

te. Architekt:innen

Die Arbeit in Architekturbüros hat sich stark verändert. Büros sind heute internationaler und nicht selten interdisziplinär aufgestellt. Eine neue Generation von Architekt:innen hat differenzierte Ansprüche an Sinnhaftigkeit und Nachhaltigkeit von Projekten. Wir haben Inhaber:innen und Angestellte in Architekturbüros nach ihrer Nutzung von digitalen und gedruckten Medien gefragt. Welche Rolle spielt Social Media, und welche Medienmarken werden überhaupt genutzt?

1

**BAUMEISTER hat die
Architekt:innen**

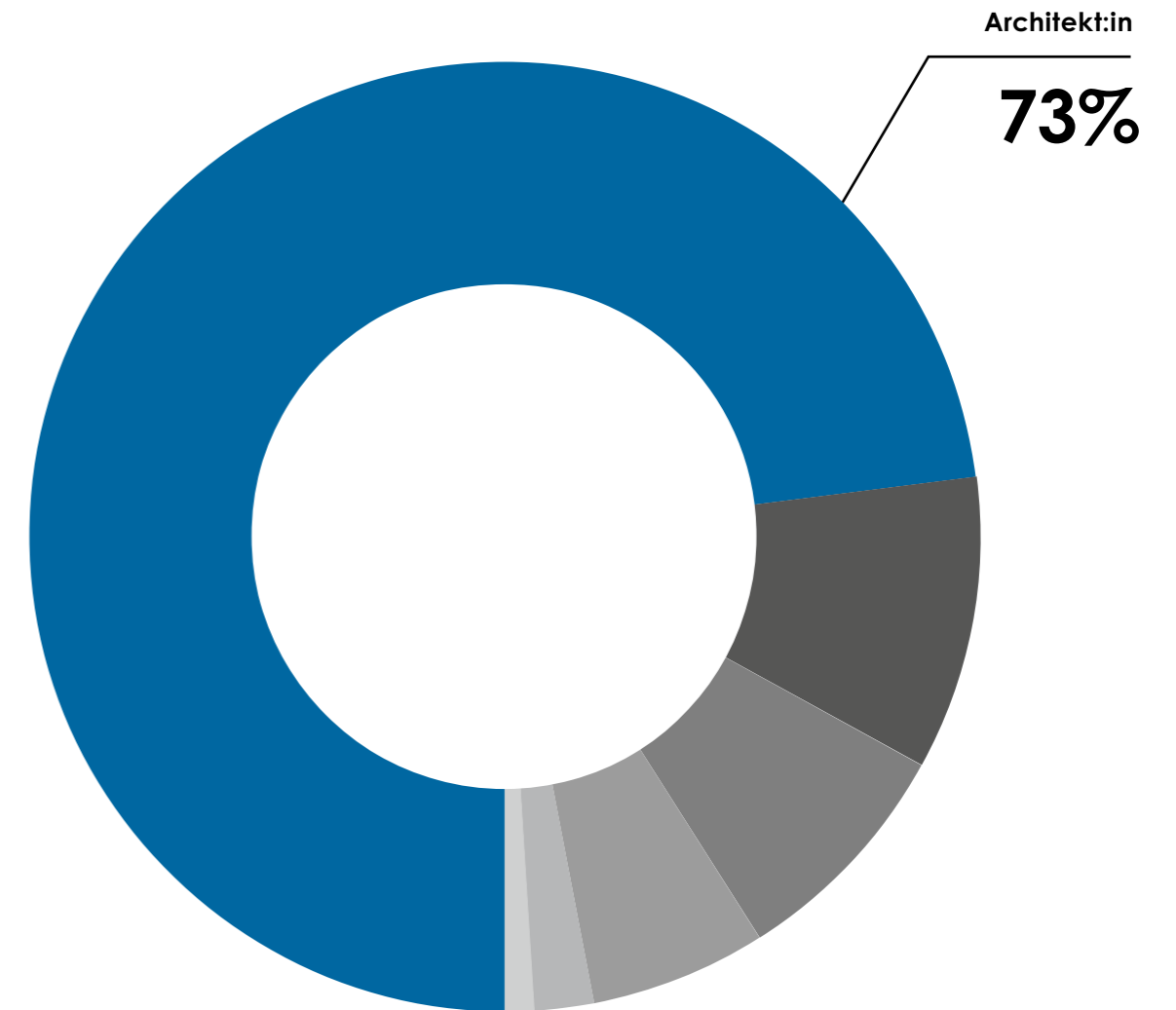
2

**BAUMEISTER wird in den
großen Büros gelesen**

3

**BAUMEISTER wird
überwiegend von
Entscheider:innen genutzt**

BAUMEISTER ist stark in der Kernzielgruppe Architekt:innen, wird aber auch von Innen- und Landschaftsarchitekt:innen genutzt.



10% Innenarchitekt:in, 6% Landschaftsarchitekt:in
2% Bauingenieur:in, 1% Stadtplaner:in, 8% Sonstiges



