



## Pressemitteilung

### Beautymarkt: Estrid, L'Oréal und Nivea sind die Top-Advertiser auf Facebook & Instagram



**Im Beautymarkt steht auf den Plattformen Facebook und Instagram in jeder siebten Anzeige das Markenimage im Fokus. Die Marken Estrid, L'Oréal und Nivea zählen zu den aktivsten Advertisern.**

*Esslingen am Neckar, 09. August 2022* – Stattliche 583 Anbieter innerhalb des Beautymarkts schalteten im Untersuchungszeitraum

rund 7.650 verschiedene Anzeigen auf den Plattformen Facebook und Instagram. Mittels einer neuen Technologie zum Ads-Tracking in Handy-Apps erfolgte die Messung direkt während der Social Media Nutzung. Damit haben die entsprechenden User durchschnittlich etwa alle vier Tage eine Anzeige zum Beautymarkt ausgespielt bekommen. Auf die Top 10-Advertiser entfällt ein gutes Drittel aller Ad Impressions. Die Marken Estrid, L'Oréal und Nivea zählen hierbei zu den aktivsten Advertisern.

Im Beautymarkt sind unter den Advertisern beide Plattformen beliebt. Facebook liegt hinsichtlich des ausgespielten Anzeigenvolumens mit 56 Prozent nur knapp vor Instagram. Etwa vier Fünftel der Top 100-Advertiser schalten Anzeigen auf beiden Plattformen. Bei der Produktwerbung werden am häufigsten Ads zu Hautpflegeprodukten ausgespielt. Es folgen die Kategorien Parfum, Make-Up und Haarpflege. Daneben zeigt die Imagewerbung ihren Stellenwert: in jeder siebten Anzeige steht die Imagepflege im Fokus.

Erwartungsgemäß wird ein Großteil der Anzeigen im Beautymarkt an Frauen ausgespielt. Bei der Verteilung nach Altersklassen geht über die Hälfte aller Ads an die 31- bis 50-Jährigen. Unter den zehn Top-Advertisern richtet sich mit Estrid nur eine Marke verstärkt an die Jüngeren. Nach Ausspielung und Wahrnehmung folgt idealerweise eine Ad Interaction durch den Adressaten mittels Anzeigenklick, Kommentierung, Like oder Share. Im Schnitt verzeichnen 4,1 Prozent aller wahrgenommenen Anzeigenauspielungen eine Interaktion. An einer hohen Anzahl an Interaktionen konnten sich im Analysezeitraum unter anderem die Marken Lancôme, Naturkosmetik München und Nivea erfreuen.

#### **Über die Studie:**

Die ‚Studie Social Media Ad Perception Beauty 2022‘ von research tools untersucht in Kooperation mit Murmuras GmbH auf 123 Seiten die Ad Perception der Anbieter im Beautymarkt auf den Plattformen Facebook und Instagram. Dabei wird die Ad Perception nach verschiedenen Kategorien differenziert. Anzeigen, Anzeigeninhalte sowie die Ad Interaction werden aufgezeigt und liefern Benchmarks. Der Untersuchungszeitraum erstreckt sich von 01. Oktober 2021 bis 30. April 2022.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-social-media-ad-perception-beauty-2022>

**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)