

Werbung und Wahlen im Netz

Microtargeting in sozialen Netzwerken

Arbeitsmaterialien

Erscheinungsdatum: 18.02.2020

Klassische Werbung vs. personalisierte Werbung

Klassische Werbung

- Anzeigen sind der allgemeinen Öffentlichkeit zugänglich (z. B. Plakatwände, TV-Werbung)
- Zielgruppen: nur grob eingegrenzt (z. B. Leser*innen der Süddeutschen Zeitung, RTL-Zuschauer*innen)

Personalisierte Werbung (Dark Ads)

- Auf persönliche Interessen einzelner Nutzer*innen abgestimmte Anzeigen
- Nicht sichtbar für alle Nutzer*innen, sondern nur eng eingegrenzte Zielgruppen
- Identifikation der Zielgruppe: auf der Basis von persönlichen Merkmalen, Interessen & Nutzerverhalten

Online-Tracking: Wie werden persönliche Daten gesammelt?

Werbetreibende platzieren **Tracker** (z. B. Cookies) auf anderen Webseiten

➡ Ziel: Persönliches Surfverhalten kennenlernen

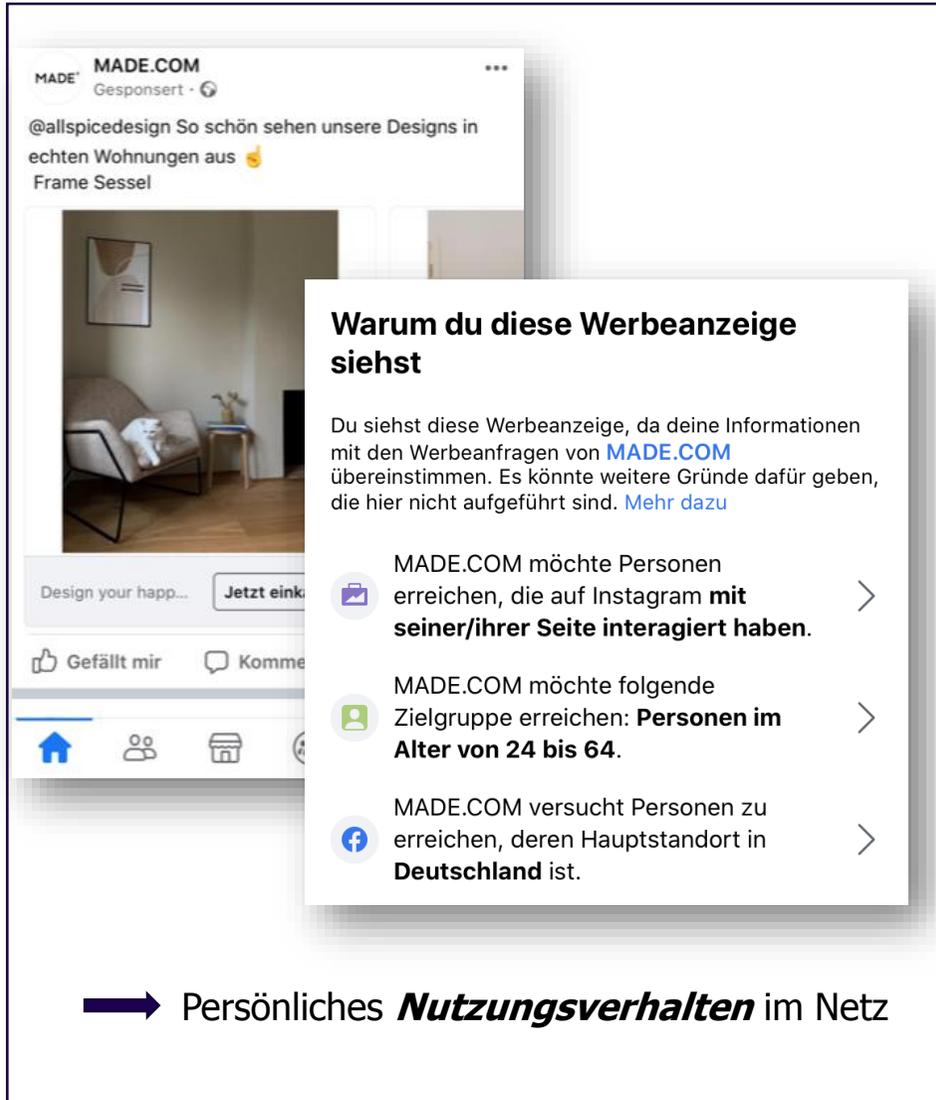
Speichern des Nutzungsverhaltens z. B. über **Cookies**: Textdateien, die beim Aufruf von Websites vom Browser gespeichert werden.

