[](http://internet-fuer-architekten.de/)

* [22. Juni 2012](http://internet-fuer-architekten.de/10-gruende-warum-architekten-social-media-nutzen-sollten/)

**10 Gründe, warum Architekten Social Media nutzen sollten**

**Laut**[**einer Studie von Anfang 2012**](http://www.docugroup.info/news.php?lang=de&i=4&u=109&utm_source=internet-fuer-architekten.de)**nutzen erst 12 % der Architekturbüros in Deutschland Soziale Medien wie Facebook, XING oder Twitter, um sich als Büro zu präsentieren. Viel zu wenig, finde ich, denn Social Media bietet gerade für Architekten viele Vorteile und Chancen.**

Von der Baustelle ins Netz: Architekten sollten Social Media nutzen! (Collage: Eric Sturm, Foto: Mr. Monk / aboutpixel.de)

**1. Im Netz sind alle gleich**

Bei der Nutzung von Social Media spielt es keine Rolle, ob das Büro 1 oder 100 Mitarbeiter hat, oder ob es in Berlin-Mitte oder in der Oberpfalz sitzt. Die Startbedingungen in den Sozialen Medien sind zunächst einmal für alle gleich, unabhängig von Budget und Standort. Fans und Follower gewinnt schliesslich, wer interessante Inhalte bietet und sein Publikum begeistert.

**2. Social Media lebt von Bildern**

Egal ob Entwurfsskizzen, Detailzeichnungen, Wettbewerbsbeiträge, Werkpläne, Baustellenschnappschüsse oder edle Projektfotos vom Fotografen: Architektur lebt von der zwei- und dreidimensionalen Darstellung – und Architekten produzieren laufend solche Bilder! Bilder erreichen in den Sozialen Netzwerken – neben Videos – die höchste Aufmerksamkeit. Was liegt also näher, hin und wieder eine Zeichnung oder ein Baustellenfoto auf Facebook, Google + oder Twitter zu veröffentlichen?

**3. Architekten sind viel unterwegs**

Soziale Medien lassen sich hervorragend unterwegs nutzen, vor allem natürlich bei der Fahrten mit Bus & Bahn sowie bei Flugreisen. Das gilt sowohl für die passive Nutzung (Fachinformationen einholen!) als auch aktiv: Per Smartphone-App können Sie noch auf der Rückfahrt von der Baubesprechung ein interessantes Baustellen-Foto veröffentlichen. Oder den interessanten Link weiterleiten, auf den Sie bei der Lektüre im Flugzeug gestossen sind.

**4. Mehr Besucher für die Büro-Website**

Beiträge auf Social Media-Plattformen sollten interessant, aussagekräftig, relevant oder nützlich für die Zielgruppe sein. Vor allem aber kurz und knapp, denn die Aufmerksamkeitsspanne Ihres Publikums ist gering. Ein bis max. drei Fotos, zwei Zeilen Text reichen meist aus. Wichtig ist der Link zu weiterführenden Informationen, z. B. zu einer ausführlichen Projektdarstellung auf Ihrer Büro-Website.

**5. Architekten sind (meist) ihr eigener Chef**

In vielen deutschen Firmen müssen auch kleine Twittermeldungen zwischen drei Fachabteilungen abgestimmt und einem Vorgesetzten freigegeben werden. Das macht Social Media-Marketing mühsam und teuer. Die meisten Architekturbüros hierzulande sind dagegen kleine Einheiten mit flachen Hierarchien. Der Chef bzw. die leitenden Mitarbeiter stehen häufig selbst mittendrin im Tagesgeschäft und können sich aktiv an den Social Media-Aktivitäten des Büros beteiligen. Das macht die Kommunikation schnell und spannend, weil sie aus “erster Hand” kommt.

