

+++ Alle-Center Magdeburg +++ Altmarkt-Galerie Dresden +++ Billstedt Center Hamburg +++ Ernst-August-Galerie +++ Franken-Center Nürnberg
+++ Galerie Roter Turm Chemnitz +++ Linden-Center Berlin +++ Outletcity Metzingen +++ Phoenix-Center Harburg +++ weitere 248 Einkaufszentr.

Studiensteckbrief

Studie Social Media Ad Perception Einkaufszentren 2026

Detaillierte Analyse der Top 90 Marken

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

März 2026

Informationen zur Studie

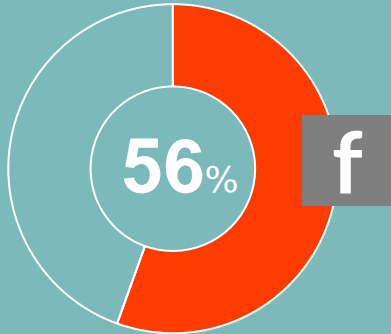
Ausgewählte Key Facts:

- 257 Anbieter haben im Untersuchungszeitraum Anzeigen auf Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, TikTok und YouTube zum Thema Einkaufszentrum geschaltet.
- Auf die zehn Top-Advertiser entfallen 31% Prozent aller Ad Impressions.
- Die Mehrzahl der Anzeigen wird auf Facebook und Instagram ausgespielt. LinkedIn, Pinterest, TikTok und YouTube verzeichnen deutlich weniger Ad Impressions.
- Die Top 10-Anbieter spielen jeweils mindestens 41% der Anzeigen an Frauen aus. 25% der Werbung richtete sich an die Altersgruppe der 40- bis 49-Jährigen.
- Die Anbieter mit besonders vielen verschiedenen Anzeigen verzeichnen nicht zwingend die meisten Ad Impressions.
- Am häufigsten werden Anzeigen zur Produktkategorie Gewinnspiel ausgespielt. Deren Anteil fällt aber bei den verschiedenen Anbietern sehr unterschiedlich aus.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Ad Locations



Im Plattformvergleich liegt Facebook vor Instagram, LinkedIn, Pinterest, TikTok und YouTube.

Soziodemografie



Die Top 10-Anbieter spielen jeweils mindestens **41%** der Anzeigen an Frauen aus

Ad Impressions

257 Einkaufszentren schalten Anzeigen

Anzeigen



Die Top 3-Anbieter schalten **Ø 60** verschiedene Anzeigen

Ad Impressions



31% aller Ad Impressions entfallen auf die Top 10-Anbieter

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Analyse der Ad Perception von Anzeigen der Einkaufszentren

Soziodemografie, Social Media-Plattform, Anzahl Ads, Screen Time und Produktkategorien, detailliert für die Top 90-Marken

auf den Plattformen **Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, TikTok, YouTube**

