

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Fertighaus und sonstiger Hausbau 2026

Werbeausgaben für 250 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

November 2026

powered by: ADVISION DIGITAL

©cottonbro studio/pexels.com

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

November 2025-Oktober 2026

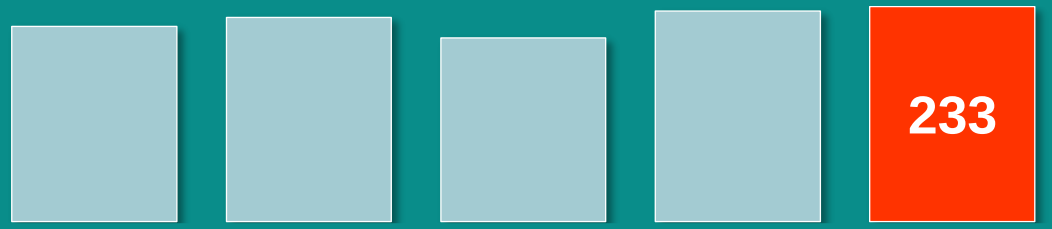
28 Mio. €

Mediensplit



Internet-Werber Nr. 1:
Viebrockhaus

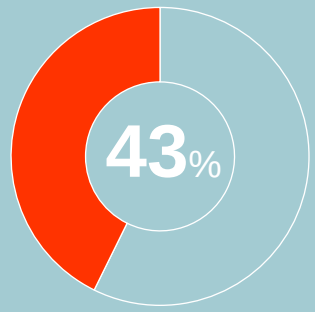
Werbungtreibende
pro Monat im Ø



Werbekonzentration



Baufritz
Berlin Living
FingerHaus



©Icons8/www.icons8.com/IconsMind/www.iconsmind.com

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 85 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:

- Baufritz
- Dietmar Bücher Schlüss.
- FingerHaus
- Fischer-Bau
- Huf Haus
- Luxhaus
- ScanHaus
- Schwörerhaus
- Viebrockhaus
- WeberHaus
- + Spendings für 240 weitere Marken

Informationen zur Studie

Konzeption:

Werbeausgaben | Mediensplit | Werbemotive | Werbetiming

Trends

- Werbevolumen im Fünf-Jahres-Vergleich
- Anzahl werbender Marken
- Mediensplit
- Ausgewählte Werbemotive je Mediengattung

Benchmarks

- Ranking der 250 Top-Marken nach Werbeausgaben
- Werbeausgaben für 250 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Verteilung der Werbeausgaben und -motive auf Medien

Strategien

- Zeitliche Werbedruckverteilung von 10 Top-Marken
- Werbeschwerpunkte nach Mediengattung für 10 Top-Marken
- Share of Advertising im Jahresverlauf für 10 Top-Marken

Werbetrends | Werbeausgaben-Ranking | Werbepositionierung

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 85 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 250-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik
  - Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich 58
    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

©cottonbro studio/pexels.com

Inhaltsverzeichnis

- Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten 66
  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 68
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 80
Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt

➢ Kontakt 84

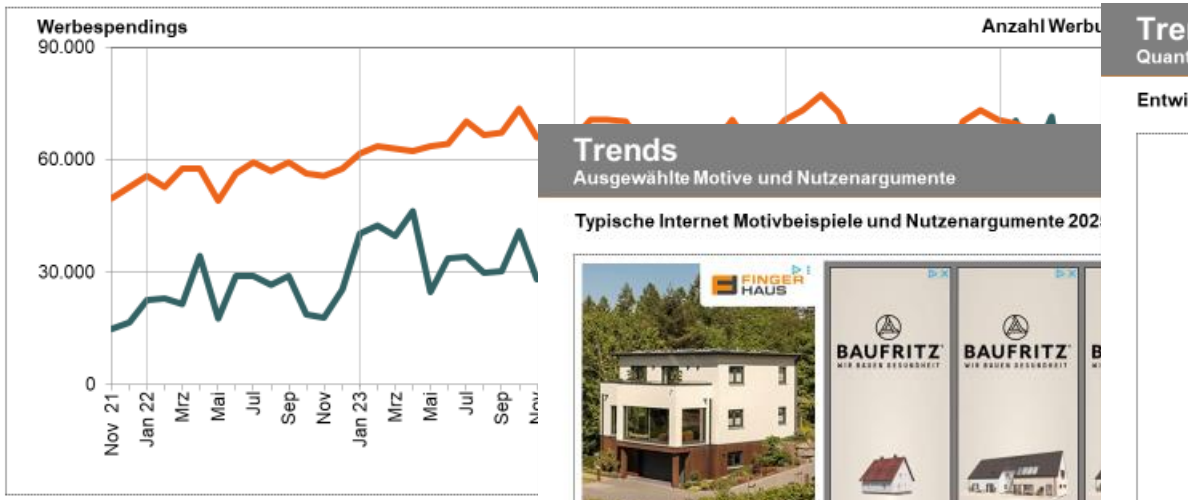
©cottonbro studio/pexels.com

Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Trends
Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

