

Facebook-Werbeanzeigen-Manager

Stand: 11.03.2025

Facebook ist zwar in die Jahre gekommen, aber nach wie vor die zentrale soziale Plattform für viele Menschen und Unternehmen. Facebook bietet etliche Services für Unternehmen und Geschäftstreibende an, um eigene Kampagnen zu starten und Reichweite zu generieren und dann geschickt auszunutzen. Ein wichtiges Instrument dafür ist das [Online-Marketing-Tool Facebook-Werbeanzeigen-Manager](#) mit vielfältigen Einstellungsmöglichkeiten.

Facebook erreicht zwar immer noch jüngere Nutzerschichten, allerdings hat sich der Altersschnitt erhöht. **Viele kaufstarke User** können für diverse Produkte via Facebook begeistert werden. Mit **Anzeigen (Ads)** und **umfangreichen Werbekampagnen** ist es möglich, gezielt Brände oder konkrete Produkte und Dienstleistungen zu bewerben. Die Genauigkeit der Werbung ist erstaunlich und wird durch die Eingrenzung im Manager durch **zahlreiche Tools und Auswahlmöglichkeiten** erreicht. Auch die Verwaltung des Budgets, Zeitpläne oder Reportings gehören zum Leistungskatalog des Facebook-Werbeanzeigen-Managers.

Für wen ist der Facebook-Werbeanzeigen-Manager interessant?

Dieses Tool ist für Unternehmen, die eine oder **mehrere Zielgruppen via Facebook ansprechen** möchten, unverzichtbar. Wer sich beruflich mit dem Online-Werkzeug auseinandersetzt, kann es sehr spezifisch nutzen. Aufgrund des Zusammenschlusses mehrerer Plattformen unter dem neuen Namen Meta lassen sich neben Facebook auch weitere Kanäle bespielen: Messenger, Instagram, Audience Network.

Wichtigste Ziele auf Facebook:

- Brand stärken, Bekanntheit steigern
- Erhöhung des Traffics
- Conversions steigern, eventuell Verkäufe vor Ort erhöhen durch intensive Bewerbung des Ladengeschäfts

Um die Marketingziele zu erreichen, unterstützt das Tool die User mit zahlreichen Funktionen, die es erlauben, **Werbeanzeigen zu erstellen und zielgerichtet und getimed zu platzieren**. Das ist einerseits für sehr große Firmen spannend, die viel Arbeit in die Werbung stecken und so mit wenigen Mitarbeitern viel erreichen können. Andererseits profitieren auch etwas kleinere Akteure von den Vorteilen, da wenig Personal verhältnismäßig viel und genau planen kann, um dann eine koordinierte Werbekampagne inklusive Anzeigen und Co. zu schalten. Das kann am Desktop oder via mobile Geräte erfolgen.

Historische Einordnung des Facebook-Werbeanzeigen-Managers

Löwenstark Digital Group GmbH

Geschäftsführung: Hartmut Deiwick • Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 205088

• Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-Nr.: 14/201/16808

Bankverbindung: Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC: GENODEF1WOB

Facebook hat im Laufe seiner Geschichte viele Veränderungen durchlebt und Erweiterungen und Neuerungen begrüßt. Der Werbeanzeigen-Manager kam 2015 hinzu. Während die Bearbeitung am Desktop ein Standard ist, hat sich im Laufe der Zeit gezeigt, dass vor allem **die mobile Version** sehr gern genutzt wird. Die User können via Apple-Smartphone oder Android-Gerät ihre Kampagnen mitverfolgen und steuern sowie auf spontane Ereignisse reagieren.

Unterwegs werden Nutzer der Werbeanzeigen-App mittels Pushnachrichten über die verschiedenen Vorgänge und Ereignisse unterrichtet. Das erlaubt eine sehr flexible Bearbeitung, auch fernab des Büro-Arbeitsplatzes und am Wochenende.

