

Einstieg in die Spenden-Tools von Facebook

Oktober 2021

FACEBOOK     

Deine gemeinnützige Organisation kann sich für die Nutzung der Spenden-Tools von Facebook bewerben, um auf Facebook Spenden zu sammeln. Dieser Leitfaden führt durch den Bewerbungsprozess und zeigt die Anforderungen.

Für die Bewerbung benötigst du verschiedene Dokumente und Informationen. Wenn du bereits alle benötigten Unterlagen beisammen hast, sollte die Bewerbung in etwa 30 Minuten abgeschlossen sein. Beginne den Registrierungsprozess für die Spenden-Tools von Facebook [hier](#). ↗



In diesem Dokument erfährst du Folgendes:

1. Welche Voraussetzungen gelten in Deutschland?
2. Welche Unterlagen benötigt meine gemeinnützige Organisation für die Bewerbung zur Nutzung der Spenden-Tools von Facebook und Facebook Pay?
3. Wie läuft die Bewerbung zur Nutzung der Spenden-Tools von Facebook und Facebook Pay für meine deutsche gemeinnützige Organisation ab?





Der Bewerbungsprozess im Überblick

Dieser Leitfaden führt dich durch den Bewerbungsprozess für die Spenden-Tools von Facebook. Hier eine Zusammenfassung der nötigen Schritte:

- 1 Stelle sicher, dass du aktuell als gemeinnützige Organisation bei einem anerkannten offiziellen Register in Deutschland registriert bist.
- 2 **Betreibe eine Facebook-Seite, die entweder als „gemeinnützige Organisation“ oder als „Wohltätigkeitsorganisation“ geführt wird (wenn du auf Facebook nach deiner gemeinnützigen Organisation suchst, erscheint die Kategorie deiner Seite unter deren Namen. Auf dem „Seiteninfo“-Tab kannst du bei Bedarf die Seitenkategorie ändern.)**
- 3 Handelsregisterauszug oder anderer Nachweis der Steuerbefreiung
- 4 **Trage die nötigen Informationen und Unterlagen deiner Organisation zusammen. Da du deine Bewerbung nicht speichern und später zu ihr zurückkehren kannst, solltest du sicherstellen, dass du alles bereit hast, wenn du anfängst.**
- 5 **Starte den Bewerbungsprozess.**
- 6 **Gib die Informationen zu deinem Unternehmen ein.**
- 7 **Lade die erforderlichen Dokumente hoch.**
- 8 **Gib deine Bankdaten ein und lade weitere Dokumente hoch.**
- 9 **Definiere die Begünstigten und reiche deine Bewerbung ein.**
- 10 **Prüfe deinen Bewerbungsstatus.**

LOS GEHT'S!



1. Welche Voraussetzungen gelten in Deutschland?

- Die gemeinnützige Organisation ist bei einem offiziellen Register registriert.
- Facebook-Seite, die als gemeinnützige Organisation oder Wohltätigkeitsorganisation kategorisiert ist

GUT GEMACHT! WEITER GEHT'S MIT ABSCHNITT 2. →

2. Welche Unterlagen benötigt meine in Deutschland ansässige gemeinnützige Organisation für die Bewerbung zur Nutzung der Spenden-Tools von Facebook und Facebook Pay?



Der Admin der Facebook-Seite deiner Organisation muss die Bewerbung einreichen.

Für die Bewerbung benötigst du verschiedene Dokumente und Informationen.

Status als gemeinnützige Organisation

Registriert als gemeinnützige Organisation: Überprüfe vor dem Bewerbungsprozess, dass du in Deutschland von einem offiziellen Register als gemeinnützige Organisation anerkannt wurdest.

Eigene Facebook-Seite: Deine Organisation muss eine aktive und berechtigte Seite auf Facebook haben.

Als Seite einer gemeinnützigen Organisation geführt: Die Seite deiner gemeinnützigen Organisation muss die Kategorie „Gemeinnützige Organisation“ oder „Wohltätigkeitsorganisation“ haben.

Informationen zu deiner Organisation

Folgende Angaben zu deiner Organisation benötigst du:

- **Name:** vollständiger offizieller Name
- **Geschäftsadresse:** die registrierte Adresse deiner Organisation in deinem Land
- **Kontaktinformationen:** Telefonnummer oder E-Mail-Adresse
- **Steuernummer:** Wir akzeptieren entweder die Umsatzsteuernummer oder die (reguläre) deutsche Steuernummer.

Dokumente zur Unternehmensverifizierung

Du musst Facebook ein Dokument senden, das die Angaben bestätigt, die du zu deinem Unternehmen gemacht hast.



Für jede Dokumentoption gelten verschiedene Anforderungen. Vergewissere dich, dass das Dokument, das du senden möchtest, diese Anforderungen erfüllt.

Du kannst eines der folgenden Dokumente übermitteln:

- **Betriebskosten- oder Telefonrechnung:** darf nicht älter als sechs Monate sein.
- **Gewerbeanmeldung:** muss von der zuständigen Behörde ausgestellt worden sein und darf nicht abgelaufen sein.
- **Geschäftliche Steuererklärung:** muss im vergangenen Steuerjahr ausgestellt worden sein.
- **Gründungsurkunde:** darf nicht älter als 50 Jahre sein.
- **Gesellschaftssatzung:** darf nicht älter als 50 Jahre sein.

