+++ 132 Sponsoringprojekte von zehn ausgewählten Fertighausanbietern +++ ELK +++ Fertighaus Weiss +++ FingerHaus +++ Haas Fertigbau +++ HanseHaus +++ Heinz von Heiden +++ OKAL +++ SchwörerHaus +++ Town & Country Haus +++ WeberHaus +++ 132 Sponsoringprojekte ++

Studiensteckbrief

Studie Sponsoring Fertighausanbieter 2025

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

September 2025

©Karolina K/pexels.com

Informationen zur Studie

Ausgewählte Ergebnisse:

- Der Sponsoringschwerpunkt der analysierten Fertighausanbieter liegt auf dem Themenbereich „Sport“. Davon entfällt der größte Anteil auf den Bereich „Fußball“, gefolgt von weiteren Mannschaftssportarten.
- Sozialprojekte belegen hinter den Sportprojekten den zweiten Rang und beziehen sich hauptsächlich auf die Förderung von Kindern und Jugendlichen
- Die meisten Unternehmen fokussieren ihre Sponsoringaktivitäten auf regionaler Ebene. Town & Country Haus, SchwörerHaus und WeberHaus verzeichnen dabei die größten Anteile
- Von den 132 Sponsoringprojekten insgesamt sind 67 neue Sponsoringprojekte.
- 38 Prozent der Projekte werden permanent gefördert, 7 Prozent mindestens einmal im Jahr.
- Nur wenige Projekte verzeichnen ein Volumen von mehr als 5.000 Euro pro Jahr.
- Facebook wird von sieben der zehn Anbieter genutzt und ist mit insgesamt 39 Beiträgen die am intensivsten genutzte Kommunikationsplattform.
- Im Untersuchungszeitraum haben die zehn Fertighausanbieter lediglich 6 Pressemitteilungen zu ihren Sponsoringaktivitäten veröffentlicht. Demgegenüber wurden diese in 20 Artikeln erwähnt.

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Scope: Analyse von **132 Sponsoringprojekten**

von **zehn** ausgewählten **Fertighausanbietern**

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**

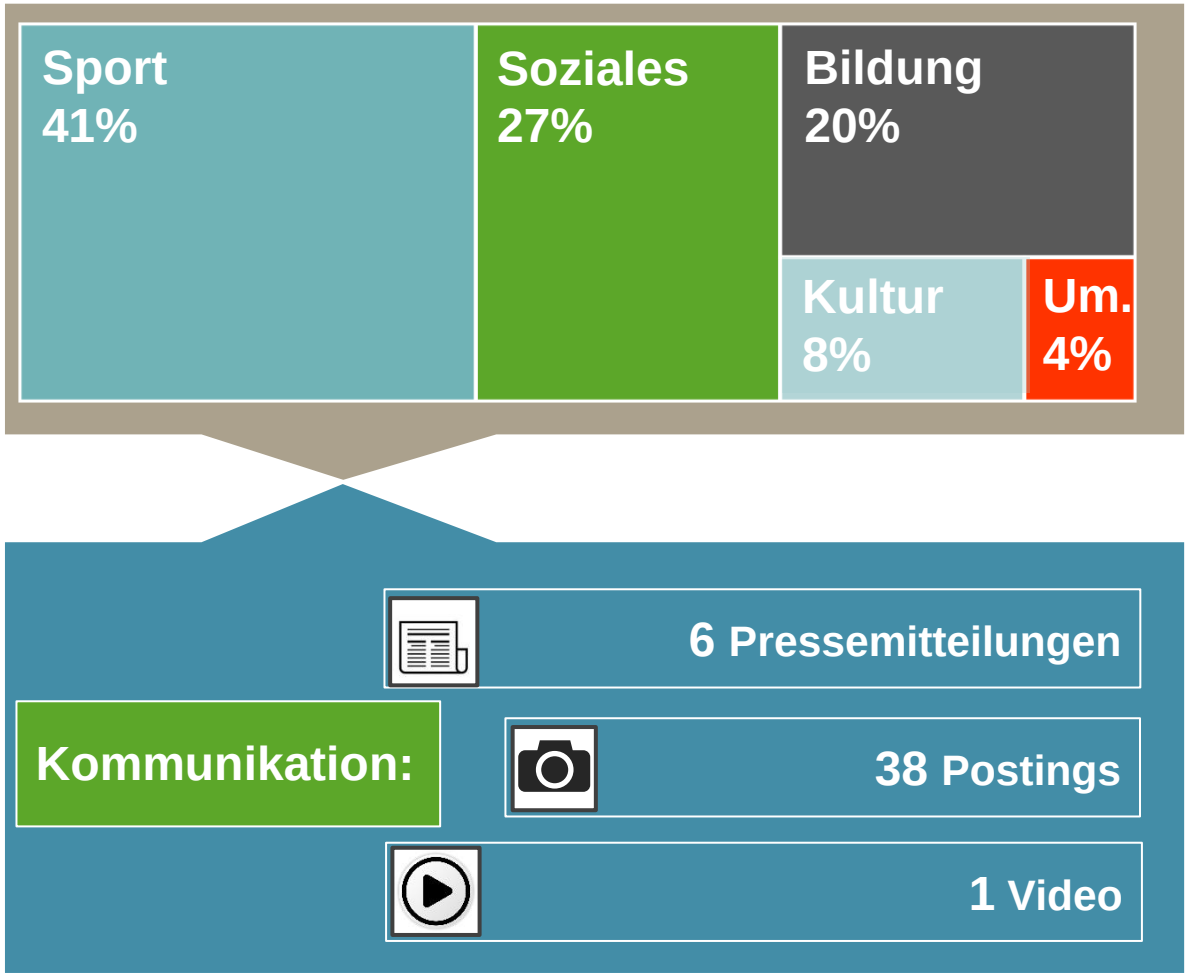
Nutzen: Basis für klare Positionierung und adäquate Reaktion auf Marketingmaßnahmen der Wettbewerber

