

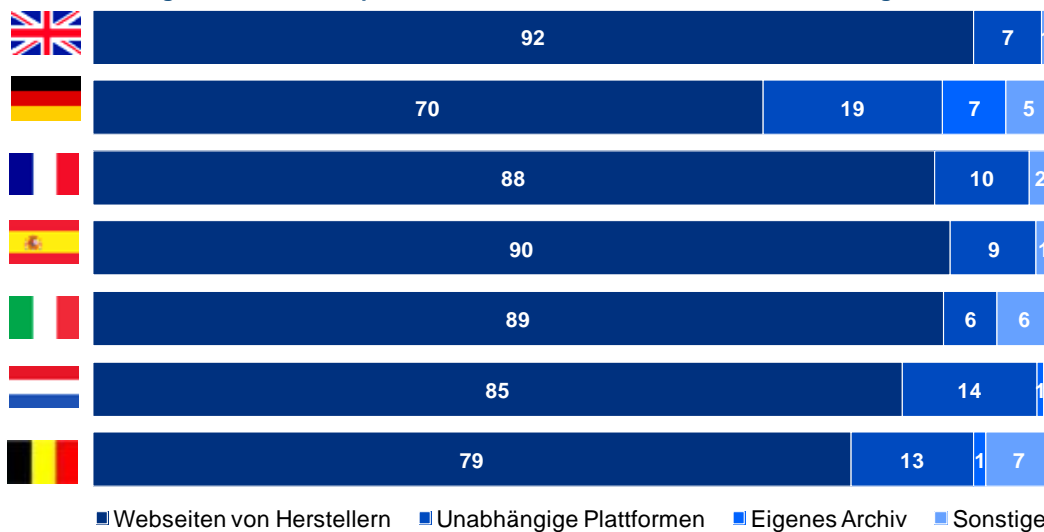
Wie man die Aufmerksamkeit von Architekten weckt

Das Internet und die sozialen Netzwerke sind ein wichtiger Bestandteil unseres Alltags geworden. Für Firmen ist die eigene Webseite deshalb von zentraler Bedeutung – aber es ist genauso wichtig zu wissen, wie man das Interesse seiner Zielgruppe weckt - und aufrechterhält. Den europäischen Architekten jedenfalls sind auf den Herstellerseiten Ausschreibungstexte für Produkte und Preisinformationen am wichtigsten. Fast neun von zehn britischen, französischen, spanischen und italienischen Architekten geben an, dass die Online-Präsenzen der Hersteller ihre Hauptquellen für Ausschreibungstexte sind. Das sind einige Ergebnisse des Q4 2012-Beichts des europäischen Architektenbarometers, einer vierteljährlichen Studie unter 1.400 Architekten in sieben europäischen Ländern.

Mit der richtigen Strategie eingesetzt können Internetseiten und soziale Netzwerke ein ausgezeichnetes Tool sein, um die persönliche Kundenbeziehung und die Kundenbindung zu festigen. Der entscheidende Punkt ist und bleibt jedoch das Wissen darum, welche Inhalte auf der Internetseite unbedingt zu finden sein sollten. Laut 70% der französischen, 64% der belgischen und 54% der niederländischen Architekten sind Ausschreibungstexte für Herstellerseiten ein Muss. Auch in Spanien und Italien sind Produktspezifikationen ganz oben auf der Liste, doch wurden sie dort nur von je einem Viertel der Architekten genannt. Insbesondere für die britischen (40%) und die deutschen Architekten (29%) sind Preisinformationen wichtig, doch auch in diesen Ländern gehören die Ausschreibungstexte unter den wichtigsten drei Punkten.

Bei der direkten Nachfrage, welche Quelle für die Architekten am wichtigsten ist, wenn sie Ausschreibungstexte suchen, wird eindeutig klar, dass die Internetseiten der Hersteller ihre wichtigsten Quellen sind. Bei den Deutschen ist das Ergebnis der Herstellerseiten vergleichsweise niedriger: In Deutschland werden auch Informationsplattformen, die Ausschreibungstexte anbieten, wie STLB-Bau oder Heinze, mit 19% am meisten genutzt - doch auch hier kein Vergleich mit den Herstellerseiten (70%). Die einzigen anderen Länder, in denen mehr als 10% der Architekten herstellerunabhängigen Plattformen wichtig finden, sind die Niederlande (wo es z. B. Angebote wie Bouwconnect und Bestekservice.nl gibt) und Belgien (VMSW).

Wichtigste Informationsquelle bei der Suche nach Produktausschreibungstexten



Natürlich ist das Internet nicht nur die Hauptquelle für Ausschreibungsinformationen, aber auch für die meisten anderen Informationsbedürfnisse – deshalb ist es wichtig, die eigene Internetseite aktuell zu halten. Damit Architekten der Internetseite eines Herstellers gewogen bleiben, sollte die Seite notwendigerweise Ausschreibungstexte und Hinweise zur Preisfindung bieten. Die Architekten sind außerdem stark am Thema Nachhaltigkeit interessiert. Für eine Herstellerseite mit Mehrwert gehört es deshalb mit dazu, die nachhaltigen Aspekte ihrer Produktpalette darzulegen.

Diese und viele weitere Ergebnisse und Trends zu den europäischen Baumärkten findet man im europäischen Architektenbarometer, einer internationalen Untersuchung, die unter 1.400 Architekten in Europa erhoben wird. Diese Studie wird in Deutschland, Frankreich, Italien, Spanien, Großbritannien, den Niederlanden und Belgien viermal im Jahr von Arch-Vision durchgeführt. Neben Indikatoren für die Vorhersage des europäischen Bauvolumens wird jedes Quartal ein Thema in den Mittelpunkt gestellt. Im Q4 2012-Bericht lautet dieses Thema "Orientierungs- und Informationsverhalten". Architekten können nicht nur als verlässliche Quelle für Informationen zur künftigen Baukonjunktur verwendet werden, sondern ihre Rolle ist überhaupt zentral, da sie großen Einfluss darauf haben, wie Projekte gebaut werden und welche Materialien verwendet werden.

Für weitere Informationen zu Arch-Vision kontaktieren Sie bitte Ralitsa Ruseva unter ruseva@arch-vision.eu oder unter +31-10-2066900.