

+++ Aroundhome +++ Dahler +++ Dr. Baufi +++ Engel & Völkers +++ FIBAV Immobilien +++ Flipper Immo +++ ImmobilienScout24 +++ Immocation  
+++ Immowelt +++ LBS +++ RE/MAX +++ S Immobilien +++ Von Poll Immobilien +++ Wilma Immobilien +++ weitere 2.153 Anbieter für Immobilien

Studiensteckbrief

# Studie Social Media Ad Perception Immobilienvermittlung 2026

Detaillierte Analyse der Top 300 Marken

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

Mai 2026

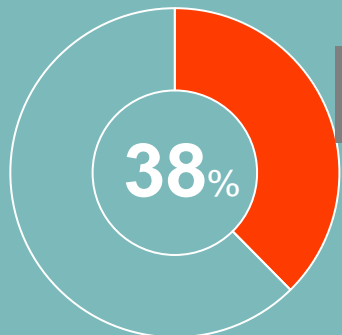
## Ausgewählte Key Facts:

- 2.167 Anbieter haben im Untersuchungszeitraum Anzeigen auf Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, TikTok und YouTube zum Thema Immobilienvermittlung geschaltet.
- Auf die zehn Top-Advertiser entfallen 47% Prozent aller Ad Impressions.
- Die Mehrzahl der Anzeigen wird auf Facebook, Instagram und TikTok ausgespielt. LinkedIn, Pinterest und YouTube verzeichnen deutlich weniger Ad Impressions.
- Die Top 10-Anbieter spielen mindestens 42% ihrer Social Media-Anzeigen an Frauen aus. Den höchsten Anteil der Ad Impressions verzeichnet die Altersgruppe der 30- bis 39Jährigen.
- Die Top 3-Anbieter schalten im Jahresverlauf durchschnittlich mindestens 127 verschiedene Anzeigen. Die Anbieter mit besonders vielen verschiedenen Anzeigen verzeichnen nicht zwingend die meisten Ad Impressions.
- Am häufigsten werden Anzeigen zur Produktkategorie Immobilienangebote ausgespielt. Zwei der Top 10-Anbieter setzen einen anderen Schwerpunkt.

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Analysebereiche:

### Ad Locations



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

### Soziodemografie



Die Top 10-Anbieter spielen jeweils mindestens **42%** der Anzeigen an Frauen aus

### Ad Impressions

**2.167**

Immobilienvermittler schalten Anzeigen

### Anzeigen



Die Top 3-Anbieter schalten  
**Ø 127**  
verschiedene Anzeigen

### Ad Impressions



**47%** aller Ad Impressions entfallen auf die Top 10-Anbieter

# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

Analyse der Ad Perception von Anzeigen der Immobilienvermittler

Soziodemografie, Social Media-Plattform, Anzahl Ads, Screen Time und Produktkategorien, detailliert für die Top 300-Marken