Beachte bitte, dass wir keine Dokumente akzeptieren können, die öffentlich zugänglich sind – zum Beispiel im Internet.

Alle gesendeten Dokumente müssen zum Nachweis der Gültigkeit den Namen und die Adresse der Organisation, das Ausstellungsdatum sowie die entsprechenden Stempel und Unterschriften aufweisen.

Informationen über den gesetzlichen Vertreter deiner Organisation

Zur Einhaltung der Vorschriften müssen wir wissen, wer deine Organisation leitet, zum Beispiel wer der Geschäftsführer ist.

Bitte mach folgende Angaben zum Geschäftsführer oder zu den höchstrangigen offiziellen Vertretern deiner Organisation:

- **Name**
- **Geburtsdatum**
- **Geschäftsadresse**

Falls du der Geschäftsführer bist, kannst du dies durch Ankreuzen eines Kästchens auf der Bewerbung angeben.

Informationen zum CFO oder COO

Gemäß den behördlichen Vorgaben müssen wir wissen, wer in deiner Organisation für betriebliche und finanzielle Entscheidungen verantwortlich ist.

Du musst folgende Angaben zu deinem Finanzvorstand, Kassenswart, Betriebsleiter oder ranghöchsten Finanzleiter machen:

- **Name**
- **Geburtsdatum**

Wenn es eine solche Rolle in deiner Organisation nicht gibt, kannst du ein entsprechendes Kästchen markieren.

Kontoauszug für deine Organisation



Bitte vergewissere dich, dass der Name und die Adresse mit dem offiziellen Namen und der registrierten Adresse deiner Organisation genau übereinstimmen. Persönliche Kontoauszüge werden nicht akzeptiert.

Der Kontoauszug muss folgende Kriterien erfüllen:

- darf nicht älter als sechs Monate sein
- muss die vollständige IBAN-Nummer zeigen
- muss den Namen und das Logo der Bank vollständig anzeigen
- muss deine Organisation als Kontoinhaber ausweisen
- muss die Geschäftsadresse deiner Organisation enthalten

Dokumente zur Verifizierung deines Gemeinnützigkeitsstatus

Die Dokumente müssen folgende Kriterien erfüllen:

- müssen von einer staatlichen Behörde ausgestellt oder bestätigt worden sein
- müssen deutlich angeben, dass deine Organisation eine anerkannte gemeinnützige Organisation ist

Beispiele für zulässige Dokumente:

- Dokument, das belegt, dass deine Organisation als gemeinnützig anerkannt ist.
- Das Dokument muss von einer staatlichen Behörde ausgestellt sein.
- In Deutschland unterstützen wir mehrere offizielle Registrierungsarten.



Dokumente deiner Organisation selbst, die besagen, dass es sich um eine gemeinnützige Organisation handelt, reichen als Nachweis nicht aus.

..... DU HAST ES FAST GESCHAFFT! WEITER GEHT'S MIT ABSCHNITT 3.>



3. Wie läuft die Bewerbung zur Nutzung der Spenden-Tools von Facebook und Facebook Pay für meine deutsche gemeinnützige Organisation ab?

Wenn du bereits alle benötigten Informationen und Unterlagen beisammen hast, dauert die Bewerbung bis zu 30 Minuten.

Speichern der Bewerbung und einreichende Person

Teilweise durchgeführte Bewerbungen kannst du nicht speichern. Wenn du den Bewerbungsprozess vor dem Einreichen unterbrechen musst, musst du anschließend von vorn beginnen.



Nur ein Administrator der Facebook-Seite deiner Organisation kann die Bewerbung abschließen und einreichen. Wenn du kein Seitenadministrator bist, kannst du nicht auf die Bewerbung zugreifen.



Vergewissere dich, dass die Seite deiner gemeinnützigen Organisation die Kategorie „Gemeinnützige Organisation“ oder „Wohltätigkeitsorganisation“ hat. Du kannst nur auf die Bewerbung für die Spenden-Tools von Facebook zugreifen, wenn deine Seite einer dieser beiden Kategorien zugeordnet ist.

Abschluss der Bewerbung




Für die Bewerbung benötigst du einen Desktop-Computer oder einen Laptop. Sieh dir die folgenden Schritte an, um sicherzustellen, dass du deine Bewerbung korrekt durchführst.



Schritt 1: Starte den Bewerbungsprozess.

Beachte, dass du deine Bewerbung mit einem Laptop oder einem Desktop-Computer durchführen musst.

1. Melde dich auf deinem Laptop oder Desktop-Computer bei **Facebook** an.
2. Klicke links auf das „Spendenaktionen“-Symbol .
3. Klicke links unter „Registriere dich für die Spenden-Tools von Facebook“ auf „**Registrieren**“. Der Bewerbungsprozess beginnt automatisch.
4. Alternativ kannst du auch facebook.com/donate/signup von einem Laptop oder Desktop-Computer aus besuchen.



Schritt 2: Bewerbung einrichten.

1. Wähle dein Land aus.
2. Wähle das Verzeichnis aus, in dem deine Organisation eingetragen ist (z. B. das zentrale Handelsregister oder eines der lokalen Landesregister).



Schritt 3: Überprüfe, ob du alle erforderlichen Informationen und Dokumente beisammen hast, um fortzufahren zu können.

