

+++ AEG +++ Amazon +++ Bestway +++ Bosch +++ Buderus +++ Daikin +++ Dyson +++ Google +++ Homematic +++ LG +++ Miele +++ Philips +++
+++ Ring +++ Rowenta +++ Samsung +++ Siemens +++ Trotec +++ Vaillant +++ Viessmann +++ AEG +++ Amazon +++ Bestway +++ Bosch +++ B

Studiensteckbrief

Studie Haustechnik-Zielgruppe Hauseigentümer 2025

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

September 2025



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Haustechnik-
Zielgruppe Hauseigentümer 2025

Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



Worin unterscheidet sich die Zielgruppe in **soziodemografischer Hinsicht** von der Gesamtheit der Haustechnikkunden?



Welche **Motivatoren** sind für Hauseigentümer beim Produktkauf besonders relevant?



Zu welchen weiteren **Haustechnikprodukten** besteht in der Zielgruppe eine Affinität?



Welche **Anbieter** sind in der Zielgruppe überdurchschnittlich beliebt?



Wo kaufen Hauseigentümer ihre Haustechnikprodukte?



Über welche **Medien** erreiche ich die Zielgruppe besonders gut?



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Haustechnik-
Zielgruppe Hauseigentümer 2025

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Soziodemografie

22%



Hauseigentümer
in der Online-Bevölkerung

Produkt



Top-Produkte

- Smart Home-Geräte
- Solarpaneele/Photovoltaik
- Heizungsanlage/-anschluss

Kundenverhalten

13%

Abschluss aufgrund einer
Empfehlung

Anbieter

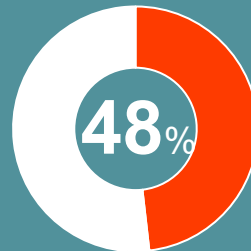
beliebteste Anbieter
(Marktanteil)

Bosch

Viessmann

Amazon

Kauforte



der
Haustechnikprodukt-
käufe erfolgen

online

Freizeit & Medien

die Zielgruppe
steht Werbung in

Zeitschriften

überdurchschnittlich
positiv gegenüber



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Haustechnik-
Zielgruppe Hauseigentümer 2025

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Hauseigentümer**

Analyseinhalte: **Soziodemografie, Marktanteile, Kunden-, Freizeit- und Medienverhalten** der Zielgruppe

Nutzung von **17 Produktkategorien** und **19 Haustechnikanbietern**

alle Information auf **70 PowerPoint-Seiten**

als **PDF und PowerPoint-Datei** kurzfristig verfügbar

Die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

Nutzen: Detailbetrachtung der Zielgruppe als Basis für kundenzentrierte Marketingmaßnahmen

Forschungsdesign:

- 2.000 Interviews
- online-bevölkerungs-repräsentativ
- Verbraucher in Deutschland
- davon 22 Prozent aus der Zielgruppe Hauseigentümer
- im September 2025 erschienen

Preis:

- die 70 Seiten umfassende Studie kostet **1.500 EUR** zuzüglich MwSt.



