

+++ Armani Beauty +++ Dior +++ Dove +++ essence Cosmetics +++ Garnier +++ L'Oréal +++ La Roche-Posay +++ Maybelline New York +++ NIVEA +++ Schwarzkopf +++ SEPHORA +++ The Body Shop +++ Vichy +++ Weleda +++ Zalando Beauty & Care +++ und weitere 185 Advertiser

Studiensteckbrief

Studie Social Media Ad Perception Beauty 2022

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Juli 2022

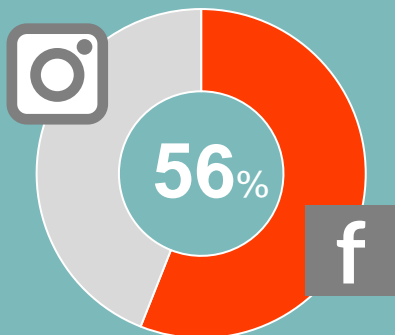
Ausgewählte Key Facts:

- 583 Anbieter innerhalb des Beauty-Markts haben im Untersuchungszeitraum Anzeigen auf Facebook und Instagram geschaltet. Anbieter von dekorativer Kosmetik stellen dabei die größte Anbietergruppe mit einem Anteil von 38 Prozent, danach folgen Anbieter von Pflegeprodukten.
- Auf die drei Top-Advertiser entfallen 15 Prozent aller Ad Impressions.
- Die Mehrzahl der Anzeigen wird auf Facebook geschaltet, auf Instagram sind etwas weniger Anzeigen zu verzeichnen.
- Meist sind Frauen die Adressaten der Anzeigen. Über die Hälfte der Anzeigen wird an Personen im Alter zwischen 31 und 50 Jahren adressiert.
- Die beiden Anbieter mit besonders vielen verschiedenen Anzeigen verzeichnen ebenfalls die meisten Ad Impressions.
- Weniger als jede zwanzigste der ausgespielten Beauty-Anzeigen verzeichnet eine Interaktion, d.h. einen Click auf die Anzeige oder Kommentierungen, Likes oder Shares.
- Am häufigsten werden im Beauty-Markt Anzeigen zum Markenimage ausgespielt.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Ad Locations



Im Plattformvergleich liegt Facebook vor Instagram

Soziodemografie



Zwischen **47** und **92%** der Anzeigen spielen die Top 10-Anbieter an Frauen aus

Ad Impressions

583 Anbieter im Beauty-Markt spielen Anzeigen aus

Anzeigen

>250 verschiedene Anzeigen schalten allein die Top 10-Anbieter pro Monat

Ad Interaction



21% aller Anzeigen-Interaktionen entfallen auf die Top 3-Anbieter

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Analyse der Ad Perception im Beauty-Markt

Soziodemografie, Social Media-Plattform, Anbietertyp und Produktkategorien,
detailliert für die Top 200-Marken

