

Joerg Honegger

Soxologie – was sagen Ihre Socken?

**Gemeint sind Herrensocken,
denn diese sind wirklich ein Problem!**

1

Juni 2008

DICHTER
RESEARCH AG

Publikumsfrage:

Sind Herrensocken:

- Oberkleider.....
- Kleider-Zubehör.....
- Unterkleider.....

2

Juni 2008

DICHTER
RESEARCH AG

Socken sind Ausdruck:

- der Beziehung und Wertschätzung zum eigenen **Körper**
- der Bedeutung und Beziehung der **Füße**
- Ihrer **Gesundheitseinstellung**
- Ihren **Profilierungsbedürfnissen**
- Ihrem Bezug zur **Partnerin**, Ihrer Frau
- Ihrer **Angepasstheit**
- Ihrem **ästhetisches** Empfinden, Stil, Geschmack
- Ihren **Hygienebestrebungen**
- Ihrer **Ordentlichkeit**
- Ihrem **Selbstbewusstsein**
- Ihrer **Sensibilität** gegenüber anderen
- Ihrem **Qualitäts-** und **Nachhaltigkeitsbewusstsein**

3

Juni 2008

DICHTER
RESEARCH AG

oder anders gesagt:

Socken erzählen über unbewusste, tabuisierte, schwer verbalisierbare **Motive**:

- **der Angst** (Sicherheitsbedürfnis)
- **der Lust** (Gewinn, Belohnung)
- **des Sinns** (Zweck, Nutzen)

welche mittels **Motivforschung** und mit den Kernfragestellungen:

- **warum** (weil)
- **wozu** (damit)

und mit **Techniken** wie:

- **Exploration**
- **projektive Verfahren**
- **Assoziationsverfahren**

ermittelt werden könnten

4

Juni 2008

DICHTER
RESEARCH AG

In einer solchen Motivforschung über Herrensocken wäre unter anderem zu klären:

- Warum Männer **ungern Socken kaufen**
- Warum Männer **zögern Socken wegzuwerfen**
- Warum Männer **seltener als angebracht Socken wechseln**
- Warum **90% schwarze Socken** bevorzugen und farbige suspekt finden
- Warum für **70% Socken als Unterwäsche** und nur für 20% als Zubehör und für 10% als Oberkleider gelten

5

Juni 2008

DICHTER
RESEARCH AG

In einer solchen Motivforschung über Herrensocken wäre unter anderem zu klären:

- Warum Hose, Jacke und Unterhose für Männer als Kleidungsstücke sehr wichtig sind, Hemden ziemlich wichtig sind, Krawatten und Unterleibchen mittelmässig wichtig sind und **Socken unwichtig** sind
- **Wozu Socken dienen**, welchen Genuss sie vermitteln
- Wie individuell Socken sein müssen, oder **warum Socken als Einheitsware** bevorzugt werden

6

Juni 2008

DICHTER
RESEARCH AG

Mögliche Ergebnisse einer Motivforschung „Herrensocken“:

- Männer verknüpfen **Grösse und Art der Füsse mit Selbstvertrauen und Potenz**, grosse Füsse sind Statussymbol
- Männer erleben ihre **Füsse als sehr eigen, besonders schön**, besonders sexy und besonders empfindlich und stecken diese trotzdem in Socken-Massenware
- Frauen finden **sockenlose Männer** und Männer mit verbrauchten oder löcherigen Socken **weniger attraktiv, erfolglos** und interpretieren **herunterrutschende Socken als schlampigen Charakterzug**

7

Juni 2008

DICHTER
RESEARCH AG

Mögliche Ergebnisse einer Motivforschung „Herrensocken“:

- Männer möchten durchaus Socken als modische, profilierende und farbige Accessoires, **trauen sich jedoch eine sichere Wahl nicht zu**
- Männer, die sich öffentlich für Socken interessieren, **gelten als unmännlich, weiblich und nicht als richtige Männer**
- Männer neigen dazu, **sich zu grosse Socken zu kaufen** (siehe oben)
- Männer wachen eifrig über ihren Sockenbestand und legen ein leeres Sockenfach als Anzeichen der **Vernachlässigung durch die Frau, als Liebesentzug und Kränkung aus**

8

Juni 2008

DICHTER
RESEARCH AG

Mögliche Ergebnisse einer Motivforschung „Herrensocken“:

- Männer wollen dem Thema „**Sockenaroma**“ **nicht durch häufigeres Wechseln begegnen**, sondern fordern selbstabsorbierende Lösungen
- Männer differenzieren ihre Socken nur selten nach Anwendungsbereich (Freizeit, Business, Sport usw.), Saison, Temperatur, sie **pflegen meist eine Einheitslösung**
- Männer **kaufen Socken nach Möglichkeit nicht selbst** und wenn doch nicht gezielt, sondern nebenbei gekauft
- Männer **erleben Sockenkäufe als unangenehm**, weil diese an alle praktizierten Unzulänglichkeiten in Sachen Socken erinnern

9

Juni 2008

DICHTER
RESEARCH AG

Fazit über Herrensocken:

- Männer **verdrängen** Socken soweit wie möglich, weichen allen damit verbundenen Aspekten aus – **und niemand stört, hindert sie daran.**
- Deshalb sind Herrensocken low-interest, schwarz, Massenware, stillos und aroma-intensiv.
- Wichtig sind nur die Kosten und die Einkaufsconvenience

10

Juni 2008

DICHTER
RESEARCH AG

Im zweiten Teil werde ich Ihnen zeigen:

- welchen **Nutzen** die Motivforschung für das Verstehen der Bedürfnisse und Hemmschwellen gegenüber den folgenden wichtigen Tagungsthemen bietet
- welche **Methoden** zum Ziel führen
- welche **Fragen** zu stellen sind
- Motivforschung auch mit einem **kleinen Budget** realisierbar ist

11

Juni 2008

DICHTER
RESEARCH AG

Nachtrag

- Zur Erinnerung: Ich sprach immer von Herrensocken!
- Bei Frauen ist die Sockenthematik anders gelagert
- Eine Untersuchung bei Frauen brächte andere Ergebnisse, wie die folgende Schlussfolgerung einer Motivuntersuchung über Schuhe möglicherweise andeutet:
- **„Den Frauen soll man nicht Schuhe verkaufen, sondern schöne Beine.“** *Ernest Dichter, Motivforscher*

12

Juni 2008

DICHTER
RESEARCH AG

Besten Dank für Ihre Aufmerksamkeit