



Universität Stuttgart

Institut für Baubetriebslehre

Prof. Dr.-Ing. Hans Christian Jünger

Pfaffenwaldring 7

70569 Stuttgart

Telefon: +49 (0)711 685-66145

E-Mail: ibl@ibl.uni-stuttgart.de

2022, Stuttgart; Kurzfassung der Bachelorarbeit:

Analyse von B2C-Marketing für große Bauunternehmen [BA 257]

Die Arbeit analysiert den Einfluss der B2C-Bekanntheit von großen Bauunternehmen auf Beziehungen zu Großkunden durch eine breite Umfrage und die Erhebung qualitativer Experteninterviews. Aus den Ergebnissen der Umfrage wurde ein Überblick über die Bekanntheit von ausgewählten Bauunternehmen gegeben, der häufigste Bekanntheitsursprung sowie das durch die Teilnehmer bewertete Image der Bauunternehmen ermittelt. Dabei fällt auf, dass große Bauunternehmen nicht zwingend bekannter sind als weniger große, welche aber in der Nähe des Erhebungsortes ansässig sind. Der häufigste Bekanntheitsursprung stellt zudem die Baustelle dar, was auf die ansonsten wenigen Berührungspunkte der Bauunternehmen mit der breiten Bevölkerung zurückzuführen ist. Das ist auch ein Grund für die sehr ähnlichen Bewertungen des jeweiligen Unternehmensimages mit der Tendenz in Richtung Neutralität. In den Experteninterviews wird eine Steigerung der Bekanntheit und eine Imagepflege im B2C-Bereich häufig in Verbindung mit Personalgewinnung gebracht. In den Experteninterviews wurde deutlich, dass Bauunternehmen im Vergleich zu anderen Branchen noch nicht viele Berührungspunkte in der digitalen Welt haben. Entwicklungen gibt es von einigen Bauunternehmen hier aber deutlich. Das große Potenzial einer Imageaufwertung im Zuge einer Bekanntheitssteigerung sollte nicht unerkannt bleiben, um Chancen in Zukunft nutzen zu können.