

Branchenbericht von Horror-Shop.com untersucht die psychologischen Ursachen des freiwilligen Gruselns

Horror-Shop.com legt eine Analyse zum Konsumverhalten im Horror-Segment vor und ordnet die Nachfrage anhand der Forschung zur Angstlust ein.

MÜNCHEN, GERMANY, August 17, 2026

/EINPresswire.com/ -- Der auf Event- und Themenausstattung spezialisierte Einzelhändler Horror-Shop.com hat am Montag einen Branchenbericht veröffentlicht, der die psychologischen Hintergründe des Konsums von Grusel- und Horror-Produkten untersucht. Die Analyse befasst sich mit der Frage, warum Konsumenten

freiwillig Situationen aufsuchen, die Angst und Anspannung auslösen, und verbindet interne Beobachtungen zum Kaufverhalten mit Erkenntnissen aus der psychologischen Forschung. Nach Angaben des Unternehmens soll der Bericht die ganzjährige Nachfrage nach Kostümen, Dekoration und immersiven Erlebnisangeboten fachlich einordnen und die zugrunde liegenden Motive der Käuferschaft transparenter machen.



Horror Shop Team

Das freiwillige Aufsuchen von Angst gilt in der Psychologie seit Langem als erklärungsbedürftiges Verhalten. Bereits 1959 prägte der Psychoanalytiker Michael Balint in seinem Werk „Thrills and Regressions“ den Begriff der „Angstlust“, mit dem er die Verbindung von Furcht und Vergnügen etwa bei Fahrgeschäften oder riskant wirkenden Freizeitaktivitäten beschrieb. Der Bericht von Horror-Shop.com greift diese Begriffsgeschichte auf und stellt die kommerzielle Nachfrage im Grusel-Segment in den Zusammenhang eines lange dokumentierten psychologischen Musters. Damit rückt die Analyse die Motivation der Konsumenten in den Mittelpunkt, während frühere Veröffentlichungen des Unternehmens vor allem Zeitpunkt und Umfang der Nachfrage beschrieben hatten.

Kulturhistorisch reicht die bewusste Beschäftigung mit dem Schrecken weit zurück. Bereits die antike Tragödientheorie kannte mit dem Begriff der Katharsis die Vorstellung, dass die

Darstellung von Furcht und Mitleid eine entlastende Wirkung entfalten könne. Die Schauerliteratur des 18. und 19. Jahrhunderts, die Gruselkabinette der Jahrmärkte und später der Horrorfilm setzten diese Tradition in wechselnden Formen fort. Der Bericht ordnet den gegenwärtigen Grusel-Konsum in diese lange Reihe ein und bewertet ihn nicht als neuartiges Phänomen, sondern als aktuelle Ausprägung eines wiederkehrenden kulturellen Musters. Neu sei den Angaben zufolge vor allem die wirtschaftliche Breite, mit der sich das Bedürfnis in einem spezialisierten Einzelhandel niederschlägt.

In der jüngeren Forschung wird das Phänomen unter dem Begriff „Recreational Fear“ untersucht. Am gleichnamigen Forschungslabor der Universität Aarhus in Dänemark analysiert eine Arbeitsgruppe um den Wissenschaftler Mathias Clasen, unter welchen Bedingungen Angst als angenehm empfunden wird. Nach den publizierten Ergebnissen dieser Gruppe entsteht das größte Maß an Vergnügen weder bei sehr geringer noch bei sehr hoher Angst, sondern in einem mittleren Bereich, in dem körperliche Erregung und das Gefühl von Sicherheit im Gleichgewicht stehen. Der Bericht bezieht sich auf diese Befunde, um zu erläutern, weshalb die Nachfrage an einen kontrollierbaren Rahmen gebunden bleibt und ab einem bestimmten Punkt der Intensität wieder abnimmt.

Zentral für die Einordnung ist den Angaben zufolge die Rahmung des Erlebens. Angst werde nur dann als lustvoll empfunden, wenn sie in einem als sicher erkennbaren und klar begrenzten Kontext auftrete. Wer einen Horrorfilm ansehe, eine Geisterbahn besuche oder eine Themenparty ausrichte, behalte die Kontrolle über Dauer und Intensität des Erlebens. Masken, Requisiten und [Dekorationsartikel](#) dienen dem Bericht zufolge als Mittel, mit denen sich solche kontrollierten Situationen gestalten



Michael Myers Maske aus Halloween 2018



Killerclown Kostüm im Schwarz-Weiß-Design

lassen. Die Käuferschaft erwerbe damit nicht in erster Linie einen Gegenstand, sondern die Möglichkeit, eine bestimmte emotionale Wirkung gezielt herzustellen und wieder aufzulösen.

