

++++ SPERRFRIST BIS 29.08.2019, 10:30 UHR ++++

Menschen, Marken, Märkte – 10. Mitteldeutsche Markenstudie vorgestellt

- **Deutsche beim Einkauf umweltbewusster als gedacht**
- **Einkauf dauert im Durchschnitt 34 Minuten**
- **IKEA, Roller und Höffner beliebteste Möbelmärkte**

Leipzig 29.08.2019 Die Kunden und Kundinnen in Deutschland sind beim Einkauf umweltbewusster als oft vermutet. Nur noch 3,5 Prozent greifen zur Plastiktüte. Die überwiegende Mehrheit bringt laut Mitteldeutscher Markenstudie 2019 Einkaufskorb, Tasche oder Kiste mit. Ebenso steigt die Zahl der Käuferinnen und Käufer, die bewusst zu regionalen, saisonalen und gesunden Produkten greifen. Die repräsentative Mitteldeutsche Markenstudie (MDM) wurde heute in Leipzig vorgestellt, mit teils überraschenden Ergebnissen. 69 Marken wurden abgefragt. Seit 10 Jahren lässt die MDR-Werbung GmbH nach Einkaufsverhalten, Markenimage und bevorzugten Einkaufsmärkten fragen. Befragt wurden 3.000 Personen in Mitteldeutschland und 1.500 in Gesamtdeutschland. Damit ist die MDM die größte Studie ihrer Art.

30 Jahre nach der Wende sind Unterschiede im Einkaufsverhalten der Verbraucherinnen und Verbraucher so gut wie verschwunden. Doch es gibt sie noch: So steigt die Bedeutung regionaler Marken in Mitteldeutschland stärker als im Rest der Republik. Für 55 Prozent der Käuferinnen und Käufer in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen ist es wichtig, dass das Produkt aus der Region kommt. 2014 waren es nur 34%. Im gesamtdeutschen Vergleich ist die Herkunft weniger relevant, dafür wird hier etwas mehr Wert auf Bio und Fairtrade gelegt. Hauptkaufgründe bleiben für alle Geschmack und Preis, nur darf der Preis laut Umfrage nicht auf Kosten der Qualität gehen.

Wie lange dauert der durchschnittliche Einkauf in welchem Markt

Zum ersten Mal wurden in der Studie Hauptgründe für den Einkauf in einem bestimmten Supermarkt sowie die durchschnittliche Dauer abgefragt. Bei der Wahl des Supermarktes stehen die Nähe zu Wohnung oder Arbeitsstelle an erster Stelle, gefolgt von Preisen und einem Vollsortiment. Der Einkauf im Supermarkt oder Discounter um die Ecke dauert im Schnitt 31 Minuten, während es im großen Einkaufsmarkt auf der grünen Wiese 50 Minuten sind. Das bedeutet im Gesamtschnitt 34 Minuten. Dabei bringt die Mehrheit Körbe, Kisten oder Taschen mit. Nur jeweils zwei Prozent der Mitteldeutschen kaufen eine Plastik- oder Papiertüte, gesamtdeutsch sind es vier und drei Prozent.

Kaufland in Mitteldeutschland vor ALDI

Große Unterschiede zwischen Mittel- und Gesamtdeutschland gibt es bei den meist frequentierten Einkaufsstätten. In Mitteldeutschland ist Kaufland der unangefochtene Platzhirsch, gefolgt von Netto und Edeka. Während ALDI den vierten Rang einnimmt, steht der Discounter gesamtdeutsch an der Spitze. Kaufland liegt hier nach Edeka, Lidl und REWE auf dem fünften Rang.

Befragte kennen 534 Biermarken – Bautz´ner hat die treuesten Kunden

In acht Produktkategorien hat das Erfurter Institut für angewandte Marketing- und Kommunikationsforschung (IMK) unter anderem nach Bekanntheit, Image und Kaufhäufigkeit von rund 60 mitteldeutschen Marken gefragt und sie jeweils in Beziehung zum gesamtdeutschen Marktführer gesetzt. Zu den bekanntesten Marken zählen Radeberger Bier, Bautz´ner Senf, Vita Cola, Spee, fit und Rotkäppchen Sekt. Überrascht hat Studienleiter Sören Schiller vor allem eine Antwort: „Auf die Frage, welche Biere denn bekannt seien, wurden sage und schreibe 534 verschiedene Marken genannt.“ Die treuesten Käufer in Mitteldeutschland haben Bautz´ner Senf aus Sachsen, Filinchen aus Thüringen und Kamillan aus Sachsen-Anhalt. Treu bedeutet, dass in den einzelnen Kategorien immer wieder zu genau diesem Produkt gegriffen wird. Die sympathischste mitteldeutsche Marke ist die Heichelheimer Klobßmanufaktur.

Sonderthema Möbel- und Einrichtungshäuser

In jedem Jahr hat die Mitteldeutsche Markenstudie ein Sonderthema. Dabei ging es 2019 um Einrichtungshäuser und wieviel Geld die Deutschen dort in den vergangenen drei Jahren für Möbel, Polster und Küchen ausgaben. Während es in Mitteldeutschland 1.757 Euro waren, lag der Wert gesamtdeutsch rund 130 Euro darüber. Die meist frequentierten Einrichtungshäuser sind dabei IKEA, Roller und Höffner.

Hoher Wert der Studie für die Wirtschaft und die Kunden

Reinhard Hild, Geschäftsleitung Verkauf-Kommunikation der MDRW, erläutert den hohen Wert der Studie für die werbende Wirtschaft und die Einkaufsmärkte: „Verschiedene Faktoren führen zum Erfolg einer Marke oder zum Besuch eines Einkaufsmarktes. Bei Marken sind es Bekanntheit, ein gutes Image, Herkunft, Qualität und positive Erfahrung. Bei Märkten zählen Erreichbarkeit, Preise, Vielfalt und Frische. Keine andere Studie liefert so detaillierte Erkenntnisse, wie eine Marke oder ein Markt in unterschiedlichen Zielgruppen und Regionen positioniert ist und wie sich Erwartungen im Lauf der Zeit wandeln. In unserer Befragung gelangen wir hinunter bis auf Kreisebene. Davon profitieren die Wirtschaft und die Kunden gleichermaßen.“

Ausgewählte Teile der Studie liegen unter www.mdr-werbung.de zum Download bereit. Unternehmen und Agenturen, die an den vollständigen Daten der Erhebung interessiert sind, wenden sich bitte an die MDRW.

Über die MDR-Werbung:

Die MDR-Werbung GmbH (MDRW) ist eine 100-prozentige Tochter des Dreiländersenders MDR. Ihre Kernkompetenz liegt in der Vermarktung von Werbezeiten in Radio und TV. Hauptwerbeträger sind die Radioprogramme des Mitteldeutschen Rundfunks MDR JUMP, MDR SACHSEN, MDR SACHSEN-ANHALT und MDR THÜRINGEN.

Über IMK:

Das IMK Institut für angewandte Marketing- und Kommunikationsforschung GmbH ist ein Full-Service- Marktforschungsinstitut mit Sitz in Erfurt. Das Institut ist auf die Schwerpunkte Servicemarktforschung, Begeisterungsforschung und Werbewirkungsforschung spezialisiert und zählt insbesondere marktführende Unternehmen in beratungsintensiven Branchen zu seinen Kunden.

Kontakt / Rückfragen:

MDR-Werbung GmbH / Nicole Tuchard-Schmidt
Tel.: 0361 218-1133 / Mobil: 162 4003645
nicole.tuchard-schmidt@mdr.de / www.mdr-werbung.de