Denke daran, dass du deine Bewerbung nicht speichern und später zu ihr zurückkehren kannst. Achte also darauf, dass du alles bereit hast. In dieser Phase hast du die Gelegenheit, noch einmal zu überprüfen, was du vorlegen musst.



Schritt 4: Gib die Informationen zu deinem Unternehmen ein.

1. Klicke auf „Registrierung starten“.
2. Gib den Namen der Organisation ein.
3. Gib die Geschäftsadresse ein.
4. Kategorie deiner Organisation (du kannst aus einer Liste eine Kategorie auswählen, die der Arbeit deiner Organisation am ehesten entspricht, z. B. „Umwelt und Tiere“)
5. E-Mail-Adresse des Hauptansprechpartners*
6. Telefonnummer
7. Art der Steuernummer. Für Deutschland unterstützen wir:
 - Umsatzsteuernummer (VAT)
 - andere Steuernummer
8. Steuernummer

* Vergewissere dich, dass die E-Mail-Adresse des Hauptansprechpartners eine E-Mail-Adresse ist, die regelmäßig abgerufen wird. An diese Adresse können wir sämtliche Korrespondenz im Zusammenhang mit dem Fortschritt deiner Bewerbung senden.

Die Bewerbung muss den vollständigen offiziellen Namen deiner Organisation enthalten – und zwar so, wie er im entsprechenden amtlichen Register aufgeführt ist. Dieser Name muss zudem mit dem Namen auf dem eingereichten Kontoauszug übereinstimmen.



Schritt 5: Lade eine Organisationsverifizierung hoch.

Lade das Dokument zur Unternehmensverifizierung hoch, das die Existenz deiner Organisation belegt.

Schritt 6: Lade einen Wohltätigkeitsnachweis hoch.

1. Dokument, das belegt, dass deine Organisation als gemeinnützig anerkannt ist.
2. Das Dokument muss von einer staatlichen Behörde ausgestellt sein.
3. In Deutschland unterstützen wir mehrere offizielle Registrierungsarten.

Schritt 7: Stelle Informationen über dich und den gesetzlichen Vertreter deiner Organisation zur Verfügung.

1. Reiche Details über dich und den gesetzlichen Vertreter deiner Organisation ein, zum Beispiel über den Geschäftsführer.
2. Erforderliche Informationen:
3. Vollständiger Name und Geburtsdatum
4. Tätigkeitsfeld deiner Organisation
5. Wenn du Geschäftsführer bist, kreuze das entsprechende Kästchen an.
6. Wenn deine Organisation keinen Geschäftsführer hat, nenne bitte die ranghöchste Führungskraft in deiner Organisation (z. B. Vereinsvorstand).

Schritt 8: Lade deinen Ausweis hoch.

1. Bitte lade ein offizielles Ausweisdokument hoch. Voraussetzungen:
 - a. Amtlicher Ausweis
 - b. Nicht abgelaufen

Beispiele (Deutschland): Personalausweis, Reisepass

Möglicherweise musst du auch den Ausweis des Geschäftsführers vorlegen, wenn du und der Geschäftsführer unterschiedliche Personen sind.

Schritt 9: Stelle Informationen zu Finanzvorstand und Betriebsleiter (CFO und COO) bereit.

1. Mach folgende Angaben zum CFO und COO:
2. Vollständiger Name und Geburtsdatum

Wenn deine Organisation keinen CFO hat, nenne die höchste verantwortliche Person, die die Finanzen deiner Organisation verwaltet (z. B. Kassenwart, Finanzvorstand).

Wenn deine Organisation keinen COO hat, nenne die höchste verantwortliche Person, die das Tagesgeschäft deiner Organisation leitet (z. B. Betriebsleiter).

Falls deine Organisation keine entsprechenden Positionen hat, überspringe die Eingabe, indem du das entsprechende Kästchen ankreuzt.

Schritt 10: Gib deine Bankdaten ein und lade weitere Dokumente hoch.

Name und Adresse, die du eingibst und die auf deinem Kontoauszug zu sehen sind, müssen mit dem vollständigen Namen und der Adresse übereinstimmen, die beim entsprechenden amtlichen Verzeichnis registriert sind. Überprüfe auch, ob der Kontoname und die Kontonummer vollständig sichtbar sind.

1. Gib deine Bankdaten ein:

- Name der Bank
- Name des Kontoinhabers
- IBAN-Nummer

Gib die IBAN-Nummer mit Ländercode (z. B. DE) und ohne Leerzeichen ein.

2. Um deinen Kontoauszug hochzuladen, klicke auf „Hochladen“. Mit dem Kontoauszug verifizieren wir die von dir gemachten Angaben.

Der Kontoauszug muss folgende Kriterien erfüllen:

- Muss lesbar und innerhalb der letzten sechs Monate ausgestellt worden sein.
- Muss die vollständige Kontonummer eines Bankkontos angeben, das bei einem lizenzierten Finanzdienstleistungsinstitut registriert ist. Dokumente mit nur teilweise sichtbarer oder geschwätzter Kontonummer werden nicht akzeptiert.
- Muss die vollständige Bankleitzahl für das Konto enthalten. Wenn die Bankleitzahl auf dem Kontoauszug nicht vollständig sichtbar ist, reiche bitte einen ungültigen Scheck mit der vollständigen Bankleitzahl ein.

Nachdem du deinen Kontoauszug hochgeladen hast, wirst du dazu aufgefordert, die Begünstigten deiner Organisation auszuwählen.

