

<https://www.facebook.com/policies/ads/>

## Werberichtlinien auf Facebook bei bezahlter Werbung

### 1. Übersicht

#### Erläuterung unserer Richtlinien

Unsere Werberichtlinien erklären, welche Arten von Werbeinhalten zulässig sind. Wenn Werbetreibende einen Auftrag erteilen, wird jede Werbeanzeige auf Grundlage dieser Richtlinien überprüft. Falls du der Meinung bist, dass deine Anzeige fälschlicherweise abgelehnt wurde, kannst du unter Kontoqualität eine Überprüfung unserer Entscheidung beantragen.

#### Häufige Missverständnisse

Um dir bei der Erstellung einer nutzerfreundlichen, richtlinienkonformen Werbeerfahrung zu helfen, möchten wir einige Bereiche klären, die oft für Verwirrung sorgen. Unter den folgenden Links erfährst du mehr über die einzelnen Richtlinien:

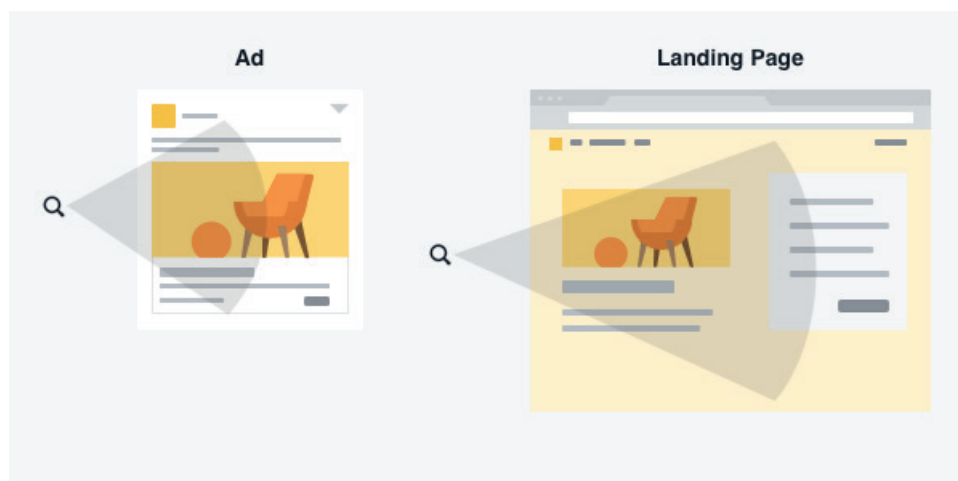
- Personenbezogene Merkmale
- Sexuell anzüglicher Content
- Facebook-Marken

### 2. Das Überprüfungsverfahren für Werbeanzeigen

Facebooks System zur Anzeigenprüfung basiert vor allem auf automatisierten Tools, mit denen Anzeigen auf ihre Übereinstimmung mit unseren Werberichtlinien geprüft werden. Dies geschieht automatisch, bevor Anzeigen geschaltet werden. Der Prozess dauert in der Regel 24 Stunden, in manchen Fällen möglicherweise aber auch länger. Während dieser Zeit lautet der Anzeigenstatus „Wird überprüft“. Außerdem können Anzeigen ein weiteres Mal überprüft werden, auch wenn sie bereits geschaltet werden. Weitere Informationen findest du in unserem Hilfebereich für Unternehmen.

#### Was wird überprüft?

Das System zur Anzeigenprüfung stellt sicher, dass bei den Werbeanzeigen keine Verstöße gegen unsere Werberichtlinien vorliegen. Während des Prüfungsprozesses werden die einzelnen Komponenten einer Werbeanzeige geprüft. Dazu gehören etwa Bilder, Videos, Text und Targeting-Informationen und die mit einer Anzeige verbundene Landingpage oder andere Destinations.



## **Ergebnis der Überprüfung**

Wenn während der Überprüfung ein Verstoß festgestellt wird, wird die Anzeige abgelehnt. Anzeigen mit geringerer Qualität, die unsere Richtlinien nicht unbedingt verletzen, liefern möglicherweise eine geringere Performance. Näheres dazu, wie sich die Qualität auf deine Anzeige auswirken kann, findest du in unserem Hilfebereich.

## **Erneute Anzeigenprüfung**

Anzeigen unterliegen weiterhin jederzeit der Anzeigenprüfung, die ggf. wiederholt wird. Bei Verstößen gegen unsere Richtlinien können Anzeigen jederzeit abgelehnt werden. Es liegt in deiner alleinigen Verantwortung, dich über die Facebook-Werberichtlinien zu informieren und diese einzuhalten.

## **Weitere Durchsetzungsmaßnahmen**

Wir setzen unsere Richtlinien nicht nur im Hinblick auf einzelne Anzeigen durch, sondern ergreifen bei Verstößen gegen unsere Nutzungsbedingungen und unsere Richtlinien möglicherweise auch weitere Maßnahmen. Dazu zählt beispielsweise die Deaktivierung von Werbekonten, Seiten, Business Managern und/oder einzelnen Nutzerkonten. Deaktivierte Konten, Seiten oder Business Manager können keine Anzeigen schalten und Werbetreibende verlieren möglicherweise ihre Berechtigung zum Schalten von Werbung. Hier findest du weitere Infos dazu, was du tun kannst, wenn dein Werbekonto deaktiviert wurde oder du nur noch eingeschränkt Werbung schalten kannst.