➡ Speicherung persönlicher Suchanfragen, Likes, Online-Käufe, usw.

Tracking-Programme analysieren das gespeicherte Surfverhalten (z. B. Google Analytics)

➡ Erstellung persönlicher Surf- und Interessen-Profile

Personalisierte Werbung: Warum gerade diese Anzeigen?



MADE.COM
Gesponsert · 🌐

@allspicedesign So schön sehen unsere Designs in echten Wohnungen aus 🍷
Frame Sessel

Design your happ... **Jetzt eink**

👍 Gefällt mir 💬 Komme

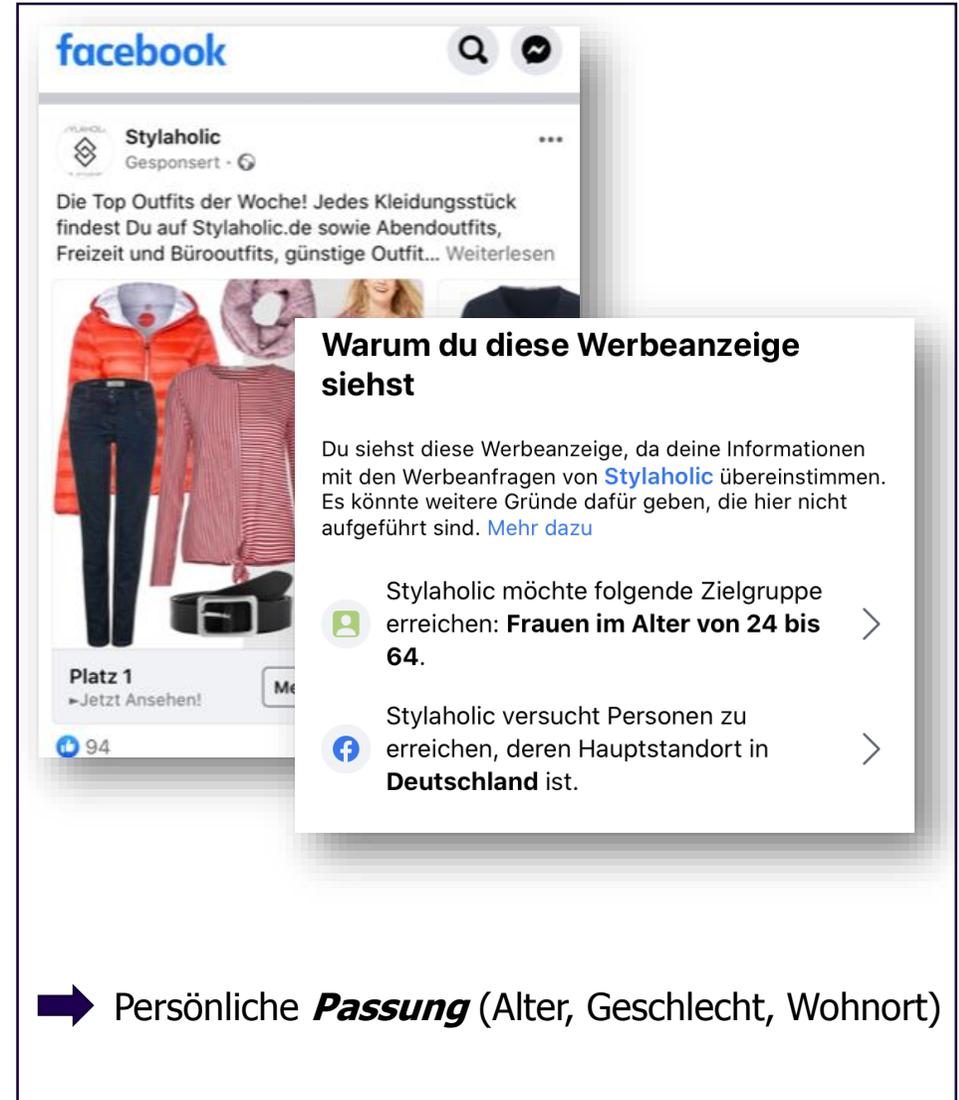
🏠 👤 🛒

Warum du diese Werbeanzeige siehst

Du siehst diese Werbeanzeige, da deine Informationen mit den Werbeanfragen von **MADE.COM** übereinstimmen. Es könnte weitere Gründe dafür geben, die hier nicht aufgeführt sind. [Mehr dazu](#)