Schritt 11: Definiere die Begünstigten und reiche deine Bewerbung ein.

1. Bestimme, wie die auf Facebook gesammelten Spenden verwendet werden:
 - A. Ja: Das Geld geht an Einzelpersonen oder Organisationen, die sich für unseren guten Zweck einsetzen.
 - B. Nein: Das Geld wird direkt für unsere Organisation verwendet.
2. Klicke auf **Weiter**.
3. Klicke auf **Senden**.

Wenn du deine Bewerbung eingereicht hast, siehst du auf dem Bildschirm eine entsprechende Nachricht. Die Facebook-Seite deiner Organisation wird im Rahmen des Bewerbungsprozesses überprüft.

..... ALLES ERLEDIGT! PRÜFE DEINEN BEWERBUNGSSTATUS.>



Prüfung des Bewerbungsstatus



Möglicherweise wird Facebook dich nach dem Einreichen deiner Bewerbung um weitere Informationen bitten. Wenn wir uns bei dir melden, senden wir eine Nachricht an die E-Mail-Adresse, die du in der Bewerbung angegeben hast. Überprüfe deinen Junk- oder Spam-Ordner, um sicherzustellen, dass du keine Korrespondenz von uns verpasst.

Wie lange dauert die Überprüfung?

Die Überprüfung kann ab dem Einreichen der Bewerbung bis zu drei Wochen dauern.

Wo kann ich den Status einsehen?

Den Status deiner Bewerbung siehst du unter facebook.com/donate/signup. ↗

Weitere Informationsanfragen:

Es kann sein, dass wir uns mit dir in Verbindung setzen müssen, um weitere Informationen oder Unterlagen anzufordern. Achte also bitte darauf, dass du deinen Posteingang und deinen Junk-/Spam-Ordner regelmäßig auf Korrespondenz von unserem Support-Team überprüfst.

Wie erfahre ich von der Entscheidung?

Wenn eine Entscheidung zu deiner Bewerbung gefällt wurde, senden wir eine Nachricht an die E-Mail-Adresse, die du in der Bewerbung angegeben hast.



FACEBOOK





Facebook Spendentool kit für gemeinnützige Organisationen in Deutschland

Frühling 2021

FACEBOOK     

Inhalt

Gesellschaftlicher Einfluss bei Facebook	3
Einführung zu Facebooks Spenden-Tools	4
Verfügbare Facebook-Spenden-Tools	5
Facebook-Spenden-Seite für gemeinnützige Organisationen	6
Facebook-Spendenaktion für Unterstützer	7
Best Practices für Facebook-Spendenaktionen	8
Facebook-Beitrag oder -Seite mit Spenden-Button	9
Facebook Live-Video	10
Facebook Live mit Spenden-Button	11
Facebook Live mit Spendenaktion	12
Best Practices für Facebook Live mit einem Spenden-Button oder einer Spendenaktion	13
Insights Dashboard für Facebook-Spendenaktionen	15
Spendenaktionen auf Instagram	16
Spenden-Button im Instagram-Profil	18
Instagram-Spendenaktion im Feed	19
Instagram Stories mit Spenden-Sticker	20
Instagram-Spendenaktion in Live-Videos	21
Häufig gestellte Fragen	22

Gesellschaftlicher Einfluss bei Facebook

Wenn Menschen miteinander vernetzt sind, können sie Außergewöhnliches erreichen. Wir haben erlebt, wie ein Beitrag auf Facebook jemanden aus einer lebensbedrohlichen Situation rettete, eine Video-Challenge riesige Summen für Forschungsprojekte einbrachte, sich ein Hashtag zu einem weltweiten Aufruf zum Handeln entwickelte oder wie Menschen in Notzeiten füreinander eintreten. Es sind genau diese Beispiele für Zusammenhalt und Gemeinschaftssinn, die uns dazu inspirieren, neue Tools und Funktionen zu entwickeln, mit denen Menschen gemeinsam etwas bewirken können.

Jorden Roberts

ALS Challenge Accepted!



John and 23 others

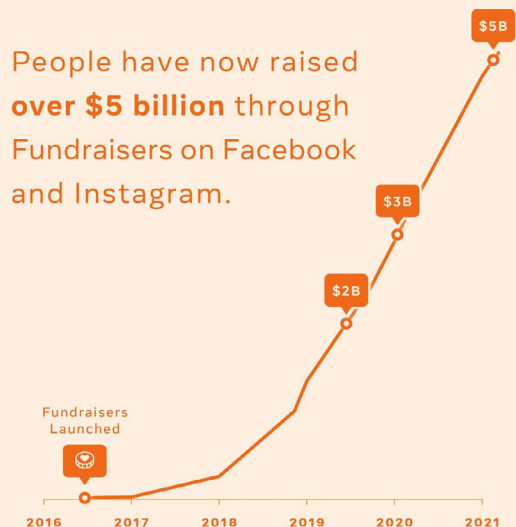
Nachdem wir gesehen hatten, wie die ALS Ice Bucket Challenge das öffentliche Bewusstsein für die Nervenkrankheit Amyotrophe Lateralsklerose weckte, entwickelten wir Spenden-Tools, mit denen alle die Anliegen unterstützen können, die ihnen besonders am Herzen liegen. **Heute ist es möglich, über Facebook und Instagram Spendenaktionen für gemeinnützige Organisationen durchzuführen.**

So haben weltweit mehr als 85 Millionen Fundraiser und Spender über 4,1 Milliarden EUR per Facebook und Instagram gesammelt.¹ Zudem haben über 2 Millionen Benutzer in Deutschland eine Facebook-Spendenaktion ins Leben gerufen oder dafür gespendet.²

¹ Quelle: Facebook Giving Together, März 2021

² Quelle: Interne Facebook-Daten, März 2021

People have now raised **over \$5 billion** through Fundraisers on Facebook and Instagram.