## **3. Was kannst du tun, wenn deine Anzeige abgelehnt wurde?**

### **Erstelle eine neue Anzeige oder bearbeite deine Anzeige**

Du kannst eine neue Werbeanzeige erstellen oder eine bestehende Anzeige bearbeiten, damit sie unseren Werberichtlinien entspricht. Diese Anzeigen werden dann wie eine neue Anzeigen behandelt und durchlaufen die Anzeigenprüfung unseres Systems. Auf dieser Seite findest du Infos zu den Bearbeitungsschritten.

### **Erneute Überprüfung beantragen**

Wenn du der Meinung bist, dass deine Anzeige fälschlicherweise abgelehnt wurde, kannst du im Bereich Kontoqualität eine erneute Prüfung dieser Entscheidung beantragen.

## **4. Verbotene Inhalte**

### **1. Gemeinschaftsstandards**

Werbeanzeigen dürfen nicht gegen unsere Facebook-Gemeinschaftsstandards verstoßen. Werbeanzeigen auf Instagram dürfen nicht gegen die Gemeinschaftsrichtlinien von Instagram verstoßen.

### **2. Illegale Produkte oder Dienstleistungen**

Werbeanzeigen dürfen keine illegalen Waren, Dienstleistungen oder Aktivitäten darstellen, unterstützen oder bewerben. Werbeanzeigen, die sich an Minderjährige richten, dürfen keine Produkte, Dienstleistungen oder Inhalte bewerben, die unangemessen, illegal oder unsicher sind bzw. die die ausgewählten Altersgruppen ausnutzen, irreführen oder unzulässigen Druck auf sie ausüben.

### **3. Diskriminierung**

Werbeanzeigen dürfen keine Personen basierend auf bestimmten Merkmalen diskriminieren oder zur Diskriminierung dieser aufrufen. Zu diesen Merkmalen zählen: ethnische Zugehörigkeit, Hautfarbe, nationale Herkunft, Religion, Alter, Geschlecht, sexuelle Orientierung, Geschlechtsidentität, Familienstand, Behinderung oder Krankheit.

### **4. Tabakwaren und verwandte Produkte**

Anzeigen dürfen nicht für den Verkauf oder die Nutzung von Tabakprodukten oder -utensilien werben. Anzeigen dürfen nicht für E-Zigaretten, Vaporizer oder andere Produkte werben, die das Rauchen simulieren.

### **5. Unsichere Nahrungsergänzungsmittel**

Werbeanzeigen dürfen weder für den Verkauf noch die Verwendung von illegalen oder Freizeitdrogen bzw. anderen Substanzen, Produkten oder Nahrungsergänzungsmitteln werben, die von Facebook nach eigenem Ermessen als nicht sicher eingestuft werden.

### **6. Waffen, Munition oder Sprengstoff**

Werbeanzeigen dürfen weder den Verkauf noch die Nutzung von Waffen, Munition oder Sprengstoffen bewerben. Dazu zählen auch Werbeanzeigen für Waffenzubehör.

### **7. Nicht jugendfreie Produkte oder Dienstleistungen**

In Werbeanzeigen dürfen der Verkauf oder die Verwendung von Produkten oder Dienstleistungen für Erwachsene nicht beworben werden. Werbeanzeigen für Produkte oder Dienstleistungen, die der sexuellen und reproduktiven Gesundheit dienen, wie etwa Medizinprodukte für die Familienplanung und Mittel zur Empfängnisverhütung, sind zulässig, sofern der Schwerpunkt dieser Anzeigen nicht auf sexueller Befriedigung liegt und keine Zielgruppen unter 18 Jahren damit angesprochen werden.

### **8. Nicht jugendfreie Inhalte**

Werbeanzeigen dürfen keinen nicht jugendfreien Content enthalten. Dazu zählen Nacktheit, die Darstellung von Personen in sexuell anzüglichen Posen oder Aktivitäten, die übermäßig anzüglich oder sexuell provokativ sind.

Anzeigen, die behaupten oder implizieren, dass man andere Personen treffen, kennenlernen oder von ihnen erstellte Inhalte ansehen kann, dürfen nicht auf sexualisierte Weise oder mit der Absicht, die Person in der Werbeanzeige zu sexualisieren, präsentiert werden.

### **9. Verletzung der Rechte Dritter**

Werbeanzeigen dürfen keinen Content enthalten, der gegen die Rechte Dritter verstößt oder diese verletzt, einschließlich Urheber-, Marken-, Datenschutz-, Öffentlichkeits- oder anderer Persönlichkeits- sowie Eigentumsrechte. Besuche unseren Hilfebereich „Geistiges Eigentum“, wenn du Content melden möchtest, von dem du vermutest, dass er gegen deine Rechte verstößt oder sie verletzt.

### **10. Reißerische Inhalte**

Werbeanzeigen dürfen keinen schockierenden, sensationsheischenden oder gewaltverherrlichenden Content enthalten.

## 11. Persönliche Eigenschaften

Werbeanzeigen dürfen keinen Content enthalten, der persönliche Eigenschaften anspricht oder einbezieht. Dazu zählt das direkte oder indirekte Ansprechen oder Einbeziehen folgender Eigenschaften: ethnische Zugehörigkeit oder Herkunft, Religion, Glaube, Alter, sexuelle Orientierung oder Praktiken, Geschlechtsidentität, Behinderung, Gesundheitszustand oder Erkrankungen (dies gilt sowohl für die physische als auch für die geistige Gesundheit), finanzielle Situation, Wahlstatus, Mitgliedschaft in einer Gewerkschaft, Vorstrafen oder Namen von Personen.

