

- **Mitteldeutschlands beste Marken ausgezeichnet**
- **90 Prozent der Verbraucher ändern Kaufverhalten in der Krise**
- **Präsentation beim ersten MDR Media Markentag in Leipzig**

Leipzig 29. September 2022

Noch deutlicher als in der Corona-Zeit reagieren die Menschen in Deutschland beim Lebensmitteleinkauf auf die aktuelle Krise und Inflation. So ist die Zahl der Verbraucherinnen und Verbraucher, die ihr Kaufverhalten geändert haben, von 66 Prozent im Vorjahr auf 90 Prozent gestiegen. Reagiert wird mit Verzicht, Markenwechsel oder Sparen in anderen Bereichen. Das sind Ergebnisse der heute im Rahmen des MDR Media Markentages vorgestellten MITTELDEUTSCHEN MARKENSTUDIE 2022. Befragt wurden 5.000 Menschen in Mitteldeutschland und 1.000 im gesamten Bundesgebiet. Viele mitteldeutsche Marken erfreuen sich großer Beliebtheit. Elf Mal wurde das Siegel „Beste Marke“ vergeben. Das Erfurter Forschungsinstitut IMK hat die repräsentative Studie im Auftrag der MDR Media durchgeführt. Sie ist die größte Verbraucherstudie in Mitteldeutschland.

Teuerung mit spürbaren Folgen - Verbraucherverhalten ändert sich auf vielen Gebieten

Fast Zweidrittel der Menschen in Mitteldeutschland haben laut Studie das Gefühl, dass alles teurer geworden ist und sogar 90 Prozent reagieren entsprechend. IMK-Geschäftsführer Sören Schiller: „Es beginnt damit, dass man sich weniger besondere Lebensmittel gönnt. Es wird aber auch weniger weggeworfen, stärker auf regionale Marken ausgewichen oder insgesamt weniger eingekauft.“ Laut Studie geben die Mitteldeutschen durchschnittlich mit 47 Euro pro Kopf und Woche ähnlich viel für Lebensmittel aus, wie in Deutschland gesamt mit 49 Euro. Jeder 5. Verbraucher führt ein Haushaltsbuch, je zur Hälfte handschriftlich und digital. Die Mehrzahl bezahlt ihren Einkauf mit Karte. Die Zahl der Smartphonezahlenden hat sich von 7 Prozent im Jahr 2021 auf jetzt 9 Prozent erhöht.

Beste Mitteldeutsche Marken in 11 Produktgruppen – Kaufland beliebtester Markt

In der Studie wurden über 100 mitteldeutsche Marken in 11 Produktgruppen abgefragt. Aus den Werten „Bekanntheit“, „Kauf“, „Treue“ und „Sympathie“ wurde die jeweils „Beste Marke“ gekürt. Fünf Preise gingen nach Sachsen: Nudossi, Radeberger, Bautz´ner, Teigwaren Riesa, Lichtenauer. Vier nach Sachsen-Anhalt: Halberstädter, Leckermäulchen, Halloren, Rotkäppchen. Einer nach Thüringen: Vita Cola. Mit „Spreewaldhof“ gelangte eine brandenburgische Marke an die Spitze in der Kategorie „Convenience-Produkte“. Den Sonderpreis „Top-Wachstumsmarke“ ergatterte Ur-Krostitzer Bier aus Sachsen. Mit dem Preis wird die Marke ausgezeichnet, die innerhalb eines Jahres die beste Performance hingelegt hat.

Bei den beliebtesten Einkaufsstätten verteidigt Kaufland seinen Spitzenplatz in Mitteldeutschland vor Netto und Rewe, die diesmal Edeka auf den vierten Platz verwiesen. In Deutschland gesamt bleibt Aldi auf Platz eins, Kaufland hat hier Platz fünf.

Wert der Studie für Marken, Märkte und Werbetreibende

Reinhard Hild, Geschäftsführer der MDR Media, sieht auch in der 13. Markenstudie deren hohen Wert: „Mit der Analyse von über 100 mitteldeutschen Marken aus der Lebensmittelbranche ist die Studie einzigartig. Die Untersuchung kann die Erkenntnisse von Verbrauchererwartung, jeder Marke und jedem Markt bis auf die 3-er Postleitzahlenstelle herunterbrechen. Keine andere Studie liefert so detaillierte Erkenntnisse, wie Marken und Märkte in Mitteldeutschland funktionieren.“ Auch hartnäckige Vermutungen werden bestätigt, sagt Hild: „So hat die Umfrage ergeben, dass Rentner ihre Einkäufe zu 52 Prozent bis zum Mittag erledigt haben. Da sind es bei den Studierenden erst 26 Prozent ...“

Über die MDR Media

Die MDR Media GmbH ist ein 100-prozentiges Tochterunternehmen des Mitteldeutschen Rundfunks. Das Unternehmen mit Sitz in Erfurt steht für die Vermarktung von Werbezeiten in Radio und TV, für Medien- und Kommunikationsdienstleistungen, für Technik und Produktionsleistungen.
mdrmedia.de

Über IMK

Das IMK ist ein Full-Service-Marktforschungsinstitut mit Sitz in Erfurt. Das Institut ist auf die Schwerpunkte Servicemarktforschung, Begeisterungsforschung und Werbewirkungsforschung spezialisiert.

Kontakt:

MDR Media GmbH | Nicole Tucharth

Tel. 0162 4003645

nicole.tucharth@mdrmedia.de