Zehn untersuchte Fertighausanbieter:

- ELK
- Fertighaus Weiss
- FingerHaus
- Haas Fertigbau
- HanseHaus
- Heinz von Heiden
- OKAL
- SchwörerHaus
- Town & Country Haus
- WeberHaus

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:



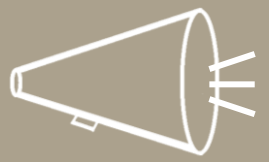
größere Projekte:

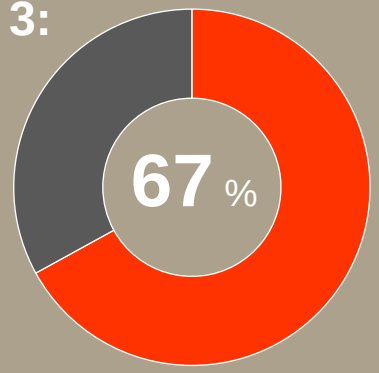
- 100 % Bamberg (OKAL)
- Freundschaftslauf (WeberHaus)
- Hannover 96 (Heinz von Heiden)
- Kinder machen Zirkus (FingerHaus)
- WildeWaldWoche (Town & Country Haus)

Kommunikation:

- 6 Pressemitteilungen
- 38 Postings
- 1 Video

Projektanteil Top 3:





FingerHaus
TC Haus
WeberHaus

©frbird/vectora/123RF.COM

Informationen zur Studie

Konzeption:

Detaillierte Analyse aller Sponsoringprojekte der zehn Fertighausanbieter

Themenbereich
Sponsoring in Bildung, Kultur, Soziales, Sport und Umwelt

Regionalität
Bestimmung des Aktionsradius

Funktion
Funktion des Sponsors

Social Media
Sponsoring in Facebook, X und YouTube

Unterthemen
Analyse nach Themenbereichssegmenten

Periodizität
Periodizität der Sponsoringprojekte

Zielgruppe
Zielpersonen der Projekte

Presse
Presseresonanz Sponsoringprojekte

Sponsoring-Kennzahlen | Sponsoring-Benchmarking | Positionierung der Sponsoren

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

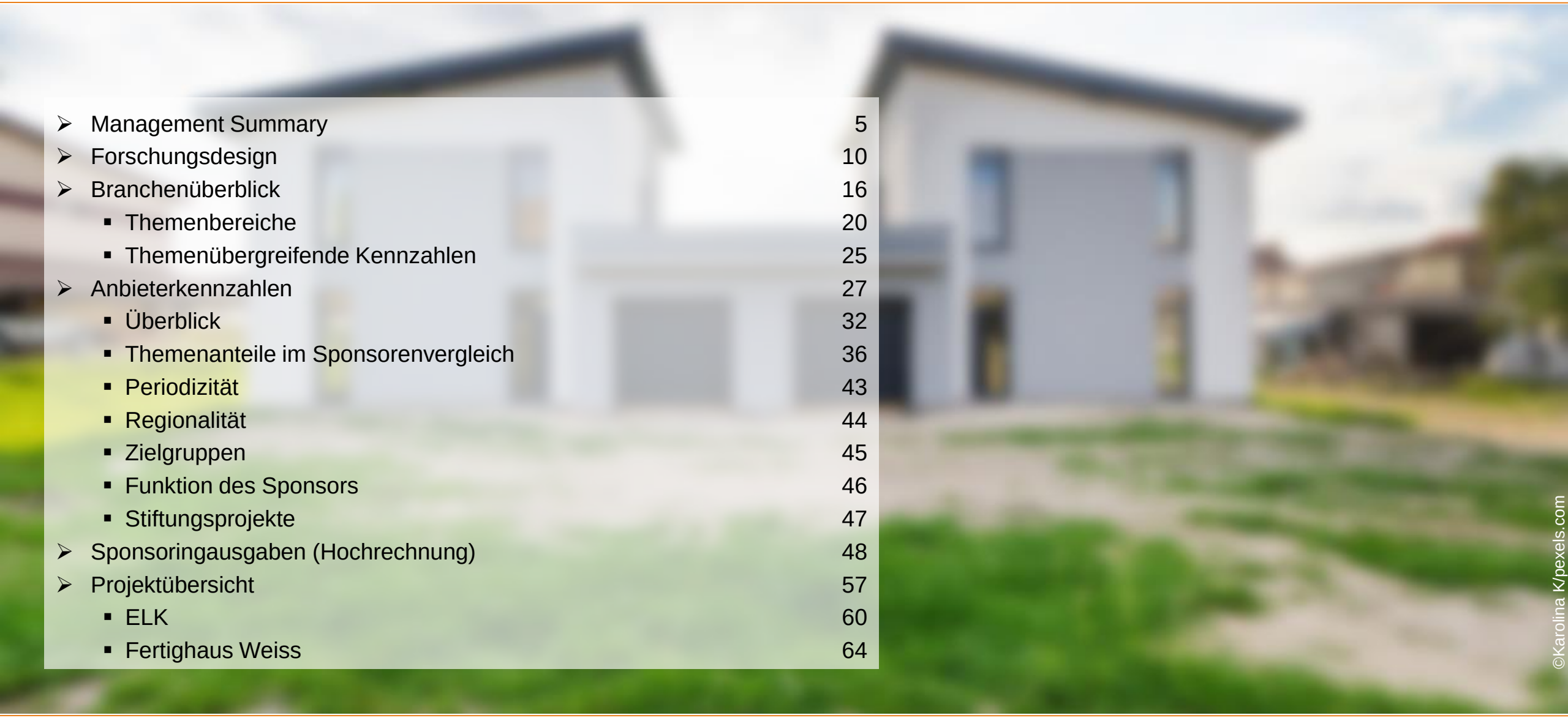
Die Studie in Zahlen:
- 132 analysierte Sponsoringprojekte
- 5 Themenbereiche
- 24 Unterthemen
- 10 Fertighausanbieter
- 4 Typisierungskriterien für Sponsoringprojekte
- 6 Arten von Quellen (Social Media mit 3 Social Media-Plattformen)

Forschungsdesign:
Für die Studie wurden mittels Desk Research folgende Quellen ausgewertet: Internet, Pressemitteilungen, Presseveröffentlichungen, Social Media, Unternehmenswebsites, Websites der Sponsoringnehmer. Die Studie berücksichtigt 132 Sponsoringprojekte im Zeitraum Mai 2024 bis April 2025. Erfasst wurden alle Sponsoringprojekte der Anbieter, die in den genannten Quellen Sichtbarkeit zeigen. Die Studie ist im September 2025 erschienen.

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

Inhaltsverzeichnis

- Management Summary 5
- Forschungsdesign 10
- Branchenüberblick 16
  - Themenbereiche 20
  - Themenübergreifende Kennzahlen 25
- Anbieterkennzahlen 27
  - Überblick 32
  - Themenanteile im Sponsorenvergleich 36
  - Periodizität 43
  - Regionalität 44
  - Zielgruppen 45
  - Funktion des Sponsors 46
  - Stiftungsprojekte 47
- Sponsoringausgaben (Hochrechnung) 48
- Projektübersicht 57
  - ELK 60
  - Fertighaus Weiss 64



©Karolina K/pexels.com

Inhaltsverzeichnis

- FingerHaus 68
- Haas Fertigbau 72
- HanseHaus 76
- Heinz von Heiden 80
- OKAL 84
- SchwörerHaus 88
- Town & Country Haus 92
- Weber Haus 97

➢ Sponsoringleistungen 101

- ELK 104
- Fertighaus Weiss 106
- FingerHaus 108
- Haas Fertigbau 110
- HanseHaus 112
- Heinz von Heiden 114
- OKAL 116
- SchwörerHaus 118

