



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Fertighausanbieter sind sportlich unterwegs im Sponsoring



Mit insgesamt 132 Sponsoringprojekten zeigen sich die zehn untersuchten Fertighausanbieter engagiert. Den größten Anteil ihrer Fördermaßnahmen widmen sie dem Sportbereich, auf den 41 Prozent aller erfassten Projekte entfallen. Danach folgen soziale Projekte mit knapp 27 Prozent und Bildungsinitiativen mit 20 Prozent Anteil.

Esslingen am Neckar, 24. Oktober 2025 – In der thematischen Ausrichtung ihrer Sponsoringaktivitäten setzen die zehn analysierten Fertighausanbieter klar auf den Bereich Sport, der mit einem Anteil von 41 Prozent an allen Projekten dominiert. 43 Prozent der Sportförderungen entfallen auf den Fußball, 31 Prozent auf weitere Mannschaftssportarten und rund ein Viertel auf Einzeldisziplinen. Alle Anbieter haben im vergangenen Jahr Sportprojekte gefördert, wobei die Anzahl pro Sponsor zwischen zwei und elf variiert.

Ein Blick auf die Anbieterkennzahlen zeigt, dass FingerHaus mit elf Sportprojekten den größten Anteil an allen in der Studie erfassten Sport-Sponsorings stellt. WeberHaus folgt mit acht Projekten, während OKAL und ELK jeweils sechs sportbezogene Förderungen umsetzen. Eine Ausnahme bildet Town & Country Haus, bei dem die Schwerpunkte auf sozialen und bildungsbezogenen Projekten liegen.

Hinter dem Sport folgt der Themenbereich Soziales mit knapp 27 Prozent aller Sponsorings. Das Hauptaugenmerk liegt hier auf der Unterstützung von Kindern und Jugendlichen, die 69 Prozent der Sozialprojekte ausmacht. Darüber hinaus werden Menschen mit Behinderungen sowie sozial Benachteiligte gefördert. Bildungsprojekte stellen mit rund einem Fünftel aller Fördermaßnahmen einen weiteren Schwerpunkt dar, wobei insbesondere Schulen und Vorschulen im Mittelpunkt stehen. Kultur spielt mit acht Prozent eine eher untergeordnete Rolle, während lediglich fünf Initiativen – ausgehend von zwei Anbietern – dem Umweltbereich zuzuordnen sind.

Die Reichweite der Engagements variiert von kleineren regionalen Projekten bis hin zu nationalen und internationalen Fördermaßnahmen. Mit einem Anteil von 83 Prozent liegt der Fokus klar auf regionalen Sponsorings. Entsprechend fällt die Bandbreite der Fördersummen vergleichsweise gering aus und bewegt sich in der Regel zwischen 1.000 und 8.000 Euro pro Projekt. Zwischen den einzelnen Unternehmen zeigen sich jedoch deutliche Unterschiede: Während Town & Country Haus nahezu ausschließlich regionale Projekte unterstützt, beträgt der entsprechende Anteil bei OKAL lediglich 29 Prozent zugunsten überregionaler und internationaler Aktivitäten.

Auch hinsichtlich der Periodizität bestehen markante Unterschiede. OKAL konzentriert sich mit 86 Prozent auf langfristige, dauerhafte Förderungen, während im anderen Extrem einer der zehn untersuchten Fertighausanbieter 88 Prozent seiner Sponsorings einmalig realisiert. Insgesamt werden 38 Prozent aller Projekte kontinuierlich unterstützt, weitere 17 Prozent mindestens einmal jährlich.

Über die Studie:

Die ‚Studie Sponsoring Fertighausanbieter 2025‘ von *research tools* analysiert 132 Sponsoringprojekte der zehn besonders sponsoringaktiven Fertighausanbieter ELK, Fertighaus Weiss, FingerHaus, Haas Fertigbau, HanseHaus, Heinz von Heiden, OKAL, SchwörerHaus, Town & Country Haus und WeberHaus. Sie gibt auf 161 Seiten Einblick in die fünf Sponsoringbereiche Bildung, Kultur, Soziales, Sport und Umwelt. Der Untersuchungszeitraum der analysierten Projekte umfasst zwölf Monate.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-sponsoring-fertighausanbieter-2025/>

Die Studienherausgeber:

Der Spezialist für Marketinganalyse **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, wettbewerbsorientierte Marktforschung.

www.research-tools.net

www.linkedin.com/company/research-tools-net

Pressekontakt:

Uwe Matzner

research tools

Kesselwasen 10

73728 Esslingen am Neckar

Tel. +49 (0)711 - 55090381

Fax +49 (0)711 - 55090384

uwe.matzner@research-tools.net