



# Kommunikationsmonitor 2018

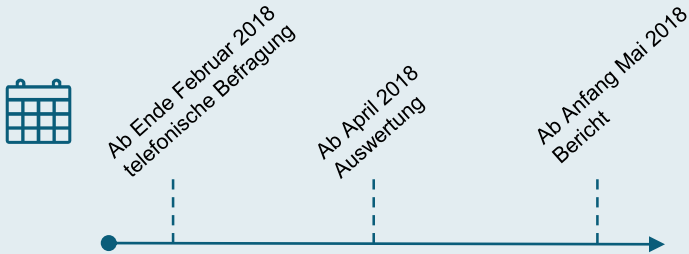
## Informations- und Online-Nutzung am Bau

*Whitepaper: Monitorstudie zum Kommunikations- und Online-Verhalten von Bauakteuren*


## Untersuchungsziele

Der Kommunikationsmonitor 2018 bietet Ihnen aktuelle Erkenntnisse über das Kommunikationsverhalten und die Relevanz traditioneller und digitaler Informationsquellen in der Baubranche mit Schwerpunkt auf Kommunikation 2.0 und die Entwicklung seit den Studien 2012-2016. Zentrale Themen sind Informationswege, Print-to-Web, Erwartungen an Hersteller, Trendverläufe 2012-2018, Social Media, Apps & Co.


### Planung und Ablauf



### Methode

 Insgesamt 550 quantitative telefonische Befragungen (CATI)

### Zielgruppe



- Architekten (n=125)
- Wohnungswirtschaft/Bauträger (n= 50)
- Bauunternehmer (n=125)
- SHK-Installateure (n=125)
- Maler/Trockenbauer (n=125)

### Preise



Vorverkaufspreis Studie:

1.499 € zzgl. MwSt.

(nach Erscheinen: 1.799 € zzgl. MwSt.)

### Analyse, Bericht & Empfehlungen



Datenanalyse in SPSS/  
qualitative Datenanalyse

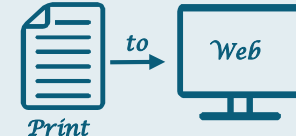


Bericht in PowerPoint inkl.  
Empfehlungen

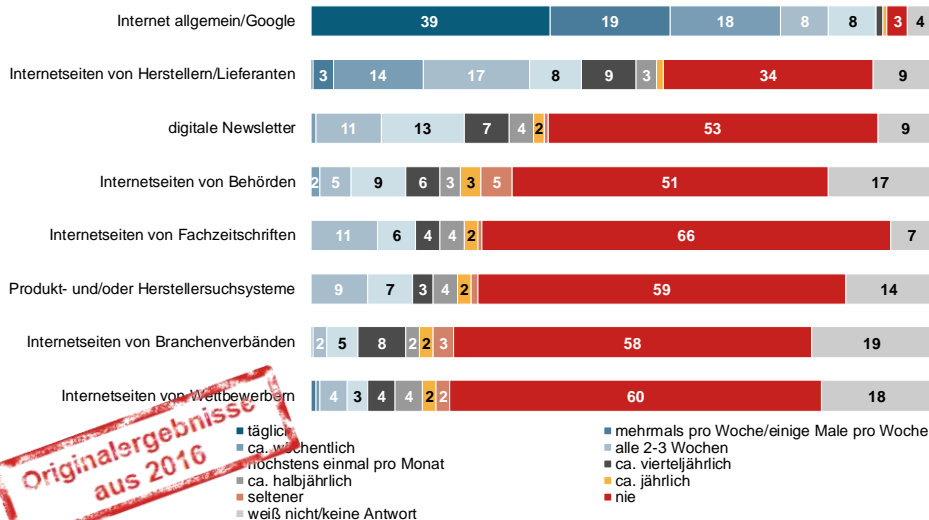


Multi-Client-Studie

### Themen der Studie

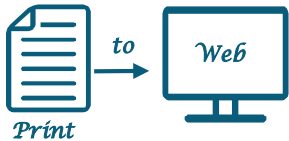


Bauunternehmer: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Online-Informationsquellen, wenn es um Ihre Arbeit geht? (N=181, in %)