©Karolina K/pexels.com

Inhaltsverzeichnis

- Town & Country Haus 120
- Weber Haus 125

➢ Kommunikation 127
- Kommunikationsniveau 131
- Social Media Postings 132
- Sichtbarkeit des Sponsors 134
- Timeline Social Media 135
- Pressearbeit 143

➢ Neue und wichtige Projekte 146

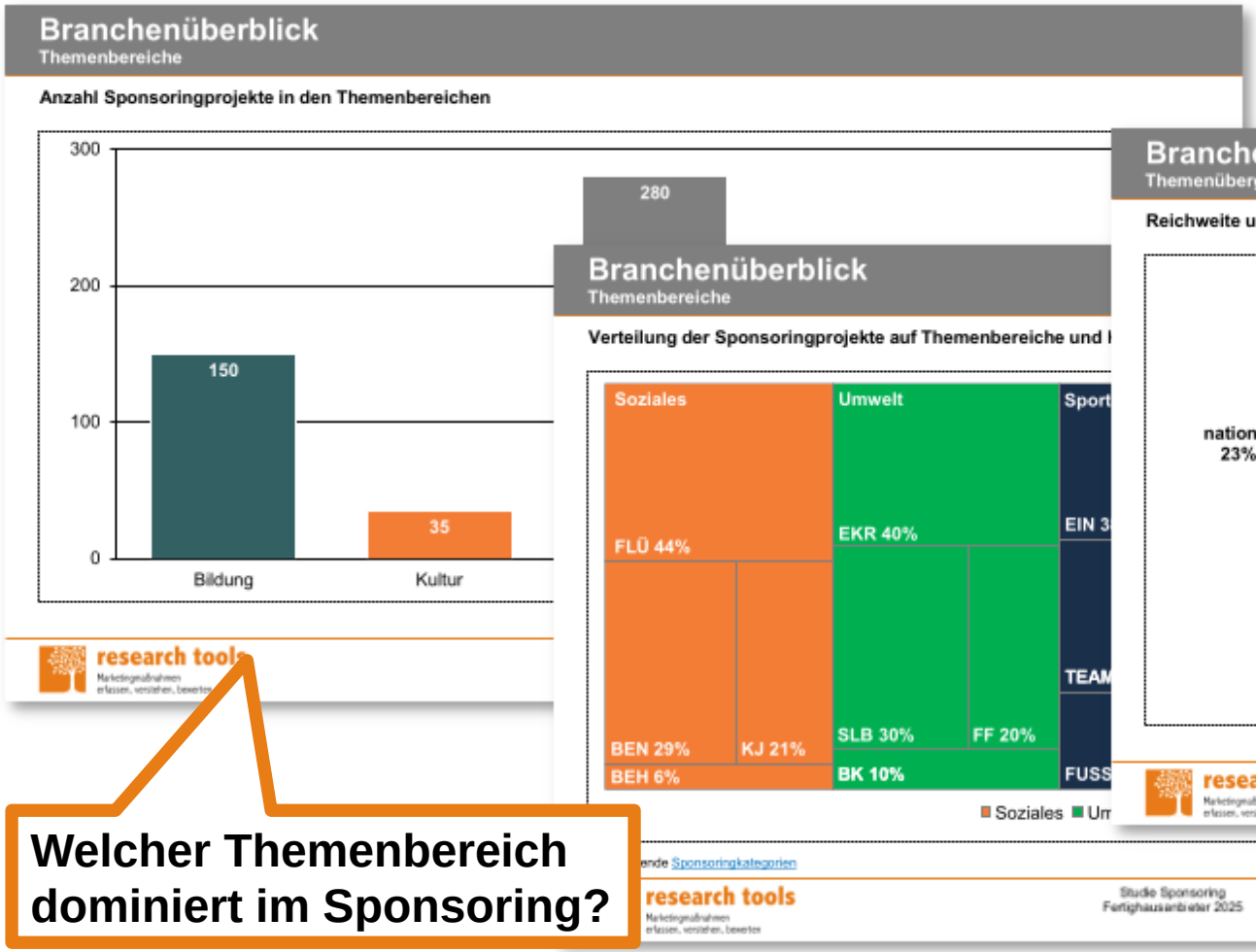
➢ Markenpositionierung 152

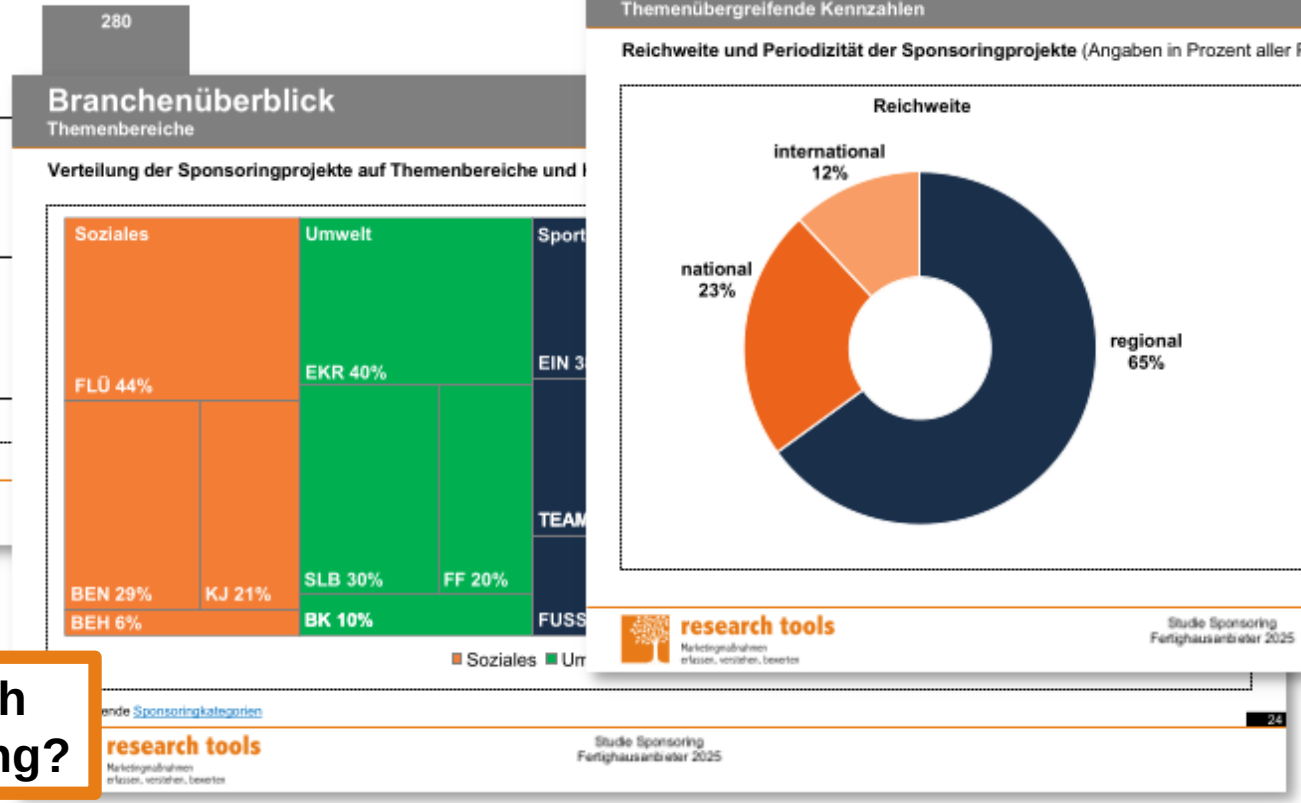
➢ Kontakt 160

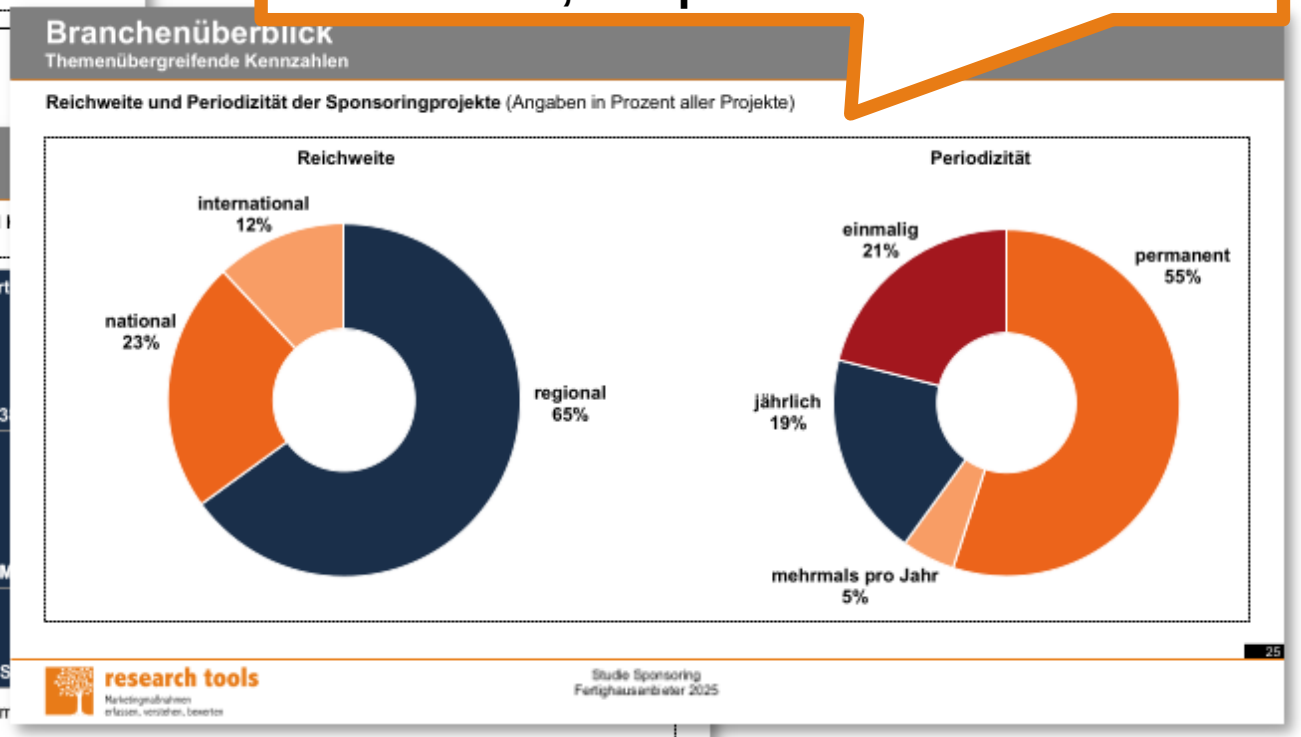