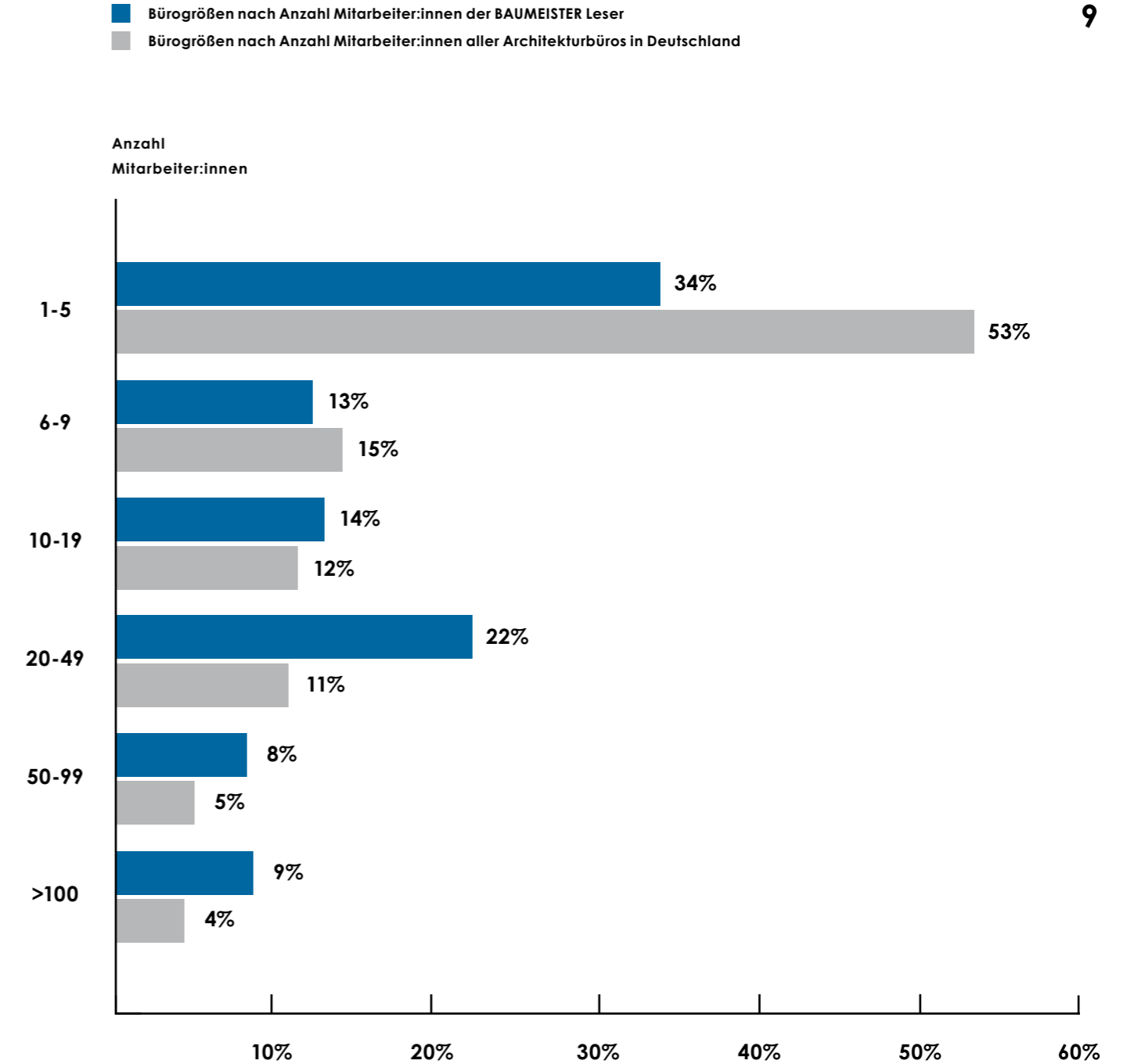
Zu welcher Fachrichtung
gehört Ihr Unternehmen?

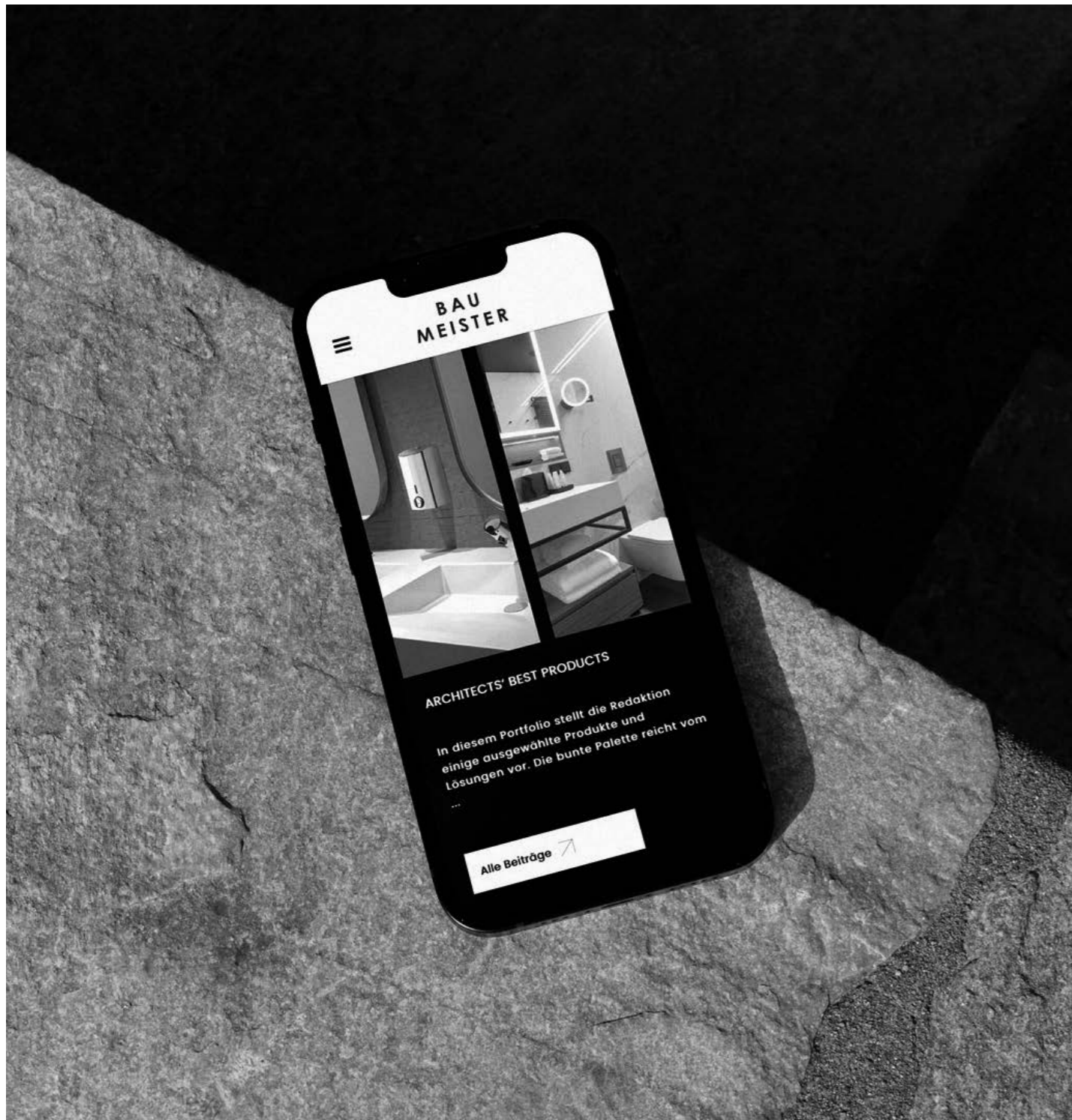
7

BAUMEISTER-Leser:innen arbeiten überwiegend in Architekturbüros.

