



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Automotive-Markt: in der Hälfte der Ad Impressions geht es um Autoverkauf



**Über die Hälfte aller Ad Impressions, die im Automotive-Markt auf Facebook, Instagram und TikTok ausgespielt werden, entfällt auf die Produktkategorie Autoverkauf. Die Marken Peugeot, Heycar sowie Kfzteile24 weisen die höchsten Interaktionsquoten auf.**

*Esslingen am Neckar, 07. September 2023* – Welche Anzeigen werden in den Social Media wahrgenommen, welche verzeichnen besonders viele Klicks? Eine aktuelle Studie betrachtet dafür rund 14.000 Ads innerhalb des Automotive-Markts auf den drei Plattformen Facebook, Instagram und TikTok. Von allen Ad Impressions, welche die Ausspielung von Anzeigen an die Social Media-User definieren, entfallen 53 Prozent auf die zehn Anbieter mit den meisten Anzeigen. Weit vorne mit dabei sind unter anderem BMW, Hyundai, Mini, Renault und Volkswagen.

Von den 238 Anbietern mit den meisten Ad Impressions spielen 93 Prozent Anzeigen auf Facebook und 61 Prozent Anzeigen auf Instagram aus, acht Prozent der Anbieter nutzen zur Ausspielung die Plattform TikTok. Hier gibt es klare Unterschiede bei der Plattformpräferenz. Unter den Advertisern bevorzugen beispielweise Buchbinder Autovermietung oder Semperit Reifen überdurchschnittlich stark die Plattform Facebook. Continental Reifen oder Smart verzeichnen erhöhte Anteile auf Instagram, Autodoc spielt vergleichsweise viele Ads auf TikTok aus.

Nach Ausspielung und Wahrnehmung folgt idealerweise eine Ad Interaction durch den Adressaten mittels Anzeigenklick, Kommentierung, Like oder Share. Weniger als jede zehnte Ad Impression auf Facebook und Instagram verzeichnet eine solche Interaktion. Einige Anbieter erzielen überdurchschnittlich viele Interaktionen in Relation zu ihren Ad Impressions. Von allen Anbietern mit über 200 Ad Impressions weisen Peugeot, Heycar sowie Kfzteile24 die höchste Interaktionsquote auf. Bei der Unterteilung nach Themen entfällt auf die Produktkategorie Autoverkauf mit 50 Prozent der höchste Anteil an den analysierten Ad Impressions. Es folgen die Kategorien Jobs und Vermietung.

#### **Über die Studie:**

Die ‚Studie Social Media Ad Perception Automotive 2023‘ von research tools untersucht in Kooperation mit Murmuras GmbH auf 136 Seiten die Ad Perception der Anbieter im Automotive-Markt auf den Plattformen Facebook, Instagram und TikTok. Dabei wird die Anzeigenwahrnehmung (Ad Impressions) nach verschiedenen Kategorien differenziert. Anzeigen, Anzeigeninhalte und Interaktionen werden aufgezeigt und liefern Benchmarks.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-social-media-ad-perception-automotive-2023>

**Die Studienherausgeber:**

Der Spezialist für Marketinganalyse **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, wettbewerbsorientierte Marktforschung.

<https://research-tools.net>

<https://linkedin.com/company/research-tools-net>

Die **Murmuras GmbH** aus Bonn erfasst und analysiert konsum- und werberelevante Nutzungsdaten aus Handy-Apps. Die Technologie ermöglicht es, echte Verhaltensdaten von Smartphone-Nutzern im Alltag zu messen – DSGVO-konform und ausschließlich für Studienzwecke.

<https://murmuras.com>

**Pressekontakt:**

Uwe Matzner

research tools

Kesselwasen 10

73728 Esslingen am Neckar

Tel. +49 (0)711 - 55090381

Fax +49 (0)711 - 55090384

[uwe.matzner@research-tools.net](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)