



In der Vergangenheit stand Facebook immer wieder im Zentrum harscher Kritik. Deshalb hat sich der Social-Media-Gigant nun medienwirksam in Sachen Werbepolitik positioniert und die 7 Grundsätze seiner Werbepolitik vorgestellt. Shutterstock

## TRENDS – FAKTEN – NEUHEITEN



# So funktioniert digitales Marketing

Steffi Andolfato ist Sales Managerin der Digitalen Werbeagentur Südtirol Online Marketing

## 7 Grundsätze für Werbung auf Facebook & Co.

Die weltweiten Werbe-Investitionen in die 3 Hauptprodukte Facebook, Instagram und Messenger gehen zwar weiter nach oben, doch in Zeiten von „Fake News“ sieht sich der in Kritik geratene Facebook-Konzern verpflichtet, seine Werbe-Grundsätze neu zu positionieren. Kunden sollen dabei beruhigt werden.

Und wie wichtig der Markt ist, zeigen aktuelle Zahlen: Das soziale Netzwerk Facebook ist mit seinen etwa 2,1 Milliarden monatlich aktiven Nutzern ungemessen relevant. Von dieser Beliebtheit profitiert auch der Messenger, der 1,3 Milliarden aktive Nutzer aufweist. Um Ruhe in diesen Markt zu bringen, hat der Vizepräsident der Werbe-Produkte von Facebook, Rob Goldman, letzte Woche die Werbe-Prinzipien des Unternehmens erläutert.

Hintergrund: In der Vergan-

## ZUM THEMA

### Die 7 Grundregeln

1. Die **Menschen** stehen an erster Stelle.
2. **Userdaten** werden nicht verkauft.
3. **Kontrolle** über Ads, die du siehst.
4. **Transparenz** der Werbung.
5. Sicheres und anständiges Advertising ohne **Diskriminierung** und Spaltung.
6. Advertising sollte **große und kleine Unternehmen** fördern können.
7. Stetige **Optimierung**. ©

genheit stand der Social-Media-Gigant aufgrund seiner – überaus erfolgreichen – Werbepolitik immer wieder im Zentrum har-

scher Kritik, egal, ob es sich dabei um die bei der US-Präsidentenwahl 2016 womöglich beeinflussenden Anzeigen aus Russland handelte oder um das Versäumnis, diskriminierenden Werbungen (auch Ads genannt) effektiv vorzubeugen: Die Medien sehen in Facebook mitunter ein einflussreiches wie gefährliches Potential.

All dies sind Gründe, weshalb sich Facebook medienwirksam in Sachen Werbepolitik positioniert und die 7 Grundsätze seiner Werbepolitik vorgestellt hat (siehe Info-Box). Zugegeben: Da ist auch viel Pathos dabei. Aber die Liste zeigt nun, dass sich das Unternehmen mit der Kritik befasst hat.

Besonders der erste Satz in Goldmans Erklärung lässt aufhorchen und wird folgendermaßen erklärt: Die Werbung ist Grundlage für ein kostenloses Facebook, aber Ads sollen anderen Posts, die User sehen, in der Relevanz in nichts nachstehen. Nach Goldman steht der Mensch an erster Stelle, weshalb

das Auktionssystem für die Werbung priorisiert, ob die Anzeige für den Nutzer relevant ist, nicht ob sie am meisten Geld einbringt.

Weiters betont Facebook explizit, dass Namen, E-Mail-Adressen, Posts, Telefonnummern und sensible Daten auf keinen Fall verkauft werden. Diesen Vorwürfen stand das Unternehmen schon des Öfteren gegenüber. Dennoch bleibt das mulmige Gefühl, dass das Unternehmen etwas zu viel von jedem von uns weiß.

Ads, die dem User nicht gefallen, können verborgen werden. Darüber hinaus kann der Nutzer die Frage „Warum sehe ich das?“ anklicken, die seine Werbepräferenzen anzeigt. Diese kann jeder für sich selbst bearbeiten, um noch relevantere Ads angezeigt zu bekommen. Aber: Je besser die Ads auf den User abgestimmt sind, desto mehr hat dieser womöglich von sich verraten.

Ob diese mediale Offensive von Facebook nun mehr Prävention oder doch eine Reaktion war, lassen wir mal dahingestellt. Fakt ist: Zuckerbergs Online-dienste bleiben auch in Südtirol weiterhin sehr relevante Werbepattformen für Unternehmen.

© Alle Rechte vorbehalten

@ stefanie.andolfato@  
suedtirolonline.com