## 12. Fehlinformationen

Facebook verbietet Werbeanzeigen, die falsche Behauptungen enthalten, die von externen Faktenprüfern aufgespürt wurden oder unter Umständen auch von Organisationen mit besonderer Fachkompetenz aufgedeckt wurden. Werbetreibende, die wiederholt Informationen verbreitet haben, die als falsch gelten, müssen unter Umständen damit rechnen, dass sie nicht uneingeschränkt auf Facebook werben dürfen.

## 13. Kontroverse Inhalte

Werbeanzeigen dürfen keinen Inhalt enthalten, der Krisen oder kontroverse politische oder gesellschaftliche Themen für kommerzielle Zwecke ausnutzt.

## 14. Nicht funktionale Landingpage

Werbeanzeigen dürfen Personen nicht auf nicht funktionierende Landing Pages weiterleiten. Dazu gehören auch Landing Pages mit Inhalten, die verhindern, dass Personen zu anderen Seiten navigieren.

## 15. Betrug und betrügerische Verhaltensweisen

Anzeigen dürfen keine Produkte oder Dienstleistungen bewerben, die darauf ausgelegt sind, Menschen zum Schummeln oder zum Betrug anzuregen oder ihnen Schummelei oder Betrug zu ermöglichen.

## 16. Absichtliche Grammatikfehler und vulgäre Ausdrücke

Werbeanzeigen dürfen keine vulgären Ausdrücke und keine Grammatik- oder Zeichensetzungsfehler enthalten. Symbole, Zahlen und Buchstaben müssen korrekt verwendet werden und dürfen nicht dazu dienen, unser Überprüfungsverfahren für Werbeanzeigen oder andere Systeme zur Durchsetzung unserer Richtlinien zu umgehen.

## 17. Nicht vorhandene Funktionalität

Werbeanzeigen dürfen keine Bilder enthalten, die nicht vorhandene Funktionen darstellen. Dazu zählen Bilder, die Play-Buttons, Meldungen oder Kontrollkästchen darstellen, sowie Anzeigen, die nicht funktionierende Features enthalten, wie zum Beispiel Multiple-Choice-Optionen in der eigentlichen Anzeige.

## 18. Persönliche Gesundheit

Werbeinhalte dürfen keine negative Selbstwahrnehmung implizieren oder darauf abzielen, diese zu erzeugen, um Produkte für eine Diät, Gewichtsreduktion oder andere mit Gesundheit verbundene Produkte hervorzuheben.

## 19. Kurzzeitkredite, Gehaltsvorschüsse und Kautionen

Werbeanzeigen dürfen nicht für Sofortkredite, Gehaltsvorfinanzierungen, Kautionen oder andere kurzfristige Darlehen zur Deckung von Ausgaben bis zur nächsten Lohn- bzw. Gehaltszahlung werben. Kurzfristige Darlehen sind Darlehen mit einer Laufzeit von bis zu 90 Tagen.

## 20. Multi-Level-Marketing

In Werbeanzeigen, die Einkommensmöglichkeiten bewerben, muss das jeweilige Produkt bzw. Geschäftsmodell vollständig beschrieben werden; sie dürfen keine Geschäftsmodelle bewerben, die schnelle Einnahmen bei geringer Investition anbieten, z. B. Multilevel-Marketing.

## 21. Cent-Auktionen

Werbeanzeigen dürfen nicht für Pennyauktionen, Auktionen mit kostenpflichtigen Geboten oder ähnliche Geschäftsmodelle werben.

## 22. Irreführende Claims

Anzeigen dürfen keine betrügerischen, falschen oder irreführenden Behauptungen enthalten, z. B. in Bezug auf die Wirksamkeit oder Eigenschaften eines Produkts bzw. einer Dienstleistung, oder Behauptungen, die beim Nutzer unrealistische Erwartungen wecken, z. B. in Bezug auf Gesundheit, Beschäftigung oder Gewichtsverlust.

## 23. Minderwertige oder störende Inhalte

Werbeanzeigen dürfen keinen Content enthalten, der Nutzer zu externen Landing Pages weiterleitet, die eine unerwartete oder störende Erfahrung zur Folge haben. Dazu zählen auch eine irreführende Präsentation von Werbeanzeigen, wie z. B. übermäßig sensationell aufgemachte Überschriften oder Aufforderungen zu nicht authentischen Interaktionen mit der Anzeige, und das Weiterleiten von Personen auf Landing Pages, die hauptsächlich zusammenhanglose oder minderwertige Werbeinhalte und nur in geringfügigem Umfang eigenen Content enthalten.

## 24. Spyware oder Schadprogramme

Werbeanzeigen dürfen keine Spyware, Malware oder andere Software enthalten, die eine unerwartete oder irreführende Erfahrung zur Folge hat. Dazu zählen auch Links zu Websites mit diesen Produkten.

## 25. Unzulässige Geschäftspraktiken

Werbeanzeigen dürfen keine Produkte, Dienste, Programme oder Angebote bewerben, die täuschende oder irreführende Geschäftspraktiken verwenden. Dazu gehört auch Werbung, mit der Nutzer um Geld betrogen oder ihnen personenbezogene Informationen entlockt werden sollen.

