

PRESSEMITTEILUNG

Celle, 13.12.2011

Gefällt mir? Facebook & Co in der Architekturbranche

Studie der Heinze Marktforschung zur Nutzung von Social Media unter Architekten und Bauherren

Längst wird in sozialen Online-Netzwerken nicht mehr nur privat geplaudert. So genannte Social Media dienen zunehmend auch der professionellen Kommunikation. Die Heinze Marktforschung wollte es genauer wissen. Wie wichtig sind Internetdienste wie Facebook, Xing, Twitter und You Tube für Architekten und Bauherren? Eine im Oktober abgeschlossene Studie gibt erstmals Einblick in ihr aktuelles Social-Media-Nutzungsverhalten. Der Fachinformationsdienstler Heinze hat dazu schriftlich beantwortete Fragebögen von 358 Architekten und Planern sowie 268 privaten Bauherren und Modernisierern aus ganz Deutschland ausgewertet.

Im Folgenden werden die wichtigsten Ergebnisse der Studie vorgestellt. Die komplette Studie kann kostenfrei angefordert werden beim Heinze-Onlineservice www.baudatenonline.de oder bei direkt bei der Heinze Marktforschung (Thomas Wagner, Tel. 05141 – 50 127, thomas.wagner@heinze.de).

Informieren statt Zwitschern

Untersucht wurde u. a. welche Social-Media-Angebote von Architekten passiv und aktiv genutzt werden. 80 Prozent der Befragten nutzen etwa das Online-Lexikon Wikipedia, 43 Prozent die Videoplattform You Tube. Allerdings beteiligen sich hier die wenigsten Architekten mit eigenen Beiträgen (maximal 5 Prozent). Weitaus aktiver geht es bei Facebook, genutzt von 22 Prozent aller Befragten, und Xing (16 Prozent) zu. Hier stellen jeweils mehr als ein Drittel der Nutzer eigene Daten ins Netz. „Gezwitschert“ wird unter den befragten Architekten und Planern übrigens kaum. Zwar zählt der Onlinedienst Twitter zu den bekanntesten Social Media Angeboten, aktuell lesen aber nur 6 Prozent die Tweeds und nur 1 Prozent verfasst eigene Mitteilungen.

Ein Teil der Architekten als auch der privaten Bauherren nutzt soziale Netzwerke zur Information über Bauprodukte. Fast jeder dritte Architekt (31 Prozent) und Bauherr (32 Prozent) informiert sich in sozialen Netzwerken über Bauprodukte und Einrichtungsgegenstände.

Persönliche Kontakte

Bedenken bezüglich des Datenschutzes und Zeitmangel sind laut Heinze-Studie die häufigsten Gründe für beide befragten Gruppen, sich nicht mit Social Media befassen. Architekten, die in sozialen Netzwerken aktiv sind, schätzen vor allem die Zugänglichkeit zu Informationen, die sich

- 2 -

über andere Kanäle nicht beschaffen lassen (23 Prozent) und den Kontakt zu Kollegen. Den fachlichen Austausch über soziale Netzwerke suchen etwas mehr als ein Fünftel aller befragten Architekten. Dabei treten sie nicht nur mit Kollegen (22 Prozent) in Kontakt, sondern auch mit Herstellern (16 Prozent) und teilweise auch mit Auftraggebern (14 Prozent).

Die privaten Bauherren sind im aktiven Austausch über baufachliche Themen in sozialen Netzwerken ein wenig zurückhaltender. 12 Prozent treten darüber mit anderen Bauherren in Kontakt, den Dialog mit Herstellern suchen immerhin 16 Prozent. Mit steigendem Alter der Bauherren nimmt dabei laut Studie das Interesse zu, mit Herstellern via Social Media in persönlichen Kontakt zu treten. 23 Prozent aller über 60-Jährigen haben diese Möglichkeit bisher genutzt, während nur 8 Prozent der unter 40-Jährigen den direkten Onlinedialog mit Herstellern bisher gesucht haben.

Heavy User

Unter den Architekten und Planern identifizierte Heinze in seiner Studie auch so genannte Heavy-User (17 Prozent der Stichprobe) aus. Dabei handelt es sich um Architekten, die nahezu alle vorgestellten Social-Media-Kanäle aktiv nutzen. Mehr als die Hälfte dieser „Heavy-User“ (55 Prozent) informiert sich in sozialen Netzwerken über Bauprodukte, tauscht sich mit Kollegen aus (58 Prozent) und würde bei Fragen zu Produkten und Anwendungen Hersteller über Social-Media-Kanäle kontaktieren (53 Prozent). Fast alle dieser Heavy-User sind übrigens in eher kleinen, freien Architekturbüros tätig. Hier scheint sich die Nutzung von sozialen Netzwerken im Berufsalltag tendenziell stärker etabliert zu haben als in der gesamten Branche.

Weiterführendes

Welche Inhalte von Architekten und Bauherren über welche Social-Media-Kanäle am meisten frequentiert werden, wurde in der Studie dabei zunächst beispielhaft erfasst. Die Palette der Produkte, nach denen etwa in sozialen Netzwerken gesucht wurde, umfasst fast 100 unterschiedliche Angaben. Allerdings deuten die Mehrfachnennungen darauf hin, dass es vor allem designaffine Produkte wie Möbel sind, die verstärkt im Web 2.0 Aufmerksamkeit finden. Weiterführende Studien sind hier seitens der Heinze Marktforschung geplant.

Bereits untersucht hat Heinze, welche Bedeutung unter Architekten soziale Netzwerke zukünftig für die Selbstdarstellung des eigenen Büros könnten. Laut einer Onlinebefragung (April 2011, 152 Teilnehmer) nutzt aktuell nur etwa jedes zehnte Büro Social-Media-Kanäle, um die eigene Arbeit vorzustellen. Allerdings plant rund ein Drittel aller befragten, zukünftig Facebook & Co in Sachen Eigen-PR zu nutzen.

Über Heinze

Heinze begleitet Architekten und Planer in Deutschland seit fast einem halben Jahrhundert bei der Detailplanung. Angefangen mit Produktdatenblättern und einem Herstellerkatalog, hat sich Heinze heute zu einem multimedialen Informationspartner für Bau- und Ausstattungsprodukte entwickelt. Für die tägliche Arbeit des Architekten und Planers bietet heinze.de

über u. a. 400.000 Produktinformationen, 15.000 CAD-Detailzeichnungen und 120.000 Ausschreibungstexte zum kostenlosen Download sowie 7.500 aktuelle Kontaktdaten, die zusätzlich im gedruckten Herstellerverzeichnis "Der Heinze" zu finden sind.

Der Abdruck ist frei. Über die Zusendung eines Beleges freuen wir uns sehr.

Ansprechpartner für die Redaktion:

Heinze GmbH
Christian Stallknecht
Bremer Weg 184
29223 Celle
Telefon: 05141 50-140
Fax: 05141 50-6140

christian.stallknecht@heinze.de
www.heinze.de

Weitere Presseinformationen finden Sie unter www.heinzemedien.de