

going out 2011

**Die Ausgeh-Umfrage
von virtualnights.com**

“ Die Ausgabebereitschaft ist wieder gestiegen. Das ist erfreulich für die Branche. ”

“ Was die Verwendung neuer Medien, von Web und Mobile angeht, so zeigt sich eindeutig: Es gibt keinen Weg zurück. Man braucht sich jetzt nicht mehr über ein „ja oder nein“ zu unterhalten. ”

Die Fragestellung

“ Was ist Dir beim Ausgehen wichtig? ”

Diese und weitere Fragen stellte das führende Event-Portal virtualnights.com seinen Nutzern in der Ausgeh-Umfrage GOING OUT 2011. Die Umfrage wurde bereits 2010 durchgeführt und hatte so viel Medien-Resonanz erzeugt, dass sie in diesem Jahr neu aufgelegt wurde.

Die Neuauflage 2011

Vieles verändert sich aktuell in der Ausgeh-Welt: Ständig kommen neue digitale Angebote wie Couponing (z.B. Groupon oder DailyDeal) oder Location Based Services (Foursquare, Facebook Places, Friendticker und mehr) hinzu. Ob und wie sie Einfluss auf das Ausgehen, den Besuch von Clubs, Bars, Restaurants und anderen Locations haben, wurde in der zweiten Umfrage erhoben.

Andere Dinge ändern sich hingegen nicht: Beim Ausgehen, dem Besuch von „Third Places“ zwischen Zuhause und Arbeit, geht es um Geselligkeit und Kommunikation, das Kennenlernen neuer Leute, um Inspiration (z.B. gute Musik, schönes Ambiente) und mehr. Wie wichtig der ausgehaktiven Zielgruppe diese Einzelfaktoren sind, haben wir in GOING OUT 2011 erneut erfragt.

going out 2011

n=1.230 Personen

53 % männlich, 47 % weiblich

Zeitraum: 25.04. bis 31.05.2011

Mehr Infos:

www.virtualnightsmedia.com

1. Couponing-Dienste werden von der Zielgruppe angenommen

Hast du schon mal Dailydeal, Groupon oder andere Gutschein-Portale genutzt?

“ Über **34 %** sagen, dass sie solche Angebote schon einmal genutzt haben und dass sie ihnen gut gefallen haben. Nur knapp **4 %** waren nicht zufrieden. Weitere knapp **25 %** der Befragten wollen Deals bald einmal ausprobieren. Lediglich **16 %** sind nicht interessiert. **21 %** kennen Deals noch nicht. ”

2. Location Based Services wandern in den Mainstream

Hast Du Dich schon mal mit dem Smartphone via Foursquare, Facebook Places oder einem anderen Dienst in eine Location ›eingecheckt‹?

“ Über **52 %** der Teilnehmer bejahen dies – Location Based Services sind kein Early Adopter-Thema mehr und bieten zunehmend Potential für ortsbezogenes Marketing – zumal schon heute jeder dritte 14- bis 29-Jährige ein Smartphone besitzt*. Weitere **16 %** wollen die Dienste bald einmal ausprobieren. **16 %** kennen Location Based Services noch nicht, **13 %** sind nicht interessiert. ”

*Quelle: Bitkom-Webmonitor Oktober 2010

gehen auf Events, zu denen sie von Freunden auf sozialen Netzwerken eingeladen wurden.

55%

2x
Ausgehen
pro Woche

41%

34% sind mit Groupon und Co. zufrieden.

1x
Ausgehen
pro Woche

23%

25% wollen Deals bald ausprobieren.

3x
Ausgehen
pro Woche

19,5%

20–30 €

geben die meisten Teilnehmer pro Ausgeh-Termin aus (27%).

Empfehlungen meiner Freunde sind am wichtigsten!*

**sagen 69%*

52%

haben sich mit Foursquare, Facebook Places und Co. schon in Locations eing_checked.