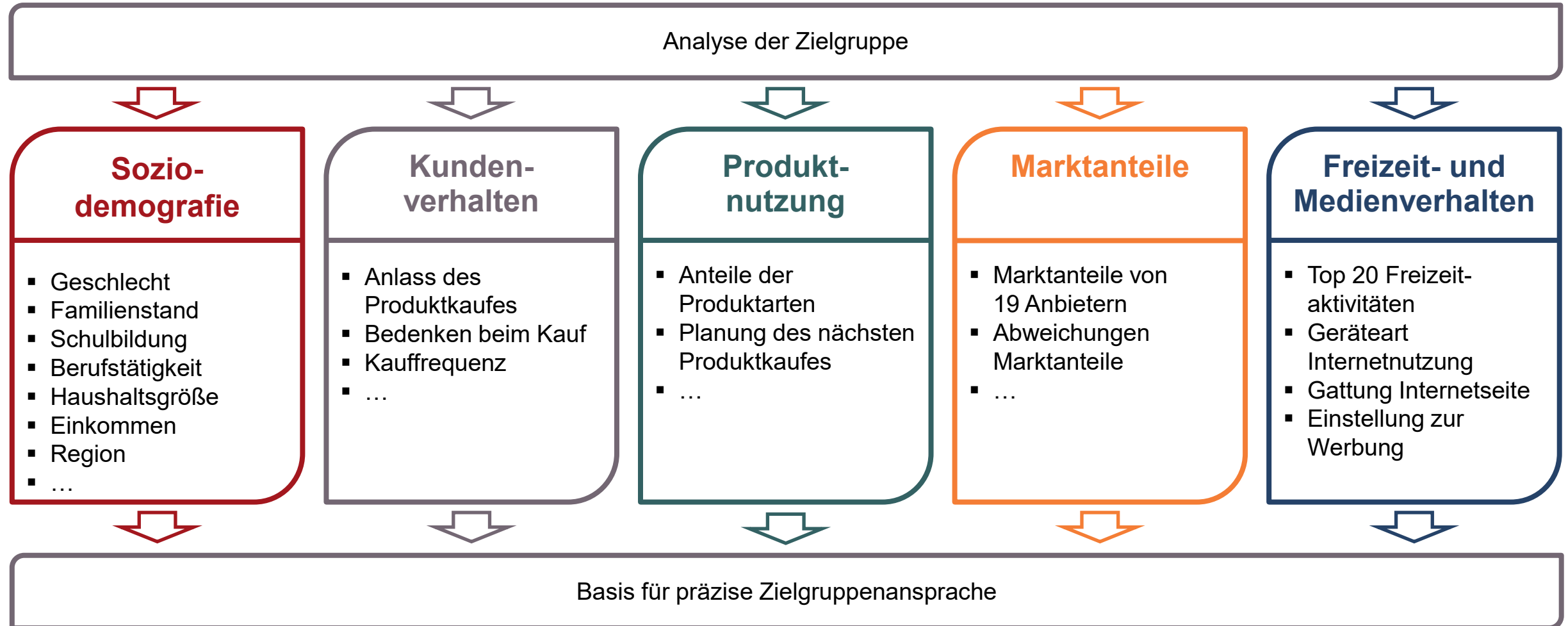
research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Haustechnik-
Zielgruppe Hauseigentümer 2025

Informationen zur Studie

Konzeption:



Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	8
➤ Soziodemografie	12
Vergleich der Zielgruppe mit der Vergleichsgruppe in den soziodemografischen Merkmalen Geschlecht, Altersstruktur, Familienstand, Schulbildung, Berufstätigkeit, Haushaltsgröße, Anteile der Kinder unter 18, Haushalts-Bruttoeinkommen, Region, Wohnsituation	
➤ Kundenverhalten	25
Branchenübergreifendes Kundenverhalten, Anlass der zuletzt gekauften Haustechnikproduktes, Bedenken beim Kauf, Kaufart des zuletzt gekauften Haustechnikproduktes, Frequenz der Käufe Kaufart nach Produktkategorie	
➤ Produktkategorien	33
Aktuell genutzte Produktkategorien, letzte zwei gekaufte Produktkategorien, voraussichtlich nächster Produktkauf, Differenz der Marktanteile, Anzahl der genutzten Produkte	
➤ Anbieter	41
Verteilung der Anbieter, Marktanteile der Anbieter, Abweichungen Marktanteile, Differenz der Marktanteile, Geschlechterverteilung	
➤ Kauforte	48
Verteilung der Kauforte, Marktanteile der Kauforte, Abweichungen Marktanteile, Differenz der Marktanteile, Geschlechterverteilung	
➤ Freizeitverhalten und Mediennutzung	54
Top 10 Medien, Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der Internetseite, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen, letzter Kontakt zum Anbieter	
➤ Kontakt	68