alle Ergebnisse **im Wettbewerbsvergleich** auf 134 PowerPoint-Seiten

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

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

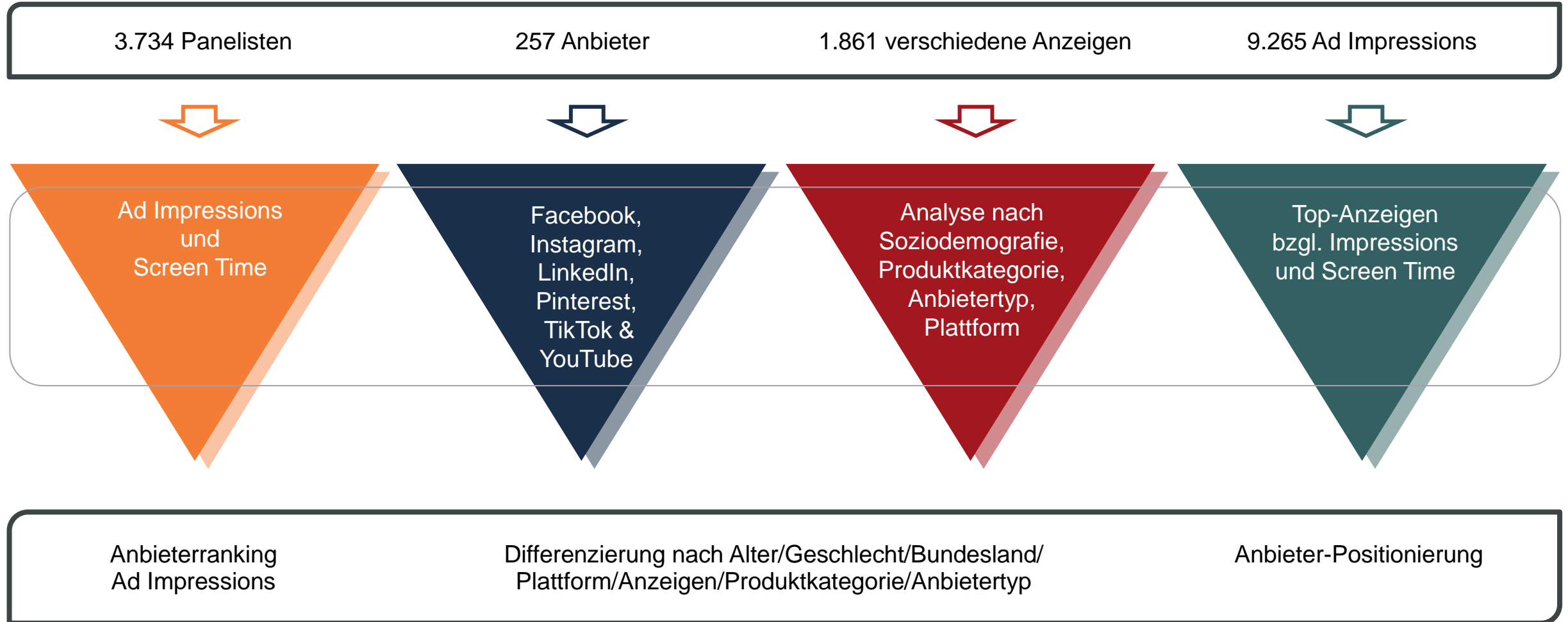
Nutzen: Benchmarks der Social Media Ad Perception sowie Überprüfung der eigenen Positionierung

257 Advertiser (Einkaufszentren):

- ...
- City Arkaden Klagenfurt
- City Arkaden Wuppertal
- City Carré Magdeburg
- City Center Berlin
- City Center Calw
- City Center Chorweiler
- City Center Herne
- City Center Lahr
- City Center Landshut
- CITY CENTER LÖBAU
- ...

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

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

- welche Advertiser sind führend hinsichtlich ihrer Ad Impressions?
- wie verteilen sich die Ad Impressions auf die sechs Plattformen Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, TikTok und YouTube?
- welche Anteile entfallen auf die Anzeigenarten?
- welche soziodemografischen Schwerpunkte bezüglich Alter, Geschlecht und Bundesland zeigen die Anbieter?
- welche Anbieter schalten besonders viele verschiedene Anzeigen?
- welche Anbieter stechen bei der Screen Time heraus?
- welche Positionierung nehmen die Top 10-Anbieter im Wettbewerbsvergleich ein?

Die Studie in Zahlen:

- 257 Einkaufszentren, davon Top-90 mit Ad-KPIs
- 6 Plattformen: Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, TikTok und YouTube mit 9 Ad Locations
- soziodemografische Analyse nach Altersklassen, Geschlecht & Bundesland
- Top 10-Anbieter mit Screen Time
- Positionierungsanalyse Top 10-Marken

Forschungsdesign:

research tools ermittelt die Ad Perception der Anbieter auf den sechs Plattformen Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, TikTok und YouTube innerhalb des deutschsprachigen Raums. Die Daten stammen vom Co-Herausgeber Murmuras GmbH, der mittels App die Anzeigenwahrnehmung in den Social Media erfasst. Diese wird nach Soziodemografie, Plattform, Produktkategorie und Anbietertyp differenziert für 90 Anbieter ausgewiesen. Die Studie wurde objektiv, unabhängig und neutral erstellt und ist im März 2026 erschienen.

