

Facebook Ads / Sponsored Stories

Allgemeines

Facebook Ads und Sponsored Stories müssen in der Regel über den Werbeanzeigen-Manager selbst erstellt werden

Integrierte Lösungen: Kontaktiere uns

Integrierte Lösungen

Facebook offers relevant and integrated advertising opportunities to engage your target audience. We can help you develop the ideal Facebook advertising solution. To determine the most relevant opportunities for you, please click below, and a Facebook sales representative will be in contact with you within two business days.

Wir freuen uns, mit dir zusammen zu arbeiten und zu sehen, wie deine Werbungsinitiative auf Facebook lebendig wird.

Informationen für Werbende

Geschätztes monatliches Budget:

< 10.000 \$

Absenden

✓ < 10.000 \$

10.000 \$ - 24.999 \$

25.000 \$ - 49.999 \$

50.000 \$ - 99.999 \$

100.000 \$+

für Kunden mit einem Budget ab 10.000 \$ stellt Facebook Support zur Verfügung

<https://www.facebook.com/business/contact.php>

„Werbung von Freunden“:

Sponsored Stories

„Firmenwerbung“:

Facebook Werbeanzeigen



Facebook Ads

Allgemeines

- genaue Zielgruppenansprache möglich
- Ziel-URL kann innerhalb von Facebook oder eine externe Website sein
 - Deckelung der Kosten (Tagesbudget) möglich
 - Abrechnung per CPC oder CPM
- Facebook Ads werden am rechten Rand ausgeliefert

<https://www.facebook.com/advertising/>

<https://www.facebook.com/ads/create/>

Wirb auf Facebook

Konto:

1. Gestalte deine Werbeanzeige

[Bestehende Werbeanzeigenvorlage auswählen](#) [FAQ zur Gestaltung deiner Werbeanzeige](#)

Destination: [?]

URL: [?]

Titel: [?]
25 Zeichen übrig

Inhalt: [?]
135 Zeichen übrig

Bild: Keine Datei ausgewählt [?]

Vorschau:



2. Zielgruppe

[FAQ zu Zielgruppen von Werbeanzeigen](#)

Ort

Land: [?]

Deutschland x

Überall

Nach Stadt [?]

Demografie

Alter: [?]

Beliebig ▾ - Beliebig ▾

Genaue Übereinstimmung des Alters erforderlich [?]

Geschlecht: [?]

Alle

Männer

Frauen

Interessen

Präzise Interessen: [?] +

Zur erweiterten Kategorieauswahl wechseln [?]

Verbindungen auf Facebook

Verbindungen: [?] Alle
 Fortgeschrittene Zielgruppenauswahl nach Verbindungen

Erweiterte Demografien

Interessiert an: [?] Alle Männern Frauen

Beziehungsstatus: [?] Alle Single Verlobt
 In einer Beziehung Verheiratet

Sprachen: [?]

Ausbildung & Arbeit

Ausbildung: [?] Alle HochschulabsolventIn
 StudentIn
 SchülerIn

Arbeitsplätze: [?]

Erweiterte Zielgruppenoptionen verbergen

3. Kampagnen, Preise und Planung

[FAQ zu Kampagnen und Preisen für Werbeanzeigen](#)

Kampagne & Budget

Name der Kampagne:

Budget (EUR): € Tagesbudget

[Neue Kampagne erstellen](#) [?]

Zeitplan

Zeitplan der Kampagne:

Preise

Für Impressionen zahlen (CPM)

Für Klicks zahlen (CPC)

Maximalgebot (EUR). Wieviel möchtest du pro Klick bezahlen? (min. 0,01 EUR) [?]

Vorgeschlagenes Gebot: 0,21 – 0,48 EUR

Hinweis: Steuern sind in den Geboten, Budgets sowie den anderen angezeigten Beträgen nicht enthalten.

[Vorgeschlagenes Gebot verwenden \(einfach\)](#)

Bestellung aufgeben

Werbeanzeige überprüfen

Geschätzte Reichweite [?]

27.720 Personen

- die in **Deutschland** leben
- die im Umkreis von 40 Kilometern von **Dortmund** leben
- die zwischen **20** und **30** Jahre alt sind
- die **weiblich** sind
- die Teil der Kategorie **Fashion** sind

Geschätzte Reichweite [?]

