

## **Menschen, Märkte, Marken – MITTELDEUTSCHE MARKENSTUDIE 2023**

- **Hohe Inflation verursacht Zukunftssorgen und ändert Kaufverhalten**
- **„Regionalität“ Wettbewerbsvorteil für mitteldeutsche Marken**
- **Hexeneis aus Thüringen ist Wachstumsmarke 2023**

Die anhaltend hohe Inflation führt zu einem drastisch veränderten Kaufverhalten und steigenden Zukunftssorgen in Mitteldeutschland. So befürchtet jeder zweite Haushalt in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen, seinen Lebensmittelbedarf in Zukunft nicht mehr wie gewohnt decken zu können. Das ist ein Ergebnis der 14. MITTELDEUTSCHEN MARKENSTUDIE, die heute beim Mitteldeutschen Markentag in Leipzig präsentiert wurde. Hier wurden auch die beliebtesten mitteldeutschen Marken und Märkte prämiert. Experten empfehlen den heimischen Lebensmittelherstellern stärker mit dem Alleinstellungsmerkmal Regionalität zu werben, um sich bei wachsender Preissensibilität der Haushalte am Markt zu behaupten. Für die repräsentative Studie befragte das Erfurter Meinungsforschungsinstitut IMK im Auftrag der MDR Media GmbH insgesamt 6.000 Menschen, davon 5.000 in Mitteldeutschland. Das macht die Studie einzigartig in ihrer Tiefe.

Die Menschen in Mitteldeutschland lieben ihre heimischen Marken. Doch die anhaltend hohe Inflation führt zu gestiegenen Ausgaben bei wachsender Kaufzurückhaltung. So gab ein Haushalt mit 109 Euro pro Woche rund 12 Euro mehr aus, als noch im Jahr 2022. Fast die Hälfte der Befragten gaben an, sich Lebensmittel, die sie früher gekauft haben, nicht mehr leisten zu können. Studienleiter Sören Schiller sieht deutliche Verschiebungen: „Der Fokus auf Sonderangebote, Rabattkarten und Preis ist jeweils um mehr als 10 Prozentpunkte gestiegen. Außerdem wird auf vieles verzichtet oder auf Eigenmarken der Handelsketten ausgewichen. Mehr als jede und jeder Dritte hat den Konsum bei Fleisch- und Wurstwaren geändert und noch jeder Sechste, beispielsweise bei Mineralwasser.“ Konstant hoch bleibt hingegen mit 60 Prozent der Wunsch nach Produkten aus der Region, noch weit vor Themen wie Nachhaltigkeit oder Bio.

Hier sieht André Hoffmann, Vertriebsleiter der MDR Media GmbH, durchaus Chancen für Rotkäppchen Sekt aus Freyburg, Nudeln aus Riesa, VIBA-Nougat aus Schmalkalden & Co.: „Damit sich die mitteldeutschen Marken im Wettbewerb behaupten können, sollten sie noch konzentrierter an der Markenführung arbeiten. Dies gilt vor allem für das bei den mitteldeutschen Verbrauchern beliebte Alleinstellungsmerkmal Regionalität. Hier gibt die Studie in ihrer Tiefe wichtige Orientierung, denn Regionalität umfasst je nach Produkt ganz unterschiedliche Kriterien.“

### **Beste mitteldeutsche Marken verteidigen Vorjahressieg – Hexeneis ist Top Wachstumsmarke**

In der Studie wurden 100 regionale Marken in 11 Produktgruppen abgefragt. Aus den Werten „Bekanntheit“, „Kauf“, „Treue“ und „Sympathie“ wurde die jeweils „Beste Marke“ gekürt. Wie im Vorjahr gingen fünf Preise 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 auch die brandenburgische Marke wieder an die Spitze in der Kategorie „Convenience-Produkte“. Den Sonderpreis „Top-Wachstumsmarke“ erhielt in diesem Jahr das bekannte „Hexeneis“ von Abbig Feinfrost aus dem Weimarer Land. 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 Edeka und Netto. Der Preis für „Beste Frische“ ging in diesem Jahr hingegen an Edeka.

### **Studie ist das „Schweizer Taschenmesser“ für Marken, Märkte und Werbetreibende**

Reinhard Hild, Geschäftsführer der MDR Media GmbH, betont die weiter gewachsene Relevanz der MITTELDEUTSCHEN MARKENSTUDIE: „Keine andere Studie liefert so

detaillierte Erkenntnisse der Verbrauchergewohnheiten und -erwartungen an Marken und Märkte in Mitteldeutschland. Damit ist sie das Schweizer Taschenmesser auf einem hart umkämpften Markt.“

---

#### **Über die MDR Media GmbH**

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**

IMK ist das führende mitteldeutsche Forschungsinstitut für Customer Focus und Experience. Das Institut mit Sitz in Erfurt ist auf die Schwerpunkte Servicemarktforschung, Begeisterungsforschung und Werbewirkungsforschung spezialisiert.

Kontakt:

MDR Media GmbH | Nicole Tucharth

Tel. 0162 4003645

[nicole.tucharth@mdrmedia.de](mailto:nicole.tucharth@mdrmedia.de)