**Kurzexposé Bachelorthesis Management: Social Media Systems im WiSe 2021/22**

Stand: 01.11.2021

Betreut durch: AW

**Thema:**

Gegenüberstellung der Werbenetzwerke Facebook und Google sowie der Erarbeitung einer Handlungsempfehlung zum zielgerichteten Werben innerhalb der Werbenetzwerke.

**Motivation & Problemstellung:**

Derzeit bin ich als Werkstudent in einer Performance Advertising Agentur tätig, die sich auf das Kampagnenmanagement für E-Commerce Unternehmen auf Facebook spezialisiert hat. Aufgrund der Entwicklungen zu mehr Datenschutz- und Sicherheit für Webanwender und Social Media Nutzer durch Maßnahmen wie zuletzt das iOS Update von Apple, welches den Nutzern ermöglicht das Tracking durch Drittanbieter zu deaktivieren, stehen Werbetreibende vor einer großen Herausforderung. Da, viele Nutzer das Tracking deaktivieren, bleiben Werbetreibenden nur ein Bruchteil der zuvor getrackten Daten erhalten um weiterhin zielgerichtet Werbeanzeigen auszuspielen. Der zum Teil hohe Verlust an trackbaren Daten bezieht sich derzeit vor allem auf die Werbenetzwerke der Social Media Plattformen und weniger auf das Werbenetzwerk von Google. Anders als bei Facebook blieb das Tracking für Werbetreibende auf Google stabil.

Daraus resultiert, dass Kunden sich mit einer Neuverteilung des Werbe-/ Mediabudgets beschäftigen. Kunden, die bereits im Werbenetzwerk Google werben, ziehen es in Betracht ihre Verteilung prozentual stärker auf Google Ads zu lenken. Doch trotz all den Veränderungen und Herausforderungen in Facebooks Werbenetzwerk, sollte auch geklärt werden, ob das Produkt oder die Dienstleistung für das Werben in Googles Werbenetzwerk geeignet ist und gute Ergebnisse erzielt.

**Forschungsfrage:**

**Mögliche Fragestellung:** Wie unterscheidet sich das Werben in den Werbenetzwerken von Google und Facebook und wann sollte, welches Werbenetzwerk genutzt werden?

**Ziel der Arbeit:**

Ziel der Arbeit ist es, die Unterschiede zwischen den Werbenetzwerken von Google und Facebook herauszuarbeiten und Handlungsempfehlungen zu geben, wann man sich für welches Werbenetzwerk entscheiden sollte.

**Methodische Vorgehensweise:**

Die methodische Vorgehensweise beruht auf einer praxisbezogenen Problematik. Für diese soll eine Handlungsempfehlung erarbeitet werden, welche als Basis zum zielgerichteten Werben in den Werbenetzwerken von Facebook und Google dienen soll. Im Zuge dessen sollen beide Werbenetzwerke miteinander verglichen werden, um so Besonderheiten und Alleinstellungsmerkmale herauszuarbeiten. Die Gegenüberstellung beider Werbenetzwerke soll dazu dienen, um herauszufinden, welche Art von Produkten oder Dienstleistungen sich besser über das Werbenetzwerk von Google und welche sich besser über das Werbenetzwerk von Facebook vermarkten lassen, um so ein zielgerichtetes Werben zu gewährleisten.