

# MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung



## Fertighäuser Markenmonitor

Ergebnis-  
Abriss

Dezember 2014



## Umfrage-Basics/ Studiensteckbrief:

---

- **Methode:** Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- **Instrument:** Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- **Respondenten:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 20 und 65 Jahren
- **Sample-Größe:** n = 1.974 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- **Erhebungszeitraum:** 21.11.2014 – 09.12.2014
- **Screening:** Alter, Hausbau derzeit bzw. innerhalb der letzten bzw. nächsten 5 Jahre
- **Grundgesamtheit:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 20 und 65 Jahren
- **Incentives:** geldwerte Bonuspunkte
- **Umfang:** 48 offene/geschlossene Fragen
- **Studienleitung:** Marketagent.com, Mag. Dominique Ertl
- **Kontakt:** d.ertl@marketagent.com
- **Investitionskosten:** € 1.990,- zzgl. MwSt. für die gesamte Studie



## Fertighäuser im Test:

---

- Austrohaus
- Bau mein Haus
- BauMax Haus
- Cleverhaus
- Elk Fertighaus
- Frico-Haus
- Genböck Haus
- Glorit
- Griffner
- Haas-Fertigbau
- Hanlo Häuser
- Hartl Haus
- Malli Haus
- Romberger
- Vario Haus
- Wigo-Haus
- Wimberger Haus
- Wolf Haus
- Zenker mein Haus