71.080 Personen

- die in **Deutschland** leben
- die in **Berlin** oder **Hamburg** wohnen
- die zwischen **18** und **30** Jahre alt sind
- die **männlich** sind
- die Teil einer der Kategorie **Fashion** oder der Kategorie **Soccer/European Football** sind

Überprüfung der Reichweite:

je nach gewählter Zielgruppe wird jeweils die Reichweite der Anzeigen neu berechnet und rechts angezeigt

zusätzlich erhält man dort einen Überblick über die gewählten Einschränkungen

Sponsored Stories

Allgemeines

- Sponsored Stories sind (gemäß Facebook-Definition) keine Werbeanzeigen
 - Sponsored Stories entstehen erst durch Aktionen der Nutzer
- Interaktionen von Nutzern erzeugen Meldungen im Stream der Freunde
 - diese Interaktionen können mit Sponsored Stories hervorgehoben und (wie Facebook Ads) am rechten Rand dargestellt werden

Vorteil: höhere Aufmerksamkeit der Nutzer

Überblick

So funktionieren gesponserte Meldungen:

1 Eine Person interagiert mit deiner Seite, Anwendung, Domain oder deinem Ort.



2 Normalerweise wird eine Meldung über diese Aktivität in den Neuigkeiten der Freunde des Nutzers angezeigt, welche die Freunde aufgrund der dynamischen Natur der Neuigkeiten eventuell aber nicht sehen können.



3 Durch die Einbindung von gesponserten Meldungen in deine Facebook-Werbekampagne können die Freunde des Nutzers die Meldung zudem auch rechts auf Facebook sehen.



Formen von Sponsored Stories

Meldung über den Like einer Facebook-Seite

Meldung über Beiträge einer Facebook-Seite

Meldung über Likes zu einem Beitrag einer Facebook-Seite

Meldung über die Verwendung von Anwendungen (Facebook Apps)

Meldung über geteilte Inhalte in Anwendungen (Facebook Apps)

Besuchsmeldungen (Facebook Places)

Domainmeldung

Page Like

Notwendige Handlung des Nutzers:
ein Nutzer hat zu einem beliebigen Zeitpunkt geliked

Nutzen des Seiteninhabers:

- es wird sichergestellt, dass die Aktivität nicht im Stream untergeht
- Freunde werden mit der Meldung auf den Like aufmerksam gemacht
- Freunde werden aufgrund der „Empfehlung“ dazu animiert, ebenfalls Fan der Facebook-Seite zu werden

die Anzeige enthält einen „Gefällt mir“-Button,
so dass direkt innerhalb der Anzeige die Facebook-Seite geliked werden kann

Page Like

Foto und Name des Freundes

Über den Link und das Foto gelangst du zum Profil des Freundes.

Miniaturansicht des Seitenbildes

Breite: 50 Pixel, Höhe: 50 Pixel (entspricht der Miniaturansicht, die von der Seite verwaltet wird; Seitenverhältnis bleibt erhalten). Führt dich auf die Seite.



Name der Seite

Der vollständige Name der Seite wird angezeigt (max. 70 Zeichen).

„Gefällt mir“

Wenn du darauf klickst, wirst du zum Fan der Seite – inline.

Page Post

Notwendige Handlung des Nutzers:
Veröffentlichung eines Beitrages auf der Facebook-Seite

Nutzen des Seiteninhabers:

- es werden die Beiträge einer Facebook-Seite prominent dargestellt
- es wird sichergestellt, dass die Beiträge einer Facebook-Seite die Fans erreichen
- innerhalb der Anzeige werden die Likes und Kommentare des Beitrages angezeigt

die Anzeige enthält einen „Teilen“-Button,
so dass der Beitrag direkt innerhalb der Anzeige geteilt werden kann

Page Post

Seitenname und Foto

Leiten dich auf die Seite. Der vollständige Name der Seite wird angezeigt (max. 70 Zeichen).

Kommentare und „Gefällt mir“-Markierungen

Leiten dich zu dem Permalink für die Neuigkeiten-Meldung, wo du die Meldung ebenfalls kommentieren oder mit „Gefällt mir“ markieren kannst.



CNN Heroes Der CNN Hero dieser Woche nutzt das Internet um Teenagern, die viele erwachsene Verwandte durch AIDS verloren haben, eine neue Definition für „Familie“ zu bieten. Heute Abend kannst du sie auf <http://CNNHeroes.com> sehen.

CNN HEROES **CNN Heroes 2011 – Leute von heute, die die Welt verändern**
CNNHeroes.com

2 24 · Teilen

Seitenbeitrag

Leitet dich zum Permalink der Meldung in den Neuigkeiten.

Teilen

Auf diese Weise kannst du Seitenbeiträge in deinem Profil anderen Nutzern zugänglich machen oder sie als Nachrichten an Freunde versenden.