©Karolina K/pexels.com

Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten





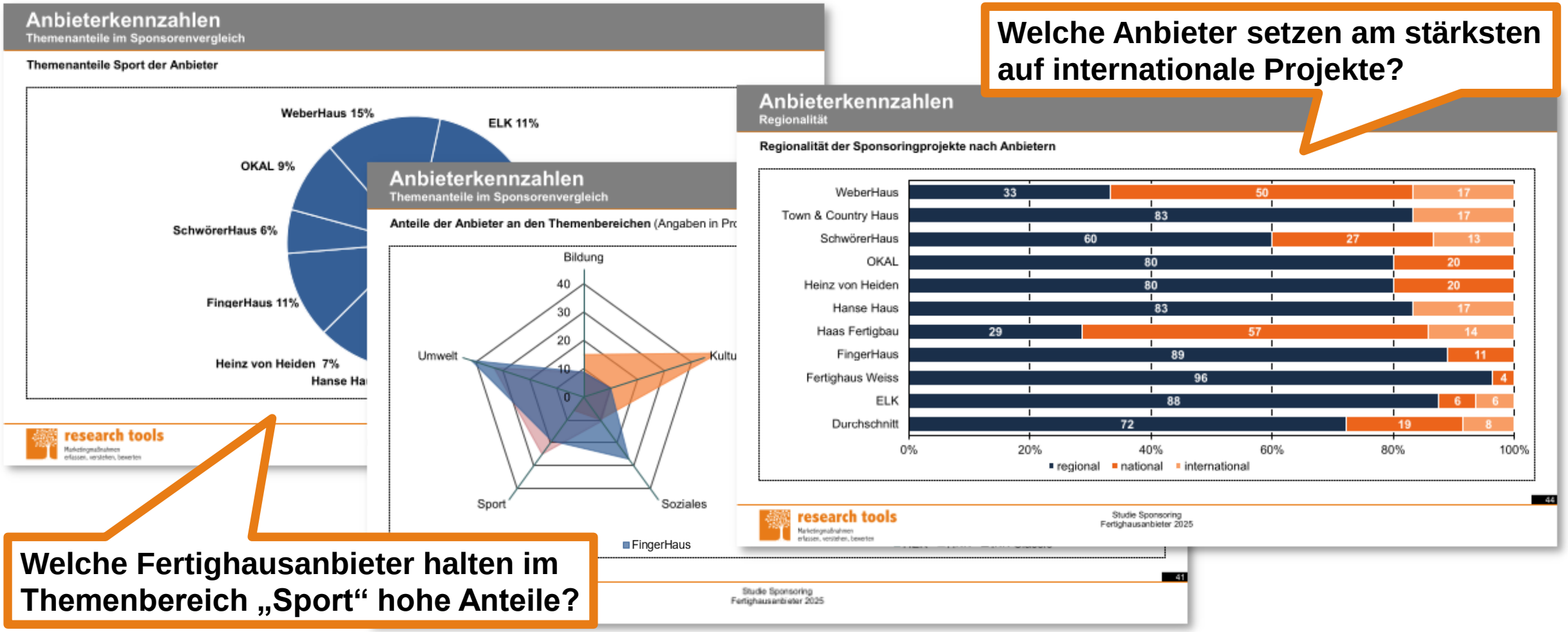


Wie hoch sind die Anteile der Sponsorings nach Thema, Frequenz und Reichweite?