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



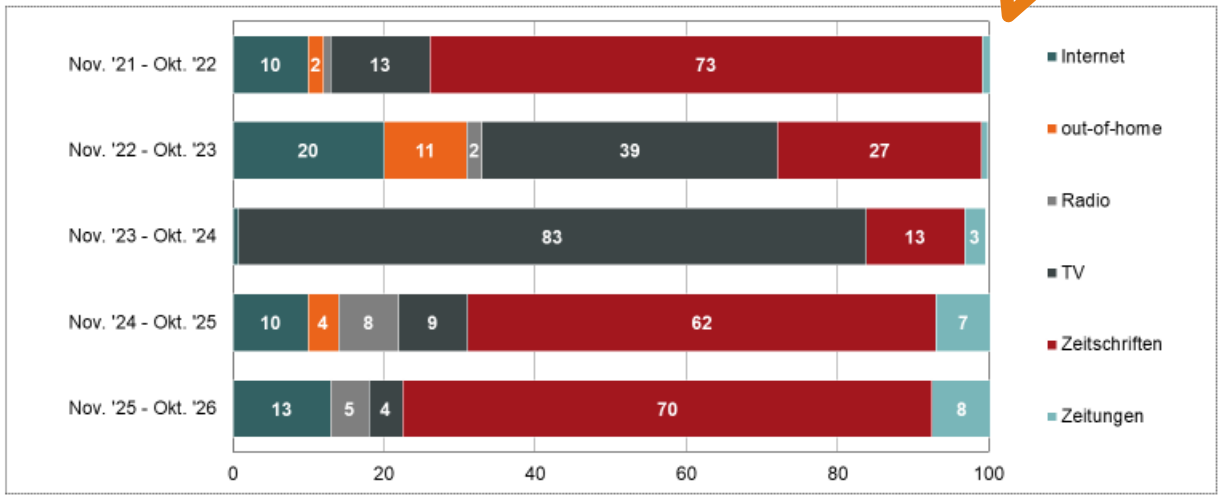
research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Trends
Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

Typische Internet Motivbeispiele und Nutzenargumente 202

Trends
Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

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



research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse
Fertighaus und sonstiger Hausbau 2026

Auf welchen Mediensplit setzen die Marken?

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks
Werbeausgaben-Rankings

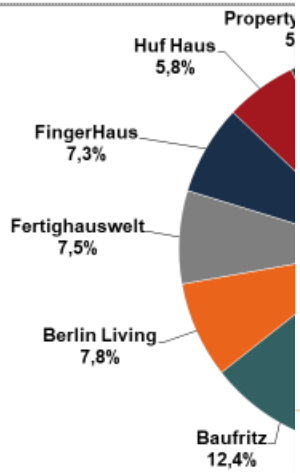
Ranking der Top 250-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €				
		Nov. '21 – Okt. '22	Nov. '22 – Okt. '23	Nov. '23 – Okt. '24	Nov. '24 – Okt. '25	Nov. '25 – Okt. '26
11	ALHO	5.000.000	7.000.000	0	1.634.000	15.136.077
12	Bien-Zenker	2.400.800				
13	Dietmar Bücher Schlüsselfe.	6.000.000				
14	Fertighaus Weiss	15.300.500				
15	Fischer-Bau	9.000.000	1			
16	Kern-Haus	3.260.800				
17	Lechner Bau Grimma	3.900.600				
18	Luxhaus	5.000.000				
19	Prologis	2.400.800				
20	Town & Country Haus	3.260.800				

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Benchmarks
Werbeausgaben-Rankings

