

## **Online-Befragung „Social-Communities für Geschäftsreisende“**

### **Beschreibung**

In Deutschland gibt es 9 Millionen Geschäftsreisende. Viele reisen alleine. Eine aktive Gestaltung der freien Zeit zwischen den Meetings ist deshalb schwierig, denn viele Aktivitäten nimmt man einfach nicht alleine in Angriff. Würden Geschäftsreisende ihre freie Zeit gerne mit anderen interessanten Businessleuten verbringen? Nutzen sie Sightseeing, Sport oder Wellness-Angebote? Suchen sie während ihrer Reisen im Internet nach passenden Freizeitaktivitäten?

Kurzum: Können Online-Communities Geschäftsreisende unterstützen, um auf Reisen Business und Freizeitaktivitäten intelligent zu verknüpfen? Und wenn ja, wie?

Um dies herauszufinden hat Stefanie Lang, Gründerin der Internetplattform [www.MAKIme.com](http://www.MAKIme.com), in Zusammenarbeit mit den Commundo Tagungshotels im November 2009 eine Befragung unter etwas mehr als 300 Geschäftsleuten durchgeführt. Die Umfrage wurde zusammen mit dem Studiengang Mediendesign der Dualen Hochschule Baden-Württemberg Ravensburg im Rahmen eines Praxisprojekts entwickelt.

Mit der Online-Befragung sollte in Erfahrung gebracht werden, wie man die Lebensqualität und die Work-Life-Balance mit einem gezielten, auf die Bedürfnisse von Geschäftsreisenden angepassten Angebot, verbessern kann. Der Fragebogen berücksichtigte neben statistischen Informationen zahlreiche Facetten zu Geschäftsreisen wie zum Beispiel Anfahrt, Übernachtung, Freizeitaktivitäten und Internetnutzung.

**Die Ergebnisse dieser umfangreichen Online-Befragung finden Sie hier zusammengefasst.**

Gerne dürfen Ergebnisse daraus publiziert werden. Wir bitten aber um Angabe der Quelle sowie um Zusendung eines Belegexemplars.

## Ergebnisse

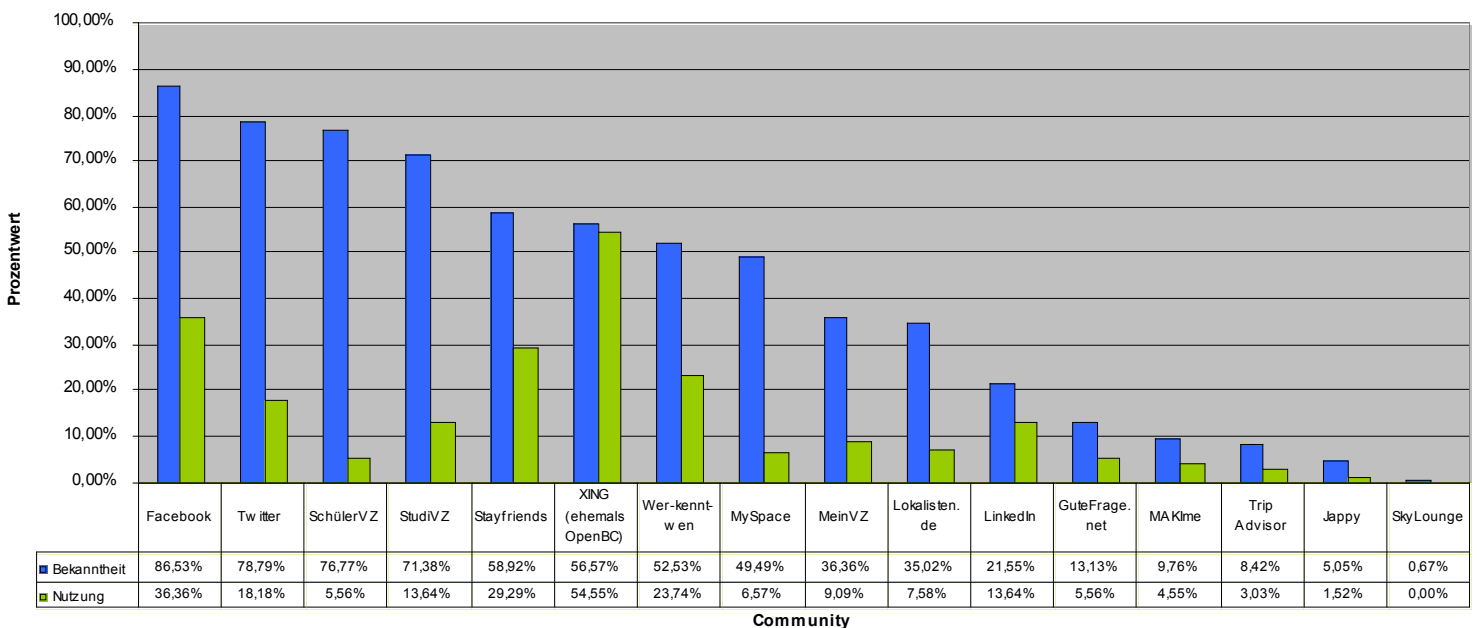
### 1. Welche Internet-Communities kennen Sie zumindest dem Namen nach und welche Internet-Communities nutzen Sie selbst?