**19 Marken  
im Check**



## Erkenntnisinhalte:

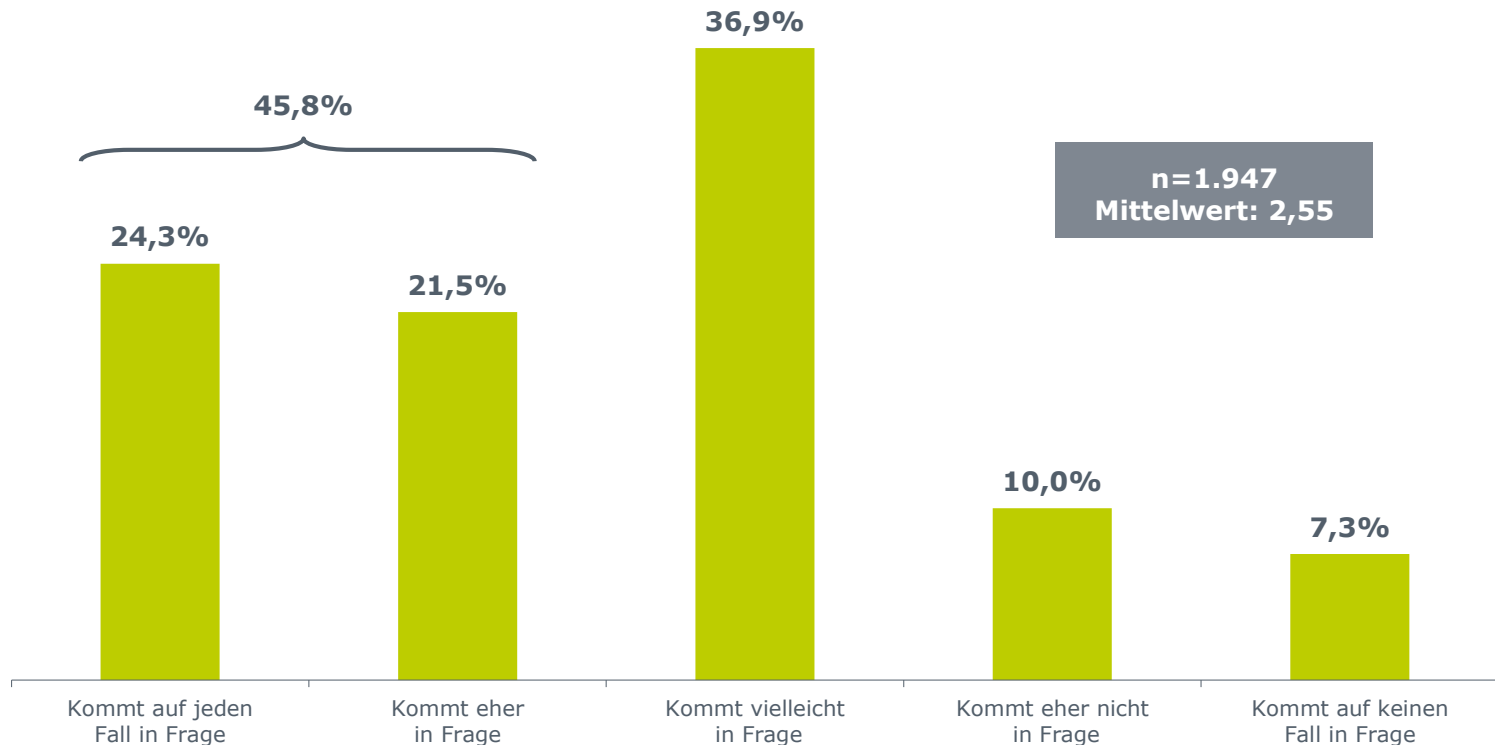
---

- **Allgemeine Einstellung** zu Fertighäusern
- **Gründe** für negative Einstellung gegenüber Fertighäusern
- **Spontane** und **gestützte Bekanntheit** der Fertighaus-Marken
- **Image-Bewertung** der Fertighaus-Marken (sympathisch, traditionsreich, etabliert in Österreich, exklusiv, modern, altmodisch, international, vertrauenswürdig, zuverlässig, kompetent, unverwechselbar, innovativ, zukunftsorientiert, seriös, weiterempfehlen)
- **Image-Bewertung** der Fertighaus-Produkte (Qualität, Preis-Leistungsverhältnis, nachhaltig, langlebig, extravagant, große Auswahl, natürlich, ansprechendes Design, flexibel, wertbeständig)
- **Gesamtimage-Bewertung** der Fertighaus-Marken
- **Markenbindung** der Fertighaus-Marken (in Frage kommende/gewählte Fertighausanbieter, Auswahlkriterien bei Fertighausanbieters)
- **Fertighaus-Kauf** (Wichtigkeit der Kaufkriterien, Preisbewertung, Personenbeteiligung an aktiven Entscheidung)
- **Eigenschaften** eines Fertighauses (Wunschgröße, Bauzeitvorstellung, Zuordnung von Baustoff-Eigenschaften, bevorzugte Bauweise, Ausbaustufe)
- **Infoverhalten bzw. Informationsbeschaffung** bei Fertighäusern
- **Bekanntheit** und **Interesse** von Gebäudekonzepten



# Für 46% der Österreicher kommt ein Fertighaus (eher) in Frage.

Ein Fertighaus würde beim Hausbau in Frage kommen ...