3. Ausgabe-Bereitschaft ist leicht gestiegen

Wie viel Geld (ohne Eintritt) gibst Du pro Ausgeh-Termin aus?

“ Gaben 2010 nur **20 %** der Teilnehmer an, pro Ausgeh-Termin zwischen 20 und 30 Euro auszugeben, sind es 2011 über **27 %**. Ein Zuwachs, der aus der Gruppe derjenigen kommt, die zuvor etwas weniger investiert haben: 2010 gaben **36 %** an, zwischen 10 und 20 Euro auszugeben, 2011 sind es **28 %**. Konstant: die Zahl derer, die zwischen 30 und 50 Euro ausgeben (**23 %**). Ebenso die Sparsamen (**9 %** geben unter 10 Euro aus) und der Spendablen (über 50 Euro: rund **12 %**). ”

4. Freunde: Beim Ausgehen und für Empfehlungen am wichtigsten

Warum gehst Du aus/wessen Empfehlungen vertraust Du?

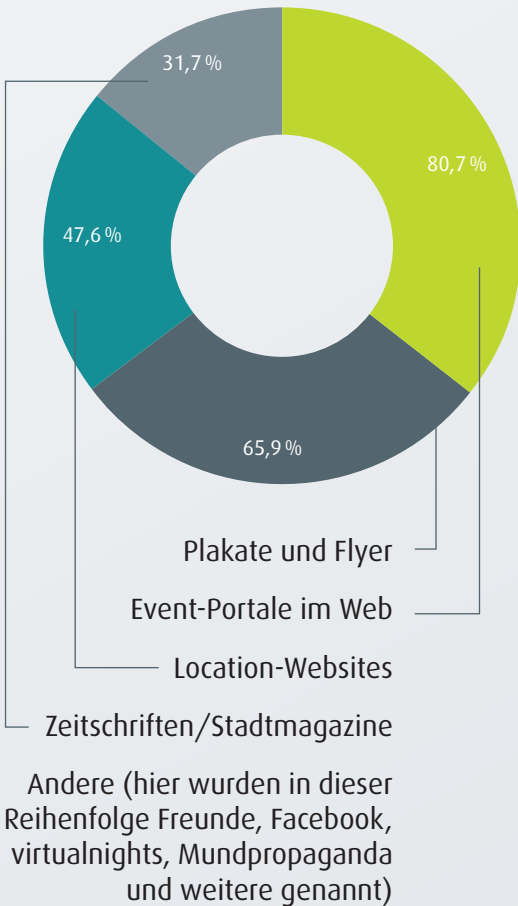
“ Etwas mit Freunden zu unternehmen, ist für die Umfrage-Teilnehmer, wie im Vorjahr, der wichtigste Ausgeh-Grund. Danach folgen in der Reihenfolge ihrer Nennung: Das Musikangebot, das Ambiente, das Preis-Leistungs-Verhältnis, Flirten/neue Leute kennenlernen sowie leckere Drinks. Bei Event-Empfehlungen wird Freunden am meisten Vertrauen geschenkt. **69 %** sagen, dass ihnen die Empfehlungen ihrer Freunde am wichtigsten sind. **55 %** gehen auf Events, zu denen sie von ihren Freunden in sozialen Netzwerken eingeladen wurden. ”