68%	Architektur
5%	Landschaftsarchitektur
4%	Innenarchitektur
3%	Bauingenieurwesen
2%	Stadtplanung
18%	Sonstiges

BAUMEISTER ist überproportional in den großen Büros zu Hause.



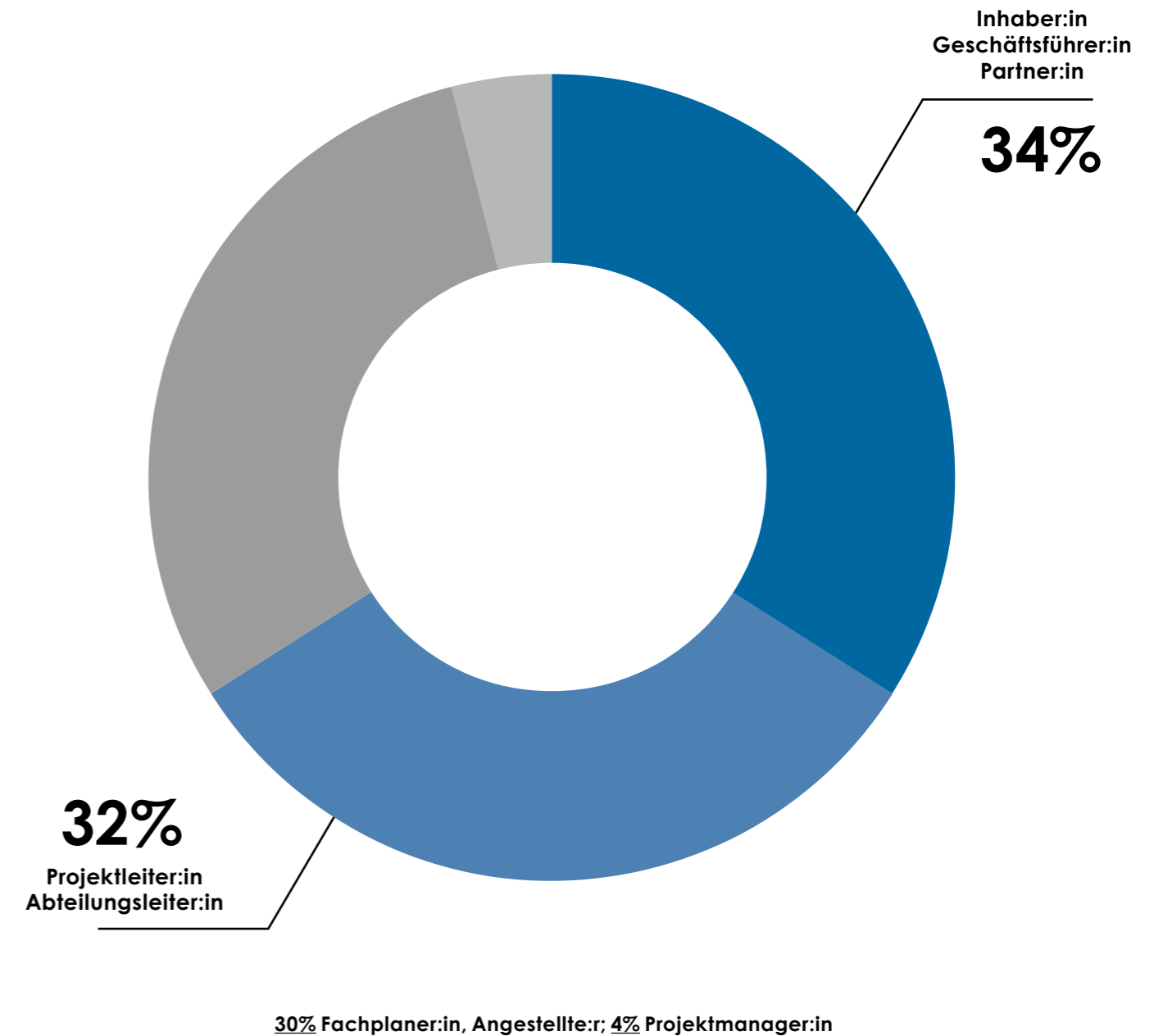


