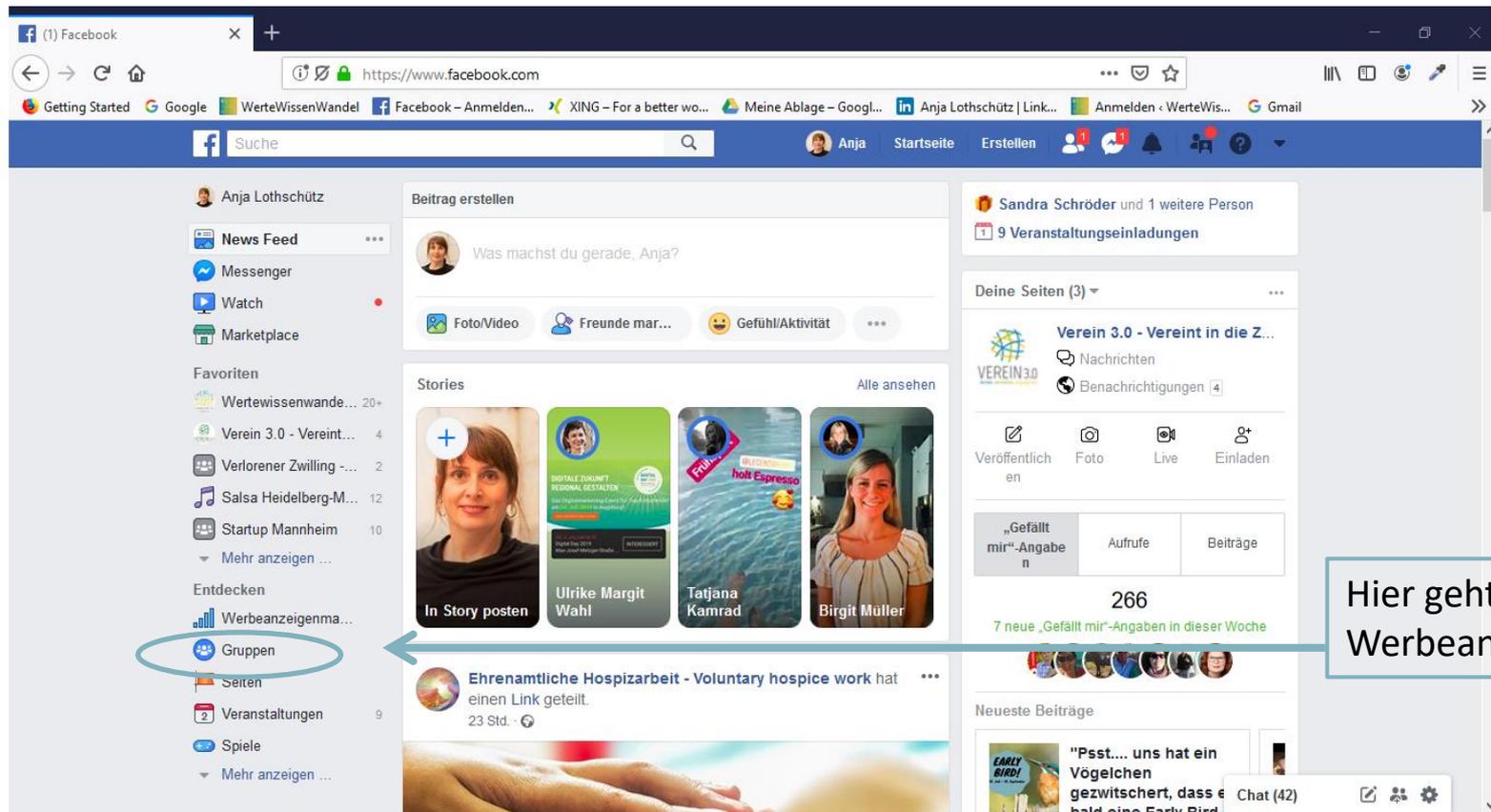


Pimp up your  
*Ehrenamt*

FACEBOOK ADS ERSTELLEN -  
KLICKANLEITUNG

Schritt-für-  
Schritt zur  
Facebook-  
Anzeige



Hier geht's zum Werbeanzeigenmanager

Gruppen

Kampagnenname	Auslieferung	Budget	Ergebnisse	Reichweite	Impressionen	Kosten pro Ergebnis	Ausgebener Betrag
---------------	--------------	--------	------------	------------	--------------	---------------------	-------------------

