

› Drei Fragen an ...



Foto: © Christine Fiedler

Eric Sturm

Berater für digitale Kommunikation im Bau- und Architekturwesen

Wie hat sich die Relevanz von Social Media für bauausführende Unternehmen über die Jahre verändert? Heutzutage ein Muss?

Eric Sturm: Soziale Medien haben sich für Bauunternehmen vom netten Extra zum absoluten Muss entwickelt. Früher eher eine Spielwiese für private Kontakte, sind Plattformen wie LinkedIn, Instagram und Facebook heute zentrale Aushängeschilder für die Baubranche. Hier zeigen Unternehmen nicht nur, was sie können, sondern auch, wer sie sind. Sie sprechen ihre Zielgruppe vom Architekten bis zum Endkunden direkt an und bauen eine Beziehung auf, die früher undenkbar war.

Es geht nicht mehr nur darum, Präsenz zu zeigen, sondern aktiv am Dialog teilzunehmen, Netzwerke zu pflegen und die eigene Marke zu stärken. In der heutigen digital vernetzten Welt kann man es sich kaum noch leisten, auf Social Media zu verzichten. Hier wird man gesehen, hier werden Geschichten erzählt, hier bekommt man direktes Feedback. Social Media ist für Bauunternehmen zum digitalen Marktplatz geworden, auf dem sie nicht fehlen dürfen.

Es gibt viele Social-Media-Plattformen. Auf welche Plattformen sollten sich Baufirmen konzentrieren und warum?

Eric Sturm: Auch für Bauunternehmen ist die gezielte Auswahl von Social-Media-Plattformen entscheidend. An erster Stelle steht LinkedIn, ideal für professionelles Networking und den Austausch von bran-

chenspezifischem Wissen. Instagram bietet die Möglichkeit, Projekte und Unternehmenskultur visuell ansprechend darzustellen, was vor allem bei der jüngeren Zielgruppe gut ankommt. Facebook ermöglicht eine große Reichweite für Unternehmensnachrichten und den direkten Dialog mit der Zielgruppe. YouTube eignet sich für detaillierte Einblicke in Projekte und den Austausch von Fachwissen. TikTok als neuer Akteur eröffnet innovative Wege, um mit kreativen, kurzen Videos eine jüngere Zielgruppe zu erreichen. Das ist besonders wichtig für die Personalgewinnung, z. B. bei Azubis.

Welche Inhalte halten Sie für relevant? Gibt es Unterschiede bei den zu bespielenden Plattformen?

Eric Sturm: Bauprojekte in Szene setzen, Teamgeist zeigen und Fachwissen teilen - das sind die Kerninhalte für Bauunternehmen in Social Media. Ziel sollte immer eine authentische und ansprechende Unternehmenspräsentation sein. Die inhaltlichen Schwerpunkte der verschiedenen Plattformen habe ich eben schon genannt. Und ja, die Inhalte, die man veröffentlicht, müssen zu den verschiedenen Plattformen passen.

Auf LinkedIn kann ein Beitrag auch mal inhaltlich detaillierter sein, während auf Instagram und TikTok eher spektakuläre Dinge gut laufen, wie zum Beispiel ein Zeitrafferfilm oder ein Drohnenflug. Wenn die Zeit knapp ist, finde ich es völlig okay, auch mal den gleichen Inhalt auf mehreren Plattformen zu posten. Dafür kann man übrigens auch einfache Automatisierungssoftware nutzen, das erspart viel Arbeit.

Am 16. Januar 2024 richtete die Bauakademie Ost ein Seminar zum Thema Social Media für Bauunternehmen gemeinsam mit Eric Sturm aus. Im März und April finden weitere spannende Seminare aus den Rubriken Recht, Nachhaltigkeit und Finanzwissen statt.

Weitere Informationen finden Sie unter:
www.bauakademie-ost.de