Einführung zu Facebooks Spenden-Tools

Über 500 Millionen

Über 500 Millionen Menschen folgen heute der Facebook-Seite einer gemeinnützigen Organisation.³ Mithilfe von Spendenaktionen auf Facebook kannst du eine weltweite Community dazu motivieren, für einen guten Zweck, der dir wichtig ist, einzutreten.

Die komplette Spendensumme geht zu **100 % an deinen gemeinnützigen Zweck.**

Facebook übernimmt sämtliche Gebühren.

Wenn du eine gemeinnützige Seite hast, kannst du dich hier für die Spenden-Tools von Facebook und Instagram registrieren: facebook.com/donate/signup

³ Quelle: Facebook, [Gemeinnützige Organisationen auf Facebook-Seite](#), November 2021

Bei deinem Antrag musst du folgende Angaben machen:

- Geburtsdatum und Anschrift des CEO oder Exekutivdirektors
- Ein von einer Behörde ausgestelltes oder genehmigtes Registrierungsdocument für deine Wohltätigkeitsorganisation. Auf der nächsten Seite erhältst du weitere Informationen zu den in Deutschland akzeptierten Registrierungsstellen.
- USt-Nummer (falls zutreffend). Registrierungsnummer deiner Wohltätigkeitsorganisation (falls zutreffend).
- Bankkonto bei einem lizenzierten Finanzdienstleister. Zu den erforderlichen Informationen zählen möglicherweise Angaben zum Bankkonto, wie z. B. der Name des Geldinstituts, der Name des Kontoinhabers (Name der Organisation), ein leserlicher und offizieller Brief oder Kontoauszug der Bank der letzten drei Monate, BIC-Code und IBAN.

In der folgenden Liste werden die zugelassenen Register in Deutschland aufgeführt. Über die nachstehenden Links gelangst du zur jeweiligen Registrierungsstelle.



- Handelsregister
- Baden Württemberg
- Bayern
- Berlin
- Brandenburg
- Bremen
- Hamburg
- Hessen
- Mecklenburg Vorpommern
- Niedersachsen
- Nordrhein Westfalen
- Rheinland Pfalz
- Saarland
- Sachsen
- Sachsen-Anhalt
- Schleswig-Holstein
- Thüringen

Verfügbare Facebook-Spenden-Tools



- Spenden-Seite für gemeinnützige Organisationen
- Spendenaktion für Unterstützer
- Spendenaktionssticker in Stories
- Beitrag mit Spenden-Button
- Seiten-Header mit Spenden-Button
- Live mit Spenden-Button
- Live mit Spendenaktion



- Profil mit Spenden-Button
- Spendenaktion in Feed
- Stories mit Spenden-Button
- Live mit Spendenaktion

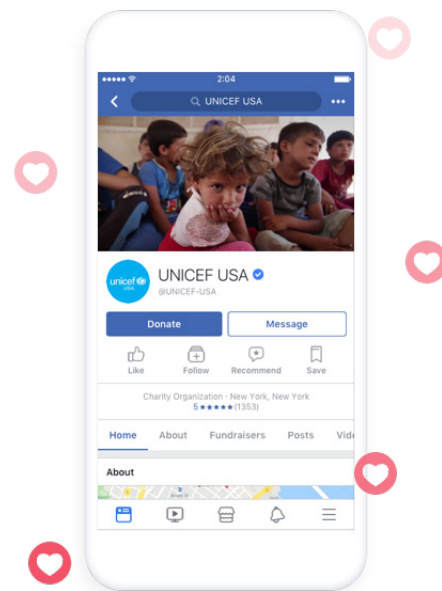
Facebook-Spenden-Seite für gemeinnützige Organisationen

Nachdem sich eine gemeinnützige Organisation für das Sammeln von Spenden direkt auf Facebook registriert hat, kann sie Facebook-Spenden-Tools nutzen, detaillierte Analysen zu Spenden einsehen und es Personen ermöglichen, auf unkomplizierte Weise in ihren eigenen Beiträgen Geld für ihre Organisation zu sammeln.

Unabhängig davon, ob du ein aktuelles Ereignis als Anlass nimmst, Gelder für ein bestimmtes Programm sammelst oder dich für einen guten Zweck im Allgemeinen einsetzt – deine Unterstützer können mit nur wenigen Klicks direkt auf Facebook einen Geldbetrag zu deiner Spendenaktion geben.