**Keine Ergebnisse gefunden**  
You haven't created any Werbeanzeigen yet.

Create Werbeanzeige

Über die Schaltfläche erstellen kann eine neue Kampagne hinzugefügt werden

File Edit View History Bookmarks Tools Help

Werbeanzeigenmanager - Crea X +

https://www.facebook.com/adsmanger/creation?act=1509988415908670

Getting Started Google WerteWissenWandel Facebook - Anmelden... XING - For a better wo... Meine Ablage - Googl... Anja Lothschütz | Link... Anmelden : WerteWis... Gmail

Suche

Anja Lothschütz (150998...)

Neue Kampagne erstellen ⓘ Vorhandene Kampagne verwenden ⓘ

Kampagne: Wähle dein Ziel aus. Zu Quick Creation wechseln

Wie lautet dein Marketingziel? Hilfe: Ein Ziel auswählen

Bekanntheit	Erwägung	Conversion
<ul style="list-style-type: none"> <li>Markenbekanntheit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Traffic</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conversions</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Reichweite</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> Interaktionen</li> <li>App-Installationen</li> <li>Videoaufrufe</li> <li>Leadgenerierung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Katalogverkäufe</li> <li>Store Traffic</li> </ul>

Schließen

Benötigst du Hilfe?

Was ist das Ziel „Interaktionen“?

Das Ziel „Interaktionen“ dient dazu, dass mehr Personen deinen Facebook-Beitrag oder deine Seite ansehen und damit interagieren. Wenn du „Interaktionen“ als Ziel auswählst, kannst du Werbeanzeigen erstellen, mit denen du Folgendes erreichst:

- Bewerben deiner Beiträge ⓘ (Beitragsinteraktionen)
- Hervorheben deiner Seite ⓘ („Gefällt mir“-Angaben auf der Seite)
- Beanspruchung deines Angebots durch mehr Menschen ⓘ (Beanspruchungen von Angeboten)
- Erreichen von Aufmerksamkeit für eine Veranstaltung auf deiner Seite ⓘ (Zu-/Absagen)

Auf welchen Plattformen wird das Ziel „Interaktionen“ unterstützt?

- Facebook
- Instagram

Hilfereich

Feedback geben · Ein Problem melden · Cookies · Datenschutz · Nutzungsbedingungen

© Facebook 2019

File Edit View History Bookmarks Tools Help

Werbeanzeigenmanager - Creat X Der Unterschied zwischen bewi X +

https://www.facebook.com/adsmanger/creation?act=1509988415908670&filter\_set

Getting Started Google WerteWissenWandel Facebook - Anmelden... XING - For a better wo... Meine Ablage - Googl... Anja Lothschütz | Link... Anmelden < WerteWis... Gmail

Suche Anja

Anja Lothschütz (150998... Neue Kampagne erstellen Kampagne: Wähle dein Ziel aus. Zu Quick Creation wechseln

Kampagne

- Ziel

Anzeigengruppe

- Zielgruppe
- Platzierungen
- Budget & Zeitplan

Werbeanzeige

- Identität
- Werbeanzeige

Schließen



## Interaktionen

Bringe mehr Personen dazu, deinen Betrag oder deine Seite anzusehen oder damit zu interagieren. Zu Interaktionen gehören Kommentare, das Teilen deines Content, „Gefällt mir“-Angaben, Antworten auf Event-Einladungen oder die Beanspruchung von Angeboten.

Beitragsinteraktion „Gefällt mir“-Angaben auf der Seite Veranstaltungszu-/absagen

Kampagnenname

Split-Test erstellen  Führe einen A/B-Test für deine Anzeigengestaltung, Platzierung, Zielgruppe und Auslieferungsoptimierung aus

Optimierung des Kampagnenbudgets  Optimierte das Budget Anzeigengruppen-übergreifend

Weiter

File Edit View History Bookmarks Tools Help

Werbeanzeigenmanager - Crea X | f Der Unterschied zwischen bew... X +

https://www.facebook.com/adsmanager/creation?act=1509988415908670&filter\_set

Getting Started Google WerteWissenWandel Facebook - Anmelden... XING - For a better wo... Meine Ablage - Googl... Anja Lothschütz | Link... Anmelden - WerteWis... Gmail

Suche Anja

Anja Lothschütz (150998...)

