

# Werbeanzeigen für Marktplätze

## Das Wichtigste im Überblick:

- ✓ Über den Werbeanzeigenmanager ([facebook.com/ads/manager/](https://facebook.com/ads/manager/)) können Sie Ihre Angebote auf Facebook und Instagram bewerben und dabei auf vielfältige Möglichkeiten der Zielgruppendefinition zurückgreifen.
- ✓ Achten Sie darauf, dass Ihre Unternehmensseite bei Facebook aktuell ist und alle relevanten Informationen zu Ihrem Unternehmen und Ihren Angeboten (wie z. B. Links zu Ihrer Webseite) beinhaltet.
- ✓ Nutzen Sie für das Schalten von Werbeanzeigen immer den Werbeanzeigenmanager und nicht den „Beitrag bewerben“-Button auf Ihrer Unternehmensseite.
- ✓ Machen Sie sich mit den Möglichkeiten des detaillierten Targetings des Werbeanzeigenmanagers vertraut und nutzen Sie die Möglichkeit der Zielgruppeneingrenzung, um die Relevanz Ihrer Zielgruppe zu steigern.
- ✓ Gestalten Sie Bilder oder Videos Ihrer Werbeanzeigen sowohl im 1:1 Format für die Feeds, als auch im 9:16 Format für Stories.

## 1. Aufbau von Kampagnen und wichtige Funktionen des Werbeanzeigenmanagers

Der Werbeanzeigenmanager ist das Cockpit und die Schaltzentrale, über welche Sie Ihre Werbeanzeigen erstellen, Zielgruppen definieren und die Ergebnisse Ihrer Kampagnen überwachen. Der Aufbau einer Kampagne bei Facebook unterteilt sich in die drei Ebenen: Kampagne, Anzeigengruppe und Werbeanzeige.

Die verschiedenen Ebenen einer Kampagne im Werbeanzeigenmanager inkl. der jeweiligen Funktionen:

- **Kampagne:** Ziel und Budget (Kampagnenbudget)
- **Anzeigengruppe:** Zielgruppe, Platzierungen, Laufzeit
- **Werbeanzeigen:** Werbeanzeige (Text, Bild, Video usw.)

## 2. Erstellung von Kampagnen im Werbeanzeigenmanager

Die Erstellung einer Kampagne im Werbeanzeigenmanager kann über zwei Wege durchgeführt werden:

- **Guided Creation oder angeleitete Erstellung:** Über diesen Weg leitet Sie der Werbeanzeigenmanager Schritt für Schritt durch die wichtigen Einstellungen, weshalb dieser Weg zum Start der empfohlene Weg ist.
- **Quick Creation:** Sollten Sie mit dem Werbeanzeigenmanager und seinen Funktionen vertraut sein, können Sie mit Hilfe der „Quick Creation“ Ihre Kampagnen erstellen.

Für den Start wird die Arbeit mit der „Guided Creation“ empfohlen.

Um Werbeanzeigen für Marktplätze zu schalten, sollten Sie im Werbeanzeigenmanager das Kampagnenziel „Traffic“ auswählen. Bei der Wahl des Budgets wird empfohlen mit einem Tagesbudget von mindestens 10,00€ pro Anzeigengruppe zu starten.

## Die Wichtigsten Informationen für die Definition von Zielgruppen auf der Anzeigengruppenebene:

- ✓ Die Definition Ihrer Zielgruppe kann auf Basis verschiedener demografischer Merkmale wie Standort (Land, Stadt, Adresse usw.), Alter und Geschlecht vorgenommen werden.
- ✓ Das „detaillierte Targeting“ des Werbeanzeigenmanagers ermöglicht Ihnen Ihre Zielgruppe auf Basis von Interessens- oder Verhaltensmerkmalen zu definieren.
- ✓ Nutzen Sie dazu die Möglichkeit „Zielgruppen einzugrenzen“. Über diesen Weg können Sie verschiedene Interessensmerkmale mit Hilfe einer „UND“-Logik miteinander verknüpfen (z.B. Personen, die sich für Wandern UND Skifahren interessieren erreichen).
- ✓ Zielgruppenrecherche ist wie Goldschürfen: Machen Sie sich mit den Möglichkeiten des Werbeanzeigenmanagers vertraut.
- ✓ Wählen Sie über den Punkt „Manuelle Platzierung“ die Platzierungen „Facebook News Feed“, „Instagram-Feed“, „Facebook Stories“ und „Instagram“ Stories für Ihre Werbeanzeigen aus.

### 3. Gestaltung von Facebook und Instagram Werbeanzeigen

Bei der Gestaltung Ihrer Werbeanzeigen für Marktplätze eignen sich zwei Formate:

- **Carousel Format:** Nutzen Sie bis zu 10 unterschiedliche Bilder oder Videos im quadratischen Format (z. B. um mehrere Produkte zu bewerben).
- **Einzelnes Bild oder Video:** Nutzen Sie einzelne Bilder oder Videos, um auf Ihr Angebot aufmerksam zu machen. Gestalten Sie Ihre Bilder und Videos im 1:1 und 9:16 Format für eine optimale Darstellung in den Feeds und Stories.

Das wichtigste Element Ihrer Werbeanzeige ist das eingesetzte Bild oder Video, welches mit kontrastreichen und auffallenden Farben gestaltet sein sollte. Für Ihren Anzeigentext sollten Sie mit Fragen, Absätze und Emojis arbeiten, sodass die Texte besser und schneller zu erfassen sind.

## Hilfreiche Tools für die Gestaltung von Werbeanzeigen

- ✓ Ihre Anzeigenbilder sollten nicht mehr als 20% Textanteil beinhalten. Mit Hilfe des „Text-Overlay-Tools“ können Sie Ihre Anzeigenbilder vorab auf den Textanteil überprüfen ([www.facebook.com/ads/tools/text\\_overlay](http://www.facebook.com/ads/tools/text_overlay)).
- ✓ Über die Werbeanzeigenbibliothek von Facebook können Sie sich die aktiven Werbeanzeigen jedes Unternehmens ansehen und sich für die Gestaltung Ihrer Anzeigen inspirieren lassen ([www.facebook.com/ads/library](http://www.facebook.com/ads/library)).
- ✓ Nutzen Sie das Tool „Canva“ für die Bearbeitung von Bildern innerhalb Ihres Browsers ([www.canva.com](http://www.canva.com)) und das Tool „RemoveBG“ um Bilder freizustellen ([remove.bg](http://remove.bg)).
- ✓ Das mächtigste Werkzeug für die Gestaltung von Werbeanzeigen ist Ihr Smartphone und hilfreiche Apps wie Pixaloop, Videoshop, InShot, Unfold, Boomerang und Hyperlapse.
- ✓ Sollten Sie kein Bildmaterial vorliegen haben, können die Bilddatenbanken Pexels ([www.pexels.com](http://www.pexels.com)) und Unsplash ([www.unsplash.com](http://www.unsplash.com)) hilfreich sein.

## 4. Reporting von Kampagnenergebnissen

Die Überwachung der Ergebnisse Ihrer Kampagnen findet im „Cockpit“ bzw. der Startseite des Werbeanzeigenmanagers statt. Nutzen Sie dazu die Möglichkeit der Anpassung der Spalten-Ansicht und bewerten Sie Ihre Anzeigen für Marktplätze auf Basis der Metrik „ausgehende Klicks“ und „Kosten für ausgehende Klicks“.

Für den Inhalt dieses Dokuments ist allein der jeweilige Experte verantwortlich.  
Bei Fragen und Anregungen wenden Sie sich bitte direkt an diesen.