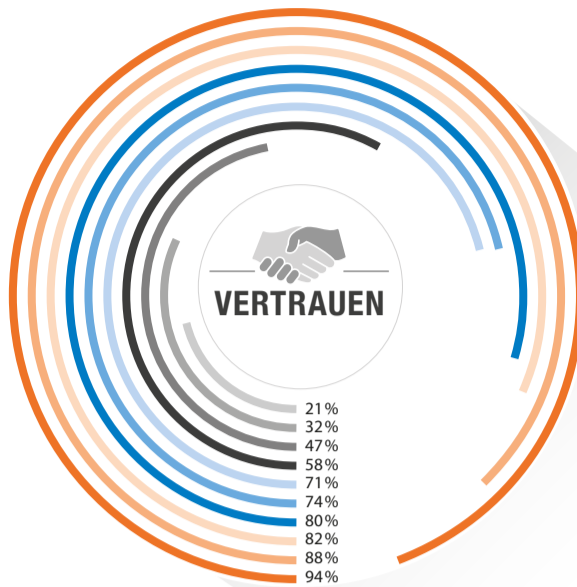


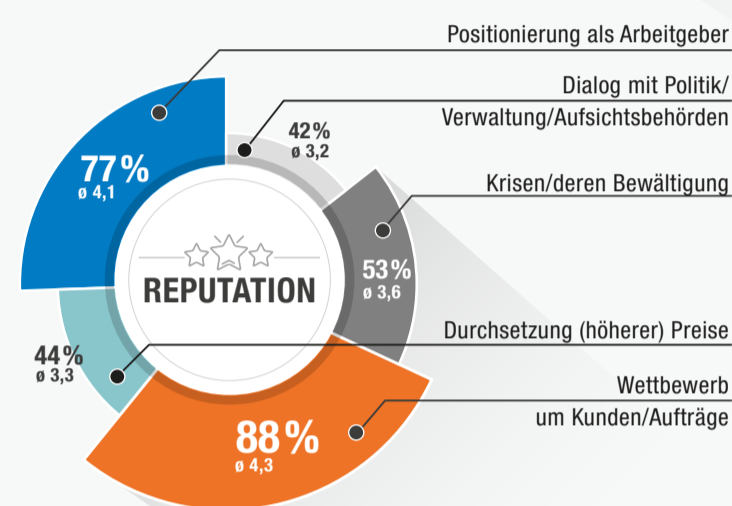
Ist der Ruf erst ruiniert, lebt es sich recht ungeniert – diesem Leitspruch können Deutschlands Immobilienprofis nicht viel abgewinnen. Fast 90% der Teilnehmer an der Immobilienumfrage 2017 von Edelman.ergo sind überzeugt, dass die Reputation eines Unternehmens sich stark oder sehr stark auf die Position im Wettbewerb um Kunden und Aufträge sowie auf die Positionierung als Arbeitgeber auswirkt. Dem Verhalten der eigenen Mitarbeiter wird ein besonders hoher Einfluss auf das Vertrauen zugeschrieben, das einem Unternehmen entgegengebracht wird – oder eben nicht. Wir präsentieren die wesentlichen Ergebnisse der Umfrage unter Immobilienprofis, die in diesem Jahr zum fünften Mal stattfand. Was aus den Resultaten für die Unternehmenskommunikation folgt, lesen Sie auf der zweiten Seite.

DIE EINFLUSSFAKTOREN FÜR DAS VERTRAUEN IN EIN UNTERNEHMEN

Original-Frage: „Welche Faktoren beeinflussen nach Ihrer Meinung das Vertrauen in ein Unternehmen?“ Auswahl auf Skala von 0 bis 5 möglich. Gezeigt wird Anteil der Antworten 4 und 5 an allen Antworten sowie der Durchschnitt aller Antworten (in Klammern).



