

**Abstract:** Der Wunsch nach Partizipationsmöglichkeiten bei Bau- und Infrastrukturprojekten nimmt in der Bevölkerung stetig zu. Vorhabenträger nutzen verschiedene Kommunikationsinstrumente wie Websites, Flyer oder Baustellenbesichtigungen, um Zielgruppen zu informieren und mit ihnen in den Dialog zu treten. Social Media ist mittlerweile ein fester Bestandteil des täglichen Lebens, doch bisher gibt es nur wenige Studien, die den Einsatz von Social Media bei Bau- und Infrastrukturprojekten untersuchen. Diese Arbeit analysiert anhand von drei Forschungsfragen, wie Vorhabenträger Social Media einsetzen:

1. Welche Social-Media-Plattformen werden eingesetzt?
2. Wie häufig werden diese Plattformen eingesetzt?
3. Zu welchem Zweck und mit welchem Inhalt werden Social-Media-Plattformen eingesetzt?

Die Forschungsfragen wurden durch eine quantitative Inhaltsanalyse untersucht, die den Social-Media-Auftritt von 57 Vorhabenträgern bei 76 Bau- und Infrastrukturprojekten in Deutschland analysierte. Die untersuchten Plattformen waren Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn und Twitter (X). Von den 57 Vorhabenträgern hatten 51 ein Profil auf mindestens einer dieser Plattformen, wobei die meisten auf vier Plattformen aktiv waren. Facebook wurde am häufigsten genutzt, gefolgt von Instagram und YouTube, während LinkedIn und Twitter weniger eingesetzt wurden.

Insgesamt wurden 159 projektbezogene Beiträge auf Facebook, Instagram und YouTube analysiert. Diese Untersuchung konzentrierte sich ausschließlich auf projektbezogene Inhalte, während andere thematische Beiträge ausgeklammert wurden. Auf Facebook war die höchste Aktivität festzustellen, gefolgt von Instagram und mit deutlichem Abstand YouTube. Die durchschnittliche Postingfrequenz lag bei 0,25 Beiträgen pro Woche auf Facebook, 0,18 auf Instagram und 0,04 auf YouTube. Die hohe Aktivität auf Facebook kann auf seine Bekanntheit und große Nutzerbasis zurückgeführt werden. Instagram eignet sich besonders für die ansprechende visuelle Darstellung von Projektideen, Baufortschritten und Rückblicken auf Veranstaltungen. Die geringe Aktivität auf YouTube könnte auf den höheren Aufwand bei der Produktion qualitativ hochwertiger Videos zurückzuführen sein.

Die Analyse der Social-Media-Beiträge zeigt, dass diese überwiegend zu Informationszwecken genutzt werden. Social Media wird primär in der Planungs- und Bauphase eingesetzt. Insgesamt wird Social Media in allen Phasen hauptsächlich zur Informationsvermittlung verwendet.

**Art der Arbeit:** Bachelor-Arbeit

**Verfasserin:** Jana Ulbricht

**E-Mail:** jana@ulbrichtfamilie.de