Welcher Themenbereich dominiert im Sponsoring?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



Welche Anbieter setzen am stärksten auf internationale Projekte?

Welche Fertighausanbieter halten im Themenbereich „Sport“ hohe Anteile?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Projektübersicht
FingerHaus

Sponsoringprojekte von FingerHaus nach Themenbereichen und Kategorien

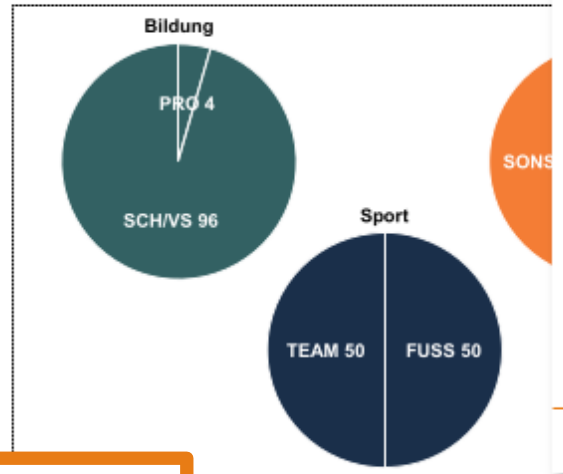
Themenbereich	Kategorie	Sponsoringprojekte
Soziales	BEH[1]	Der FingerHaus Stiftungspreis, Gemeinsam etwas bewegen e. V., Herztöne – ein inklus… Erlebnis*, Osters…
	Soz. Benachteiligte	Handprint
	Flüchtlinge	-
	Gesundheit	Rettung von Men…
	Kinder/Jugendliche	GetAwayDays e.… gGmbH,, Familie… Ökumenische Hc… Barbarossakinde… Krankenhauses … Pflege- und Adop… St. Franziskus, W…
	Sonstiges	-

1 BEH: Menschen mit Behinderung

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Sponsoringleistungen
SchwörerHaus

Themenbereiche und Kategorien[1] SchwörerHaus (Angaben in …



…gorien

…ols

Studie Sponsoring
Fertighausanbieter 2025

112

Sponsoringleistungen
Town & Country Haus

Sponsorenleistungen aller Projekte

Kate-gorie*	Sponsoringprojekt	Ablauf / Leistung
KJ	Die bunten Hunde	Förderung der psychischen Gesundheit von Kindern,
	Ericas Manna Mobil	Gefördert wird ein gemeinnütziges Projekt mit 1.000 €.
	AUFWIND	Gefördert wird ein präventives Hilfsangebot mit 500 €.
	„Pflasterpass"	Kinder-Praxiskurse zur Resilienzförderung werden mit 300 € gefördert.
	Gauklerkids	Förderung eines Zirkusangebots für Kinder mit 500 €.
	Kochkurse für Kinder	Projekt für Grundschulkinder wird mit 300 € gefördert.
	Gesund und bewegt in Kita-Alltag	Förderung einer gesunden, bunten Kita-Einrichtung mit 500 €.
	Ein Platz für Kinder – Spiel, Spaß	Sportangebot für Kinder wird mit 300 € gefördert.
	Die Nasen	Besuche der Klinikclowns werden mit 500 € gefördert.
	Piratenstark	Projekt zur Resilienzförderung wird mit 750 € gefördert.
	Rugby für Kinder und J. mit ASS	Gefördert wird ein Projekt für Kinder mit Autismus mit 500 €.
	Mut tut gut	Kinderschutzbund wird mit 350 € gefördert.
	Action- und Chill-Out-Tage	Projekt für sozial benachteiligte Kinder wird mit 350 € gefördert.
	Kinderküche leicht gemacht	Gesundheitsprojekt für Kinder wird mit 750 € gefördert.
	Patenzeit	Präventives Angebot für Kinder und Jugendliche wird mit 500 € gefördert.
	Kids in the clubs – TSV Reinbek	Sozial benachteiligte Kinder werden mit 350 € gefördert.

