

Gustav-Heinemann-Ufer 72
50968 Köln
Tel: +49 (0) 221 42061 444
Fax: +49 (0) 221 42061 1444



Unter der Lupe: Star Wars-Fanartikel und ihre Käufer

Köln, 23.05.2018. Am 24. Mai ist die Macht wieder mit uns: Der neue Star Wars Film „Solo: A Star Wars Story“ kommt in die deutschen Kinos. Besonders ein Drittel (36 Prozent) der Deutschen, die sich als Star Wars-Fans bezeichnen, dürften sich freuen, das zeigt eine aktuelle [YouGov](#)-Umfrage.

Han Solo kann sich auf viele Besucher freuen, denn jeder vierte Deutsche (26 Prozent) hat vor, sich den Film im Kino anzuschauen. Bei jedem Fünften ist die Begeisterung für die Saga so groß, dass er sich schon einmal einen Artikel mit Star Wars-Aufdruck gekauft hat. Am beliebtesten sind Artikel mit Motiven aus dem Film, wie z. B. bedruckte Tasse, Mauspad (42 Prozent) oder Spielzeugfiguren/Dekofiguren (42 Prozent), dicht gefolgt von Legoartikeln (37 Prozent), DVDs, Videokassetten, Hörbüchern (35 Prozent) und Computerspielen (32 Prozent).

Ein Blick auf das Zielgruppenanalyse Tools [Profiles](#) zeigt, wie das Konsumverhalten der Käufer von Star Wars-Fanartikeln im Detail aussieht.

Käufer von Star Wars Fanartikeln sind jung geblieben und tendenziell unvernünftig

Es ist keine große Überraschung: Käufer von Star Wars-Fanartikeln sind vorwiegend Männer (58 Prozent). Wer jedoch an Eltern denkt, die das Merchandise für Ihre Kinder kaufen, täuscht sich – zwei Drittel der Zielgruppe ist kinderlos. Es lässt sich also vermuten, dass die Zielgruppe einfach jung geblieben ist und Spaß an Spielereien hat. In ihrem Konsumverhalten sind Star Wars-Fanartikel-Käufer tendenziell auch eher unvernünftig. Drei Viertel geben an, sich manchmal Dinge zu gönnen, die sie eigentlich gar nicht brauchen (74 Prozent vs. 60 Prozent der Gesamtbevölkerung), und die Hälfte neigt zu Impulskäufen (48 Prozent vs. 37 Prozent der Gesamtbevölkerung). Zudem lässt sich ein Drittel beim Einkaufen von den eigenen Kindern beeinflussen (vs. 26 Prozent der Gesamtbevölkerung).

Der Star Wars-Hype ist für den Einzelhandel eine Goldgrube und die Profiles-Analyse zeigt, dass Käufer von Star Wars-Fanartikeln im Vergleich zur Gesamtbevölkerung häufiger Kunden bei Saturn, Butlers, MediaMarkt oder Thalia sind. Besonders für diese Retailer wäre es demnach lohnenswert, zum Start des neuen Films die passenden Artikel im Sortiment zu haben. Des Weiteren ist die Zielgruppe häufiger Mitglied eines Kunden-Vorteilprogramms, und tendenziell öfter Kunde bei Amazon Prime, MediaMarkt Club oder Metro Cash & Carry. Demnach könnten diese Treueprogramme mit Star Wars Prämien oder Giveaways ganz besonders punkten.

Doch nicht nur der Einzelhandel kann profitieren – das Potenzial ist endlos. Laden Sie die Zusammenfassung unserer [Ergebnisse](#) herunter, um zu erfahren, wie Sie durch Zielgruppensegmentierung in Profiles wertvolle Insights über Ihre eigenen Zielgruppen gewinnen können.

Gustav-Heinemann-Ufer 72
50968 Köln
Tel: +49 (0) 221 42061 444
Fax: +49 (0) 221 42061 1444



Über die Untersuchung

Für die Studie wurde auf die 100.000 Datenpunkte umfassende YouGov-Datenbank zugegriffen, für die im Jahresverlauf 70.000 Deutsche kontinuierlich repräsentativ befragt werden. Die intelligente Vernetzung der Daten ermöglicht eine besonders detaillierte Analyse des Konsumentenverhaltens. Kombiniert wurde die Analyse mit einer zusätzlichen bevölkerungsrepräsentativen Befragung von 2.000 Personen (+18), die vom 15.08. bis 21.08.2017 durchgeführt wurde.

[Eine Zusammenfassung der Ergebnisse kann kostenfrei unter der Angabe von Kontaktdaten hier heruntergeladen werden.](#)

Medienvertreter erhalten diesen auf Wunsch auch direkt per E-Mail.

Pressekontakt:

YouGov Deutschland GmbH
Miriam Fischlein
Manager PR
Tel.: +49 (0) 221 420 61 – 444
E-Mail: presse@yougov.de

+++ +++ +++

Über YouGov:

YouGov ist eine internationale Data and Analytics Group. Unsere Daten basieren auf unserem hochgradig partizipativen Panel, bestehend aus weltweit 5 Millionen Menschen. Aus diesem kontinuierlichen Datenstrom, kombiniert mit unserer breiten Forschungsexpertise und Branchenerfahrung, haben wir eine systematische Forschungs- und Marketingplattform entwickelt.

Mit 30 Standorten in 20 Ländern und Panelmitgliedern in 38 Ländern verfügt YouGov über eines der zehn größten Marktforschungsnetzwerke weltweit.

Weitere Informationen finden Sie unter yougov.de

YouGov Deutschland GmbH
Gustav-Heinemann-Ufer 72
50968 Köln
presse@yougov.de