**Originalergebnisse aus 2016**

© BauInfoConsult, Kommunikationsmonitor 2016



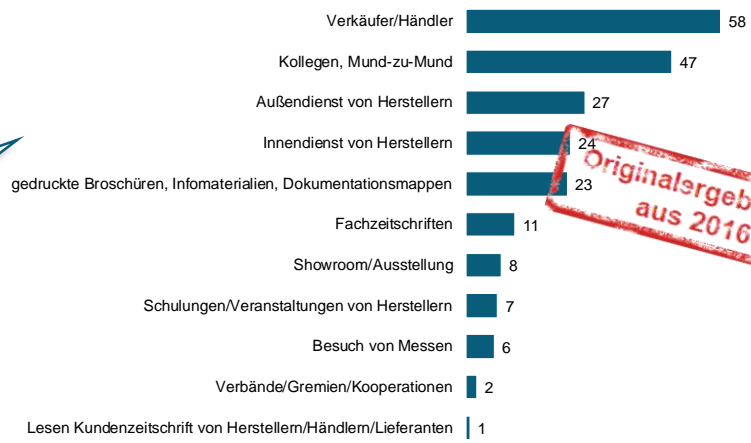
Die Baubranche legt neben dem Internet Wert auf bewährte Wege der Informationswiedergabe. 2016 suchten SHK-Installateure bei der Materialwahl vor allem den persönlichen Rat von Händlern Kollegen und Herstellern.

- Der Kommunikationsmonitor deckt das Zusammenspiel von Internet und Offline-Quellen auf. Dabei geht es z. B. um Broschüren, Messebesuche, persönliche Kontakte oder die Relevanz der Fachpresse.
- Ein besonderes Augenmerk legt die 2018er Ausgabe erstmals auf Print-to-Web-Effekte.



- Wie häufig eine Informationsquelle genutzt wird, ist ein wichtiges Indiz für ihre Bedeutung im Entscheidungsprozess. So griffen die Bauunternehmer 2016 vornehmlich auf das Internet und dabei oft Herstellerwebseiten zurück.
- Doch nicht nur die Häufigkeit, auch der Stellenwert von Quellen spielt eine Rolle – z. B. wenn eine bestimmte Information selten, aber für besonders wichtige Entscheidungen herangezogen wird.
- Der Kommunikationsmonitor zeigt die Relevanz und Häufigkeit der Nutzung von Quellen – offline und online.

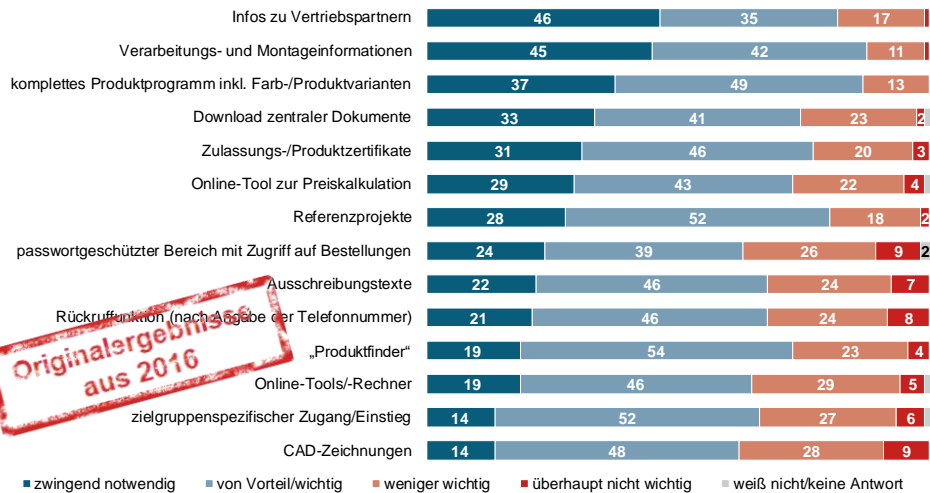
SHK-Installateure: In welcher anderen Informationsquelle als im Internet suchen Sie dann als erstes nach Informationen zu einem bestimmten Material? (Mehrfachantworten in %, N=126)