**BAUMEISTER ist das Medium
für Entscheider:innen.**

54% Ja

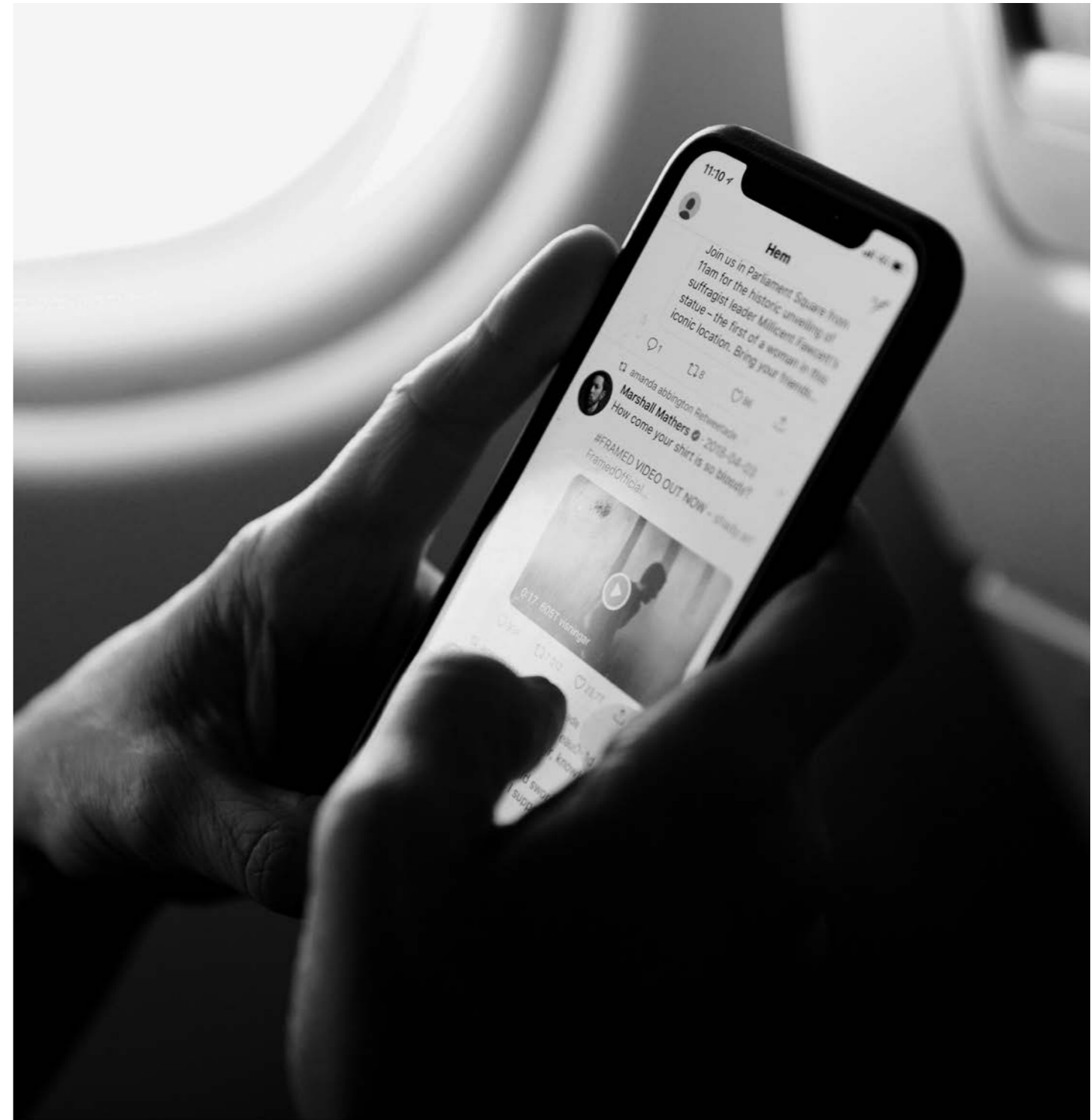
46% Nein

**BAUMEISTER ist gleichermaßen das
Medium für die Entwurfsphasen
und die Ausführungsphasen.**

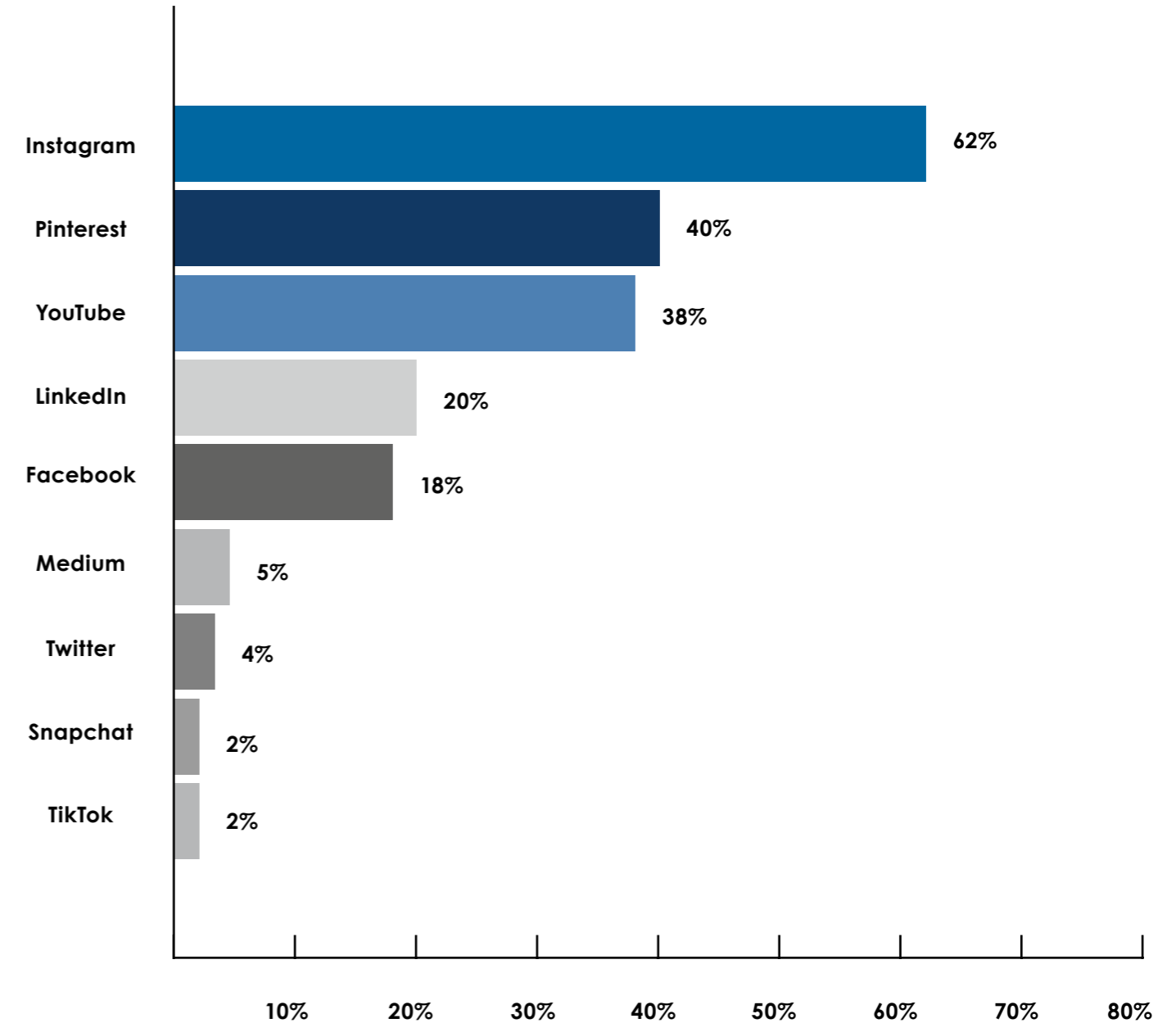


