

Baustoffbranche geht via Facebook auf Kundenfang

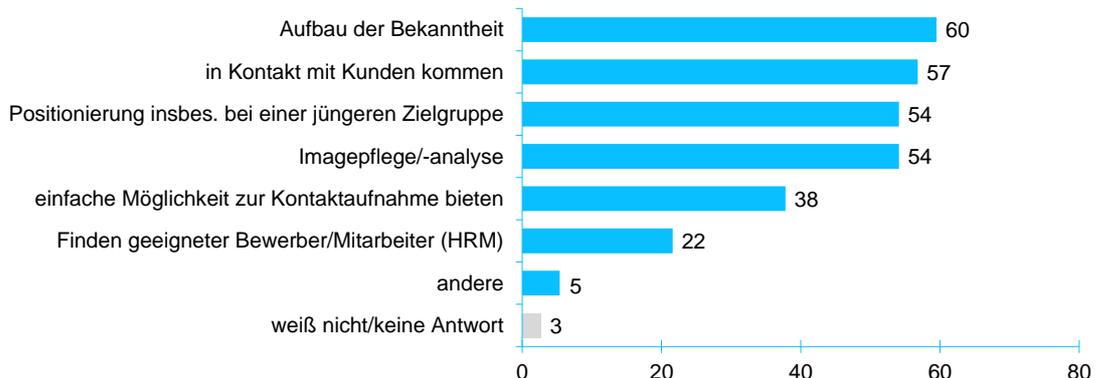
Düsseldorf, 02.07.2014: Facebook hat die Welt kleiner werden lassen und auch die Unternehmen können sich diesem Medium kaum entziehen. BauInfoConsult hat im Zuge der in Kürze erscheinenden Jahresanalyse führende Baustoff-Hersteller zu Thema Social Media befragt. Jedes zweite Unternehmen ist schon auf Facebook aktiv und sieht in diesem Netzwerk primär ein passendes Vehikel, um private Kunden zu erreichen. Allerdings ist damit das Potenzial von Facebook noch lange nicht ausgeschöpft, denn viele Hersteller nutzen Facebook für verschiedene Marketingstrategien, wie die aktuelle Umfrage verdeutlicht.

Schon seit Längerem hat sich Facebook als taugliches Marketinginstrument durchgesetzt, um Kunden direkt zu kontaktieren. Auch die Entscheider aus den Marketing- und Vertriebsabteilungen von Baustoffherstellern – welche in der aktuellen Umfrage vor allem um ihre Meinung gebeten wurden – spielen die Vorteile von Facebook als Marketingmedium konsequent aus. So steht der Aufbau des Bekanntheitsgrades ganz oben auf der To-do-Liste. Gerade die Positionierung des eigenen Unternehmens bei der jüngeren Zielgruppe ist für die Unternehmensstrategie wichtig, denn trotz leicht sinkender Mitgliederzahlen in den westlichen Industrienationen ist Facebook immer noch der Platzhirsch bei den jungen Konsumenten.

Auch die Imagepflege lässt sich auf Facebook besonders gut bewerkstelligen, wie weitere Ergebnisse der Untersuchung zeigen: Neun von zehn Herstellern, die einen Facebook-Account haben, nutzen diesen, um aktuelle Unternehmensinformationen bereitzustellen. Mehr im Hintergrund steht die aktive Suche und

Hersteller: Welche Ziele werden mit einer Präsenz Ihres Unternehmens bei Facebook vorrangig verfolgt? (Mehrfachantworten in %, n=37)

Basis: Hersteller, die auf Facebook ein Profil haben



© BauInfoConsult, Juni 2014

Ansprache von neuen Kundenkontakten – etwa um Einladungen für Events und Veranstaltung zu versenden. Dies bedeutet allerdings nicht, dass die Unternehmen nicht auf hinterlassene Kommentare oder Posts antworten.

Der eher reaktive Nutzungscharakter von Facebook wird auch in Bezug auf das Recruiting deutlich, denn wenige Befragte gaben an über dieses soziale Netzwerk nach geeigneten Bewerbern oder Mitarbeitern zu suchen. Hier scheinen die auf die Mitarbeitersuche und Businesskontaktpflege spezialisierten Plattformen wie etwa LinkedIn oder Xing dem Platzhirsch einen Schritt voraus zu sein.

Die Hersteller werden wohl in der Zukunft bei Facebook noch verstärkter auf der kompletten Marketingklaviatur spielen, da so neben der eigenen Imagepflege gerade die zukünftige Generation von Konsumenten erreicht werden kann. Da sich auf Facebook primär der private Endkunde bewegt, sollte eine umfassende Marketingstrategie auch den Profikunden nicht vernachlässigen. Wie weitere Ergebnisse der Jahresanalyse deutlich machen, ist gerade unter den Hauptzielgruppen wie etwa Architekten, Bauunternehmern und SHK-Betrieben die Nutzung von Facebook noch nicht stark ausgeprägt.

Zur Untersuchung

Im Zusammenhang mit der bald erscheinenden Jahresanalyse haben sich im Mai 2014 67 Hersteller von Installationsprodukten, Bauelementen, Produkten für den Rohbau und Ausbau, Werkzeugen und Zubehör, Bauchemie usw. an der jüngsten Online-Befragung von BauInfoConsult beteiligt.

BauInfoConsult Jahresanalyse 2014/2015

Die Informationen stammen aus den ersten Vorab-Auswertungen der Befragung zur Jahresanalyse 2014/2015, der jährlichen Studie von BauInfoConsult zu Konjunktur und Entwicklungstrends in der Bau- und Installationsbranche. Dabei werden auf Basis von über 1.000 Interviews unter Branchenakteuren u. a. behandelt:

- Baukonjunktur: Entwicklung und Erwartungen
- Regionale Hochbauprognose 2014 und 2015
- Decision-Making-Unit in der Baubranche
- Kommunikations- und Informationsverhalten, Social Media
- Schwerpunkt: Zukunftstrends im Bau
- Lösungen und Produktsysteme
- Design als Differenzierungsmerkmal
- und vieles mehr...

Die Jahresanalyse 2014/2015 erscheint im Juli 2014 und kann ab sofort bei BauInfoConsult vorbestellt werden. Fragen zur Studie beantwortet Alexander Faust unter 0211301559-14 oder per E-Mail an faust@bauinfoconsult.de.

BauInfoConsult

BauInfoConsult ist ein auf die Bau-, Installations- und Immobilienbranche spezialisiertes Unternehmen. Wir führen Marktforschungsprojekte durch und stellen Informationen auf Basis von ausgewählten und sorgfältig geprüften Sekundärquellen bereit. Die Produkte von BauInfoConsult liefern Informationen, die als Grundlage für marktrelevante Entscheidungen herangezogen werden können. Um immer einen Überblick über aktuelle Marktentwicklungen zu haben, können Sie sich auf für unseren kostenlosen Newsletter, das BauInfoConsult Update, einschreiben.

Pressekontakt: Haben Sie Fragen oder benötigen Sie weitere Informationen?

Nehmen Sie Kontakt mit Herrn Alexander Faust auf (Telefon 0211 301 559-14 oder [E-Mail](mailto:faust@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).