Facebook ist mit einem Bekanntheitsgrad von 86,5% klarer Sieger in dieser Kategorie - gefolgt von Twitter mit 78,8%. SchülerVZ (76,8%) schlägt in Punkto Bekanntheit StudiVZ (71,4%) um einige Prozentpunkte.

Bekanntheit ist aber bekanntlich nicht alles. Und bei den Nutzungsquoten zeichnet sich bei den Befragten schon ein anderes Bild: XING liegt hier ganz klar vorne: 54,6% der Umfrageteilnehmer nutzen die Business-Plattform. Aber auch Facebook ist unter den Geschäftsleuten beliebt: 36,4% gaben an, einen aktiven Facebook-Account zu besitzen. Stayfriends (29,3%), Wer-kennt-wen (23,7%) und Twitter (18,2%) folgen auf den Plätzen 3 bis 5.

Interessant ist Blick auf die Umwandlungsquote. Diese ist bei XING extrem hoch: Mehr als 96% der Befragten, die angegeben haben, diese Plattform zu kennen, sind dort auch aktiv. LinkedIn, ebenfalls eine Plattform für Fach- und Führungskräfte, weist hier ebenfalls einen recht hohen Wert auf: Fast zwei Drittel derer, die LinkedIn kennen, haben sich auch zu einer aktiven Nutzung entschlossen. Nicht erstaunlich ist das Bild einer eher geringen Nutzungsquote, das sich für SchülerVZ und StudiVZ bietet, wenn man die befragte Business-Zielgruppe im Hinterkopf hat. Twitter hat auch bei dieser Zielgruppe noch ein Problem: Für die relativ hohe Bekanntheit ist die Zahl der Nutzer noch zu gering: Nicht ganz ein Viertel derer, die Twitter dem Namen nach kennen, nutzen es auch selbst.

**Bekanntheit vs. Nutzung von Internet-Communities**



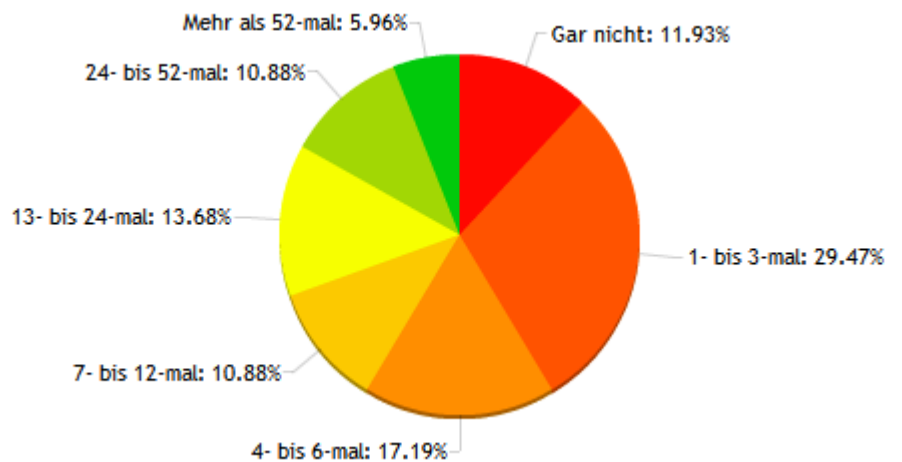
## 2. Wenn Sie an die vergangenen 12 Monate zurückdenken: Wie oft waren Sie auf Geschäftsreise?

Unter den befragten Geschäftsleuten sind 30,5% im Durchschnitt mehr als einmal monatlich geschäftlich unterwegs – davon fast 6% sogar mehr als einmal pro Woche.

Wenn man sich die Gruppe der Befragten näher anschaut, die angegeben hat, 24-mal oder öfter auf Geschäftsreise gewesen zu sein (16,84% der Befragten), dann ergeben sich daraus folgende Ergebnisse:

- Männer sind rund doppelt so oft so häufig unterwegs wie Frauen: 21,4% der befragten Männer fallen in die Gruppe derer, die 24mal und öfter pro Jahr auf Geschäftsreise sind. Aus den weiblichen Befragten sind bei diesen Vielreisenden nur 10,7% vertreten.
- Auch die berufliche Tätigkeit hat einen Einfluss auf das Geschäftsreiseverhalten: Fast 43% der befragten leitenden Angestellten bzw. leitenden Beamten ist mehr als 2 x pro Monat geschäftlich unterwegs. Bei den Selbstständigen und Freiberuflern sind es noch rund 30%. Bei Angestellten und Beamten ohne Führungsfunktion haben knapp 11% angegeben, in diese Gruppe zu fallen.