auf den Plattformen **Facebook** und **Instagram**

alle Ergebnisse **im Wettbewerbsvergleich** auf 123 PowerPoint-Seiten

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

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

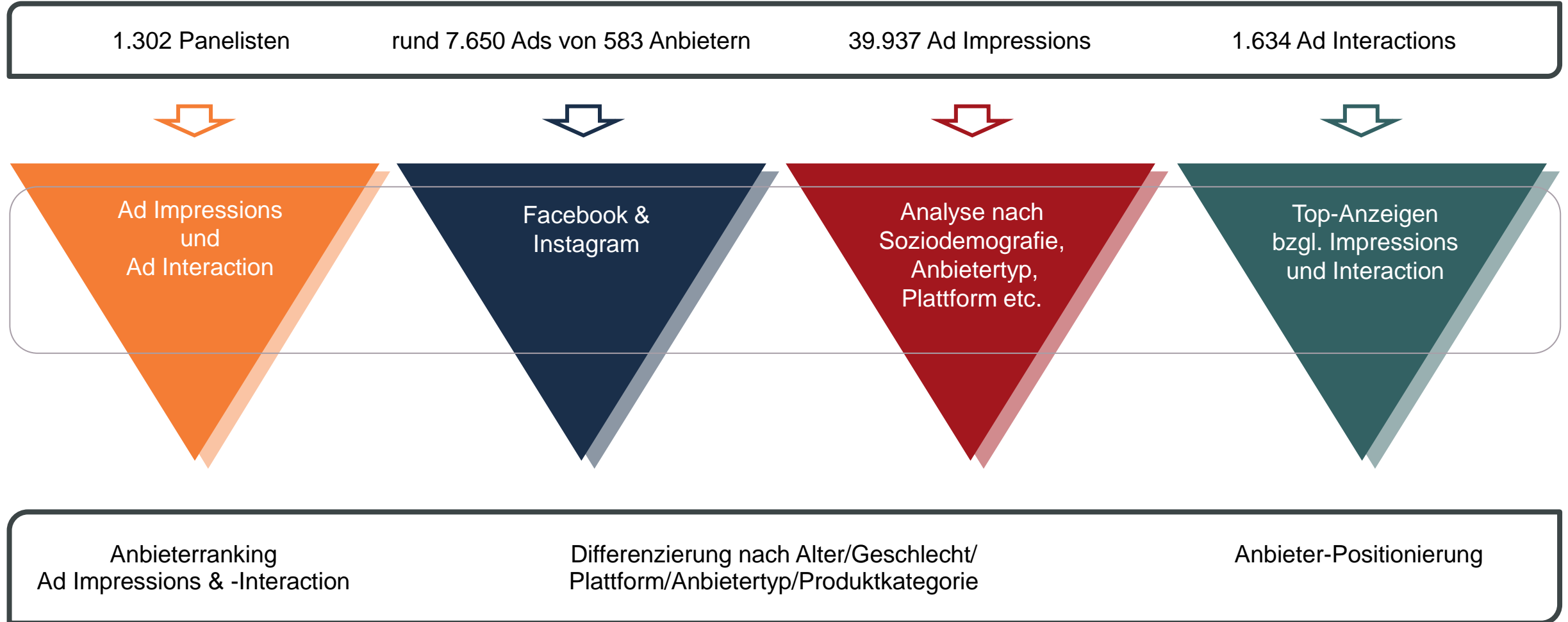
Nutzen: Benchmarks der Social Media Ad Perception
sowie Überprüfung der eigenen Positionierung

583 Advertiser im Beauty-Markt:

- 99nails
- Aesop
- Alessandro International
- Alina Cosmetics
- Anny Cosmetics
- Armani Beauty
- ARTDECO cosmetics
- ASAMBEAUTY
- AURA Hair Care
- Aveda
- Avitale
- BABOR
- ...

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie analysiert unter anderem folgende **Aspekte:**

- welche Advertiser sind führend hinsichtlich ihrer Ad Impressions?
- wie verteilt sich die Ad Impressions auf die beiden Plattformen Facebook und Instagram?
- welchen Anteil machen Anzeigen bei Instagram in Stories, Feeds und Reels aus?
- welche soziodemografischen Schwerpunkte bezüglich Alter und Geschlecht zeigen die Anbieter?
- welche Anbieter stechen bei der Ad Interaction heraus?
- welche Anzeigen verzeichnen besonders viele Klicks?
- welches sind die Top 5-Advertiser in meiner Anbietergruppe?
- welche Positionierung nehmen die Top 10 Anbieter im Wettbewerbsvergleich ein?

