

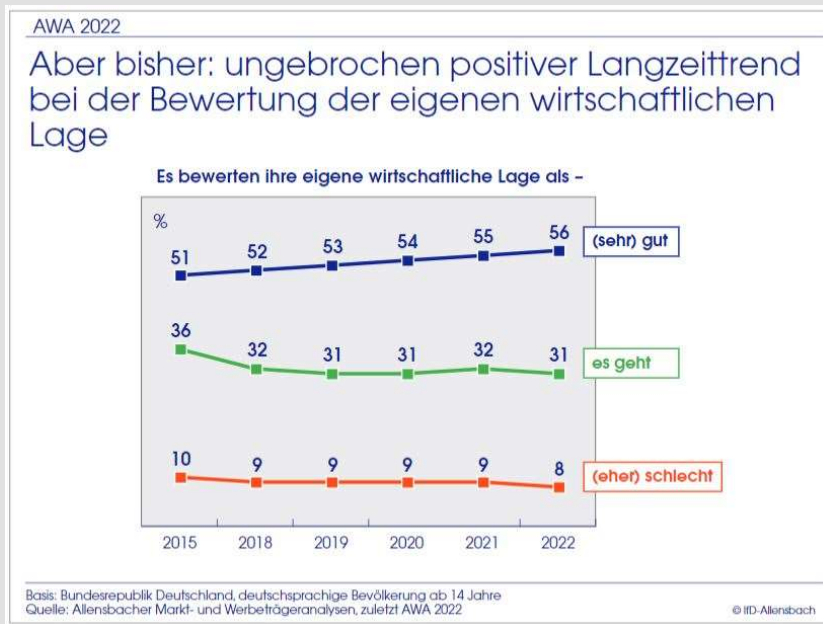
AS MEDIA IMPACT MARKTFORSCHUNG

Juli
2022

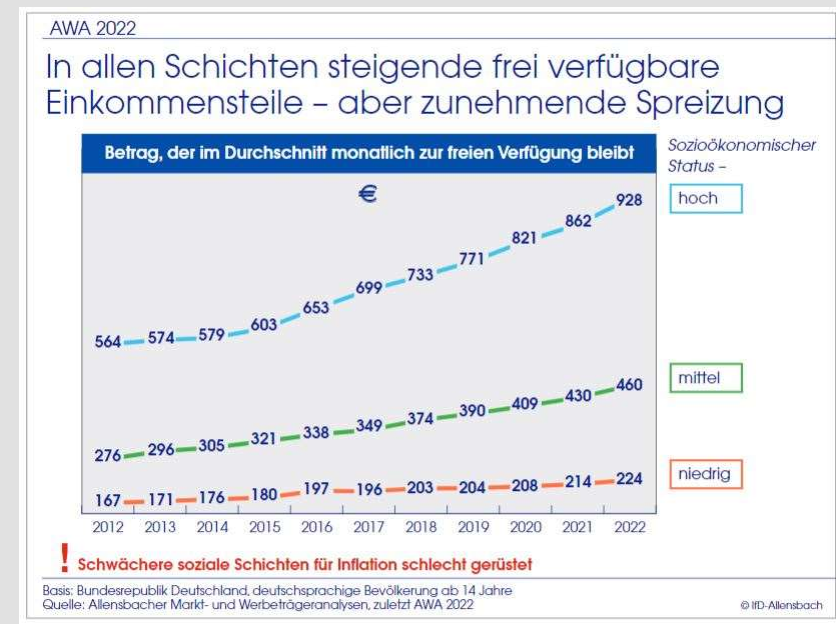
Warum werben jetzt wichtig ist!

Ergebnisse aus AWA und ZMG Media Monitor
HANDEL

Positiver Langzeittrend bei Bewertung der eigenen wirtschaftlichen Lage – ungebrochen hoch!



56% der Deutschen empfinden ihre eigene wirtschaftliche Lage als sehr gut.



Nach wie vor steigen die frei verfügbaren Einkommensteile – in allen Schichten, wenn auch mit zunehmender Spreizung unter den Schichten.

Aber Überschätzung der aktuellen Preissteigerung



82% Pessimisten

überschätzen die Inflation (Inflation > 14%).

12% Realisten

schätzen die Inflation so hoch ein, wie sie tatsächlich ist (Inflation zwischen 8% und 14%).