Kampagne  
Ziel

Anzeigengruppe  
Zielgruppe  
Platzierungen  
Budget & Zeitplan

Werbeanzeige  
Identität  
Werbeanzeige

Schließen

### Neue Anzeigengruppe erstellen

Mehrere neue Anzeigengruppen erstellen

Name der Anzeigengruppe DE - 18+ Zu Quick Creation wechseln

### Zielgruppe

Lege fest, wer deine Werbeanzeigen sehen soll. Mehr dazu.

Neu erstellen Gespeicherte Zielgruppe verwenden

Custom Audiences Füge eine zuvor erstellte Custom Audience oder Lookalike Audience hinzu

Ausschließen | Neu erstellen

Standorte Jeder an diesem Ort

Deutschland

Deutschland

Einschließen | Gib weitere Standorte ein | Durchsuchen

Wir haben die Schätzung der Zielgruppengröße aktualisiert.

Potenzielle Reichweite: 33.000.000 Personen

Geschätzte Tagesergebnisse

Reichweite 07 - 767

Beitragsinteraktionen 5 - 30

### Lookalike Audience erstellen

#### 1 Wähle deine Lookalikequelle aus

Wähle eine bestehende Zielgruppe oder Datenquelle aus

#### 2 Zielgruppenstandort auswählen

Suche nach Regionen oder Ländern

Durchsuchen

#### 3 Zielgruppengröße auswählen

Anzahl der Lookalike Audiences 1



Die Zielgruppengröße reicht von 1 % bis 10 % von der zusammengefassten Bevölkerung deiner ausgewählten Standorte. Eine Lookalike von 1 % besteht aus Personen, die deiner Lookalikequelle am ähnlichsten sind. Bei steigender Prozentzahl handelt es sich um eine größere und breitere Zielgruppe.

Abbrechen

Zielgruppe erstellen

Schließen

File Edit View History Bookmarks Tools Help

Werbeanzeigenmanager - Crea... | f Der Unterschied zwischen bew... | +

https://www.facebook.com/adsmanager/creation?act=1509988415908670&filter\_set

Getting Started Google WerteWissenWandel Facebook - Anmelden... XING - For a better wo... Meine Ablage - Googl... Anja Lothschütz | Link... Anmelden - WerteWis... Gmail

Suche Anja

### Lookalike Audience erstellen

1 Wähle deine Lookalikequelle aus ⓘ Anzeigen

Verein 3.0 - Vereint in die Zukunft

2 Zielgruppenstandort auswählen

Länder > Europa

Deutschland

Suche nach Regionen oder Ländern Durchsuchen

Deutschland wurde standardmäßig hinzugefügt, da es die größte Anzahl an Personen in deiner Source Audience stellt.

3 Zielgruppengröße auswählen

Anzahl der Lookalike Audiences ⓘ 1 ▾

326.1K

0% 1% 2% 3% 4% 5% 6% 7% 8% 9% 10%

Die Zielgruppengröße reicht von 1 % bis 10 % von der zusammengefassten Bevölkerung deiner ausgewählten Standorte. Eine Lookalike von 1 % besteht aus Personen, die deiner Lookalikequelle am ähnlichsten sind. Bei steigender Prozentszahl handelt es sich um eine größere und breitere Zielgruppe.