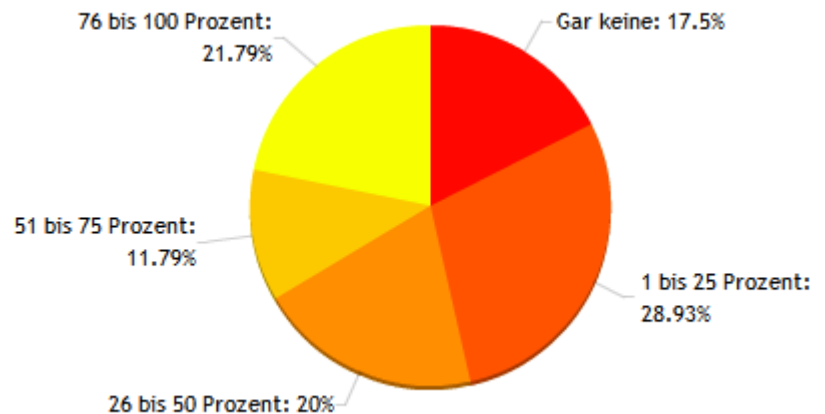
Gar nicht	11.93%
1- bis 3-mal	29.47%
4- bis 6-mal	17.19%
7- bis 12-mal	10.88%
13- bis 24-mal	13.68%
24- bis 52-mal	10.88%
Mehr als 52-mal	5.96%



## 3. Wenn Sie nochmals an Ihre Geschäftsreisen in den letzten 12 Monaten denken. Wie viel Prozent davon waren ungefähr mit Übernachtung?

Ein Drittel der Befragten hat angegeben, bei mehr als der Hälfte der Geschäftsreisen auch eine Übernachtung zu benötigen.

Gar keine	17.50%
1 bis 25 Prozent	28.93%
26 bis 50 Prozent	20.00%
51 bis 75 Prozent	11.79%
76 bis 100 Prozent	21.79%



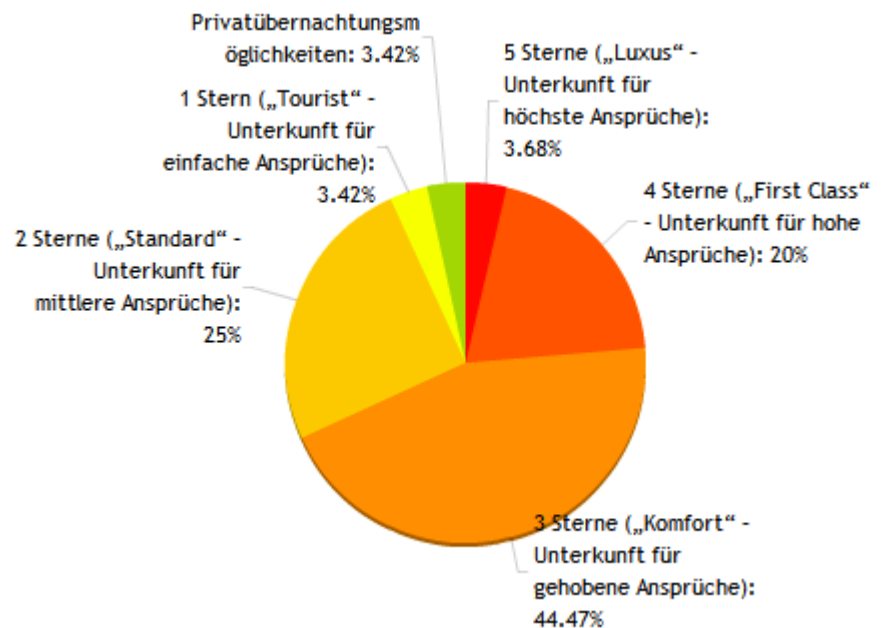
#### 4. Wenn Sie im Rahmen Ihrer Geschäftsreisen übernachten müssen, in welchen Hotelkategorien übernachten Sie dann überwiegend?

Im Durchschnitt machen hier ganz klar die 3-Sterne-Hotels mit 44,5% das Rennen. Fast ein Viertel der Befragten steigt aber auf Geschäftsreisen auch in Unterkünften mit 4 oder 5 Sternen ab. Ebenfalls ein Viertel der Geschäftsreisenden nächtigt in 2-Sterne-Hotels.

Privatunterkünfte sind für 3,4% der Befragten eine Alternative zur Übernachtung im Hotel. Im Übrigen ist dieser Wert sowohl bei den befragten Geschäftsführern und leitenden Angestellten / Beamten als auch den Umfrageteilnehmern ohne Führungsfunktion absolut identisch.