Preis der Studie: Die 134 Seiten umfassende Studie kostet **3.800 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	12
➤ Ad Impressions	15
Ranking Ad Impressions Top 10 und mit allen Anbietern	
➤ Plattformen	22
Verteilung der Ad Impressions auf die Plattformen insgesamt und für alle Anbieter	
➤ Ad Locations	32
Verteilung der Ad Impressions auf die Ad Locations insgesamt und für alle Anbieter	
➤ Geschlecht	42
Verteilung der Ad Impressions nach Geschlecht insgesamt und für alle Anbieter	
➤ Altersklassen	49
Verteilung der Ad Impressions auf die Altersklassen insgesamt und für alle Anbieter	
➤ Bundesland	59
Verteilung der Ad Impressions auf die Altersklassen insgesamt und für alle Anbieter	

Inhaltsverzeichnis

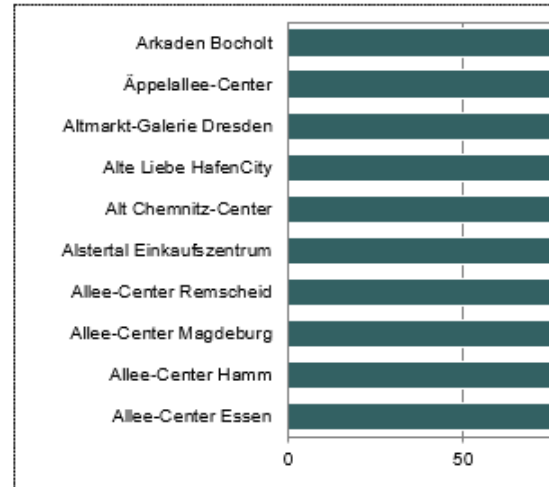
➤ Anzeigen	69
Anzahl verschiedener Anzeigen der Top 10-Anbieter, Anzeigen mit den meisten Ad Impressions der Top 10-Anbieter bei Ad Impressions, Verteilung der Ad Impressions auf die Anzahl der Anzeige insgesamt und für alle Anbieter	
➤ Screen Time	98
Top 10-Anbieter Anzeigen-Screen Time, Ranking Anbieter nach Anzeigen-Screen Time, Vergleich Anteil Ad Impressions und Anzeigen-Screen Time, Verteilung Anzeigen-Screen Time auf die Plattformen, Anzeigen mit den meisten Screen Time	
➤ Produktkategorien	108
Verteilung der Ad Impressions auf Anzeigeninhalte insgesamt und für alle Anbieter,	
➤ Anbietertyp	119
Anzahl Anbieter und Anteil Ad Impressions der Anbietertypen, Top 5-Anbieter innerhalb der Anbietertypen, Konzentration Ad Impressions auf Anbietergruppen	
➤ Positionierungsanalyse	128
Positionierung der Top 10 Anbieter nach Ad Impressions innerhalb der KPIs	
➤ Kontakt	133

Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

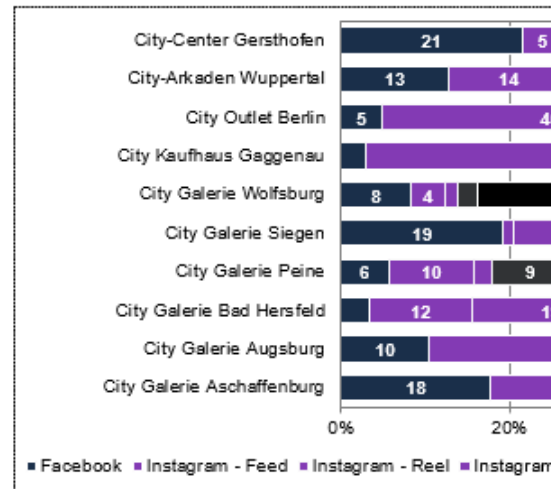
Ad Impressions

Ranking Ad Impressions im Zeitraum 01.01.2025 bis 31.12.2025 (Top 10)