Die Studie in Zahlen:

- 583 Anbieter im Beauty-Markt, davon Top-200 mit Ad-KPIs
- 2 Plattformen: Facebook, Instagram mit 4 Ad Locations
- soziodemografische Analyse nach Altersklassen & Geschlecht
- 6 Anbietertypen
- Top 10 Anbieter mit Anzeigen-Clicks
- Positionierungsanalyse Top 10-Marken

Forschungsdesign:

research tools ermittelt die Ad Perception der Anbieter auf den Plattformen Facebook und Instagram innerhalb des deutschsprachigen Raums. Dabei wird die Ad Perception nach verschiedenen Kategorien differenziert. Die Daten stammen von Co-Herausgeber Murmuras GmbH, der mittels App die Anzeigenwahrnehmung in den Social Media erfasst. Analysezeitraum ist von 01.10.2021 bis 30.04.2022. Die Studie wurde objektiv, unabhängig und neutral erstellt und ist im Juli 2022 erschienen.

Preis der Studie: Die 123 Seiten umfassende Studie kostet **3.600 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	9
➤ Ad Impressions	13
Ranking Ad Impressions Top 10 und Top 200 Anbietern	
➤ Plattformen	27
Verteilung der Ad Impressions auf die Plattformen insgesamt und für Top 200 Anbieter	
➤ Ad Locations	38
Verteilung der Ad Impressions auf die Ad Locations insgesamt und für Top 200 Anbieter	
➤ Geschlecht	49
Verteilung der Ad Impressions nach Geschlecht insgesamt und für Top 200 Anbieter	
➤ Altersklassen	60
Verteilung der Ad Impressions auf die Altersklassen insgesamt und für Top 200 Anbieter	

Inhaltsverzeichnis

➤ Anzeigen	71
Anzahl verschiedener Anzeigen der Top 10-Anbieter, Anzeigen mit den meisten Ad Impressions der Top 10-Anbieter bei Ad Impressions	
➤ Ad Interaction	78
Top 10-Anbieter Anzeigen-Clicks, Ranking Anbieter nach Anzeigen-Clicks, Vergleich Anteil Ad Impressions und Anzeigen-Clicks, Verteilung Anzeigen-Clicks auf die Plattformen, Anzeigen mit den meisten Clicks	
➤ Anzeigeneinhalte	91
Verteilung der Ad Impressions auf Anzeigeneinhalte insgesamt und für Top 200 Anbieter,	
➤ Anbietertyp	110
Anzahl Anbieter und Anteil Ad Impressions der Anbietertypen, Top 5-Anbieter innerhalb der Anbietertypen, Konzentration Ad Impressions auf Anbietergruppen	
➤ Positionierungsanalyse	119
Positionierung der Top 10 Anbieter nach Ad Impressions innerhalb der KPIs	
➤ Kontakt	122

Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

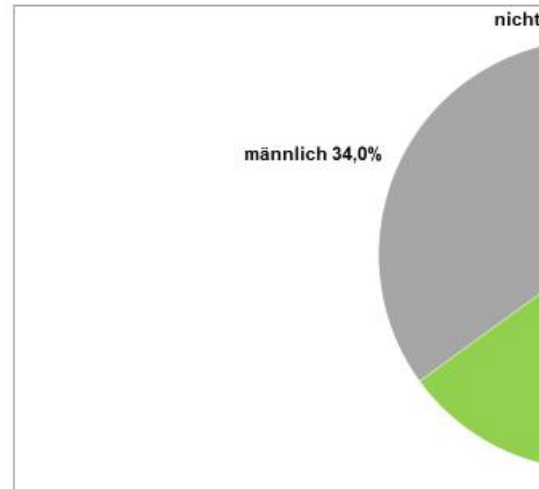
Ad Impressions

Ranking Ad Impressions im Zeitraum 01.10.2021 bis 30.04.2022

Rang	Anbieter	Anzahl
61	Doonails	215
61	PURE SOUL Naturkosmetik	212
63	MANIKO Nails	208
64	Emmi-Nail	208
65	CHANEL	202
66	Loona's Naturkosmetik	196
66	SkinCeuticals	180
68	BABOR	176
69	COSLINE Cosmetics	173
69	Notino	171
71	Beauty Highlights	163
72	CeraVe	160
73	ROCKSTAR NAILS	157
74	Lacoste	154
75	C.B.C Beauty Concept	149

