



MITTELDEUTSCHE MARKENSTUDIE | 20

iMK
WISSENSCHAFTLICHES INSTITUT
FÜR QUALITÄTSMESSUNGEN


MDRMEDIA

METHODENSTECKBRIEF

ONLINE-BEFragung

durchgeführt unter Einsatz eines online-repräsentativen Panels | Befragung haushalt(mit-)führender Personen

BEFRAGUNGSZEITRAUM

April - Juni 2020

BEFRAGUNGSDAUER

durchschnittlich 22 Minuten

FALLZAHL



Mitteldeutschland
n=5.000



Deutschland insgesamt
n=1.000

ONLINE-REPRÄSENTATIVITÄT

sichergestellt durch Quotenvorgaben (Bundesland, Geschlecht, Alter)

METHODENSTECKBRIEF

SCHWERPUNKTE DER MARKENBEURTEILUNG

UNGESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT

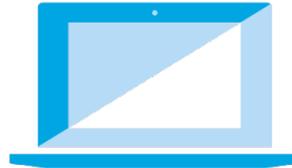
„Bitte notieren Sie, welche Marken Sie aus diesem Warenssegment kennen, wenn auch nur dem Namen nach.“

GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT

„Sie sehen nun einige Marken mit Logo eingeblendet. Kreuzen Sie bitte alle Marken an, die Sie kennen, wenn auch nur dem Namen nach.“

MARKENKAUF

„Welche der Ihnen bekannten Marken haben Sie in den letzten 4 Wochen gekauft?“



MARKENSYPATHIE

Inwieweit trifft die Aussage zu: „Diese Marke ist mir sympathisch.“

CONVERSION RATE

Verhältnis von Markenkauf zu gestützter Markenbekanntheit

MARKENTREUE

Zustimmung zu „Wenn ich ein Produkt aus diesem Warenssegment kaufe, dann immer oder meistens diese Marke.“

SEGMENT BIER

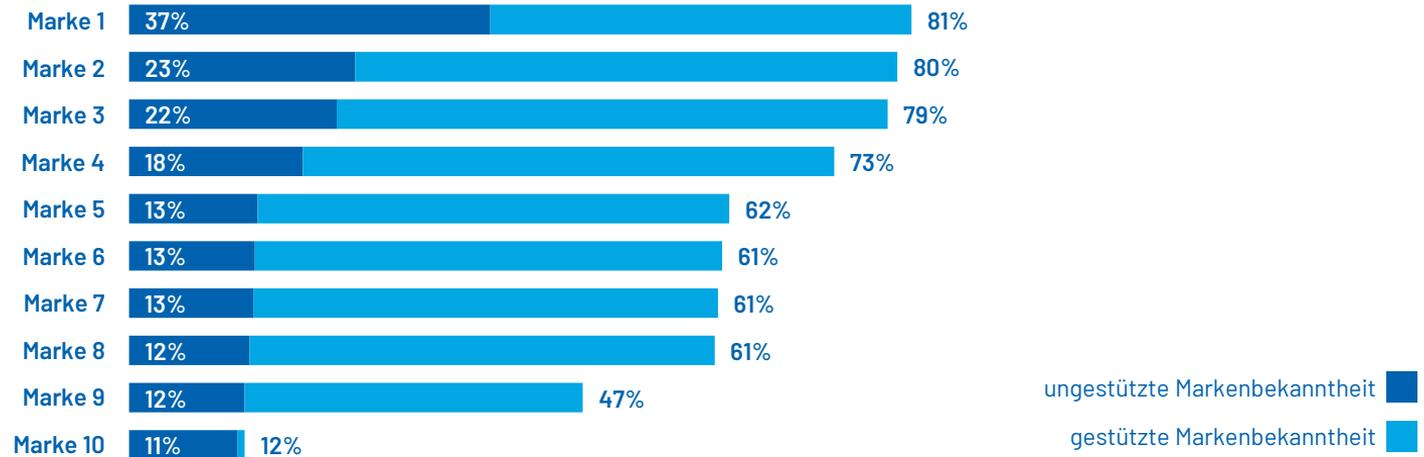
UNGESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT – TOP 10



„Im Folgenden wird ein Warenssegment eingeblendet. Bitte notieren Sie, welche Marken Sie aus diesem Segment kennen, wenn auch nur dem Namen nach.“ (Mehrfachnennung)

SEGMENT BIER

MARKENBEKANNTHEIT – TOP 10 MITTELDEUTSCHLAND

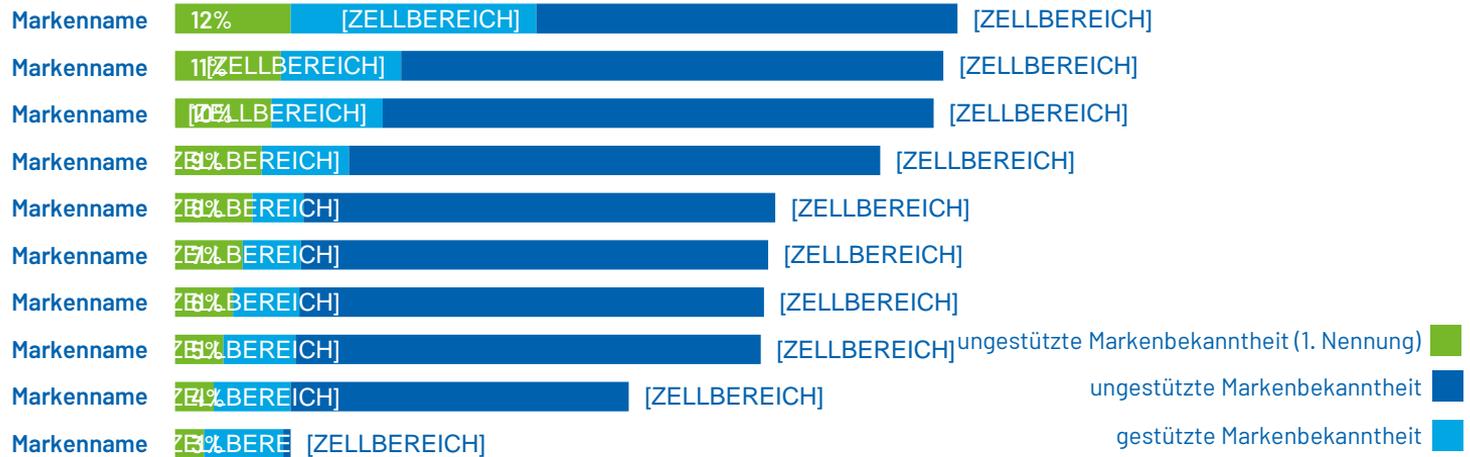


 „Im Folgenden wird ein Warenssegment eingeblendet. Bitte notieren Sie, welche Marken Sie aus diesem Segment kennen, wenn auch nur dem Namen nach.“ (Mehrfachnennung) /
 „Sie sehen nun einige Marken mit Logo eingeblendet. Kreuzen Sie bitte alle Marken an, die Sie kennen, wenn auch nur dem Namen nach.“ (Mehrfachnennung)

Anwendung des Kaufmännischen Rundens; Rundungsdifferenzen möglich.

MARKENNAME

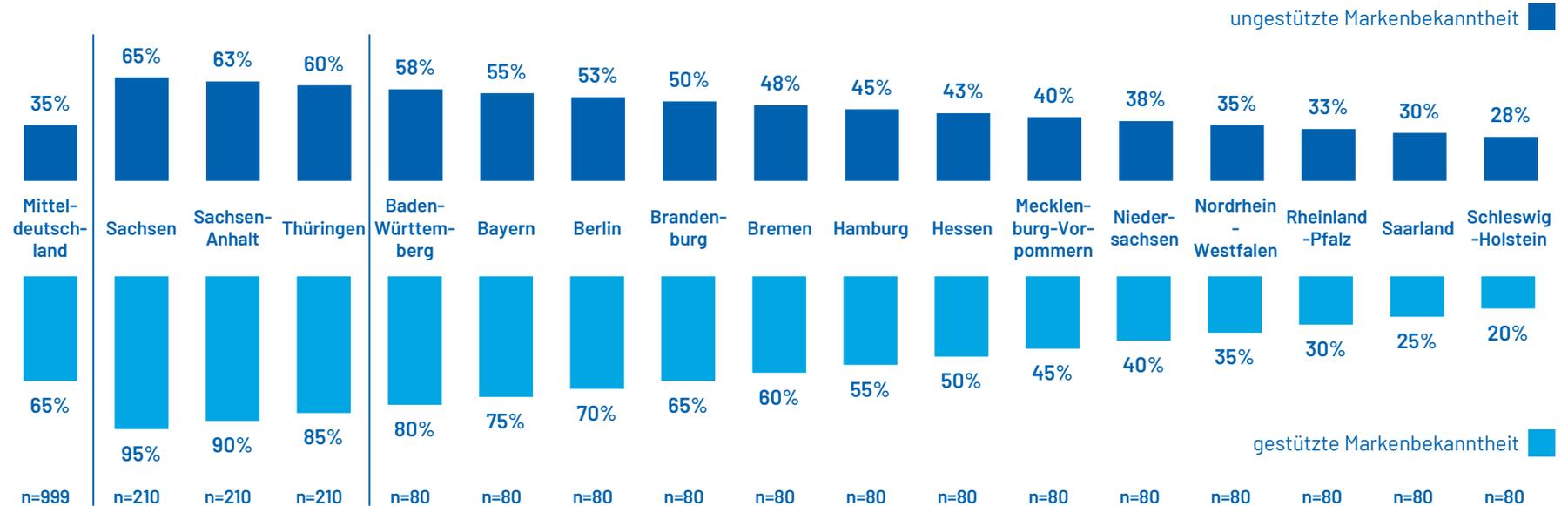
MARKENBEKANNTHEIT – TOP 10 MITTELDEUTSCHLAND



 „Im Folgenden wird ein Warenssegment eingeblendet. Bitte notieren Sie, welche Marken Sie aus diesem Segment kennen, wenn auch nur dem Namen nach.“ (Mehrfachnennung) /
 „Sie sehen nun einige Marken mit Logo eingeblendet. Kreuzen Sie bitte alle Marken an, die Sie kennen, wenn auch nur dem Namen nach.“ (Mehrfachnennung)