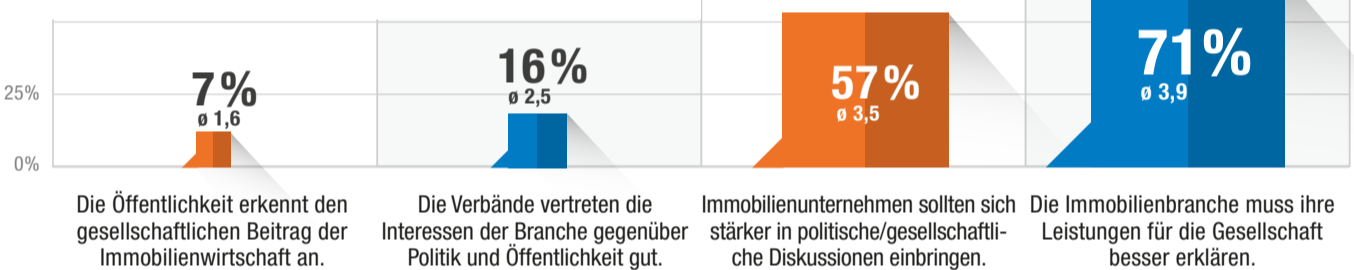
- Qualität der Produkte (Ø 4,7)
- Verhalten Mitarbeiter (Ø 4,3)
- Kontroverse Geschäftspraktiken/Verwicklung in Skandale etc. (Ø 4,3)
- Verhalten CEO/Top-Management (Ø 4,1)
- Umgang mit Fehlern/Mängeln (Ø 4,0)
- Kommunikation (Ø 3,9)
- Markenstärke (Ø 3,7)
- Meinungen Dritter (Ø 3,3)
- Compliance-Standards (Ø 2,8)
- Gesellschaftliches Engagement des Unternehmens (Ø 2,6)



EINE AUSREICHEND GUTE REPUTATION HAT POSITIVE EFFEKTE

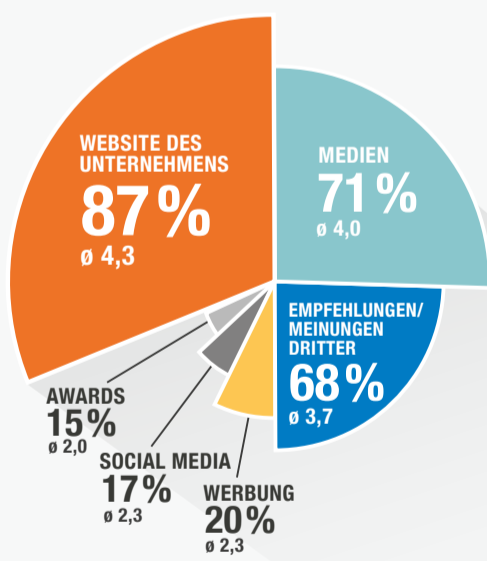
Original-Frage: „Wo wirkt sich die Reputation eines Unternehmens nach Ihrer Meinung und Erfahrung aus?“ Auswahl auf Skala von 0 bis 5 möglich. Gezeigt wird Anteil der Antworten 4 und 5 an allen Antworten sowie der Durchschnitt aller Antworten.

STÄRKERER DIALOG NOTWENDIG MIT POLITIK & ÖFFENTLICHKEIT



Original-Frage: „Bewerten Sie die folgenden Aussagen“. Auswahl auf Skala von 0 (keine Zustimmung) bis 5 (starke Zustimmung) möglich. Gezeigt wird Anteil der Antworten 4 und 5 an allen Antworten sowie der Durchschnitt aller Antworten. Weitere genannte Aussagen: Die Immobilienwirtschaft leistet einen bedeutenden Beitrag zur Lösung gesellschaftlicher Aufgaben (42%, Ø 3,1), Die Zusammensetzung der nächsten Bundesregierung hat wesentlichen Einfluss auf die Perspektiven der Immobilienwirtschaft (45%, Ø 3,2).