Page Post Like

Notwendige Handlung des Nutzers:

ein Fan einer Facebook-Seite hat innerhalb der letzten 7 Tage einen Beitrag einer Facebook-Seite geliked

Nutzen des Seiteninhabers:

- in der Anzeige wird die Aktivität des Freundes dargestellt (Empfehlung)
- es wird sichergestellt, dass die Freunde des Fans von der Interaktion erfahren
- innerhalb der Anzeige werden die Likes und Kommentare des Beitrages angezeigt

Page Post Like

Foto und Name des Freundes

Über den Link und das Foto gelangst du zum Profil des Freundes.

Kommentar und „Gefällt mir“-Markierungen

Leiten dich zu dem Permalink für die Neuigkeiten-Meldung, wo du die Meldung ebenfalls kommentieren bzw. mit „Gefällt mir“ markieren kannst.



Seitenname

Leitet dich auf die Seite. Der vollständige Name der Seite wird angezeigt (max. 70 Zeichen).

Seitenbeitrag

Leitet dich zum Permalink der Meldung in den Neuigkeiten.

Verwendung von Facebook Apps

Notwendige Handlung des Nutzers:
ein Nutzer hat im letzten Monat mindestens zweimal oder einmal mehr als 10 Minuten eine Anwendung benutzt

Nutzen des Seiteninhabers:

- mit der Anzeige kann Nutzern eine verwendete Anwendung eines Freundes gezeigt und damit empfohlen werden

die Anzeige enthält einen Button,
so dass die Anwendung direkt aus der Anzeige heraus aufgerufen werden kann

Verwendung von Facebook Apps

Foto und Name des Freundes

Das Foto und der Link leiten dich zum Profil des Freundes.

Miniaturansicht des Anwendungsbildes

Breite: 50 Pixel, Höhe: 50 Pixel
(entspricht der Miniaturansicht, die von der Anwendung verwaltet wird; Seitenverhältnis bleibt erhalten). Leitet dich auf die Canvasseite der Anwendung.



Name der Anwendung

Der vollständige Titel der Anwendungsmeldung wird angezeigt (max. 70 Zeichen). Leitet dich auf die Canvasseite der Anwendung.

Spielen

Leitet dich auf die Canvasseite der Anwendung.

Geteilte Inhalte von Facebook Apps

Notwendige Handlung des Nutzers:

ein Nutzer hat innerhalb der letzten 14 Tage eine Meldung einer Anwendung veröffentlicht

Nutzen des Seiteninhabers:

- neben der Verwendung einer Facebook App können auf die einzelnen Aktionen des Nutzers innerhalb der Anwendung in Anzeigen genutzt werden

die Anzeige enthält einen Call-To-Action-Button,
so dass die Anwendung direkt aus der Anzeige verwendet werden kann

Geteilte Inhalte von Facebook Apps

Foto und Name des Freundes

Über den Link und das Foto gelangst du zum Profil des Freundes.

Miniaturansicht des Anwendungsbildes

Breite: 50 Pixel, Höhe: 50 Pixel (entspricht der Miniaturansicht, die von der Anwendung verwaltet wird; das Seitenverhältnis bleibt erhalten). Leitet dich auf die Canvasseite der Anwendung.

Kommentare und „Gefällt mir“-Markierungen

Leiten dich zu dem Permalink für die Neuigkeiten-Meldung, wo du die Meldung ebenfalls kommentieren oder mit „Gefällt mir“ markieren kannst.



Kommentar eines Freundes (falls vorhanden)

max. 100 Zeichen (gefolgt von Auslassungszeichen)

Name der Anwendung

Der vollständige Titel der Anwendungsmeldung wird angezeigt (max. 70 Zeichen). Leitet dich auf die Canvasseite der Anwendung.

Aktionslink

Leitet dich an eine bestimmte, vom Entwickler der Anwendung bezeichnete Stelle auf der Canvasseite der Anwendung.