- MADE.COM möchte Personen erreichen, die auf Instagram **mit seiner/ihrer Seite interagiert haben.**
- MADE.COM möchte folgende Zielgruppe erreichen: **Personen im Alter von 24 bis 64.**
- MADE.COM versucht Personen zu erreichen, deren Hauptstandort in **Deutschland** ist.

➡️ Persönliches **Nutzungsverhalten** im Netz



facebook

Stylaholic
Gesponsert · 🌐

Die Top Outfits der Woche! Jedes Kleidungsstück findest Du auf Stylaholic.de sowie Abendoutfits, Freizeit und Bürooutfits, günstige Outfit... [Weiterlesen](#)

Platz 1
➡️ Jetzt Ansehen! Me

👍 94

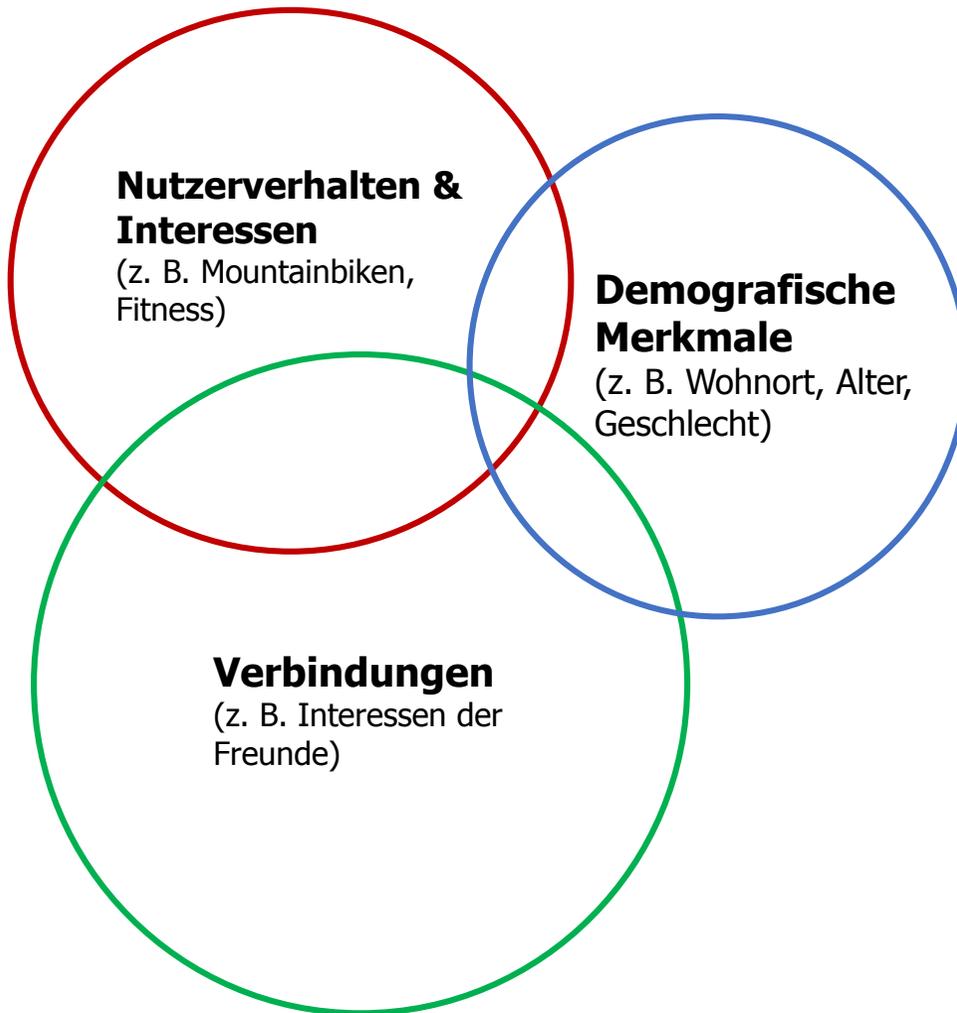
Warum du diese Werbeanzeige siehst

Du siehst diese Werbeanzeige, da deine Informationen mit den Werbeanfragen von **Stylaholic** übereinstimmen. Es könnte weitere Gründe dafür geben, die hier nicht aufgeführt sind. [Mehr dazu](#)