Einrichtung einer Facebook-Spenden-Seite für gemeinnützige Organisationen:

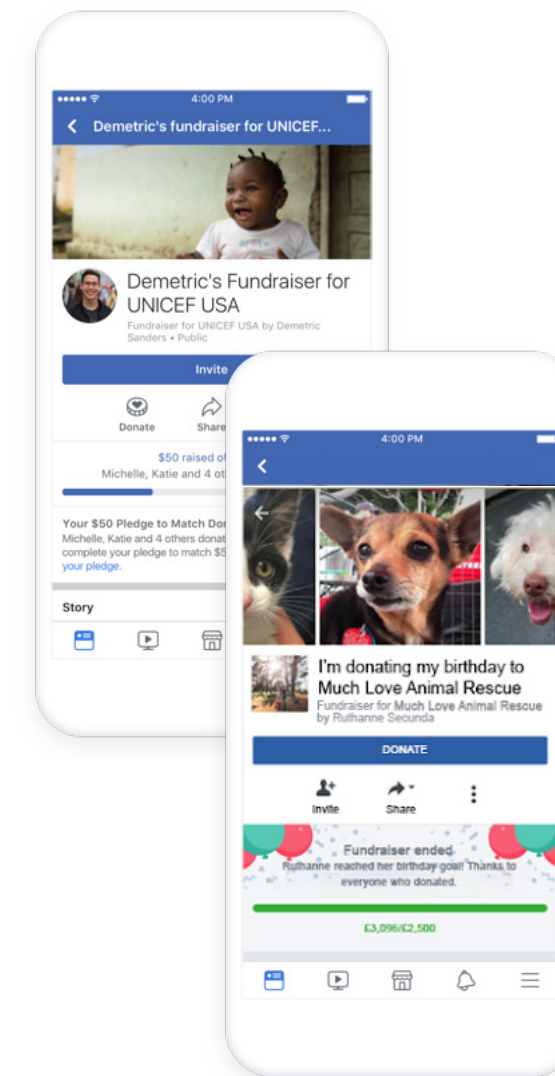
1. Wenn du einen Desktop-Computer benutzt, besuche die [Spendenaktionsseite](#).
2. Klicke dort auf Raise Money (Spenden sammeln).
3. Wenn du gefragt wirst, für wen du Geld sammelst, wähle Nonprofit (Wohltätigkeitsorganisation) aus.
4. Wähle die gewünschte Organisation aus, indem du ihren Namen in der Suchleiste eingibst.
5. Klicke unter Who is organizing the Fundraiser? (Wer organisiert die Spendenaktion?) auf das Dropdown-Menü.
6. In diesem Menü sieht der Ersteller der Spendenaktion sein persönliches Profil und die Seiten, die er verwaltet. Wähle die Non-Profit-Seite aus, von der du die Spendenaktion erstellen möchtest.
7. Füge ein Spendenziel, eine Währung und einen Endtermin hinzu, und klicke dann auf Next (Weiter).
8. Gib einen Titel und eine Beschreibung für deine Spendenaktion ein, und klicke erneut auf Next (Weiter).
9. Wähle ein Titelbild aus und anschließend Create (Erstellen).



Facebook-Spendenaktion für

Nachdem sich deine Organisation für die Spenden-Tools von Facebook registriert hat, können Personen auf unkomplizierte Weise Geld für deinen gemeinnützigen Zweck auf Facebook sammeln.

Zur Steigerung der Reichweite können Unterstützer jederzeit eine spezifische Spendenaktion einrichten (beispielsweise um einen Geburtstag zu feiern oder ein bestimmtes Ereignis zu würdigen) und andere auf deine Sache aufmerksam machen.



Da Unterstützer-Spendenaktionen von Personen im Namen einer gemeinnützigen Organisation erstellt werden, haben wir für dich ein paar Tipps zusammengestellt, wie du zu ihrem Erfolg beitragen kannst:

- Erwähne oder teile Unterstützer-Spendenaktionen mit hoher Reichweite auf deiner eigenen Seite. Feiere deine Spendenerfolge, aber erkläre deinen Followern, dass auch sie eine Spendenaktion ins Leben rufen können, die deiner Sache dienen.
- Bedanke dich bei deinen Unterstützern und informiere sie über die positiven Auswirkungen der von ihnen gesammelten Gelder.
- Bewerbe Unterstützer-Spendenaktionen mithilfe von individuellen URLs (facebook.com/fund/pagename) in deinen Facebook-Beiträgen, in Marketingmaterial, auf deiner Webseite und über andere Kanäle. Die individuelle URL führt zur Facebook-Spendenaktion deiner Organisation.

Best Practices für Facebook-Spendenaktionen

Konzentriere dich bei deiner Kampagne darauf, mit deinen Unterstützern in Kontakt zu treten und sie einzubinden:



Klicke bei Spenden auf Like (Gefällt mir) und kommentiere sie.



Bedanke dich bei deinen Unterstützern.



Halte die Beteiligten auf dem Laufenden und hebe Meilensteine hervor.



Ermutige andere zum Teilen.



Wenn du dein Ziel erreicht hast, erhöhe es.



Motiviere zu Unterstützer-Spendenaktionen.



Plane ein Live-Video ein.

Feiere nach Abschluss deiner Kampagne deine Erfolge zusammen mit deiner Community:



Bedanke dich.



Feiere die gesammelten Gelder.



Informiere darüber, wie die Gelder eingesetzt werden.



Teile in einem Update mit, was die Gelder für deine Sache bewirkt haben.

