

Gewinnspiele auf Facebook

Facebook Gewinnspiel

Reisen, Geld oder Beauty-Pakete – über Facebook werden täglich zahlreiche Dinge verlost. Obwohl im Prinzip jeder ein Gewinnspiel schalten kann, machen es sehr viele falsch. Denn Facebook hat klare Richtlinien und Vorgaben wie so ein Gewinnspiel auszusehen hat. Erfahrungsgemäß führt nur eine richtige Umsetzung auch zu einem dauerhaften Erfolg euer Facebook Seite.

Ziele klar definieren

Bevor es mit dem Gewinnspiel los geht, solltet ihr klar definieren, welche Ziele ihr mit dem Gewinnspiel erreichen möchtet. Denn ihr könnt damit nicht nur Aufmerksamkeit auf euch lenken, sondern noch weitere Ziele verfolgen. Zum Beispiel kann ein Gewinnspiel zur Belohnung der Community dienen, um Leads oder Newsletter Empfänger zu generieren oder um wertvolles User Feedback zu erhalten.

Facebook Gewinnspiel für Interessierte

Egal welches Ziel ihr verfolgt, wichtig dabei ist es keine sogenannten „Gewinnspiel-Normaden“, also Personen die an sämtlichen Gewinnspielen teilnehmen, zu locken. Denn Nutzer, die sich weder für euer Produkt noch euer Unternehmen interessieren, schaden langfristig der Performance eurer Facebook Seite. Damit das nicht passiert, könnt ihr unter anderem Facebook Ads nur an relevante Zielgruppen ausspielen.

Umsetzungsmöglichkeiten von Gewinnspielen auf Facebook

Bei der Umsetzung eines Gewinnspieles gibt es verschiedene Möglichkeiten. Entweder veranstaltet ihr ein Chronik Gewinnspiel oder ein App Gewinnspiel. Beide haben ihre Vor- und Nachteile:

Chronik Gewinnspiel:

Vorteile

- Geringe Kosten

- Wenig Aufwand
- Keine großen Hürden für den Nutzer

Nachteile

- Keine Generierung von Leads
- Gefahr des Mißbrauchs / Klickbetruges
- Kontrolle sehr aufwendig
- Erfolgsmessung schwierig

App Gewinnspiel:

Vorteile

- Vielfältige Einsatzmöglichkeiten
- Designfreiheit
- Einfache Administration
- Sammlung von Daten möglich
- Umfangreiche Auswertungsmöglichkeiten

Nachteile

- Hohe Einstiegshürde, da Nutzerdaten gefordert werden
- Hohe Kosten
- Größerer Zeitaufwand für die Einrichtung
- Manche Apps sind nicht mobil nutzbar

An die Richtlinien halten, sonst droht die Löschung

Facebook hat genaue Richtlinien definiert was bei einem Gewinnspiel erlaubt ist und was nicht. So verstoßen vor allem sogenannte „Like & Share – Gewinnspiele“ gegen diese Regeln. Denn die Aufforderung einen Beitrag beziehungsweise das Gewinnspiel zu teilen ist nicht erlaubt. Facebook kann gegen solche Gewinnspiele vorgehen. Es droht eine Löschung, schlimmstenfalls der gesamten Facebookseite!

Radio Charivari München hatte vor einiger Zeit beispielsweise ein Gewinnspiel ohne fixen Endzeitpunkt

veranstaltet. Als Konsequenz löschte Facebook das Postings, was dem Sender einen ordentlichen Shitstorm bescherte.



Liebe Facebook-Nutzer,
liebe Hörerinnen und Hörer,

aufgrund der Löschung unseres 10.000€ - Posts durch Facebook, konnten wir bisher nicht herausfinden, wer den letzten Kommentar abgegeben hat.

Sollten wir bis Montag, den 21.10.13 keinen rechtmäßigen Gewinner ermitteln können, werden wir die 10.000 € in unseren alljährlichen Spendenmarathon im Dezember, nachweislich zugunsten von „Young Wings“, einfließen lassen.

Young Wings ist eine Online-Beratungsstelle für trauernde Kinder und Jugendliche (www.youngwings.de).

Wir bedanken uns ganz herzlich bei allen, die bei der Aktion mitgemacht haben.