**BAUMEISTER-Leser:innen nutzen für
ihre Arbeit diverse Medienkanäle.**

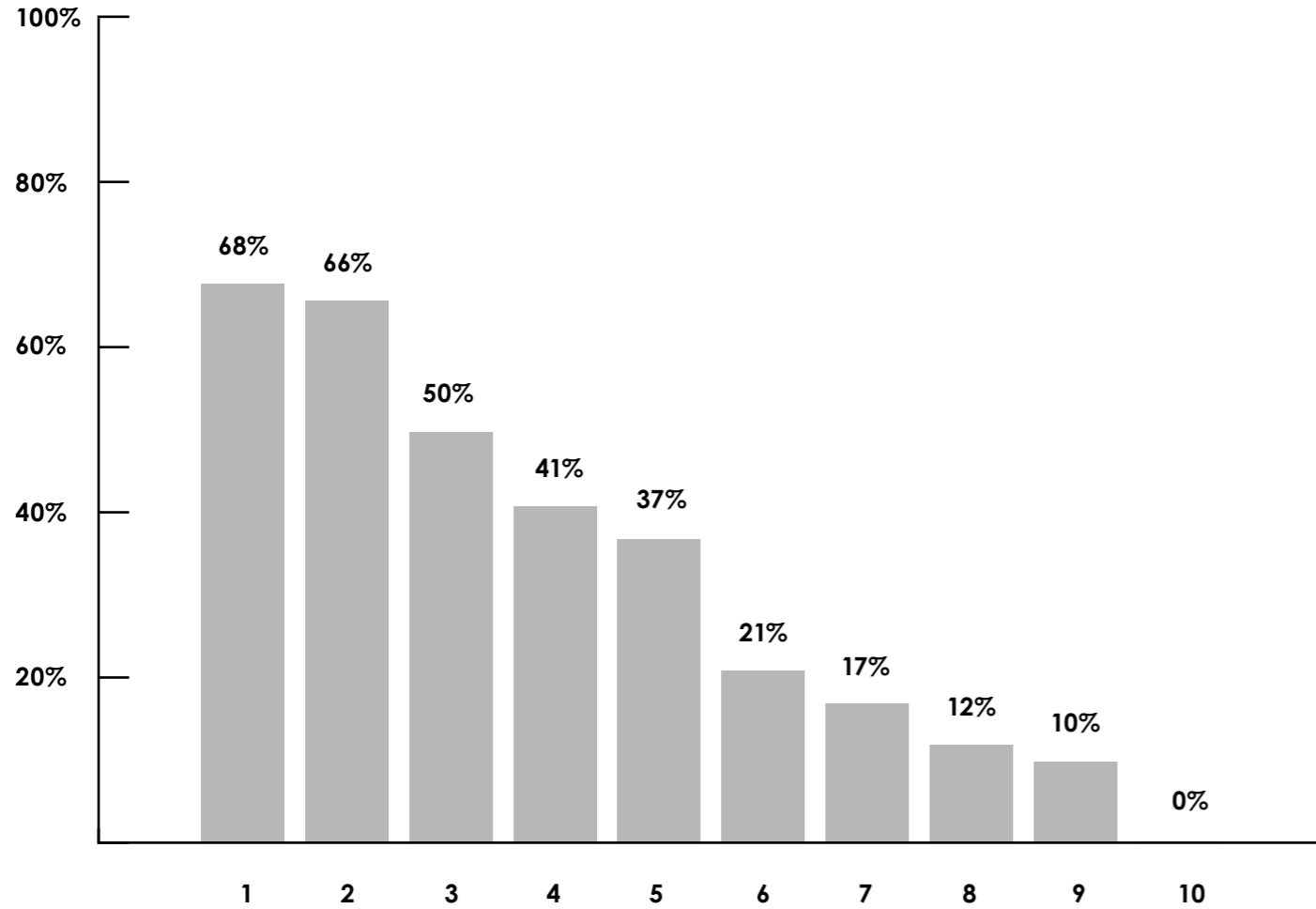
65% Ja
35% Nein



Auf den Social-Kanälen werden die Plattformen genutzt, deren Content überwiegend aus Bildern besteht.