Das kann der Facebook-Werbeanzeigen-Manager leisten

Um dieses Online-Marketing-Tool zu nutzen, muss zunächst ein sogenanntes **Business-Manager-Konto** angelegt werden. Insgesamt können pro Person zwei dieser Konten eingerichtet werden. Allerdings können pro Person **bis zu 25 Werbekonten** eröffnet werden, denen wiederum bis zu 25 Administratoren, Analysten oder Werbetreibende zugeordnet werden dürfen.

Über den Business-Manager erhält der Nutzer Zugriff auf die Anzeigen. Mit einem neu erstellten Werbekonto kann auf den Facebook-Ad-Manager zugegriffen werden. Über einen Dropdown-Pfeil gelangt der User schließlich zum Werbeanzeigen-Manager und kann damit grundlegend folgende Aufgaben erledigen:

- Anzeigen, Anzeigegruppen und Werbekampagnen einrichten
- Medienausgaben verwalten und ändern
- Zielgruppe exakt ansprechen, idealerweise mithilfe eines Consumer-Insight-Tools genauer definiert
- Kampagne überwachen: Analysen, Berichte, Kennzahlen und mehr

Diese Aufgaben unterteilen sich in **etliche Einstellungsvarianten**, die enorm vielschichtig sind. Es braucht etwas Erfahrung und Übung, um mit dem Facebook-Werbeanzeigen-Manager zurechtzukommen. Hier heißt es: Anleitungen studieren oder „learning by doing“. Spezialisierte Experten, etwa von [OM-Agenturen](#) sind für diese Aufgabe ebenfalls ein geeigneter Ansprechpartner. Es empfiehlt sich, das Interface genau auszutesten und sich mit den Möglichkeiten vertraut zu machen. Die Nutzer können viele Kennzahlen einstellen und festlegen, dass bestimmte Maßnahmen bei Erreichen verschiedener Werte geändert oder beendet werden. Es sollte ermittelt werden, welche Features des Facebook-Werbeanzeigen-Managers für die geplante Kampagne erforderlich sind.

Übersicht der Möglichkeiten:

- Zielgruppen auswählen (Definition, Targeting)
- neue Anzeigen erstellen (Ziele definieren, Werbetexte schreiben)
- Anzeigen-Budgets einrichten und verwalten (Festlegung pro Tag oder über die gesamte Laufzeit)
- Anzeigen über mehrere Apps ausspielen
- dynamische Anzeigengestaltung und Verbesserung der Performance
- Kampagnenanpassung, auch für mehrere Kampagnen gleichzeitig möglich

Geschäftsführung: Hartmut Deiwick • Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 205088

• Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-Nr.: 14/201/16808

Bankverbindung: Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC:

GENODEF1WOB

- Tests durchführen: Platzierungen, A/B-Tests, Zielgruppenauswahl, Gestaltung, Produktpalette
- Insights in Echtzeit erhalten (Reporting-Tools)

Bedeutung des Facebook-Werbeanzeigen-Managers

Im Schnitt nutzen rund 1,8 Milliarden Menschen täglich Facebook (Stand 2021). Durchschnittlich verbringen diese Menschen jeden Tag rund eine Dreiviertelstunde auf der Plattform. Neben dem Chatten und der Pflege der eigenen Seite wird die Zeit zum Surfen genutzt und Unternehmensseiten sind ein beliebtes Ziel. Während des Aufenthaltes folgen die User Empfehlungen von Facebook. **Rund 4 Millionen Unternehmen verwenden den Facebook-Werbeanzeigen-Manager** und erreichen so etliche Millionen potenzielle Kunden. Aus diesem Grund kann die Bedeutung dieses Online-Marketing-Tools kaum zu hoch eingeschätzt werden.

Sein Einsatz lohnt sich für viele Anliegen, wobei vor allem Produkte und Dienstleistungen erfolgreich sind. Sie sprechen die Nutzerklientel von Facebook auf vielfältige Weise an.

Weblinks

<https://www.facebook.com/business/tools/ads-manager> (Edit 2025: Link leider nicht mehr erreichbar)

<https://swat.io/de/werben/facebook-werbeanzeigen-guide>

<https://www.meltwater.com/de/blog/facebook-werbeanzeigenmanager>