Besuchsmeldungen

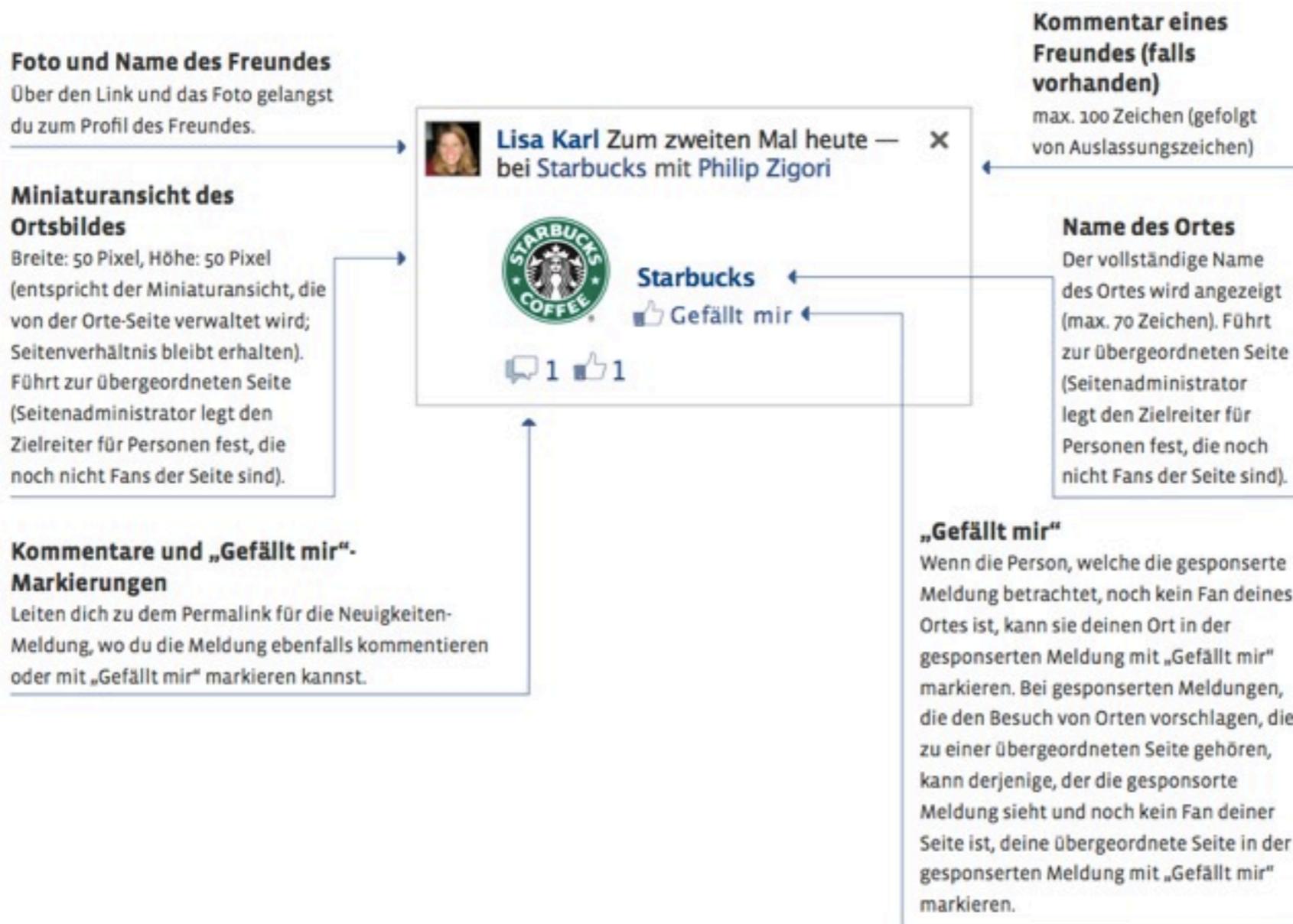
Notwendige Handlung des Nutzers:
ein Nutzer hat innerhalb der letzten 7 Tage einen Ort besucht

Nutzen des Seiteninhabers:

- es werden die Besuche eines Ortes prominent dargestellt
- es wird sichergestellt, dass der Besuch die Freunde erreicht
 - außerdem werden in der Anzeige Nutzer eingebunden, mit denen zusammen der Ort besucht wurde
- innerhalb der Anzeige werden die Likes und Kommentare des Beitrages angezeigt

die Anzeige enthält einen „Gefällt mir“-Button,
so dass direkt innerhalb der Anzeige der Ort (bzw. die dazu gehörige Seite) geliked werden kann

Besuchsmeldungen



Domainmeldung

Notwendige Handlung des Nutzers:

ein Nutzer hat innerhalb der letzten 7 Tage auf einer externen Website (außerhalb von Facebook) einen Inhalt geliked, geteilt oder in eine Statusmeldung eingefügt

Nutzen des Seiteninhabers:

- es wird sichergestellt, dass der Inhalt die Freunde erreicht
- es besteht die Möglichkeit, direkt aus der Anzeige heraus die Website zu besuchen
- innerhalb der Anzeige werden die Likes und Kommentare des Beitrages angezeigt

die Anzeige enthält einen „Teilen“-Button,
so dass der Beitrag direkt innerhalb der Anzeige geteilt werden kann

Domainmeldung

Foto und Name des Freundes

Das Foto und der Link leiten dich zum Profil des Freundes.

