

## Instagram am deutschen Bau: Nischen-Netzwerk mit Mainstreampotenzial

**Düsseldorf, 30.05.2022:** Instagram ist längst nicht mehr nur ein Ort der Selbstdarstellung und Vernetzung von Jugendlichen. Unternehmen und Organisationen nutzen Instagram verstärkt zu Marketingzwecken – wobei sich gerade kleinere Betriebe über die Shopping-Funktion auf Instagram einen zusätzlichen Vertriebskanal etabliert haben. Ähnlich wie bei YouTube spielen Influencer eine große Rolle auf Instagram – und werden somit auch für die Marketing-Abteilungen größerer Konzerne interessant. Wie erfolgreich Instagram mittlerweile am Markt ist, beweisen die Nutzerzahlen. Für Deutschland gehen Marktbeobachter von 11 Millionen Nutzern aus – wohlgemerkt: pro Tag! Aber: Instagram und Bauwirtschaft? Passt das? Ganz offensichtlich: Die Studie „Kommunikationsmonitor“ von BauInfoConsult belegt, dass sich der Anteil der Instagram-User unter den Bauakteuren zwischen 2020 und 2022 verdoppeln konnte.

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. Bei den Nutzerzahlen von Instagram stellte sich dabei eine Dynamik heraus, die trotz der noch geringen Nutzungsanteile aufhorchen lässt: Wiesen sich in 2020 noch 7 Prozent der Bauprofis als Instagram-User aus, sind es 2022 bereits 15 Prozent.

Doch woher kommt dieser Push von Instagram – schließlich lassen sich Fotos und Videos auch auf Facebook teilen? Nun, ohne ins Detail gehen zu wollen, bietet die strategische Ausrichtung von Instagram die besten Möglichkeiten der Selbstdarstellung (und das soll hier nicht zwingend negativ gemeint sein). So werden vorzugsweise Fotos, Feed-Posts und Storys (oftmals mit Beschreibungen und Kommentaren versehene Fotos) im Netzwerk verbreitet und geteilt.

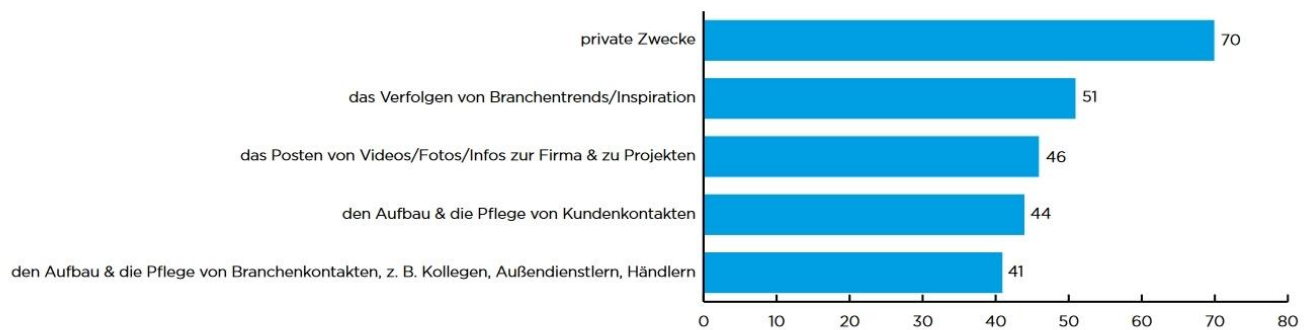
Dabei bietet das Netzwerk viele zusätzliche Funktionen, die die Interaktivität massiv steigern. So ist neben dem unvermeidlichen „Liken und Folgen“ auch eine Kommentarfunktion sowie private Chatfunktionen auf der Plattform integriert. Über sogenannte Hashtags (#) können dann Inhalte und Themen gesucht werden (ähnlich wie bei Twitter). Zusätzlich bietet Instagram eine Vielzahl von kreativen Fototools an.

Doch wie häufig sind die Bauprofis überhaupt auf Instagram zu finden (schließlich ist Häufigkeit im Social Media Marketing bekanntlich die eigentlich relevante Währung)? Hier lässt sich bei den 15 Prozent Nutzern zumindest ein leichter Trend in Richtung häufiger Gebrauch feststellen.

Und: Auch, wenn die Schar der Instagram-User unter den Bauakteuren die Posting-Plattform überwiegend für private Zwecke nutzen, lässt sich noch ein weiterer hochinteressanter Trend festmachen: Eine nicht zu verachtende Anzahl der Instagram-affinen Bauakteure nutzt die Features des Networks in der Tat auch im Berufsalltag.

Betrachtet man lediglich die beruflichen Nutzungsaspekte von Instagram (also ohne den rein privaten Gebrauch), liegt das Verfolgen von Branchennews bzw. das Einfangen von Inspirationen knapp an der Spitze der Rankings. Damit folgen speziell diese User einer der Hauptintentionen des Netzwerks, nämlich Inspirations- und Kreativquelle zu sein. Hier dürften vor allem Fotos von Projekten oder Bauprodukte unter Umständen eine inspirierende Wirkung auf einige Bauakteure haben.

Abb. 5.32 Instagram-User unter Bauakteuren: Nutzen Sie Instagram für ... (in %, n=98)



Quelle: BauInfoConsult, 2022

Die eher aktiveren Tätigkeiten auf der Posting-Plattform sind bei den Instagram-Usern unter den Bauakteuren ähnlich beliebt. So posten fast die Hälfte der Instagram-affinen Bauprofis eigen Beiträge, Fotos und Videos zum eigenen Unternehmen oder eigenen Projekten. Auch der Aufbau und die Pflege von Kunden- oder B2B-Kontakten werden mit Hilfe des Netzwerkes in Angriff genommen.

## Über die Studie

Die Ergebnisse zum Potenzial von Instagram in der Bauwirtschaft 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](mailto: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](http://www.bauinfoconsult.de)).