MARKENNAME

MARKENBEKANNTHEIT – BUNDESLÄNDER

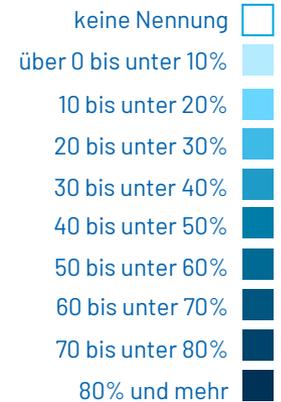
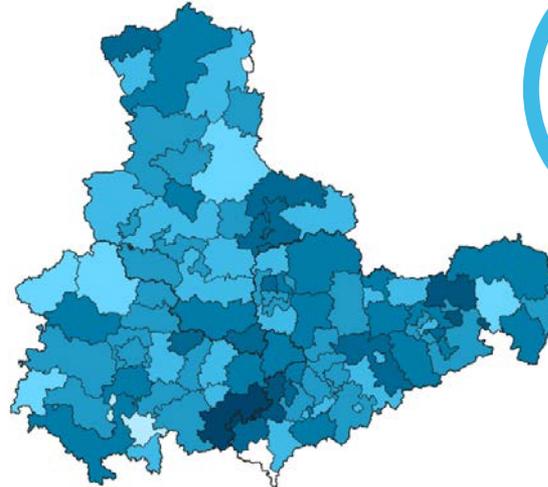
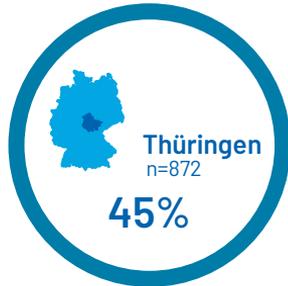
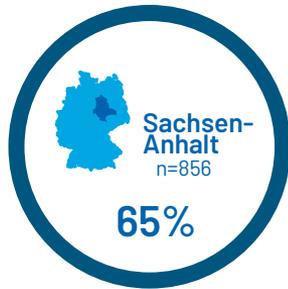


 „Im Folgenden wird ein Warenssegment eingeblendet. Bitte notieren Sie, welche Marken Sie aus diesem Segment kennen, wenn auch nur dem Namen nach.“ (Mehrfachnennung) /
 „Sie sehen nun einige Marken mit Logo eingeblendet. Kreuzen Sie bitte alle Marken an, die Sie kennen, wenn auch nur dem Namen nach.“ (Mehrfachnennung)

Anwendung des Kaufmännischen Rundens; Rundungsdifferenzen möglich.

MARKENNAME

UNGESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT – MITTELDEUTSCHLAND

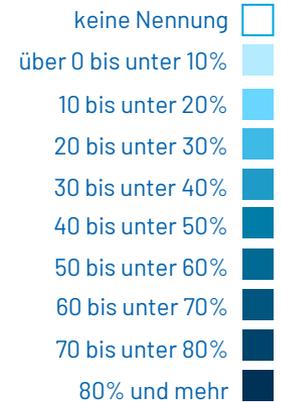
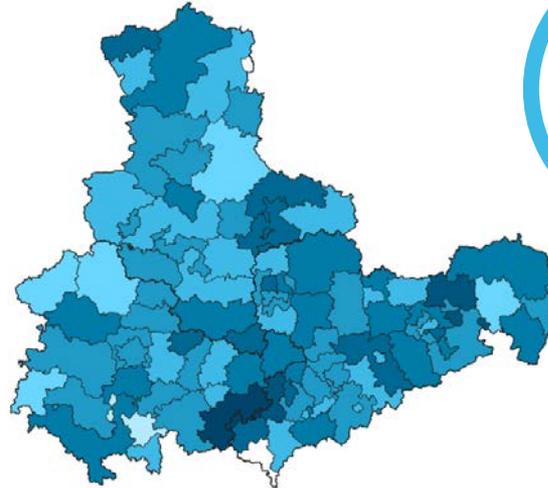
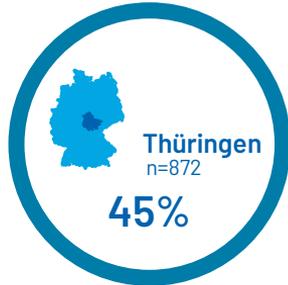
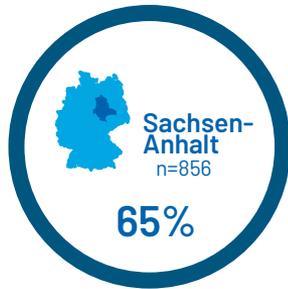


 „Im Folgenden wird ein Warenssegment eingeblendet. Bitte notieren Sie, welche Marken Sie aus diesem Segment kennen, wenn auch nur dem Namen nach.“ (Mehrfachnennung)

Anwendung des Kaufmännischen Rundens; Rundungsdifferenzen möglich.

MARKENNAME

GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT – MITTELDEUTSCHLAND

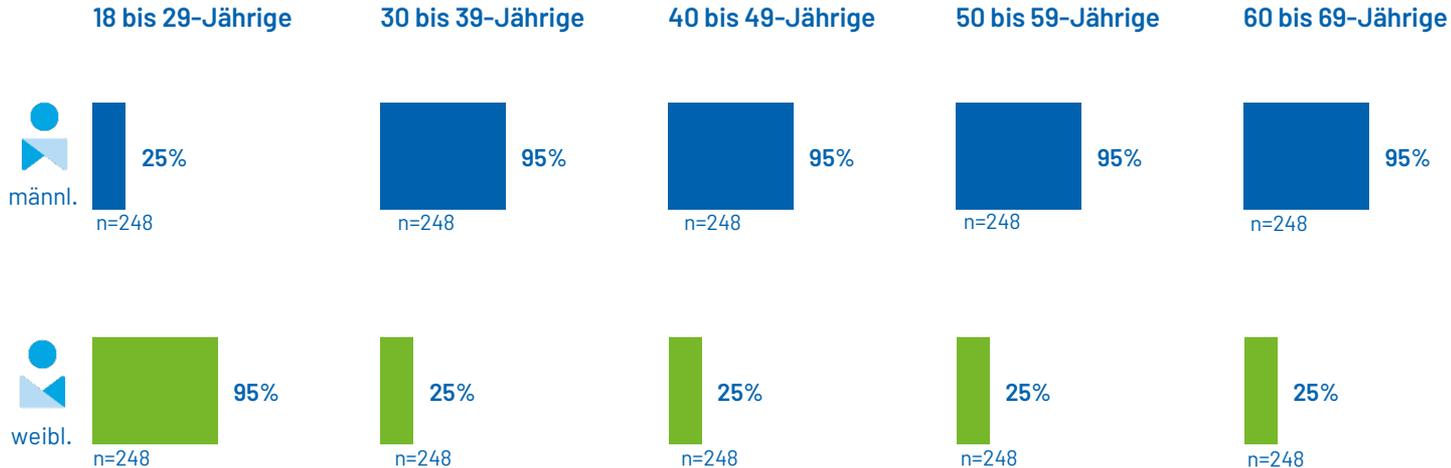


 „Sie sehen nun einige Marken mit Logo eingebildet. Kreuzen Sie bitte alle Marken an, die Sie kennen, wenn auch nur dem Namen nach.“ (Mehrfachnennung)

Anwendung des Kaufmännischen Rundens; Rundungsdifferenzen möglich.

MARKENNAME

GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT – ALTER UND GESCHLECHT



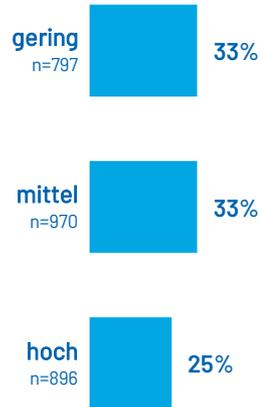
„Sie sehen nun einige Marken mit Logo eingeblendet. Kreuzen Sie bitte alle Marken an, die Sie kennen, wenn auch nur dem Namen nach.“ (Mehrfachnennung)

Anwendung des Kaufmännischen Rundens; Rundungsdifferenzen möglich.

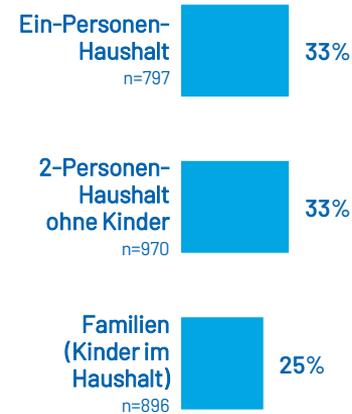
MARKENNAME

GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT – EINKOMMEN UND WOHSITUATION