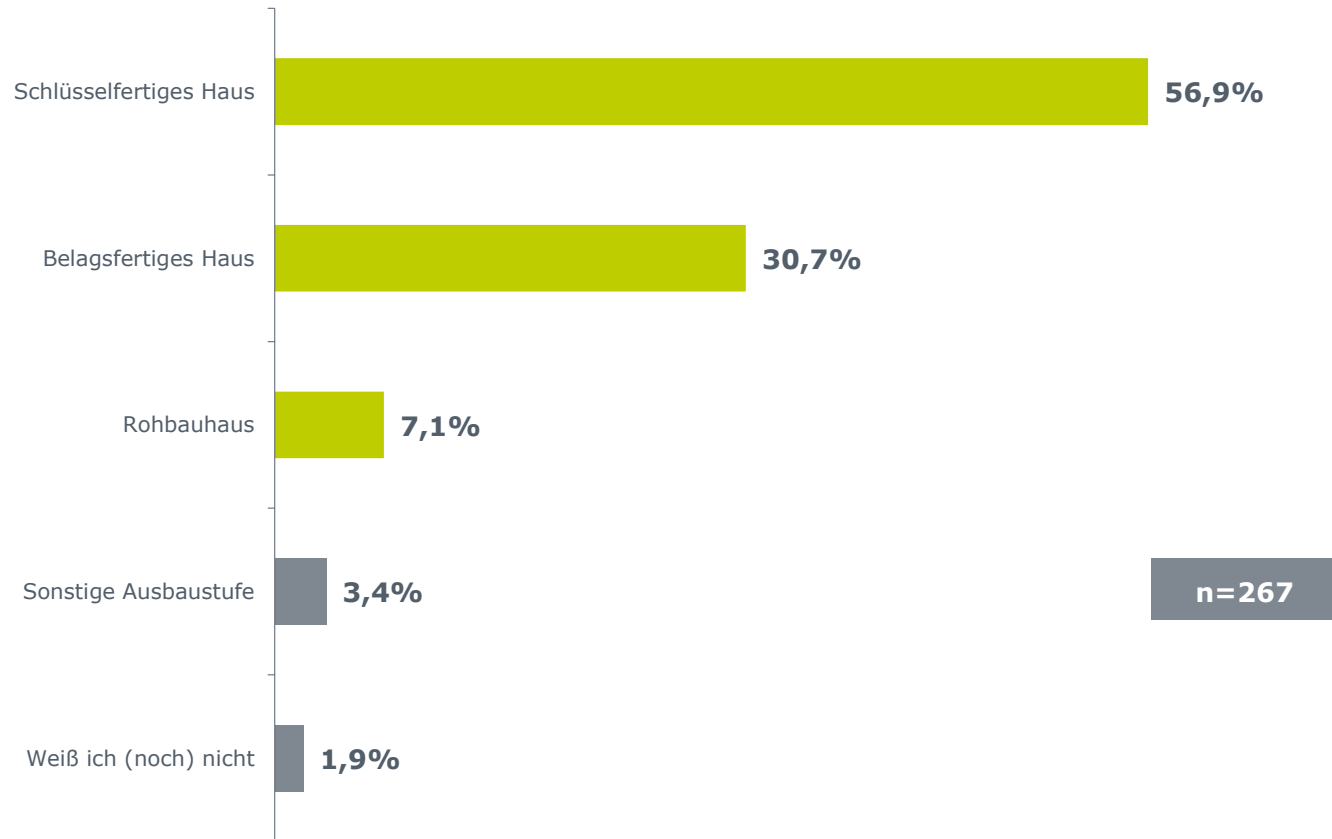


[...] Angenommen Sie würden ein Haus bauen, inwieweit kommt für Sie ein Fertighaus in Frage?



# Rund 57% der Fertighausbauer bevorzugen ein schlüsselfertiges Haus.

## Ausbaustufe beim Fertighaus



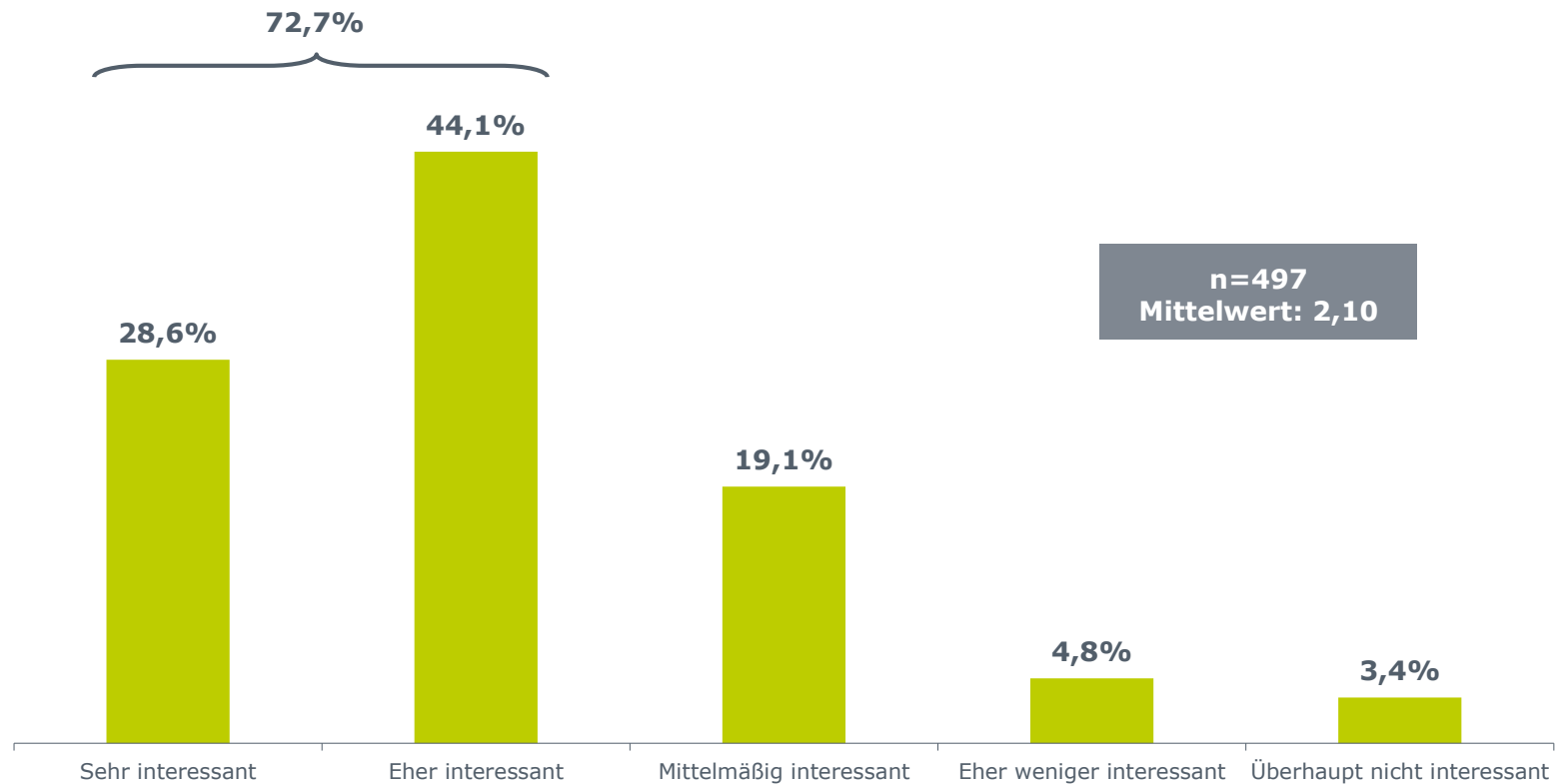
(Basis: Respondenten sind zwischen 20 und 65 Jahre alt, haben in den letzten 5 Jahren ein Haus gebaut/ bauen lassen, sind gerade dabei und/ oder planen dies in den nächsten 5 Jahren zu tun und haben sich für ein Fertighaus entschieden)

