

+++ 170 Sponsoringprojekte von zehn ausgewählten Baumaschinenherstellern +++ BOMAG +++ Collomix +++ DEUTZ +++ GEDA +++ Liebherr
+++ PALFINGER +++ SENNEBOGEN +++ Wacker Neuson +++ WIRTGEN +++ Zeppelin +++ 170 Sponsoringprojekte +++ BOMAG +++ Collomix ++

Studiensteckbrief

Studie Sponsoring Baumaschinenhersteller 2026

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Juli 2026



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Sponsoring Baumaschinenhersteller 2026

Ausgewählte Ergebnisse:

- Der Sponsoringschwerpunkt der analysierten Fertighausanbieter liegt auf dem Themenbereich „Soziales“. Davon entfallen die größten Anteile auf die beiden Kategorien „Kinder und Jugendliche“ und „Sozial Benachteiligte“.
- Die meisten Unternehmen fokussieren ihre Sponsoringaktivitäten auf regionaler Ebene. BOMAG, GEDA und Wirtgen verzeichnen dabei die größten Anteile.
- Von den 170 Sponsoringprojekten insgesamt sind lediglich 18 neue Projekte, die also in den letzten zwölf Monaten zum ersten Mal unterstützt wurden.
- 61 Prozent der Projekte werden permanent gefördert, neun Prozent einmalig.
- Die Projekte mit einem öffentlich kommunizierten Fördervolumen von mehr als 20.000 Euro entfallen auf nur vier der zehn Unternehmen.
- Die Kommunikation der Sponsorings via Social Media fällt in der Branche sehr spärlich aus. Die Bauunternehmen bevorzugen Pressemitteilungen.
- Eines der zehn Bauunternehmen zeichnet sich durch besonders effektive Öffentlichkeitsarbeit aus, eines verzichtet komplett auf Sponsoring-PR.

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Scope: Analyse von **170 Sponsoringprojekten**

von **zehn** ausgewählten **Baumaschinenherstellern**

Sponsoringbereiche: Bildung, Kultur, Soziales, Sport, Umwelt

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**
auf 161 PowerPoint-Seiten

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

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

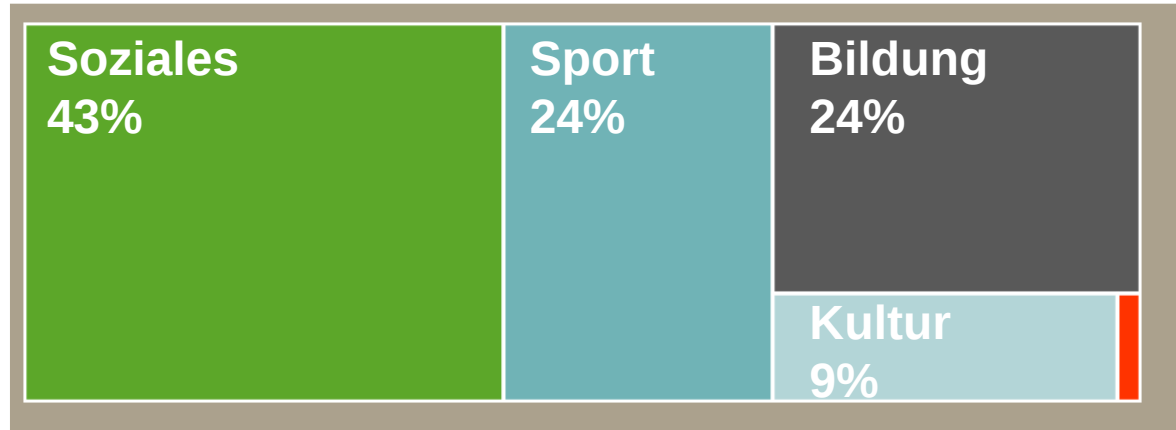
Nutzen: Basis für klare Positionierung und adäquate Reaktion
auf Marketingmaßnahmen der Wettbewerber

Zehn untersuchte Baumaschinenhersteller:

- BOMAG
- Collomix
- DEUTZ
- GEDA
- Liebherr
- PALFINGER
- SENNEBOGEN
- Wacker Neuson
- WIRTGEN
- Zeppelin

Informationen zur Studie

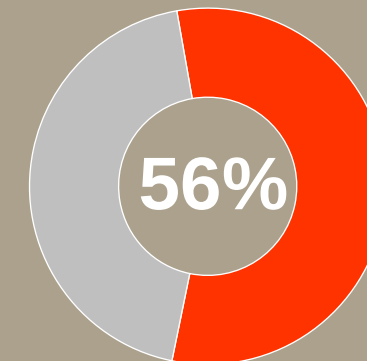
Key Facts der Analysebereiche:



größere Projekte:

- Home from Home (Zeppelin)
- Flüchtlingshilfe Ukraine (WIRTGEN)
- Internationaler Tischtennisverband (Liebherr)
- Ärzte ohne Grenzen (SENNEBOGEN)
- Tiroler Festspiele (Zeppelin)
- ...

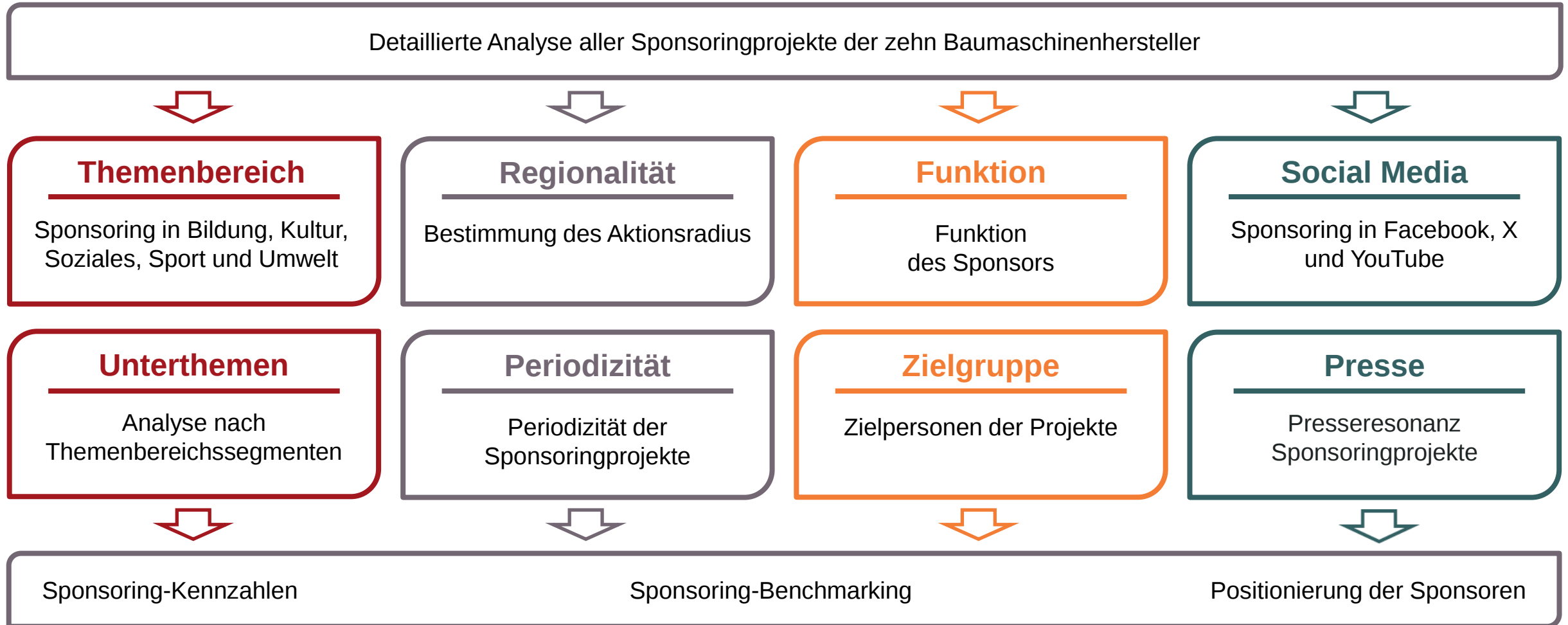
Projektanteil Top 3:



Liebherr
SENNE-
BOGEN
WIRTGEN

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Analysen:

- Branchenüberblick zu den Themenbereichen
- Anbieterkennzahlen zu Themenbereichen, Reichweite, Periodizität, Funktion des Sponsors, Zielgruppen der Projekte
- Projekte nach Themenbereichen und Kategorien
- Übersicht über sämtliche Sponsoringprojekte im Zwölf-Monats-Zeitraum
- Kommunikation der Projekte in Presse und Social Media
- Sponsoringausgaben auf Hochrechnungsbasis im Anbietervergleich
- Statistische Positionierungsanalyse der Anbieter

Die Studie in Zahlen:

- 170 analysierte Sponsoringprojekte
- 5 Themenbereiche
- 24 Unterthemen
- 10 Baumaschinenhersteller
- 4 Typisierungskriterien für Sponsoringprojekte
- 6 Arten von Quellen (Social Media mit 3 Social Media-Plattformen)

Forschungsdesign:

Für die Studie wurden mittels Desk Research folgende Quellen ausgewertet: Internet, Pressemitteilungen, Presseveröffentlichungen, Social Media, Unternehmenswebsites, Websites der Sponsoringnehmer. Die Studie berücksichtigt 170 Sponsoringprojekte im Zeitraum Januar bis Dezember 2025. Erfasst wurden alle Sponsoringprojekte der Anbieter, die in den genannten Quellen Sichtbarkeit zeigen. Die Studie ist im Juli 2026 erschienen.

Preis: Die 161 Seiten umfassende Studie kostet **3.200 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Sponsoring Baumaschinenhersteller 2026

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	5
➤ Forschungsdesign	10
➤ Branchenüberblick	16
▪ Themenbereiche	19
▪ Themenübergreifende Kennzahlen	24
➤ Anbieterkennzahlen	26
▪ Überblick	30
▪ Themenanteile im Sponsorenvergleich	34
▪ Periodizität	41
▪ Regionalität	42
▪ Zielgruppen	43
▪ Funktion des Sponsors	44
▪ Stiftungsprojekte	45
➤ Sponsoringausgaben (Hochrechnung)	46
➤ Projektübersicht	55
▪ BOMAG	57
▪ Collomix	61



Inhaltsverzeichnis

▪ DEUTZ	65
▪ GEDA	69
▪ Liebherr	73
▪ PALFINGER	77
▪ SENNEBOGEN	81
▪ Wacker Neuson	85
▪ WIRTGEN	89
▪ Zeppelin	93
➤ Sponsoringleistungen	97
▪ BOMAG	100
▪ Collomix	102
▪ DEUTZ	104
▪ GEDA	106
▪ Liebherr	108
▪ PALFINGER	112
▪ SENNEBOGEN	115
▪ Wacker Neuson	118



Inhaltsverzeichnis

▪ WIRTGEN	120
▪ Zeppelin	123
➤ Kommunikation	126
▪ Überblick	129
▪ Kommunikationsniveau	130
▪ Social Media Postings	131
▪ Sichtbarkeit des Sponsors	133
▪ Timeline Social Media	134
▪ Pressearbeit	143
➤ Neue und wichtige Projekte	146
➤ Markenpositionierung	152
➤ Kontakt	160