Einkommen*
in Relation zur Haushaltsgröße



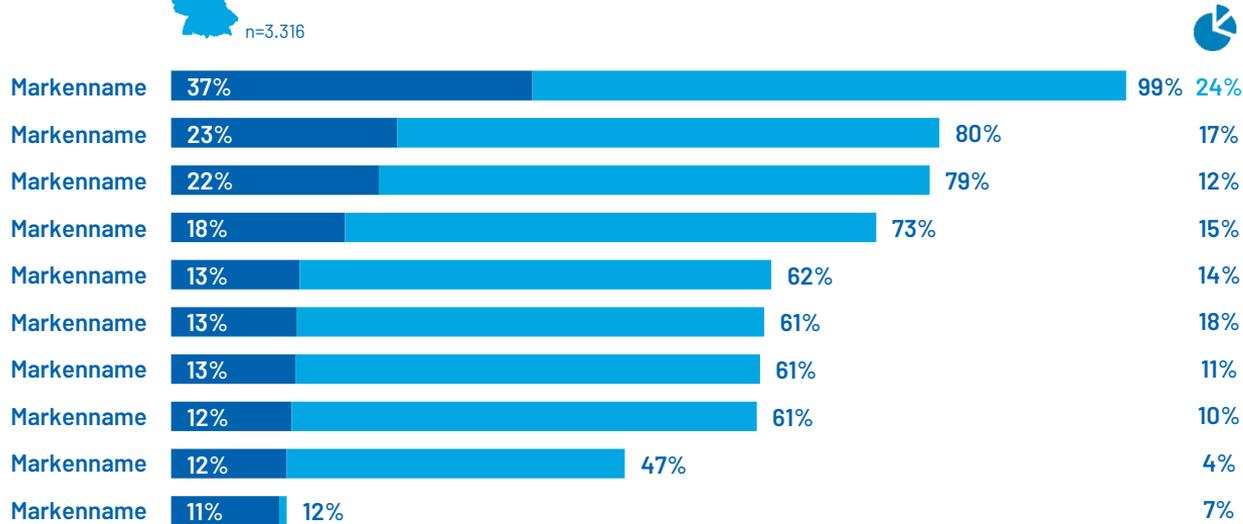
Wohnsituation



„Sie sehen nun einige Marken mit Logo eingeblendet. Kreuzen Sie bitte alle Marken an, die Sie kennen, wenn auch nur dem Namen nach.“ (Mehrfachnennung)

MARKENNAME

MARKENBEKANNTHEIT UND -KAUF



gestützte
Markenbekanntheit

Markenkauf



Conversion Rate:
Verhältnis von Markenkauf
zu Markenbekanntheit

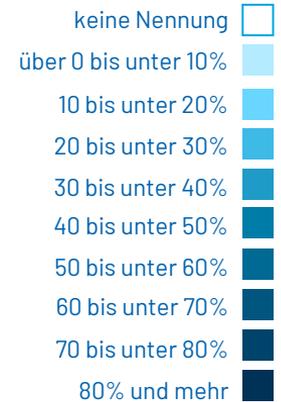
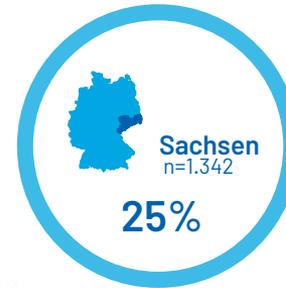
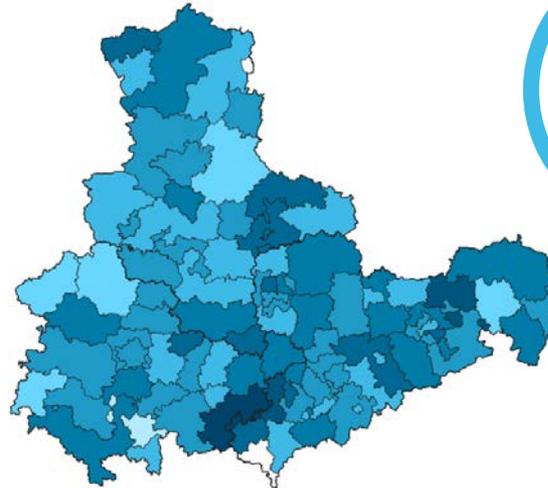
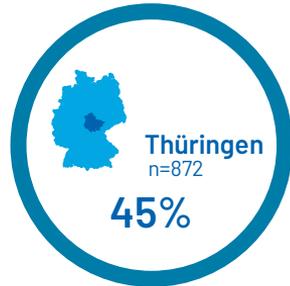
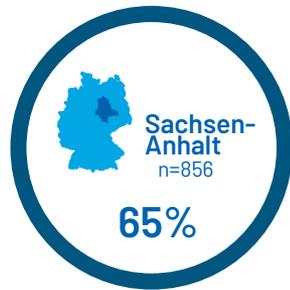


„Sie sehen nun einige Marken mit Logo eingeblendet. Kreuzen Sie bitte alle Marken an, die Sie kennen, wenn auch nur dem Namen nach.“ (Mehrfachnennung)/
„Welche der Ihnen bekannten Marken haben Sie in den letzten 4 Wochen gekauft?“ (Mehrfachnennung)

Anwendung des Kaufmännischen Rundens; Rundungsdifferenzen möglich.

MARKENNAME

CONVERSION RATE – MITTELDEUTSCHLAND

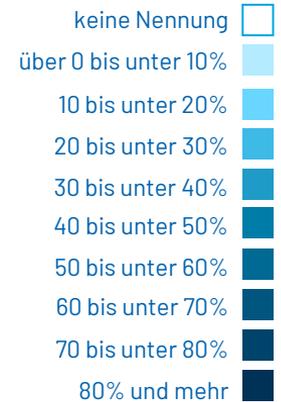
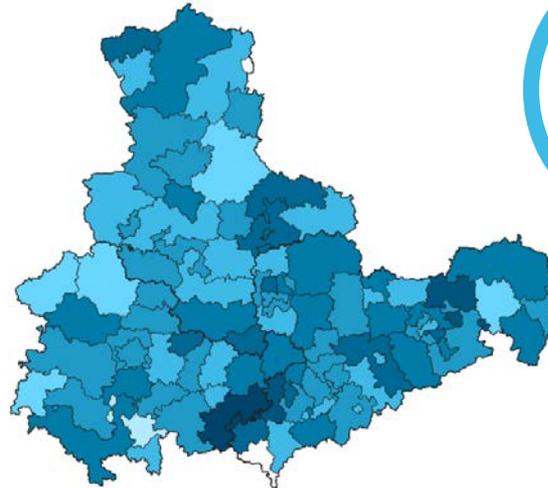
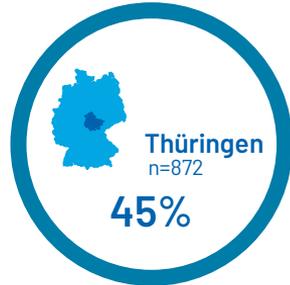
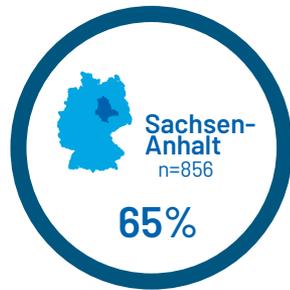


„Sie sehen nun einige Marken mit Logo eingeblendet. Kreuzen Sie bitte alle Marken an, die Sie kennen, wenn auch nur dem Namen nach.“ (Mehrfachnennung)
 „Welche der Ihnen bekannten Marken haben Sie in den letzten 4 Wochen gekauft?“ (Mehrfachnennung)

Anwendung des Kaufmännischen Rundens; Rundungsdifferenzen möglich. Conversion Rate: Verhältnis von Markenkauf zu gestützter Markenbekanntheit

MARKENNAME

MARKENKAUF – MITTELDEUTSCHLAND



 „Welche der Ihnen bekannten Marken haben Sie in den letzten 4 Wochen gekauft?“ (Mehrfachnennung)

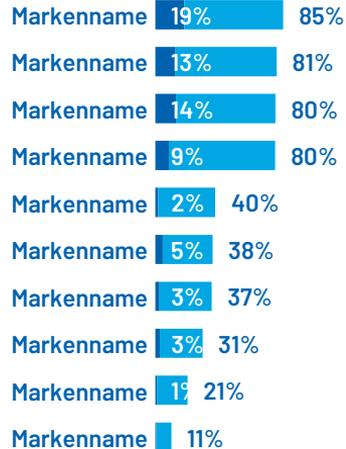
Anwendung des Kaufmännischen Rundens; Rundungsdifferenzen möglich.

MARKENNAME

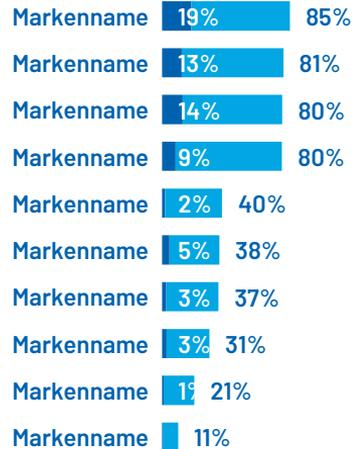
MARKENBEKANNTHEIT UND -KAUF – BUNDESLÄNDER