**[...] Welche Ausbaustufe beim Fertighaus haben Sie gewählt bzw. zu welcher tendieren Sie?**



# Für 73% wäre eine Passivbauweise bei Fertighäusern (eher) interessant.

## Interesse an Fertighäusern in der Passivbauweise



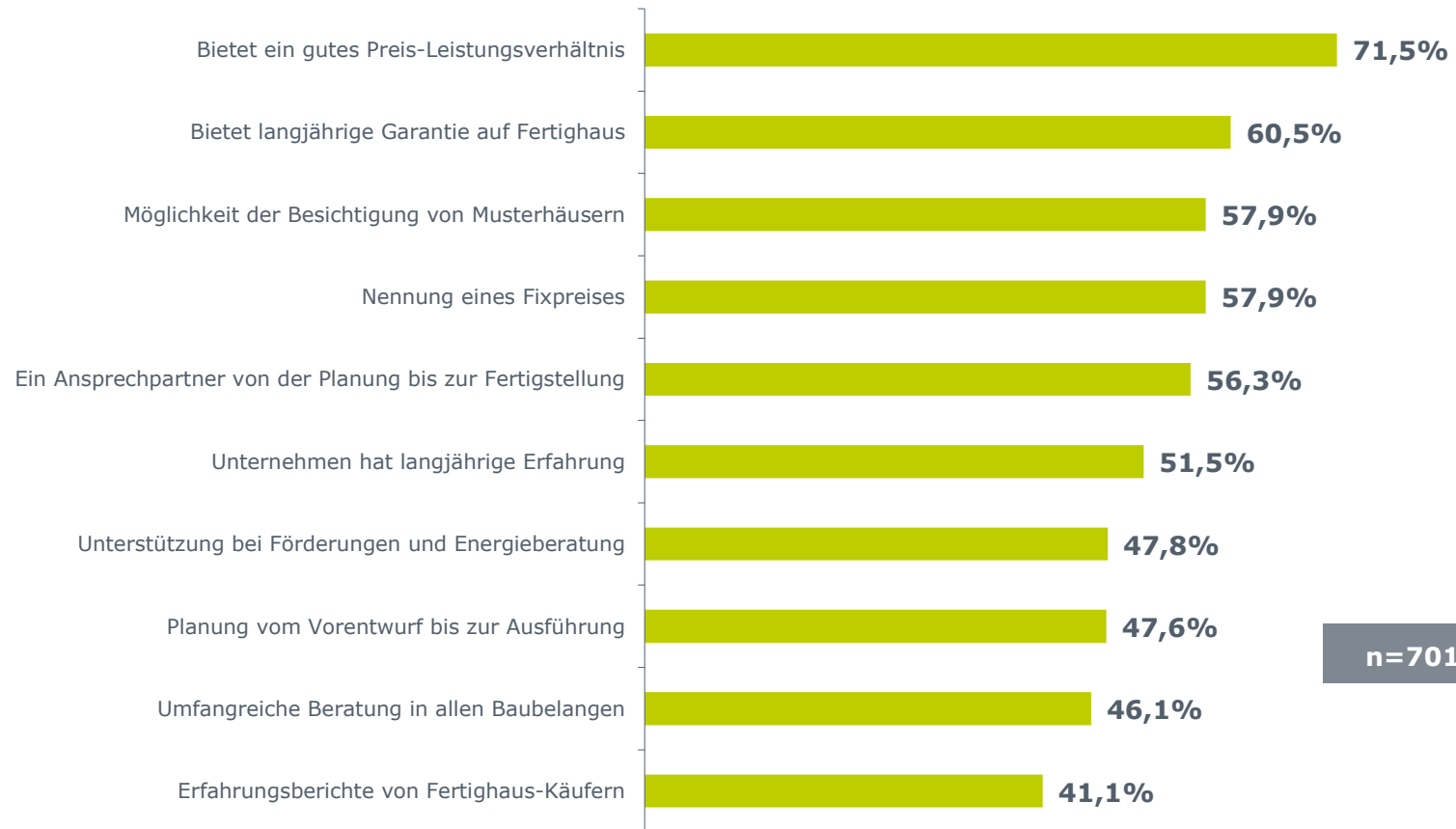
(Basis: Respondenten haben in den letzten 5 Jahren ein Haus gebaut/ bauen lassen, sind gerade dabei und/ oder planen dies in den nächsten 5 Jahren zu tun und kennen ein Passivhaus)

