

Marken, Märkte, Menschen – MITTELDEUTSCHE MARKENSTUDIE 2021

- Die 12 besten Lebensmittelmarken in Mitteldeutschland
- Corona hat das Einkaufsverhalten verändert
- Frauen kaufen bewusster als Männer

Erfurt 9. September 2021

Zweidrittel der Menschen in Mitteldeutschland haben ihr Einkaufsverhalten während der Corona-Pandemie verändert. Es wird seltener eingekauft, dafür aber größere Mengen und der Einkauf wird schneller erledigt. Bei der Auswahl ist die mitteldeutsche Kundschaft markentreuer. Sie achten eher auf Geschmack, Preis, regionale Produkte und, anders als der Bundesdurchschnitt, weniger auf Attribute wie Bio, Klima- oder Umweltschutz. In allen untersuchten Bereichen kaufen Frauen bewusster ein als Männer. Das sind Ergebnisse der heute in Erfurt vorgestellten MITTELDEUTSCHEN MARKENSTUDIE 2021. Befragt wurden in der repräsentativen Studie 5.000 Menschen in Mitteldeutschland und 1.000 im gesamten Bundesgebiet. Erstmals wurden die Auszeichnungen „Beste Marke“ in 12 Produktgruppen vergeben. Durchgeführt wurde die Studie im Auftrag der MDR Media vom Erfurter Institut IMK.

Sachsen führt bei „Beste Marke“ – Kaufland bleibt Einkaufsmarkt Nummer 1

In der Studie wurden 120 mitteldeutsche Marken in 12 Produktgruppen abgefragt. Aus Werten wie „Bekanntheit“, „Kauf“, „Treue“ und „Sympathie“ wurde dann die jeweils „Beste Marke“ gekürt. Sechs Preise gingen nach Sachsen: Nudossi, Radeberger, Friweika, Bautzn´ner, Teekanne, Lichtenauer. Vier nach Sachsen-Anhalt: Halberstädter, Leckermäulchen, Halloren, Rotkäppchen. Zwei nach Thüringen: Vita Cola, Filinchen.

Bei den beliebtesten Einkaufsstätten verteidigt Kaufland seinen Spitzenplatz in Mitteldeutschland, vor Netto und Edeka. Aldi kommt hier auf den sechsten Platz, erobert sich aber im gesamtdeutschen Schnitt den Spitzenplatz vor Edeka zurück. Auf Platz drei liegt hier Lidl.

Verbraucherverhalten ändert sich auf vielen Gebieten – Frauen kaufen bewusster

Nicht nur Corona beeinflusst das Kaufverhalten der Verbraucher und Verbraucherinnen, auch Themen wie Nachhaltigkeit, faire Produktionsbedingungen, Tierwohl oder Klimaschutz gewinnen an Bedeutung und spielen für ein gutes Drittel der Befragten bereits eine Rolle beim Einkauf. Dreiviertel der Befragten erledigen die Einkäufe mit dem Auto, jede und jeder Dritte nutzt auch das Rad. Während in Mitteldeutschland erst ein Prozent mit dem E-Bike unterwegs sind, ist die Zahl im Bundesdurchschnitt drei Mal höher. Wichtigstes Zahlungsmittel ist immer noch das Bargeld, dicht gefolgt von der EC-Karte. Erst sieben Prozent zahlen mit dem Smartphone. Jeder dritte hat bereits einmal Lebensmittel online eingekauft, doch auch für die Zukunft sehen die Verbraucher hier nur eine ergänzende und keine ersetzende Funktion. Aufgefallen ist den Forschern, dass Frauen beim Einkauf genauer hinschauen als Männer, sei es bei Preis, Inhaltsstoffen oder Bio. Außerdem liegt die Zahl von Frauen, die Bonuskarten nutzen, um mehr als 10 Prozentpunkte höher als bei Männern.

Hoher Wert der Markenstudie für Unternehmen, Agenturen und Verbraucher

Reinhard Hild, Geschäftsleiter Verkauf-Kommunikation der MDR Media, hebt hervor: „Das Feedback zeigt: Unsere Mitteldeutsche Markenstudie liefert einen echten Mehrwert für Marken und Märkte. Mit der Analyse von 120 mitteldeutschen Marken aus der Lebensmittelbranche ist die Studie einzigartig. Keine andere Studie liefert so detaillierte Erkenntnisse, wie Marken und Märkte in Mitteldeutschland funktionieren. Davon profitieren Wirtschaft, Markenverantwortliche und Kundinnen und Kunden gleichermaßen.“

Über die MDR Media

Die MDR Media GmbH ist eine 100-prozentige Tochter des Dreiländersenders MDR. Ihre Kernkompetenz liegt in der Vermarktung von Werbezeiten in Radio und TV.

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 / Rückfragen:

MDR Media GmbH / Nicole Tuchard
Tel.: 0361 218-1133 / Mobil: 0162 4003 645
nicole.tuchard@mdrmedia.de / www.mdrmedia.de