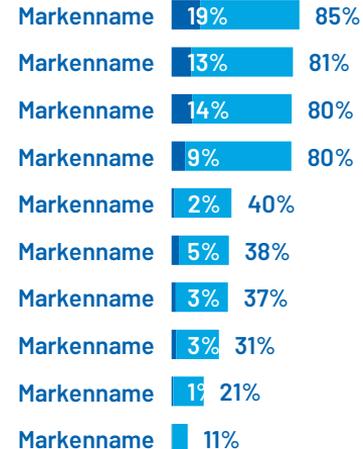
Sachsen
n=1.598



Sachsen-Anhalt
n=856

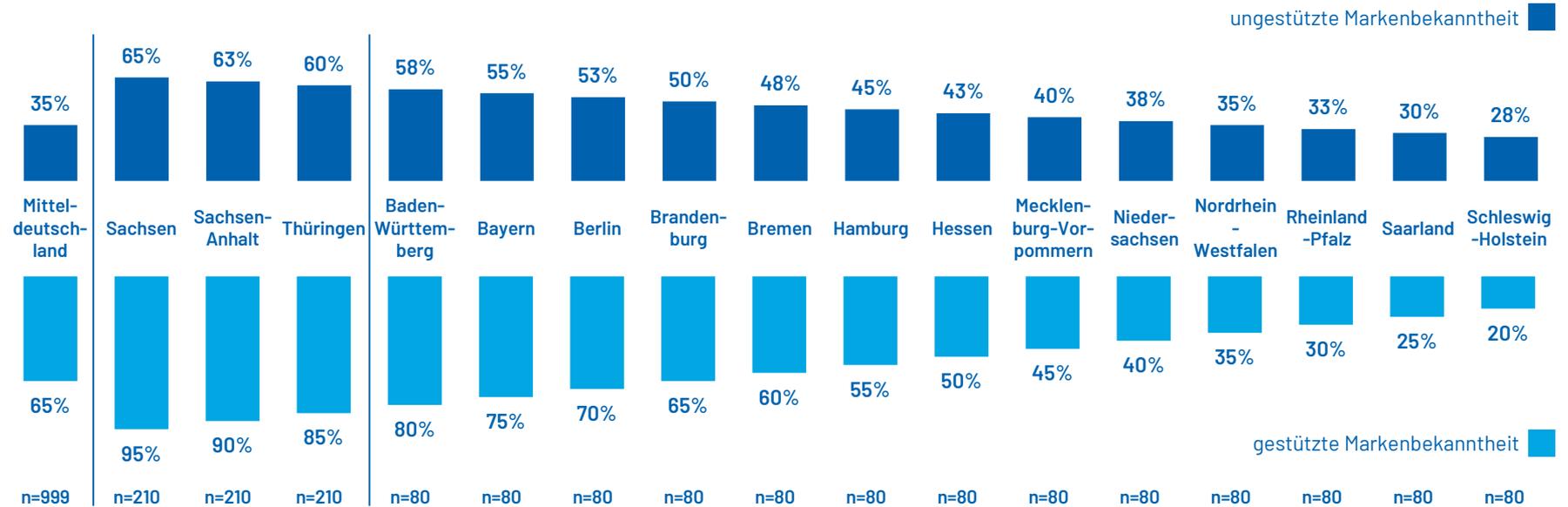


Thüringen
n=862



MARKENNAME

MARKENBEKANNTHEIT – BUNDESLÄNDER

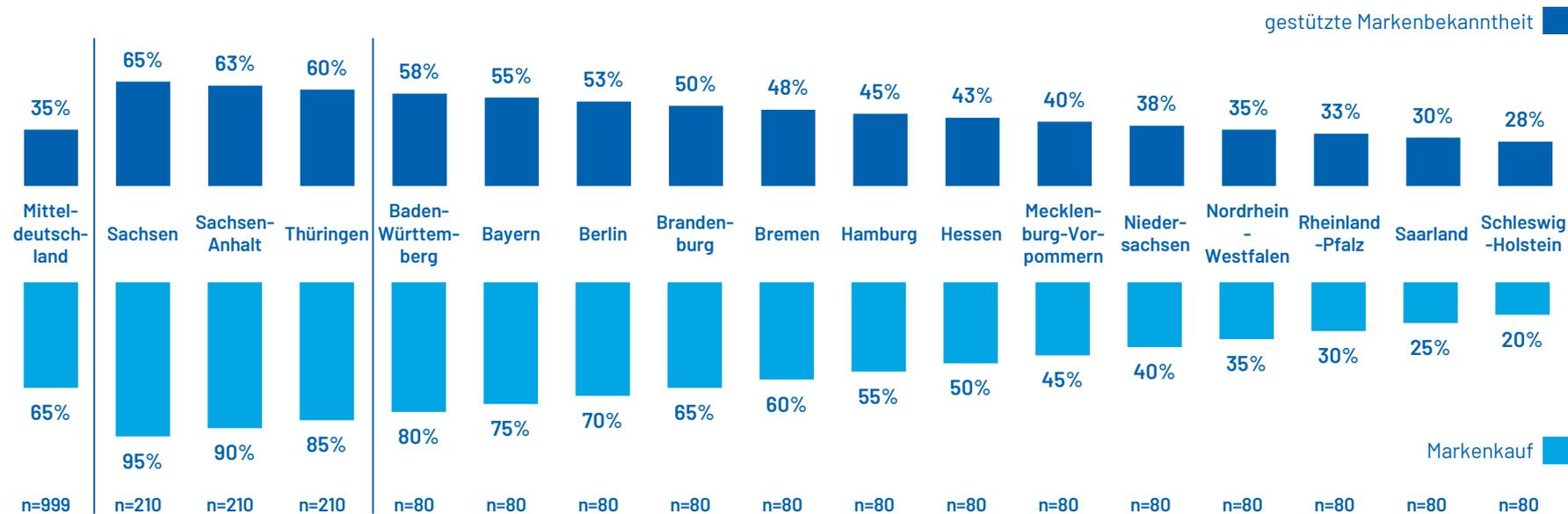


 „Im Folgenden wird ein Warenssegment eingeblendet. Bitte notieren Sie, welche Marken Sie aus diesem Segment kennen, wenn auch nur dem Namen nach.“ (Mehrfachnennung) /
 „Sie sehen nun einige Marken mit Logo eingeblendet. Kreuzen Sie bitte alle Marken an, die Sie kennen, wenn auch nur dem Namen nach.“ (Mehrfachnennung)

Anwendung des Kaufmännischen Rundens; Rundungsdifferenzen möglich.

MARKENNAME

MARKENKAUF – BUNDESLÄNDER

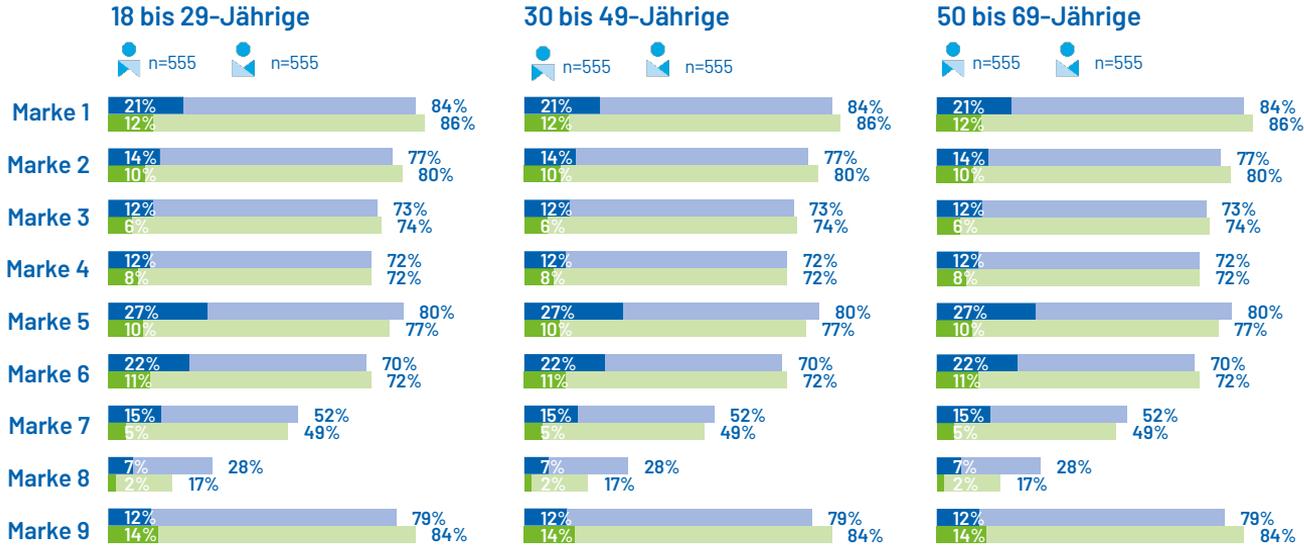


 „Im Folgenden wird ein Warenssegment eingeblendet. Bitte notieren Sie, welche Marken Sie aus diesem Segment kennen, wenn auch nur dem Namen nach.“ (Mehrfachnennung) / „Sie sehen nun einige Marken mit Logo eingeblendet. Kreuzen Sie bitte alle Marken an, die Sie kennen, wenn auch nur dem Namen nach.“ (Mehrfachnennung)

Anwendung des Kaufmännischen Rundens; Rundungsdifferenzen möglich.