„Das freiwillige Aufsuchen von Angst wirkt auf den ersten Blick widersprüchlich, folgt aber einem nachvollziehbaren Bedürfnis nach kontrollierter emotionaler Erfahrung“, sagt Thomas Frieze, Gründer und Geschäftsführer von Horror-Shop.com. „Nachgefragt wird weniger der Gegenstand als das Erlebnis, das mit ihm verbunden ist. Ein Requisit oder eine Maske ist ein Werkzeug, um eine bestimmte Wirkung zu erzeugen und in einem sicheren Rahmen wieder aufzulösen.“

Auf körperlicher Ebene beschreibt der Bericht einen wiederkehrenden Ablauf. In einer als bedrohlich wahrgenommenen Situation schüttet der Körper Stresshormone wie Adrenalin und Cortisol aus, Herzschlag und Aufmerksamkeit steigen. Sobald das Gehirn erkennt, dass keine reale Gefahr besteht, folgt eine Phase der Entlastung, die mit der Ausschüttung von Dopamin und Endorphinen einhergeht. Dieser Wechsel von Anspannung zu Entwarnung wird in der Fachliteratur als belohnend beschrieben. Für die Nachfrage bedeutet dies dem Bericht zufolge, dass nicht der Schrecken selbst, sondern die Abfolge aus Anspannung und anschließender Erleichterung ausschlaggebend ist. Produkte, die diese Abfolge glaubwürdig stützen, werden den Angaben zufolge stärker nachgefragt als Alternativen mit geringer immersiver Wirkung.

Ein weiterer Abschnitt widmet sich der sozialen Funktion des gemeinsamen Gruselns. Nach den im Bericht dargestellten Beobachtungen findet das Erleben von Angst überwiegend in Gesellschaft statt, etwa im Kino, bei Gruppenveranstaltungen oder in Erlebnisangeboten wie Escape Rooms. Das gemeinsame Überstehen einer als bedrohlich inszenierten Situation könne Gruppenbindungen verstärken, da das anschließende Gefühl der Erleichterung geteilt und in Erzählungen weitergegeben werde. Diese soziale Komponente erklärt dem Bericht zufolge, weshalb ein erheblicher Teil der Nachfrage auf [Kostüme für Gruppen](#) und Ausstattung für gesellige Anlässe entfällt und nicht auf den individuellen Gebrauch beschränkt bleibt.

„In den Bestelldaten zeigt sich zunehmend, dass nicht einzelne Artikel, sondern zusammengehörige Ensembles für Gruppen geordert werden“, sagt Frieze. „Der gemeinsame Anlass steht im Vordergrund. Die Ausstattung ist Mittel zum Zweck, um ein geteiltes Erlebnis zu ermöglichen und eine gemeinsame Erinnerung zu schaffen.“

Über den Unterhaltungswert hinaus verweist der Bericht auf eine mögliche entlastende Funktion des fiktionalen Schreckens. Die Auseinandersetzung mit bedrohlichen Inhalten in einem sicheren Rahmen könne dazu beitragen, den Umgang mit Angst zu üben. Einzelne Studien aus dem Umfeld der Recreational-Fear-Forschung deuten darauf hin, dass Personen, die sich regelmäßig freiwillig mit fiktionalem Horror beschäftigen, in belastenden Situationen mitunter gefasster reagieren. Der Bericht weist zugleich darauf hin, dass diese Befunde vorläufig sind, individuell unterschiedlich ausfallen und nicht verallgemeinert werden sollten. Eine therapeutische Wirkung leitet das Unternehmen aus den Daten ausdrücklich nicht ab.

Wirtschaftlich ordnet der Bericht die Nachfrage in den Kontext der wachsenden

Erlebnisökonomie ein. Angebote wie thematische Escape Rooms, immersive Theaterformate und Spukattraktionen verzeichnen den dargestellten Daten zufolge eine stabile Nachfrage. Betreiber solcher Formate benötigen langlebige und wiederverwendbare Ausstattung, während sich das Interesse an immersiven Erfahrungen zugleich auf den privaten Bereich überträgt. Konsumenten gestalten dem Bericht zufolge zunehmend eigene Grusel-Erlebnisse im häuslichen Umfeld. Daraus leitet die Analyse eine Verschiebung ab: von der Nachfrage nach einzelnen Produkten hin zur Nachfrage nach Bausteinen für selbst gestaltete Erlebnisse.