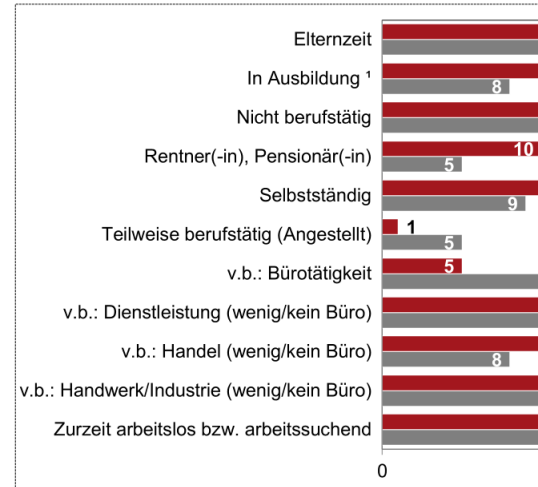


Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)

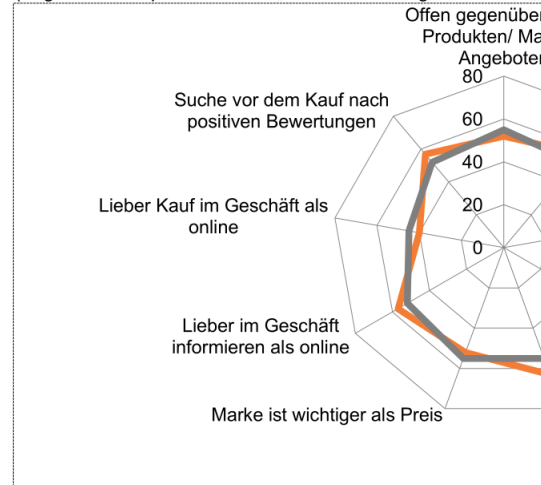


Fragestellung: Ihr Beruf? 1 Schule, Ausbildung, Studium, in Umschulung



Kundenverhalten

Kundenverhalten der Zielgruppe im Vergleich zu allen Haustechnik-Kunden
(Angaben als Top-2-Box-Werte „stimme voll und ganz zu“ und „stimme zu“)



Fragestellung: Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?

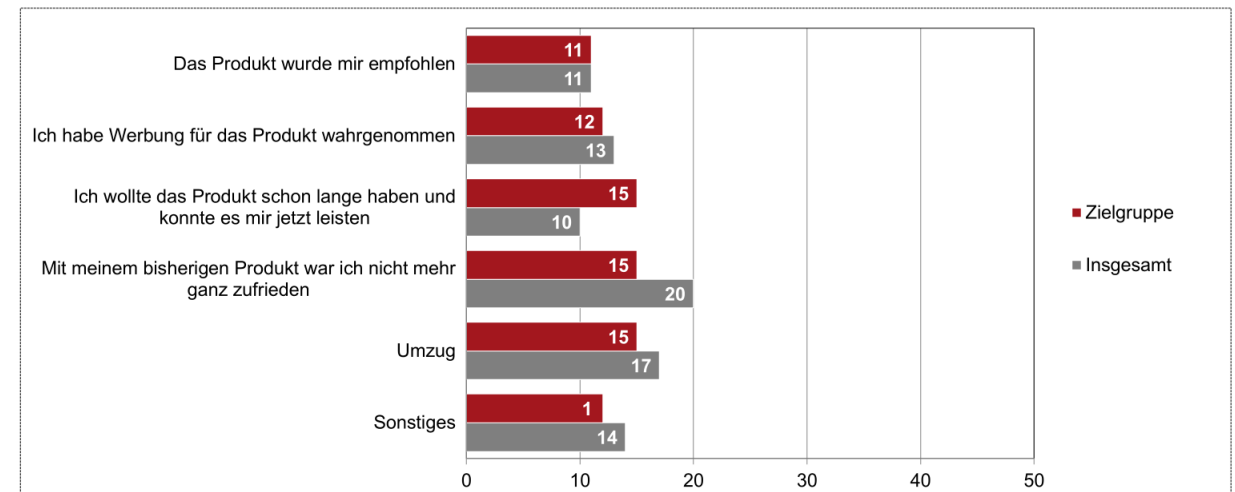


Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

Was war der konkrete Anlass für den letzten Produktkauf?