## 26. Umgehen von Systemen

Für Werbeanzeigen dürfen keine Strategien verwendet werden, die dazu dienen, unser Überprüfungsverfahren für Werbeanzeigen oder andere Systeme zur Durchsetzung unserer Richtlinien zu umgehen. Dazu zählen Methoden zur Verschleierung des Inhalts der Werbeanzeige oder der Zielseite.

## 27. Verbotene Finanzprodukte und -dienstleistungen

Werbeanzeigen dürfen nicht für Finanzprodukte und -dienstleistungen werben, die oft mit irreführenden oder betrügerischen Verkaufsförderungsmethoden in Verbindung gebracht werden.

## 28. Verkauf von Körperteilen

Werbeanzeigen dürfen nicht für den Verkauf von menschlichen Körperteilen oder -flüssigkeiten werben.

## 29. Impfgegnerschaft

Werbeanzeigen dürfen nicht von Impfungen abraten oder sich gegen Impfungen aussprechen.

## 30. Hetzerischer Content

Anzeigen dürfen keine Behauptungen enthalten, dass eine oder mehrere Personen aufgrund ihrer ethnischen Zugehörigkeit, ihrer nationalen Herkunft, ihrer religiösen Zugehörigkeit, ihrer sexuellen Orientierung, ihrer Kaste, ihres Geschlechts, ihrer Geschlechtsidentität, einer Behinderung oder Erkrankung oder ihres Einwanderungsstatus eine Bedrohung für die physische Sicherheit, Gesundheit oder das Überleben anderer darstellen. Anzeigen dürfen gemäß unseren Gemeinschaftsstandards keine gewalttätige oder demütigende Sprache, herabwürdigende Aussagen oder Ausdrücke von Verachtung oder Abscheu aufgrund geschützter Eigenschaften oder des Einwanderungsstatus enthalten.

## 31. Militarisierte soziale Bewegungen und gewaltverursachende Verschwörungsnetzwerke

Werbeanzeigen dürfen Einzelpersonen oder Gruppen weder anpreisen noch unterstützen oder repräsentieren, wenn diese mit Gewalttaten in Verbindung stehen.

## 5. Eingeschränkte Inhalte

### 1. Alkohol

Anzeigen, die Alkohol bewerben oder sich darauf beziehen, müssen alle geltenden lokalen Gesetze, Branchenstandards und Richtlinien einhalten sowie über die erforderlichen Lizenzen und Genehmigungen verfügen. Zudem müssen die Targeting-Kriterien in puncto Alter und Land mit Facebooks Targeting-Anforderungen und den geltenden Gesetzen übereinstimmen. Hinweis: Anzeigen, die Alkohol bewerben oder darauf Bezug nehmen, sind gemäß unseren Richtlinien in manchen Ländern verboten. Dazu zählen unter anderem: Ägypten, Afghanistan, Brunei, Bangladesch, Gambia, der Jemen, Kuwait, Libyen, Litauen, Norwegen, Pakistan, Russland, Saudi-Arabien, Thailand, die Türkei und die Vereinigten Arabischen Emirate.

### 2. Dating

Anzeigen für Dating-Services sind nur mit vorheriger schriftlicher Genehmigung erlaubt. Diese müssen die Anforderungen hinsichtlich des Targetings beim Dating erfüllen und unseren Werberichtlinien für den Dating-Bereich entsprechen. Weitere Informationen zu den Anforderungen für eine Genehmigung findest du hier.

### 3. Online-Glücksspiel und -Spiele

Anzeigen, die Online-Glücksspiele und -Spiele bewerben, an denen man nur unter Einsatz von Geldmitteln (einschließlich Bargeld oder digitalen Währungen wie Bitcoin) teilnehmen kann und deren Gewinne (zu Teilen oder vollständig) aus Geldmitteln bestehen, sind nur dann zulässig, wenn sie von Facebook vorab schriftlich genehmigt werden. Hierzu zählen auch Spiele, bei denen Käufe erforderlich sind, um mit dem Spiel fortzufahren und/oder die Chancen auf einen Gewinn zu verbessern, wenn es sich bei diesem Gewinn um Geldmittel handelt. Autorisierte Werbetreibende unterliegen dabei allen gesetzlichen Bestimmungen, insbesondere bezüglich des Targeting der Werbeanzeigen. Als Grundvoraussetzung gilt: Anzeigen dürfen sich nicht an Personen unter 18 Jahren richten.

Genehmigung in unserem Kontaktformular beantragen

### 4. Bewerben von Onlineapotheken

Werbeanzeigen für Onlineapotheken sind nur mit vorheriger schriftlicher Genehmigung für Werbetreibende zugelassen. Onlineapotheken, die auf Facebook Werbung schalten möchten, benötigen hierfür eine LegitScript-Zertifizierung.

Beantrage eine LegitScript-Zertifizierung



## **5. Werbung für rezeptfreie Medikamente**

Werbung für rezeptfreie Medikamente muss alle geltenden lokalen Gesetze, erforderlichen bzw. empfohlenen Branchenstandards und Richtlinien einhalten sowie Patente und Genehmigungen erhalten haben und Zielgruppenkriterien für Alter und Land enthalten, die die geltenden lokalen Gesetze berücksichtigen.

## **6. Abonnementdienste**

Werbeanzeigen für Abonnementdienste bzw. für Produkte oder Dienstleistungen, die negative Optionen, automatische Verlängerungen, Produkte, die zunächst gratis sind und anschließend in kostenpflichtige Produkte umgewandelt werden, oder mobiles Marketing enthalten, unterliegen unseren Anforderungen für Abonnementdienste.