Schließen

File Edit View History Bookmarks Tools Help

Werbeanzeigenmanager - Crea... | Der Unterschied zwischen bew... | ehrenamt - Google-Suche

https://www.facebook.com/adsmanger/creation?act=1509988415908670&filter\_set

Getting Started Google WerteWissenWandel Facebook - Anmelden... XING - For a better wo... Meine Ablage - Googl... Anja Lothschütz | Link... Anmelden : WerteWis... Gmail

Suche Anja

Anja Lothschütz (150998... | Name der Anzeigengruppe DE - 18+ | Zu Quick Creation wechseln

**Kampagne**  
Ziel

**Anzeigengruppe**  
Zielgruppe  
Platzierungen  
Budget & Zeitplan

**Werbeanzeige**  
Identität  
Werbeanzeige

Schließen

Standorte **Jeder an diesem Ort**

Deutschland  
Deutschland

Einschließen | Gib weitere Standorte ein | Durchsuchen



Standorte auf einmal hinzufügen

Alter 18 - 65+

Geschlecht **Alle** Männer Frauen

Sprachen Deutsch

**Zielgruppengröße**  
Deine Zielgruppe ist zu spezifisch. Versuche, sie zu erweitern.

Potenzielle Reichweite: weniger als 1.000 Personen

**Geschätzte Tagesergebnisse**  
Es sind keine Ergebnisse verfügbar.

Werbeanzeigenmanager - Wert X +

https://www.facebook.com/adsmanager/creation?act=374295923444044

Getting Started Google WerteWissenWandel Facebook - Anmelden... XING - For a better wo... Meine Ablage - Googl... Anja Lothschütz | Link... Anmelden < WerteWis... Gmail

Werbeanzeigenmanager Suche Anja

Anja Lothschütz (374295... Name der Anzeigengruppe DE - 18+ Zu Quick Creation wechseln

**Kampagne**  
Ziel ✓

**Werbekonto**  
Neu erstellen ✓

**Anzeigengruppe**  
Zielgruppe ✓  
Platzierungen ✓  
Budget & Zeitplan ✓

**Werbeanzeige**  
Identität  
Werbeanzeige

Schließen

### Platzierungen

Zeige deine Werbeanzeigen den richtigen Personen an den richtigen Orten an.

- Automatische Platzierungen (empfohlen)**  
Verwende automatische Platzierungen, um dein Budget zu maximieren und deine Anzeigen mehr Personen zu zeigen. Das Auslieferungssystem von Facebook weist das Budget deiner Anzeigengruppe basierend auf der wahrscheinlich besten Performance mehrerer Platzierungen zu. [Mehr dazu](#)
- Platzierungen bearbeiten**  
Wähle manuell aus, wo deine Anzeige erscheinen soll. Je mehr Platzierungen du auswählst, desto mehr Möglichkeiten hast du, deine Zielgruppe zu erreichen und deine Geschäftsziele umzusetzen. [Mehr dazu](#)

### Budget & Zeitplan

Lege fest, wie viel du ausgeben möchtest und wann deine Werbeanzeigen erscheinen sollen.

Anzeigenschaltung optimiert für **Beitragsinteraktionen**

Kostenkontrolle (optional) X.XXX € Durchschnittskosten pro Beitragsinteraktion

Facebook versucht, dein gesamtes Budget auszugeben und mit der Strategie für die niedrigsten Kosten ein optimales Ergebnis für

### Zielgruppengröße

Die von dir gewählte Zielgruppe ist ziemlich groß.

Potenzielle Reichweite: 33.000.000 Personen

### Geschätzte Tagesergebnisse

Reichweite 1,2K - 3,5K

Beitragsinteraktionen 133 - 384

Die Genauigkeit der Schätzwerte basiert auf Faktoren wie bisherige Kampagnendaten, dem von dir eingegebenen Budget und Marktdaten. Die Zahlen sollen dir einen



Werbeanzeigenmanager - Wert X +

https://www.facebook.com/adsmanager/creation?act=374295923444044

Getting Started Google WerteWissenWandel Facebook - Anmelden... XING - For a better wo... Meine Ablage - Googl... Anja Lothschütz | Link... Anmelden < WerteWis... Gmail

Werbeanzeigenmanager Suche Anja 1

Anja Lothschütz (374295... Name der Anzeigengruppe DE - 18+ Zu Quick Creation wechseln

**Kampagne**  
Ziel ✓

**Werbekonto**  
Neu erstellen ✓

**Anzeigengruppe**  
Zielgruppe ✓  
Platzierungen ✓  
**Budget & Zeitplan** ✓

**Werbeanzeige**  
Identität  
Werbeanzeige

Schließen

### Budget & Zeitplan

Lege fest, wie viel du ausgeben möchtest und wann deine Werbeanzeigen erscheinen sollen.