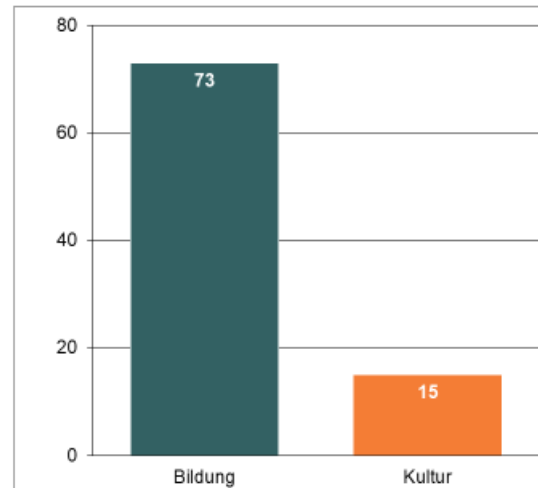


Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Branchenüberblick Themenbereiche

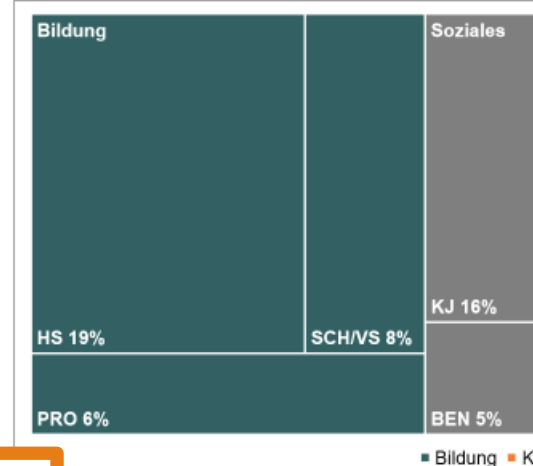
Anzahl Sponsoringprojekte in den Themenbereichen



research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Branchenüberblick Themenbereiche

Verteilung der Sponsoringprojekte auf Themenbereiche und



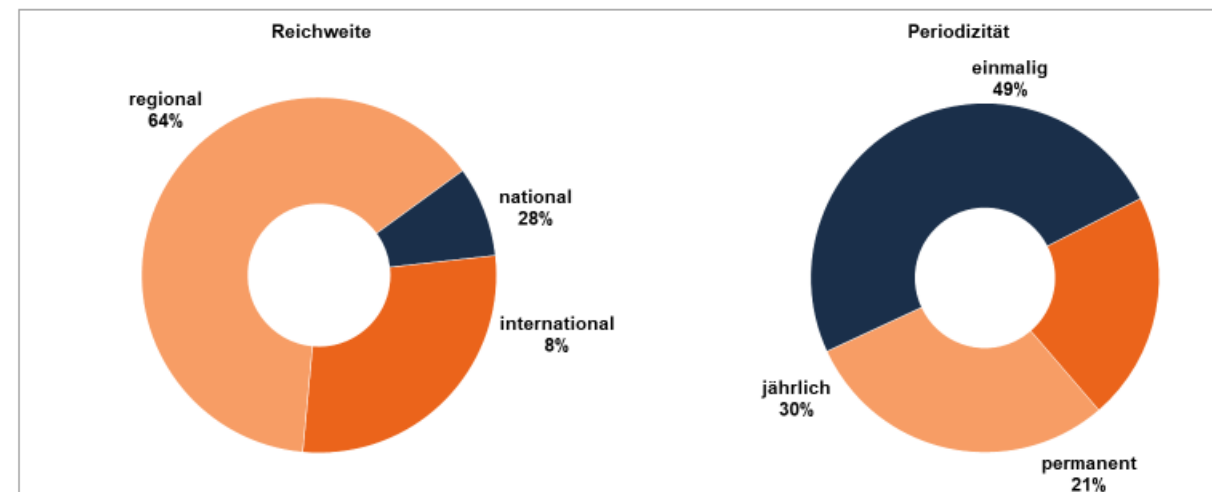
Welcher Themenbereich dominiert im Sponsoring?