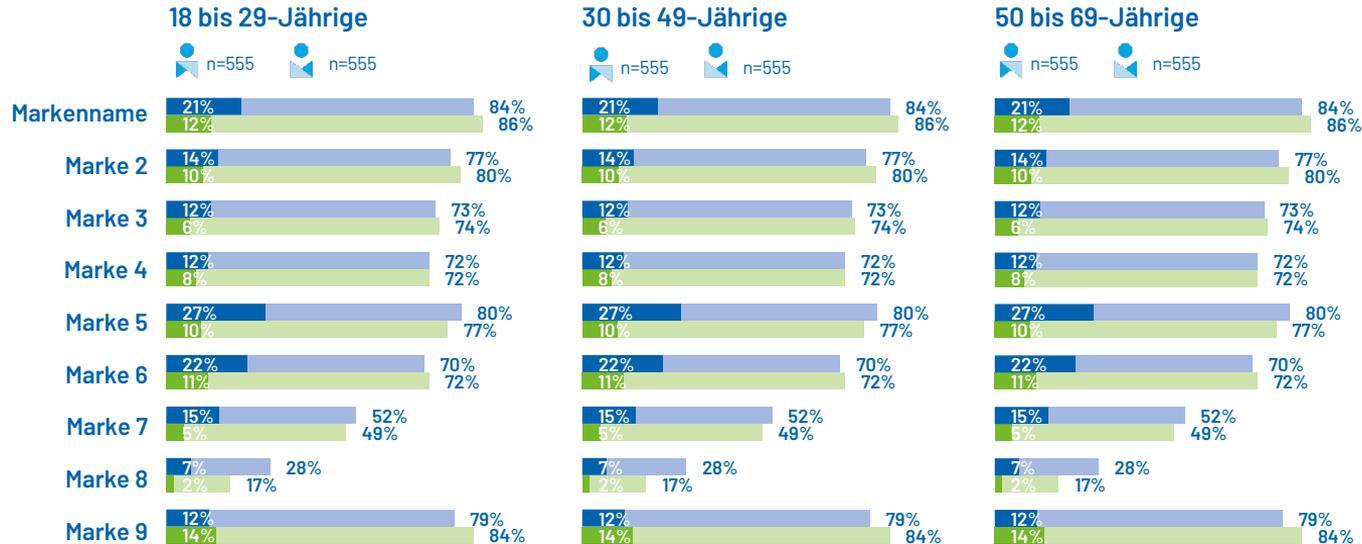
MARKENNAME

MARKENBEKANNTHEIT UND -KAUF – ALTER UND GESCHLECHT



MARKENNAME

MARKENBEKANNTHEIT UND -KAUF – ALTER UND GESCHLECHT



**Sachsen-
Anhalt**

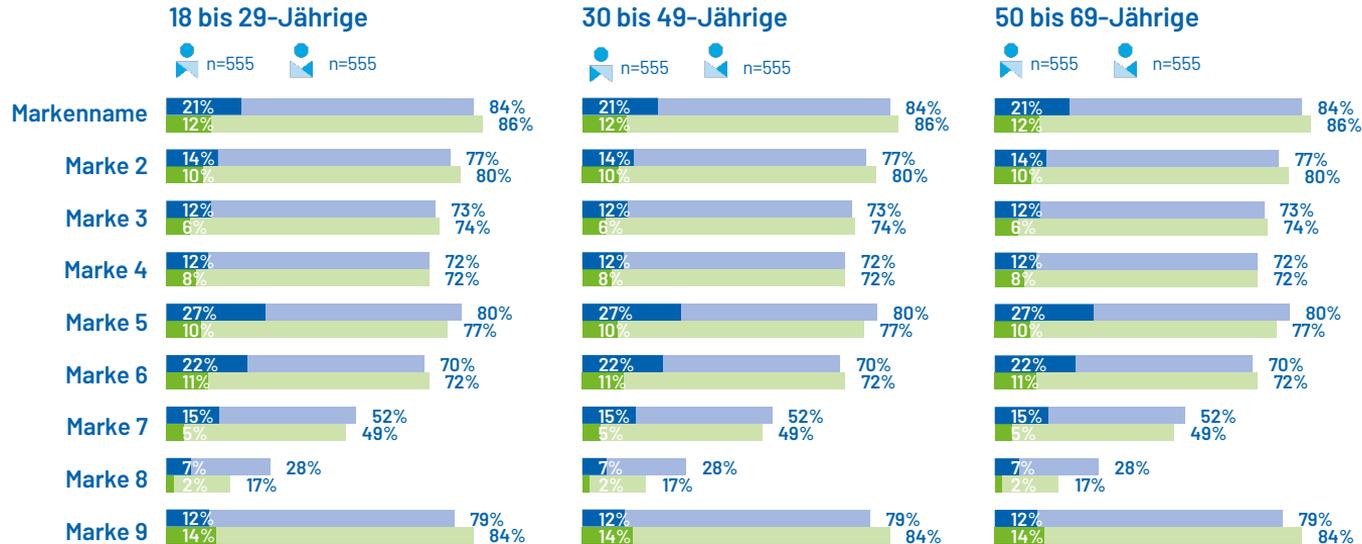


gestützte
Marken-
bekanntheit
Markenkauf



MARKENNAME

MARKENBEKANNTHEIT UND -KAUF – ALTER UND GESCHLECHT



Thüringen

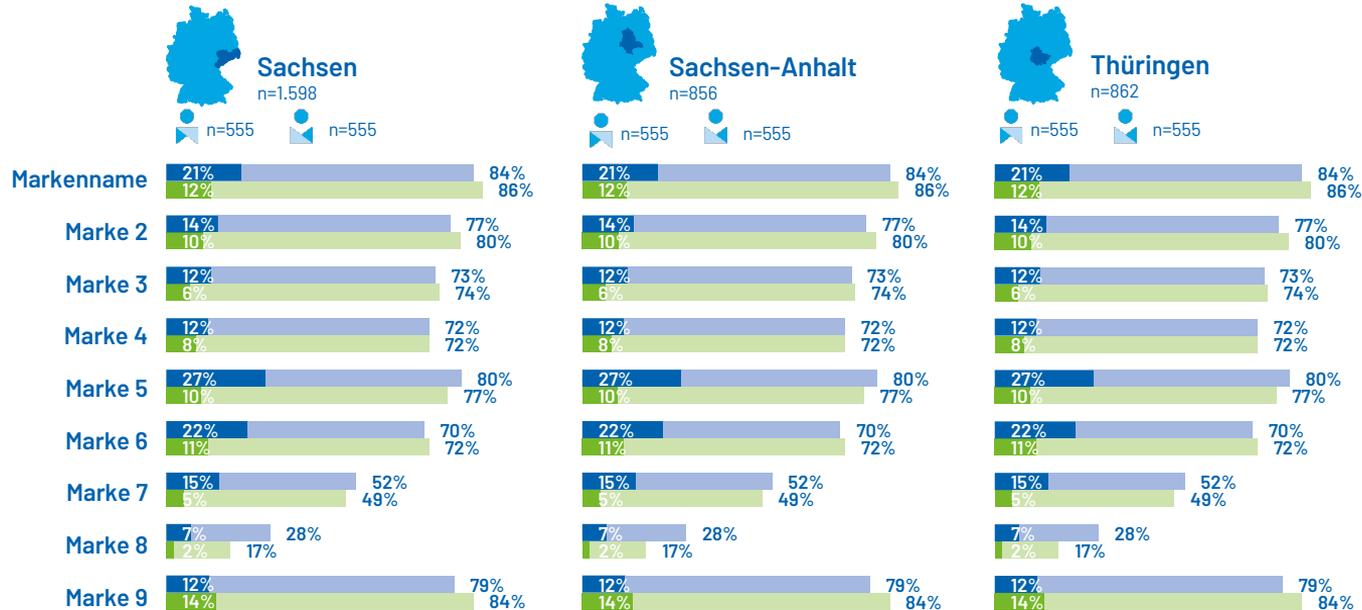


gestützte
Marken-
bekanntheit
Markenkauf



MARKENNAME

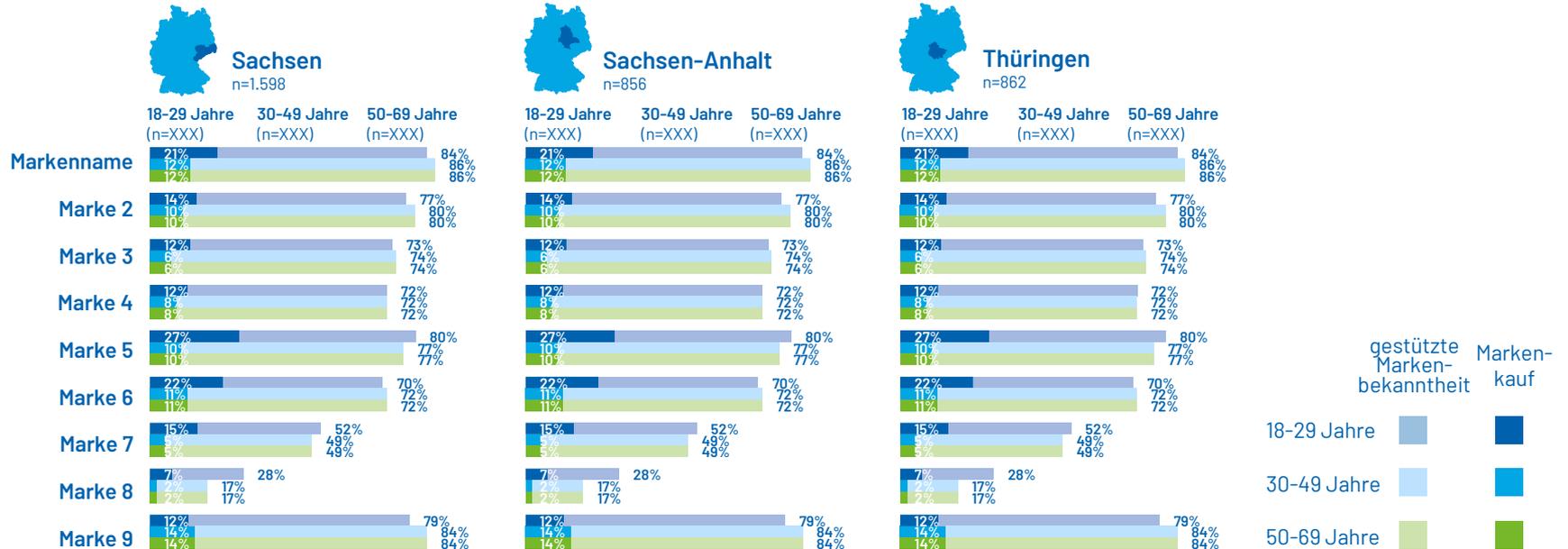
MARKENBEKANNTHEIT UND -KAUF – BUNDESLAND UND GESCHLECHT



gestützte
Marken-
bekanntheit
Markenkauf

MARKENNAME

MARKENBEKANNTHEIT UND -KAUF – BUNDESLAND UND ALTER



Sortierung: absteigend nach gestützter Markenbekanntheit in Mitteldeutschland. Mehrfachnennungen möglich. Anwendung des Kaufmännischen Rundens; Rundungsdifferenzen möglich.