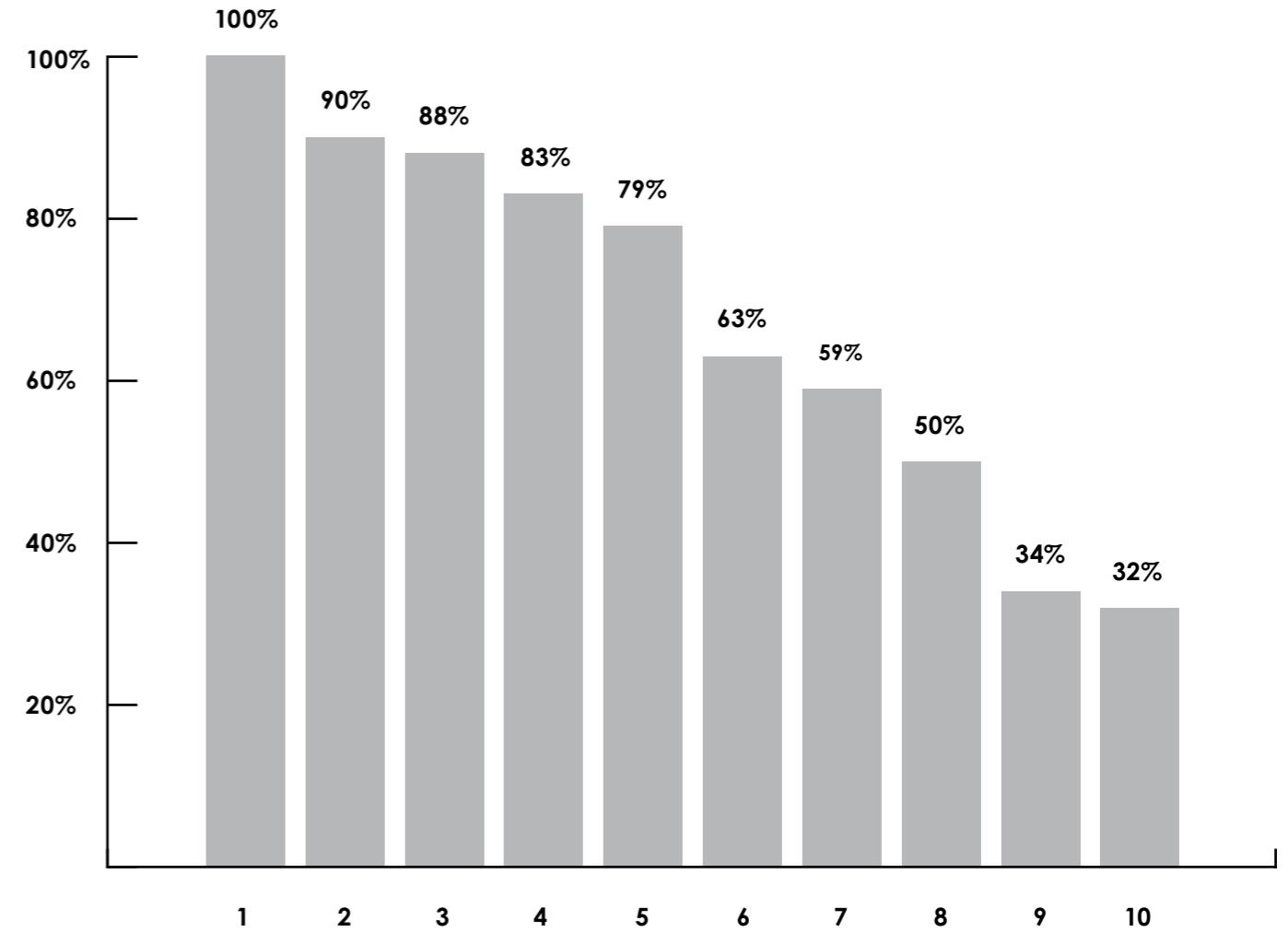


Welche Themen lesen Sie lieber gedruckt und welche lieber digital?



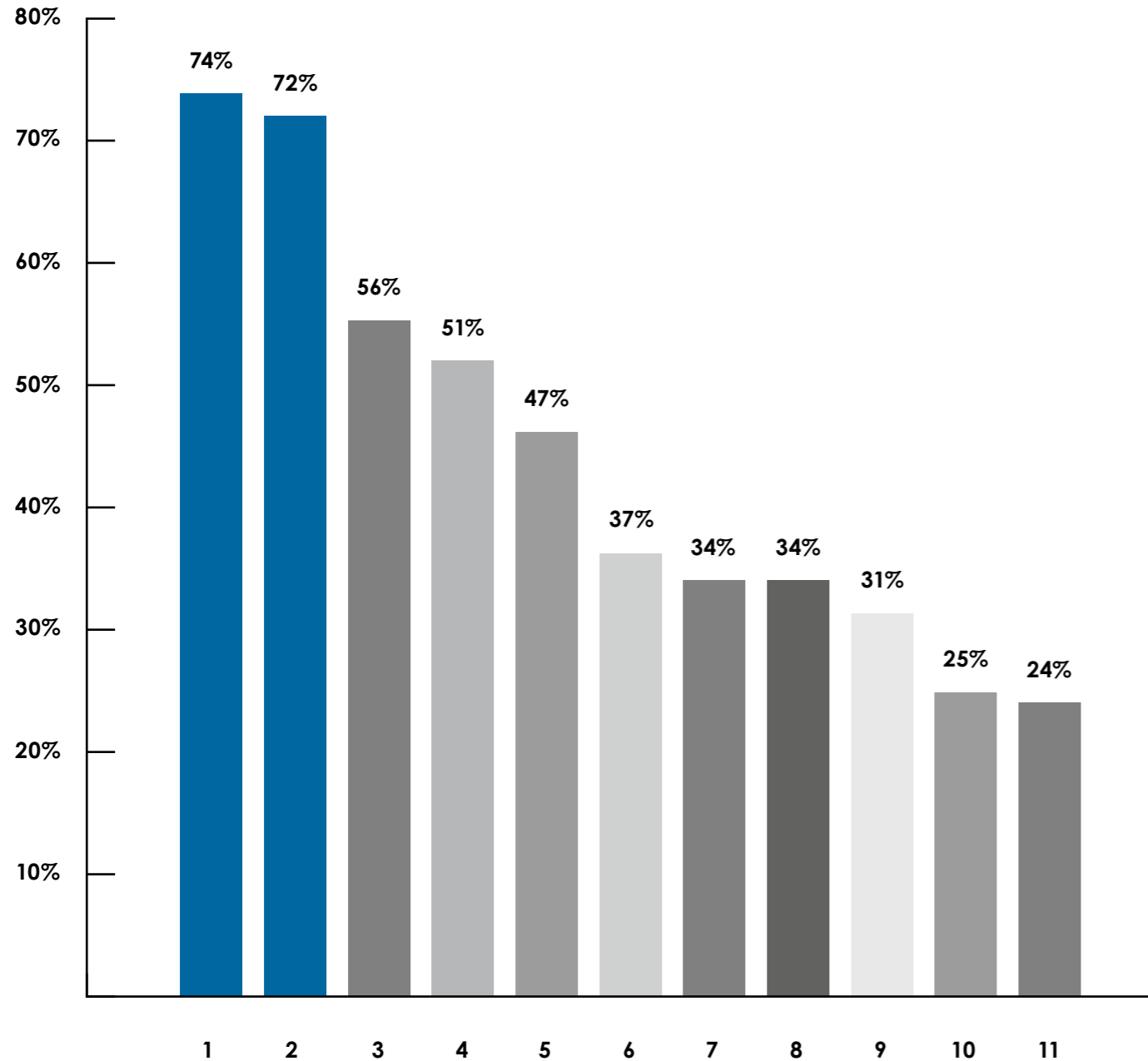
Print

1. Architekturdokumentationen, 2. Baukonstruktion, 3. Entwurf/Planung, 4. Zukunft des Bauens
 5. Aktuelle Architekturthemen, 6. Produkt und Produktanwendungen, 7. Technische Innovationen
 8. Fachveranstaltungen, 9. Stellenangebote, 10. Auslobungen von Wettbewerben