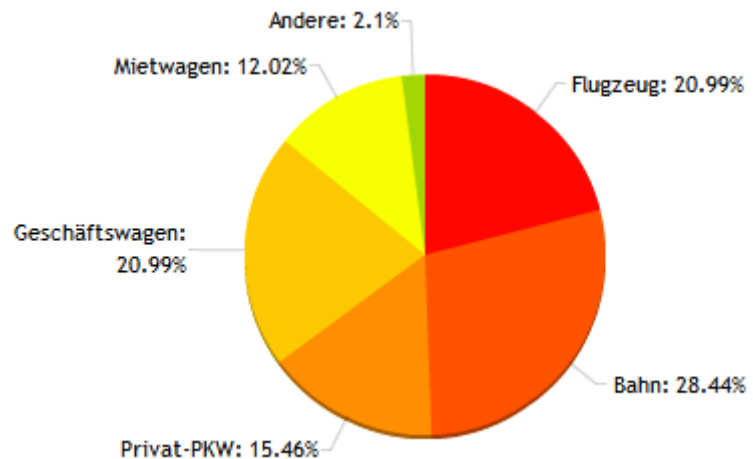
Unterschiede zwischen diesen beiden Gruppen ergeben sich aber in der Hotelnutzung: Während fast 41% der Führungskräfte 4- oder 5-Sterne-Hotels buchen (8,5% 5-Sterne-Hotels), sind es bei der Vergleichsgruppe lediglich knapp über 20% (2,8% 5-Sterne-Hotels). Bei beiden Gruppen liegen aber die 3-Sterne-Unterkünfte mit 42,4% (Führungskräfte) bzw. 44,8% (Befragte ohne Führungsfunktion) vorn. Für 1- und 2-Sterne-Hotels sind demnach noch rund 13,6% der Führungskräfte zu haben, aber immerhin fast ein Drittel der Vergleichsgruppe ohne Führungsfunktion.

<b>5 Sterne</b> („Luxus“ – Unterkunft für höchste Ansprüche)	3.68%
<b>4 Sterne</b> („First Class“ – Unterkunft für hohe Ansprüche)	20.00%
<b>3 Sterne</b> („Komfort“ – Unterkunft für gehobene Ansprüche)	44.47%
<b>2 Sterne</b> („Standard“ – Unterkunft für mittlere Ansprüche)	25.00%
<b>1 Stern</b> („Tourist“ – Unterkunft für einfache Ansprüche)	3.42%
<b>Privatübernachtungsmöglichkeiten</b>	3.42%



## 5. Welche Verkehrsmittel nutzen Sie für Ihre Geschäftsreisen?

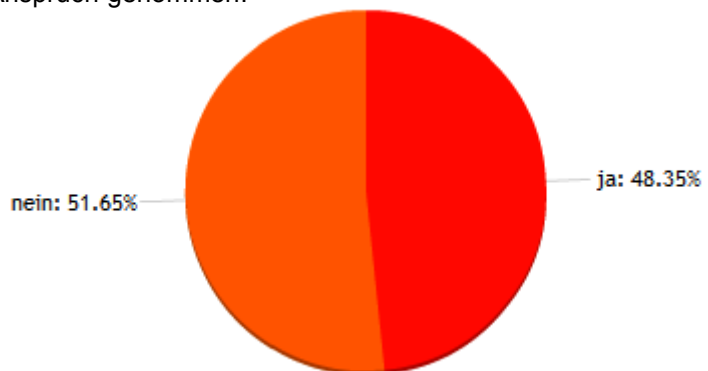
Flugzeug	20.99%
Bahn	28.44%
Privat-PKW	15.46%
Geschäftswagen	20.99%
Mietwagen	12.02%
Andere	2.1%



## 6. Haben Sie für Ihre Geschäftsreisen schon einmal Fahrgemeinschaften genutzt (z. B. zum Netzwerken oder um Fahrtkosten zu sparen)?

Die Frage nach Fahrgemeinschaften spaltet die Business-Welt: Etwa die Hälfte hat schon Fahrgemeinschaften genutzt, die andere Hälfte nicht. Die Befragten mit Führungsfunktion liegen bei der Nutzung von Fahrgemeinschaften etwas unter dem Durchschnitt: 40% haben in der Vergangenheit Fahrgemeinschaften auf Geschäftsreisen in Anspruch genommen.