- Stylaholic möchte folgende Zielgruppe erreichen: **Frauen im Alter von 24 bis 64.**
- Stylaholic versucht Personen zu erreichen, deren Hauptstandort in **Deutschland** ist.

➡️ Persönliche **Passung** (Alter, Geschlecht, Wohnort)

Microtargeting: die Strategie hinter personalisierter Werbung



So werden Informationen zu Aktivitäten mit Facebook geteilt



Tanja kauft bei einem Bekleidungs-Store online ein Paar Schuhe.



Der Store verwendet unsere Business-Tools und sendet so die Infos über Tanjas Aktivitäten an uns.

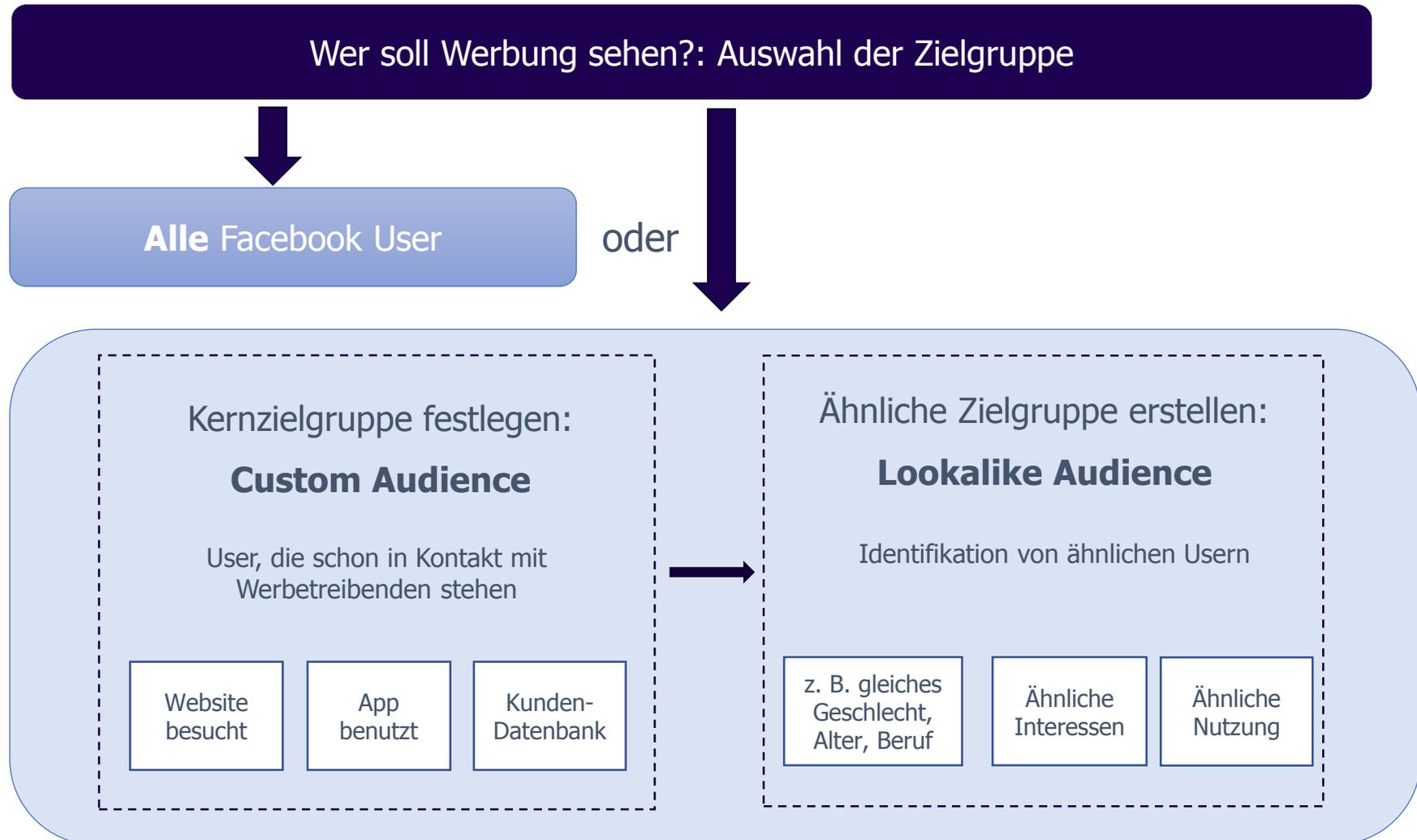


Wir erhalten die Informationen zu Tanjas Aktivitäten außerhalb von Facebook und speichern diese in ihrem Facebook-Konto. Die Aktivitäten werden gespeichert als „hat die Bekleidungs-Website besucht“ und „hat einen Kauf getätigt“.