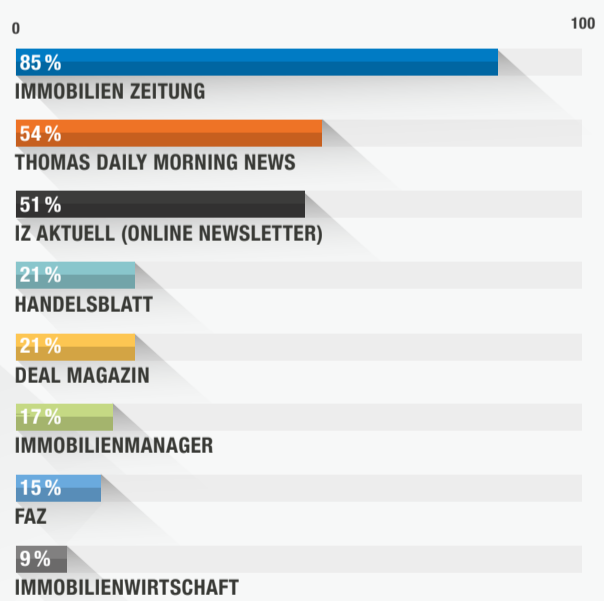
WEB UND MEDIEN WICHTIGSTE KANÄLE FÜR INFORMATIONEN



Original-Frage: „Welche Bedeutung haben die folgenden Kanäle für Sie, wenn Sie sich über ein Unternehmen informieren?“ Auswahl auf Skala von 0 bis 5 möglich. Gezeigt wird Anteil der Antworten 4 und 5 an allen Antworten, sowie der Durchschnitt aller Antworten.

Weitere genannte Kanäle: Aussagen von Vertriebsmitarbeitern (23%, Ø 2,6), Messen/Konferenzen (29%, Ø 2,9), Rankings (38%, Ø 3,0), Informationen aus Datenbanken (42%, Ø 3,1)

DIE WICHTIGSTEN MEDIEN FÜR IMMOBILIENTHEMEN

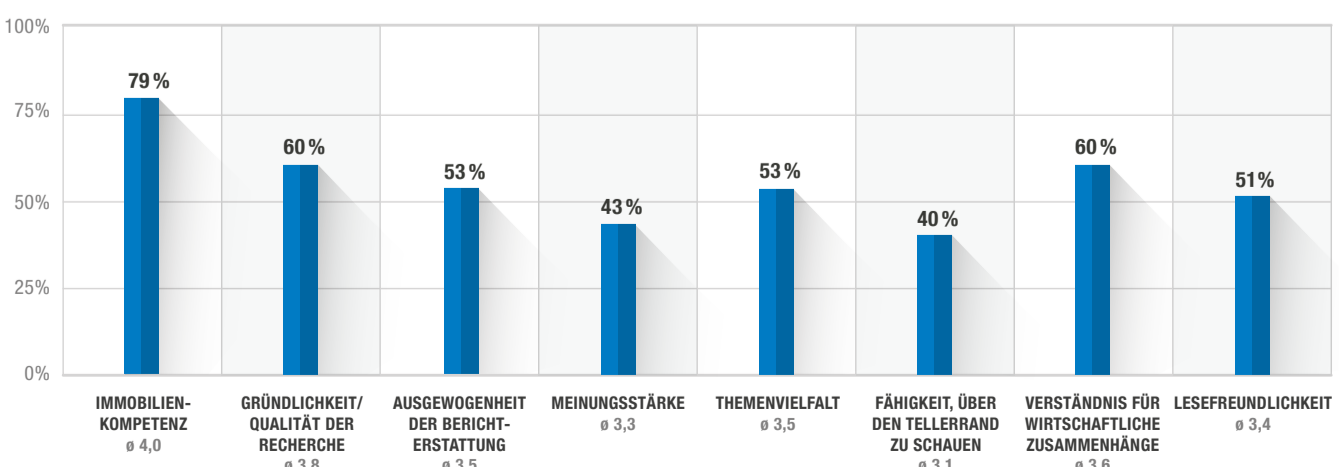


Original-Fragestellung: „Nennen Sie die aus Ihrer Sicht wichtigsten Medien für Immobiliethemen in Deutschland.“ Es waren maximal drei Nennungen möglich. Gezeigt wird Anteil der Nennungen der einzelnen Medien an der Gesamtzahl der Nennungen.