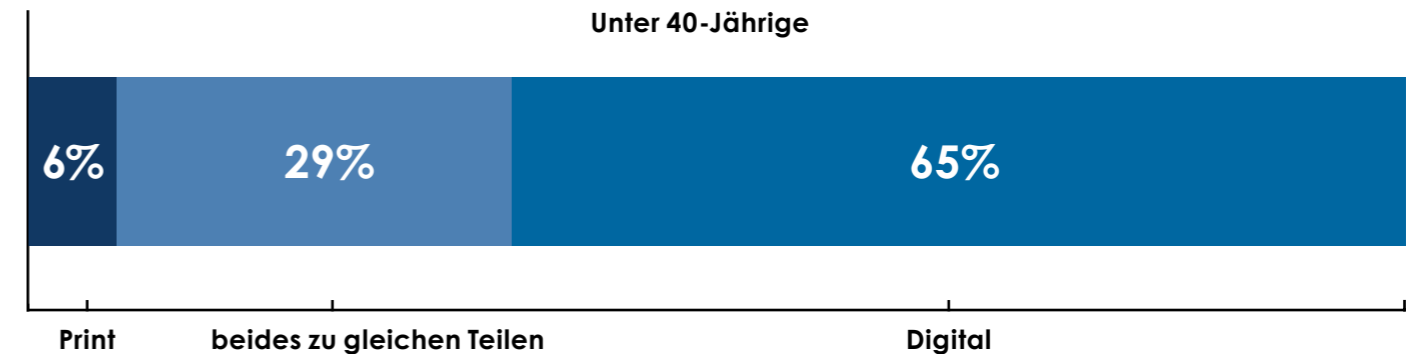
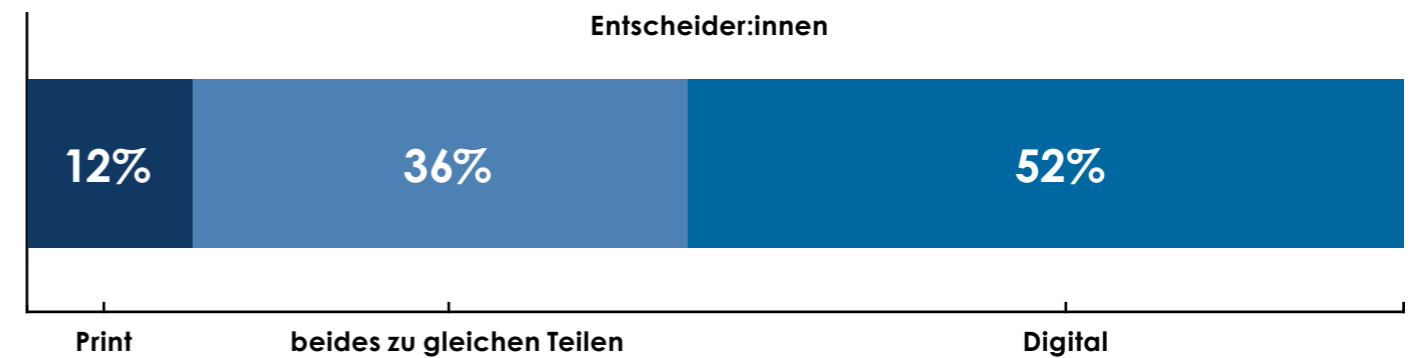
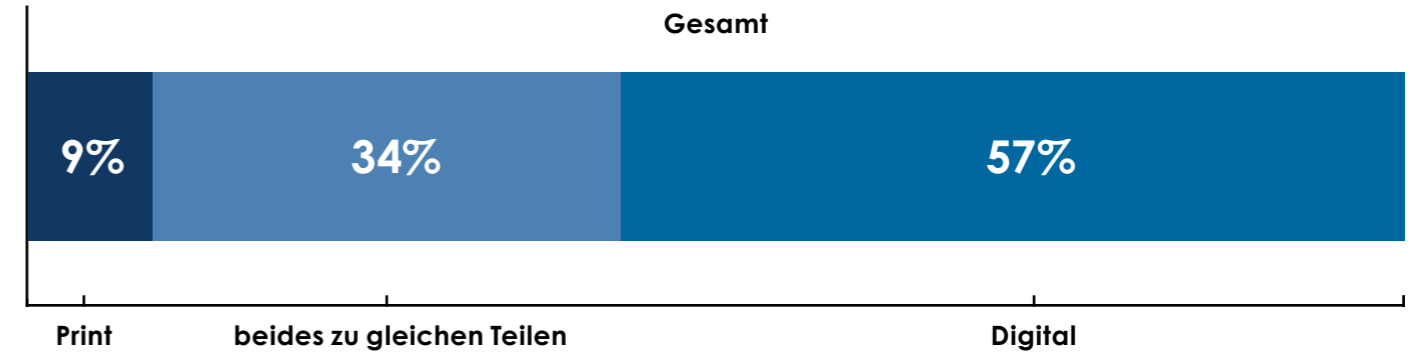
Digital

1. Auslobungen von Wettbewerben, 2. Stellenangebote, 3. Fachveranstaltungen,
 4. Technische Innovationen, 5. Produkt und Produktanwendungen, 6. Aktuelle Architekturthemen,
 7. Zukunft des Bauens, 8. Entwurf/Planung, 9. Baukonstruktion, 10. Architekturdokumentationen



Fachzeitschriften und Webseiten von Herstellern sind erste Informationsquelle.

Digitale Medien spielen für die Informationsbeschaffung eine immer stärkere Rolle. Unter den unter 40-Jährigen noch deutlicher als im Durchschnitt.





Welches dieser Fachmagazine kennen Sie?

<u>Gesamt:</u>	<u>Entscheider:innen:</u>	<u>unter 40 Jahre:</u>
BAUMEISTER (94%)	DAB (97%)	BAUMEISTER (94%)
DAB (91%)	BAUMEISTER (91%)	Bauwelt (91%)
Detail (90%)	Detail (91%)	DAB (91%)
Bauwelt (88%)	Bauwelt (88%)	Bauwelt (88%)

Gesamt: Wettbewerbe-Aktuell (81%), DBZ (78%), AIT (75%), Domus (59%)
 Heinze-Journal (49%), Frame (26%), Sonstiges (16%), Arcade XXL (9%)

Das BAUMEISTER Magazin zählt zu den Top Architekturtiteln

Welches dieser Fachmagazine nutzen Sie regelmäßig?

<u>Gesamt:</u>	<u>Entscheider:innen:</u>	<u>unter 40 Jahre:</u>
DAB (58%)	DAB (72%)	DAB (55%)
Detail (55%)	Detail (63%)	BAUMEISTER (48%)
BAUMEISTER (48%)	Bauwelt (59%)	Bauwelt (48%)
Bauwelt (44%)	BAUMEISTER (50%)	Detail (48%)

Gesamt: 5. Wettbewerbe-Aktuell (33%), 6. DBZ (24%), 7. AIT (21%), 8. Heinze-Journal (17%)
 9. Sonstiges (14%), 10. Frame (8%), 11. Domus (3%) 12. Arcade XXL (2%)

Welche dieser Online-Medien kennen Sie?