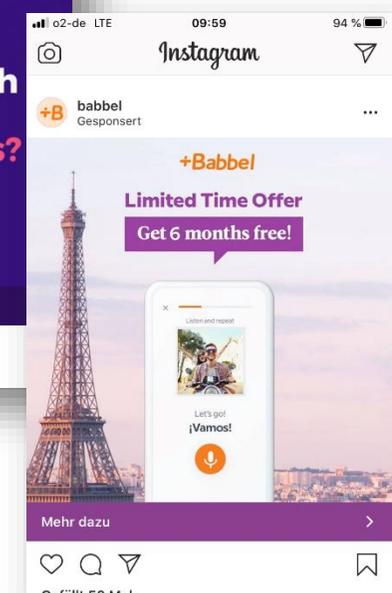
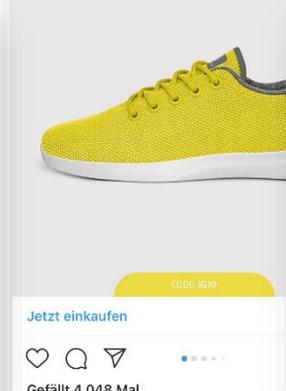
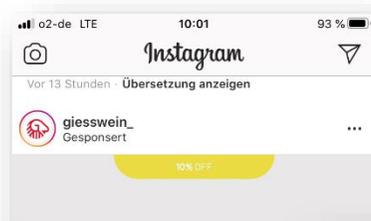
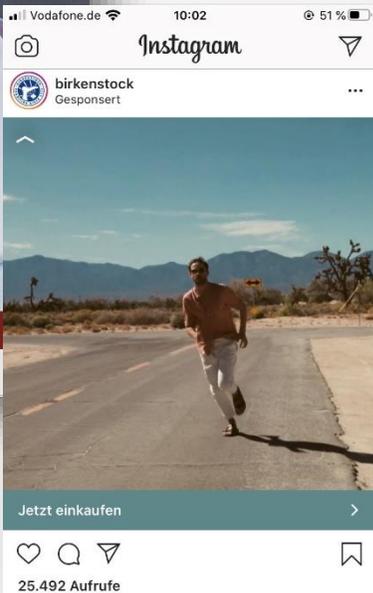
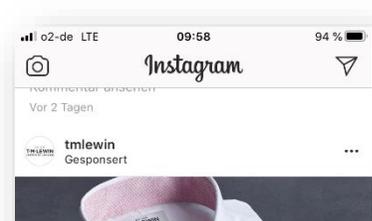
Tanja sieht auf Facebook eine Werbeanzeige mit einem 10 %-Rabattgutschein auf ihren nächsten Einkauf in dem Online-Store.

Werbezielgruppen festlegen: Microtargeting bei Facebook



Aufgabe 1: Check your Insta-Feed

- Welche Anzeigen seht ihr? (Themen, Unternehmen)
- Vergleicht die Anzeigen miteinander: Wo liegen die Unterschiede?
- Wer hat diese Werbung im Feed? (persönliches Nutzungsverhalten, z. B. Suchanfragen, Likes, Online-Käufe)



Aufgabe 2:

An welche Zielgruppen könnten die folgenden politischen Werbebotschaften ausgespielt worden sein und warum?

