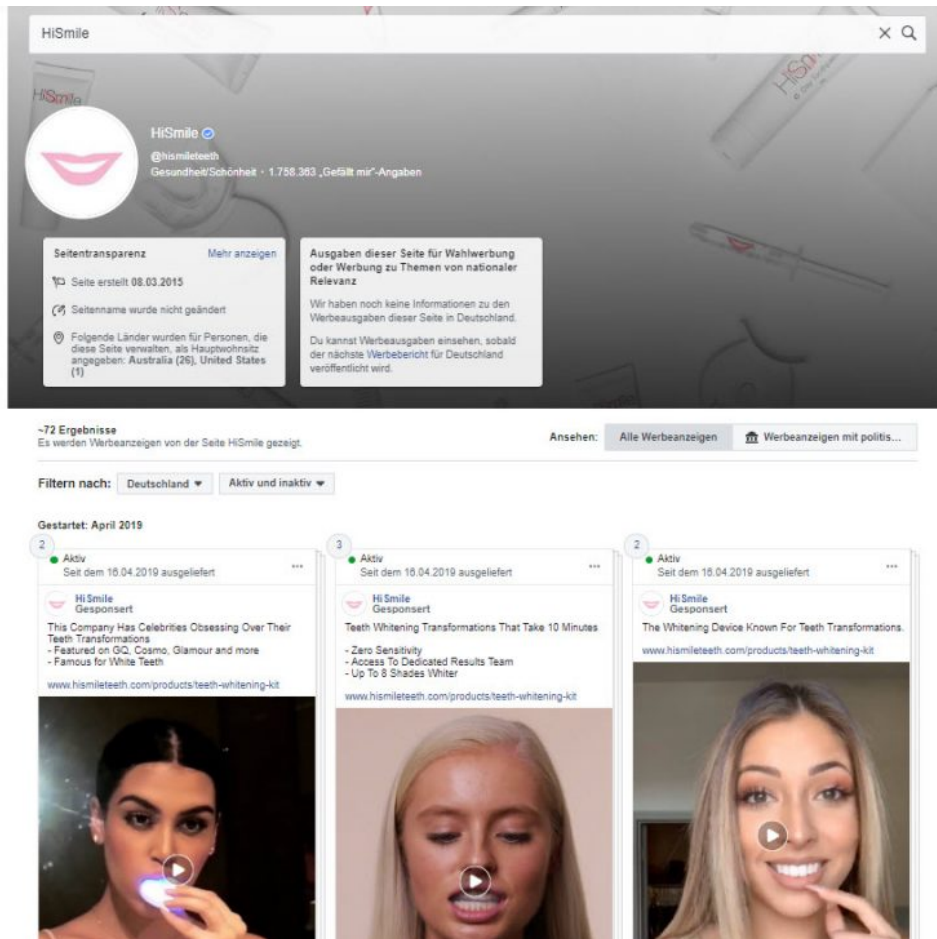


Welche Werbeanzeigen schalten eigentlich unsere Wettbewerber auf Facebook, Instagram usw.?

Wussten Sie, dass Sie auf Facebook suchen können, **welche Werbeanzeigen andere Seitenbetreiber auf Facebook zum aktuellen Zeitpunkt schalten?** Die **Facebook-Werbebibliothek** ist eine Art Suchmaschine für Facebook Werbeanzeigen. Sie soll für mehr Transparenz im Zusammenhang mit Werbeanzeigen auf Facebook und weiteren Facebook-Produkten sorgen.

Was bedeutet das?

Sowohl Facebook-Nutzer als auch Internet-Nutzer, die kein Facebook-Konto haben, können in der [Facebook Werbebibliothek](#) nach Facebook Seiten und Themen suchen. Länderübergreifend können sie alle aktiven Anzeigen auf Facebook, Instagram, dem Facebook Messenger und dem Audience Network sehen.



Screenshot Quelle: Facebook [Werbebibliothek](#)

Transparenz für die Nutzer bedeutet auch **Transparenz** im Hinblick auf den eigenen **Wettbewerb**. Sie finden über die Suchfunktion **alle aktiven Werbeanzeigen** von einzelnen Facebook-Seiten und damit auch von den Seiten Ihrer Wettbewerber.

Jede einzelne Variante einer Werbeanzeige wird aufgeführt. Das heißt, Unternehmen können relativ schnell und einfach prüfen, ob und welche A/B-Tests deren Wettbewerber schalten. Daraus können sie unter Umständen neue Erkenntnisse gewinnen.

Was ist ein A/B-Test?

Bei einem A/B-Test werden verschiedene Varianten einer Anzeige getestet.

Beispiel: **Variante 1** mit rotem Bild, **Variante 2** mit blauem Bild. Der Text bleibt unverändert. Im Optimalfall werden 50% der Zielgruppe die erste Variante und den anderen 50% die zweite Variante eingeblendet. Mit Hilfe von Kennzahlen wie z. B. der [Klickrate \(CTR\)](#) oder der [Conversion](#) Rate kann man während und nach der Anzeigenschaltung beobachten, **welche Variante besser funktioniert** hat. Die Anzeige, die schlechter funktioniert hat, wird gestoppt. Anschließend kann man basierend auf der Gewinner-Anzeige weitere Varianten testen wie z. B. die Überschrift. So nähert man sich nach und nach der optimalen Anzeige.

Ist das jetzt gut oder schlecht für Unternehmen?



Es liegt nahe: Facebooks Transparenz-Offensive hat **Vor- und Nachteile**. Schalten Unternehmen Werbekampagnen auf Facebook und den weiteren Facebook-Kanälen, müssen sie sich **dieser Transparenz bewusst sein**. Denn nicht nur Sie sehen, was Ihre Wettbewerber machen, sondern auch umgekehrt. Halten Sie sich an die **gesetzlichen Vorgaben**? Sind Verbrauchswerte, Kennzeichnungen usw. so aufgeführt, dass Sie nicht abgemahnt werden können?

Wettbewerbsbeobachtung -> klarer Vorteil.

Auch unsere Anzeigen können von Dritten analysiert werden. Das bedeutet: **Noch vorsichtiger als bisher sein bei dem, was man veröffentlicht -> klarer Nachteil.**

**Sie benötigen Unterstützung beim Erstellen und Schalten Ihrer Social Media Werbekampagnen?
Rufen Sie uns an - Tel. +49 (0) 77 71 91 47 41.**