Anzeigenschaltung optimiert für **Beitragsinteraktionen**

Um die Auslieferungsoptimierung zu verbessern, führen wir bei einigen Mitgliedern deiner Zielgruppe eventuell Umfragen durch.

Kostenkontrolle (optional) XXX € Durchschnittskosten pro Beitragsinteraktion

Facebook versucht, dein gesamtes Budget auszugeben und mit der Strategie für die niedrigsten Kosten ein optimales Ergebnis für Folgendes zu erzielen: Beitragsinteraktionen. Wenn du eine Kostenkontrolle festlegen möchtest, musst du einen Betrag eingeben.

Weitere Gebotsstrategien anzeigen

Budget und Zeitplan **Tagesbudget** 11,00 €  
11,00 € EUR

Der tatsächlich pro Tag ausgegebene Betrag kann variieren.

Meine Anzeigengruppe ab heute fortlaufend schalten  
 Start- und Enddatum festlegen

Du wirst nicht mehr als **77,00 €** pro Woche ausgeben.

### Zielgruppengröße

Die von dir gewählte Zielgruppe ist ziemlich groß.

Potenzielle Reichweite: 33.000.000 Personen

### Geschätzte Tagesergebnisse

Reichweite **1,2K - 3,5K**

Beitragsinteraktionen **133 - 384**

Die Genauigkeit der Schätzwerte basiert auf Faktoren wie bisherige Kampagnendaten, dem von dir eingegebenen Budget und Marktdaten. Die Zahlen sollen dir einen

Wofür bezahlst du? Impression

Werbeanzeigenmanager - Werl X +

https://www.facebook.com/adsmanager/creation?act=374295923444044

Getting Started Google WerteWissenWandel Facebook - Anmelden... XING - For a better wo... Meine Ablage - Googl... Anja Lothschütz | Link... Anmelden - WerteWis... Gmail

Werbeanzeigenmanager Suche Anja

Anja Lothschütz (374295...)

- Kampagne
  - Ziel
- Werbekonto
  - Neu erstellen
- Anzeigengruppe
  - Zielgruppe
  - Platzierungen
  - Budget & Zeitplan
- Werbeanzeige
  - Identität
  - Werbeanzeige

Schließen

Anzeigenname Beitrag: „ - Interaktionen Zu Quick Creation wechseln

Werbeanzeige erstellen **Bestehenden Beitrag verwenden**

**Identität**  
Wähle aus, wie dein Unternehmen in deiner Werbeanzeige dargestellt werden soll.

Facebook-Seite  
Deine Facebook-Seite oder dein Instagram-Konto repräsentieren dein Unternehmen in Werbeanzeigen. Du kannst auch [eine Facebook-Seite erstellen](#)

Verein 3.0 - Vereint in die Zukunft

Instagram-Konto  
Die ausgewählte Seite ist mit keinem Instagram-Konto verbunden. In der Instagram-Anzeige werden der Name der Facebook-Seite und das Profilbild sowie die Beschreibung und Anzahl der Abonnenten verwendet. [ein Instagram-Konto hinzufügen](#).

Ausgewählte Seite verwenden

**Werbeanzeige**  
Erstelle für das Bild und den Text deines Seitenbeitrags eine Vorschau. [Mehr dazu](#)

Anzeigenvorschau 1 von 1 Werbeanzeige

Mobiler News Feed 1 von 9

Beitrag auswählen + Feedback senden

Bitte wähle ein hervorzuhebendes Objekt aus,

Werbeanzeigenmanager - Werb... | +

https://www.facebook.com/adsmanager/creation?act=374295923444044

Getting Started | Google | WerteWissenWandel | Facebook - Anmelden... | XING - For a better wo... | Meine Ablage - Googl... | Anja Lothschütz | Link... | Anmelden · WerteWis... | Gmail

Werbeanzeigenmanager | Suche | Anja | 1 | ?

Anja Lothschütz (374295...)

