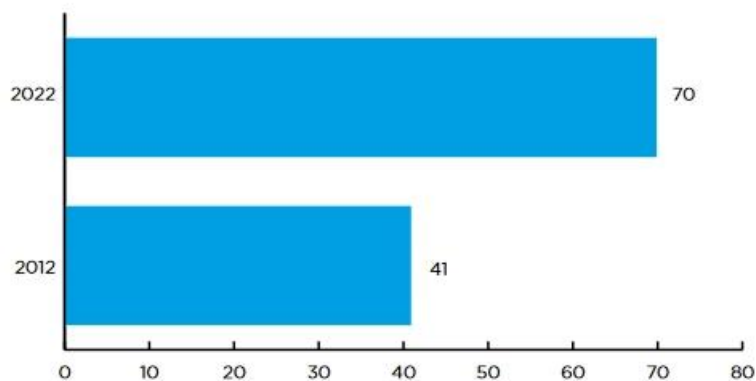


Kommunikation am Bau: 70 Prozent nutzen Social Media

Düsseldorf, 05.05.2022: Soziale Online-Netzwerke sind aus dem Alltag der meisten Menschen nicht mehr wegzudenken: Über vier Fünftel Deutschen haben laut statistischer Erhebung Anfang 2022 einen oder mehrere Social Media-Accounts. Auch bei den Akteuren der Baubranche hat sich der Trend zu Social Media mittlerweile verfestigt: Die neueste Messung in der aktuellen Studie „Kommunikationsmonitor 2022“ von BauInfoConsult zeigt, dass der Anteil der Bauprofis, die soziale Netzwerke nutzen, um 29 Prozent höher ist als noch vor zehn Jahren. Mittlerweile haben mehr als zwei Drittel der Bauakteure ein Profil bei Facebook, WhatsApp, YouTube und Co. – doch nicht alle Netzwerke werden gleichermaßen intensiv genutzt.

In der Untersuchung von BauInfoConsult wird zum mittlerweile sechsten Mal seit 2012 das Informationsverhalten professioneller Akteure am Bau untersucht. Dabei wurden erneut 600 Architekten, Bauunternehmen, Dachhandwerker sowie Maler-, Trockenbau- und SHK-Handwerksbetriebe zu ihren Informationsvorlieben und -gewohnheiten befragt. Unter anderem stellte sich in der aktuellen Messung heraus, dass soziale Netzwerke mittlerweile am Bau mit einem Nutzeranteil von 70 Prozent ähnlich selbstverständlich geworden sind wie im bundesdeutschen Durchschnitt (von 86,5 Prozent)

Abb. 5.2 Anteile der Bauakteure, die Social Media nutzen – 2012 vs. 2022 (in %)



Quelle: BauInfoConsult, 2022

Nicht nur die Nutzerzahlen, auch Social Media selbst haben sich verändert

Doch egal, ob am Bau oder anderswo: Ein wesentlicher Grund für den Siegeszug der sozialen Netzwerke ist nicht zuletzt, dass Social Media mittlerweile ein viel breiteres Spektrum an Anwendungen und Möglichkeiten einschließen als noch vor 10 Jahren:

Einige gängigen Social Media-Plattformen kommen auf den ersten Blick gar nicht mehr als „klassisches soziales Netzwerk à la Facebook“ daher – wie das Paradebeispiel WhatsApp zeigt. Zugegeben, natürlich gehört der Messengerdienst WhatsApp zum Kanon der sozialen Netzwerke, doch in der Wahrnehmung einiger Nutzer handelt es sich dabei eher um einen „aufgemotzten“ SMS-Ersatz.

Nutzung am Bau: nur wenige Intensivnutzer, doch „die Masse macht’s“

Doch wie intensiv werden soziale Netzwerke in der Bauwirtschaft überhaupt genutzt, gerade wenn es um explizit berufliche Nutzung im engeren Sinne geht? Zunächst zeigen die Umfrageergebnisse zur Selbsteinschätzung der eigenen Profile, dass viele Bauakteure die Rolle der sozialen Netzwerke als berufliche Informationsquelle eher als nachrangig empfinden.

