

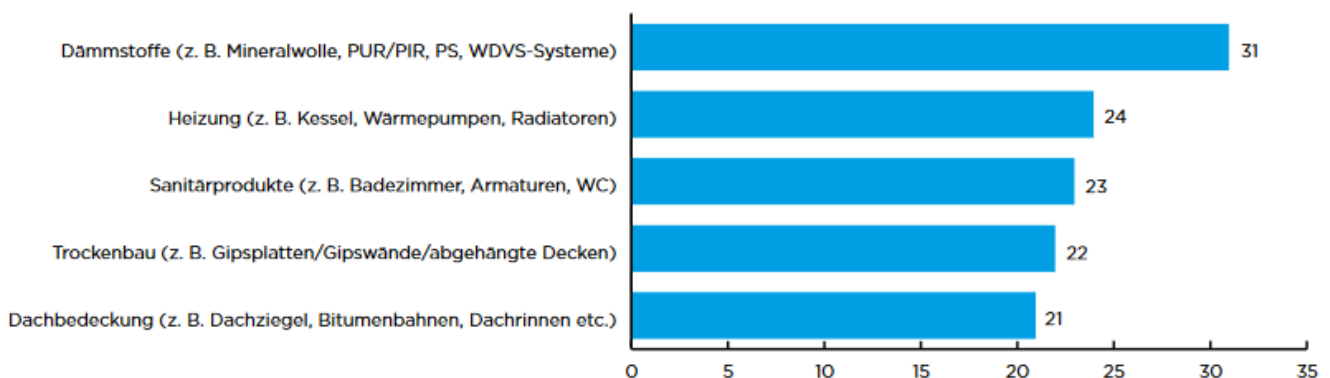
Recherchen am Bau 2022: die meistgesuchten Produkte und Themen

Düsseldorf, 17.08.2022: Schwarz auf weiß gedruckt, im Internet, in Social Media oder lieber im persönlichen Gespräch: Für die Marketingabteilungen der Baustoffbranche ist es essenziell zu wissen, an welchen Leitmedien sich Architekten, Bauunternehmer und Fachhandwerker orientieren, wenn es um Informationen zu Bauprodukten geht. Das Düsseldorfer Marktforschungsunternehmen BauInfoConsult erstellt seit 2012 den Kommunikationsmonitor, eine Studie, die sich auf Basis von ca. 600 Interviews ganz dem Thema Informationsverhalten am Bau widmet. Erstmals konnte in der Ausgabe 2022 auch eine vertiefte Analyse des Informationsverhaltens für die elf meistnachgefragten Produktgruppen am Bau durchgeführt werden. Dabei gibt es aufschlussreiche Unterschiede.

Zum sechsten Mal seit 2012 wurden 600 Architekten, Bauunternehmen, Dachhandwerker sowie Maler-, Trockenbau- und SHK-Handwerksbetriebe von BauInfoConsult in telefonischen Interviews zu ihren Informationsvorlieben und -gewohnheiten befragt. Doch um welche konkreten Produktgruppen geht es bei den Recherchen der Profis hauptsächlich?

Die Top 5 der Produkte, über die vor allem nach Informationen gesucht werden, wird wenig überraschend von Themen dominiert, die mit den zentralen Anforderungen an das Bauen im Gebäudeenergiegesetz (GEG) zu tun haben, sprich Produkte, die das darin zentrale Thema Energieeffizienz betreffen wie Dämmstoffe oder Heiztechnik. Dabei ist der Komplex Dämmung bei fast allen betrachteten Bauzielgruppen von großer Relevanz – mit der naheliegenden Ausnahme des SHK-Handwerks, das dagegen – zusammen mit einigen Architekten – vornehmlich am Thema Heizung interessiert ist.

Abb. 1.16 Bauakteure: Top 5-Produktgruppen, für die am meisten Informationen gesucht werden (in %, n=600)



Quelle: BauInfoConsult, 2022

Persönliche Informationswege bei Fragen rund um Heizung, Putze, Farben und Wandbaustoffe

Doch zu welchen Themen erkundigen sich die Befragten über welche Medien? Die Ergebnisse zeigen: Natürlich ist das Internet heutzutage bei fast allen wichtigen Produktgruppen führend – egal, ob Dämmstoffe, Heizung, Sanitärprodukte, Trockenbau, Dachbedeckung, Wandbaustoffe, Fenster/Türen, Befestigungssysteme, Farbe, Lacke, Putze, Bodenbelag oder Bauchemie.

Persönliche Medien – also z. B. den persönlichen Kontakt zu Außendienstmitarbeitern oder Live-Events wie Messen – sind jedoch daneben besonders von Belang, wenn es um neue Produkte aus Bereichen wie Heizung, aber auch Farben oder Putze geht. Der persönliche Kontakt mit Kollegen ist am intensivsten, wenn es um Informationen zu Wandbaustoffen geht (61 Prozent täglich).

Außendienst und Fachhandel werden insbesondere zu Farbthemen öfter täglich angefragt als bei anderen Produktrecherchen. Branchenverbände und Behörden der Wandbaustoff- und Fensterbranche werden am

häufigsten mit persönlichem Beratungsbedarf konfrontiert. Die größten Anteile von Nicht-Interessenten für Messen gibt es bei Recherchen zum Thema Farbe und Putze. Die meisten an monatlichen Schulungen interessierten Profis gibt es bei Wandbaustoffen, Fenstern, Türen und Sanitärbedarf.

Wenn es um Preisinformationen geht, werden persönlich eingeholte Informationen bei allen in unserer Studie untersuchten Produktgruppen zu mindestens einem Viertel der danach suchenden Bauakteure angeführt, insbesondere bei den Themen Heizung, Wand, Sanitär und Trockenbau.

Beim Themenkomplex Branchentrends sind die Anteile des Internets nochmals etwas stärker als bei den übrigen Themen ohnehin. Die meisten (Nischen-)Anhänger sozialer Medien gibt es ebenfalls in Bezug auf diese Themen – mehr als 5 Prozent informieren sich jeweils über Sanitärprodukte, Heizung, Farbe, Lacke und Putze sowie Bodenbelag in sozial-interaktiven Medien.

Bei Gesetzen und Normen teilen sich die Nutzer auch auf Produktebene hauptsächlich in die „printaffinen“ und „digitalen“ Nutzer. Am meisten auf gedruckte Informationen (und am wenigsten auf das Internet) setzen insbesondere Befragte, die sich zur rechtlichen Lage in Bezug auf Befestigungssysteme oder Bauchemie informieren wollen. Persönliche Medien punkten – wenn es um technische Produktinformationen geht – dagegen bei jedem vierten Bauprofi, der sich zu Details am Dach oder zu Wandbaustoffen erkundigen möchte.

Über die Studie

Die Ergebnisse zu den Produktinformationsrecherchen der Bauakteure 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 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).