Kundenverhalten

Konkreter Anlass des letzten Produktkaufs (Angaben in %) (2 von 2)



Fragestellung: Aus welchem konkreten Anlass haben Sie das zuletzt gekaufte Produkt erworben? (Mehrfachantworten möglich)



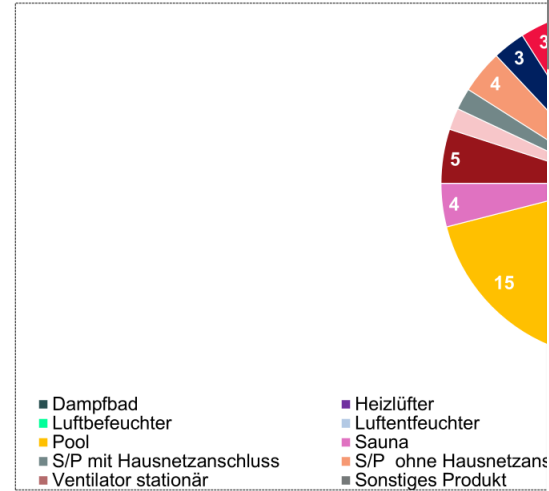
Studie Haustechnik-Zielgruppe
Hauseigentümer 2025

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produktkategorien

Marktanteile der Produktkategorien bei **geplantem Produktkauf**¹ in der Zielgruppe (Angaben in %)

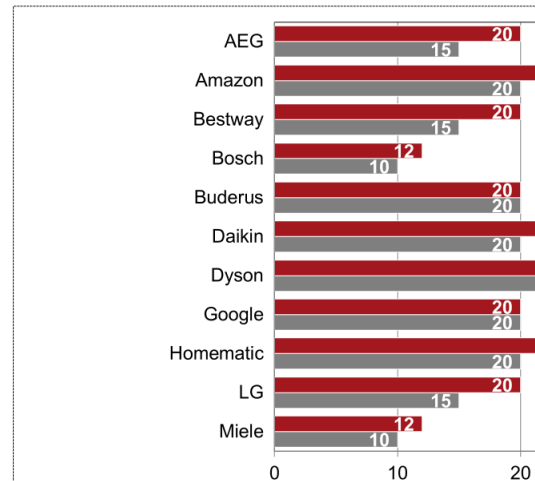


Fragestellung: Geben Sie nun an, welche Haustechnikprodukte Sie als nächstes abschließen



Anbieter

Verteilung der Produktkäufe auf die Anbieter¹ (1 von 2) (Angaben in %)



Fragestellung: Geben Sie nun an, von welchem Anbieter Sie die oben genannten Haustechnik-Produktkäufe ein Produkt von Bosch