Legende Sponsoringkategorien

research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Branchenüberblick Themenübergreifende Kennzahlen

Reichweite und Periodizität der Sponsoringprojekte (Angaben in Prozent aller Projekte)



research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

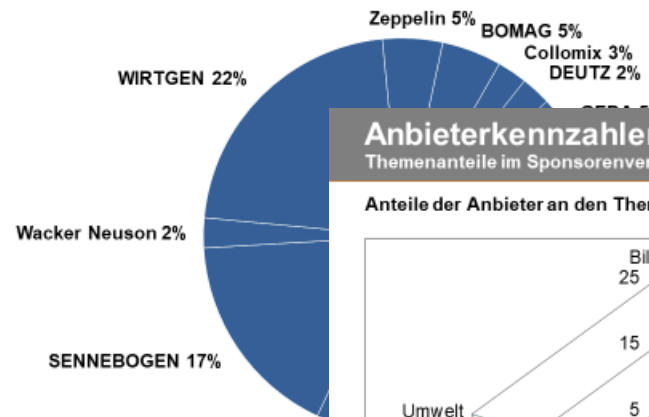
Studie Sponsoring
Baumaschinenhersteller 2026

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

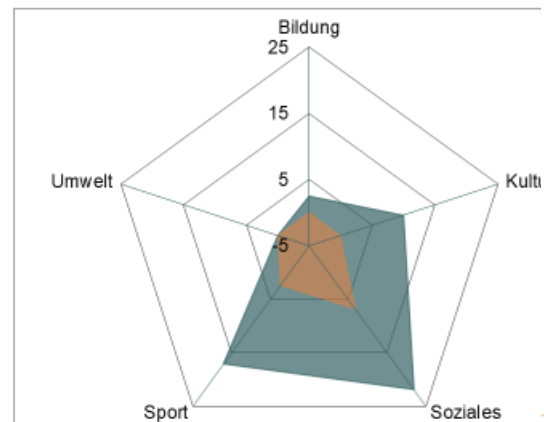
Anbieterkennzahlen Themenanteile im Sponsorenvergleich

Themenanteile Sport der Anbieter



Anbieterkennzahlen Themenanteile im Sponsorenvergleich

Anteile der Anbieter an den Themenbereichen (Angaben in %)



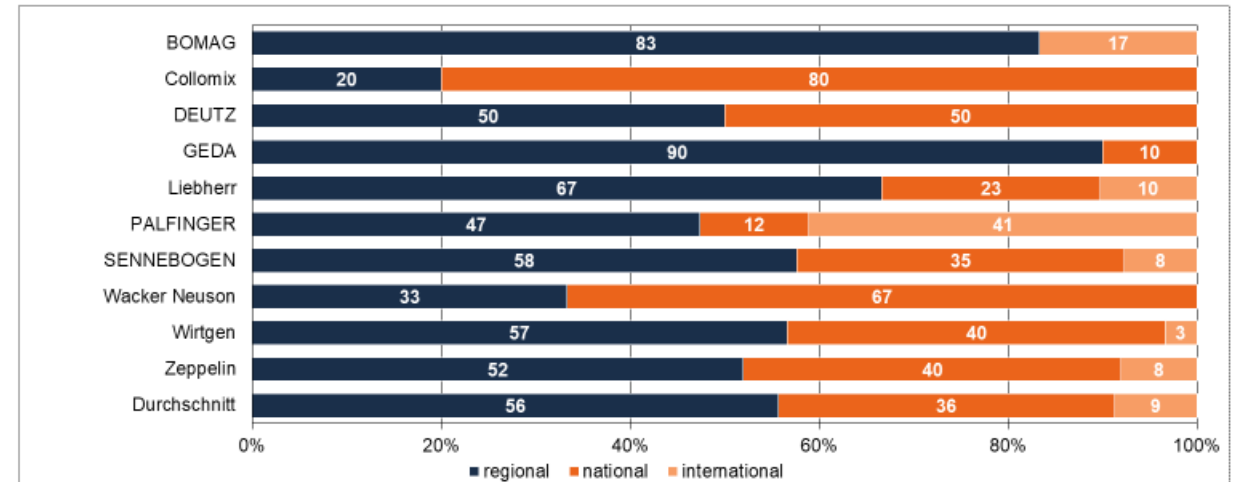
Wacker Neuson

Welche Fertighausanbieter halten im Themenbereich „Sport“ hohe Anteile?