ja	48.4%
nein	51.6%



## 7. Werden Sie im nächsten Jahr Fahrgemeinschaften für Ihre Geschäftsreisen nutzen?

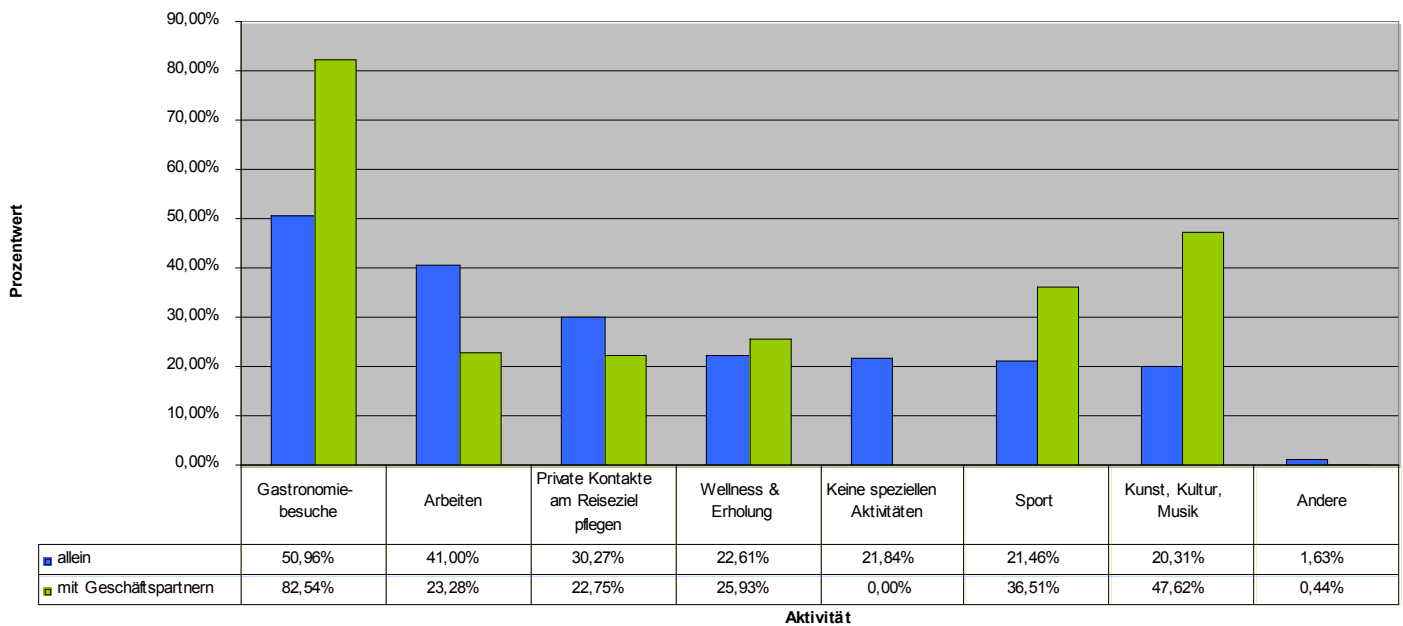
Interessanterweise nimmt die Zustimmung zu Fahrgemeinschaften eher ab. Nur noch 44,4% der Befragten werden 2010 „auf jeden Fall“ oder „eher ja“ Fahrgemeinschaften für Geschäftsreisen nutzen. Von denen, die bisher noch keine Fahrgemeinschaften genutzt haben, möchte sogar gar niemand „auf jeden Fall“ und nur 7% „eher ja“ auf die gemeinsame Anreise zurückgreifen.

auf jeden Fall	21.11%
eher ja	23.34%
eher nein	43.70%
auf keinen Fall	11.85%

**8. Wenn Sie an Ihre Geschäftsreisen in den vergangenen 12 Monaten denken: Womit haben Sie Ihre freie Zeit verbracht? Wenn Kontakte aus Ihrem Netzwerk (z. B. Kollegen oder Geschäftspartner) oder andere Geschäftsreisende mit ähnlichen Interessen an Ihrem Reiseziel sind und Sie davon wissen: Würden Sie die freie Zeit, die Sie auf Geschäftsreisen zur Verfügung haben, dann anders verbringen als wenn Sie allein vor Ort sind? Welche Aktivitäten würden Sie gemeinsam mit anderen Geschäftsreisenden angehen?**

Fast 70% der Befragten gaben an, dass sie ihre freie Zeit auf Geschäftsreisen anders verbringen würden, wenn sie wüssten, dass Kontakte aus ihrem Netzwerk oder Geschäftsreisende mit ähnlichen Interessen am Reiseziel sind. „Gewinner“ wären in diesem Fall Gastronomiebesuche, die Teilnahme an Kunst-, Kultur- oder Musikveranstaltungen sowie Sportaktivitäten und Wellness & Erholung. Arbeiten oder Nichtstun müssten dann ebenso zurückstecken wie die Pflege privater Kontakte am Reiseziel.