Facebook-Beitrag oder -Seite mit Spenden-Button

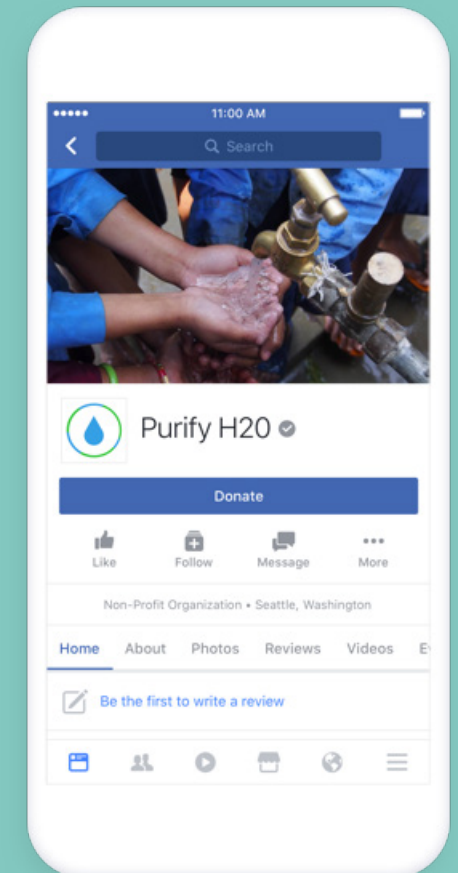
Der Spenden-Button bietet eine schnelle Möglichkeit, für deine Organisation zu spenden, ohne dafür Facebook verlassen zu müssen. Du kannst deiner Facebook-Seite und deinen Beiträgen den Spenden-Button hinzufügen. So können Unterstützer in nur wenigen Schritten helfen.

So fügst du als Admin deiner Seite den Spenden-Button hinzu:

1. Rufe deine Spendenseite auf.
2. Klicke auf (+), um einen Button hinzuzufügen. Wenn du bereits einen CTA-Button hast, zeige darauf und klicke auf den Bearbeiten-Button.
3. Wähle Donate through Facebook (Über Facebook spenden) aus, um das direkte Spenden über Facebook zu ermöglichen. Du musst dich zuerst für Facebook Payments registrieren.
4. Klicke auf Finish (Fertig).

So fügst du als Admin deinem Facebook-Beitrag den Spenden-Button hinzu:

1. Beginne mit dem Verfassen eines Beitrags auf deiner Seite.
2. Scrolle nach unten und wähle Support charity (Wohltätigkeitsorganisation unterstützen) aus.
3. Gib den Namen der gewünschten Organisation ein und wähle sie im Menü aus.
4. Füge ein Foto hinzu.
5. Wähle Continue (Weiter) aus.
6. Klicke auf Publish (Veröffentlichen).



Facebook Live-Video

Facebook Live ist eine einfache, effektive Methode, um Unterstützer über ein Live-Video zu erreichen und mit ihnen in Verbindung zu treten. Du kannst von deinem Facebook Live-Video aus einen Spenden-Button einsetzen oder eine Spendenseite verlinken, um Geld in Echtzeit zu sammeln.

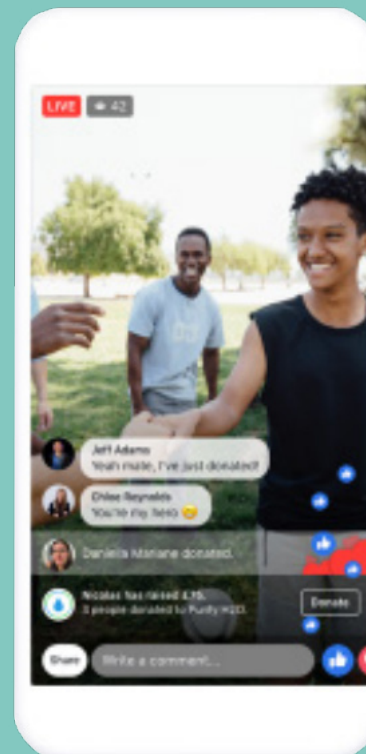
Mithilfe von kreativen Tools, wie z. B. Filtern, Themen und Effekten, kannst du deine Follower inspirieren und für noch mehr Spaß sorgen. Wenn du fertig bist, wird dein Facebook Live-Video komplett auf deiner Facebook-Seite veröffentlicht, damit es Fans später finden können.

Anforderungen und Voraussetzungen für Facebook Live:

- Der Übertragende des Live-Videos muss ein Admin der Facebook-Seite sein.
- Der Übertragende muss über die neueste Version der Facebook- oder Seitenmanager-App verfügen, um eine Live-Übertragung zu starten.
- Personen des öffentlichen Lebens können ebenfalls API-Partner zur Produktion eines Live-Videos auf Facebook per [Telescope](#), [Grabby](#) oder [Wirecast \(von Telestream\)](#) nutzen.

So startest du von deiner Facebook-Seite eine Live-Übertragung:

1. Klicke in deinem News Feed im linken Menü auf Pages (Seiten).
2. Rufe deine Seite auf.
3. Klicke neben Create (Erstellen) auf Live.
4. Klicke unter Get Started (Los geht's) auf Use Stream Keys (Stream-Schlüssel verwenden) und wähle Camera (Kamera) aus, um eine Webcam für dein Video zu verwenden.
5. Wähle im linken Menü aus, ob du sofort beginnen möchtest (Go Live Now (Jetzt live gehen)) oder zu einem späteren Zeitpunkt (Schedule a Live Video (Ein Live-Video planen)).
6. Gib einen Titel und eine Beschreibung für dein Live-Video ein. Hier kannst du auch einen Ort, ein Gefühl oder eine Aktivität hinzufügen.
7. Klicke unten links auf Go Live (Live gehen).



