viel Werbung und da finde ich einige Teile schon nice.“ (Mädchen, 15 Jahre)

„Ich versuche, mir einen Stil anzueignen. Ich gucke oft bei Bella Hadid, was sie anhat und das finde ich meistens cool.“ (Mädchen, 17 Jahre)



## Inspirationsquellen

- Wichtigste Inspirationsquellen sind **Freund\*innen/ Bekannte** (aus der Schule) sowie **Werbung** von Marken direkt oder Styles von **Influencer\*innen in sozialen Medien**. Jugendliche sehen hier häufig neue Artikel, Trends, Marken und möchten diese nachkaufen.
- Beliebte **Plattformen** sind Instagram, TikTok und Pinterest.

## Der eigene Stil

- Viele beschreiben ihren eigenen Klamotten-Stil als eher sportlich und locker, in Ausnahmefälle darf es auch mal etwas schicker sein, z.B. Mädchen mit Rock/Kleid.
- Der Stil ist immer abhängig von Anlass und Stimmung.
- Die Diskussion Jogginghose vs. Jeans im Alltag ist sehr präsent und wird oft thematisiert.
- Lieblingsmarken bestimmen zum Teil auch den Stil.

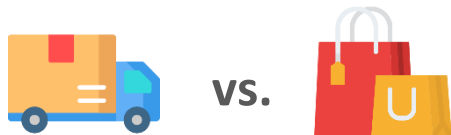


# Customer Journey: Kaufprozess – Geschäft vs. Online

Der Einkaufsbummel im Geschäft wird tendenziell bevorzugt. Viele haben aber auch Erfahrung mit Online-Shopping und Retouren.

## Geschäft vs. Online

- Alle Jugendlichen haben schon mal **online Kleidung bestellt**, einige tun es regelmäßig (Entwicklung verstärkt durch Corona-Pandemie).
- Teilweise werden auch direkt **mehrere Teile / Größen** zur Auswahl bestellt mit dem Vorhaben, dass etwas **zurückgeschickt** wird (hierbei nur selten schlechtes Gewissen / Assoziationen mit Klimabelastung).
- Viele **bevorzugen** trotzdem den **Einkauf im Geschäft**. Der Vorteil ist, dass Sachen **anprobiert** werden können, die Auswahl größer ist und das Einkaufen mit einem **Stadtbummel** mit Freund\*innen verbunden werden kann (viele sind eh oft mit Freund\*innen in der Stadt unterwegs = beliebte Freizeitbeschäftigung unter Jugendlichen).



„Wenn ich mit einer Freundin rausgehe zum Shoppen, dann gehe ich bei Zara durch den ganzen Laden und habe meine Arme komplett voll und probiere alles an. Am Ende bleiben 10 Stücke über, die ich kaufe. Online habe ich ein bestimmtes Teil im Kopf, dann suche ich danach und dann wird mir das nächste Teil vorgeschlagen und ich kaufe dazu passende Klamotten.“ (Mädchen, 15 Jahre)

„Ich schaue online, was mir gefällt, bestelle in zwei Größen und den Rest schicke ich zurück. Und wenn mir online nicht gefällt, dann gehe ich meistens in den Läden rein.“ (Mädchen, 15 Jahre)

„Ich gehe eher ins Geschäft, weil man das dort anprobieren kann. Ich hatte auch schon oft, dass die Größe nicht gepasst hat.“ (Junge, 16 Jahre)

„Wenn ich online kaufe, dann klappt das meistens nicht so, wie wenn ich Laden bin. Ich bevorzuge eher Geschäfte. Ich muss häufiger auf eine Sache aufmerksam werden bis ich es dann wirklich kaufe.“ (Junge, 16 Jahre)



# Vorlieben bei Kleidung

Aussehen ist das wichtigste Kriterium bei Kleidung. Aber auch Wohlfühlen und die Kombinationsmöglichkeiten mit bereits bestehenden Kleidungsstücken spielen eine große Rolle.



