

Mitteldeutsche Markenstudie 2022

Erfurt, 13.09.2022

Preisexplosion – 9 von 10 Deutschen haben ihr Einkaufsverhalten geändert

Regionale Produkte werden immer häufiger nachgefragt.

20 Prozent führen ein Haushaltsbuch

Hat sich vor zwei Jahren die Coronakrise auf das Einkaufsverhalten ausgewirkt, ist es in diesem Jahr die allgemeine Teuerung. Die große Mehrheit ist der Meinung, bei Lebensmitteln und Getränken sei „alles teurer“ geworden. Ein gutes Drittel spricht von teilweisen Verteuerungen. Deshalb ändert die Mehrheit ihr Einkaufsverhalten.

Das sind erste Ergebnisse der MITTELDEUTSCHEN MARKENSTUDIE 2022, die am **29. September in Leipzig** vorgestellt wird. Die Studie fragt jedes Jahr nach den bekanntesten mitteldeutschen Marken, dem Einkaufs- und Verbraucherverhalten und den beliebtesten Einkaufsmärkten. 6.000 Menschen nahmen zwischen April und Juni an der repräsentativen Befragung des Erfurter Instituts für angewandte Marketing- und Kommunikationsforschung, IMK, im Auftrag der MDR Media GmbH teil.

90 Prozent der Befragten geben an, ihr Einkaufsverhalten geändert zu haben und reagieren mit Verzicht, effizienterer Verwertung von Lebensmitteln oder sie weichen unter anderem verstärkt auf regionale Produkte aus.

20 Prozent der Verbraucherinnen und Verbraucher führen ein Haushaltsbuch, die Hälfte handschriftlich, die anderen digital, wie zum Beispiel über Apps. Die MITTELDEUTSCHE MARKENSTUDIE ist eins der wichtigsten Trendbarometer für regionale Marken und Märkte. Sie erscheint in diesem Jahr zum 13. Mal.

Mehr Informationen: <https://www.mdrmedia.de/markentag2022>

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

Kontakt:

MDR Media GmbH | Nicole Tucharth

Tel. 0162 4003 645

nicole.tucharth@mdrmedia.de