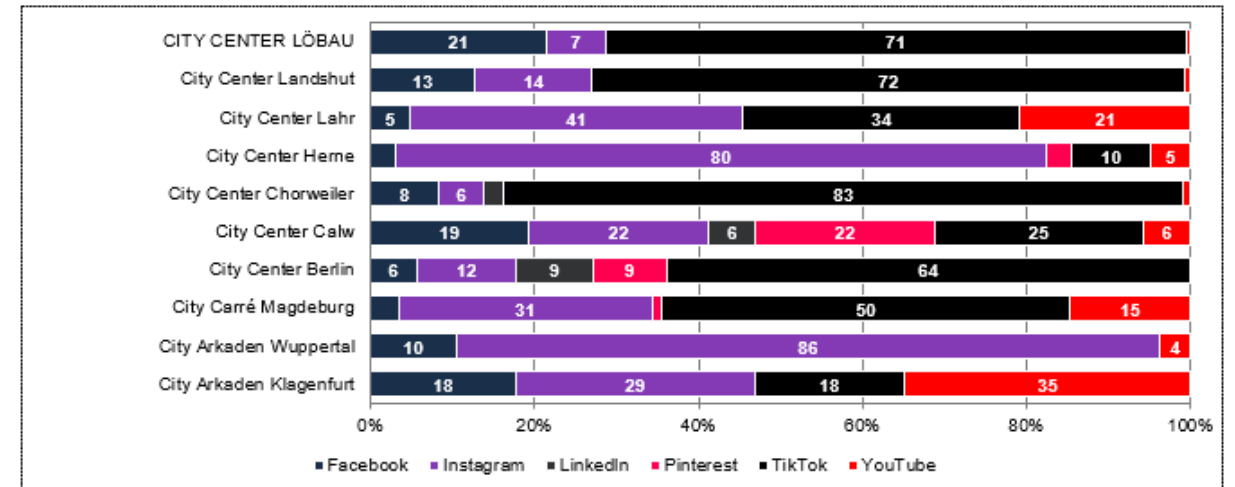
Ad Locations

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



Plattformen

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



In welchen Ad Locations zeigt sich Potenzial?

Welche Anbieter dominieren bei den Ad Impressions?



Studie



Studie



Studie Social Media Ad Perception Einkaufszentren 2026

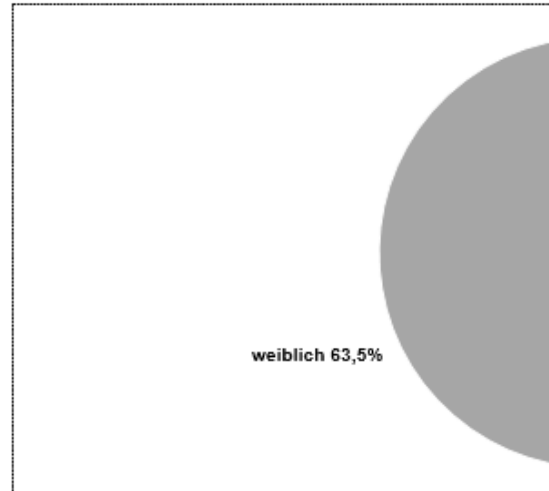


Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

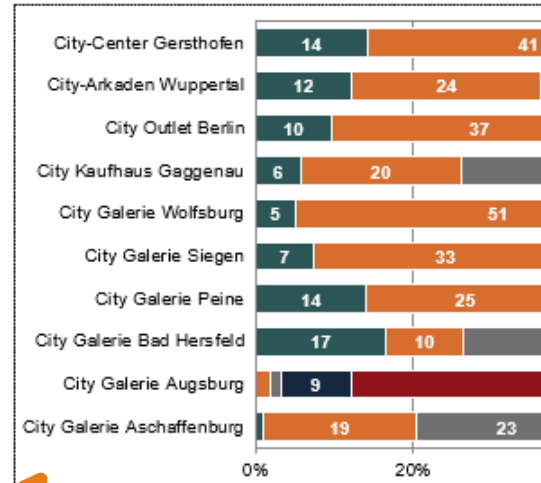
Geschlecht

Verteilung der Ad Impressions nach Geschlecht



Altersklassen

Verteilung der Ad Impressions auf die Altersklassen (Top 10)



Welche Anbieter schöpfen ihr Potenzial voll aus?

Welches sind Anzeigen mit den meisten Ad Impressions?