„Wenn ich ein T-Shirt kaufe, sollte es zu zwei, drei Hosen passen.“ (Junge, 15 Jahre)

„Ich achte nur auf den Preis. Wenn es mir gefällt, ist der Stoff egal. Ich kaufe es nicht, wenn es zu teuer ist oder wenn es zu billig ist.“ (Junge, 17 Jahre)

„Muss gut aussehen und zu mir passen.“ (Junge, 15 Jahre)

„Nicht so 0815-Sachen, die jeder trägt. Das kaufen viele, dann gefällt mir das nicht mehr.“ (Junge, 17 Jahre)

„Ich gucke, ob es zu meinem Kleiderschrank und zu meinem Style passt, ob ich Sachen kombinieren kann und auch, dass ich mich einfach wohlfühle.“ (Mädchen, 15 Jahre)

„Wohlfühleffekt: Ob der Körper sich darin wohlfühlt.“ (Mädchen, 17 Jahre)

# Exkurs: Klimaschutz allgemein

Den Jugendlichen ist die Bedeutung des Klimaschutzes größtenteils bewusst und wird vor allem mit Lebensmitteln und Plastikverbrauch assoziiert. In der Umsetzung werden eher Kleinigkeiten im Alltag beachtet.

## Bedeutung

Für die Mehrheit der Jugendlichen ist der **Klimaschutz wichtig**. Sie verbinden damit vor allem den Konsum von nachhaltigen **Lebensmitteln** und den Verzicht von **Plastikverpackungen**.



„Umweltschutz spielt keine Rolle. Es ist wichtig, aber ich achte nicht drauf.“ (Junge, 15 Jahre)

„Ich achte da nicht drauf, weil man da nicht drauf achten kann. Mülltrennung ist eine normale Sache, es gehört einfach dazu. Ich liebe es, Auto zu fahren. Deswegen lege ich keinen besonderen Wert drauf. Zuhause füllen wir Wasser immer um.“ (Junge, 17 Jahre)

„Finde es wichtig. Das ist unsere Zukunft. Ich achte darauf, was ich einkaufe und was ich esse, eher so Bio-Sachen.“ (Mädchen, 15 Jahre)

## Engagement

Die **wenigsten engagieren sich aktiv** für den Klimaschutz. Ein paar wenige waren bereits bei den Fridays-for-Future-Demonstrationen, doch sie versuchen wenn dann eher **ihren Alltag nachhaltiger** zu gestalten, indem sie ...

- mit der Bahn, Fahrrad fahren oder zu Fuß gehen
- Bio-Produkte einkaufen, wenig/kein Fleisch konsumieren
- Plastikverbrauch zu reduzieren (z.B. Einkaufsbeutel verwenden)
- Klamotten weitergeben und nicht wegschmeißen, Secondhand kaufen
- den Müll trennen



- **Tierschutz** ist auf Nachfrage ebenfalls ein wichtiges Thema, der Kenntnisstand zu diesem Thema aber gering
- Hinsichtlich der **Massentierhaltung** sollte sich was ändern
- **Tierische Rohstoffe** sollten nicht für die Herstellung von **Kleidung** verwendet werden
- Keine **Tierversuche** (insbesondere bei Kosmetikprodukten)







# Umwelt und Kleidung: Wissensstand

Im Zusammenhang von Umwelt und Klima fallen den Jugendlichen einige negative Auswirkungen und Beispiele ein. Insgesamt zeigt sich bei dem Thema eher Unsicherheit.

## Wissensstand

Beim Zusammenhang vom Umwelt und Kleidung gibt es einige spontane Assoziationen und Berührungspunkte die einfallen:

- **Fast-Fashion-Industrie:** Viele denken an große Unternehmen (z.B. Shein, Primark), die sehr günstige Artikel verkaufen; Annahme: Das kann nicht gut für die Umwelt sein
- **CO<sup>2</sup>-Emission:** Bewusstsein, dass Kleidung in der Regel von weit her kommt und durch die ganze Welt geflogen/verschifft wird; außerdem Extra-Transport bei Online-Shopping
- **Produktions-/Arbeitsbedingungen:** Herstellung in Ländern wie Bangladesch, China (Kinderarbeit, schlechte Arbeitsbedingungen, gesundheitliche Auswirkungen auf Arbeiter\*innen)
- **Wasserverbrauch:** Jeansproduktion benötigt sehr viel Wasser (verbreitetes Wissen und Unterrichtsreihe in der Schule); Wasserverbrauch bei Verarbeitung von Baumwolle
- **Chemikalien** gelangen in Umwelt und Wasser (u.a. beim Färben von Kleidung)
- **Materialien** stehen im Zusammenhang mit Umwelt und Klima: z.B. Baumwolle ist besser als Polyester



