

+++ Allkauf Haus +++ Baufritz +++ ELK +++ Fertighauswelt +++ FingerHaus +++ Fingerhut Haus +++ Fischer-Bau +++ Gussek Haus +++ Huf Haus +++ Okal +++ Schwörerhaus +++ Viebrockhaus +++ WeberHaus +++ und weitere 237 Hausanbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends +++

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Fertighaus und sonstiger Hausbau 2024

Werbeausgaben für 250 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

November 2024

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Fertighaus und sonstiger Hausbau 2024

Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



Welche der **250 Marken** sind die werbeintensivsten und -dynamischsten?



Welche **Werbetrends** sind in der Branche zu beobachten?



Über welche **Medien** kommuniziert die Branche, welches Werbemedium hat im Zeitvergleich an Bedeutung gewonnen?



Wie **verteilen** die Top-Marken ihre Spendings innerhalb von 60 Monaten?



Welchen **Werbedruck** entfalten die Top-Marken, in welchen Mediengattungen werben sie?



Welche **Werbemotive** sind in den Mediengattungen wichtig, wie viele verschiedene Motive setzen die Top-Marken ein?



Wie **positionieren** sich die Top-Marken saisonal und im Mediensplit?



Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Fertighaus und sonstiger Hausbau

Okt. 23-Sep. 24

24 Mio. €



Mediensplit



Internet-Werber Nr. 1:
Baufritz

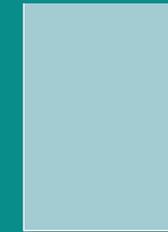
Werbungtreibende pro Monat im Ø



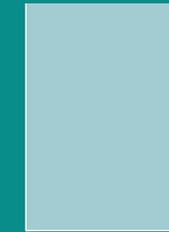
2019/2020



2020/2021



2021/2022



2022/2023



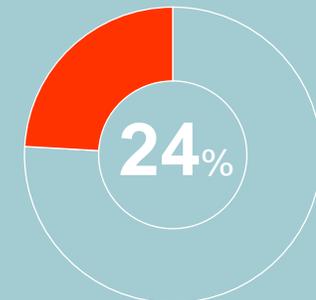
198

2023/2024

Werbekonzentration



Baufritz
ELK
WeberHaus



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

250 Fertighaus- und sonstige Hausbau-Marken mit den höchsten Spendings

Werbeausgaben für fünf Jahre in der **quantitativen Analyse**

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**
auf 86 PowerPoint-Seiten

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

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

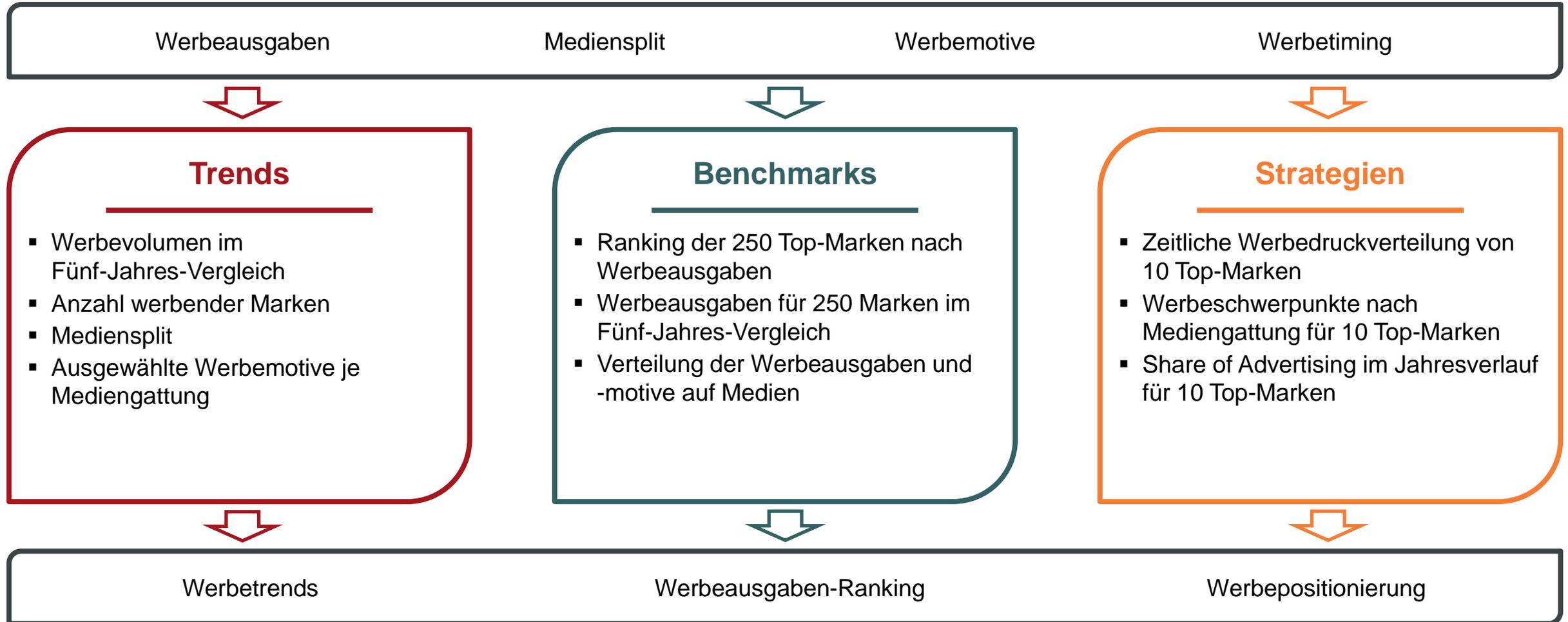
Nutzen: Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- Allkauf Haus
- Baufritz
- ELK
- FingerHaus
- Fischer-Bau
- Gussek Haus
- Okal
- Schwörerhaus
- Viebrockhaus
- WeberHaus
- + Spendings für
240 weitere Marken