Weitere genannte Medien: Koni-i (6%), Die Welt (5%), Die Immobilie (4%), Börsen Zeitung (2%)

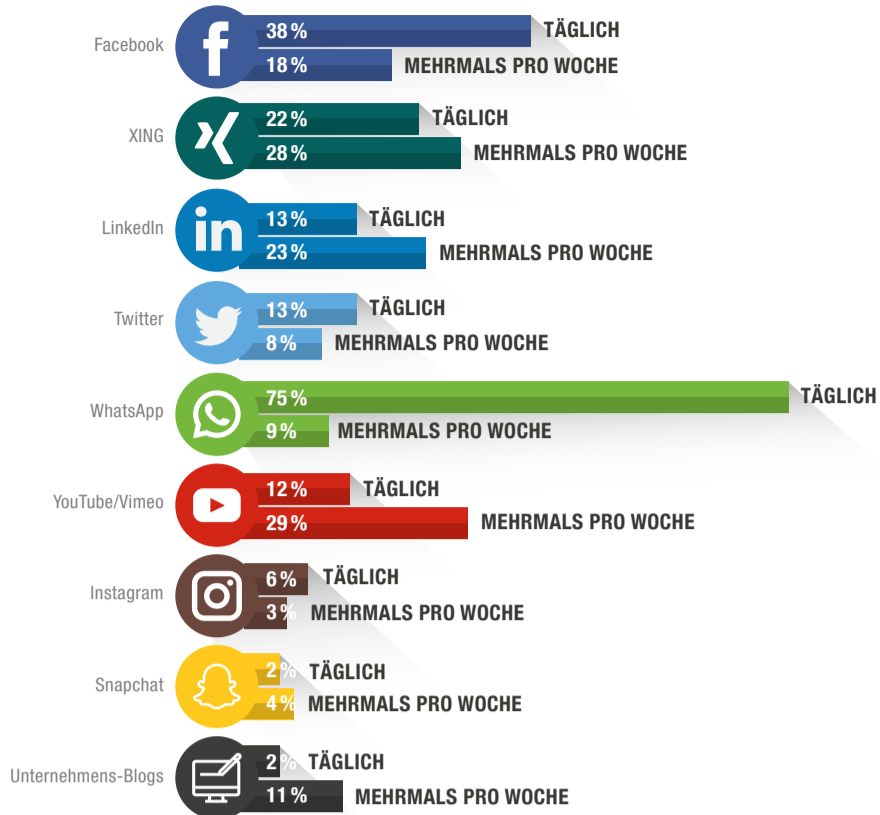
GUTE NOTEN FÜR DIE QUALITÄT DER DEUTSCHEN IMMOBILIENMEDIEN

Original-Frage: „Wie bewerten Sie die deutschen Immobilienmedien im Hinblick auf ...?“ Auswahl auf Skala von 0 bis 5 möglich. Gezeigt wird Anteil der Antworten 4 und 5 an allen Antworten sowie der Durchschnitt aller Antworten (unter den Säulen).



