

## WIE SIE FACEBOOKANZEIGEN GESTALTEN, DIE FUNKTIONIEREN

Jeder Facebookuser bekommt durchschnittlich 1500 neue Posts *pro Tag* in seinem Newsfeed angezeigt.

Deswegen müssen Ihre Anzeigen aus der Masse herausstechen – nicht nur gegenüber anderen Inhalten, sondern auch gegenüber den Anzeigen großer Unternehmen mit tiefen Budgettöpfen.

Am meisten Aufmerksamkeit erzeugt Ihre Anzeige auf Facebook durch das Bild. Es nimmt am meisten Platz ein und ist farbig. Deswegen ist das Bild das wichtigste Element in Ihrer Anzeige. Erst danach kommen Beschreibung und Überschrift.

### Das richtige Bild für Ihre Werbeanzeige

Die besten Bilder unterstützen die Aussage Ihrer Anzeige, unterscheiden sich aber auch von allen anderen sichtbaren Beiträgen. Um dieses Ziel zu erreichen, müssen Sie das *Gegenteil* von allen anderen machen und so Aufmerksamkeit durch Kontrast erzeugen.

Investieren Sie ruhig in einen Grafikdienstleister, die die Gestaltung für Sie übernimmt. Für eine kleine Investition können Sie so Ihre Klick- und Konversionsraten steigern und damit Kosten sparen. Das rechnet sich über die Zeit. Testen Sie ruhig einmal Ihre selbst gestalteten Anzeigen parallel zu den Profi-Anzeigen und vergleichen Sie Kosten und Ergebnisse. Sie werden erstaunt sein.

### Die richtige Bildgröße

Um den von Facebook angebotenen Platz optimal zu nutzen, sollte Ihr Bild die richtige Größe haben. Diese Größe variiert je nach Ziel Ihrer Kampagne:

1. „Webseitenklicks“ und „Konversionen steigern“: 1200 x 628 Pixel
2. „Engagement“ für Facebook-Beiträge: 1200 x 900 Pixel
3. Likes für Facebookseite generieren: 1200 x 444 Pixel
4. App installieren: 1200 x 628 Pixel

### Die richtigen Farben

Kontraste erzeugen Aufmerksamkeit. Das gilt auch für die Farbwahl. Zum einen sollten Sie versuchen, [das blau-weiße Farbschema von Facebook zu kontrastieren](#), zum anderen müssen Sie sich aber auch von Ihrer Konkurrenz abheben, die wahrscheinlich das ähnliche macht.

### Die richtige Nachricht im Bild

Das Bild, das Sie für Ihre Werbeanzeigen benutzen, können Sie mit maximal 20% mit Text füllen. Das kann ein Button sein, der „GRATIS“ oder „RABATT“ ruft, aber auch ein sehr kurzes Statement. Versuchen Sie den Vorteil des Angebots im Bild zu kommunizieren.

### Seien Sie originell

Sehen Sie davon ab, künstlich wirkende und offensichtlich gestellte Stockphotos zu kaufen. Seien Sie – oder bezahlen jemanden dafür – originell. Versuchen Sie es mit Witz oder einer Überraschung. Unerwartetes generiert mehr Aufmerksamkeit.

### Der Text

Wenn das Bild seinen Job gut macht und Aufmerksamkeit erzeugt, wird die Beschreibung gelesen. Hier fügen Sie Ihre Botschaft ein. Fassen Sie sich kurz, Sie haben nur 2 – 3 Zeilen. Ihr Ziel ist der Klick auf die Anzeige.

Beschreiben Sie deswegen einfach den größten Vorteil, den Ihre Kunden vom Klick haben.