

PRESSEMITTEILUNG

Spoiler-Alarm: So denkt das Netz über den Star Wars 8 Trailer

- **VICO untersuchte die deutschsprachige Kommunikation zum Star Wars 8 Trailer innerhalb der ersten drei Tage nach der Veröffentlichung**
- **Am meisten wurde der Trailer auf YouTube diskutiert, die Kommunikation fällt überwiegend positiv aus**

Leinfelden-Echterdingen, 25. Oktober 2017 - Am vergangenen Dienstag wurde der Trailer zum neuen Star Wars 8 veröffentlicht. Im Netz sorgte die Vorschau des Films für einen großen Aufruhr unter den Fans, denn zeitgleich startete auch der Vorverkauf für die Premiere am 14. Dezember diesen Jahres. Doch wie denkt das Netz über den Trailer und welche Themen wurden von Star-Wars Fans heiß diskutiert? Das hat VICO (www.vico-research.com), Deutschlands führendes Unternehmen im Bereich Social-Media Monitoring, anhand einer Analyse von über 3.200 Beiträgen in drei Tagen ermittelt. Zu den analysierten Communities gehören Twitter, YouTube, Facebook, Instagram, Consolewars.de, Bluray-Disc, Google+, Forum-3Dcenter und Gamestar.de.

Star Wars Trailer auf Youtube am heißesten diskutiert

Die Community mit den meisten Beiträgen war mit Abstand das Videoportal Youtube. Rund 2000 Kommentare beschäftigten sich mit dem neuen Star Wars Trailer. Der Kurznachrichtendienst Twitter kam mit 1.190 Beiträgen nur auf den zweiten Platz, dicht gefolgt von Facebook mit 330 Posts. Am wenigsten wurde im Forum 3DCenter mit 42 und auf Gamestar.de mit nur 33 Beiträgen gepostet.

Der populärste Hashtag unter den Fans war #starwars mit 376 getaggten Beiträgen. Auf dem zweiten Platz lag #dieletztjedi mit 253 Posts, dicht gefolgt vom englischen Pendant #thelastjedi mit 225 Erwähnungen. Weniger beliebt waren die Hashtags #kyloren mit nur 34 Beiträgen und #kino mit dem schlechtesten Ergebnis von 32 Nennungen.

Vorfreude, Spoiler und Vorverkauf - die wichtigsten Themen der Community

Der Großteil der Kommunikation, rund 37%, befasste sich mit der Vorfreude auf den Film und bewertete den Trailer als gut. Lediglich 1,6% bemängelten die allgemein sinkende Qualität der Star Wars Reihe. Mit rund 47% wurde zur Qualität am häufigsten auf Twitter gepostet. Auch Kommentare zum langersehten Vorverkaufsstart wurden mit circa 77% hauptsächlich auf Twitter kundgetan. Insgesamt befasste sich ein Viertel der gesamten Kommunikation mit dem Start des Vorverkaufs.

Rund 20% der Beiträge diskutierten den Inhalt des Trailers. Diese Diskussion fand mit jeweils 44% zu gleichen Teilen in Foren und auf Twitter statt. Jeder Trailer beinhaltet meist den ein oder anderen Spoiler, so auch geschehen bei Star Wars. Nachdem bereits der Regisseur vor möglichen Spoilern warnte, diskutierte auch das Netz in etwa 10% der Posts zu dem Thema. Am meisten wurde hierzu wieder auf Twitter gepostet mit circa 31%, aber auch auf Blogs, Newsportalen und YouTube mit jeweils rund 15%.

Die hohen Klickraten des Trailers wurden mit rund 70% hauptsächlich in Beiträgen auf Newsportalen wie Consolewars.de erwähnt. Auch befasste sich nur ein Bruchteil der Kommunikation, circa 8%, mit dem Thema.

Ein Drittel der Kommunikation im Netz zum neuen Star Wars Trailer war positiv und es gab mit rund 3% kaum negative Meinungen. In 92% der Beiträge wurde der Trailer als gut befunden, lediglich 4% lieferten eine schlechte Bewertung. Der Großteil der inhaltlichen Diskussionen war neutral.

Wichtigste Themen	Verteilung in Prozent
Vorfreude auf den Film / Trailer gefällt mir	36,72%
Vorverkauf startet / Tickets bestellt	24,22%
Inhaltliche Diskussion	19,53%
Spoiler	10,16%
Meldungen zu den Klickzahlen des Trailers	7,81%
Trailer ist schlecht / allgemeine Qualität der Star wars Reihe sinkt	1,56%



Community	Anzahl Beiträge
YouTube	2004
Twitter	1192
Facebook	330
Instagram	134
Consolewars.de	91
Bluray-disc.de	78
Google+	65
Forum-3Dcenter.org	42
Gamestar.de	33



Über VICO

VICO (www.VICO-research.com) ist das führende Unternehmen im Bereich Social Media-Monitoring für den Mittelstand und Konzerne in Deutschland. Als Spezialist für Social Big Data-Anwendungen bietet VICO Unternehmen Lösungen, um Branchentrends, Stimmungen, Potentiale und Krisen frühzeitig zu erkennen und Chancen voll auszuschöpfen. Das Unternehmen ermöglicht es seinen Kunden, Live-Marktforschung zu betreiben und fundierte Entscheidungen auf hochwertigen Datengrundlagen zu treffen.

VICO wurde 2005 in Leinfelden-Echterdingen bei Stuttgart gegründet und beschäftigt knapp 80 feste Mitarbeiter. Neben Monitoring-Leistungen bietet VICO seinen Kunden auch individuelle Social Media-Analysen und darauf basierende Strategien für Social Media-Management und digitales Marketing an. Seine Expertise lässt VICO unter anderem auch in Kooperationen mit renommierten wissenschaftlichen Institutionen wie dem Zentrum für künstliche Intelligenz und dem Fraunhofer Institut einfließen.