Doch ihr Nutzungsverhalten spricht eine andere Sprache: Vor allem WhatsApp und YouTube sowie Facebook verfügen über hohe Nutzeranteile unter den Planern und Verarbeitern der Bauwirtschaft – mit teilweise sehr häufigen

bzw. regelmäßigen Nutzungsintervallen. Luft nach oben gibt es insbesondere beim Trend-Social Media-Channel Instagram. Dabei verwenden die Bauprofis mit einem Account ihre Plattformen beruflich zum Beispiel zum Verfolgen von Informationen von Branchennews oder zu Produkten sowie als Kommunikationsmittel mit Kunden, Kollegen oder Produkthanbietern.

Nur über eine zielgerichtete Marketingstrategie pro Netzwerk sind Social Media-Baukampagnen erfolgreich
Damit ist klar, dass sich Social Media mittlerweile am Bau durchaus etablieren konnte. Entscheidend für eine Social Media-Strategie, die sich an Bauentscheider richtet, ist aber vor allem, in welchen Netzwerken welche Nutzungsarten üblich sind – und vor allem wie oft. Schließlich sollten die Social Media-Marketer – so trivial das klingt – nicht vergessen, dass die Bauakteure größtenteils dafür bezahlt werden Häuser zu bauen und zu modernisieren. Da sollte im regulären Arbeitsalltag nicht mehr allzu viel Zeit für ausgiebiges Surfen auf den unterschiedlichen Social Networks übrigbleiben.

Daher ist es für die Marketinganalysten von zentraler Bedeutung zu wissen, welche Plattformen von den Bauakteuren zu welchem Zweck, mit welcher Intention, wie oft genutzt werden. Nur so lässt sich eine zielgerichtete Social Media-Strategie entwickeln, damit die in der Kampagne transportierten Inhalte auch tatsächlich beim Empfänger (sprich: Bauakteur) ankommen.

Über die Studie

Die Ergebnisse zur Entwicklung der unterschiedlichen Informationskanäle aus Sicht der Nutzer stammen aus der Studie „Kommunikationsmonitor 2022“ von BauInfoConsult. In dieser Untersuchung werden Informationen zum Kommunikations- und Orientierungsverhalten bei insgesamt 600 Architekten, Bauunternehmern, Dachdecker/Zimmerern, Malern/Trockenbauern sowie SHK-Installateuren durch repräsentative Umfrageergebnisse belegt. Unter anderem behandelt die Studie Nutzungsanteile, Nutzungshäufigkeit und Nutzungsschwerpunkte der Bauprofis bei sozialen Netzwerken wie WhatsApp, Facebook, YouTube, Tiktok, Xing, LinkedIn, Instagram, Pinterest und Twitter. Daneben behandelt die Studie unter anderem die folgenden Themen:

- aktuelle Nutzung und Bewertung von Informationsquellen
- Informationsrecherche im Internet
- Webseiten von Herstellern
- Informationen durch persönlichen Kontakt (Kollegen, Messen, Außendienst, Fachhandel)
- Fachzeitschriften und Broschüren
- Influencer am Bau
- Gebrauch von Apps
- uvm.

Die Studie „Kommunikationsmonitor 2022“ kann ab sofort zum Preis von 1.350 € zzgl. MwSt. bei BauInfoConsult vorbestellt werden. Mehr Informationen erhalten Sie von Alexander Faust und Christian Packwitz unter 0211 301 559-10 oder per E-Mail an info@bauinfoconsult.de.

Über BauInfoConsult

BauInfoConsult ist ein auf die Bau-, Installations- und Immobilienbranche spezialisiertes Unternehmen. Wir analysieren laufend Marktdaten und Informationen zur deutschen Baubranche und erstellen auf Grundlage eigener Markterhebungen Analysen und Prognosen zu aktuellen Bautrends und Entwicklungen, die als Grundlage für Ihre marktrelevanten Entscheidungen herangezogen werden können. Um immer einen Überblick über aktuelle Marktentwicklungen zu haben, können Sie sich auf <http://www.bauinfoconsult.de/> für unseren kostenlosen Newsletter einschreiben.

Pressekontakt: Haben Sie Fragen oder benötigen Sie weitere Informationen?

Nehmen Sie Kontakt mit Christian Packwitz oder Alexander Faust auf (Telefon 0211 301 559-10 oder [E-Mail](mailto:info@bauinfoconsult.de)).

Falls Sie diese Pressemitteilung ganz oder in Teilen verwenden, empfangen wir gerne ein Referenzexemplar.

Weitere Pressemitteilungen zu unseren Marktforschungsuntersuchungen finden Sie außerdem im Pressebereich unserer Homepage (www.bauinfoconsult.de).