Anzeigenname: Beitrag: „ - Interaktionen | Zu Quick Creation wechseln

**Kampagne**

- Ziel ✓

**Werbekonto**

- Neu erstellen ✓

**Anzeigengruppe**

- Zielgruppe ✓
- Platzierungen ✓
- Budget & Zeitplan ✓

**Werbeanzeige**

- Identität
- Werbeanzeige**

Schließen

**Werbeanzeige**

Erstelle für das Bild und den Text deines Seitenbeitrags eine Vorschau. [Mehr dazu](#)

Beitrag auswählen +

Bitte wähle ein hervorzuhebendes Objekt aus, das zu deinem Ziel passt, z. B. einen Seitenbeitrag, eine Website-URL oder eine App. Füge ein hervorgehobenes Objekt hinzu und versuche es noch einmal.

Gib eine Beitrags-ID ein

**Erweiterte Optionen verbergen** ▾

URL-Parameter (optional) ⓘ

Bsp.: key1=value1&key2=value2

Erstelle einen URL-Parameter

**Conversion-Tracking**

Wähle eine oder mehrere Optionen für das Conversion Tracking aus. Die Ergebnisse werden dir im Ads Manager zusammen mit den Daten für die Anzeigen-Performance angezeigt.

Facebook-Pixel ⓘ

**Anzeigenvorschau** 1 von 1 Werbeanzeige < >

Mobiler News Feed 1 von 9 < >

Bitte wähle einen Facebook-Seitenbeitrag aus, um diese Art von Werbeanzeige nutzen zu können

Einrichten

Je nachdem welches **Anzeigenformat** ihr wählt, gibt es dafür Empfehlungen was die optimale Bildgröße ist, welche Seitenverhältnisse ihr braucht und welche Anzahl der Zeichen in der Überschrift und im Text sinnvoll sind. Was genau für welches Anzeigenformat empfohlen wird, seht ihr auf den folgenden Seiten.

