


quantcast®

2017

# Sommer Insights



# Her mit der Sonnencreme!



Die Sonne scheint, die Vögel singen und die Konsumenten rüsten sich für den bevorstehenden Sommer. Während Marken versuchen, die heißesten Trends der Saison vorherzusehen, hat Quantcast einige aktuelle (und unterhaltsame) Insights gefunden, was im Sommer 2017 angesagt ist.

Wollen Sie wissen, ob Ihre Zielgruppe Aperol Spritz einem Bier bevorzugt? Oder, ob es im Sommerurlaub nach Mallorca oder Rügen geht? Schnappen Sie sich ein Getränk, lehnen Sie sich zurück und entspannen Sie sich bei unseren unterhaltsamen Sommertrends.

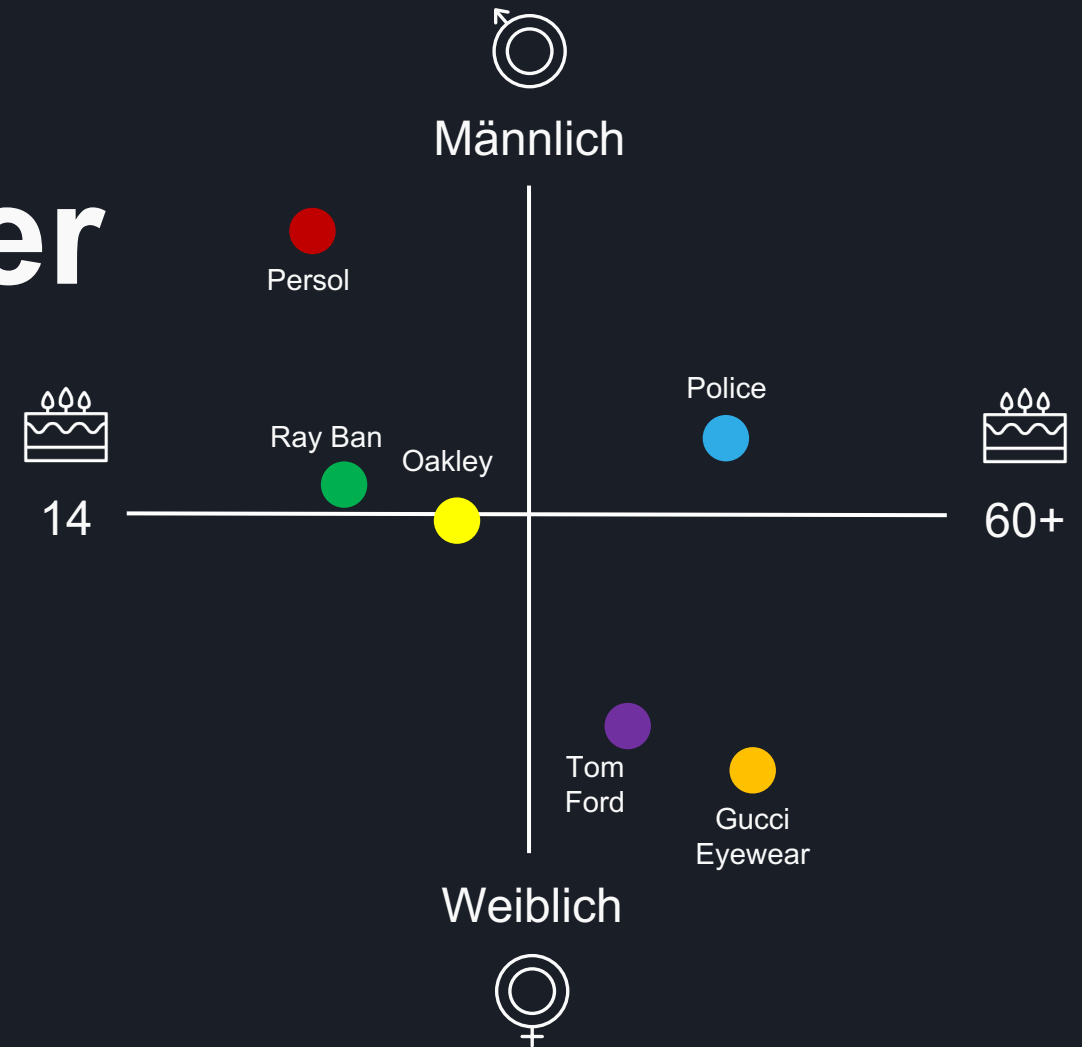


# Modische Schattenspende

Persol feiert dieses Jahr sein 100-jähriges Jubiläum und begeistert mit seiner Kollektion derzeit vor allem männliche Internetnutzer zwischen 20 und 39 Jahren. Auch Police findet überdurchschnittlichen Anklang bei Männern jedoch eher in den Altersklassen um die 40 Jahre.