5. Erfolgsformel: Marketing-Mix plus Social Media

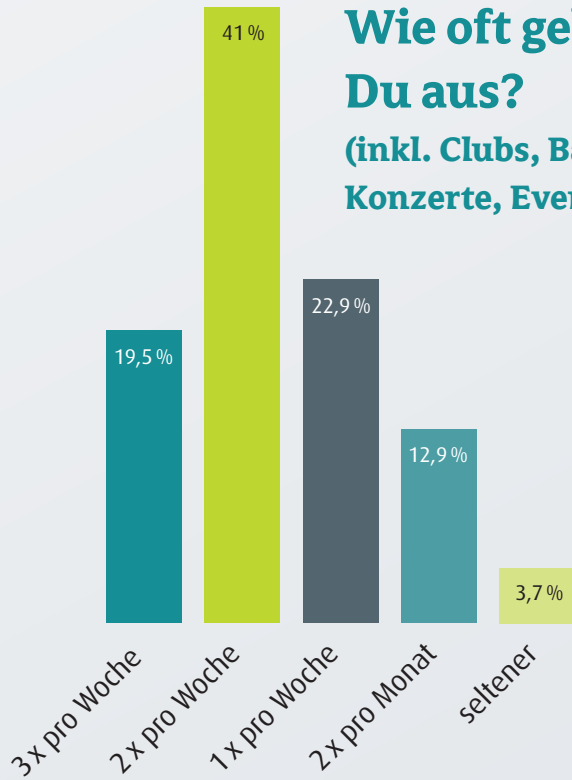
Woher beziehst Du Deine Event-Informationen?

“ Klassische Werbung für Events und Locations bleiben weiter wichtig: Die Umfrage-Teilnehmer nutzen Event-Portale im Web, Außenwerbung/Plakate, Flyer, Stadtmagazine und Newsletter, wenn es um Ausgeh-Tipps geht. Der Faktor Social Media (siehe Punkt 4) wird jedoch immer wichtiger. Zudem wünschen sich viele Teilnehmer mehr digitale Tools, die ihnen die Ausgeh-Entscheidung erleichtern. Zum Beispiel eine Vorhör-Funktion von DJ-Sets im Web oder Online-Gästelisten. Außerdem: Treue-Programme. ”

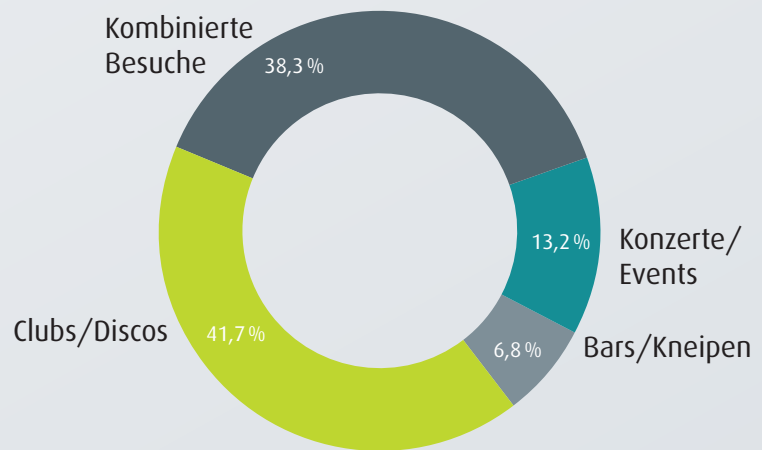
Woher beziehst Du Deine Informationen über Events? (Mehrfachnennungen möglich)



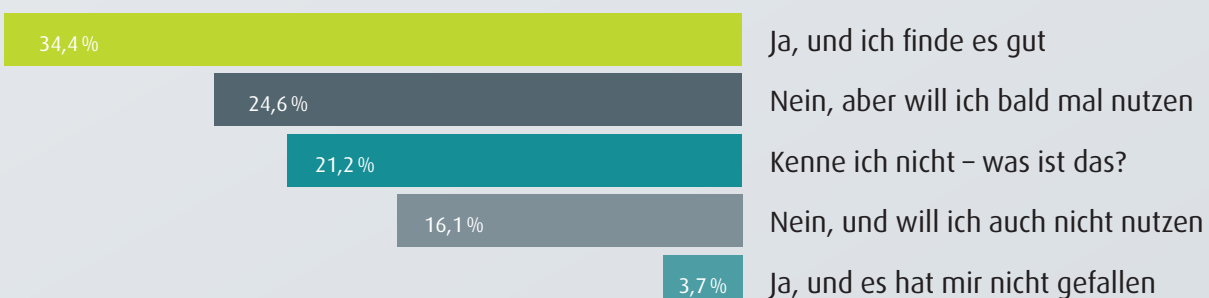
Wie oft gehst Du aus? (inkl. Clubs, Bars, Konzerte, Events)



Wohin gehst Du am liebsten?