* KJ: Kinder- und Jugendliche

121

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

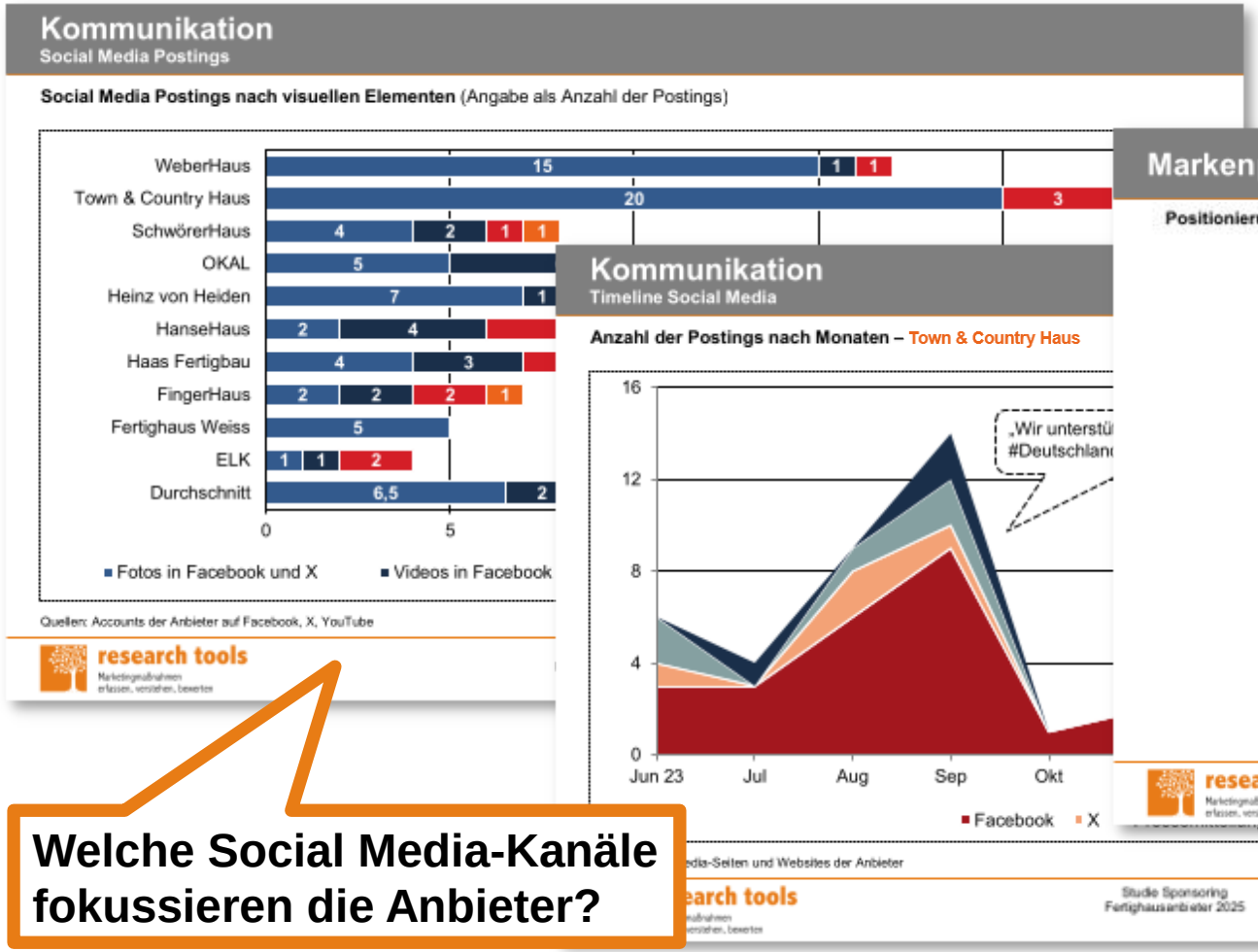
Studie Sponsoring
Fertighausanbieter 2025

Welche Detailleistungen erbringen die Anbieter?

Welche Sponsoringprojekte werden im Einzelnen gefördert?

Analysebeispiele (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



Welche Social Media-Kanäle fokussieren die Anbieter?

Wie positionieren sich die Unternehmen in Bezug auf die Themen?

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 Fertighausanbieter 2025.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

Kontakt / Branchenerfahrung

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.

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

Weitere relevante Studien zur Branche:

- Studie eVisibility Baustoffe 2025
- Werbemarktanalyse Immobilienvermittlung 2025
- Marketing-Mix-Analyse Smart Home 2025
- Werbemarktanalyse Wärmepumpen 2025
- Werbemarktanalyse Fertighaus und sonstiger Hausbau 2024
- Studie eVisibility Fertighäuser 2023

Branche Haus und Garten: seit 2022 mehr als 60 Studien veröffentlicht