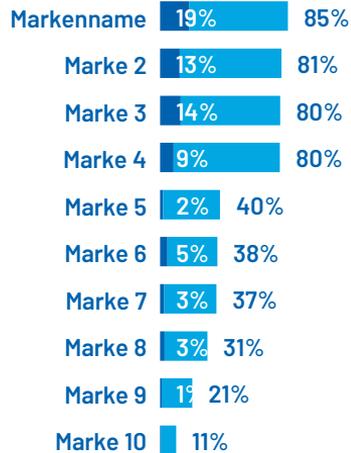
MARKENNAME

MARKENBEKANNTHEIT UND -KAUF – WOHNSITUATION

 **Ein-Personen-Haushalt**
n=856



 **2-Personen-Haushalt ohne Kinder**
n=856



 **Familien (Kinder im Haushalt)**
n=862

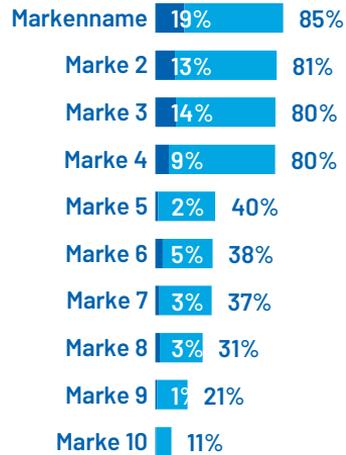


gestützte
Markenbekanntheit 
Markenkauf 

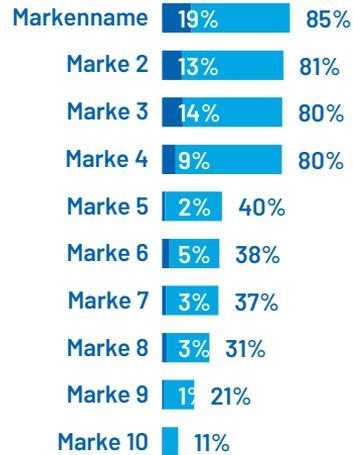
MARKENNAME

MARKENBEKANNTHEIT UND -KAUF – EINKOMMEN

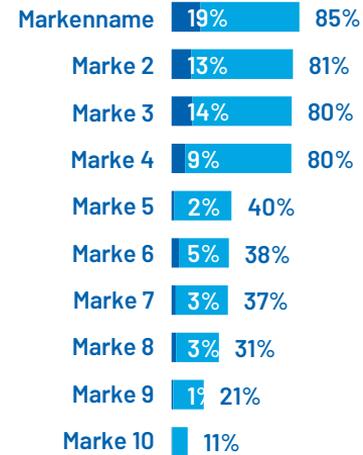
 **niedriges
Einkommen***
n=856



 **mittleres
Einkommen***
n=856



 **hohes
Einkommen***
n=862

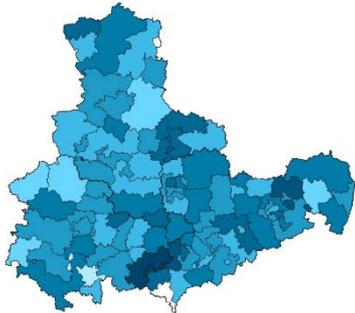


gestützte
Markenbekanntheit 
Markenkauf 

MARKENNAME

EINKAUFSMÄRKTE MARKENNAME-KENNER UND -KÄUFER

Markenname-Kenner
n=2.425



Platz 6	REWE	16%
Platz 7	Penny	9%
Platz 8	real	5%
Platz 9	Globus	4%
Platz 10	Norma	3%



38%



30%



24%



19%



18%

44%



31%



21%

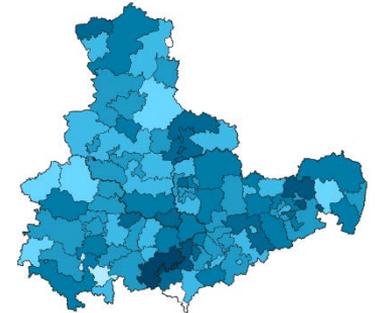


19%



15%

Markenname-Käufer
n=2.425



Platz 6	Netto (rot)	17%
Platz 7	Penny	9%
Platz 8	real	8%
Platz 9	Marktkauf	3%
Platz 10	Norma	2%

MARKENNAME

KAUFGRÜNDE – GESAMT

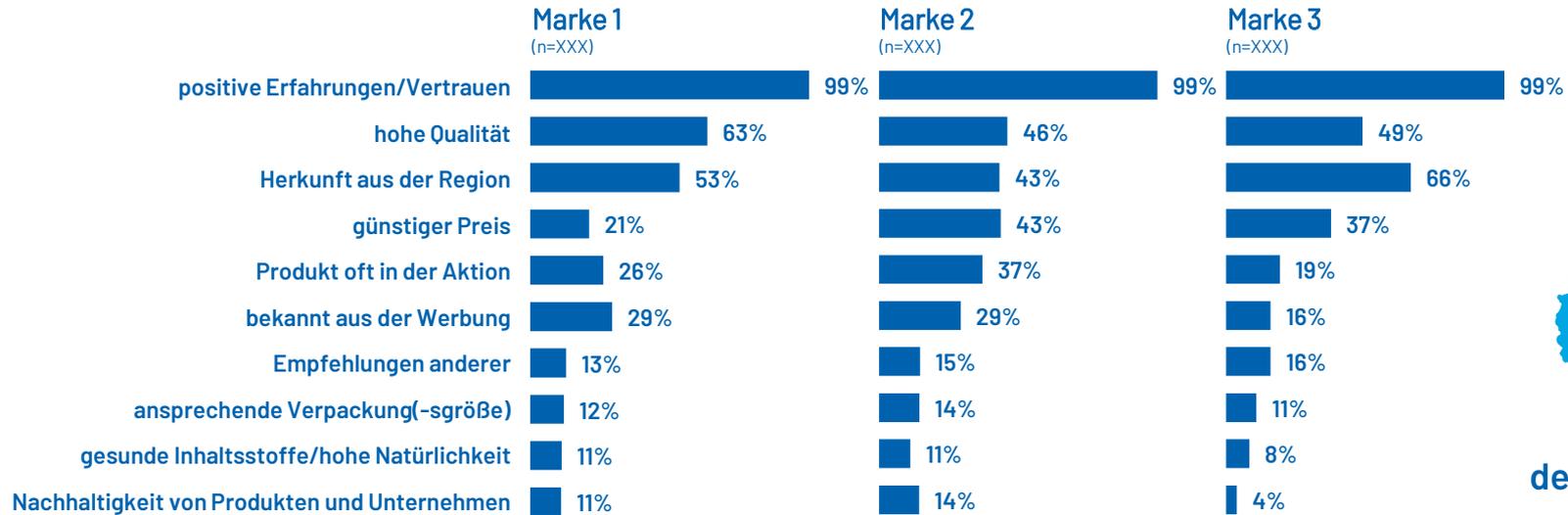


 „Aus welchen der folgenden Gründen kaufen Sie diese Marke?“ (Mehrfachnennung)

Anwendung des Kaufmännischen Rundens; Rundungsdifferenzen möglich.

MARKENNAME

KAUFGRÜNDE – MARKEN



„Aus welchen der folgenden Gründen kaufen Sie diese Marke?“ (Mehrfachnennung)

Anwendung des Kaufmännischen Rundens; Rundungsdifferenzen möglich.

MARKENNAME

KAUFGRÜNDE – BUNDESLÄNDER



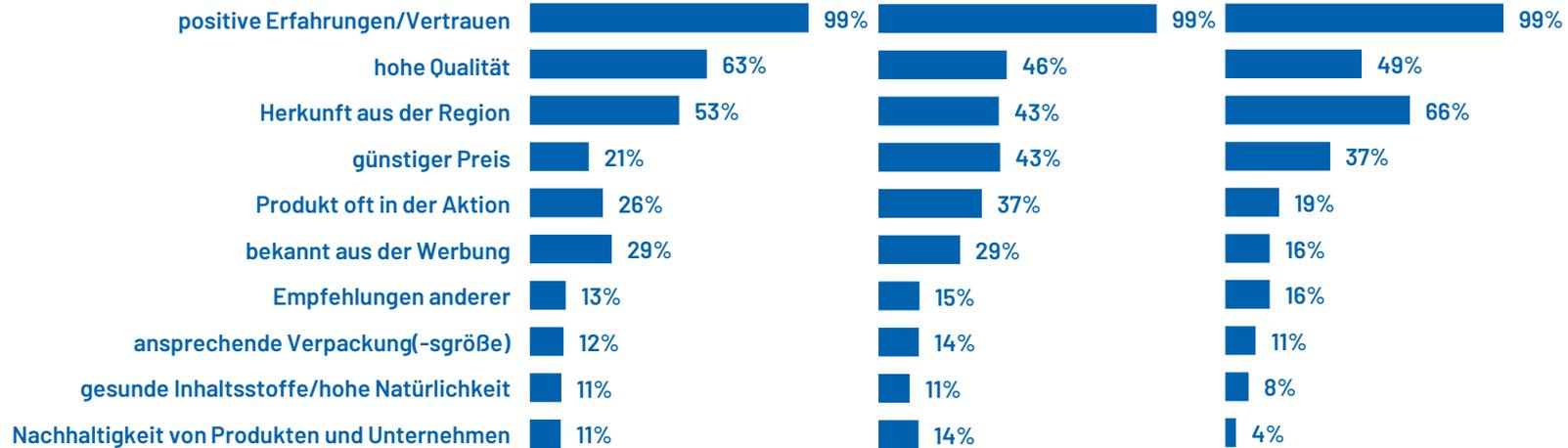
Sachsen
n=1.598



Sachsen-Anhalt
n=856



Thüringen
n=862

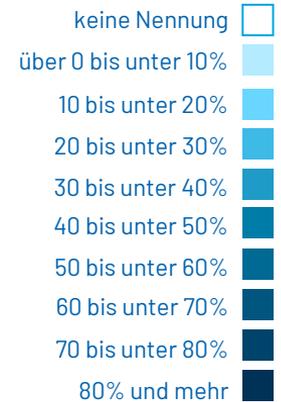
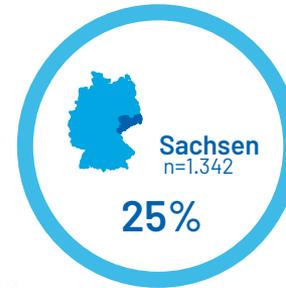
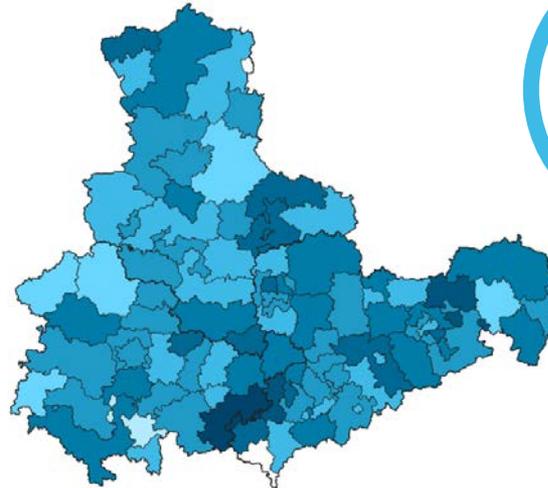
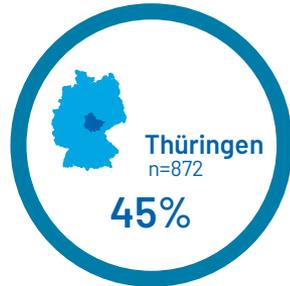
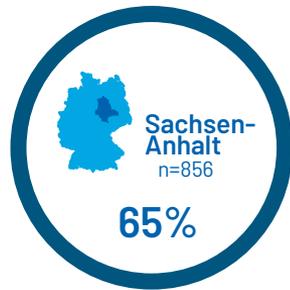