SPD München: Anzeige „Gut zu Fuß in München“



SPD München
Gesponsert • Finanziert durch SPD München
ID: 212419816472314

...

#GesagtGetanGerecht



5 Maßnahmen, wie München noch sicherer wird.

Lesen Sie den ganzen Blog.
Mehr zum Thema
SPD-MUENCHEN.DE

Mehr dazu

Informationen zum Disclaimer

Wenn ein Werbetreibender angibt, dass es sich bei seiner Anzeige um Wahlwerbung bzw. Werbung zu politisch oder gesellschaftlich relevanten

Daten zu dieser Werbeanzeige

● **Aktiv**
Seit dem 04.02.2020 ausgeliefert
ID: 212419816472314

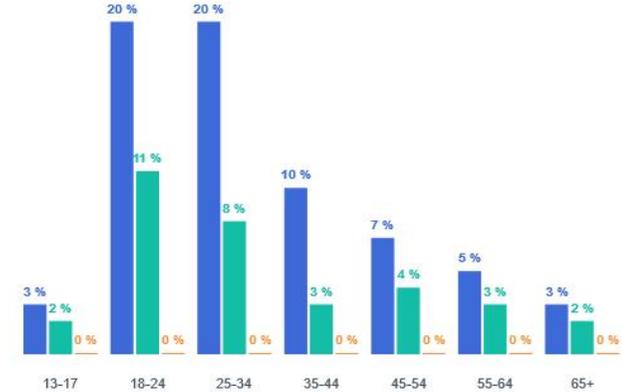
100.000 - 125.000
Impressionen

400 € - 499 €
Ausgebener Betrag (EUR)

Wem diese Werbeanzeige gezeigt wurde

Alter und Geschlecht

Männer
Frauen
Unbekannt



Alter	Männer	Frauen	Unbekannt
13-17	3%	2%	0%
18-24	20%	11%	0%
25-34	20%	8%	0%
35-44	10%	3%	0%
45-54	7%	4%	0%
55-64	5%	3%	0%
65+	3%	2%	0%

Wo diese Werbeanzeige angezeigt wurde

Bayern



100%

CSU München: OB-Kandidatin Kristina Frank

Mehrere Versionen dieser Werbeanzeige ⓘ

1 von 2

CSU München
Gesponsert
ID: 46832423727261

Unsere Oberbürgermeisterkandidatin **Kristina Frank** wird München umkrempeln: für die Stadt ein neues Lebensgefühl suchen, eine City-Life-Balance anstreben, ein Gleichgewicht zwischen der Stadt und ihren Menschen ausloten. Weiterdenken statt stehen bleiben! Kristina, Du bist die Richtige für diese Aufgaben und wir unterstützen Dich wo wir nur können. pack ma 's an
#redmammiteinand #kristinatrittan #kristina2020 #oberbürgermeisterin #münchen #munich #muc #biketalk



Unsere Oberbürgermeisterkandidatin über München

Informationen zum Disclaimer

Wenn ein Werbetreibender angibt, dass es sich bei seiner Anzeige um Wahlwerbung bzw. Werbung zu politisch oder gesellschaftlich relevanten Themen handelt, muss er offenlegen, wer die Anzeige finanziert hat. [Mehr dazu](#)

Informationen des Werbetreibenden ▾

Daten zu dieser Werbeanzeige ⓘ

● Inaktiv
24.06.2019 - 24.07.2019
ID: 46832423727261

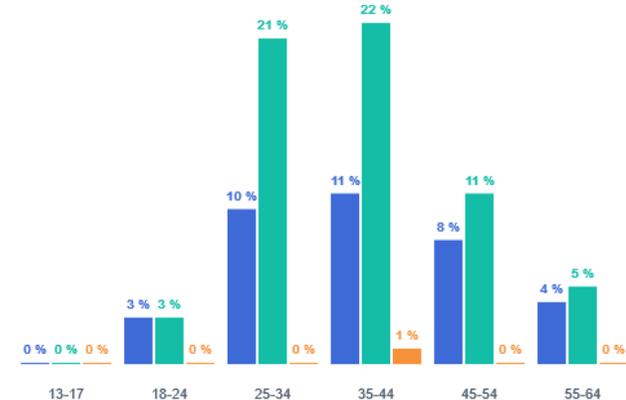
10.000 - 50.000
Impressionen

<100 €
Ausgegeben Betrag (EUR)