**6. Architektur fasziniert – alle**

Welches Kind bleibt nicht gerne an einer Baustelle stehen und schaut dem Treiben gebannt zu? Viele Menschen haben ein großes Interesse an der Entwicklung der gebauten Umwelt: Auch Erwachsene wollen wissen, wie sich ihre Stadt, ihr Quartier, ihre Straße verändert. Daher stehen die Chancen gut für Architekten, auch Laien von ihrer Arbeit zu begeistern. Voraussetzung ist lediglich, dass die Informationen interessant, nachvollziehbar und (laien-)verständlich angeboten werden. Die Sozialen Medien bieten für die Architektur-Kommunikation vielfältige Möglichkeiten!

**7. Bauprojekte dauern Jahre lang**

Die meisten Bauprojekte sind langwierig. Von den ersten Entwurfsskizzen bis zum Einzug der Nutzer vergehen oft viele Jahre. Darüber hinaus besteht ein Bauprojekt aus vielen kleinen Etappen (z. B. Wettbewerbsteilnahme, Wettbewerbsgewinn, Genehmigungsplanung, Werkplanung, Baubeginn, usw.). Eine ideale Voraussetzung, um über lange Zeiträume hinweg in mehr oder weniger regelmäßigen Abständen und in kleinen Dosen über ein Projekt zu berichten – in den Sozialen Medien.

**8. Kostenlose Marktforschung inklusive**

Durch die eingebauten Interaktionsmöglichkeiten der Sozialen Medien (“Gefällt mir”-Button, Kommentarfelder und Weiterleiten-Funktionen) erhalten Sie als Büro ein direktes Feedback Ihrer Zielgruppe. Sie erfahren, was als interessant / lesenswert / weiterleitenswert usw. erachtet wird, und was die Leute vielleicht weniger interessiert.  
“Fans” und Follower Ihres Büros sind mit Foto und Namen ersichtlich. Statistiken geben Auskunft über Vorlieben und demografische Merkmale (z. B. Alter, Herkunft) Ihrer Anhängerschaft. Kein anderes Medium – nicht einmal teure Marktforschungskampagnen – können dies leisten. Schon gar nicht kostenlos wie bei Facebook & Co.

**9. Weiterempfehlungen sind die beste Werbung**

Eine zentrale Funktion der Sozialen Medien ist das “Teilen”, also das digitale Weiterleiten bzw. Weiterempfehlen von Inhalten. Gerade Architekten, die sehr auf das Vertrauen ihrer Bauherren bzw. Neukunden angewiesen sind, ist es sehr wichtig, über Weiterempfehlungen innerhalb der Zielgruppe an neue Kontakte zu kommen. Denn Menschen vertrauen Weiterempfehlungen von Freunden und Bekannten heutzutage mehr als Image-Werbung oder PR-Texten.  
“Zufriedene Kunden sind die besten Multiplikatoren.” Dieser Marketing-Grundsatz gilt “offline” wie online. Eine Weiterempfehlung im Netz hat noch einen weiteren Vorteil: Sie ist besser “sichtbar”. Ein Beispiel: Wenn ein zufriedener Bauherr auf Facebook oder Twitter über “sein” (bzw. Ihr) Bauprojekt spricht und Sie als Architekt einem Bekannten weiterempfiehlt, sieht das nicht nur der jeweilige Empfänger, sondern auch der gesamte digitale Freundeskreis der beiden.

**10. Unterstützung bei der Mitarbeitersuche**

Ein Büro, das in den sozialen Medien “sichtbar” und erlebbar ist, zieht mehr – und bessere – Bewerber an als ein Büro, über das ein potentieller Mitarbeiter nur wenig in Erfahrung bringen kann. Denn für einen Angestellten zählen nicht nur das Gehalt oder die Projekte, an denen sie oder er arbeiten kann, sondern auch das Arbeitsumfeld, ein gutes Team und eine gute Arbeitsatmosphäre. Diese eher “weichen” Faktoren lassen sich sehr gut über Social Media transportieren.

22.06.2012