Welche Anbieter setzen am stärksten auf internationale Projekte?

Anbieterkennzahlen Regionalität

Regionalität der Sponsoringprojekte nach Anbietern



research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studie Sponsoring
Baumaschinenhersteller 2026

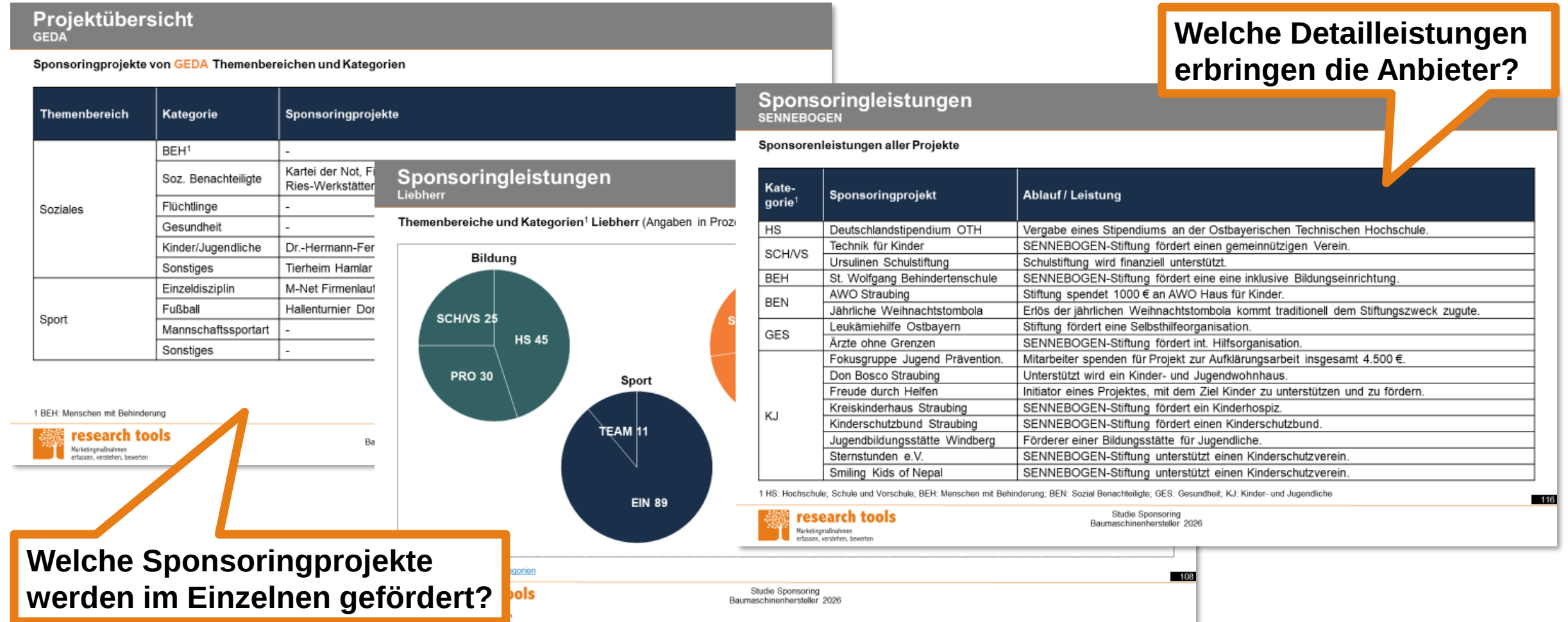
42

Studie Sponsoring
Baumaschinenhersteller 2026

40

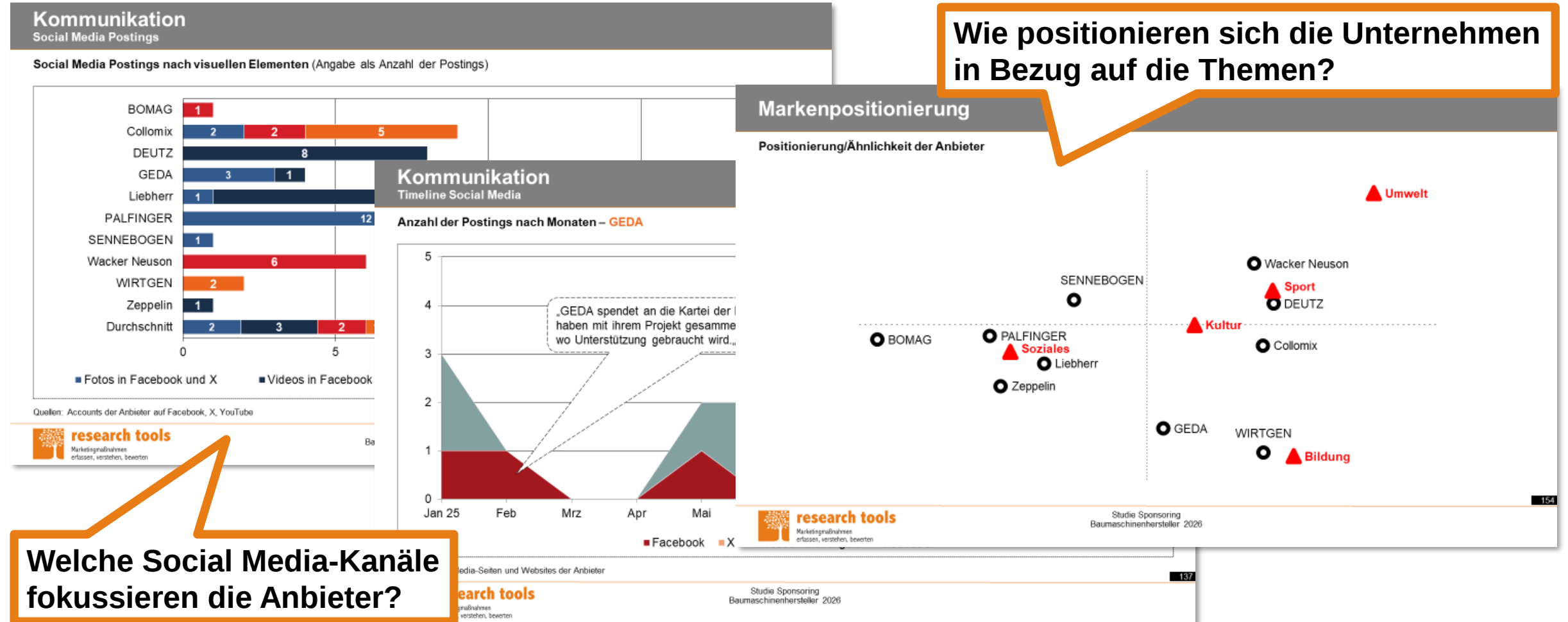
Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



Analysebeispiele (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



Bestellformular

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

E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

FAX: +49 (0)711 – 55090384

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

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 3.200 EUR zzgl. MwSt. die
Studie Sponsoring Baumaschinenhersteller 2026.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

Uwe Matzner



Geschäftsführer
Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM
Tel. +49 (0)711 - 55090381, Fax +49 (0)711 - 55090384
E-Mail: uwe.matzner@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 Spezialist für Marketinganalyse, -controlling und -monitoring mit dem Schwerpunkt Eigenstudien.

In der Reihe ‚Sponsoring‘ sind bereits über 10 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Weitere relevante Studien im Bausektor:

- Studie Social Media Ad Perception Fertighäuser 2026
- Studie eVisibility Fertighäuser 2025
- Studie eVisibility Baustoffe 2025
- Werbemarktanalyse Land- und Forsttechnik 2025
- Werbemarktanalyse Fertighaus und sonstiger Hausbau 2024
- Studie eVisibility Fertighäuser 2023

Branche Haus und Garten: seit 2022 mehr als 70 Studien veröffentlicht