Ihr
95.5 Charivari - Team

Damit euch das nicht passiert, [beraten wir euch gerne](#) zu den Do's and Dont's bei Gewinnspielen auf Facebook.

Kein Facebook Gewinnspiel ohne Teilnahmebedingungen

Ebenso wichtig wie die Einhaltung der Richtlinien sind das Einbinden von Teilnahmebedingungen. Hierbei gibt es eine ganze Reihe von Angaben die darin beinhaltet sein sollten.

- Wer ist der Veranstalter des Gewinnspiels?
- Wer ist teilnahmeberechtigt?
- Wie lange lauft das Gewinnspiel (Beginn und Ende!)

- Was wird verlost? Genaue Auflistung der Preise
- Entstehen für den Gewinner Zusatzkosten?
- Was muss der Nutzer tun, um teilzunehmen?
- Wie wird der Gewinner ermittelt?
- Vorbehaltsklausel
- Hinweise zum Datenschutz
- Was passiert, wenn sich der Gewinner nicht meldet? (Verlust des Gewinnanspruchs)
- Abtritt von Nutzungsrechten (z. B. bei User Generated Content)
- Und ganz wichtig: die **Freistellung von Facebook**

Um auf Nummer sicher zu gehen, ist es immer sinnvoll die Teilnahmebedingungen rechtlich prüfen zu lassen.

Notizen

+ Notiz hinzufügen

Meine Notizen

Meine Entwürfe



Parfum.de

1. Dezember um 12:55 · €



Teilnahmebedingungen
Facebook Wunschkorb
2017

§ 1 Veranstalter

Veranstalter des Gewinnspiels ist Parfum.de -
Parfümerie Rüdell GmbH, Westerwaldstr. 7, 53757
Sankt Augustin (im Folgenden „Parfum.de“
genannt).

§2 Gewinnspielzeitraum

[Mehr anzeigen](#)

23



Parfum.de

14. November um 11:42 · €



Teilnahmebedingungen
Facebook Adventskalender 2017

§ 1 Veranstalter

Veranstalter des Gewinnspiels ist Parfum.de -
Parfümerie Rüdell GmbH, Westerwaldstr. 7, 53757
Sankt Augustin (im Folgenden „Parfum.de“
genannt).

§2 Gewinnspielzeitraum

[Mehr anzeigen](#)

23

13 Kommentare

Gefällt mir Kommentieren Teilen

Beispiel Teilnahmebedingungen als Facebook Notiz

Die Teilnahmebedingung gehören gut sichtbar in das Facebook Gewinnspiel. Doch damit ihr in euren Gewinnspiel Beitrag keinen Roman schreiben müsst, empfiehlt es sich, die Teilnahmebedingung auszulagern. Das geht ganz einfach. Dafür braucht ihr auf eurer Facebook Seite nur eine Notiz mit den



ausführlichen Teilnahmebedingungen hinterlegen. Anschließend verlinkt ihr diese Notiz in eurem Gewinnspiel. Oder ihr erstellt auf eurer Webseite eine extra Landingpage mit den Teilnahmebedingungen und verlinkt von eurem Posting aus auf diese extra Seite.

Auf die Optik und richtige Ansprache kommt es an

Wie jedes Posting oder jede Werbeanzeige sollte auch ein Facebook Gewinnspiel nah am Unternehmen und der Community sein. Dem Nutzern sollte auf dem ersten Blick klar sein, dass es sich um ein Gewinnspiel handelt, was es zu gewinnen gibt und von wem es veranstaltet wird. Hierfür eignen sich am besten hochwertige und für Facebook optimierte Bilder mit einem passenden Posting-Text. Dabei ist darauf zu achten, dass der Text so lang wie nötig und so kurz wie möglich ist. Außerdem können für mehr Aufmerksamkeit Emojis eingesetzt werden – aber bitte sparsam...

Auch die Nutzeransprache ist entscheidend. Schließlich macht der Ton die Musik. Beim Sprachstil solltet ihr eurem üblichen treu bleiben und mit der Community freundlich und auf Augenhöhe kommunizieren. Das wirkt sympathisch und stärkt die Bindung zu euren Usern.

Natürlich gibt es noch viele weitere Tricks, um ein erfolgreiches Gewinnspiel bei Facebook zu veranstalten. Gerne könnt ihr euch bei weiteren Fragen dazu [an uns wenden](#).