



Verband Berlin-Brandenburgischer
Wohnungsunternehmen e.V.

GESOBAU FÜR BESTEN FACEBOOK-AUFTRITT AUSGEZEICHNET

17.06.2013 Fachinformation

Die GESOBAU hat den besten Facebook-Auftritt aller Wohnungsunternehmen und belegt hinter Immobilienscout24 im Gesamtranking aller 338 untersuchten Immobilienunternehmen Deutschlands Platz zwei. Im Rahmen der Berliner Immobilienrunde am 28. Mai 2013 wurde die GESOBAU für diese beiden Erfolge vom Beratungsunternehmen Dr. ZitelmannPB GmbH ausgezeichnet. Ein Ergebnis der 220-seitigen Studie: Die GESOBAU hat die meisten aktiven Nutzer im Teilsegment Wohnungsunternehmen. In dieser Kategorie wurden ebenfalls die degewo AG, die Deutsche Annington, GAG Immobilien und die HOWOGE untersucht. Liegt die Interaktionsrate bei Wohnungsunternehmen im Durchschnitt bei 5,04 Prozent, erreicht die GESOBAU auf ihrer Seite einen Wert von 6,96 Prozent. Überdurchschnittlich viele Leute "sprechen darüber", kommentieren und teilen Beiträge. "Aktive Nutzer sind immer ein Indikator für 'echtes' Interesse an einer Marke. Sie interagieren mit uns, anstatt nur passiv oder gar nicht zu folgen. Genau diesen transparenten Austausch wollen wir mit unserem Facebook-Auftritt erreichen, denn Wohnen bedeutet heutzutage auch Teilhabe", sagte GESOBAU-Vorstand Jörg Franzen. Für die umfangreiche Studie wählte Zitelmann die wichtigsten Marktteilnehmer aus zehn unterschiedlichen Segmenten der Immobilienwirtschaft aus: Asset Manager, Börsennotierte Immobilien-AGs, Facility Manager, Fondsanbieter, Immobilienportale, Immobilienverbände, Makler Gewerbe, Makler Wohnen, Projektentwickler und Wohnungsunternehmen. Die Unternehmen wurden zwischen dem 1. September und 30. November 2012 auf folgende zwölf Kennzahlen untersucht: Fanzahl, "Sprechen darüber", Interaktionsrate, Reaktionszeit auf Postings von Besuchern, Beiträge pro Tag, Kommentare pro Beitrag, Anteil an geteilten Inhalten, Anzahl durchschnittlich geteilter Inhalte, Postingsperre (Erlaubnis für Beiträge externer Nutzer), Einhaltung der Richtlinien (z.B. Impressum, Titelbild, Gewinnspielvorgaben), Anzahl Tab-Applikationen, Vernetzung mit anderen Unternehmen. Schnelle Reaktionszeit ein Muss. Ebenfalls viele Punkte erzielte die GESOBAU für die schnelle Reaktionszeit innerhalb eines Tages auf im Auftrag von Zitelmann verfasste Nutzerbeiträge. 68 Prozent der Unternehmen hatten nach sieben Tagen noch nicht reagiert. "Unsere Community sieht, dass Service bei uns groß geschrieben wird. Und wir sehen, was unsere Mieter bewegt. Dadurch können wir frühzeitig reagieren und wenn möglich interne Prozesse optimieren. Nichtsdestotrotz ersetzt Facebook natürlich nicht unsere klassischen Servicekanäle – die Plattform ist lediglich eine Ergänzung", sagte Franzen. Dass sich die Immobilienbranche allgemein mit Sozialen Netzwerken schwer tut, bestätigt die Studie: 60 Prozent der Immobilienunternehmen nutzen noch kein Social Media. Bei den 40 Prozent sei größtenteils eine semi-professionelle Nutzung zu erkennen. Die GESOBAU ist bereits seit Januar 2011 mit einer eigenen Seite auf Facebook vertreten: www.facebook.com/GESOBAU. Auch eigene Kanäle auf YouTube www.youtube.com/GESOBAU und der Fotoplattform Instagram www.statigr.am/gesobau gehören zu den Social-Media-Aktivitäten der GESOBAU.

<https://bbu.de/beitraege/gesobau-fuer-besten-facebook-auftritt-ausgezeichnet>