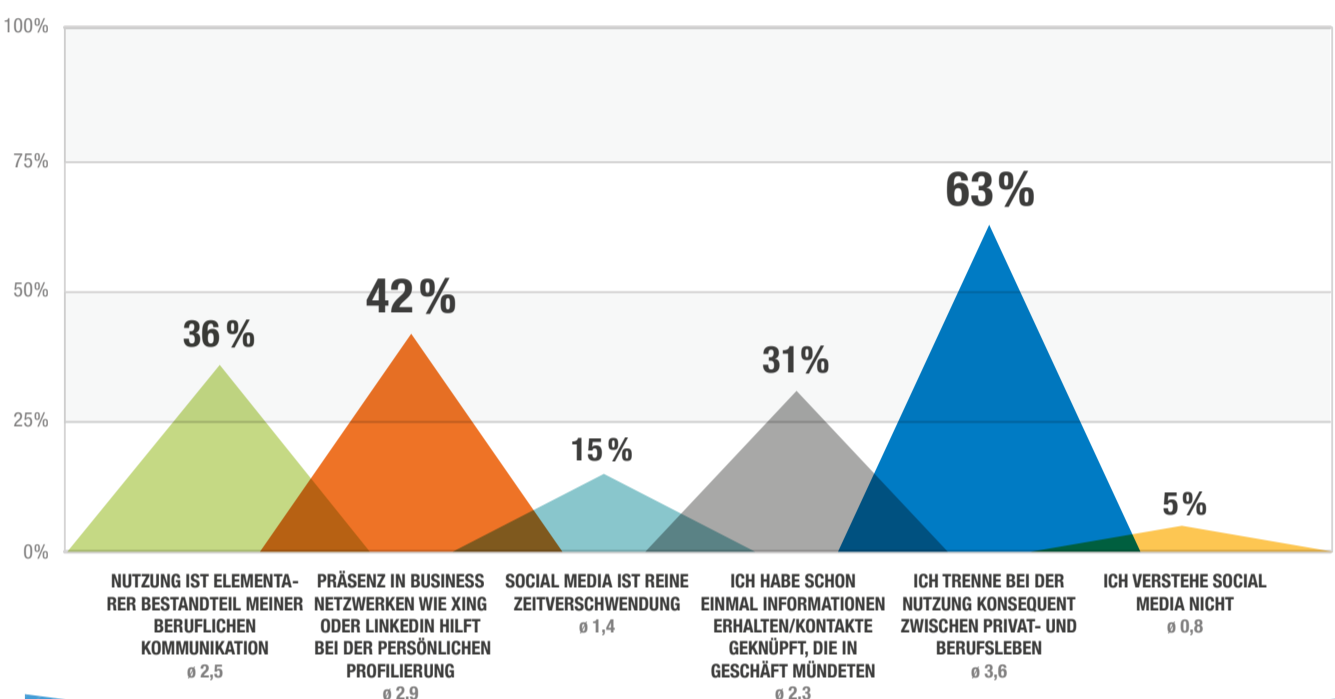
IMMO-PROFIS NUTZEN SOCIAL MEDIA OFT UND REGELMÄßIG

Original-Fragestellung: „Welche der folgenden Social-Media-Plattformen nutzen Sie?“ (Auswahl: täglich – mehrmals pro Woche – einmal pro Woche – selten – nie). Anteil der jeweiligen Antworten in %.



IMMO-PROFIS NUTZEN VERTRIEBS- WIRKUNG BEI SOCIAL MEDIA

Original-Frage: „Wie bewerten Sie die folgenden Aussagen zu Social Media?“ Auswahl auf Skala von 0 (keine Zustimmung) bis 5 (starke Zustimmung) möglich. Gezeigt wird Anteil der Antworten 4 und 5 an allen Antworten sowie der Durchschnitt aller Antworten (unten).



SCHLUSSFOLGERUNGEN AUS DEN ERGEBNISSEN FÜR DIE UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

Kommunikation, die Mitarbeiter motiviert und befähigt, Botschafter für das eigene Unternehmen zu sein, zahlt sich auch im Vertrieb aus.

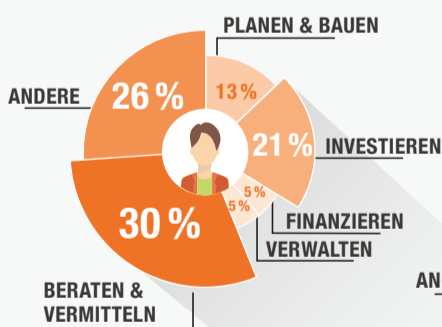
Die Unternehmenswebsite und eine ausreichende Medienpräsenz sind wesentlich für eine B2B-orientierte Kommunikation.