**Wie interessant ist bzw. wäre für Sie persönlich ein Fertighaus in Passivbauweise. [...]**



# Das Preis-Leistungsverhältnis ist bei der Auswahl eines Fertighaus-Anbieters am wichtigsten.

## Die 10 (von 22) wichtigsten Kriterien bei der Auswahl eines Fertighaus-Anbieters



(Basis: Respondenten haben in den letzten 5 Jahren ein Haus gebaut/ bauen lassen, sind gerade dabei und/ oder planen dies in den nächsten 5 Jahren zu tun)

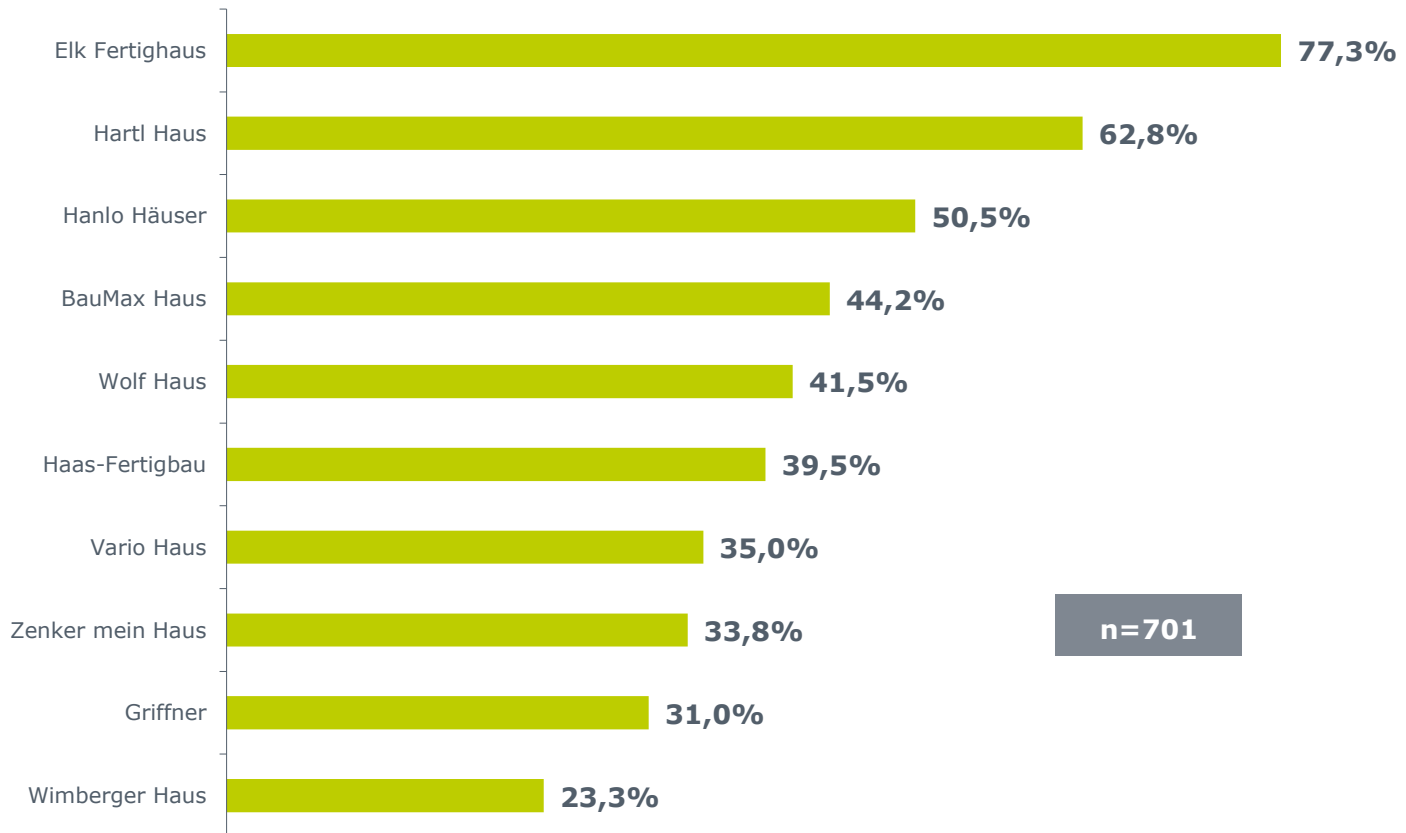
**Welche der folgenden Kriterien haben bzw. hätten bei der Auswahl eines Fertighaus-Anbieters einen Einfluss auf Ihre Entscheidung?**