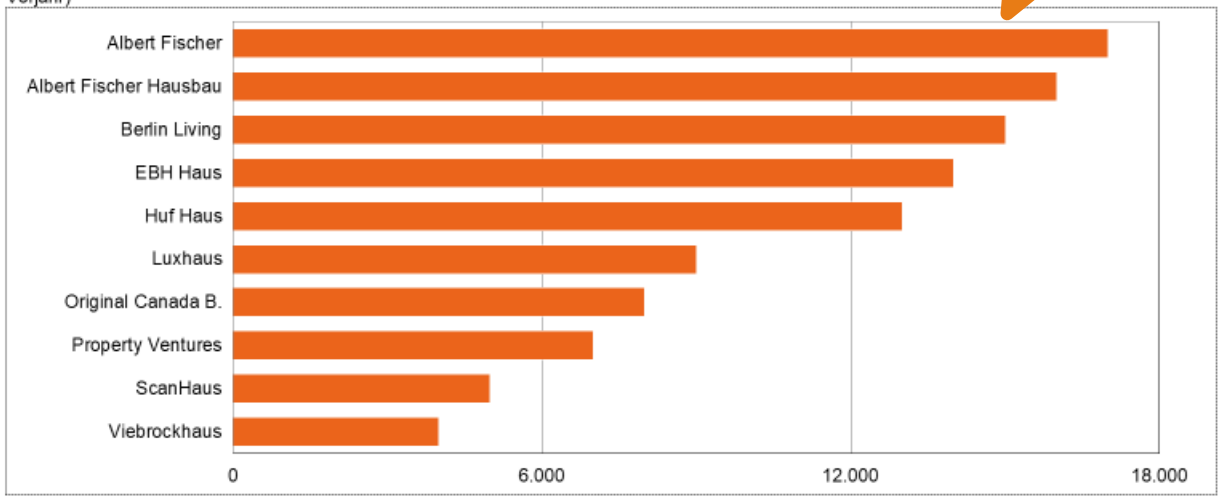
Share of Advertising der Top 10-Marken von November 202



research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten
Werbemarktanalyse
Fertighaus und sonstiger Hausbau 2026

Benchmarks
Werbeausgaben-Rankings

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



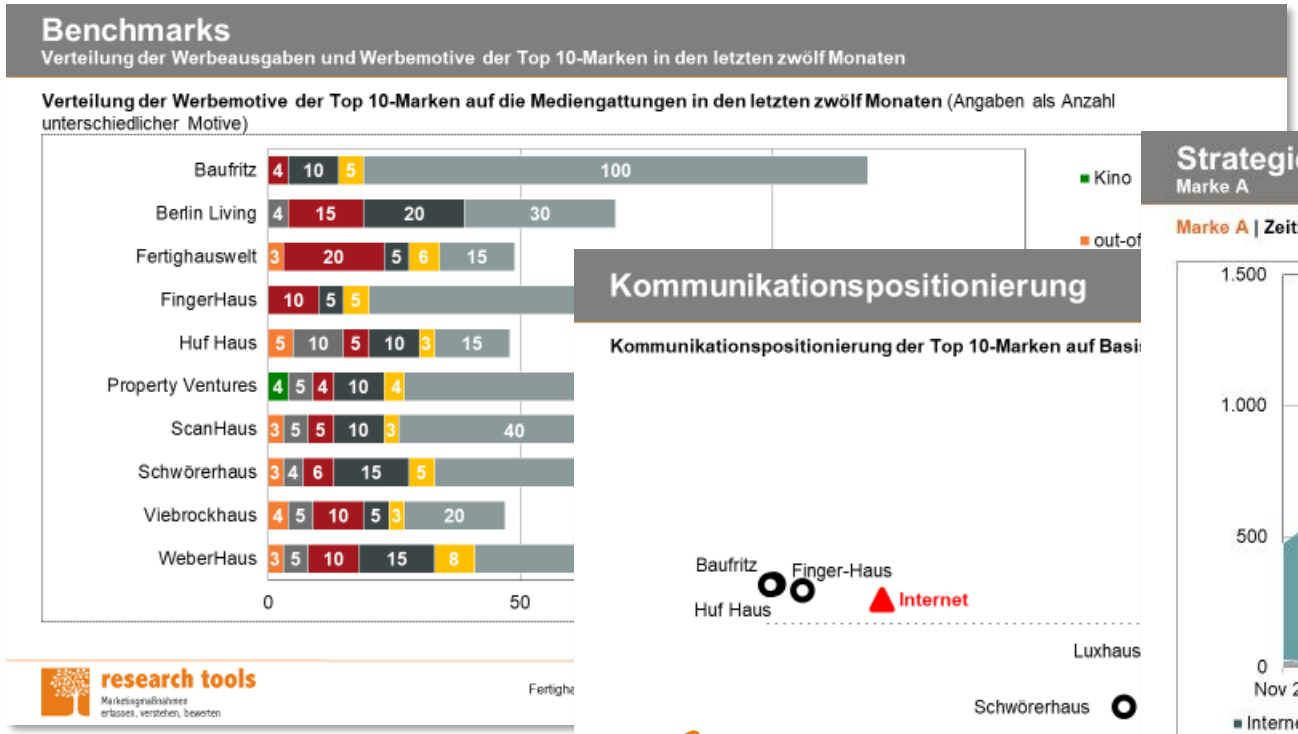
research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten
Werbemarktanalyse
Fertighaus und sonstiger Hausbau 2026