Die Business-Netzwerke XING und LinkedIn gehören zum Medienmix selbstverständlich dazu.

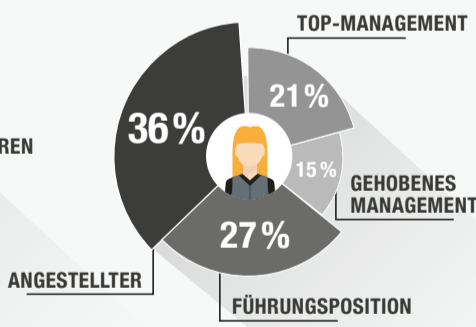
Unternehmen sollten die gesellschaftliche Komponente ihres Geschäftsmodells in der Kommunikation stärker berücksichtigen.

ZUSAMMENSETZUNG DES PANELS:

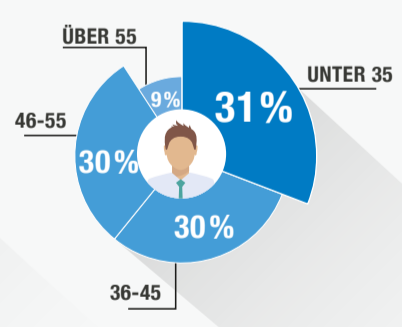
IN WELCHEM BEREICH DER IMMOBILIENBRANCHE ARBEITEN SIE?



WELCHE POSITION BEKLEIDEN SIE?



WELCHER ALTERSGRUPPE GEHÖREN SIE AN?



Die Edelman.ergo Immobilienumfrage fand im Juli und August 2017 statt. An der onlinebasierten anonymen Umfrage haben etwa 200 Immobilienprofis aus Deutschland teilgenommen.

IMMOBILIENKOMMUNIKATION BEI EDELMAN.ERGO

Edelman.ergo verbindet fundiertes Immobilien- und Investment-Knowhow eines spezialisierten Branchenteams mit der umfassenden Kommunikationsexpertise und dem breiten Leistungsspektrum einer der größten Kommunikationsberatungen in Deutschland. Edelman.ergo ist eine der führenden Kommunikationsagenturen in Deutschland mit Büros in Berlin, Hamburg, Köln, Frankfurt am Main und München und Teil von Edelman, einer der führenden globalen Communications Marketing Agenturen. Wir sind vor Ort präsent: in Deutschland, in Europa in allen wichtigen Finanz- und Immobilienmärkten, unter anderem in London und Paris. Und global mit Standorten in Amerika und in Asien.

Wir entwickeln kreative 360°-Kommunikation, die Unternehmen und Organisationen eine unverkennbare Stimme verleiht, ihre Kunden zu Fans macht und ihre Reputation schützt. Unsere 350 Experten beraten in den Bereichen Strategie & Executive Communication, Social Media & Digitales Marketing, Markenkommunikation, Unternehmenskommunikation, Corporate Affairs, Finanz- und Kapitalmarktkommunikation, Gesundheitskommunikation, Krisenkommunikation sowie Film-, Video- und Fotoproduktion. In einer Umfrage des Fachmagazins Immobilienmanager im Jahr 2016 wurde Edelman.ergo unter die Top 4 der Agenturen mit der größten Kompetenz bei Immobilienthemen gewählt.

Sprechen Sie uns gerne an, wenn Sie mehr wissen möchten!

Edelman.ergo GmbH
Niddastraße 91
60329 Frankfurt am Main
www.edelmanergo.com

Matthias Freutel
069 271389-13
matthias.freutel@edelmanergo.com

Edelman.ergo
in Deutschland:

Hamburg:
Medienpark Kampnagel
Barmbeker Straße 4
22303 Hamburg

Berlin:
Charlottenstraße 68
10117 Berlin

Köln:
Agrippinawerft 28
50678 Köln

Frankfurt am Main:
Niddastraße 91
60329 Frankfurt

München:
Pelkovenstraße 147
80992 München