



Presseinformation

Clubhouse App: Der Hype hat Potenzial zum echten Newcomer

Online-Befragung von OMD Germany liefert erste Ergebnisse zur Bekanntheit und Nutzungswahrscheinlichkeit der App | OMD sieht Potenzial für nachhaltige Etablierung

Düsseldorf, 26.01.2021 – Die neue Social-Media-App Clubhouse stürmt die App-Charts und zieht User mit einer Mischung aus Live-Podcast und sozialer Telefonkonferenz in den Bann. Doch was ist dran an dem Hype? Getreu ihrer Philosophie „Better decisions, faster.“ hat OMD in einer repräsentativen Online-Befragung ad hoc die Bekanntheit und das Interesse an der App überprüft.

Die Ergebnisse der OMD-Erhebung zeigen, wie bekannt die App Clubhouse in nicht mal zwei Wochen seit Deutschland-Start schon ist: Gut 24 Prozent der 2.016 Befragten im Alter von 18-59 Jahren haben bereits von Clubhouse gehört, knapp ein Drittel derer, planen diese auch zu nutzen. 0,74 Prozent gehören zu den Pionieren der ersten Stunde und nutzen die App bereits. Während die App Frauen und Männer gleichermaßen anzieht, ist auffällig, dass sie aktuell vor allem für die jungen Digitalen von Interesse ist, 58 Prozent der an Clubhouse-Interessierten sind zwischen 18-39 Jahren. Insgesamt ist die Lust auf die Audio-Neuheit, wie die Ergebnisse der Umfrage zeigen, beachtlich. Dafür, dass sich die App auch nach der Beta-Phase durchsetzt und sich das große Interesse in nachhaltiges Wachstum umwandeln kann, sprechen drei Indikatoren:

1. Mit dem Mix aus Podcast und Social Media vereint Clubhouse zwei große Trends und trifft damit genau den Zeitgeist der jüngeren Generationen.
2. 28 Prozent können sich laut Umfrage bereits heute vorstellen, eine App mit den Funktionalitäten von Clubhouse zu nutzen.
3. Seit letzter Woche ist Clubhouse unter den Top 3 der Apple App Store Download-Charts.

Mit einem Audio-Only-Ansatz und einer künstlich erzeugten Exklusivität ist Clubhouse aktuell besonders in der Digital-Szene beliebt. Die App ist zurzeit ausschließlich für Apple-Geräte verfügbar, Zugang erhält man nur mit einer persönlichen Einladung. User können live bei den öffentlichen Audiokonferenzen zuhören oder auch selbst mitreden, dabei sind den Themen kaum Grenzen gesetzt. Die Exklusivität befeuert die Attraktivität noch zusätzlich, nach offiziellem Roll-Out könnte die Anzahl der User explosionsartig steigen. Die App bietet also das Potenzial, ein kontinuierliches Wachstum zu verzeichnen und sich künftig auf dem Markt der Social-Media-Angebote zu etablieren. Auch für Brands eröffnen sich derzeit neue Chancen: Durch den akuten Hype und der Neuartigkeit des Konzepts können sich Marken hier ganz einfach und experimentell als Vorreiter positionieren, wie es Viva con Agua mit ihrer „Social Sunday“ Clubhouse-Session bereits vorgemacht hat.

Better decisions, faster.

Handelsregister-Nr.: Düsseldorf HRB 75489. USt-IdNr.: DE 242 292 388. Geschäftsführung: Boris Cieslar, René Coiffard, Susanne Grundmann.
Bankverbindung: HSBC Trinkaus & Burkhardt, IBAN: DE77 3003 0880 0013 4700 06, BIC (SWIFT-Code): TUBDDE33
OMD GERMANY GMBH, Grünstraße 15, 40212 Düsseldorf. Tel.: +49 211 388 07 0. An Omnicom Company. www.omb.com/germany/



Presseinformation

„Audio liegt im Trend und erkämpft sich seine Nische in der sonst sehr bild- und textlastigen Social Media-Welt“, erklärt Stephan Naumann, Director Insight Planning OMD. „Die nächsten Monate werden zeigen, wie nachhaltig der Clubhouse-Hype ist und ob die datenschutzrechtlichen Bedenken überwunden werden können. Schon jetzt steht bei audiofähigen Chaträumen auch Twitter Spaces als Konkurrent bereit.“

Über OMD Germany

OMD ist eine der führenden Mediaagenturen Deutschlands und entwickelt auf Basis von Innovation, Kreativität, Empathie und Daten wirksame Marketing- und Kommunikationslösungen für Unternehmen. Getreu ihrer Philosophie „Better decisions, faster.“ steht für OMD immer im Fokus, ihre 900 Mitarbeitenden und über 160 Kunden dabei zu unterstützen, schneller zu lernen und schneller zu handeln – um letztlich relevantere, effektivere und profitablere Verbindungen zwischen Menschen und Marken entstehen zu lassen. So gelingt es OMD, nachweisbar zum Geschäftserfolg ihrer Kunden beizutragen.

OMD ist in Deutschland an insgesamt vier Standorten vertreten: Düsseldorf, Hamburg, München und Berlin. Die Agenturgruppe ist Teil von OMD Worldwide (www.omb.com) dem weltweit größten Media-Agenturnetzwerk mit Offices in 100 Ländern und mehr als 13.000 Angestellten. Weltweit ist OMD vom renommierten US-Branchenmagazin Adweek zur „Global Media Agency of the Year 2019 & 2020“ ernannt worden. Der Effie Effectiveness Index 2020 hat OMD zudem als effektivstes Media-Agenturnetzwerk der Welt bestätigt.

<https://www.omb.com/germany/>

Für weitergehende Informationen kontaktieren Sie bitte:

Sonja Tabatabai, Omnicom Media Group Germany
Group Manager Public Relations & Marketing
Tel.: 0211-38807-579
E-Mail: sonja.tabatabai@omnicommediagroup.com

Better decisions, faster.

Handelsregister-Nr.: Düsseldorf HRB 75489. USt-IdNr.: DE 242 292 388. Geschäftsführung: Boris Cieslar, René Coiffard, Susanne Grundmann.
Bankverbindung: HSBC Trinkaus & Burkhardt, IBAN: DE77 3003 0880 0013 4700 06, BIC (SWIFT-Code): TUBDDEDD
OMD GERMANY GMBH, Grünstraße 15, 40212 Düsseldorf. Tel.: +49 211 388 07 0. An Omnicom Company. www.omb.com/germany/