„Wir haben das im Unterricht gehabt, dass eine Jeans 10 Liter Wasser verbraucht. Wir haben schon so viel und kaufen trotzdem neue Kleidung.“ (Mädchen, 15 Jahre)

„Jeans verbrauchen sehr viel Wasser, giftige Chemikalien, um Jeans zu färben, Arbeiter werden nicht so alt, weil die das einatmen.“ (Mädchen, 17 Jahre)

„Wenn die chemischen Stoffe ins Wasser gelangen, wirkt sich das auf die Landwirtschaft aus. Und wenn es ins Wasser kommt, sterben Lebewesen.“ (Mädchen, 15 Jahre)

Aussagen zum Thema kommen eher zögerlich, Unsicherheit bei den Antworten ist spürbar





# Umwelt und Kleidung: Informationsstand & -bedarf

Die Jugendlichen fühlen sich schlecht über das Thema Klima und Kleidung informiert und viele wünschen sich mehr Informationen in der Schule oder über andere Kanäle.

## Informationsstand

- Die Jugendlichen fühlen sich eher **nicht gut informiert** über das Thema. In der **Schule** erhalten sie ein **Grundverständnis**, jedoch bleiben nur **einzelne Sachen** hängen und tiefergehende Informationen fehlen.
- Außerhalb der Schule konsumieren sie Informationen „nur“ über **soziale Medien** wie **YouTube** (z.B. Account Simplicissimus) oder **Instagram**.
- Aktiv gesucht wird kaum nach Informationen. Wenn doch, dann stößt man zufällig darauf.



„Wenn ich noch mehr wissen würde, hätte ich ein zu schlechtes Gewissen.“ (Mädchen, 16 Jahre)

„Ich glaube, es wäre hilfreich, wenn man weiß, welche Marken ok sind und welche schlecht. Dafür gibt es auch eine App.“ (Mädchen, 15 Jahre)

„Wenn mir das auf Social Media vorgeschlagen würd und es wären 30 Minuten, dann weiß ich nicht, ob ich das anklicken würde. Ein Video auf Instagram wäre wahrscheinlich sehr kurz. Da könnte ich das locker angucken.“ (Mädchen, 15 Jahre)



## Informationsbedarf

- Viele wünschen sich **mehr Informationen** zu dem Thema. In der **Schule** sollte das Thema einen größeren Stellenwert einnehmen und auch über **soziale Medien** (z.B. Instagram) sind Informationen gewünscht
  - Via soziale Medien sollten die Informationen „**kurzlebig**“ sein, tiefergehende Recherche dann immer noch möglich (sonst ggf. nicht anschauen)
  - Zwiegespalten bezüglich Informationen von Unternehmen selber: Wunsch nach mehr Informationen auf Webseiten vs. Einstufung als unglaubwürdig (**Greenwashing**)
- Interessant wären z.B. Einblick in **Produktionsstätten**, Bedeutung von **Siegeln**, **Vorteile** des Tragens nachhaltiger Kleidung, konkrete **Ideen zur Umsetzung** im Alltag
- Einige geben aber auch ganz offen zu, dass sie **keine Informationen wünschen** und sie das Thema auch **nicht interessiert** (Mit dem Wissen kommt das schlechte Gewissen)

„Wir hatten das mal im Unterricht, auch mit Kinderarbeit wird das immer öffentlicher. Man weiß über Läden, die Kinderarbeit betreiben und auch nicht auf die Umwelt gucken.“ (Mädchen, 15 Jahre)



„Es ist deren Aufgabe (Schule), uns darüber zu informieren. Das ist wichtiger als der Satz des Pythagoras.“ (Mädchen, 14 Jahre)



# Persönliche Relevanz von Umweltaspekten bei Kleidung

In der Praxis wird wenig auf Umweltaspekte beim Kauf von Kleidung geachtet.