Die Sonnenbrillen von Gucci strahlen dagegen eine besondere Anziehungskraft auf Frauen mittleren Alters aus und sprechen eine vergleichbare Zielgruppe wie die Sonnenbrillen von Tom Ford an – im Vergleich zum Internetdurchschnitt vor allem Frauen um die 30 Jahre.

Für Oakley und Ray Ban interessieren sich beide Geschlechter und tendenziell eher jüngere Nutzer.



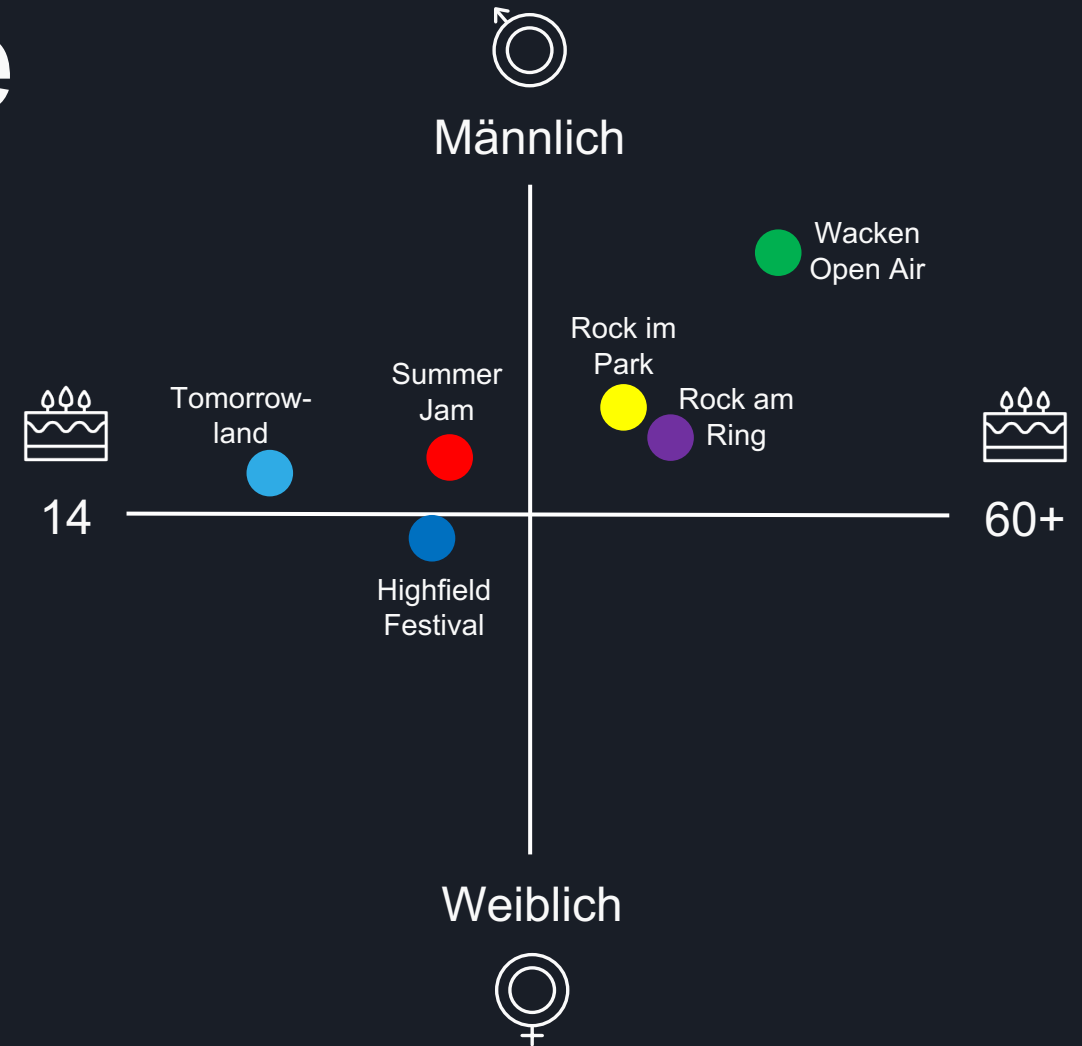


# In Festivallaune

Die Väter treiben sich im August ganz offenbar auf dem Wacken Open Air herum, um zu Kultbands wie Alice Cooper, Megadeath und den W:O:A Firefighters abzufeiern – das zumindest zeigen die aktuellen Zielgruppendaten.