Geschlecht

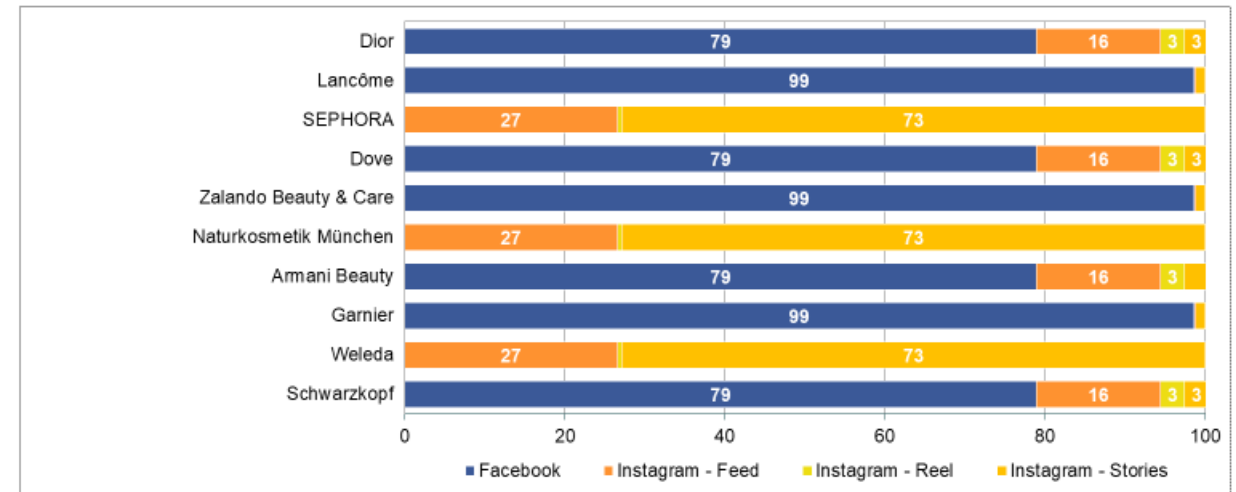
Verteilung der Ad Impressions nach Geschlecht



In welchen Ad Locations zeigt sich Potenzial?

Ad Locations

Verteilung der Ad Impressions auf die Ad Locations (Top 10, Angaben in %)



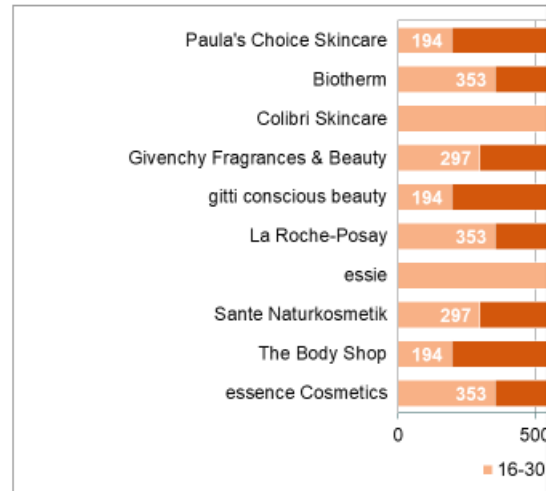
Welche Anbieter dominieren bei den Ad Impressions?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Altersklassen

Verteilung der Ad Impressions auf die Altersklassen (Top 10, Angaben in %)