## Verhalten

- Auch wenn ein gewisses Bewusstsein und Assoziationen zum Thema Kleidung & Klima in der Regel vorhanden sind, achten die meisten in der Praxis **wenig auf Umweltaspekte**. Die **Umsetzung fällt schwer** oder wird zum Teil als nicht relevant erachtet.
- Was bereits getan wird:
  - Bewusster Kauf von **Secondhand**-Kleidung
  - Kauf von Kleidung aus **(Bio-)Baumwolle**
  - **Auftragen** von Kleidung von Familienmitgliedern / -Bekannten
  - Nur Kleidung kaufen, die man „**wirklich braucht**“
  - Kein Kauf bei **Fast-Fashion**-Marken wie Primark oder Shein
- Viele erwarten/wissen, dass **Fair-Fashion**-Kleidung im Vergleich zu herkömmlichen Marken deutlich **teurer** ist und geben dies häufig als Gegenargument für den Kauf an.

„Ich hab mal geguckt in einem Online-Shop für faire Klamotten, das war unheimlich teuer. Da hat ein T-Shirt 50€ gekostet. Da kaufe ich dann doch lieber das, was nicht so gut ist, für ein bisschen weniger Geld“ (Mädchen, 15 Jahre)

„Ich achte da nicht zu sehr drauf, ich meide Shein oder New Yorker. Ich glaube, das wird nicht so gut hergestellt, aber auch da fehlt Information. Die Klamotten halten sich nicht so lange, ich kaufe nicht gerne so mega günstig ein.“ (Mädchen, 15 Jahre)

„Ich achte gar nicht drauf, hab nicht die Umwelt im Kopf.“ (Junge, 15 Jahre)

„Wenn ich z. B. Secondhand einkaufe dann fühle ich mich auch besser, als wenn ich online bestelle.“ (Mädchen, 14 Jahre)

„Aussehen vor Umweltfreundlichkeit: man kauft nichts was einem nicht gefällt.“ (Junge, 15 Jahre)

„Es ist mir schon bewusst, dass die meisten Läden Fast-Fashion sind und nicht gut für die Umwelt. Es ist schwierig einzukaufen, was nicht Fast-Fashion ist, weil die selten sind und sehr teuer – deswegen Secondhand.“ (Mädchen, 15 Jahre)

„Ich sammle Warenkorb bei Shein, um nur 2x im Jahr da zu bestellen.“ (Mädchen, 17 Jahre)





# Einschätzung der eigenen Kleidung

Die eigene Kleidung wird größtenteils als klimaschädlich eingestuft, begründet wird diese Einstufung durch das Herstellungsland oder die Marke.

## Die eigene Kleidung



- Die eigene Kleidung wird als **klimaschädlich** eingeschätzt (Ausnahme: Gebrauchte / Secondhand-Kleidung)
  - Hinweise geben das **Herstellungsland** und die **Marke**
  - Einige wissen ungefähr, wo ihre Kleidung herkommt (z.B. Bangladesch, China, Indien): Hier ist das Motto „es kommt doch eh alles aus China“ (auch hochpreisige Marken wie Nike oder Tommy Hilfiger)



- Die meisten vermuten/raten eher aus welchem **Material** ihre Kleidung ist (meist: **Polyester** oder **Baumwolle**), was sich meist bestätigt, nachdem auf das Etikett geschaut wurde:
  - Qualität des Materials wird durch **Tragegefühl** bestimmt
  - Baumwolle** mit sehr **positiven, natürlichem Image** – einige achten bei T-Shirts und Pullovern darauf
  - Polyester** wird dagegen teils eher mit **Plastik** und einem **unangenehmen** Tragegefühl assoziiert



„Ich weiß nicht, wo meine Kleidung produziert wurde. Ich gehe davon aus dass sie nicht klimafreundlich ist.“ (Mädchen, 15 Jahre)

„Meine Klamotten sind auch klimaschädlich. Und ich finde auch es ist schwer drauf zu achten, dass sie nicht klimaschädlich sind. Ich weiß nicht, worauf ich achten soll.“ (Junge, 15 Jahre)

„ich glaube aus Baumwolle und Plastik. Ich weiß es, weil ein Test im Unterricht durchgeführt wurde.“ (Junge, 15 Jahre)

„Mein Oberteil ist von H&M, ich bezweifle, dass das klimafreundlich ist.“ (Mädchen, 14 Jahre)

„Meine Klamotten sind von Urban Outfitters. Der Laden gibt das Gefühl, dass es klimafreundlich ist.“ (Mädchen, 17 Jahre)

„Bei Pullis muss es Baumwolle sein, sonst interessiert es mich nicht.“ (Mädchen, 15 Jahre)



# Waschzettel & Siegel

Das Thema Waschen ist in der Altersgruppe 14-17 noch nicht wirklich relevant. Beim Thema Umweltsiegel auf Kleidung herrscht Ratlosigkeit.