Wem diese Werbeanzeige gezeigt wurde

Alter und Geschlecht

Männer Frauen Unbekannt



Alter	Männer	Frauen	Unbekannt
13-17	0%	0%	0%
18-24	3%	3%	0%
25-34	10%	21%	0%
35-44	11%	22%	1%
45-54	8%	11%	0%
55-64	4%	5%	0%

Wo diese Werbeanzeige angezeigt wurde



Region	Anteil
Bayern	100%

FDP-Fraktion Bayern: Altersgrenze für Bürgermeister

FDP-Fraktion Bayern
 Gesponsert • Finanziert durch FDP-Fraktion Bayern
 ID: 2469033890028716

Für hauptberufliche Bürgermeister und Landräte in Bayern gilt: Wer am Tag des Beginns einer Amtszeit das 67. Lebensjahr vollendet hat, darf nicht mehr kandidieren. Findet Ihr diese Regelung noch zeitgemäß? Oder soll die Altersgrenze abgeschafft werden? 👍 Ja oder 👎 Nein?



FREITAGSFRAGE

Soll die Altersgrenze für Bürgermeister und Landräte abgeschafft werden? Ja oder Nein?

FDP-Fraktion Bayern Mehr dazu

Informationen zum Disclaimer
 Wenn ein Werbetreibender angibt, dass es sich bei seiner Anzeige um

Daten zu dieser Werbeanzeige

● Inaktiv
 24.01.2020 - 30.01.2020
 ID: 2469033890028716

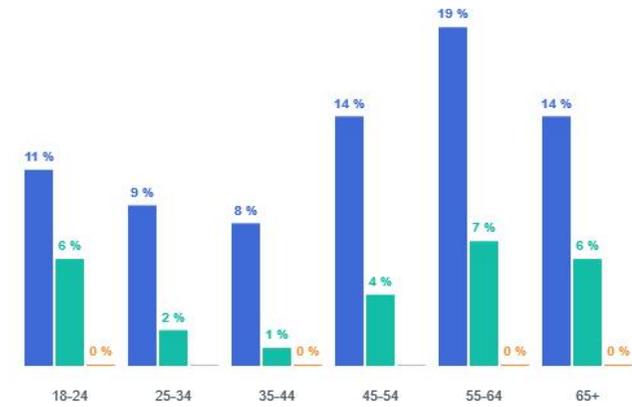
3.000 - 4.000
Impressionen

<100 €
Ausgegebener Betrag (EUR)

Wem diese Werbeanzeige gezeigt wurde

Alter und Geschlecht

Männer Frauen Unbekannt



Alter	Männer	Frauen	Unbekannt
18-24	11%	6%	0%
25-34	9%	2%	0%
35-44	8%	1%	0%
45-54	14%	4%	0%
55-64	19%	7%	0%
65+	14%	6%	0%

Wo diese Werbeanzeige angezeigt wurde

Bayern 100%

Freie Wähler Bayern: Kostenloser ÖPNV für Ehrenamtler

Mehrere Versionen dieser Werbeanzeige ⓘ 1 von 3 ▶

FREIE WÄHLER Bayern
 Gesponsert • Finanziert durch Freie Wähler Bayern
 ID: 2989681954398579

Dank Druck von uns FREIEN WÄHLERN könnten schon bald auch Ehrenamtler von Hilfsorganisationen den ÖPNV kostenlos nutzen! 🙏🚒

„Es ist ein klares Zeichen der Wertschätzung gegenüber unseren ehrenamtlichen Rettungskräften“, erklärt Susann Enders.

Weitere Infos hier 📄...



Dank Druck der FREIEN WÄHLER: Kostenloser ÖPNV für Ehrenamtler von Hilfsorganisation möglich
 Das Ehrenamt ist die Seele Bayerns. Deshalb wollen die FREIEN WÄHLER Bayern ein Zeichen setzen. So sollen in Zukunft uniformierte Mitarbeiter von...
 FW-BAYERN.DE

Informationen zum Disclaimer
 Wenn ein Werbetreibender angibt, dass es sich bei seiner Anzeige um

Daten zu dieser Werbeanzeige ⓘ

● Inaktiv
 01.02.2020 - 02.02.2020
 ID: 2989681954398579

3.000 - 4.000
Impressionen

<100 €
Ausgegebener Betrag (EUR)