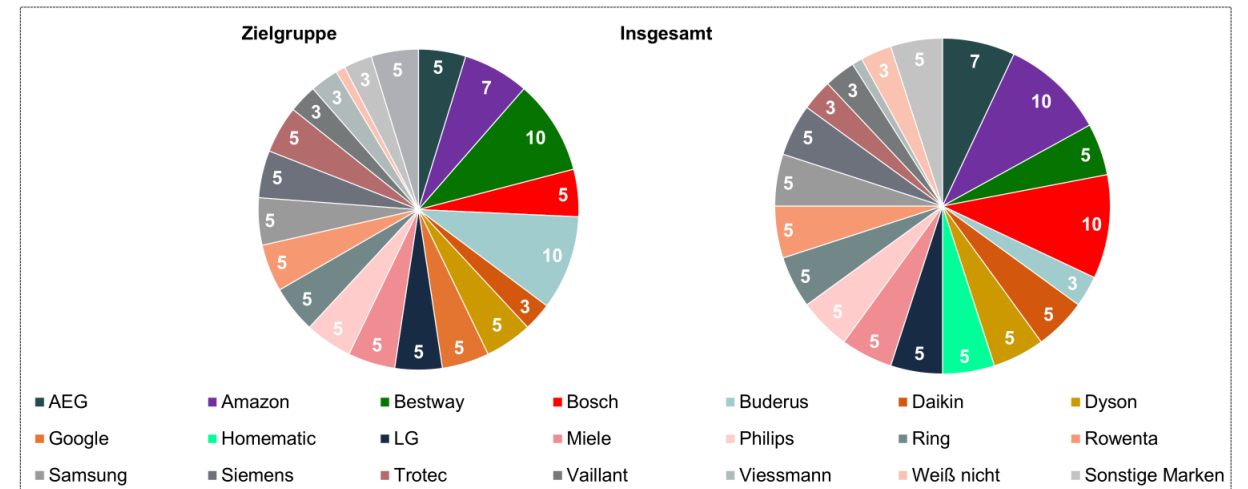


Welche Produktgruppen erwirbt die Zielgruppe verstärkt?

Welche Anbieter verzeichnen die höchsten Marktanteile?

Anbieter

Marktanteile der Anbieter¹ (Angaben in %)



1 Basis: letzte zwei Produktkäufe



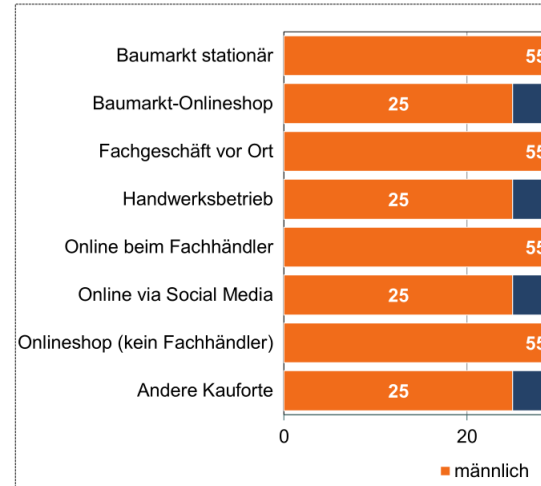
Studie Haustechnik-Zielgruppe
Hauseigentümer 2025

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Abschlussorte

Anteile der Geschlechter nach Kauforten in der Zielgruppe¹ (Angaben in %)

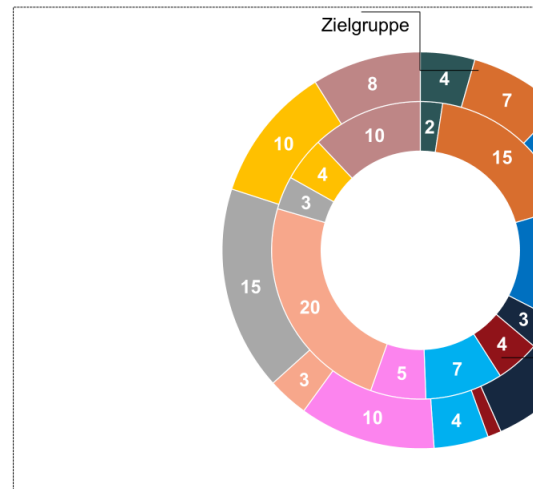


Fragestellung: Geben Sie nun an, wo Sie die oben genannten Haustechnikprodukte gekauft haben.



Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt besuchte Internetseite zuordnen?