# Elk Fertighaus ist der bekannteste Fertighaus-Anbieter.

Gestützte Bekanntheit - Top 10 von 19



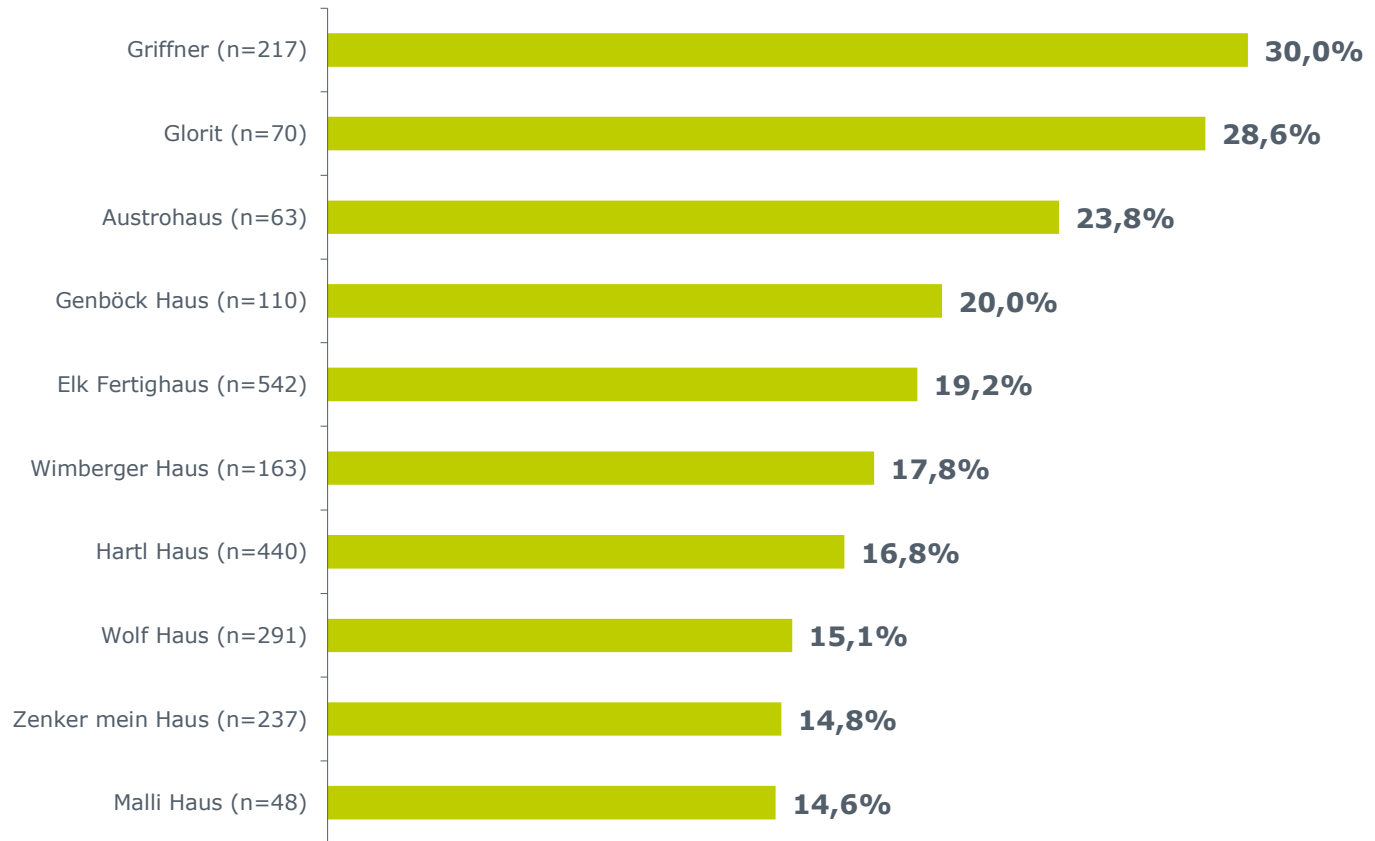
(Basis: Respondenten haben in den letzten 5 Jahren ein Haus gebaut/ bauen lassen, sind gerade dabei und/ oder planen dies in den nächsten 5 Jahren zu tun)