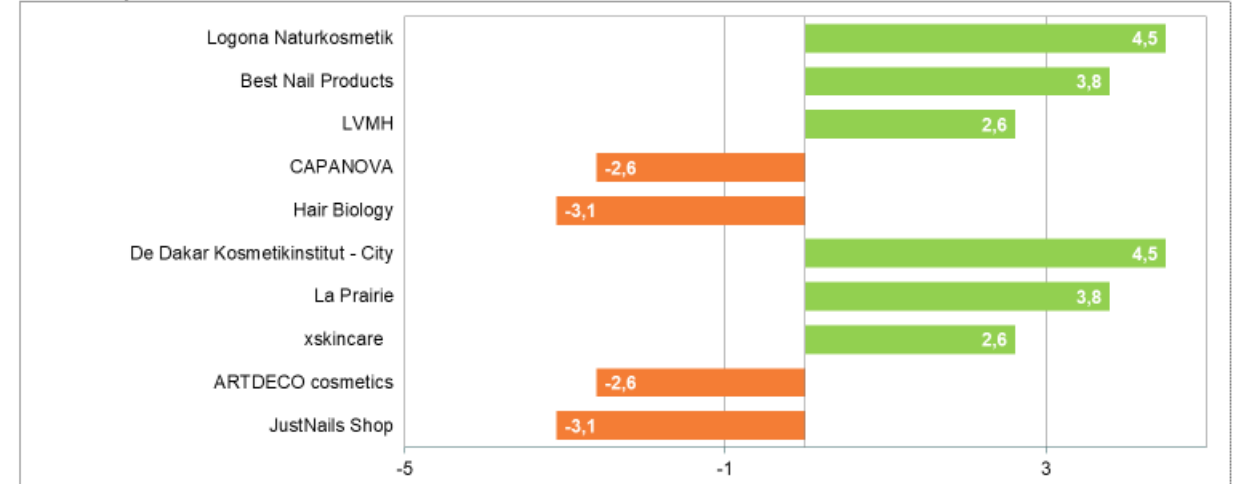
Anzeigen

Anzeigen mit den meisten Ad Impressions der Top 10 Anbieter Ad Impressions (1)

Anbieter	Anzeigentext (Auszug)
NIVEA	Bist du ein NIVEA Fan? 😊 Die
L'Oréal	Haarfarbe, wie frisch vom Friseur verwandle dein Haar in nur 8 St
Estrid	Hey, ich bin Estrid. Deine neue,
Yves Saint Laurent	Teste jetzt gratis die neue LASH
Douglas Cosmetics	Auch zuhause kannst du ganz l über 4000 Produkte auftragen
Dior	MISS DIOR, DER NEUE DUFT der Dior Online Boutique sicher
Lancôme	Jetzt Gratisprobe sichern und di
SEPHORA	Zum Single's Day am 11.11. bis
Dove	Gewinne mit etwas Glück eines Pflegeduschen – für deinen Wo

Ad Interaction

Vergleich Anteil Ad Impressions und Interaktionen der Top 10-Anbieter Anzeigen-Clicks¹ (Reihenfolge der Anbieter nach Anteil Anzeigen-Interaktionen)