**Originalergebnisse aus 2016**

© BauInfoConsult, Kommunikationsmonitor 2016

Maler/Trockenbauer: Welche der folgenden Informationen oder Funktionen auf Internetseiten von Herstellern sind aus Ihrer Sicht zwingend notwendig, von Vorteil/wichtig, weniger wichtig oder überhaupt nicht wichtig? (N=123, in %)




**Originalergebnisse aus 2016**

© BauInfoConsult, Kommunikationsmonitor 2016

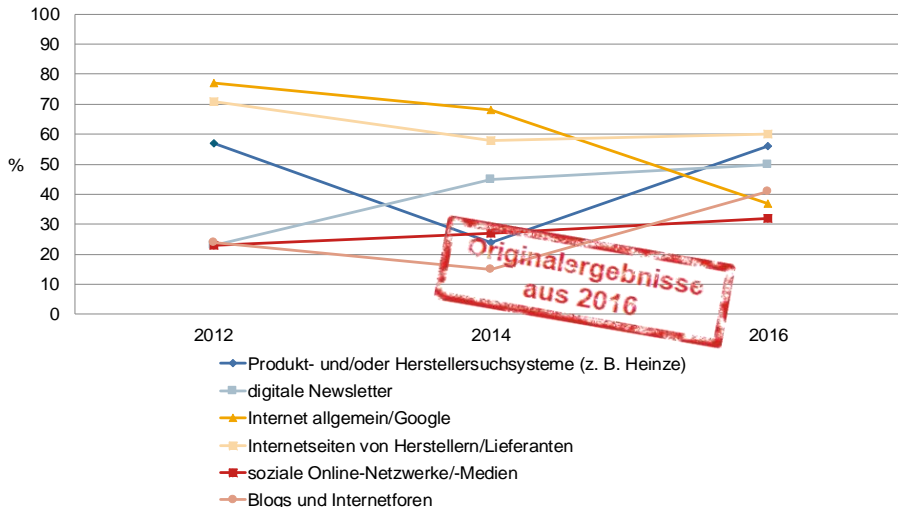


Ein besonderes Feature der BauInfoConsult Kommunikationsmonitore ist die Kontinuität der Messungen: So lassen sich über die letzten 7 Jahre wichtige Veränderungen beobachten.

- Beispielsweise sind Internetseiten von Herstellern zwischen 2012 und 2016 für Architekten weniger entscheidend für die Materialwahl geworden.
- Der Kommunikationsmonitor 2018 setzt bei den zentralen Themen der Studie relevante Vorjahresergebnisse in Beziehung zu den neuen Daten. Die langjährigen Entwicklung der präferierten Informationswege ist ein besonders aussagekräftiger Indikator dafür, wohin sich die Trends weiterentwickeln.

- Erwartungen an Hersteller**
- 
- Für Hersteller ist es essenziell zu wissen, welche Informationen sie der Kundschaft vor allem bereitstellen müssen. Im Jahr 2016 erwarteten die Maler/Trockenbauer, dass sie auf Hersteller auf den ersten Blick Informationen zu Vertriebspartnern und Montageanleitungen finden konnten.
  - Der Kommunikationsmonitor zeigt für alle Zielgruppen auf, welche Informationen im Internet oder in gedruckter Form erwartet werden und welchen Stellenwert der Außendienst von Herstellern im Jahr 2018 einnehmen wird.

Architekten: Wichtigkeit der Informationsquellen, wenn es um die Entscheidung für das Material geht (ausschlaggebende Quelle oder eher wichtige Quelle)



**Originalergebnisse aus 2016**

© BauInfoConsult, Kommunikationsmonitor 2016

Architekten: Wie nutzen Sie Ihre sozialen Netzwerke in geschäftlicher Hinsicht? (Mehrfachantworten in %, N=105)