**[...] Welche dieser sind Ihnen als Unternehmen bzw. Marken, die Fertighäuser anbieten zumindest namentlich bekannt?**



# Die Fertighausmarke Griffner ist am exklusivsten.

Top-Box: bewertet mit "sehr exklusiv" (5-stufige Skalierung) – Top 10 von 19



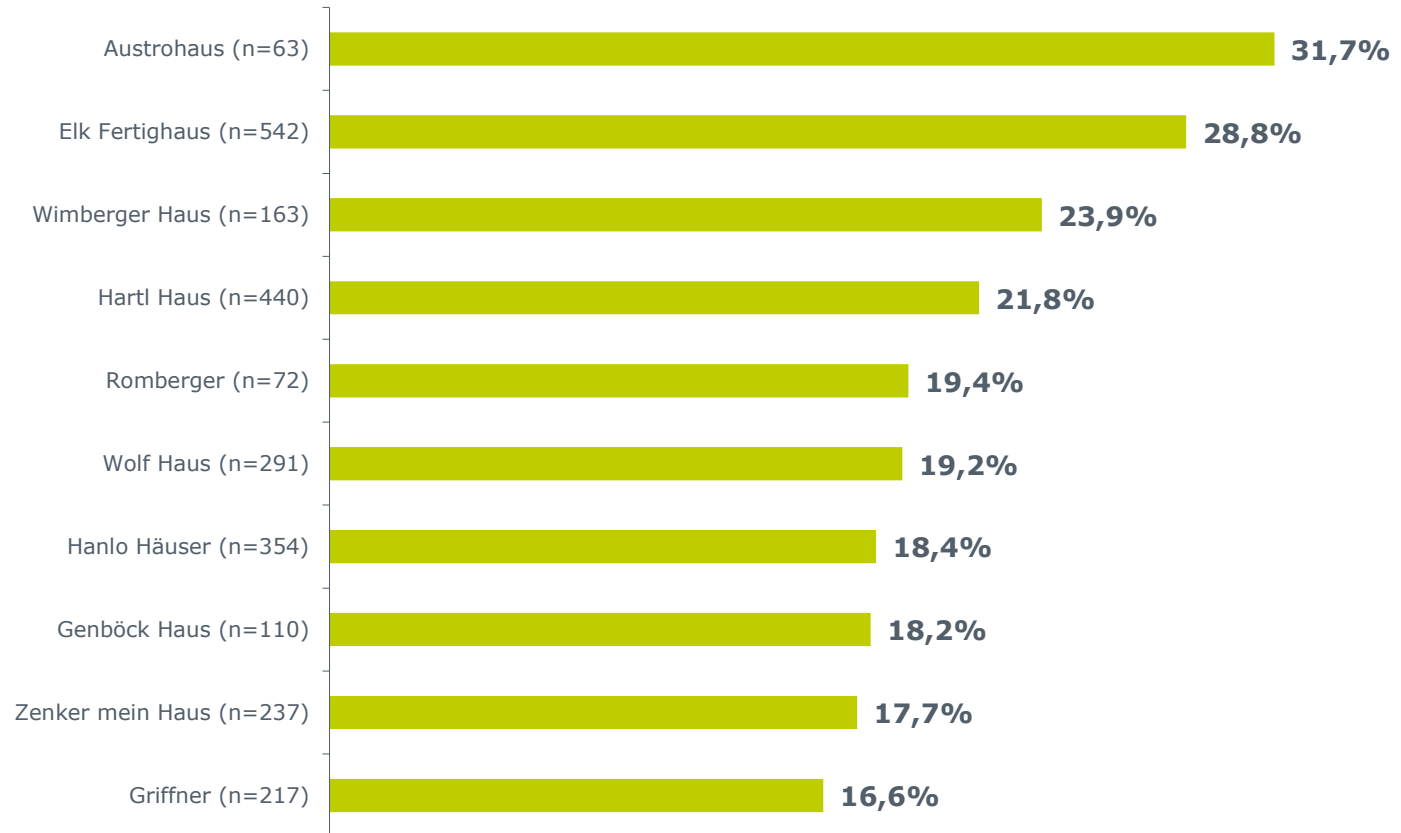
(Basis: Respondenten haben in den letzten 5 Jahren ein Haus gebaut/ bauen lassen, sind gerade dabei und/ oder planen dies in den nächsten 5 Jahren zu tun und kennen die jeweiligen Marken)

Wie würden Sie die Exklusivität folgender Fertighaus-Marken bewerten? [...]