Die beiden Zwillingsspektakel Rock am Ring und Rock im Park sprechen nahezu die gleichen Zielgruppen an, wobei Rock am Ring ein etwas älteres Online-Publikum begeistert.

Das belgische Elektrofestival Tomorrowland ist ein beliebtes Ziel deutscher Musikkonsumenten – vor allem jedoch für die Jungen. Als einziges der analysierten Festivals kommt das Highfield Festival besser bei Frauen als bei Männern an – was vielleicht an dem etwas „mainstreamigeren“ Line-up liegen könnte.



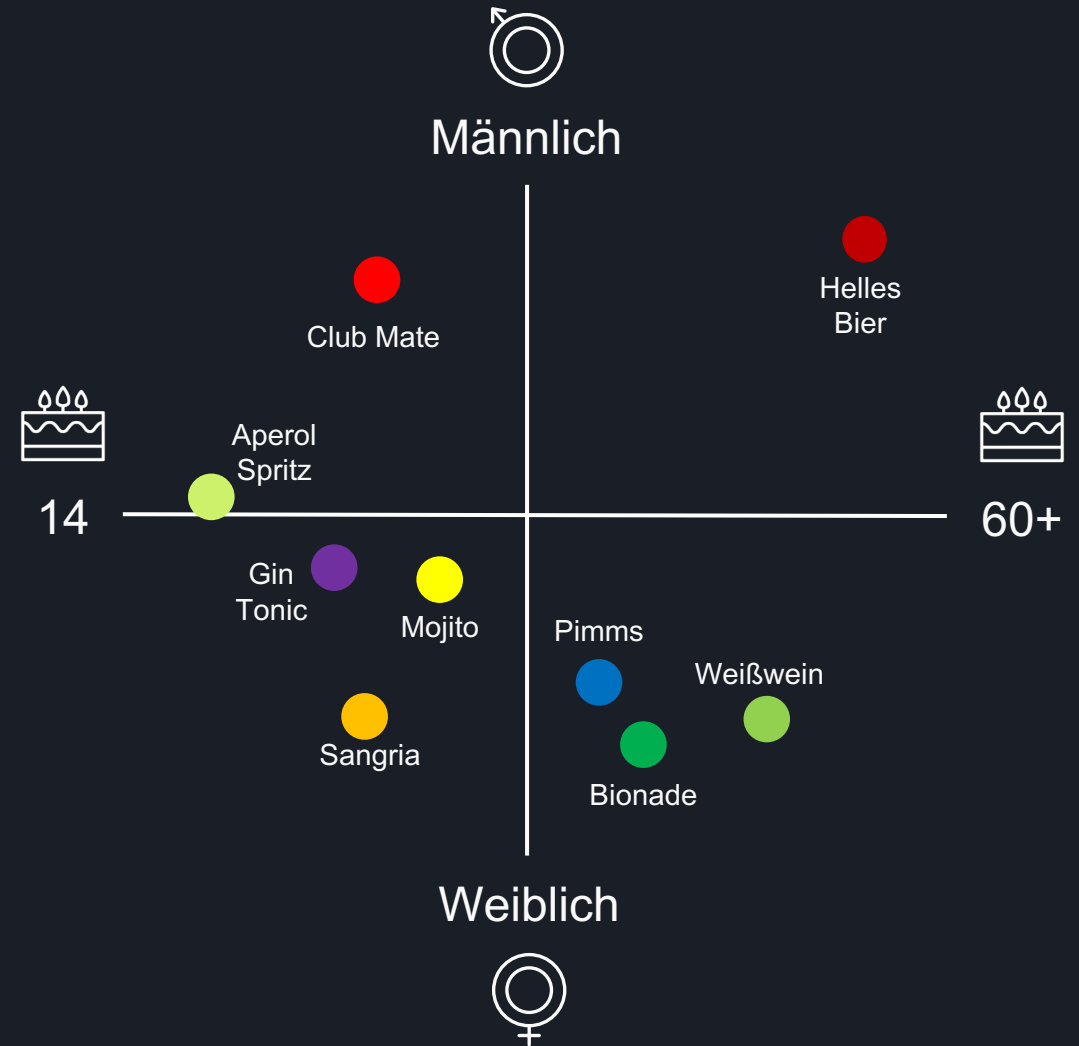


# Sundowner

Cocktails und Sundowner-Drinks sind eine Frauendomäne, während das Hipster-Getränk Club Mate und ein Helles (Bier) klar von Männern favorisiert werden.