## **7. Finanz- und Versicherungsprodukte und -dienstleistungen**

Werbung für Kreditkartenanträge oder Finanzdienstleistungen zugelassener Institute muss auf der Landing Page der Anzeige klare und deutliche Angaben zu anfallenden Gebühren enthalten, einschl. effektivem Jahreszins, Transaktionsgebühren und Zinsen, sowie die Postanschrift des Unternehmens, das die Produkte anbietet. Werbeanzeigen für Kreditkarten, Darlehen oder Versicherungsleistungen müssen sich an Personen über 18 Jahre richten. Werbeanzeigen für Kreditkarten, Darlehen oder Versicherungsleistungen dürfen nicht direkt die Eingabe der finanziellen Informationen einer Person verlangen (einschließlich der Kreditkarteninformationen).

## **8. Branded Content**

In Werbeanzeigen, in denen Branded Content hervorgehoben wird, müssen das/die präsentierte Produkt/Marke eines Drittanbieters oder der Geschäftspartner mit dem Branded Content Tool markiert werden. Branded Content in Werbeanzeigen wird als Inhalte eines Erstellers oder Herausgebers definiert, die im Austausch für etwas von Wert einen Geschäftspartner präsentiert oder von diesem beeinflusst werden. Beim Hervorheben von Integrationen von Branded Content müssen Werbetreibende das Branded Content Tool verwenden (hier erfährst du mehr darüber, wie du das/die präsentierte Produkt/Marke eines Drittanbieters oder den Geschäftspartner markierst).

### **9.a Wahlwerbung bzw. Werbung zu politisch oder gesellschaftlich relevanten Themen**

Werbetreibende können Wahlwerbung bzw. Werbung zu politisch oder gesellschaftlich relevanten Themen schalten, sofern sie geltende Gesetze einhalten und von Facebook autorisiert wurden. Facebook kann Wahlwerbung bzw. Werbung zu politisch oder gesellschaftlich relevanten Themen gegebenenfalls einschränken. Zudem können gewisse wahlbezogene Inhalte in bestimmten Regionen untersagt werden, wenn die Stimmabgabe noch nicht stattgefunden hat.

### **9.b Disclaimer für Wahlwerbung bzw. Werbung zu politisch oder gesellschaftlich relevanten Themen**

Falls in deinem Land der Anzeigen-Autorisierungsprozess von Facebook verfügbar ist, muss der Disclaimer für deine Wahlwerbung bzw. Werbung zu politisch oder gesellschaftlich relevanten Themen nicht nur die Gemeinschaftsstandards und die Werberichtlinien erfüllen, sondern auch die folgenden Vorschriften einhalten. Du stellst diese Information im Zuge des Anzeigen-Autorisierungsprozess zur Verfügung, und sie wird im Header deiner Anzeige gezeigt.

## 10. Produkte und Dienstleistungen im Zusammenhang mit Kryptowährung

Werbeanzeigen dürfen ohne vorherige schriftliche Genehmigung keine Handelsplattformen und Software für Kryptowährungen sowie zugehörige Dienstleistungen und Produkte bewerben, die die Monetarisierung und den Weiterverkauf von, den Eintausch gegen oder das Spekulieren auf Kryptowährungen ermöglichen. Wenn du eine Autorisierung für solche Werbeanzeigen beantragen möchtest, klicke hier.

## 11. Behandlungsmöglichkeiten von Drogen- und Alkoholsucht

Facebook verlangt von Werbetreibenden, die in den USA Werbeanzeigen für Behandlungsmöglichkeiten bei Drogen- und Alkoholsucht schalten möchten, sich bei LegitScript zertifizieren zu lassen und eine Facebook-Werbegenehmigung zu beantragen.

Anzeigen für Suchtbehandlung umfassen unter anderem Folgendes: Klinische Suchtbehandlungsdienste oder Websites, die Informationen über die persönliche Behandlung bieten, Online- und persönliche Selbsthilfegruppen und Notfallhotlines für Genesende oder Personen, die Informationen über Suchtbehandlung suchen.

Werbetreibende können die LegitScript-Zertifizierung hier beantragen.

## 12. Kosmetische Behandlungen und Wellness

Werbeanzeigen, die Produkte und Dienstleistungen zur Gewichtsreduzierung vermarkten, dürfen sich nur an Personen richten, die mindestens 18 Jahre alt sind.

Werbeanzeigen, die chirurgische Eingriffe und Verfahren zu kosmetischen Zwecken bewerben, dürfen sich nur an Personen richten, die mindestens 18 Jahre alt sind.

Werbeanzeigen, die diätetische, gesundheitsfördernde oder pflanzliche Nahrungsergänzungsmittel vermarkten, dürfen sich nur an Personen richten, die mindestens 18 Jahre alt sind.

## 13. Social Casino-Spiele

Anzeigen für Social Casino-Spiele, also Online-Spiele, die Casino-Glücksspiel nachstellen (z. B. Poker, Spielautomaten, Roulette etc.), bei denen keine Aussicht auf den Gewinn von Geld oder Geldmitteln besteht, sind nur dann gestattet, wenn sie eine Zielgruppe ansprechen, die mindestens 18 Jahre alt ist.

## 14. Bewerben von verschreibungspflichtigen Medikamenten

In Anzeigen dürfen ohne vorab schriftlich erteilte Genehmigung keine verschreibungspflichtigen Medikamente beworben werden.