**Originalergebnisse aus 2016**

© BauInfoConsult, Kommunikationsmonitor 2016



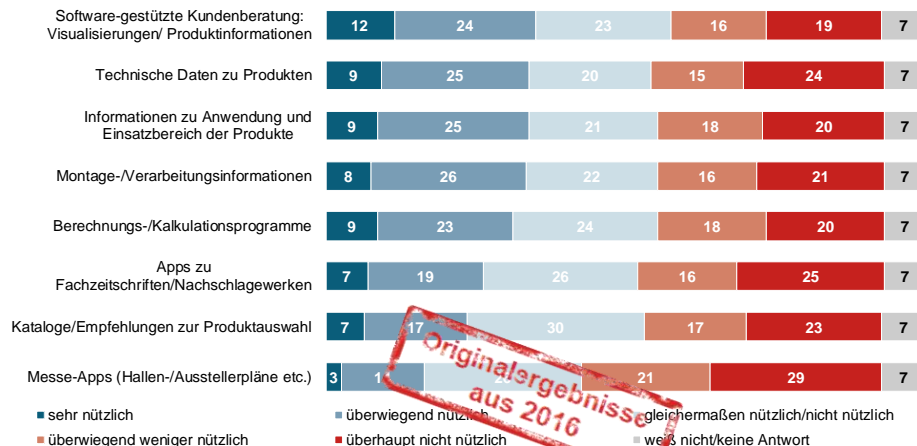
**Apps & Co**

- Mittlerweile gibt es auch am Bau zahlreiche Apps, mit denen die Arbeit auf der Baustelle leichter wird: von der simplen Wetter-App bis zur detaillierten Kalkulationshilfe.
- Die SHK-Installateure legten 2016 etwa besonderen Wert auf die Unterstützung bei der Visualisierung von Produkten im Kundengespräch.
- Doch gerade bei Apps verändern sich die Trends und das Angebot sehr schnell. Für Hersteller ist es daher besonders ratsam zu wissen, welche Funktionen von Apps bei den verschiedenen Zielgruppen aktuell besonders gefragt sind.

- Der Hype um die sozialen Netzwerke ist zwar vorbei. Dafür hat sich das Bewusstsein in der Branche gefestigt, wo die Präsenz im Social Web als zusätzliches Marketingtool hilfreich ist.
- 2016 nutzten die Architekten ihre sozialen Netzwerke etwa zur Pflege von Kundenkontakten sowie für Video-Content.
- Der neuen Kommunikationsmonitor beobachtet, wie sich die Bedeutung verschiedener sozialer Netzwerke entwickelt hat und wofür Plattformen wie Facebook, Twitter, YouTube, Xing oder LinkedIn am Bau benutzt werden.



SHK-Installateure: Bitte geben Sie an, wie nützlich die folgenden Apps für ihre Arbeit sind oder wären? (N=182, in %)



**Originalergebnisse aus 2016**

© BauInfoConsult, Kommunikationsmonitor 2016



**Henri Busker**

Managing Consultant  
BauInfoConsult

busker@bauinfoconsult.de  
+49 211 301 559-11



**Alexander Faust**

Redakteur  
BauInfoConsult

faust@bauinfoconsult.de  
+49 211 301 559-10

- Neben dem Kommunikationsmonitor führt BauInfoConsult seit 2007 jährlich mehrere Multiclient-Studien zu zentralen Themenbereichen am deutschen Bau durch. Ein weiterer Schwerpunkt unserer Tätigkeit liegt auf exklusiven Studien für Unternehmen aus der Baustoff- und Installationsbranche.
- BauInfoConsult bietet Ihnen maßgeschneidertes Fact-based Consulting auf Basis zuverlässiger Marktdaten. Mit unseren Schwesterunternehmen in der USP-Gruppe (USP Marketing Consultancy, Arch-Vision und Bouw-Kennis), verfügen wir international über mehr als 25 Jahre Erfahrung bei der Beratung von europäischen Unternehmen aus der Bau- und Installationsbranche.



**Christian Packwitz**

Redakteur  
BauInfoConsult

faust@bauinfoconsult.de  
+49 211 301 559-10

## BauInfoConsult GmbH

Luegallee 7  
40545 Düsseldorf  
T: +49 211 301 559-0  
E: info@bauinfoconsult.de  
www.bauinfoconsult.de