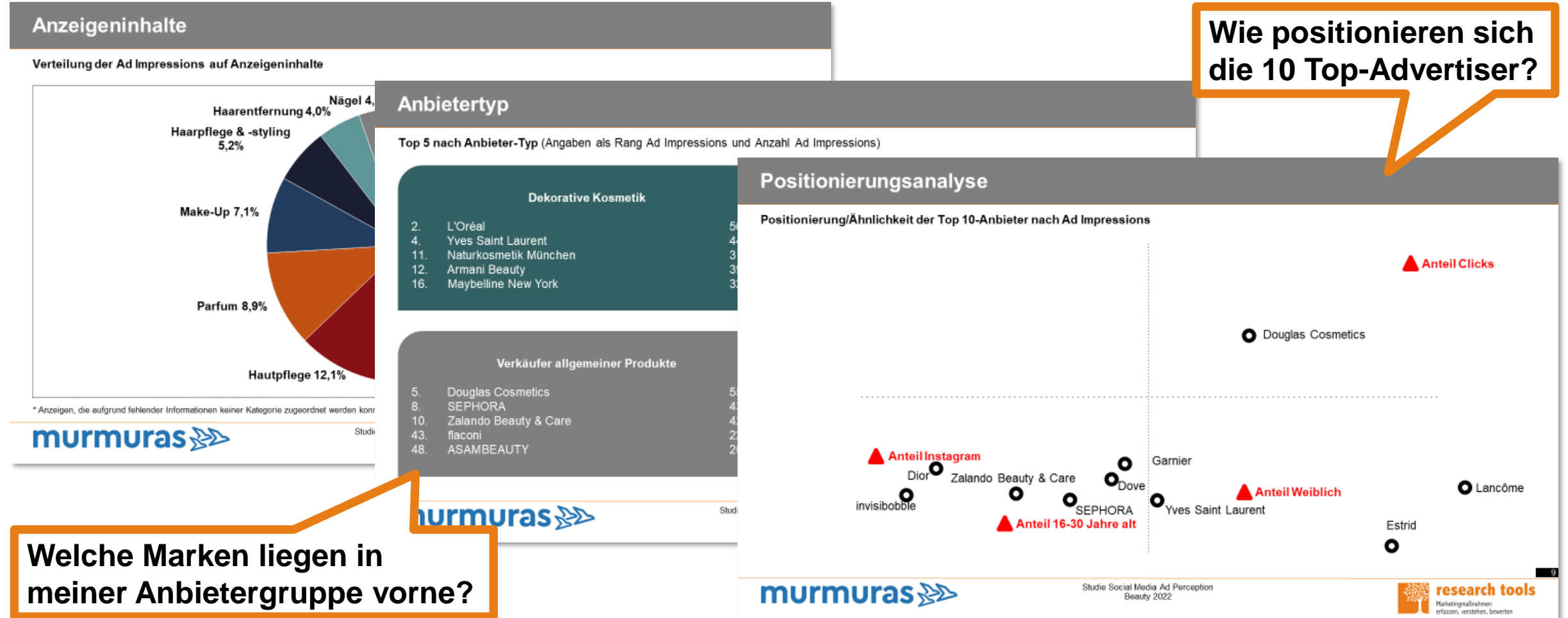
¹ (Berechnung: Anteil Clicks minus Anteil Impressions)

Welche Anbieter schöpfen ihr Potenzial voll aus?

Welches sind Anzeigen mit den meisten Ad Impressions?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



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 3.600 EUR zzgl. MwSt. die **Studie Social Media Ad Perception Beauty 2022**.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

Kontakt / Branchenerfahrung

Ihre Ansprechpartner für diese Studie sind:



Qais Kasem

Geschäftsführer Murmuras GmbH
Tel. +49 (0)228 965 977 11
qais@murmuras.com
Murmuras GmbH
Meckenheimer Allee 73
53115 Bonn



Uwe Matzner

Geschäftsführer research tools
Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM
Tel. +49 (0)711 – 55090381
uwe.matzner@research-tools.net
research tools, www.research-tools.net
Kesselwasen 10, 73728 Esslingen a. N.

Das IT-Unternehmen Murmuras erfasst und analysiert konsum- und werberelevante Nutzungsdaten aus Handy-Apps. Diese Technologie ermöglicht es, schneller auf Trends zu reagieren und Entscheidungen für das mobile Marketing zu treffen.

Seit 2005 positioniert sich research tools als Spezialist für Marketinganalyse und ergänzt mit der Studienreihe ‚Social Media Ad Perception‘ sein Marketinganalytik-Spektrum.

Zuletzt zur Branche Beauty & Körperpflege erschienen:

- Studie eVisibility Parfümerie 2022
- Werbemarktanalyse Haarpflege 2022
- Studie eVisibility Make-up 2021
- Werbemarktanalyse Duschgels 2021
- Studie eVisibility Parfümerie 2020
- Studie eVisibility Make-up 2019

