

Fast die Hälfte deutscher Business Traveller nutzt regelmäßig soziale Netzwerke

Immer mehr Geschäftsreisende informieren sich zuerst auf Preisvergleichs-Seiten im Internet, um den besten Deal zu finden. Das ergab eine Studie des Marktforschungsinstituts **BDRC Continental**. „Hoteliers müssen neue Wege finden, zusätzliche Funktionen oder sogar eigene flexible Pakete anbieten, um mehr Besucher auf ihre Webseiten zu locken“, sagt **Tim Sander**, Forschungsdirektor bei BDRC Continental. Sander: „Andernfalls riskieren sie, höhere Kommissionen zahlen zu müssen.“

Die BDRC-Umfrage ergab auch, dass mittlerweile fast 40 Prozent der Geschäftsreisenden Hotelkritiken und Reiseblogs im Netz lesen, bevor sie sich entscheiden. 38 Prozent der Nutzer

gaben an, aufgrund der dortigen Informationen schon mal die ursprüngliche Meinung geändert zu haben.

Knapp die Hälfte der deutschen Business Traveller sind der Studie zufolge regelmäßige Nutzer sozialer Netzwerke. Bei Geschäftsreisenden, die weniger als zwei Jahre Erfahrung mit Hotelübernachtungen haben, liegt die entsprechende Quote bei gut 60 Prozent.

An einem Hotel-Bonusprogramm nehmen hierzulande 25 Prozent der Geschäftsreisenden teil, wie sich bei der BDRC-Untersuchung herausstellte. Bei solchen Business Travellern, die erst seit kurzem unterwegs sind, liegt die vergleichbare Quote allerdings deutlich darunter. Sie sind demnach gegenüber einer Marke weniger loyal.