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

alle Ergebnisse **im Wettbewerbsvergleich** auf 259 PowerPoint-Seiten

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

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

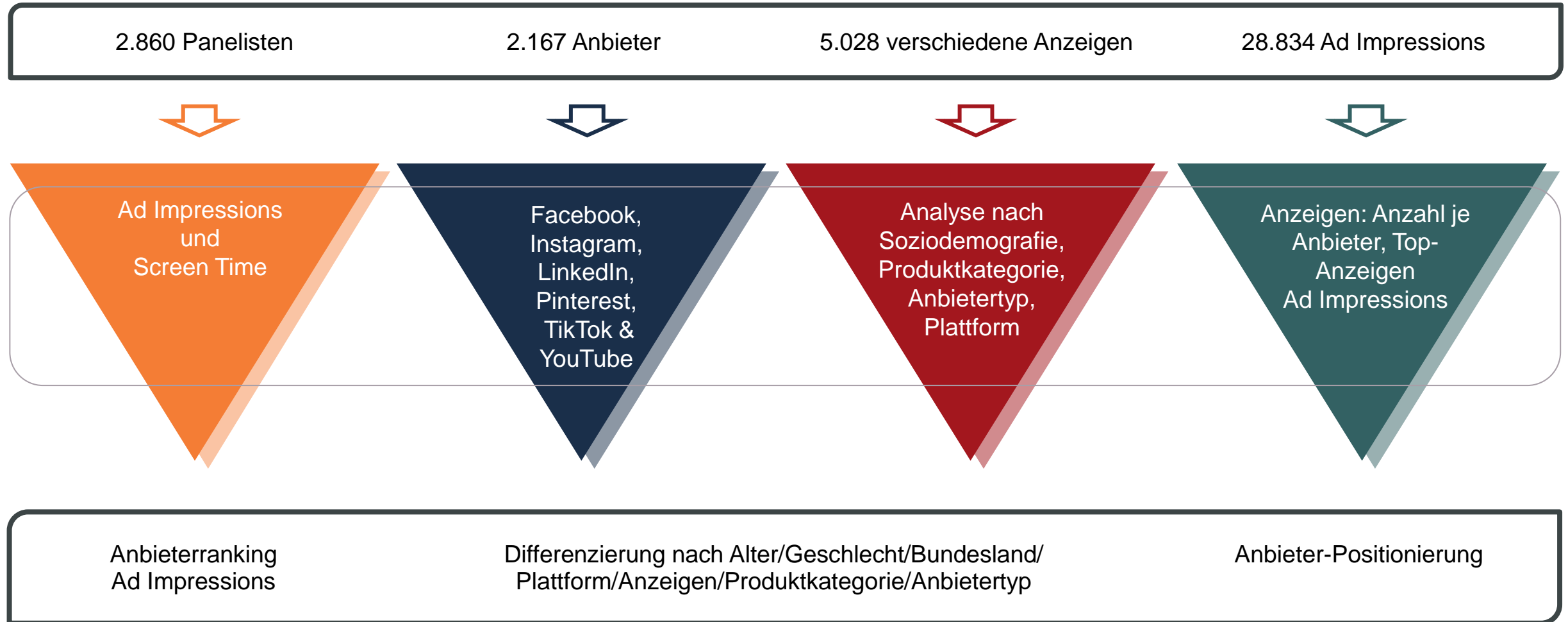
**Nutzen:** Benchmarks der Social Media Ad Perception sowie Überprüfung der eigenen Positionierung

## 2.167 Advertiser (Immobilienvermittler):

- ...
- Ralf Schmitz Exceptional Homes
- Rasche Immobilien
- Rasul Dubai Real Estate
- Rathay Immobilien
- Rau Immobilien
- Raum Immobilien
- RCK Immobilien
- RE/MAX
- REAL Estate
- Real Estate Advisor
- ...

# 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 setzen 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:

- 2.167 Anbieter im Immobilien-Markt, davon Top-300 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 nach 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 300 Anbieter ausgewiesen. Die Studie wurde objektiv, unabhängig und neutral erstellt und ist im Mai 2026 erschienen.

**Preis der Studie:** Die 259 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 Top 300 Anbieter	
➤ Plattformen	44
Verteilung der Ad Impressions auf die Plattformen insgesamt und für Top 300 Anbieter	
➤ Ad Locations	68
Verteilung der Ad Impressions auf die Ad Locations insgesamt und für Top 300 Anbieter	
➤ Geschlecht	92
Verteilung der Ad Impressions nach Geschlecht insgesamt und für Top 300 Anbieter	
➤ Altersklassen	106
Verteilung der Ad Impressions auf die Altersklassen insgesamt und für Top 300 Anbieter	
➤ Bundesland	130
Verteilung der Ad Impressions auf die Altersklassen insgesamt und für Top 300 Anbieter	

