

## Studie: Social Media in der Meetings Industry

Blogs, Facebook und LinkedIn werden am häufigsten genutzt / Bedeutung von Social Media steigt zukünftig weiter an

**Berlin, 29. Juli 2013** Blogs und Facebook sind die meistgenutzten Social Media-Kanäle in der Meetings Industry. Das ist das Ergebnis einer Befragung\*, die im Auftrag des *visitBerlin* Berlin Convention Office durchgeführt wurde. Rund 230 Veranstaltungsplaner sowie Repräsentanten nationaler und internationaler Verbände, Unternehmen sowie Eventagenturen haben sich daran beteiligt.

Demnach sind Blogs und Internetforen sowie Facebook im Tagesgeschäft von besonderer Bedeutung. 63 Prozent aller Befragten gaben an, dass sie diese Plattformen mindestens einmal täglich aufrufen. LinkedIn nutzen 59 Prozent, gefolgt von Youtube (53%) und Twitter (46%). Foto-Kanäle wie Pinterest (12%), Flickr (10%) oder Instagram (7%) sind von deutlich geringerer Relevanz.

### Bedeutung von Social Media für die Branche wächst

Die Frage, ob Social Media-Kanäle wichtig beim Prozess der Entscheidungsfindung ihrer Organisation sind, verneinten 58 Prozent der Befragten. Gleichwohl stimmten 71 Prozent der Aussage zu, die Bedeutung für die Meetings Industry werde in den kommenden Jahren steigen.

Etwa die Hälfte aller Teilnehmer gab zudem an, dass Social Media bereits Teil des Marketing-Mixes ihres Unternehmens ist (49%) und dass die Kanäle zur Erhöhung der Markenwahrnehmung und Sichtbarkeit beitragen (52%).

Weitere Ergebnisse der Studie entnehmen Sie bitte den Grafiken auf Seite 2.

Informationen zum Berlin Convention Office bietet die Internetseite

[convention.visitBerlin.com](http://convention.visitBerlin.com).

(1.617 Zeichen)

\*Die Social Media-Studie wurde von Marius Kahlert, Absolvent der niederländischen Saxion University of Applied Sciences, im ersten Halbjahr 2013 durchgeführt. Als Basis der Befragung diente das weltweite Kontaktnetzwerk des Berlin Convention Office von *visitBerlin*.

---

**visitBerlin / Berlin Tourismus & Kongress GmbH**

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Am Karlsbad 11

D-10785 Berlin

Fax: +49 (0)30 26 47 48 – 983

[convention.visitBerlin.de](http://convention.visitBerlin.de)

[facebook.com/visitBerlin](https://facebook.com/visitBerlin)

**Pressesprecher:**

Katharina Dreger

Tel.: +49 (0)30 26 47 48 – 956

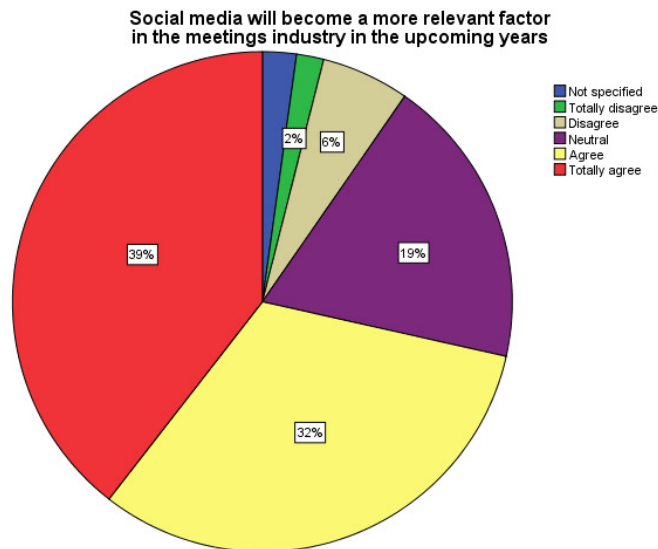
[katharina.dreger@visitBerlin.de](mailto:katharina.dreger@visitBerlin.de)

Christian Tänzler

Tel.: +49 (0)30 26 47 48 – 912

[christian.taenzler@visitBerlin.de](mailto:christian.taenzler@visitBerlin.de)

**Abbildung 1: Zukünftige Relevanz von Social Media für die Meetings Industry**



© Marius Kahlert, 21.04.2013, Saxion University of Applied Sciences, in cooperation with visitBerlin BCO

**Abbildung 2: Berufliche Nutzung von Social Media**

**Social Media use in business**

	No use at all	Less than 1 hour per day	1 hour per day	More than 1 hour but less than 2 hours per day	2 hours or more per day
Blogs and internet forums	83 37%	91 41%	35 16%	4 2%	9 4%
Facebook	81 37%	82 37%	33 15%	11 5%	13 6%
Flickr	197 90%	22 10%	1 0%	0 0%	0 0%
Instagram	205 93%	13 6%	0 0%	0 0%	3 1%
LinkedIn	88 41%	75 35%	39 18%	7 3%	7 3%
Pinterest	195 88%	18 8%	6 3%	0 0%	3 1%
Slideshare	195 88%	22 10%	2 1%	1 0%	2 1%
Twitter	118 54%	57 26%	25 11%	6 3%	14 6%
Xing	137 63%	61 28%	16 7%	4 2%	1 0%
Youtube	103 47%	88 40%	18 8%	5 2%	4 2%

© Marius Kahlert, 21.04.2013, Saxion University of Applied Sciences, in cooperation with visitBerlin BCO

**visitBerlin / Berlin Tourismus & Kongress GmbH**

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
Am Karlsbad 11  
D-10785 Berlin  
Fax: +49 (0)30 26 47 48 – 983

convention.visitBerlin.de  
facebook.com/visitBerlin

**Pressesprecher:**

Katharina Dreger  
Tel.: +49 (0)30 26 47 48 – 956  
katharina.dreger@visitBerlin.de

Christian Tänzler  
Tel.: +49 (0)30 26 47 48 – 912  
christian.taenzler@visitBerlin.de