Aperol Spritz, das In-Getränk der letzten Jahre, erfreut sich immer noch großer Beliebtheit bei beiden Geschlechtern – derzeit aber vor allem bei jüngeren Onlinenutzern.

Reifere Frauen dagegen scheinen beim Klassiker Weißwein besonders in Versuchung zu geraten.



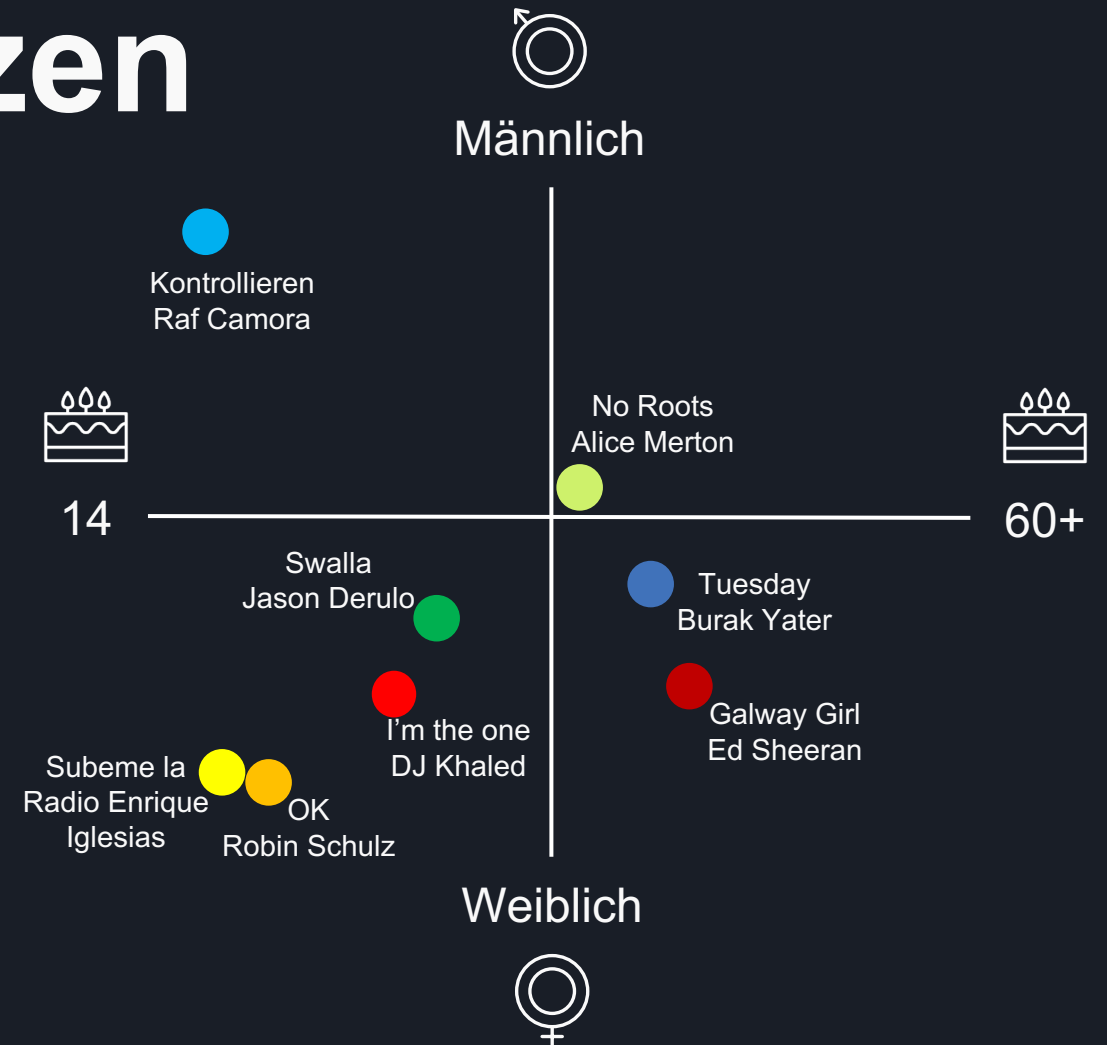


# Auf geht's, tanzen

Wenig überraschend sind es sind vor allem die Jungen, die über den Charterfolg entscheiden. Die aktuellen Sommerhits kommen von alten Bekannten wie Enrique Iglesias oder Ed Sheeran, aber auch von neuen Künstlern wie Alice Merton oder Raf Camora.

Besonders hervor stechen hier die beiden letzteren, da sich für ihre aktuellen Lieder überdurchschnittlich häufig Männer begeistern – im Gegensatz zu den übrigen Künstlern.

