



Presse-Information

## **Mobile Generalisten im Blick**

# **BAUKING startet Online-Kampagne für werkstattlose Handwerker**

- Neuer Online-Service erschließt neue Zielgruppe im Handwerk
- Hochwertige Inhalte mit Mehrwert für mobile Generalisten – von Infografik bis Ratgeber
- Passgenaue Formate zu Themen wie Baurecht, Versicherungen und Vorsorge sowie Marketing

**Iserlohn, 13. August 2018. Die BAUKING AG in Iserlohn, eines der marktführenden Unternehmen im Baustoff-/Holzfachhandel und Baumarktbereich, hat eine Online-Kampagne für werkstattlose Handwerker gestartet: Mit hochwertigen Inhalten spricht der Händler auf seiner Website [www.bauking.de](http://www.bauking.de) gezielt mobile Generalisten im Handwerk an. Zu den Highlights zählen passgenaue Content-Marketing-Formate wie Infografiken, Ratgeber und Handbücher. Diese vermitteln Inhalte zu Themen wie Baurecht, Versicherungen und Vorsorge sowie Marketing. Die Infoangebote werden über eine Marketing-Automation-Software (HubSpot) auch auf digitalen Kanälen geteilt und beworben. Der Erfolg der Maßnahmen wird kontinuierlich ausgewertet und individuell angepasst.**

„Es gibt immer mehr mobile Generalisten im Handwerk. Unsere Online-Aktion bietet diesen Klein- bzw. Kleinstbetrieben ohne eigene



Werkstatt maßgeschneiderte, hochwertige Inhalte mit Mehrwert an, die sie im Arbeitsalltag konkret unterstützen“, begründet Matthias Habedank, Leiter Marketing & E-Commerce der BAUKING, die neue Content-Marketing-Kampagne. „Wir möchten dadurch mehr über diese wichtige Zielgruppe erfahren, ihre Aufmerksamkeit auf die Marke BAUKING und unser Sortiment lenken sowie ein zusätzliches Online-Service-Angebot zum Thema Bauen schaffen.“

### **Highlights der Kampagne**

Content-Marketing hilft Unternehmen dabei, Interesse zu wecken, Leads zu konvertieren (d. h. qualifizierte Interessenten als Kunden zu gewinnen) und Kunden zu binden. Die Handwerker-Kampagne unter [www.bauking.de](http://www.bauking.de) stellt dafür relevante Inhalte und Themen mit durchweg informativem und lehrreichem Charakter bereit, die zum Teilen über die Social-Media-Kanäle anregen. Darüber hinaus bietet sie viele Kontaktpunkte mit dem Portfolio und Know-how von BAUKING. Die Inhalte stehen den Nutzern gegen Abgabe ihrer Daten aktuell kostenlos zum Download zur Verfügung:

- *5 Tipps zum neuen Bauvertragsrecht (Infografik)*
- *Fit in Vertragsrecht? Mach den Test! (Online-Check)*
- *Versicherungen und Vorsorge im Handwerk (Ratgeber)*
- *Marketing-Guide für Handwerker (Handbuch)*

### **Füttern der sozialen Netzwerke**

Zusätzlich werden die Inhalte gezielt auf unterschiedlichen Social-Media-Kanälen verteilt und beworben. Über suchoptimierte Landingpages, thematisch passende Blogposts und E-Mails werden die Nutzer persönlich kontaktiert und ihre Kontaktdaten gesammelt. Auch Monitoring und Erfolgskontrolle sind selbstverständlich Teil der Kampagne. Die Technik dazu stellt HubSpot, einer der führenden

Anbieter für Marketing Automation Software. HubSpot bildet in einem einzigen Tool alle kampagnenrelevanten Aktivitäten ab: das Teilen der Inhalte auf den diversen Kanälen, die Interaktion mit Nutzern und die effektive Auswertung der BAUKING-Kampagne.

„Klassische Marketingmaßnahmen“, so Habedank abschließend, „haben immer weniger Erfolg, weil die Menschen davon zunehmend genervt sind. Content-Marketing bietet Interessenten und Kunden dagegen genau das, was sie gerade suchen. So kann sich BAUKING als Problemlöser profilieren.“

Das neue Info-Angebot ist zu finden unter [wissen.bauking.de](http://wissen.bauking.de).

3.059 Zeichen

## Bildunterschrift(en):



Informative Inhalte für werkstattlose Handwerker bietet ab sofort die neue Online-Service-Plattform [wissen.bauking.de](http://wissen.bauking.de).



Fotos: BAUKING/MH  
(Abdruck honorarfrei)

### **Über die BAUKING AG**

Mit einem Gesamtumsatz von fast einer Milliarde Euro pro Jahr ist die BAUKING AG mit Sitz in Iserlohn eines der marktführenden Unternehmen im Baustoff- und Holzhandel in Deutschland. Ein dichtes Versorgungs- und Beratungsnetz aus insgesamt 130 Standorten mit nahezu 4.000 qualifizierten Mitarbeitern gewährleistet eine flächendeckend hohe Kompetenz im Fach- und Einzelhandel. Bundesweit werden über eine Million Stammkunden an 79 Fachhandelsstandorten betreut. Darüber hinaus besuchen mehrere Millionen Kunden jedes Jahr die 51 Hagebaumärkte der BAUKING AG.

Das BAUKING-Sortiment bietet alles, was Profis und Privatkunden zum Bauen brauchen. Ebenso umfassend ist die Dienstleistungspalette. Sie reicht von Finanzierung, Bauplanung und Versicherungen über Handwerkervermittlung und Kommissionier-Service bis hin zur Vermietung von Geräten, Gerüsten und Containern. Die BAUKING AG ist eingebettet in die Hagebau und somit Teil einer leistungsfähigen Kooperation von mittelständischen deutschen Baustoffhändlern. Für starken Rückhalt sorgt zudem die BAUKING-Mutter CRH. Das an den Börsen in Dublin, London und New York notierte Unternehmen mit der Zentrale in Dublin ist mit einem Jahresumsatz von rund 27 Mrd. Euro, 4.000 Standorten in 31 Ländern und 90.000 Mitarbeitern einer der weltweit größten Konzerne im Sektor Produktion und Vertrieb von Baustoffen sowie baunahen Produkten.

### **Kontakt bei Fragen oder weiterführende Informationen:**

Matthias Habedank  
Leiter Marketing & E-Commerce  
BAUKING AG  
Reiterweg 2



58636 Iserlohn

Tel: 02371 960 154

E-Mail: [matthias.habedank@bauking.de](mailto:matthias.habedank@bauking.de)

**Besuchen Sie auch unseren News-Bereich auf unserer Homepage:  
[www.bauking.de/news](http://www.bauking.de/news)**