„Die Anfragen richten sich seltener auf einen einzelnen Artikel und häufiger auf die Frage, wie eine bestimmte Atmosphäre entsteht“, sagt ein Sprecher aus dem Bereich Sortimentsentwicklung von Horror-Shop.com. „Das verändert die Anforderungen an Beratung und Sortiment. Eine immersive Wirkung setzt eine entsprechende Verarbeitung und Detailtreue der Produkte voraus, weshalb der Anteil einfacher Einwegartikel an der ganzjährigen Nachfrage zurückgeht.“

Als Rahmenbedingung verweist der Bericht auf die anhaltende Präsenz des Horror-Genres in Film, Literatur und digitalen Medien. Das Genre habe sich über wirtschaftlich unterschiedliche Phasen hinweg als vergleichsweise beständig erwiesen und finde regelmäßig ein breites Publikum. Soziale Netzwerke mit visueller Ausrichtung tragen den Angaben zufolge dazu bei, dass entsprechende Ästhetiken hohe Sichtbarkeit erreichen und sich Interesse rasch in konkrete Suchanfragen und Bestellungen übersetzt. Der Bericht betont zugleich, dass sich aus einzelnen viralen Entwicklungen keine dauerhaften Rückschlüsse ableiten ließen und die langfristige Nachfrage stärker von den beschriebenen psychologischen Grundlagen als von kurzfristigen Trends bestimmt werde.

Zur Käuferstruktur hält der Bericht fest, dass sich die Zielgruppe verbreitert habe. Während die Nachfrage nach Grusel- und Horror-Produkten früher überwiegend jüngeren Konsumenten und ausgesprochenen Genre-Interessierten zugeordnet worden sei, umfasse sie inzwischen verstärkt Altersgruppen zwischen 30 und 50 Jahren. Parallel dazu näherten sich Teile des Sortiments dauerhaften Wohn- und Einrichtungskonzepten an. Ästhetische Strömungen mit dunkler Prägung, wie sie im [Gothic-Sortiment](#) vertreten sind, hätten die Grenze zwischen zeitweiliger Party-Dekoration und dauerhaftem Einrichtungsgegenstand verschoben, sodass ein Teil der Artikel nicht mehr für einen einzelnen Anlass, sondern für die dauerhafte Nutzung im Wohnraum erworben werde.

Der Bericht steht nach Unternehmensangaben in einer Reihe von Marktanalysen, die sich mit strukturellen Veränderungen im Segment befassen. Frühere Veröffentlichungen hatten die zeitliche Ausdehnung des Grusel-Geschäfts über die Halloween-Saison hinaus sowie die Etablierung dunkler Ästhetik in der Wohnkultur dokumentiert. Die aktuelle Analyse führt diese Beobachtungen auf ein gemeinsames Grundmuster zurück und argumentiert, dass die ganzjährige Nachfrage weniger auf saisonale Anlässe als auf ein grundlegendes psychologisches Bedürfnis zurückgeht. Damit ordnet der Bericht die zuvor beschriebene Entsaisonalisierung des Marktes in einen breiteren verhaltenswissenschaftlichen Rahmen ein.

Für die Branche verbindet der Bericht mit diesen Befunden mehrere Implikationen. Erwartet werde eine weitere Professionalisierung des Marktes sowie steigende Anforderungen an Materialqualität und Verarbeitung. Spezialisierte Fachhändler dürften ihre Position vor allem über Sortimentstiefe und fachliche Einordnung behaupten, während generalistische Anbieter das Segment durch ganzjährig verfügbare Kollektionen erschließen könnten. Zugleich verweist die Analyse auf logistische Anforderungen, da eine kontinuierliche Nachfrage eine gleichmäßigere Beschaffung und Lagerhaltung voraussetzt als das frühere, stark auf den Herbst konzentrierte Saisongeschäft. Der Bericht ordnet die freiwillige Angst insgesamt als dauerhaftes, nicht an eine einzelne Jahreszeit gebundenes Nachfragemuster ein.

Über Horror-Shop.com

Horror-Shop.com ist ein in Deutschland ansässiger Facheinzelhändler mit Sitz in München. Das Unternehmen vertreibt Event-Ausstattung, Kostüme, Spezialeffekte und themenspezifische Dekoration. Das Sortiment umfasst Produkte für Anlässe wie Halloween, Karneval und Mottopartys sowie Artikel für Theater, Filmproduktion und Innenausstattung. Über seine E-Commerce-Plattform beliefert das Unternehmen private Konsumenten und Geschäftskunden im europäischen Raum und betreibt eine eigene Logistik für die Distribution der Produkte.

Randy Mikels

Horror Shop

+49 89 63203389

[email us here](#)

Visit us on social media:

[LinkedIn](#)

[Instagram](#)

[Facebook](#)

[YouTube](#)

[TikTok](#)

[X](#)

This press release can be viewed online at: <https://www.einpresswire.com/article/934765020>

EIN Presswire's priority is source transparency. We do not allow opaque clients, and our editors try to be careful about weeding out false and misleading content. As a user, if you see something we have missed, please do bring it to our attention. Your help is welcome. EIN Presswire, Everyone's Internet News Presswire™, tries to define some of the boundaries that are reasonable in today's world. Please see our Editorial Guidelines for more information.

© 1995-2026 Newsmatics Inc. All Right Reserved.