## Facebook Traffic- & Conversion-Anzeige

Empfohlene Bildgröße: 1.200 x 628 px

Seitenverhältnis: 1,9:1

Text: 90 Zeichen

Überschrift: 25 Zeichen

Link-Beschreibung: 30 Zeichen

## Facebook Content-Anzeige

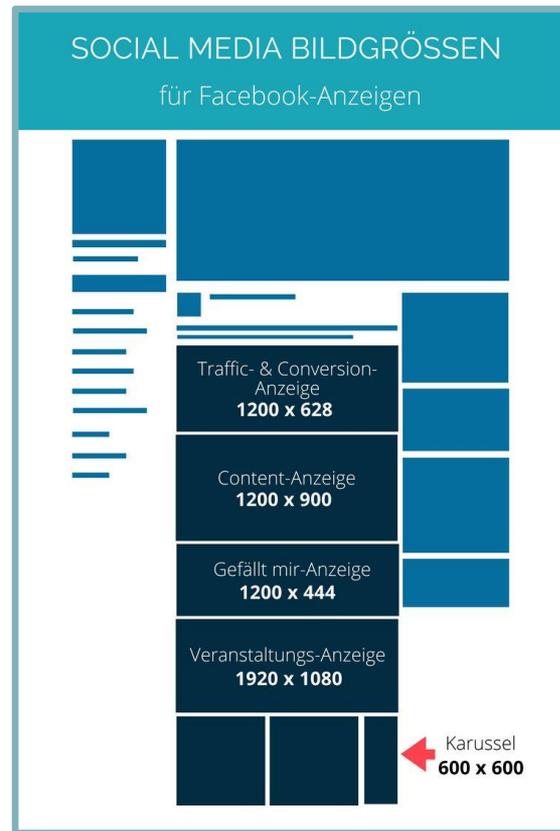
Empfohlene Bildgröße: 1.200 x 900 px

Seitenverhältnis: 4:3

Text: 90 Zeichen

Überschrift: 25 Zeichen

Beschreibung im News Feed: 30 Zeichen



## Facebook Gefällt mir-Anzeige

Empfohlene Bildgröße: 1.200 x 444 px

Seitenverhältnis: 2,7:1

Text: 90 Zeichen

Überschrift: 25 Zeichen

## Facebook Veranstaltungs-Anzeige

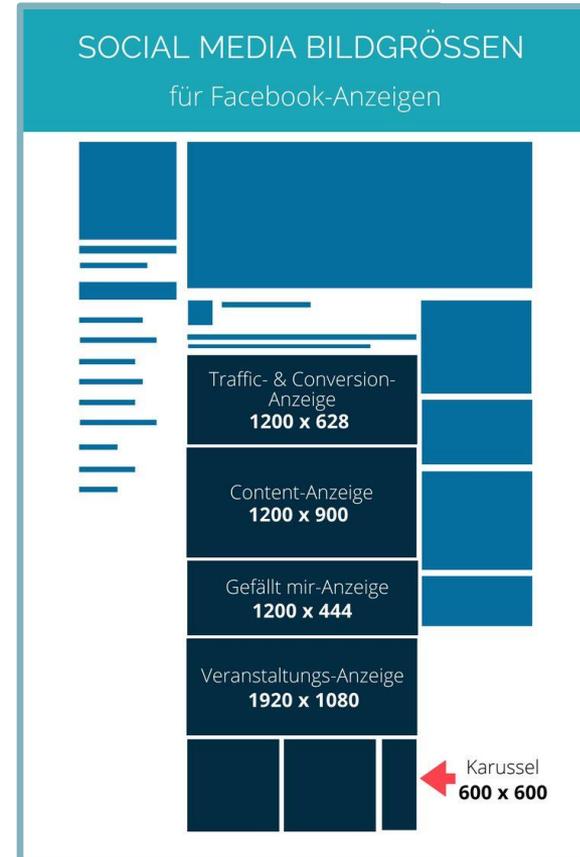
Empfohlene Bildgröße: 1.920 x 1.080 px

Seitenverhältnis: 1,9:1

Text: 90 Zeichen

Überschrift: 25 Zeichen

Link-Beschreibung: 30 Zeichen



## Facebook Karussell-Anzeige

Empfohlene Bildgröße: 600 x 600 px

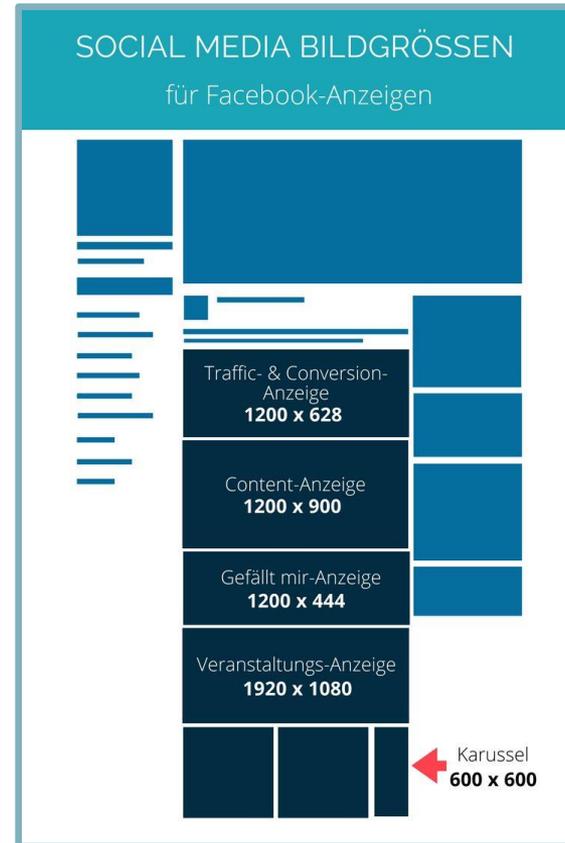
Seitenverhältnis: 1:1

Text: 90 Zeichen

Überschrift: 40 Zeichen

Link-Beschreibung: 20 Zeichen

Quelle: Alina Welfonder





# GESTALTET MIT UNS DAS EHRENAMT DER ZUKUNFT!

## Kontakt

Tel. 0621 / 1 07 08-501  
E-Mail [verein@m-r-n.com](mailto:verein@m-r-n.com)  
[www.wir-schaffen-was.de/pimpupyourehrenamt](http://www.wir-schaffen-was.de/pimpupyourehrenamt)

## Gefördert durch



DEUTSCHE STIFTUNG  
FÜR ENGAGEMENT  
UND EHRENAMT