„Aus welchen der folgenden Gründen kaufen Sie diese Marke?“ (Mehrfachnennung)

Anwendung des Kaufmännischen Rundens; Rundungsdifferenzen möglich.

MARKENNAME

MARKENTREUE – MITTELDEUTSCHLAND

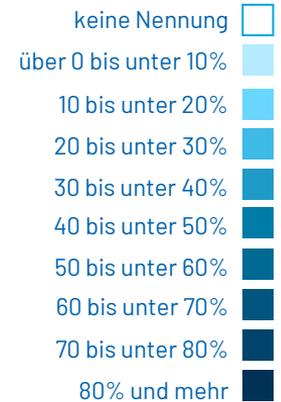
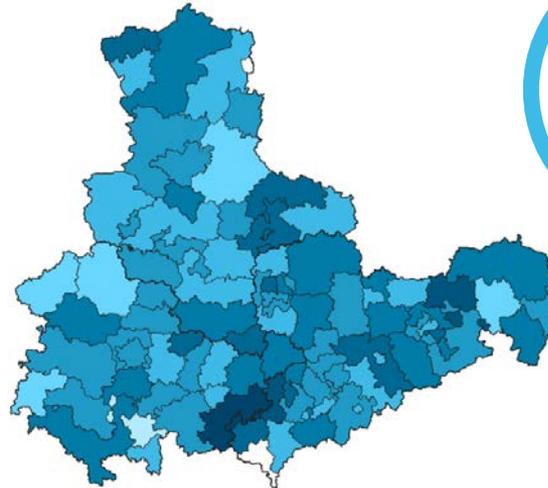
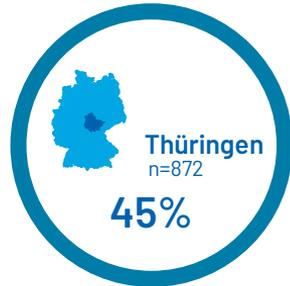
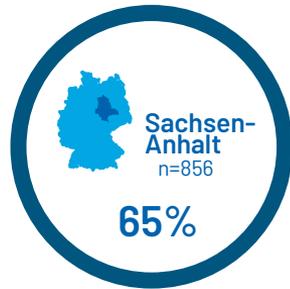


„Welche der folgenden Aussagen trifft auf Sie eher zu? - Wenn ich ein Produkt aus diesem Warenssegment kaufe, dann immer oder meistens diese Marke.“

Anwendung des Kaufmännischen Rundens; Rundungsdifferenzen möglich.

MARKENNAME

MARKENSYPATHIE – MITTELDEUTSCHLAND

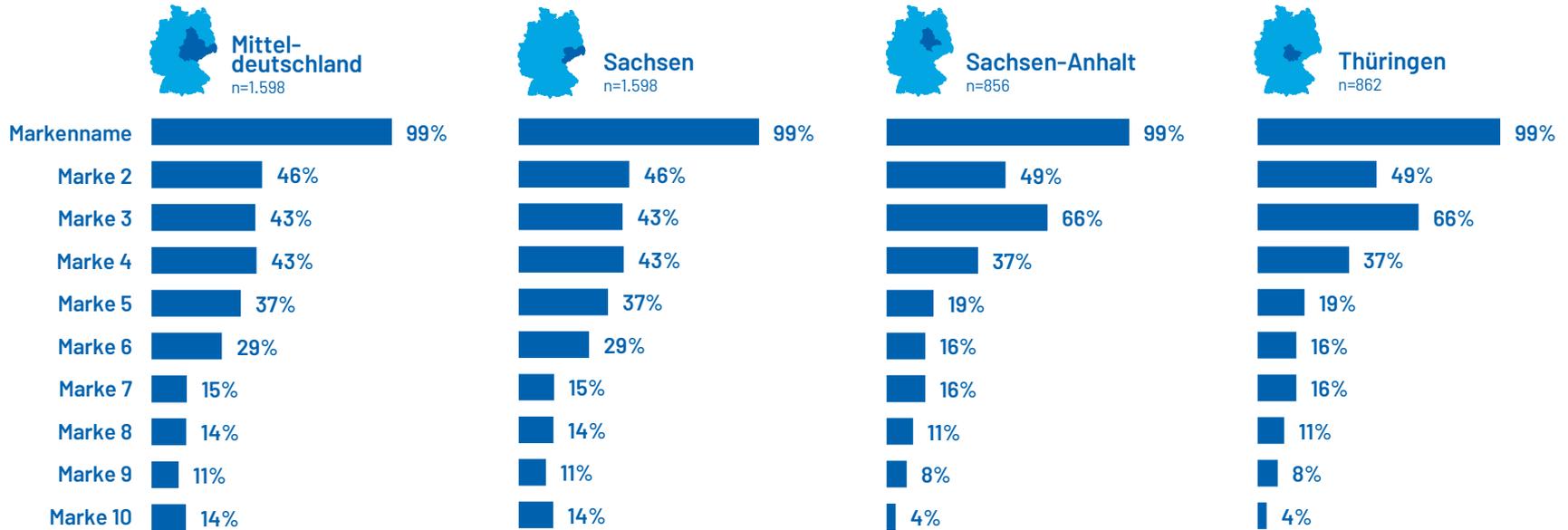


 „Inwieweit trifft die folgende Aussage auf die Ihnen bekannten Marken zu? - Diese Marke ist mir sympathisch.“

Anwendung des Kaufmännischen Rundens; Rundungsdifferenzen möglich.

MARKENNAME

MARKENSYPATHIE – BUNDESLÄNDER

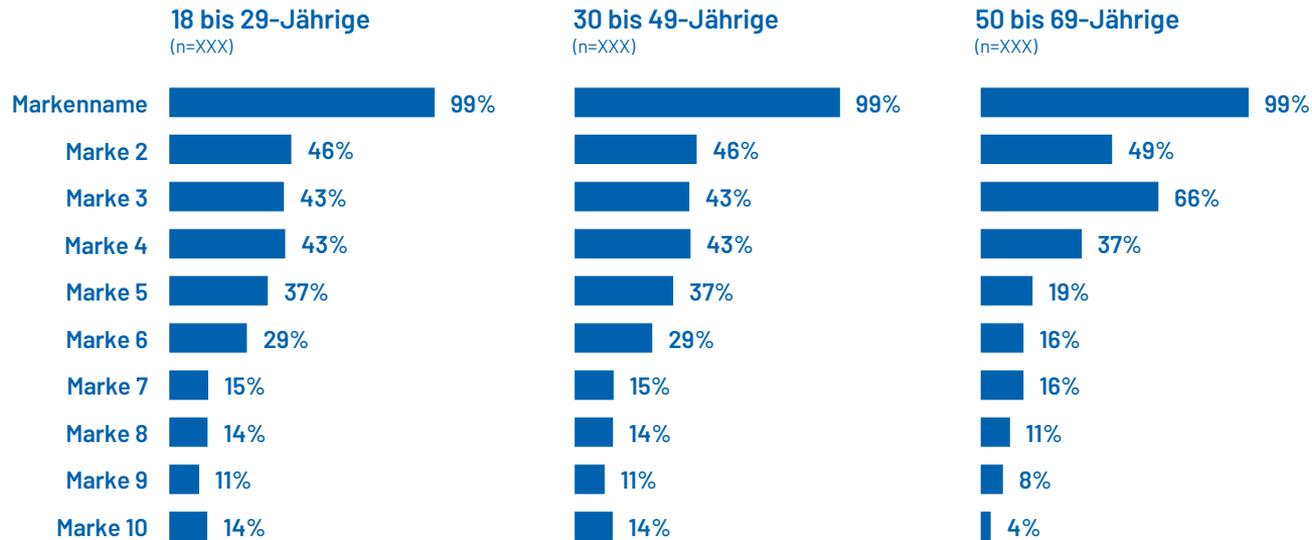


 „Inwieweit trifft die folgende Aussage auf die Ihnen bekannten Marken zu? - Diese Marke ist mir sympathisch.“

Anwendung des Kaufmännischen Rundens; Rundungsdifferenzen möglich.