**Aktivitäten am Reiseziel - allein vs. mit Geschäftspartnern**



## 9. Wie wichtig sind Ihnen im Hinblick auf eine Business-Online-Community die folgenden Aspekte?

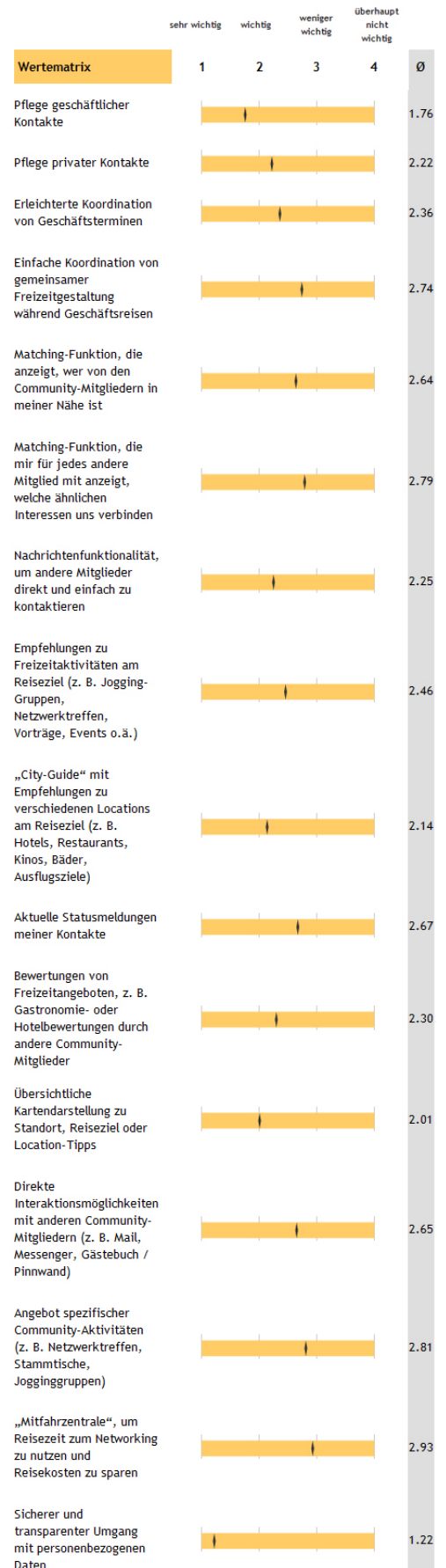
Der mit Abstand wichtigste Aspekt für die Nutzer einer Online-Community ist für die Befragten der sichere und transparente Umgang mit personenbezogenen Daten: 84,1% halten diesen Punkt für „sehr wichtig“, nochmals 11,5% für „wichtig“.

An zweiter Stelle der wichtigen Features steht die Pflege geschäftlicher Kontakte, die von 38,5% als „sehr wichtig“ und von 48,9% als „wichtig“ eingestuft wird. Dass auch mit einer Business-Community das private Netzwerk gepflegt wird, zeigt die Tatsache, dass die Pflege privater Kontakte bereits an fünfter Stelle zu finden ist und von knapp 63% der Befragten für wichtig oder sehr wichtig gehalten wird.

Alles was mit der Darstellung, Empfehlung und Bewertung von Freizeitangeboten und Locations (z. B. Hotels, Restaurants, Kinos, Bäder, Ausflugsziele, Events, Jogging-Gruppen) zu tun hat, rangiert in der Wichtigkeitsskala ebenfalls recht weit oben.

Eine Matching-Funktionalität, die anzeigt, wer von den anderen Community-Mitgliedern gerade in der Nähe ist, wird noch von 11,2% der Befragten für „sehr wichtig“ und von rund einem Drittel als „wichtig“ erachtet.

Schlusslicht auf der Wichtigkeitsskala ist eine organisierte „Mitfahrzentrale“, die es ermöglicht, Reisezeit zum Networking zu nutzen und Reisekosten zu sparen. Hier sagen 30,8% der Umfrage-Teilnehmer, dass Ihnen dieses Feature „überhaupt nicht wichtig ist“ und weitere 37,5% halten es für „weniger wichtig“.

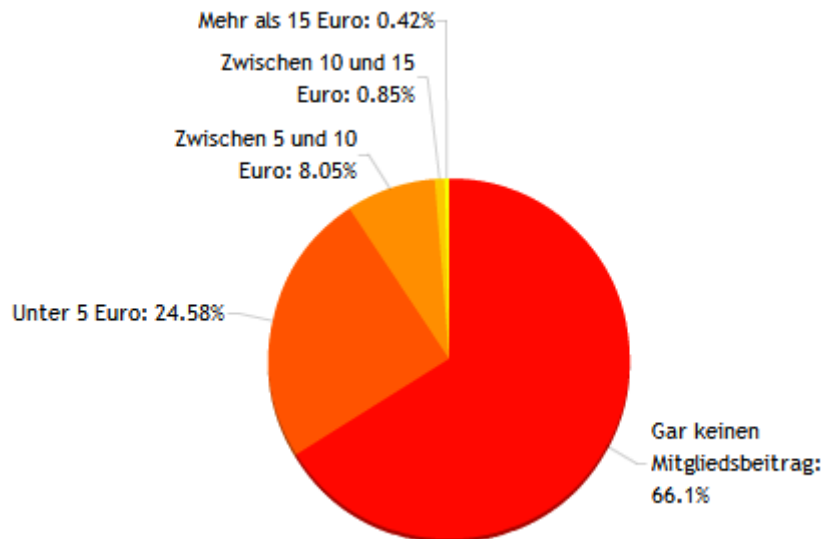


**10. Welchen monatlichen Beitrag würden Sie angemessen finden, um alle Funktionalitäten einer Online-Community uneingeschränkt nutzen zu können?**

Ein großes Thema bei Internet-Plattformen ist der Mitgliedsbeitrag. Zwei Drittel der Befragten geben an, dass für sie gar kein Mitgliedsbeitrag in Frage kommt, um alle Funktionalitäten einer Online-Community nutzen zu können. Etwa ein Viertel wäre demnach bereit, bis zu 5 EUR zu bezahlen. Mehr als 5 EUR würden nur etwas mehr als 9% bezahlen.

