



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Social Media Fertighaus: 72 Prozent der Anbieter auf YouTube präsent



In der Fertighausbranche zählt Facebook zu den beliebtesten Social Media-Plattformen. Knapp drei Viertel der Anbieter nutzen YouTube. Einige Anbieter haben ihre Fanbase innerhalb von zwölf Monaten mehr als verdoppelt.

Esslingen am Neckar, 16. April 2021 – Unter den vier Social Media-Plattformen Facebook, Instagram, Twitter und YouTube ist Facebook die am häufigsten genutzte Plattform. 93 der untersuchten 100 Fertighausanbieter sind hier aktiv. In der Beliebtheitsskala folgt Instagram, danach YouTube. Einen Twitter-Account haben weniger als die Hälfte der Anbieter. Eine breite Präsenz zeigen beachtliche 38 der 100 Unternehmen: sie betreiben auf allen vier Plattformen einen offiziellen Account.

Mit 72 Prozent haben bisher weniger als drei Viertel der Fertighausanbieter die Möglichkeiten eines eigenen YouTube-Kanals genutzt. Im Durchschnitt veröffentlichten die Anbieter auf dieser Plattform fünf Videos innerhalb von einem Jahr. Rund 700 Abonnenten folgten den Videos, 93 Interaktionen verzeichneten die Anbieter im Mittel. Verschiedene Fertighausanbieter übertreffen diese Werte bei weitem. So veröffentlichten beispielsweise Bien-Zenker und FertighausWelt jeweils mehr als 20 Videos, SchwörerHaus erfreut sich an mehr als 5.000 Abonnenten und Hanse Haus ist Spitzenreiter bei den Interaktionen: über 1.800 Reaktionen und Kommentare haben unter anderem die Homestories, Hausbautipps und Rundgänge des Anbieters hervorgerufen.

Neben der absoluten Anzahl an Fans und Followern ist deren Entwicklung ein wichtiger Gradmesser für den Erfolg. So haben fünf der analysierten Fertighausanbieter ihre Abonnentenzahl auf YouTube innerhalb von zwölf Monaten mehr als verdoppelt, darunter Hanse Haus, Luxhaus, Okal Haus. Weitere Fertighausanbieter zeigen sich auf anderen Plattformen erfolgreich. So hat beispielsweise Isowoodhaus auf Facebook seine Fangemeinde um knapp 100 Prozent gesteigert. Auf Instagram vergrößerte Elk Haus seine Fanbase um ein Vielfaches. Und auf Twitter erhöhte sich die Followerzahl bei Gussek Haus am stärksten. Neun der zehn Top-Performer im Gesamtranking Social Media sind auf allen vier analysierten Plattformen erfolgreich. Huf Haus führt mit nur knappem Vorsprung die Gesamtwertung des Social Media-Rankings an.

Über die Studie:

Die ‚Studie Social Media-Performance Fertighaus 2021‘ von *research tools* untersucht in Kooperation mit VICO Research & Consulting die Performance von 100 Fertighausanbietern auf den Plattformen Facebook, Instagram, Twitter und YouTube. Sie gibt auf 128 Seiten Einblick in Abonnenten/Fans/Follower, Beiträge/Postings/Videos sowie Interaktionen der Konsumenten in den Social Media-Accounts. Ein Social Media-Ranking führt die Bewertungen der Performances auf den vier Plattformen zusammen und eine statistische Social Media-Positionierung visualisiert die Ergebnisse. Der Untersuchungszeitraum erstreckt sich bei den zeitraumbezogenen Ergebnissen vom 18. Februar 2020 bis 17. Februar 2021.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-social-media-performance-fertighaus-2021>

Die Studienherausgeber:

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.

Weitere Informationen: www.research-tools.net

Die **VICO Research & Consulting GmbH** aus Leinfelden-Echterdingen stellt als Anbieter für Social Media- und Produkt-Monitoring die Datenbasis für diese Studie. Sie versteht sich zudem als Berater in Social Media Angelegenheiten, verfügt über einen Marktforschungsfachbereich und bietet Agenturleistungen an.

www.vico-research.com

Pressekontakt:

Uwe Matzner

research tools

Kesselwasen 10

73728 Esslingen am Neckar

Tel. +49 (0)711 - 55090381

Fax +49 (0)711 - 55090384

uwe.matzner@research-tools.net