MARKENNAME

MARKENSYPATHIE – ALTERSGRUPPEN

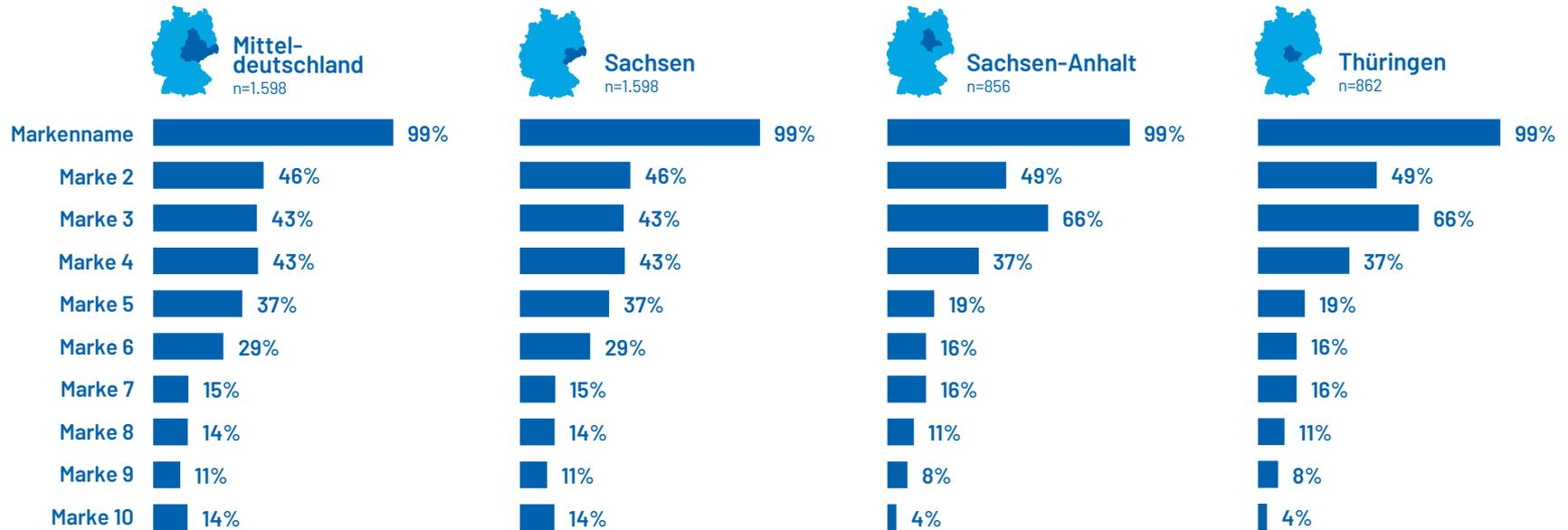


 „Inwieweit trifft die folgende Aussage auf die Ihnen bekannten Marken zu? - Diese Marke ist mir sympathisch.“

Anwendung des Kaufmännischen Rundens; Rundungsdifferenzen möglich.

MARKENNAME

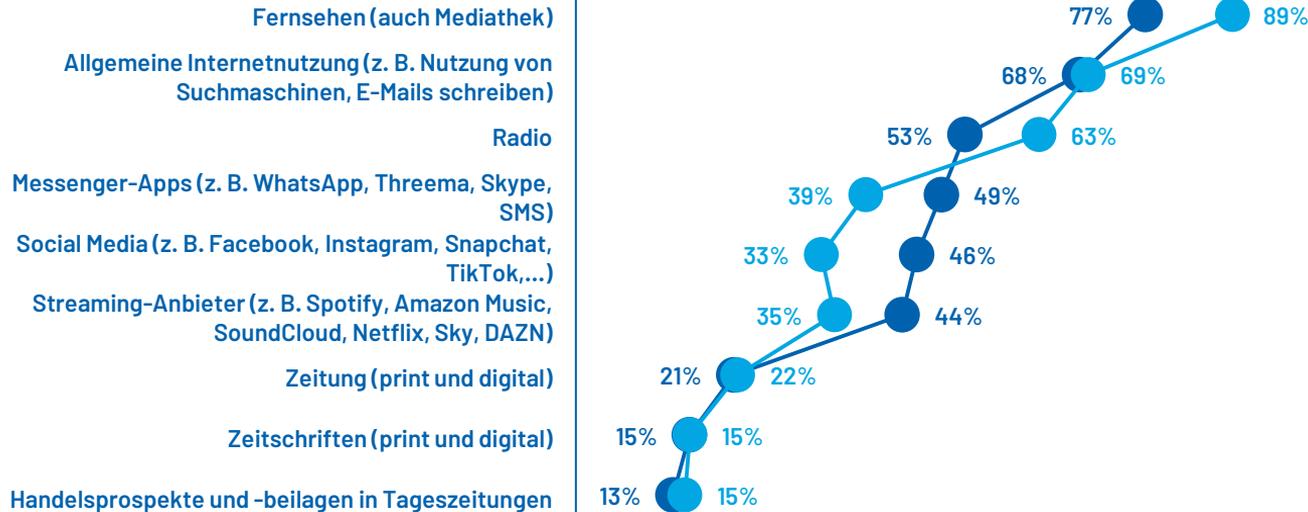
WERBEWAHRNEHMUNG - BUNDESLÄNDER



„Bitte erinnern Sie sich: Von welchen der Ihnen bekannten Marken haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?“ (Mehrfachnennung)

MARKENNAME

MEDIENNUTZUNG



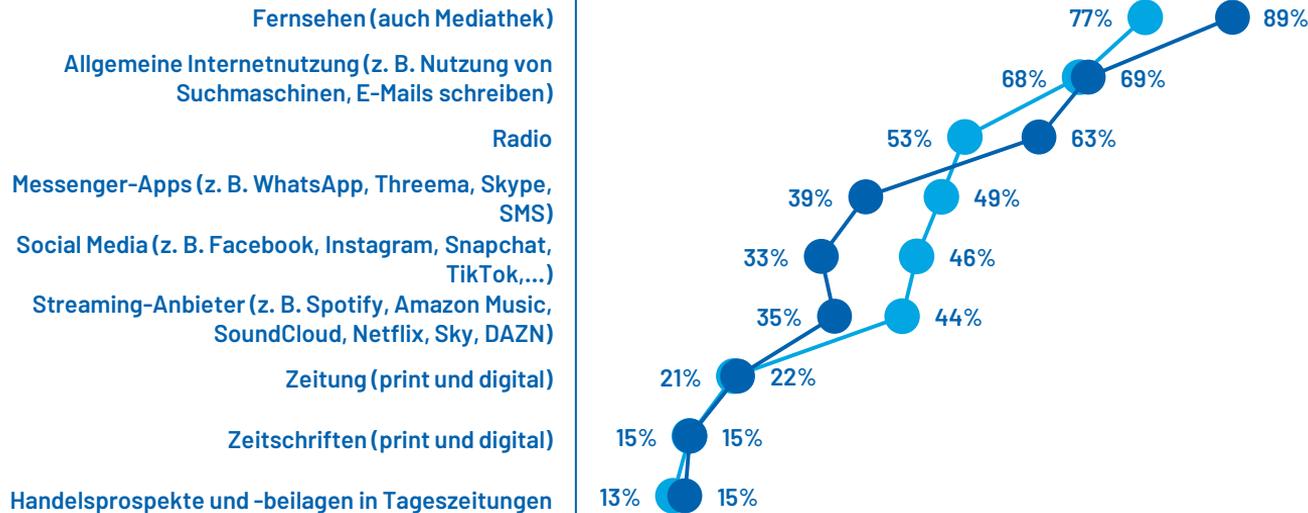
- Mitteldeutschland
n=1.037
- Kenner Marke
n=219

 „Wie häufig nutzen Sie die folgenden Medien - ganz gleich ob beruflich oder privat?“

Anwendung des Kaufmännischen Rundens; Rundungsdifferenzen möglich.

MARKENNAME

MEDIENNUTZUNG



- Kenner
n=1.037
- Käufer
n=219

 „Wie häufig nutzen Sie die folgenden Medien - ganz gleich ob beruflich oder privat?“

Anwendung des Kaufmännischen Rundens; Rundungsdifferenzen möglich.

ANHANG

EINKOMMENSKLASSIFIZIERUNG

KLASSIFIKATION	HAUSHALTSGRÖßE	HAUSHALTSNETTOEINKOMMEN (MONATLICH)
geringes Einkommen	1 Personen-Haushalt	< 1.000 €
	2 Personen-Haushalt	< 1.500 €
	3 Personen-Haushalt	< 2.000 €
	4 Personen-Haushalt	< 2.500 €
	5 und mehr Personen-Haushalt	< 3.000 €
mittleres Einkommen	1 Personen-Haushalt	1.000 € bis 2.000 €
	2 Personen-Haushalt	1.500 € bis 2.500 €
	3 Personen-Haushalt	2.000 € bis 3.000 €
	4 Personen-Haushalt	2.500 € bis 3.500 €
	5 und mehr Personen-Haushalt	3.000 € bis 4.000 €
hohes Einkommen	1 Personen-Haushalt	> 2.000 €
	2 Personen-Haushalt	> 2.500 €
	3 Personen-Haushalt	> 3.000 €
	4 Personen-Haushalt	> 3.500 €
	5 und mehr Personen-Haushalt	> 4.000 €

NUTZUNGSRECHTE

Alle Rechte an der MITTELDEUTSCHE MARKENSTUDIE liegen bei der MDR Media GmbH und dem IMK Institut für angewandte Marketing- und Kommunikationsforschung GmbH. Abbildungen und Texte dürfen – auch auszugsweise – nur nach ausdrücklicher, also schriftlicher, vorheriger Zustimmung und sodann nur unter Nennung der vollständigen Quellenangabe zitiert, publiziert, vervielfältigt oder übersetzt werden. Die vorherige Zustimmung kann nur die MDR Media GmbH, Gothaer Straße 36, 99094 Erfurt, geben. Ansprechpartner ist Nicole Tuchar, Leiterin Kommunikation, E-Mail: marketing@mdrmedia.de. In diesem Fall wird um die Zusendung eines Belegexemplars an die obige Anschrift gebeten. Die Studie und deren Inhalte dürfen nicht weiterverkauft oder lizenziert werden. Logos und Marken dürfen weder entfernt noch verändert werden. Im Falle der Zuwiderhandlung werden die in Betracht kommenden Ersatz-, insbesondere Schadensersatzansprüche geltend gemacht.