Betrachtet man hier nur die Antworten der XING-User, verschiebt sich das Bild etwas: 50% favorisieren aber auch hier keinen Mitgliedsbeitrag, ein Drittel ist bis zu 5 EUR Monatsgebühr zu zahlen bereit, 16% mehr als 5 EUR.

Gar keinen Mitgliedsbeitrag	66.10%
Unter 5 Euro	24.58%
Zwischen 5 und 10 Euro	8.05%
Zwischen 10 und 15 Euro	0.85%
Mehr als 15 Euro	0.42%





## Statistische Informationen zur Befragung

### 11. Geschlecht

männlich	67.95%
weiblich	32.05%

### 12. Alter

< 30 Jahre	6.11%
30 – 39 Jahre	20.09%
40 – 49 Jahre	45.85%
50 – 59 Jahre	25.33%
> 60 Jahre	2.62%

### 13. Höchster Bildungsabschluss

Kein Abschluss	0.00%
Hauptschule	4.29%
Mittlere Reife	17.60%
Allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife/Abitur	8.15%
Abgeschlossene Berufsausbildung	22.75%
Abgeschlossenes Universitäts-, FH- oder BA-Studium	42.92%
Andere	4.29%

### 14. Berufliche Tätigkeit

Selbstständiger / Freiberufler	8.66%
Leitender Angestellter / Leitender Beamter	17.32%
Angestellter / Beamter ohne Führungsfunktion	67.53%
Arbeiter	3.46%
Rentner / Pensionär	0.00%
Hausfrau / Hausmann	0.43%
Auszubildender / Student / Schüler	0.87%
Arbeitssuchender	0.00%
Andere	1.73%

## 15. Funktionsbereich

Marketing & Vertrieb	21.40%
Kundenbetreuung & Kundenservice	19.65%
Produktion	11.79%
Verwaltung & Sekretariat	9.61%
Organisations- und Unternehmensentwicklung	6.55%
Personal	6.11%
Controlling	3.93%
Forschung & Entwicklung	3.49%
Qualitätsmanagement	3.06%
Finanz- und Rechnungswesen	2.62%
Einkauf	1.31%
Logistik & Transport	0.87%
Andere	9.61%

## 16. Branche

Agrarwirtschaft	0.00%
Architektur	0.43%
Aus- und Weiterbildung	2.16%
Automobilindustrie	2.60%
Banken, Versicherung & Finanzdienstleistung	1.73%
Bau & Bergbau	0.00%
Beratung	2.60%
Chemie / Pharma	0.87%
Druckindustrie	0.43%
Elektrotechnik	1.30%
Energie	0.00%
Gesundheitswesen	1.30%
Kunst / Unterhaltung / Musik	0.00%
Handel	1.73%
Hotel & Gastronomie	1.73%
Immobilien	0.00%
IT (Hardware & Software)	9.09%
Maschinenbau	0.00%
Medien	2.16%
Öffentlicher Dienst	2.16%
Telekommunikation	60.61%
Tourismus & Reisen	0.87%
Transport	0.43%
Werbeindustrie	3.90%
Wissenschaft & Forschung	1.30%
Andere	2.6%

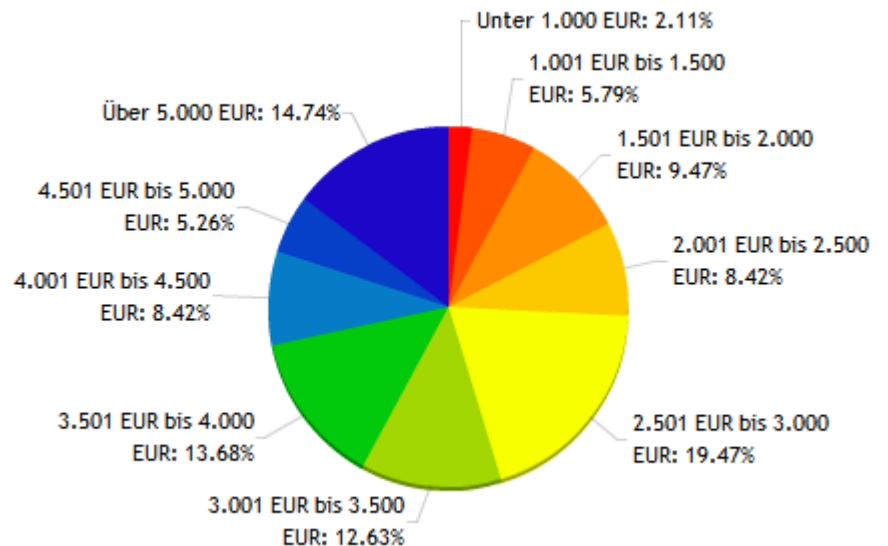
## 17. Haushaltsgröße

1-Personen-Haushalte	15.77%
2-Personen-Haushalte	31.98%
3-Personen-Haushalte	18.02%
4-Personen-Haushalte	22.97%
5- und Mehr-Personen-Haushalte	11.26%

## 18. Haushaltsnettoeinkommen

(Was haben Sie nach Abzug von Steuern und Sozialabgaben für alle im Haushalt lebenden Personen zusammengerechnet im Monat zur freien Verfügung?)