<u>Gesamt:</u>	<u>Entscheider:innen:</u>	<u>unter 40 Jahre:</u>
Detail (85%)	Baunetz (91%)	Competitionline (91%)
Baunetz (84%)	Detail (84%)	Baunetz (88%)
BAUMEISTER (79%)	BAUMEISTER (72%)	Detail (85%)
Competitionline (70%)	Competitionline (72%)	BAUMEISTER (82%)

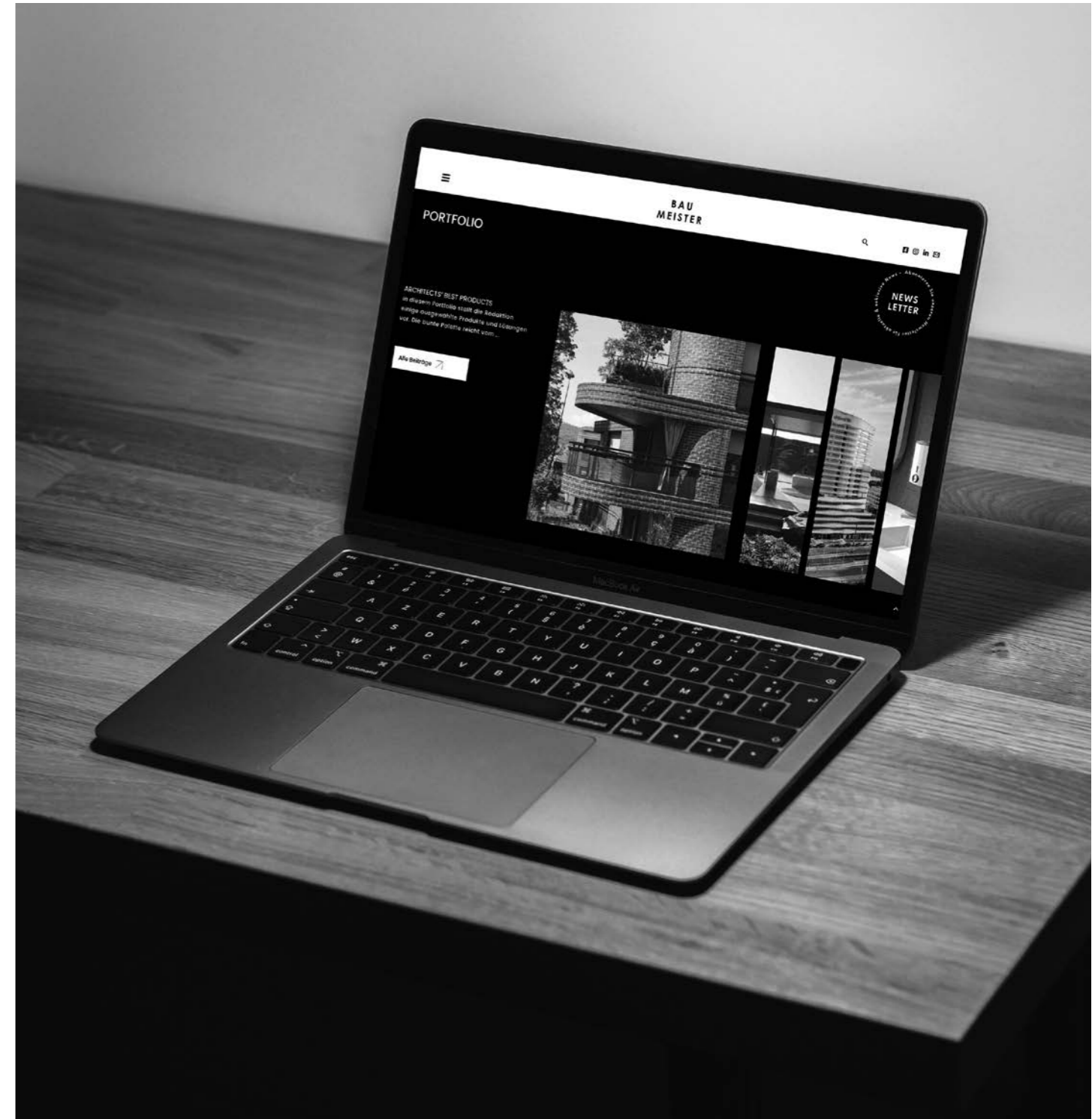
Gesamt: Archdaily (61%), Heinze (60%), Architonic (48%), Architektur-Online (37%)
AD-Magazin (33%), Ais-Online (12%), Archipinion (12%), Sonstiges (9%)

BAUMEISTER ist im Relevant Set der digitalen Architekturmedien fest verankert.

Welche dieser Online-Medien nutzen Sie regelmäßig?

<u>Gesamt:</u>	<u>Entscheider:innen:</u>	<u>unter 40 Jahre:</u>
Baunetz (66%)	Baunetz (69%)	Baunetz (70%)
Detail (46%)	Detail (44%)	Archdaily (42%)
Competitionline (37%)	Competitionline (41%)	Competitionline (39%)
BAUMEISTER (29%)	Heinze (31%)	Detail (36%)

Gesamt: Archdaily (29%), Heinze (28%), Architonic (18%), Architektur-Online (12%)
Sonstiges (11%), AD-Magazin (6%), Ais-Online (3%), Archipinion (2%)



1

Digital und Print sind kein Entweder-oder, sondern längst ein sinnvolles Miteinander. Jeder Medienkanal wird je nach Art der Information genutzt.

2

Social Media ist im Büroalltag angekommen. Neben den Jobnetzwerken werden Plattformen wie Instagram für Inspiration und Recherche genutzt.

3

Ältere Nutzer orientieren sich stärker an tradierten Marken als junge.

1

Es bedarf einer ganzheitlichen Kommunikationsstrategie.

2

Eine Konzentration auf einen Medienkanal ist nur in Ausnahmefällen ratsam.

3

Um so differenzierter die Kommunikationsziele formuliert sind, um so mehr Erfolg wird sich einstellen (Marke, Produktlinie, Produktinnovation, etc.).

4

Aus dem Kommunikationsziel und der Zielgruppe ergeben sich unterschiedliche Kommunikationskanäle.

5

Eine Integration von Social Media in die eigenen Kommunikationsmaßnahmen ist ratsam. Eine Strategie, wie mit Social Media umgegangen werden soll, muss zwingend festgelegt werden- und sei es die Strategie, Social Media auszuschließen.

Onlineumfrage unter 157 Teilnehmer:innen
Befragungszeitraum: Dezember 2022 bis Januar 2023



BAU
DAS ARCHITEKTUR-MAGAZIN
MEISTER