Hast Du schon mal DailyDeal, Groupon oder andere Gutschein-Portale genutzt?



Ausgeh-Gründe:

Musikangebot
Ambiente
Etwas mit Freunden unternehmen
leckere Drinks
neue Leute/flirten
Preis-Leistungs-Verhältnis

Infoquellen

Event-Portale im Web
Plakate & Flyer
Location-Webseiten
Zeitschriften/Stadtmagazine
Newsletter
Treue-Karten

Was könnte beim Ausgehen besser sein?

Freundlichere Türsteher
kürzere Wartezeiten
Online-Gästelisten
gutes Publikum
DJ-Sets zum Vorhören
Treue-Karten
ÖPNV-Anbindung
guter Service
individuelles Programm

Welche Getränkemarke kommt Dir spontan in den Kopf,
wenn Du ans Nightlife denkst?

Bacardi **Coca-Cola**
Red Bull **Desperados**
Jägermeister **Absolut Vodka**
Becks
Smirnoff **Heineken**

Kai Brökelmeier, virtualnights:media, zur Studie GOING OUT:

“ virtualnights:media fotografiert monatlich über eine Viertel-million Menschen. Unsere Regional-Manager kennen das Ausgehverhalten der Zielgruppen vor Ort. Weil wir so viele Events besuchen und Face-to-Face-Kontakte generieren, wissen wir, welche Clubs und Diskotheken aktuell trendy sind, welche DJs und welche Musik gerade in den einzelnen Städten funktioniert, und welche Zielgruppen in welche Locations gehen.

In der aktuellen GOING OUT-Umfrage zeigt sich, dass die Ausgabebereitschaft wieder gestiegen ist. Das ist erfreulich für die Branche.

Was die Verwendung neuer Medien, von Web und Mobile angeht, so zeigt sich eindeutig: Es gibt keinen Weg zurück. Man braucht sich jetzt nicht mehr über ein „ja oder nein“ zu unterhalten, wenn man sieht, dass Themen wie Location Based Services oder Couponing von der Zielgruppe angenommen werden, sondern über das „wie“. ”

**Kai Brökelmeier, virtualnights:media,
zur Studie Going Out**

Sie möchten mehr über GOING OUT 2011 und virtualnights:media wissen? Wir freuen uns auf Ihre Anfrage:

virtualnights:media Ltd
Kronprinzenstraße 5-7
45128 Essen

www.virtualnights.com
www.virtualnightsmedia.com

Kontakt für Presse-Anfragen:
Jan-Peter Wulf, jan.wulf@virtualnights.com

Über virtualnights:media

Das Unternehmen virtualnights:media wurde 2001 in Essen gegründet. Heute beschäftigt es insgesamt rund 70 Mitarbeiter – am Hauptsitz Essen, in regionalen Büros (Berlin, Köln, München) und mit bundesweit verteilten Regional- und City-Teams. Über 550 Party-Fotografen sind für virtualnights:media tätig.

Als Web 2.0-Portal mit Beteiligung des Holtzbrinck-Verlages zählt virtualnights:media zu den größten Lifestyle-Vermarktern im deutschsprachigen Internet. Das Portfolio umfasst crossmediale Vermarktung, Advertising/PR, Verkaufsförderung, Sponsoring und Events. Seinen Partnern (u.a. Sony Ericsson, Vodafone, Microsoft und Constantin Film) bietet virtualnights:media integrierte Marketing- und Kommunikationsleistungen an.