Diese Genehmigung können nur Onlineapotheken, Telemedizin-Anbieter und Pharmahersteller bei Facebook beantragen.

So beantragst du die erforderliche Genehmigung

## 6. Video Ads

Video Ads und andere dynamische Anzeigearten müssen sämtliche in diesen Werberichtlinien, einschließlich den Gemeinschaftsstandards, aufgeführten Regelungen sowie die nachfolgenden Richtlinien erfüllen:

### 1. Störender Content

Videos und sonstige ähnliche Werbeanzeigearten dürfen keine übermäßig störenden bzw. unterbrechenden Taktiken, wie beispielsweise blinkende Bildschirme, nutzen.



## 2. Einschränkungen im Bereich Entertainment

Werbeanzeigen für Filmtrailer, Fernsehsendungen, Trailer für Videospiele und ähnlicher für volljährige Zielgruppen gedachter Content sind nur mit vorheriger schriftlicher Genehmigung von Facebook zulässig und dürfen sich nur an Personen richten, die mindestens 18 Jahre alt sind. Die übermäßige Darstellung des folgenden Contents in diesen Werbeanzeigen ist nicht gestattet:

1. Drogen- und Alkoholkonsum
2. Nicht jugendfreie Inhalte
3. Obszönitäten
4. Gewalt und Blut

## 7. Targeting

1. Die Zielgruppenoptionen dürfen weder dazu benutzt werden, Benutzer zu diskriminieren, zu belästigen, zu provozieren oder zu verunglimpfen, noch dazu, Verdrängungswerbung zu betreiben.

2. Wenn du deine Werbeanzeige auf bestimmte Zielgruppen ausrichtest, musst du beim Erstellen einer Zielgruppe die geltenden Nutzungsbedingungen einhalten.

## 8. Positionierung

### 1. Relevanz

Alle Komponenten, einschließlich Text, Bilder bzw. sonstige Medien, müssen für das angebotene Produkt bzw. die Dienstleistung sowie für die Zielgruppe, welcher die Werbeanzeige angezeigt wird, relevant und geeignet sein.

### 2. Genauigkeit

Werbeanzeigen müssen das Unternehmen, das Produkt, die Dienstleistung oder die Marke, für welche/s geworben wird, deutlich darstellen.

### 3. Verwandte Landing Pages

Die im Anzeigentext beworbenen Produkte und Dienstleistungen müssen jenen auf der Landing Page entsprechen. Auf der Landing Page darf kein verbotenes Produkt bzw. keine verbotene Dienstleistung angeboten und auch keine Verlinkung zu einem verbotenen Produkt bzw. einer verbotenen Dienstleistung platziert sein.

Hier findest du mehr über Best Practices zur Anzeigenqualität, mit denen die Anzeigenperformance verbessert werden kann.

## 9. Lead Ads

Werbetreibende dürfen ohne unsere vorherige schriftliche Genehmigung keine Lead Ads-Fragen zur Abfrage folgender Informationen erstellen.

### 1. Kontonummern

Werbeanzeigen dürfen ohne unsere vorherige Zustimmung keine Kontonummern erfragen, z. B. Vielfliegernummern, Treuekartenummern oder Kabel-/Telefonvertragsnummern.

## **2. Vorstrafen**

Werbeanzeigen dürfen ohne unsere vorherige Genehmigung keine Informationen zu Vorstrafen oder Verhaftungen anfordern.

## **3. Finanzielle Informationen**

In Werbeanzeigen darf ohne unsere vorherige Genehmigung nicht nach Finanzdaten gefragt werden, einschließlich Bankkontonummern, Bankleitzahlen, Kredit- oder Debitkartennummern bzw. Informationen zur Kreditwürdigkeit, zum Einkommen, zum Vermögen oder zur Schuldenlast von Personen.

## **4. Amtliche Kennungen**

Werbeanzeigen dürfen ohne unsere vorherige Genehmigung keine amtlichen Kennungen erfragen, z. B. Sozialversicherungsnummern, Ausweisnummern oder Führerscheinnummern.

## **5. Gesundheitsdaten**

In Werbeanzeigen darf ohne unsere vorherige Genehmigung nicht nach Gesundheitsdaten gefragt werden, einschließlich Daten zur physischen und psychischen Gesundheit, zu medizinischen Behandlungen, Erkrankungen oder Behinderungen.

## **6. Versicherungsdaten**

In Werbeanzeigen darf ohne unsere vorherige Genehmigung nicht nach Versicherungsdaten gefragt werden, einschließlich Nummern aktueller Versicherungspolizen.

## **7. Politische Zugehörigkeit**

Werbeanzeigen dürfen keine Informationen zur politischen Zugehörigkeit anfordern.

## **8. Ethnische Zugehörigkeit**

In Werbeanzeigen darf ohne unsere vorherige Genehmigung nicht nach Informationen zur ethnischen Zugehörigkeit gefragt werden.

## **9. Religion**

Werbeanzeigen dürfen ohne unsere vorherige Genehmigung keine Informationen zur Religion oder Weltanschauung anfordern.

## **10. Sexuelle Orientierung**

Werbeanzeigen dürfen ohne unsere vorherige Zustimmung keine Informationen zur sexuellen Orientierung oder zum Sexualleben der Person anfordern. Dazu gehören Informationen, zu welchem Geschlecht/welchen Geschlechtern sich die Person hingezogen fühlt.