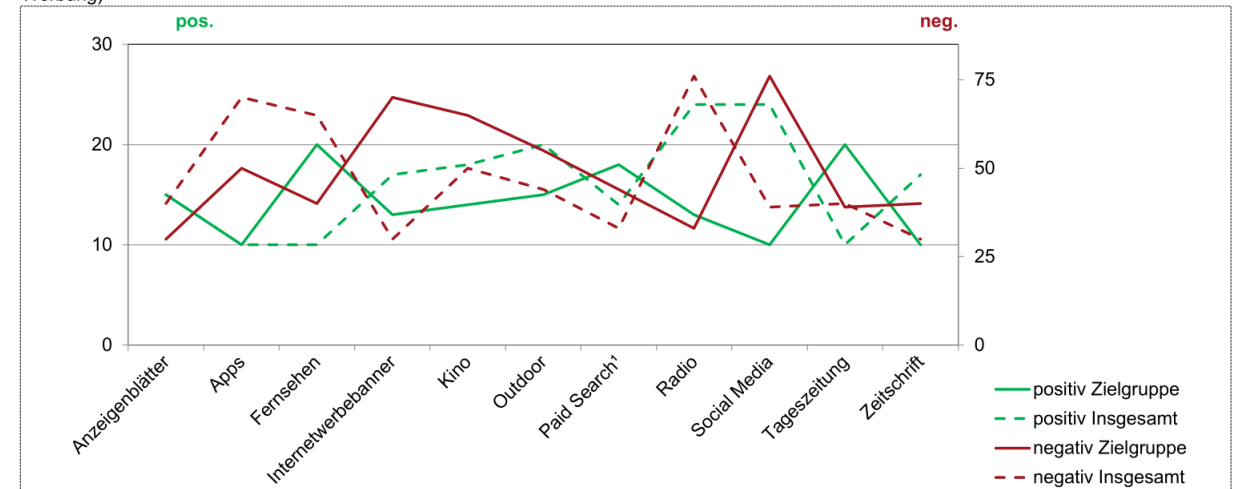


Welche Kauforte präferieren Frauen aus der Zielgruppe?

Über welche Medien kann ich die Zielgruppe erreichen?

Freizeitverhalten und Mediennutzung

Einstellung zur Werbung in der Zielgruppe (Angaben in durchschnittlichen Prozent, Zustimmung zu positiven und negativen Statements zur Werbung)



Fragestellung: Bitte bewerten Sie folgende Werbemaßnahmen. (Mehrfachantworten möglich) 1 Suchmaschinen-Anzeigen



Studie Haustechnik-Zielgruppe
Hauseigentümer 2025

Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

E-Mail: ronja.inhofer@research-tools.net

FAX: +49 (0)691 – 55090384

Auftragnehmer: research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 1.500 EUR zzgl. MwSt. die
Studie Haustechnik-Zielgruppe Hauseigentümer 2025.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____



Ihre Ansprechpartnerin für diese Studie ist:

Ronja Inhofer



Marketinganalytikerin
M.Sc. Planung und Partizipation
Tel.: +49 691 55090383, Fax +49 691 55090384
E-Mail: ronja.inhofer@research-tools.net

research tools

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten.

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist.

In der Branche ‚Haus und Garten‘ sind bisher über 170 Studien erschienen.
In der Studienreihe ‚Zielgruppenstudien‘ sind bisher mehr als 150 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Zuletzt zur Haustechnikbranche erschienen:

- Marketing-Mix-Analyse Smart Home 2025
- Werbemarktanalyse Wärmepumpen 2025
- Studie eVisibility Kopfhörer und Lautsprecher 2025
- Studie eVisibility Haussicherheit 2025
- Studie eVisibility Torsysteme 2024
- Werbemarktanalyse Heizungs- und Klimatechnik 2024

Haus und Garten: seit 2020 mehr als 90 Studien veröffentlicht