## Waschzettel

- Jugendliche sind in den meisten Fällen noch **nicht** für das Waschen **verantwortlich** und es wird von den **Eltern** übernommen
- Auf den Waschzettel wurde schon mal geschaut, häufig eher aus **Zufall / Langeweile & nach dem Kauf**
- Die meisten **Zeichen** sind **unbekannt**, höchstens unter der Gradzahl und dem Bügeleisen, kann man sich etwas vorstellen



„Meine Mutter weiß Bescheid.“ (Junge, 17 Jahre)

„Nein, meine Mutter tut das in die Waschmaschine.“ (Junge, 14 Jahre)

„Wie man wäscht, ist wichtig, damit Klamotten nicht kaputt gehen.“ (Mädchen, 17 Jahre)

## Siegel

- Es können **keine Umweltsiegel** im Zusammenhang mit Kleidung genannt werden und beim Kauf wird auch zumindest nicht direkt darauf geachtet
- Bei Siegeln wird sofort an Siegel im Zusammenhang mit Lebensmitteln gedacht, z.B. Fairtrade oder Bio



„Manchmal steht dran, dass es vegan ist oder Bio-Baumwolle. Dann ist es interessanter.“ (Mädchen, 15 Jahre)

„Andere Zeichen, die ich nicht verstehe, sind mir auch egal.“ (Mädchen, 15 Jahre)

„Indirekt achte ich schon drauf. Wenn irgendein grünes Blatt drauf ist, dann weiß ich, es hat was mit Umwelt zu tun und es ein bisschen gut ist.“ (Mädchen, 17 Jahre)

„Siegel? So Fairtrade oder so? Ich kenne keine.“ (Junge, 15 Jahre)

„Ich hab ein paar Sachen aus Bio-Cotton. Gut, wenn es drauf ist, aber wenn nicht, ist auch nicht schlimm.“ (Junge, 15 Jahre)



# Secondhand & Vintage

Einige kaufen gerne und regelmäßig gebrauchte Kleidung, andere haben ein schlechtes Image von Secondhand-Geschäften und Einkaufen kommt dort nicht in Frage. Gerne wird gebrauchte Kleidung von Bekannten/Verwandten weitergetragen.

„Zum Teil auch wegen dem Umweltaspekt ist es besser, wenn man nicht immer Neues kauft. Ich nehme auch Klamotten von meinen Eltern.“  
(Mädchen, 17 Jahre)

„Oversized-Sachen kann man gut Secondhand kaufen.“  
(Mädchen, 15 Jahre)

„Manchmal riecht es da komisch.“  
(Mädchen, 17 Jahre)

„Sachen werden nicht mehr produziert. Begrenzte Anzahl macht Vintage Klamotten so selten.“ (Junge, 15 Jahre)

**PICK & WEIGHT**  
KILO STORE

Secondhand muss ansprechend sein, Pick & Weight ist auch sehr teuer, andere Secondhand-Läden für arme Menschen finde ich auch eklig.“ (Mädchen, 17 Jahre)

**Vintage**

„Kleidung, die mal in war und jetzt wieder kommt. Das gibt es bei Urban Outfitters, so eine ausgewaschene Jeans, sieht abgenutzt aus, ist aber neu.“ (Mädchen, 17 Jahre)

**Secondhand**



„Manchmal gucke ich auf Vinted, wenn ich irgendwas günstiger finden möchte. Da habe ich letzts eine Jacke gekauft. In ein Secondhand-Geschäft würde ich nicht gehen.“ (Junge, 15 Jahre)

**Vinted**

„Ist mir zu ungewiss, dass ich was finde in meiner Größe. Hat kein gutes Image, das wirkt immer wie ein großer Wühltisch.“ (Mädchen, 17 Jahre)

„Weil ich es nicht angenehm finde, was zu kaufen, was jemand, den ich nicht kenne, schon getragen hat.“ (Junge, 15 Jahre)

Gebraucht gekauft werden eher Oberteile und Markenteile, die im Trend oder limitiert sind, seltener dagegen Hosen oder Schuhe (keine Unterwäsche).