

# Nutzen von Business Networking im Internet

von Andreas Stradner, 25.12.2005

Die Online-Befragung von 195 OpenBC-Nutzern, die sich 3 Monate davor bei OpenBC.com registriert hatten, brachte einen Rücklauf von 72 Teilnehmern. Das sind 36,9 Prozent.

## Struktur der OpenBC-Kontakte<sup>1</sup>

Frage	Mittelwert	Median
Anzahl Kontakte	14,1	8,5
Davon geschäftlich relevant	5,4	2,0
Davon über OpenBC hergestellt	2,9	1,0
Davon schon vorher bestehende Kontakte	10,4	4,5
Davon verlorengedungene und erst durch OpenBC wieder gefundene Kontakte	2,4	0,0
Von den über OpenBC hergestellten Kontakten mittlerweile persönlich getroffen oder telefoniert	2,9	0,0

Die Tabelle zeigt deutliche Unterschiede zwischen Mittelwert und Median. Das zeigt deutlich, dass es einzelne Spitzenwerte gibt, die den Durchschnitt (Mittelwert) stark beeinflussen. Der Median ist daher der aussagekräftige Wert.

Die wesentlichen Erkenntnisse sind:

1. Von durchschnittlich 8,5 (Median) nach 3 Monaten OpenBC-Nutzung hergestellten Kontakten, sind weniger als 23 Prozent geschäftlich relevant, der Rest sind somit private Kontakte.
2. Von diesen 8,5 Kontakten wurde nur 1 Kontakt neu über OpenBC hergestellt, alle restlichen sind schon vorher bestehende bzw. wieder entdeckte Kontakte.

## Erfolg der Nutzung<sup>2</sup>

Frage	Mittelwert
Wie viele Personen mit ähnlichen fachlichen Interessen haben Sie gefunden?	6,9
In wie vielen Fällen konnten Sie mit Fachwissen weiterhelfen?	0,4
In wie vielen Fällen konnte man Ihnen mit Fachwissen weiterhelfen?	2,2
Wie viele Personen haben Sie gefunden, die für die eigene Karriere behilflich sein könnten?	2,3

<sup>1</sup> OpenBC-Kontakte sind in beiderseitiger Zustimmung deklarierte Kontaktbeziehungen, die als solche im Benutzerprofil ersichtlich sind.

<sup>2</sup> Der „Erfolg“ wird hier an hergestellten Kontakten zu potenziellen Käufern (Kunden), Verkäufern (Lieferanten) und Kooperationspartnern, sowie erhaltenen Jobangeboten, gefundenen Bewerbern und gefundenen fachliche Ansprechpartnern, gemessen.

Wie viele Jobangebote haben Sie bekommen?	0,2
Wie viele potenzielle Kunden/Auftraggeber haben Sie gefunden?	1,0
Wie viele potenzielle Lieferanten haben Sie gefunden?	0,2
Wie viele potenzielle Kooperationspartner haben Sie gefunden?	1,3
Wie viele potenzielle Bewerber für einen von Ihnen zu vergebenen Job haben Sie gefunden?	3,9

Bis auf die erste Frage (gefundene Personen mit ähnlichen fachlichen Interessen, Median 2) ist der Median sämtlicher Fragen 0. Das heißt, mindestens die Hälfte aller abgefragten Werte liegt bei 0. Der Unterschied zu den teilweise deutlich höheren Mittelwerten zeigt, dass Erfolge in Form von viel versprechenden Kontakten (potenziellen Geschäftspartnern) in Summe deutlich sichtbar sind, diese aber nur durch „Ausreißer“ zustande kommen, nicht also von der breiten Masse erlebt werden.

Die wesentlichen Erkenntnisse sind:

1. OpenBC eignet sich besonders gut zum Herstellen von Kontakten zu fachlichen Ansprechpartnern: Im Durchschnitt werden 6,9 Personen mit ähnlichen Interessen gefunden. Die Testpersonen haben auch in 2,2 Fällen erfolgreich um fachliche Hilfe angefragt, während mal selbst nur in 0,4 Fällen um Hilfe gebeten wurde.
2. Bei der Suche nach Karrierechancen zeigt sich OpenBC nützlich: Durchschnittlich 2,3 Kontakte mit Personen, die für die eigene Karriere hilfreich sein könnten, wurden geknüpft. Durchschnittlich 0,2 Jobangebote haben die Testpersonen in 3 Monaten erhalten.
3. 1 potenzieller Kunde bzw. 0,2 potenzielle Lieferanten in 3 Monaten ist auf dem ersten Blick wenig. Hier ist es jedoch noch erforderlich, eine genauere Analyse vorzunehmen: Nicht für jede Testperson ist die Suche nach Kunden, Lieferanten oder Kooperationspartnern gleich relevant. Erst die Aufspaltung nach Positionen (Vertrieb, Einkauf, Führungsebene usw.) wird zeigen, ob die Erfolge für die relevanten Personengruppen brauchbar sind. Grundsätzlich zeigt sich jedoch ein klarer Verkäuferüberhang, die Suche nach Käufern scheint weit größer zu sein als die Suche nach Verkäufern. Für einen Marktplatz also nicht ideal.
4. 1,3 potenzielle Kooperationspartner – hier gilt hinsichtlich der unterschiedlichen Relevanz für die Testpersonen dasselbe wie in Punkt 3. Klar sichtbar ist aber der deutlich höhere Wert als bei Verkäufer/Käufer-Suche. Damit dürfte das OpenBC-Netzwerk zur Kooperationsanbahnung weitaus geeigneter sein als zur Anbahnung von Geschäftstransaktionen. Das entspricht auch den Erwartungen und Wünschen der Testpersonen<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> Vgl. Erwartungen an Business Networking im Internet, Online-Befragung von 200 neu registrierten OpenBC-Nutzern im August 2005