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie in Zahlen:

250

Fertighaus und sonstiger
Hausbau-Marken

6

Mediengattungen

10

Top-Marken in einer
Kommunikationspositionierung auf
Basis Jahreszeiten und Mediensplit

Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Fernsehen, Internet (Internetbanner und YouTube-Werbevideos), Radio, Out-of-Home, Zeitschriften und Zeitungen. Werbespendingdaten und Werbemotive beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**.

Preis der Studie: Die 86 Seiten umfassende Studie kostet **2.200 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	9
➤ Trends	13
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	14
Entwicklung der Werbeausgaben der Werbungtreibenden, Entwicklung der Anzahl beworbener Marken und der monatlichen Werbespendings, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	19
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	26
▪ Werbeausgaben-Rankings	27
Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 30-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10-Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich	60
Entwicklung der jährlichen Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich, Entwicklung der monatlichen Werbeausgaben der Top 10-Marken im Verlauf der letzten 60 Monate, Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken auf die Monate im 5-Jahres-Vergleich	



Inhaltsverzeichnis

▪	Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten	67
	Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	
➤	Strategien	69
	Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen für die Top 10-Marken mit den höchsten Werbeausgaben, Share of Advertising der Top 10-Marken im Jahresverlauf	
➤	Kommunikationspositionierung	81
	Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt	
➤	Kontakt	85



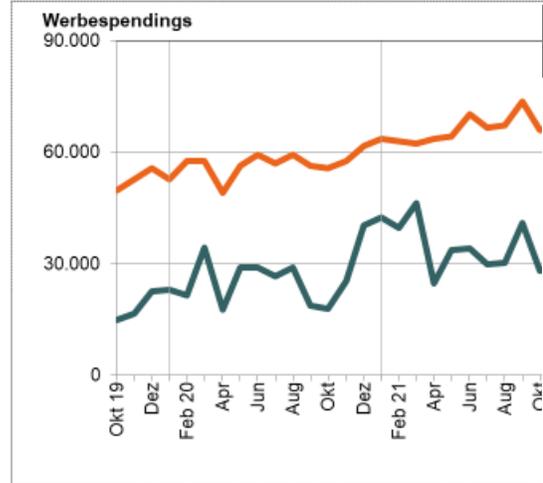
Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

Entwicklung der Werbespendings produktmarkübergreifend (Angaben in T€) und Anzahl der Werbungtreibenden



Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

Typische TV Motivbeispiele und Nutzenargumente 2023/2024

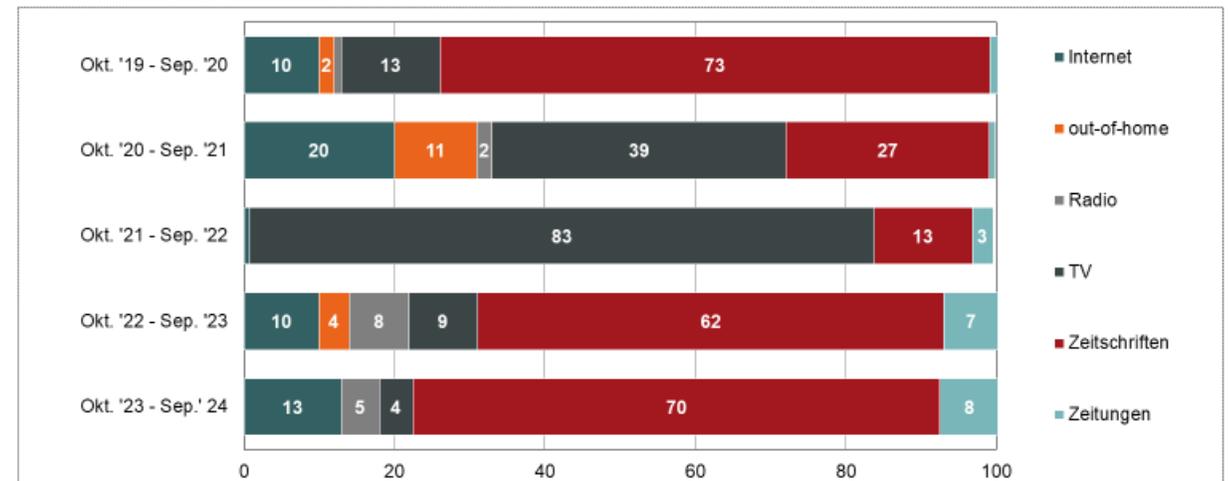


Auf welchen Mediensplit setzen die Marken?

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

Entwicklung des Mediensplits¹ aller Marken im 5-Jahres-Vergleich (Angaben in %)



¹ seit Beginn 2020 deutlich höhere Anzahl erfasster Websites und erstmals YouTube-Werbespots

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse
Fertighaus und sonstiger Hausbau 2024

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

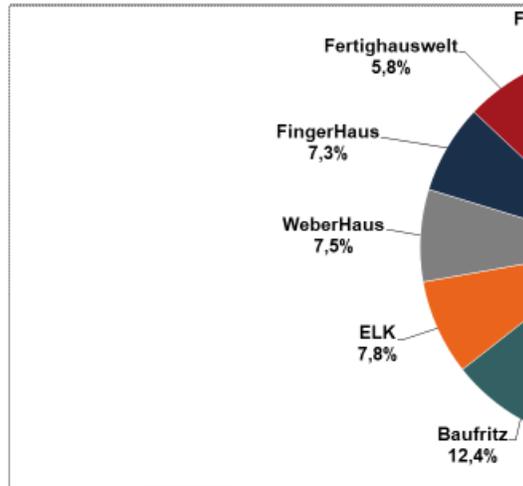
Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 250-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Okt. '19 – Sep. '20	Okt. Sep.
11	Allkauf Haus	5.000.000	7
12	Huf Haus	2.400.800	2
13	Fingerhut Haus	6.000.000	3
14	Bauunternehmen Robben	15.300.500	2
15	Dan-Wood House	9.000.000	10
16	Luxhaus	3.260.800	3
17	Bien-Zenker	3.900.600	4
18	ScanHaus	2.100.800	2
19	Tinyhaushotels	9.400.750	12
20	Fertighaus Weiss	8.730.800	5

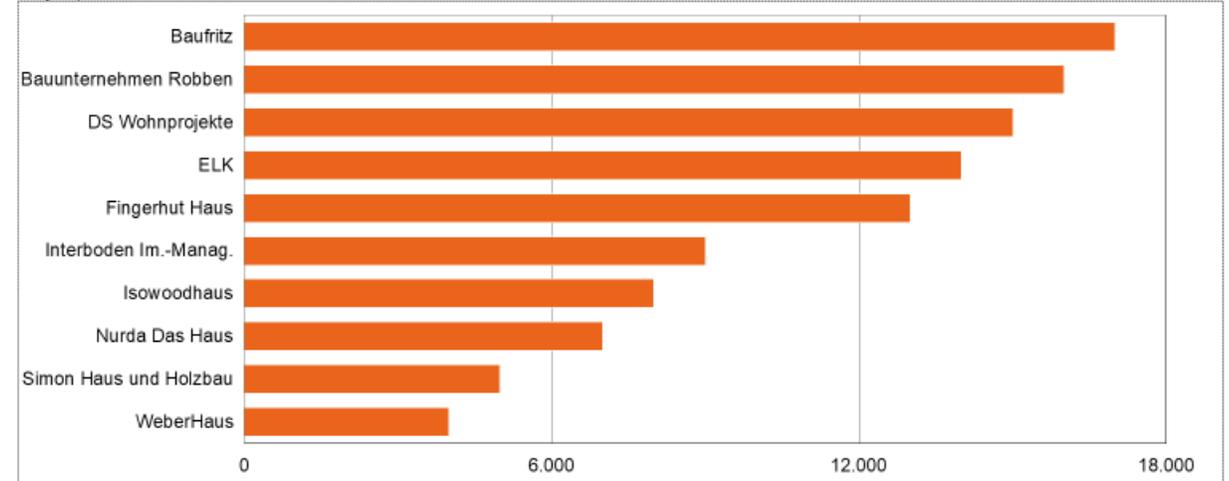
Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10-Marken von Oktober 2023 bis September 2024



Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 10-Marken nach absoluter Werbedynamik im Vorjahresvergleich (Angaben in T€ als Differenz von aktuellem Jahr zum Vorjahr)



Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Fertighaus

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Fertig

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse
Fertighaus und sonstiger Hausbau 2024

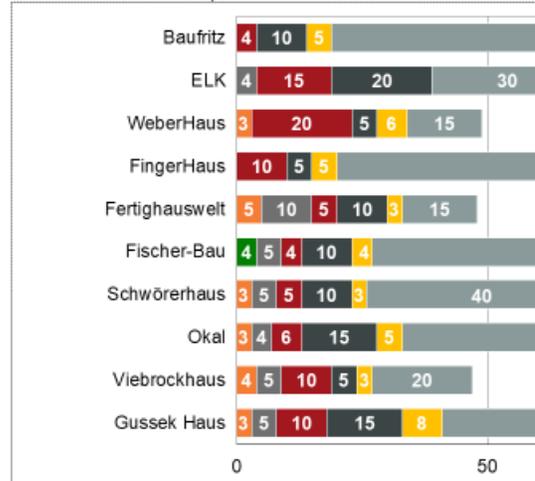
Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

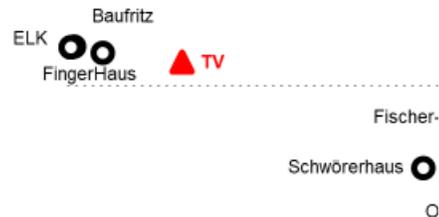
Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten

Verteilung der Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten (Angaben als Anzahl unterschiedlicher Motive)



Kommunikationspositionierung

Kommunikationspositionierung der Top 10-Marken auf Basis Mediensplit im 5-Jahres-Durchschnitt

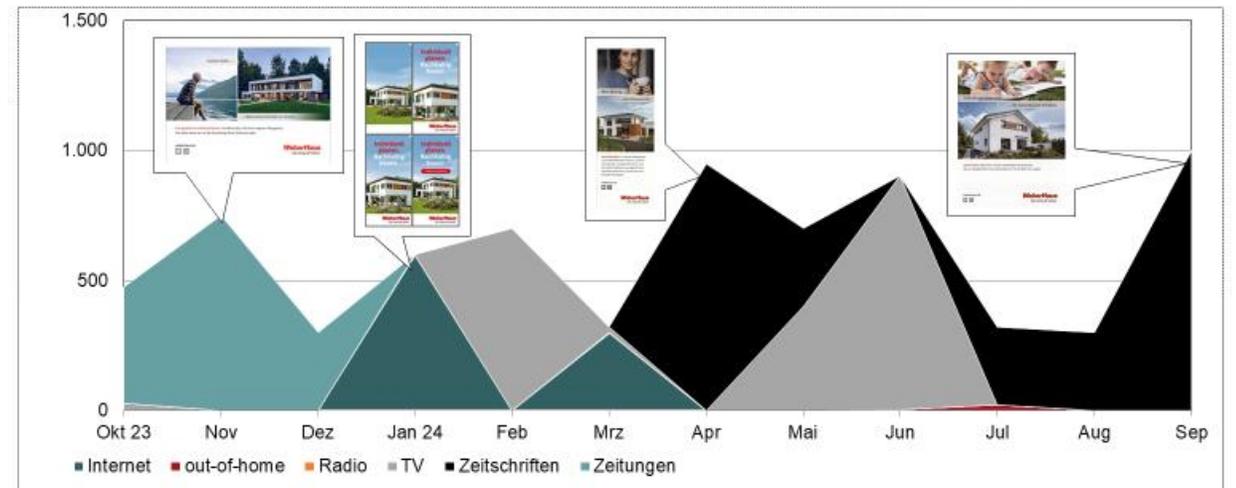


Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Medien?

Strategien

Marke A

Marke A | Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen (Angaben in T€)



Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

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 2.200 EUR zzgl. MwSt. die **Werbemarktanalyse Fertighaus und sonstiger Hausbau 2024**.

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 ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2022 über 50 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Weitere relevante Studien zur Branche:
Werbemarktanalyse Heizungs- und Klimatechnik 2024
Werbemarktanalyse Armaturen, Becken und Wannen 2024
Studie eVisibility Carports und Garagen 2023
Studie eVisibility Baustoffe 2023
Marketing-Mix-Analyse Wärmepumpen 2023
Studie eVisibility Smart Home 2023

Haus- und Gartenbranche: Seit 2021 mehr als 60 Studien veröffentlicht