Ed Sheeran als alter Hase im Musikgeschäft kommt bei den mittleren Altersklassen gut an, während ansonsten fast alle Chartbreaker derzeit eine junge und weibliche Fangemeinde zu interessieren scheinen.

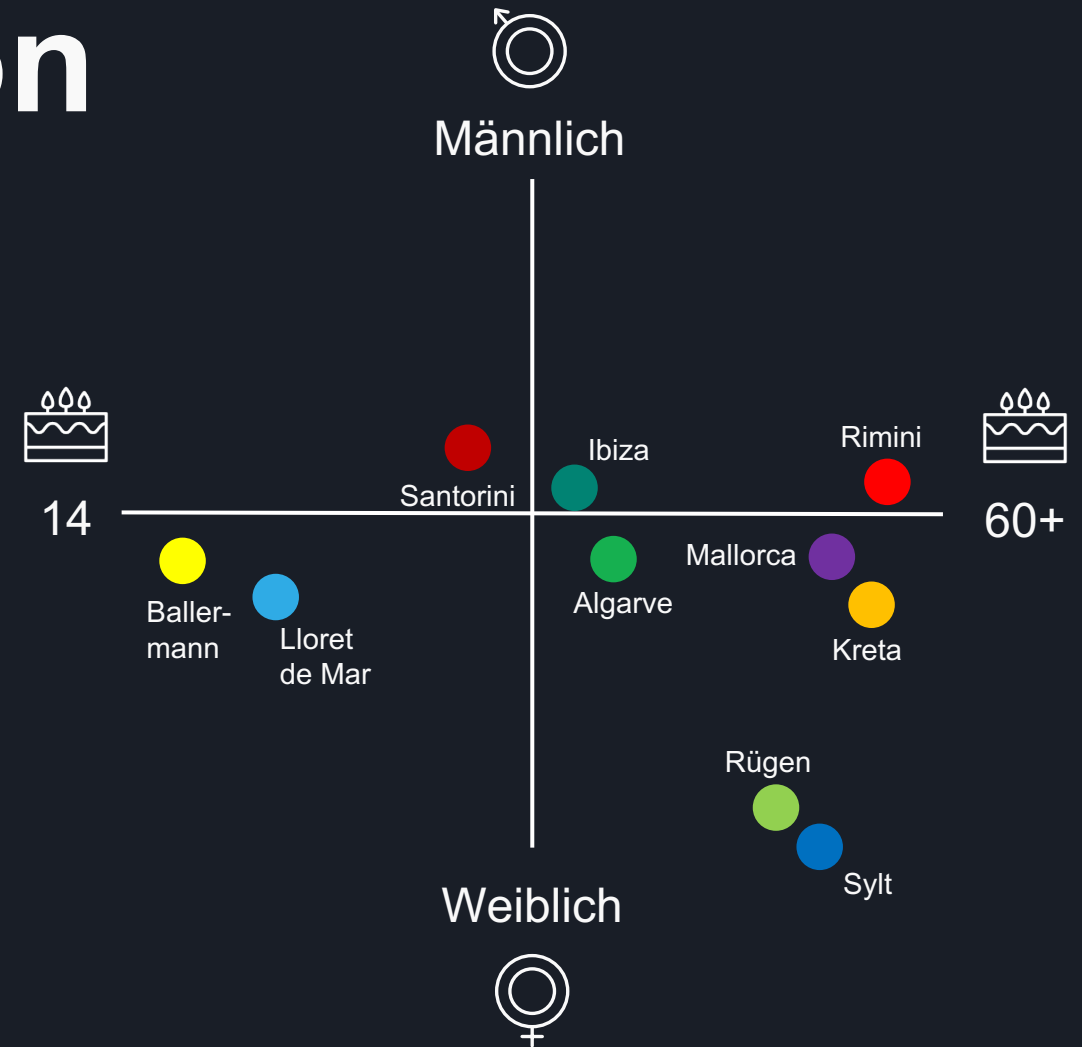




# Reservier' schon mal die Liege

Gleiche Insel andere Zielgruppe: Während Onlinenutzer, die sich für Mallorca interessieren eher älter sind, informieren sich zum Ballermann sehr junge Zielgruppen. Besonders gefragt bei Frauen sind die deutschen Ferieninseln Sylt und Rügen, bei Männern Santorini und Ibiza.

Die Nutzer, die sich zu Santorini informieren, sind zudem im Vergleich zum Internetdurchschnitt besonders wohlhabend. Auch die Tourismusbranche auf Mallorca und an der Algarve darf sich auf kaufkräftige Kundschaft freuen.



**Vielen Dank für  
das Interesse!**