

INTERVIEW MIT LAURENCE SAUNIER, GESCHÄFTSFÜHRERIN LIAISON DANGEREUSE

1. Liebe Frau Saunier, warum diese Studie?

In unseren Geschäften nehmen wir eine steigende Nachfrage auch nach ausgefallenen Dessous abseits vom Massenmarkt wahr. Wir sehen, dass mit der internationalen Bekanntheit von Marken wie Agent Provocateur und Victoria's Secret oder Serien wie „Sex and the City“ auch deutsche Frauen bei Unterwäsche ein größeres Modebewusstsein zeigen und bereit sind, mehr Geld dafür auszugeben. Trotzdem gibt es noch kaum aussagekräftige Daten über die Vorlieben und Wünsche deutscher Frauen in Bezug auf hochwertige Wäsche. Wie und wo werden Dessous gekauft, für wen werden sie getragen, wie viel geben Frauen aus, welche Marken, Farben und Formen sind gefragt. Das ist ein hoch spannender Markt, den diese Studie erstmals ausleuchtet.

2. Was hat Sie am meisten überrascht?

Am meisten hat mich überrascht, wie persönlich der Kauf von Wäsche ist im Vergleich zum Kauf von Oberbekleidung. Während Frauen sonst gerne mit Freundinnen bummeln, werden Dessous alleine gekauft. Auch der Partner scheint bei der Dessous-Wahl keine Rolle zu spielen, obwohl er der einzige Mensch ist, der die Dessous im Zweifel jemals sieht. Frauen kaufen und tragen Dessous in allererster Linie für sich selber und nicht um anderen zu gefallen. Daher spielt auch der modische Aspekt nur eine untergeordnete Rolle. Es zählt mehr der damit verbundene persönliche Luxus und das persönliche Wohlfühl. Dessous scheinen einen großen Einfluss auf das persönliche Empfinden zu haben.

3. Welche Vorlieben haben die deutschen Frauen in Bezug auf Dessous?

Deutsche Frauen mögen Schwarz und sie mögen Spitze. Das sind nach wie vor *DIE* Renner im Wäscheschrank. Damit macht man nie etwas verkehrt und entsprechend weit verbreitet sind diese Modelle. Vor allem für viel versprechende Abende greifen Frauen mit großer Mehrheit zum „Edlen Schwarzen“. Tagsüber wird vor allem darauf geachtet, dass die Wäsche zum Gesamt-Outfit passt.

4. Wo haben deutsche Frauen noch Nachholbedarf?

Ich denke, deutsche Frauen könnten sich noch experimentierfreudiger bei der Wahl ihrer Dessous zeigen. Wie wir gesehen haben, spielt der modische Aspekt noch eine sehr untergeordnete Rolle. Das finde ich schade in Anbetracht der großen Vielfalt an Designs, Farben und Materialien. Die Nachfrage nach ausgefallenen Dessous steigt zwar, aber dennoch achten Frauen beim Kauf noch sehr stark darauf, ob das Dessous zu ihnen und ihrem Stil passt, und trauen sich oftmals nicht, etwas ganz Neues auszuprobieren.

5. Was können Männer aus dieser Studie lernen?

Männer können vor allem lernen, dass Frauen für sich selber nicht unbedingt zu dem sexy Dessous-Set greifen würden, sondern ihre Wäsche eher nach persönlichem Stil, den eigenen Outfit-Vorlieben und dem Trage-Comfort auswählen. Wenn Männer also ihren Frauen Wäsche schenken möchten - was ein äußerst schönes und persönliches Geschenk ist - sollten sie sich vor allem den Stil und die Outfits der Auserwählten vor Augen halten und nicht so sehr die eigenen Dessous-Vorlieben. Dann liegen sie bestimmt mit ihrer Wahl richtig.

6. Schöne Wäsche ist Luxus. Aber wer leistet sich diesen Luxus heute wirklich?

Wäsche ist das, was Frauen am nächsten an ihrem Körper tragen. Da möchten sie ungern auf Tragekomfort und Wohlgefühl verzichten. Daher sind Frauen durchaus bereit für Wäsche Geld auszugeben. Die große Mehrheit ist bereit, zwischen 50€ und 150€ für einen BH auszugeben. Einige sogar noch mehr. Das finde ich enorm, wenn man bedenkt wie viele BHs es heute schon für rund 10€ gibt.

7. Welche Aspekte sind beim Dessous-Kauf ausschlaggebend?

Der Kauf von Wäsche ist ein klassischer Lustkauf. Das Gefühl von „Haben wollen“ überwiegt gegenüber rationalen Überlegungen, wie teuer das Dessous ist oder wie viele ähnliche Dessous man schon hat. Auch ob es dem Partner gefällt, scheint erstmal egal zu sein. Spannend finde ich zudem, dass die klassischen Aspekte, die beim Kauf von Oberbekleidung immer sehr wichtig sind, z.B. ob ein Teil trendy ist, beim Kauf von Wäsche völlig nebensächlich zu sein scheint. Das bestätigt wieder, dass Frauen Wäsche mehrheitlich für sich selber tragen, und daher bei der Auswahl nicht so stark von äußeren Aspekten geleitet sind.

8. "Omas" legendärer "Liebestöter" ist tot. Aber wie sieht der Nachfolger aus?

Deutsche Frauen betonen gerne ihre Weiblichkeit und tragen vorwiegend Pushup-BHs und Strings. Das hat mit Omas Liebestöter nur noch wenig zu tun. Panties sind zwar auch auf dem Vormarsch, aber da müssen sexy und edle Details dran sein, sonst bleiben sie an der Stange hängen. Gefragt sind momentan zum Beispiel verspielte Schleifendetails am Po von Mimi Holliday, oder kleine Peepholes mit Spitze und Swarovski-Elementen. Sexy aber edel. Der Grat zum Ordinären ist oft recht schmal, der darf nie übertreten werden.

9. Welche Farben dominieren in Deutschlands Wäsche-Schubladen?

Deutsche Wäscheschubladen sind weitestgehend farblich gemischt. Die beliebteste Einzelfarbe ist aber eindeutig Schwarz, vor Weiss, Rot und aktuellen Saisonfarben. Frauen lassen sich durch Saisonale Trends bei Wäsche nur wenig beeinflussen. Schwarz ist *DER* Klassiker.

10. Sie möchten diese Studie in einem Jahr wiederholen. Was erhoffen Sie sich bis dahin?

Ich würde mich freuen, wenn deutsche Frauen noch mehr Gefallen finden an verspielten Details, neuen Materialien und auch mal zu ungewöhnlicheren Farben und Schnitten greifen.

Abdruck aller Fakten und Fotos bitte nur unter Nennung der vollständigen Bezugsquelle www.liaison-dangereuse.com und www.Vogue.com