# Inhaltsverzeichnis

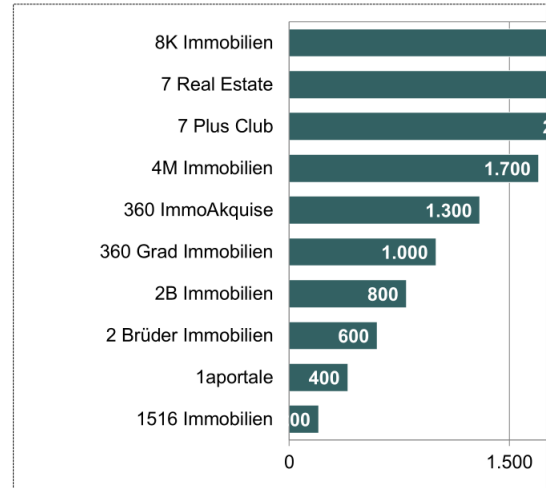
➤ <b>Anzeigen</b>	154
Anzahl verschiedener Anzeigen der Top 10-Anbieter, Anzeigen mit den meisten Ad Impressions der Top 10-Anbieter bei Ad Impressions, Verteilung der Ad Impressions auf die Anzahl der Anzeige insgesamt und für Top 300 Anbieter	
➤ <b>Screen Time</b>	195
Top 10-Anbieter Anzeigen-Screen 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	
➤ <b>Produktkategorien</b>	219
Verteilung der Ad Impressions auf Anzeigeninhalte insgesamt und für Top 300 Anbieter,	
➤ <b>Anbietertyp</b>	244
Anzahl Anbieter und Anteil Ad Impressions der Anbietertypen, Top 5-Anbieter innerhalb der Anbietertypen, Konzentration Ad Impressions auf Anbietergruppen	
➤ <b>Positionierungsanalyse</b>	253
Positionierung der Top 10 Anbieter nach Ad Impressions innerhalb der KPIs	
➤ <b>Kontakt</b>	258

# Analysebeispiele (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Ad Impressions

Ranking Ad Impressions im Zeitraum 01.03.2025 bis 28.02.2026 (Top 10)

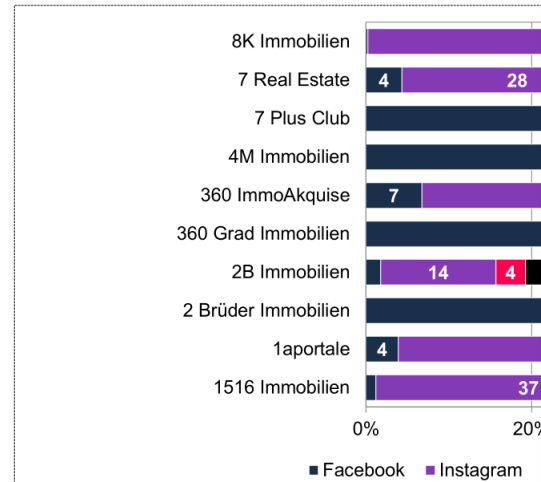


murmuras

Studi

### Plattformen

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



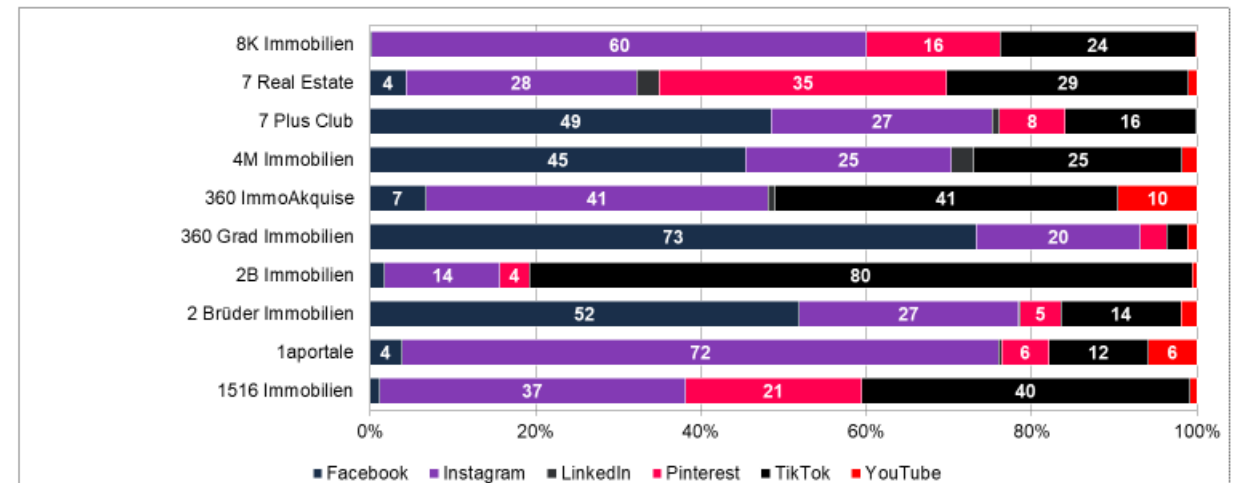
murmuras

Studi

In welchen Ad Locations zeigt sich Potenzial?