# Austrohaus bietet die größte Auswahl an Haustypen.

Top-Box: bewertet mit "sehr vielfältig/ große Auswahl" (5-stufige Skalierung) – Top 10 von 19



(Basis: Respondenten haben in den letzten 5 Jahren ein Haus gebaut/ bauen lassen, sind gerade dabei und/ oder planen dies in den nächsten 5 Jahren zu tun und kennen die jeweiligen Marken)

**Wie würden Sie die Häuser folgender Fertighaus-Marken hinsichtlich ihrer Vielfalt an unterschiedlichen Haustypen bewerten? [...]**



---

# about Marketagent.com



## About Marketagent.com ...

---

Marketagent.com ist Österreichs führendes Online Markt- und Meinungsforschungsinstitut und Vorreiter in der Internet-basierenden Datenerhebung und -analyse. Das eigens rekrutierte 617.000 Personen umfassende Online-Access-Panel (Stand Dezember 2014, plus 400 pro Tag) ist ein wichtiger strategischer Erfolgsfaktor und Ausgangsbasis für zahlreiche erfolgreiche Consulting-Projekte. Marketagent.com konnte innerhalb weniger Jahre zu einem fixen Bestandteil der Marktforschungsszene aufstreben. Zu den Referenzen zählen unter anderem Unternehmen wie A1, die Erste Bank, Drei, Austrian Airlines, bwin.com, die Wirtschaftskammer Wien/Österreich, die Post AG, der ÖAMTC, Claro, OMV, Coca Cola, L'ORÉAL, Nestlé und die NÖM AG.

Die technische Realisierung der Online-Research-Plattform wurde mit einer Jury-Auszeichnung im Rahmen des Multimedia-Staatspreises 2002 ausgezeichnet. Im Februar 2003 folgte ein bronzenener Werbe-Hahn für die Bemühungen rund um die Rekrutierung eines Teilnehmer-Pools an Meinungsbildnern und im März der erste Preis bei NÖ Internet-Award der Wirtschaftskammer und Donau Universität Krems. Im Dezember 2004 gewann Marketagent.com den ersten Preis im Gewinn-Jungunternehmer-Wettbewerb, Kategorie e-biz.



## Das Online Access Panel von Marketagent.com

---

Bei einem Online Access Panel handelt es sich um einen Kreis von web-aktiven Personen, die sich bereit erklärt haben, wiederholt an Online-Untersuchungen teilzunehmen. Im Gegensatz zu Telefonbüchern oder Post-Adresslisten existieren im Internet bislang keine zentralen Register von eMail-Adressen, die zur Ziehung von Online-Samples genutzt werden können. Als "work around" bietet sich der Aufbau zentral gepflegter Pools befragungswilliger Internet-Anwender (sogenannte "Online-Access-Panels") an. Ähnlich wie bei traditionellen Offline-Panels stehen die registrierten Mitglieder hierbei sowohl für ad hoc-Befragungen, als auch für Längsschnittbefragungen dem Institut zur Verfügung.

Das Marketagent.com Online-Access-Panel besteht gleichermaßen aus passiv wie aktiv rekrutierten Internet-Nutzern. Die Probanden werden sowohl über entsprechende Aktivitäten im Internet (beispielsweise mittels Werbebanner und Links auf anderen Websites) angeworben, als auch über klassische Methoden (beispielsweise mittels Call-Center) offline rekrutiert. Durch eine Vielzahl an verschiedenen Maßnahmen wird dadurch ein weiter Kreis an web-aktiven Personen in Österreich, Deutschland und der Schweiz angesprochen. Die Maßnahmen zur Akquisition von neuen Mitgliedern umfassen die Schaltung von Werbebannern auf sehr unterschiedlichen Websites, den Eintrag in Suchmaschinen und entsprechenden Internet-Angeboten zu diesem Thema, Pressemeldungen, Gewinnspiel-Sponsoring sowie den regelmäßig durchgeführten Website-Tests auf verschiedensten Portalen im WorldWideWeb.



**Dominique Ertl, Mag.  
d.ertl@marketagent.com  
+43 (0) 2252 – 909 009 – 27**

**Mühlgasse 59  
A-2500 Baden**

**[www.marketagent.com](http://www.marketagent.com)**