## **11. Automatisch ausgefüllte Fragen**

Werbeanzeigen dürfen nicht dieselben oder im Wesentlichen ähnlichen Informationen abfragen, für deren Abfrage du eine automatisch ausgefüllte Frage verwenden könntest.

## **12. Mitgliedschaft in Gewerkschaften**

In Werbeanzeigen darf ohne unsere vorherige Genehmigung nicht nach Informationen zum Mitgliedsstatus in Gewerkschaften gefragt werden.

## 13. Nutzernamen oder Passwörter

In Werbeanzeigen darf ohne unsere vorherige Genehmigung nicht nach Benutzernamen oder Passwörtern gefragt werden, einschließlich Benutzernamen und Passwörtern für bestehende und neue Konten. Wenn du Personen weiterleiten möchtest, damit sie sich für ein Konto für deine Webseite oder Dienstleistung registrieren, solltest du beim Schalten deiner Werbeanzeigen das Ziel „Klicks auf die Website“ oder „Webseiten-Conversions“ verwenden.

## 10. Verwendung unserer Marken-Assets

Wichtige Hinweise zu Anzeigen mit den Marken Facebook oder Instagram findest du in den Markenrichtlinien im Zentrum für Facebook-Markenressourcen und im Zentrum für Instagram-Markenressourcen. Hier kannst du auch freigegebene Elemente herunterladen.

### 1. Markenunterstützung

Werbeanzeigen dürfen keine Unterstützung durch Facebook oder Instagram, keine irgendwie geartete Partnerschaft und keine Unterstützung durch ein anderes Facebook-Unternehmen implizieren.

### 2. Verwendung von Marken in Anzeigen

Werbeanzeigen, die mit Facebook- oder Instagram-Content verknüpft sind (einschließlich Seiten, Gruppen, Veranstaltungen oder Websites, welche den Facebook Login verwenden), dürfen im Werbetext bedingt auf „Facebook“ oder „Instagram“ verweisen, um die Zielseite der Werbeanzeige zu verdeutlichen.

Anzeigen dürfen die Facebook-Marke nicht so wiedergeben, dass sie das distinktive oder bestimmende Element der Anzeigengestaltung ist.

Elemente mit der Facebook-Marke dürfen in keiner Weise verändert werden. Dementsprechend sind etwa Änderungen an Design oder Farbe, Spezialeffekte und Animationen verboten.

### 3. Urheberrecht und Marken

Alle anderen Werbeanzeigen und Zielseiten dürfen unsere Urheberrechte, Marken bzw. irgendwelche anderen, ähnlichen und leicht zu verwechselnden Zeichen nicht verwenden, es sei denn, dies wird ausdrücklich durch unser Zentrum für Facebook-Markenressourcen oder das Zentrum für Instagram-Markenressourcen gestattet bzw. erfolgt mit unserer vorherigen schriftlichen Erlaubnis.

### 4. Screenshots Benutzeroberfläche

Wenn Sie die Benutzeroberfläche (User Interface, UI) von Facebook, Messenger oder Instagram in eine Anzeige einbinden, muss die IU korrekt so abgebildet werden, wie sie gegenwärtig tatsächlich im Produkt erscheint und funktioniert. Wenn eine abgebildete Handlung oder Funktion im aktuellen Produkt oder der aktuellen UI nicht möglich oder enthalten ist, darf sie in einer Anzeige auch nicht erscheinen oder vorkommen.

Abbildungen der UI in Anzeigen müssen im Kontext eines in Frage kommenden Geräts (wie Mobiltelefon oder Tischcomputer) stehen, so laut Facebook-Markenrichtlinien oder Instagram-Markenrichtlinien zulässig.

Die UI darf in keinerlei Weise modifiziert werden. Zu unterlassen sind dementsprechend etwa das Hinzufügen von Spezialeffekten, Interferenzen oder Animationen. Symbole oder Elemente der UI dürfen nicht separat oder einzeln verwendet werden.

## 11. Datenverwendungsbeschränkungen

1. Stelle sicher, dass alle durch deine Facebook- oder Instagram-Werbeanzeige gesammelten, empfangenen oder aus ihr abgeleiteten Daten („Facebook-Werbedaten“) nur mit Dritten geteilt werden, die in deinem Auftrag arbeiten, also zum Beispiel deinem Dienstanbieter. Du bist dafür verantwortlich, dass dein Dienstanbieter alle Facebook-Werbedaten und alle anderen von uns empfangenen Daten schützt, die Verwendung dieser Informationen begrenzt und sie vertraulich und sicher behandelt.
2. Verwende Facebook-Werbedaten nicht für irgendwelche anderen Zwecke (u. a. Neuausrichtung, Vermischung von Daten über Kampagnen von verschiedenen Werbetreibenden hinweg bzw. das Erlauben von Huckepack- oder Umleitungsverfahren mit Markierungen) als der Bewertung der Leistung und Effektivität (falls von Facebook nicht anders autorisiert) deiner Werbekampagnen auf Facebook mithilfe dieser Daten in zusammengefasster und anonymisierter Form.
3. Verwende Facebook-Werbedaten, einschließlich der Zielgruppenkriterien für deine Werbeanzeige, nicht für den Aufbau bzw. die Erweiterung, Bearbeitung, Beeinflussung oder Verbesserung von Nutzerprofilen verwenden; dazu gehören auch Profile, die mit irgendeiner Kennung für mobile Geräte oder einer sonstigen eindeutigen Kennung verknüpft sind, die irgendeinen speziellen Nutzer, Browser, Computer oder ein spezielles Gerät identifiziert.
4. Übermittle Facebook-Werbedaten (einschließlich anonymer, zusammengefasster bzw. abgeleiteter Daten) nicht an irgendein Werbenetzwerk, einen Werbeaustauschdienst, einen Datenvermittler oder sonstigen Werbe- oder Monetarisierungsdienstleister.