### Plattformen

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



murmuras

Studie Social Media Ad Perception  
Immobilienvermittlung 2026

research tools  
Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

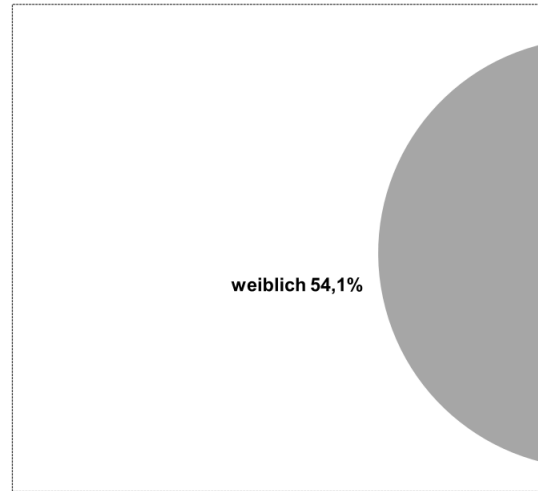
Welche Anbieter dominieren bei den Ad Impressions?

# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Geschlecht

Verteilung der Ad Impressions nach Geschlecht

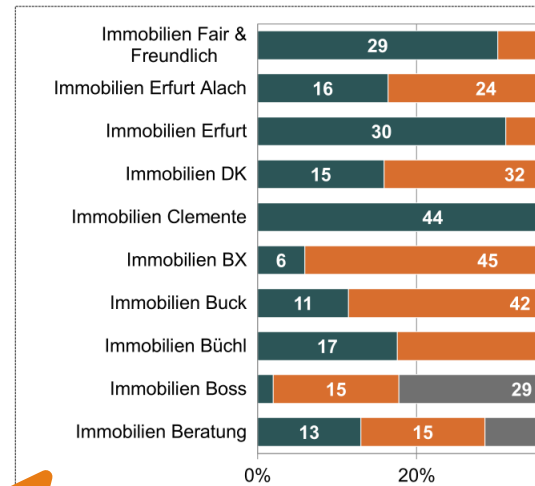


murmuras

Studi

### Altersklassen

Verteilung der Ad Impressions auf die Altersklassen (Top 10)



murmuras

Studi

Welches sind Anzeigen mit den meisten Ad Impressions?

Welche Anbieter schöpfen ihr Potenzial voll aus?

### Bundesland

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

Rang	Anbieter	BW <sup>1</sup>	BY <sup>2</sup>	BE <sup>3</sup>	BB <sup>4</sup>	BH <sup>5</sup>	HE <sup>6</sup>	MV <sup>7</sup>	NI <sup>8</sup>	NW <sup>9</sup>	RP <sup>10</sup>	RS <sup>11</sup>	SN <sup>12</sup>	ST <sup>13</sup>	SH <sup>14</sup>	TH <sup>15</sup>
46	Immo Nasso	1,0	3,0	0,0	4,4	1,5	0,0	1,0	0,0	1,0	0,5	6,9	0,5	3,4	76,8	0,0
47	immobilia.de	6,3	0,5	1,1	0,0	0,0	0,0	0,0	1,1	18,9	0,0	0,0	0,0	0,0	72,1	0,2
47	Investoren Polen	0,0	0,0	4,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,5	1,5	1,5	0,0	0,0	68,2	0,0
49	Kampmeyer Immobilien	1,7	17,8	0,0	0,0	3,4	0,0	0,0	1,7	0,0	0,8	5,9	0,0	33,1	35,6	0,1
51	Maximilian Reidl	0,0	0,0	11,3	0,0	2,6	1,7	0,0	0,0	2,6	0,0	3,5	4,3	8,7	65,2	0,1
52	Neubauer Immobilien	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	68,4	0,0	7,4	24,2	0,6
52	Os-Concept	0,0	11,8	0,0	0,0	1,2	2,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	16,5	68,2	0,9
54	Aloha Living Immobilien	28,8	0,0	0,0	0,0	10,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,8	0,0	0,0	33,8	23,8	0,1
54	Becker & Becker Immobilien	9,4	0,0	1,6	7,8	0,0	0,0	0,0	0,0	3,1	1,6	6,3	3,1	60,9	4,7	0,2
56	Beyer Immobilien	0,0	0,0	0,0	3,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,7	3,7	3,7	0,0	85,2	0,1
57	Daniel Friesen	0,0	26,3	15,8	0,0	10,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	5,3	0,0	5,3	36,8	0,0
58	Deep Immo	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	47,1	52,9	0,0
59	Deutschland Immobilien	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,1
59	DS Immobilien	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	60,0	6,7	0,6
59	GB Immotec	0,0	0,0	0,0	0,0	7,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	92,9	7,1

