

„HEROES OF CHILDHOOD“ MIT HELDENHAFTER MARKENBEKANNTHEIT

München, 18. Juni 2024. Mit der Einführung der neuen Dachmarke „Heroes of Childhood“ hat Studio 100 International seine klassischen Marken und Charaktere wieder in den Fokus gerückt. Insbesondere im Fashion-Bereich sind aktuell attraktive Kollektionen über große Online-Plattformen wie Zalando, About You oder Amazon Fashion erhältlich. Mittlerweile ist auch der eigene Online-Shop direkt über den „Heroes of Childhood“ YouTube-Kanal erreichbar. Außerdem legt Studio 100 International die Ergebnisse einer eigens durchgeführten Marktstudie vor, deren Ergebnisse die Vermarktungsstrategie und die anhaltende Beliebtheit und emotionale Bedeutung der unter dieser Dachmarke vereinten Kindheitshelden bestätigen.

Die wichtigsten Erkenntnisse aus der Studie fasst Studio 100 International wie folgt zusammen:

- **Weitverbreitete Markenbekanntheit und Beliebtheit:** Die Studie zeigt, dass 98% der Erwachsenen im Alter von 25-45 Jahren mindestens einen Helden aus dem "Heroes of Childhood"-Lineup kennen. Ikonische Charaktere wie die Biene Maja, Pinocchio und Heidi liegen bei Markenbekanntheit und Beliebtheit vorn.
- **Emotionale Bindung und Nostalgie:** 93% der Befragten bestätigen eine starke Zuneigung und tiefgehende emotionale Verbindungen zu den unterschiedlichen Kindheitshelden. Mit ihnen werden Kindheitserinnerungen, Nostalgie, Abenteuer, Glück und Freundschaft assoziiert.
- **Hohes Interesse an Lizenzprodukten:** Fast 88% der Teilnehmer zeigen Interesse an Produkten mit diesen Helden. Zu den begehrtesten Produktkategorien zählen Toys & Games (inkl. Puzzles und Plüsch), Collectibles, Publishing, Fashion und Accessoires.
- **Begeisterung der Eltern:** Deutliche 93% der Eltern äußern den Wunsch, diese zeitlosen Helden ihren Kindern vorzustellen, was die generationsübergreifende Attraktivität und kulturelle Bedeutung der "Heroes of Childhood" unterstreicht.

- **Vorliebe für Authentizität und zeitlose Werte:** Die Helden werden für ihre Authentizität, zeitlosen Werte und ihre Rolle als positive kulturelle Ikonen geschätzt. Trotz einer Vielzahl moderner Charaktere in der heutigen Serien- und Markenwelt bleiben diese klassischen Helden relevant und beliebt.

Die Studie wurde von Studio 100 International über Survey Monkey in Deutschland auf Basis von 500 befragten Erwachsenen im Alter von 25-45 Jahren durchgeführt.

Mit dem „Heroes of Childhood“-Konzept belebt Studio 100 International seine Klassiker und Kultfiguren durch eine neue Plattform, die dem aktuellen Zeitgeist entspringt und doch die Magie der Originale bewahrt. Die Zeitlosigkeit und universelle Anziehungskraft dieser Klassiker machen die „Heroes of Childhood“ zu einem perfekten Thema für das aktuell so beliebte Retro- und Nostalgiesegment. Damit schlagen sie eine Brücke zwischen Vergangenheit und Gegenwart, die es Familien ermöglicht, diese geliebten Charaktere gemeinsam zu teilen und zu feiern.

Über Studio 100 International

Studio 100 International ist ein weltweit führendes Produktions- und Vertriebsunternehmen, das sich auf hochwertige Filme und Serien für Kinder und Familien spezialisiert hat. Das Unternehmen mit Sitz in München vertritt ein Portfolio bekannter Marken wie „Die Biene Maja“, „Mia and me“, „Heidi“, „Wickie und die starken Männer“ und „100% Wolf“. Studio 100 International ist außerdem in der globalen Lizenzierung von Markenrechten tätig und betreibt mit Studio Isar Animation sein eigenes innovatives Produktionsstudio.

Das Unternehmen ist Teil der belgischen Studio 100 Gruppe, die unter anderem große Freizeitparks in Belgien, Deutschland, den Niederlanden, Polen und Tschechien betreibt. Für weitere Informationen: www.studio100international.com

Pressekontakt

Joe Hofer
Manager Corporate Communications & Events
Studio 100 International
Tel.: +49 (0)89 960855-286
E-Mail: Joe.H@studio100int.com