Bundesland

Verteilung Ad Impressions auf die Bundesländer (Anbieter sortiert nach Anzahl Ad Impressions, Angaben in %)

Rang	Anbieter	BW ¹	BY ²	BE ³	BB ⁴	BH ⁵	HE ⁶	MV ⁷	NI ⁸	NW ⁹	RS ¹⁰	SN ¹¹	ST ¹²	SH ¹³	TH ¹⁴	n.b. ¹⁵
46	City Galerie Aschaffenburg	5,4	24,3	0,0	0,0	2,7	2,7	2,7	2,7	18,9	2,7	21,6	5,4	0,0	10,8	0,0
47	City Galerie Augsburg	40,0	14,3	0,0	0,0	2,9	2,9	0,0	8,6	5,7	2,9	20,0	0,0	2,9	0,0	0,0
47	City Galerie Bad Hersfeld	17,1	5,7	0,0	0,0	2,9	0,0	0,0	11,4	22,9	11,4	14,3	0,0	8,6	5,7	0,0
49	City Galerie Peine	26,5	0,0	0,0	0,0	0,0	2,9	0,0	0,0	17,6	0,0	0,0	0,0	44,1	5,9	2,9
51	City Galerie Siegen	15,8	3,1	0,0	0,0	9,4	0,0	3,1	12,5	34,4	0,0	0,0	6,3	0,0	15,6	0,0
52	City Galerie Wolfsburg	6,9	0,0	0,0	0,0	17,2	24,1	0,0	48,3	0,0	0,0	3,4	0,0	0,0	0,0	0,0
52	City Kaufhaus Gaggenau	0,0	0,0	0,0	10,3	0,0	0,0	3,4	0,0	3,4	0,0	79,3	3,4	0,0	0,0	0,0
54	City Outlet Berlin	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	96,4	0,0	0,0	0,0	3,6	0,0	0,0
54	City-Arkaden Wuppertal	0,0	14,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	17,9	35,7	3,6	7,1	7,1	3,6	3,6	7,1
56	City-Center Gersthofen	7,4	7,4	3,7	0,0	7,4	0,0	0,0	18,5	25,9	0,0	14,8	7,4	0,0	7,4	0,0
57	City-Galerie Augsburg	0,0	11,5	3,8	15,4	7,7	19,2	0,0	3,8	19,2	3,8	11,5	0,0	0,0	3,8	0,0
58	City-Galerie Siegen	0,0	12,0	0,0	44,0	0,0	0,0	0,0	0,0	32,0	0,0	4,0	8,0	0,0	0,0	0,0
59	City-Galerie Wolfsburg	20,8	4,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	29,2	4,2	25,0	4,2	12,5	0,0	0,0
59	City-Point Kassel	0,0	20,8	4,2	0,0	0,0	0,0	0,0	8,3	0,0	0,0	20,8	0,0	29,2	4,2	12,5
59	CityCenter Chorweiler	20,8	4,2	0,0	0,0	16,7	0,0	0,0	12,5	25,0	4,2	4,2	4,2	0,0	8,3	0,0

¹ Baden-Württemberg, ² Bayern, ³ Berlin, ⁴ Brandenburg, ⁵ Bremen und Hamburg, ⁶ Hessen, ⁷ Mecklenburg-Vorpommern, ⁸ Niedersachsen, ⁹ Nordrhein-Westfalen, ¹⁰ Rheinland-Pfalz und Saarland, ¹¹ Sachsen, ¹² Sachsen-Anhalt, ¹³ Schleswig-Holstein, ¹⁴ Thüringen, ¹⁵ nicht bekannt



Studie Social Media Ad Perception
Einkaufszentren 2026



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 3.800 EUR zzgl. MwSt. die **Studie Social Media Ad Perception Einkaufszentren 2026**.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

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
murmuras.com/de



Uwe Matzner

Geschäftsführer research tools
Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM
Tel. +49 (0)711 – 55090381
uwe.matzner@research-tools.net
research tools, 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 Handel erschienen:

- Studie eVisibility Hörgeräte 2025
- Studie eVisibility Schuhe 2022
- Studie eVisibility Uhren 2022
- Studie Werbemarktanalyse Einkaufszentren 2022
- Studie Werbemarktanalyse Einkaufszentren 2018
- Studie Werbemarktanalyse Einkaufszentren 2016