Wem diese Werbeanzeige gezeigt wurde

Alter und Geschlecht

Männer Frauen Unbekannt

Alter und Geschlecht	Anteil
18-24	21 %
25-34	43 %
35-44	23 %
45-54	9 %
55-64	3 %
65+	2 %

Wo diese Werbeanzeige angezeigt wurde

Wo diese Werbeanzeige angezeigt wurde	Anteil
Bayern	100 %

Grüne München: Anzeige „GePflegt alt werden“

Grüne München
 Gesponsert • Finanziert durch Bündnis 90/Die Grünen München
 ID: 2517331011870488

GePflegt alt werden: Notwendigkeiten und Ideen für ein selbstbestimmtes Alter

Alle reden über Pflegenotstand. Wir auch, aber nicht nur! Nach einem kurzen Input des pflege- und senior*innenpolitischen Sprechers der Grünen Landtagsfraktion Andreas Krahl wollen wir mit unseren Gästen über die Bedingungen und Notwendigkeiten – gerade auch auf kommunaler Ebene – reden, die es uns allen ermöglichen, selbstbestimmt und so lang wie möglich eigenständig zu leben. De...

MO, 3. FEB 2020
GePflegt alt werden
 Grünes Büro München am Nordbad
 GePflegt alt werden

Veranstaltung ...

Informationen zum Disclaimer
 Wenn ein Werbetreibender angibt, dass es sich bei seiner Anzeige um Wahlwerbung bzw. Werbung zu politisch oder gesellschaftlich relevanten Themen handelt, muss er offenlegen, wer die Anzeige finanziert hat. [Mehr dazu](#)

Informationen des Werbetreibenden

Daten zu dieser Werbeanzeige

Inaktiv
 27.01.2020 - 03.02.2020
 ID: 2517331011870488

3.000 - 4.000 Impressionen <100 € Ausgebener Betrag (EUR)

Wem diese Werbeanzeige gezeigt wurde
 Alter und Geschlecht

Männer Frauen Unbekannt

Alter	Männer	Frauen	Unbekannt
18-24	4 %	3 %	0 %
25-34	11 %	9 %	0 %
35-44	6 %	9 %	0 %
45-54	7 %	14 %	0 %
55-64	5 %	15 %	0 %
65+	3 %	11 %	0 %

Wo diese Werbeanzeige angezeigt wurde

Bayern 100 %

AfD-Fraktion Bayern: Der Dual-Fluid Reaktor

AfD-Fraktion im Bayerischen Landtag
 Gesponsert • Finanziert durch AfD-Fraktion im Bayerischen Landtag
 ID: 588435891718668

Stell dir vor, es gäbe eine neue Technologie, die das was wir "Atommüll" nennen, zur Energiegewinnung wiederverwendet! Und am Ende dieser Nutzung gibt es nur noch sehr wenige "Abfallprodukte" mit einer Reststrahlendauer von ca. 300 Jahren!

Diese neue Technologie gibt es. Sie nennt sich Dual-Fluid-Reaktor. Es ist eine neue Art der Kernkraft für die Zukunft...

Interview zum Dual-Fluid-Reaktor - Kernkraft ohne langlebige Abfälle und Unfallrisiken

Informationen zum Disclaimer

Wenn ein Werbetreibender angibt, dass es sich bei seiner Anzeige um Wahlwerbung bzw. Werbung zu politisch oder gesellschaftlich relevanten Themen handelt, muss er offenlegen, wer die Anzeige finanziert hat. [Mehr dazu](#)

Informationen des Werbetreibenden

Daten zu dieser Werbeanzeige

Inaktiv
 28.12.2019 - 12.01.2020
 ID: 588435891718668

40.000 - 45.000
 Impressionen

300 € - 399 €
 Ausgegebener Betrag (EUR)

Wem diese Werbeanzeige gezeigt wurde

Alter und Geschlecht

Männer Frauen Unbekannt

Alter	Männer	Frauen	Unbekannt
18-24	5%	1%	0%
25-34	18%	3%	0%
35-44	20%	3%	0%
45-54	18%	4%	0%
55-64	12%	5%	0%
65+	7%	3%	0%

Wo diese Werbeanzeige angezeigt wurde

Bayern 100%