

# Pressemitteilung

## **GfK Entertainment startet erstes Merchandise-Panel; „PAW Patrol“ ist erfolgreichstes Entertainment-Franchise**

29. Juni 2022

Hans Schmucker  
Presse  
T +49 7221 279 200  
[hans.schmucker@gfk.com](mailto:hans.schmucker@gfk.com)

Nadine Arend  
Marketing/Presse  
T +49 7221 279 247  
[nadine.arend@gfk.com](mailto:nadine.arend@gfk.com)

**Im Zeitraum Januar bis Mai 2022 konnte „PAW Patrol“ deutschlandweit die meisten Lizenzprodukte absetzen, wie die wöchentlichen Verkaufsdaten aus dem Merchandise-Panel zeigen. Das neu gestartete Point-of-Sale-Panel erfasst 200.000 Artikel in fast 100 unterschiedlichen Kategorien.**

Baden-Baden, 29.06.2022. - Der Hund ist bekanntlich der beste Freund des Menschen - und sechs Rettungshunde das bestverkaufte Entertainment-Franchise der Deutschen. Dies ist das Ergebnis einer Sonderauswertung aus dem neu gestarteten Merchandise-Panel von GfK Entertainment. So konnte die Kinderserie „PAW Patrol“ im Zeitraum Januar bis Mai 2022 von mehr als 1.400 untersuchten Franchises die meisten Lizenzprodukte absetzen. Besonders beliebt waren hierzulande vor allem „PAW Patrol“-Spielzeuge, gefolgt vom Food-Bereich, der u. a. „PAW Patrol“-Getränke und -Süßigkeiten beinhaltet.

Neben der Auswertung auf Franchise-Ebene ermöglicht das in den vergangenen zwei Jahren entwickelte Merchandise-Panel, welches das weltweit erste Point-of-Sale-Panel seiner Art darstellt, auch Analysen für die folgenden Segmente: Lizenzgeber (z. B. Nickelodeon, Disney), Lizenznehmer (z. B. Ravensburger, Langnese), Kategorie (z. B. Toys, Food) und Subkategorie (z. B. Puzzle, Speiseeis). Aktuell sind über 200.000 Artikel in fast 100 verschiedenen Kategorien erfasst. Abgedeckt werden die wöchentlichen Verkaufsdaten der Absatzwege stationärer Handel und E-Commerce, die rückwirkend ab 2019 verfügbar sind. Der Fokus liegt auf Lizenzprodukten der Entertainment-Bereiche Games, Film/Serie, Musik und Buch.

**Dr. Mathias Giloth, Geschäftsführer GfK Entertainment:** „Angesichts der enormen wirtschaftlichen Bedeutung des Merchandising-Marktes sind belastbare Daten zur Entscheidungsunterstützung unerlässlich. Wir können Unternehmen in der konkreten Maßnahmenplanung gezielt supporten und liefern wertvolle Insights in einem hochdynamischen und stetig wachsenden Marktumfeld.“

**Tanja Eisen, Global Director Multimedia bei GfK Entertainment:** „Zentrale Fragestellungen, die wir mit unserem Panel beantworten können, umfassen beispielsweise das Volumen und die Top-Produkte des Marktes, die Performance im Vergleich zum Wettbewerb sowie die direkte Wettbewerberanalyse. Außerdem unterstützen wir Hersteller bei der Wahl des geeigneten Franchises für die eigene Produktentwicklung.“

GfK Entertainment GmbH  
Lange Straße 65  
76530 Baden-Baden  
Germany

T +49 7221 279 620

Vertreten durch:  
Dr. Mathias Giloth  
(Geschäftsführer)  
Wolfgang Wanders  
(Geschäftsführer)

Handelsregister:  
Mannheim HRB 201294

Für weitere Informationen, Auswertungen und Kooperationsanfragen wenden Sie sich bitte an Tanja Eisen ([tanja.eisen@gfk.com](mailto:tanja.eisen@gfk.com)) oder Melanie Müller ([mel.mueller@gfk.com](mailto:mel.mueller@gfk.com)).

#### **Über GfK Entertainment:**

GfK Entertainment ist Charts-Ermittler und Datenlieferant in den Bereichen Video, Games, Musik und Buch. Das Unternehmen arbeitet eng mit den jeweiligen Branchenverbänden zusammen und führt in über 30 Ländern Marktforschung durch. GfK Entertainment ist Teil der GfK.

Weitere Informationen unter [www.gfk-entertainment.com](http://www.gfk-entertainment.com).

#### **Über GfK:**

Seit über 85 Jahren vertrauen uns Kunden weltweit, indem wir sie bei geschäftskritischen Entscheidungsprozessen rund um Verbraucher, Märkte, Marken und Medien unterstützen. Mit unseren verlässlichen Daten und Erkenntnissen, kombiniert mit fortschrittlicher künstlicher Intelligenz, haben wir den Zugang zu umsetzbaren Handlungsempfehlungen in Echtzeit revolutioniert, die die Marketing-, Vertriebs-, und Organisations-Effektivität unserer Kunden und Partner steigern. Auf diese Weise versprechen und liefern wir Wachstum durch Wissen – **Growth from Knowledge**.

Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.gfk.com/de](http://www.gfk.com/de).