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

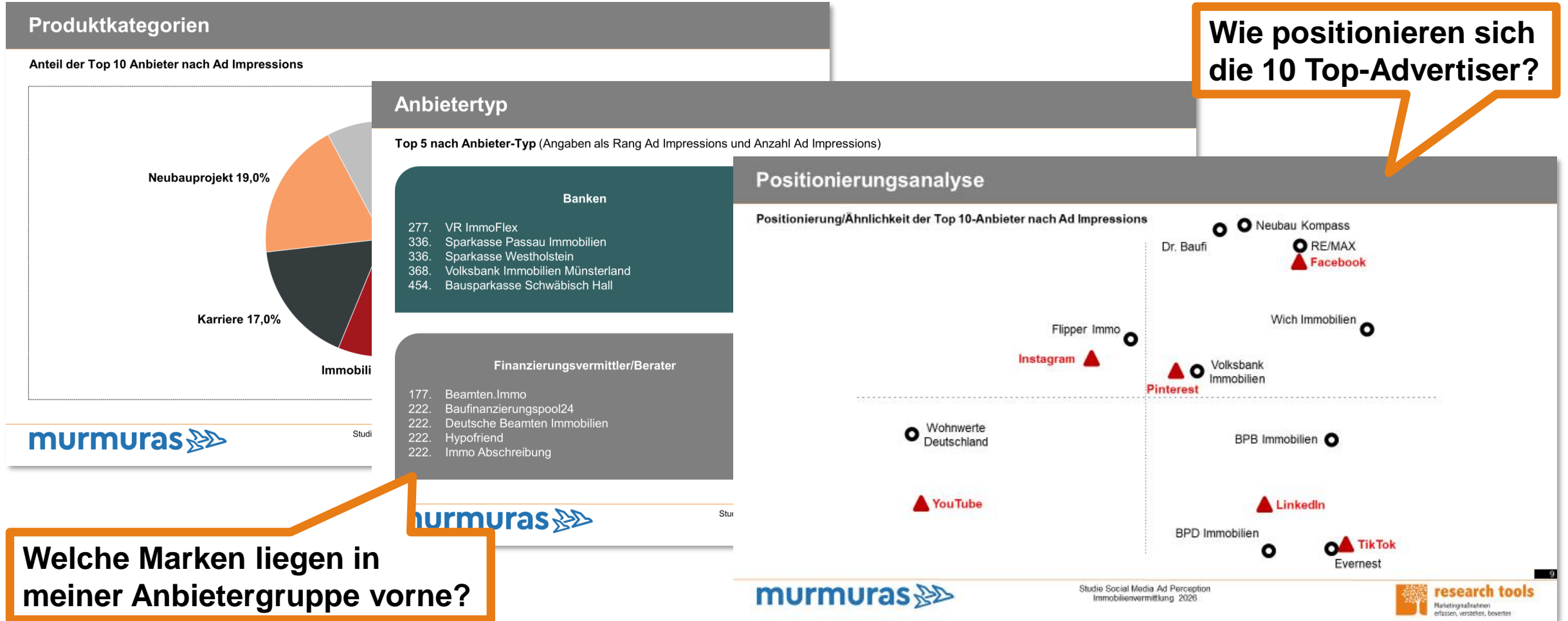
murmuras

Studie Social Media Ad Perception  
Immobilienvermittlung 2026

research tools  
Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

# 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](mailto: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 Immobilienvermittlung 2026**.

**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@urmuras.com  
Murmuras GmbH  
Meckenheimer Allee 73, 53115 Bonn  
urmuras.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 Haus und Garten erschienen:

- Studie Social Media Ad Perception Fertighäuser 2026
- Studie eVisibility Fertighäuser 2025
- Studie Haustechnik-Zielgruppe Hauseigentümer 2025
- Studie Sponsoring Fertighausanbieter 2025
- Werbemarktanalyse Immobilienvermittlung 2025
- Werbemarktanalyse Fertighaus und sonstiger Hausbau 2024