6% Optimisten

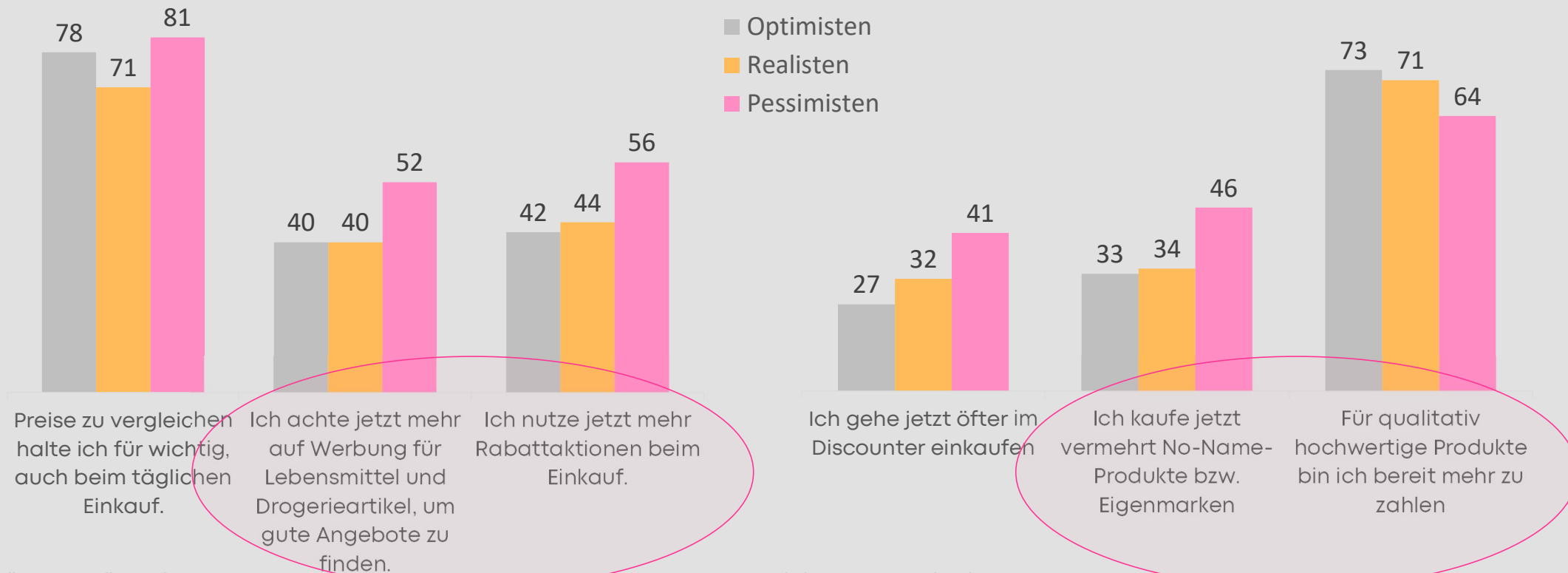
unterschätzen die Inflation (Inflation < 8%).

Das hemmt den Konsum. Auch **Markenprodukte geraten dadurch unter Druck** und drohen durch No-Name-Produkte ausgetauscht zu werden, wenn nicht gegengesteuert wird.

Quelle: ZMG Media Monitor Handel, KW 20 2022 | Basis: n=2.541, Pessimisten n=2.084, Realisten n=301, Optimisten n=156 Angaben in % Fragen: Kommen wir jetzt zum Einkaufsverhalten. Inwieweit treffen die folgenden Aussagen aus Sie zu? „Preissteigerung in Supermarkt, Discountern und Drogeriemärkten wird öffentlich stark thematisiert. Welche der folgenden Aussagen treffen aus Sie zu?“ (Top-2-Box: 1: Trifft voll und ganz zu; 6: trifft überhaupt nicht zu) (Pessimisten überschätzen die Inflation (>14%), Realisten schätzen die Inflation so hoch ein, wie sie tatsächlich ist (8 – 14%) und Optimisten unterschätzen die Inflation (<8%)

AS Media Impact Marktforschung

Die Werbeoffenheit der Deutschen ist gerade jetzt hoch



Quelle: ZMG Media Monitor Handel, KW 20 2022 | Basis: n=2.541, Pessimisten n=2.084, Realisten n=301, Optimisten n=156 Angaben in % Fragen: „Kommen wir jetzt zum Einkaufsverhalten... Inwieweit treffen die folgenden Aussagen aus Sie zu?“ „Preissteigerung in Supermarkt, Discountern und Drogeriemärkten wird öffentlich stark thematisiert. Welche der folgenden Aussagen treffen aus Sie zu?“ (Top-2-Box: 1: Trifft voll und ganz zu; 6: trifft überhaupt nicht zu) (Pessimisten überschätzen die Inflation (>14%), Realisten schätzen die Inflation so hoch ein, wie sie tatsächlich ist (8 – 14%) und Optimisten unterschätzen die Inflation (<8%)

Warum werben jetzt wichtig ist!

Hohe Werbeoffenheit der Deutschen nutzen

Werbetreibende haben **jetzt** die Chance, ihre Kommunikationsmaßnahmen auf die **aktuellen Bedürfnisse der Konsument:innen auszurichten:**

1. Werbetreibende sollten mit wertiger Angebotskommunikation auf die gefühlte Preissteigerung reagieren, um kurzfristig mehr Abverkäufe zu generieren.
1. Markenartikel-Hersteller sollten einen reason why für ihr Markenprodukt kommunizieren, um nicht durch Eigenmarken eingetauscht zu werden.

Werben - jetzt erst recht!