



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Bis zu 1.062 Immobilienvermittler werben monatlich



**In den vergangenen fünf Jahren ist die Zahl der monatlich werbenden Immobilienvermittler stark gestiegen und erreichte mit 1.062 Marken ihren Höchstwert. Gleichzeitig gingen die Werbeausgaben deutlich zurück und liegen mit rund 104 Mio. Euro inzwischen weit unter dem Ausgangsniveau von 198 Mio. Euro**

*Esslingen am Neckar, 11. September 2025* – Zwischen Juni 2024 und Mai 2025 haben im Jahresmittel 958 Marken Werbung für Immobilienvermittlung geschaltet. Ihre Zahl ist in den vergangenen fünf Jahren bei nur geringen saisonalen Schwankungen von 766 um 26 Prozent gestiegen. Die Entwicklung der Werbeausgaben verläuft allerdings entgegengesetzt: Nach einem Anstieg von 198 auf 208 Mio. Euro fielen sie im vorletzten Jahr auf unter 104 Mio. Euro und haben sich seitdem auf diesem Niveau stabilisiert.

Diese gegenläufige Dynamik führt zu einer sinkenden Werbekonzentration: Entfielen vor drei Jahren noch über 41 Prozent der gesamten Investitionen auf die zehn ausgabestärksten Marken, liegt ihr Anteil aktuell nur noch bei rund 26 Prozent. Die Top 3 – Dahler & Company, McMakler und Volker von Wülfig Immobilien – vereinen gemeinsam 13,6 Prozent der Ausgaben der Branchenausgaben. McMakler hält über den gesamten Fünfjahreszeitraum hinweg die Spitzenposition.

Im Mediensplit wird deutlich, dass die Hälfte der Top 10 eine einheitliche Werbestrategie verfolgen. datos Immobilien, Link Immobilien, Sparkasse Osnabrück, Volksbank Hannover und Volker von Wülfig Immobilien setzten ihre Budgets fast vollständig für Anzeigen in Zeitungen ein, während diese bei Dahler & Company und von Poll Immobilien immerhin den größten Anteil ausmachen. Auch im Gesamtmarkt dominieren Zeitungen mit zuletzt 64 Prozent aller Ausgaben und liegen damit weit über ihrem Anteil von 21 Prozent von vor drei Jahren. Im Kontrast dazu zeigen Sparda Immobilien mit Internetwerbung und McMakler mit TV-Werbung klare Fokussierungen.

Bemerkenswert ist auch, dass acht der zehn führenden Marken im vergangenen Jahr durchgängig geworben haben. Lediglich McMakler und Sparda Immobilien pausierten ihre Kampagnen zeitweise.

#### **Über die Studie:**

Die ‚Werbemarktanalyse Immobilienvermittlung 2025‘ von *research tools* untersucht die Werbeaktivitäten der Immobilienvermittler in Deutschland. Sie gibt auf 129 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Werbestrategien und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 500 Marken auf. Dabei werden die Werbeaktivitäten allgemein, sowie aufgeteilt nach Anbietergruppen, Produktgruppen, Mediengattungen, Zeitabschnitten und für jeden der zehn führenden Anbieter analysiert. Zudem bildet die Studie die wichtigsten Motive ab und visualisiert die Kommunikationspositionierungen der zehn Top-Marken.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-immobilienvermittlung-2025/>

**Der Studienherausgeber:**

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

[www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

[www.linkedin.com/company/research-tools-net](http://www.linkedin.com/company/research-tools-net)

Werbependingdaten und Werbemotive der Studie beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**, Hamburg.

[www.advision-digital.de](http://www.advision-digital.de)

**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](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)