## 12. Was du wissen solltest

1. Die Werberichtlinien gelten für: 1. Werbeanzeigen und kommerziellen Content, der von Facebook bereitgestellt oder über Facebook (ob über Facebook-Dienstleistungen oder nicht) gekauft wurde, inklusive aller Werbeanzeigen unter AAAA/IAB-Standard-Nutzungsbedingungen, 2. Werbeanzeigen im Rahmen von Apps auf Facebook und 3. Werbeanzeigen auf Instagram. Deine Verwendung der Werbeprodukte und -dienstleistungen von Facebook ist laut der Erklärung der Rechte und Pflichten von Facebook (<https://www.facebook.com/legal/terms>) Teil von „Facebook“ und unterliegt der Erklärung der Rechte und Pflichten von Facebook. Wenn du Instagram oder bestimmte werberelevante Produkte oder Dienste von Facebook nutzt, gelten für dich möglicherweise weitere Bedingungen und Richtlinien.
2. Werbetreibende sind dafür verantwortlich, dass sie sämtliche geltende Gesetze und Vorschriften kennen und einhalten. Die Nichteinhaltung der Nutzungsbedingungen und der Werberichtlinien kann zu einer Vielzahl von Konsequenzen führen, einschließlich der Stornierung der von dir geschalteten Werbung und der Kündigung deines Kontos.
3. Wir nutzen sensible persönliche Daten nicht zur Ermittlung von Zielgruppen für Werbeanzeigen. Themen, die du für das Targeting deiner Werbeanzeige wählst, geben nicht die persönlichen Ansichten, Eigenschaften oder Werte von Personen wieder, die Facebook oder Instagram nutzen.
4. Sobald Anzeigen ausgespielt wurden, sind sie öffentliche Informationen. Werbeanzeigen können außerhalb der Zielgruppe erneut geteilt und von dort aufgerufen werden, also auch von der Facebook-Seite aus, auf der

die Anzeigen geschaltet wurden, oder von Facebook-Produkten aus. Wenn Nutzer mit deiner Anzeige interagiert haben, bleibt sie möglicherweise weiterhin auf unseren Produkten bestehen, z. B. wird sie eventuell so lange geteilt, bis die Nutzer sie löschen, oder sie bleibt über Konto-Tools der Nutzer sichtbar. Handelt es sich bei deiner Anzeige um politische Werbung, kommt sie in unsere Werbebibliothek und kann dort aufgerufen werden. Das bedeutet das Folgende: Facebook kann für einen Zeitraum von sieben (7) Jahren ab der Ausführung deines Auftrags (ohne Kosten für dich) den Inhalt der Anzeige, die Anzeige selbst sowie Informationen über die Werbekampagne (wie Gesamtausgaben und Auslieferungsdaten) anzeigen und Zugriff darauf gewähren. Facebook kann deine Werbeinhalte sowie sämtliche damit verbundenen Informationen gegenüber einer staatlichen Stelle oder Behörde offenlegen, wenn Facebook der Ansicht ist, dass die Offenlegung einer rechtmäßigen Untersuchung dienlich wäre.

5. Wenn du Werbeanzeigen im Auftrag anderer Werbetreibender verwaltest, muss jeder Werbetreibende oder Kunde in einem eigenen Werbekonto geführt werden. Du darfst das Konto, mit dem ein Werbetreibender oder Kunde bereits verknüpft ist, nicht ändern. Erstelle stattdessen ein neues Werbekonto. Du bist dafür verantwortlich, sicherzustellen, dass jeder Werbetreibende diese Werberichtlinien einhält.

6. Gemäß unseren Gemeinschaftsstandards ist das Verkaufen, Verleihen, Kaufen oder Austauschen von Seitenberechtigungen (wie etwa Adminrechte) für Assets, die dir gehören bzw. die du verwaltest, nicht gestattet. Jegliche Handlungen, die Nutzern dabei helfen, die Durchsetzung unserer Richtlinien oder Nutzungsbedingungen zu umgehen oder zu vermeiden, sind ebenfalls untersagt.

7. Wir behalten uns das Recht vor, eine Werbeanzeige aus beliebigem Grund und nach alleinigem Ermessen abzulehnen, zu genehmigen bzw. zu entfernen. Dies betrifft u. a. Werbeanzeigen, die unsere Beziehung zu unseren Nutzern negativ beeinflussen, oder die Inhalte, Dienstleistungen oder Aktivitäten fördern, die unserer Wettbewerbsposition, unseren Interessen oder unserer Werbephilosophie widersprechen.

8. Wenn eine Richtlinie eine vorherige schriftliche Genehmigung erfordert, kann diese Genehmigung durch Facebook oder ein Facebook-Unternehmen erteilt werden.

9. Diese Richtlinien können jederzeit ohne Vorankündigung geändert werden.

Den gesamten Text finden sie auf [www.facebook.com/policies/ads/](https://www.facebook.com/policies/ads/)