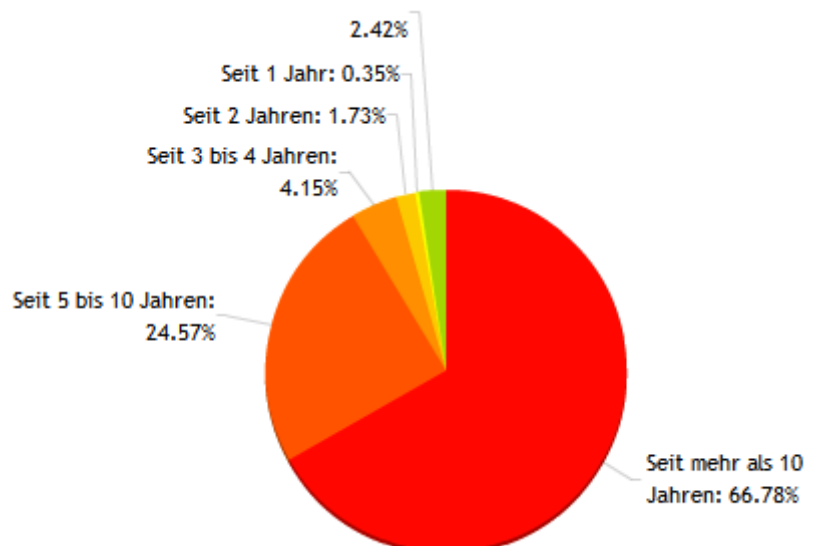
Unter 1.000 EUR	2.11%
1.001 EUR bis 1.500 EUR	5.79%
1.501 EUR bis 2.000 EUR	9.47%
2.001 EUR bis 2.500 EUR	8.42%
2.501 EUR bis 3.000 EUR	19.47%
3.001 EUR bis 3.500 EUR	12.63%
3.501 EUR bis 4.000 EUR	13.68%
4.001 EUR bis 4.500 EUR	8.42%
4.501 EUR bis 5.000 EUR	5.26%
Über 5.000 EUR	14.74%



## 2. Seit wann nutzen Sie das Internet?

Die Ergebnisse zeigen deutlich, dass die befragten Geschäftsleute zum überwiegenden Teil geübte Internet-User sind: 91,3% gaben an, das Internet seit fünf oder mehr Jahren zu nutzen.

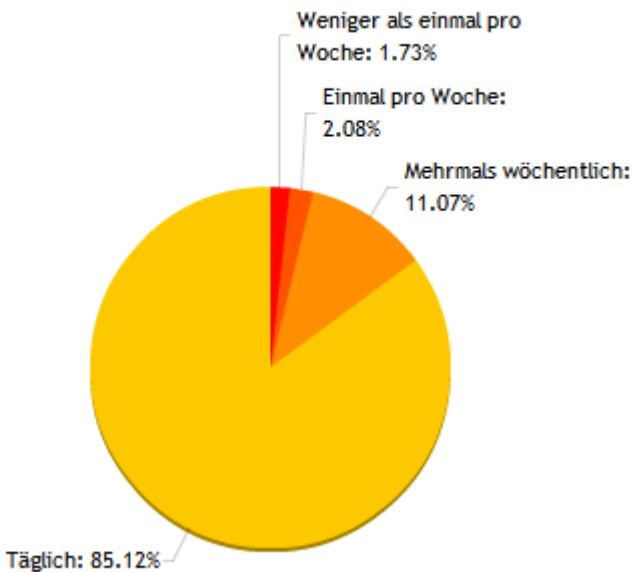
Seit mehr als 10 Jahren	66.78%
Seit 5 bis 10 Jahren	24.57%
Seit 3 bis 4 Jahren	4.15%
Seit 2 Jahren	1.73%
Seit 1 Jahr	0.35%
Seit weniger als 1 Jahr	2.42%



### 3. Wie oft nutzen Sie das Internet im Durchschnitt?

Nicht verwunderlich ist dann auch, dass mehr als 96% der Befragten das Internet mehrmals wöchentlich nutzen. 85% sogar täglich.

Weniger als einmal pro Woche	1.73%
Einmal pro Woche	2.08%
Mehrmals wöchentlich	11.07%
Täglich	85.12%



### 4. Wo nutzen Sie das Internet überwiegend?

Zuhause	38.89%
Im Büro	23.26%
In etwa ausgeglichen zuhause und im Büro	37.85%