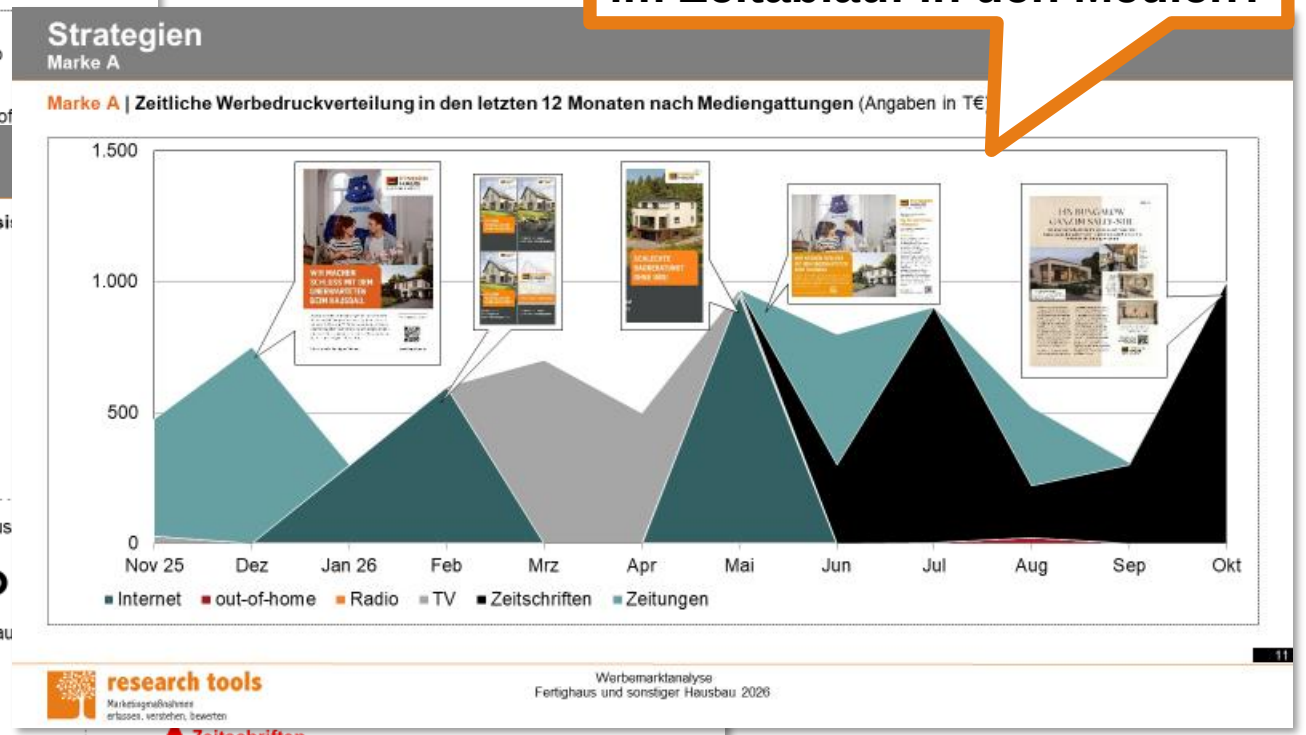
Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten





Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Medien?

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 2026**.

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 Marketingstudien-Spezialist mit dem Schwerpunkt Eigenstudien.

In der Reihe ‚Werbemarktanalysen' sind allein seit 2022 über 90 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Weitere relevante Studien zur Versicherungsbranche:

- Studie KI-Performance Möbel 2026
- Werbemarktanalyse Heizungs- und Klimatechnik 2026
- Studie Customer Journey Möbel 2026
- Studie Social Media Ad Perception Fenster, Türen und Tore 2026
- Werbemarktanalyse Armaturen, Becken und Wannen 2026
- Studie Social Media Ad Perception Immobilienvermittlung 2026

Haus- und Gartenbranche: seit 2021 mehr als 90 Studien veröffentlicht