Miniaturansicht des Bildes

Breite: 50 Pixel, Höhe: 50 Pixel.
Bei „Gefällt mir“ und „Teilen“ ist das Bild das in den Metatags auf der Seite angegebene Bild. Bei eingefügten Links ist das Bild dasjenige, das der Nutzer in der Neuigkeiten-Meldung ausgewählt hat. Es leitet dich auf die Open Graph-Objektseite der Domain, auf der die Aktion stattgefunden hat.

Kommentare und „Gefällt mir“-Markierungen

Leiten dich zu dem Permalink für die Neuigkeiten-Meldung, wo du die Meldung ebenfalls kommentieren oder mit „Gefällt mir“ markieren kannst.



Kommentar eines Freundes (falls vorhanden)

max. 80 Zeichen (gefolgt von Auslassungszeichen)

Titel der Meldung

70 Zeichen bis zu den Auslassungszeichen. Er leitet dich auf die Open Graph-Objektseite der Domain, auf der die Aktion stattgefunden hat.

URL

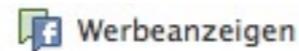
Führt auf die Startseite der Domain.

Teilen

Auf diese Weise kannst du die Meldung in deinem Profil anderen Nutzern zugänglich machen oder sie als Nachricht an Freunde versenden.

Monitoring / Optimierung

über den Navigationspunkt „Werbeanzeigen“ gelangt man zum Dashboard



Alle Kampagnen

Werbeanzeige erstellen

Benachrichtigungen

Du hast keine Benachrichtigungen

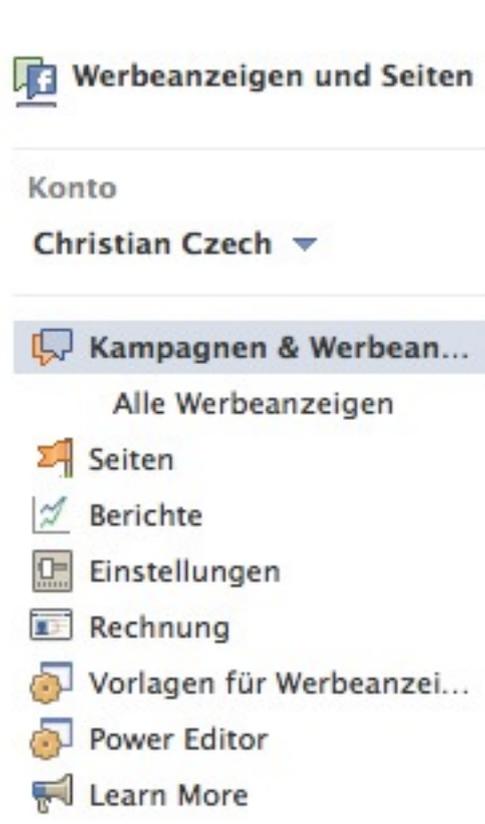
Tagesbudget

Heute € EUR
 € EUR
 € EUR
 € EUR
 € EUR

Gesamtstatistik | Alle außer gelöschte Kampagnen | Zeilen zum Bearbeiten auswählen | Vollständiger Bericht | 3 Ergebnisse

| <input type="checkbox"/> | Kampagne ? | Status ? | Startdatum ? | Enddatum ? | Budget ? | Verbleibend ? | Ausgegeben ? |
|--------------------------|------------|----------|--------------|------------|--------------|---------------|--------------|
| <input type="checkbox"/> | | 00 | | | € Täglich | € Heute | € |
| <input type="checkbox"/> | | ✓ | | | € Täglich | € Heute | € |
| <input type="checkbox"/> | | ✓ | | | € Täglich | € Heute | € |

Navigation



Konto - Wechsel zwischen mehreren Werbekonten möglich

Kampagnen & Werbeanzeigen - Dashboard

Alle Werbeanzeigen - Details der Werbeanzeigen

Seiten - Übersicht aller verwalteter Seiten

Berichte - Erstellung von Berichten / Berichtsplanung

Einstellungen - Konto-Einstellungen

Rechnung - Rechnungen und Finanzierungsquellen

Vorlagen für Werbeanzeigen

Power Editor (Google Chrome)

Learn More - Verlinkung zur Hilfeseite

Details LIVE