

Online-Pressetext:

„Mehr Transparenz und Kundennähe“

Dussmann Wohnbau jetzt auch auf Facebook vertreten

Planegg, 03. Juni 2015 – Facebook ist erwachsen geworden. Zunehmend sind Inhalte gefragt, weicht die Selbstdarstellung vieler Profile wirklich relevanten Informationen und bekommt der Netzwerkgedanke ein neues, seriöseres Gesicht. Diese Entwicklung hat der Bauträger Dussmann Wohnbau in Planegg bei München aufmerksam beobachtet und seine Schlüsse gezogen. Ab sofort sind die Planegger nun mit einem eigenen Profil in dem sozialen Netzwerk vertreten. Geschäftsführer Dieter Dussmann: „Für einen Full-Service Anbieter von Immobilienlösungen ist die Präsenz auf Facebook ein wichtiger Schritt zu noch mehr Transparenz und Kundennähe. Dennoch haben wir diesen Internetauftritt abseits der für uns üblichen Kommunikationskanäle reiflich erwogen. Ein Bauträger agiert anders als beispielsweise ein Hersteller von Massenprodukten für den Endverbraucher, pflegt seine Marke unter anderen Gesichtspunkten und lebt eine ganz besondere Beziehung zu Kunden und Interessenten.“

Echtzeit-Informationen zum Baufortschritt

So ist denn die Facebook-Initiative von Dussmann innerhalb der Branche immer noch so etwas wie eine Pionierleistung. Viele Bauträger setzen weiterhin auf klassisches Marketing von der Bautafel über das Immobilien-Exposé bis zum „Tag der offenen Tür“. Dass Interessenten heute Wohneigentum als Lifestyle-Faktor werten, süchtig nach Informationen zur gekauften Wohnung sind und entsprechend ihrer hohen Investition mehr erwarten als das Übliche, hat noch nicht jeder Anbieter verinnerlicht. Umso größer die Chance, sich auf Facebook weiter zu profilieren und die Konturen des Unternehmens zu schärfen. So erfährt man aktuell auf dem Profil von Dussmann Wohnbau, wie der Baufortschritt des Projekts Isar-Terrassen vorankommt, was sich gerade auf der Baustelle tut und wie das Gebäude Form annimmt. Alles ist in Wort und Bild nachvollziehbar. Käufer nehmen in Echtzeit daran teil, wie ihr neues Zuhause zügig realisiert wird. „Wir nutzen Facebook wie eine Live-Kamera, um unseren Kunden einen Extra-Service zu bieten und sie bis zur Fertigstellung virtuell bei der Hand zu nehmen. Ein Zeichen dafür, dass wir diesen Weg mit ihnen gemeinsam gehen“ erklärt Dieter Dussmann das Konzept. „Schließlich verkaufen wir nicht nur vier Wände und ein Dach, sondern auch Lebenswelten, Visionen, das Gefühl, alles richtig gemacht zu haben. Das wollen wir auch mit unserer Facebook-Präsenz unterstreichen.“

Dem Markt die Hand reichen und ein Ohr leihen

Daneben möchte sich das Unternehmen immer wieder mit News zum Münchner Immobilienmarkt, Ausstattungstipps und Wissenswerten zu Wort melden – als Infobörse, bei der die Kommunikation mit Kunden und Interessenten bewusst gesucht wird. Im Immobilienbereich – zumal bei hochwertigen Angeboten wie denen von Dussmann Wohnbau – sind solche kommunikative Vernetzungen noch Neuland. Man darf gespannt sein, wie diese Handreichung zum Markt aufgenommen und sich etablieren wird.