Facebook Live mit Spenden-Button

Wenn du live gehst, wird ein Spenden-Button unten in deinem Video eingeblendet. Dieser ermöglicht deinen Zuschauern, während der Übertragung direkt vom Video aus zu spenden oder nachdem du dein Video auf deiner Seite veröffentlicht hast. Außerdem ist zu sehen, wie viel Geld gesammelt wurde.

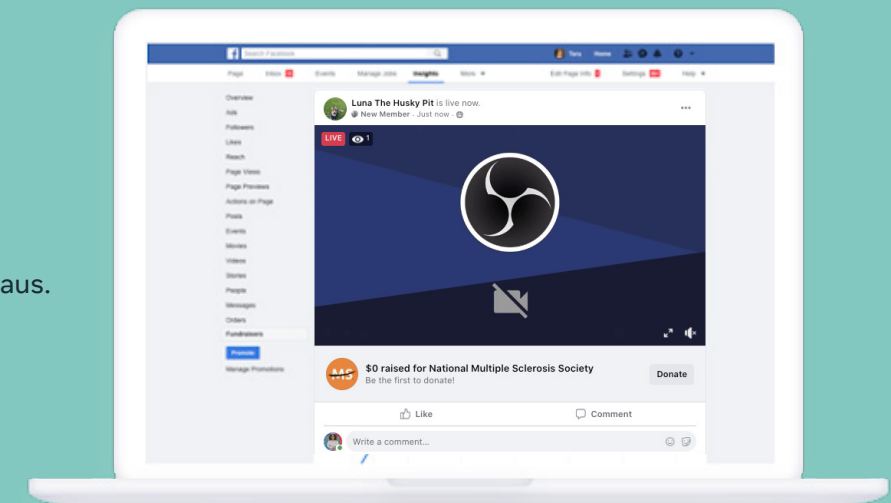
So fügst du einem Live-Video einen Spenden-Button hinzu:

Facebook iOS-App

1. Tippe oben auf deiner Seite auf Live.
2. Tippe ganz unten auf den Button Raise Money (Spenden sammeln).
3. Gib den Namen der gewünschten Organisation ein und wähle sie im Menü aus.
4. Tippe auf Start Live Video (Live-Video starten).

Facebook Android-App

1. Tippen Sie oben auf Ihrer Seite auf Live.
2. Tippe ganz unten auf den Button Raise Money (Spenden sammeln).
3. Wählen eine gemeinnützige Organisation oder eine Spendenaktion aus. Alle Non-Profit-Organisationen erhalten das komplette Geld, das du sammelst.
4. Tippen auf Start Live Video (Live Video starten).



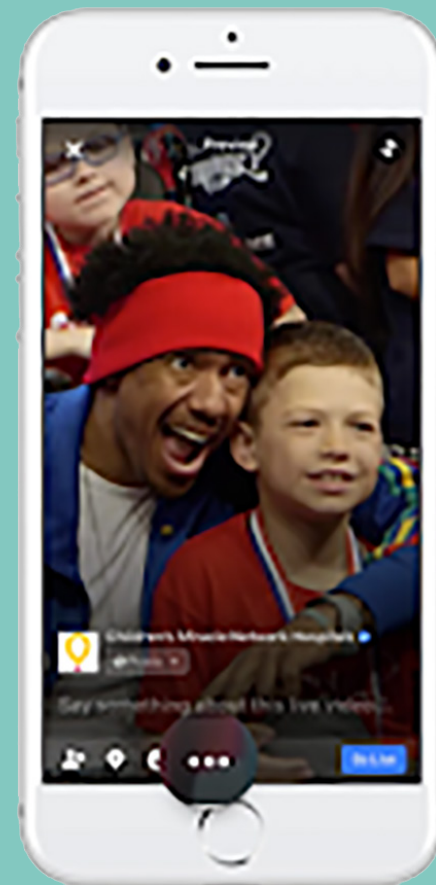
Facebook Live mit Spendenaktion

Du kannst auch ein Live-Video mit einer bereits bestehenden Spendenaktion verknüpfen, um deren Reichweite zu erhöhen. Wenn du eine Spendenaktion von deiner Seite aus erstellt hast, kannst du (oder eine Person des öffentlichen Lebens, eine Marke oder eine Privatperson) diese per Live-Videos bewerben. Während das Live-Video aktiv ist, wird dort die Gesamtsumme der Spendenaktion eingeblendet.

So fügst du einem Live-Video eine Facebook-Spendenaktion hinzu:

Facebook iOS-App und Android App

1. Tippe oben auf deiner Seite auf Live.
2. Tippe ganz unten auf den Button Raise Money (Spenden sammeln).
3. Gib den Namen der gewünschten Organisation ein und wähle sie im Menü aus.
4. Tippe auf Start Live Video (Live-Video starten).



Best Practices für Facebook Live mit einem Spenden-Button oder einer Spendenaktion

Bevor du live gehst:

- Vergewissere dich, dass du über eine stabile Internetverbindung verfügst.
- Verwende ein Stativ und ein Mikrofon, um eine gute Bild- und Tonqualität zu gewährleisten.
- Erstelle Inhalte, die die Geschichte deiner Organisation schildern und andere dazu inspirieren, dich zu unterstützen.
- Zeige Ereignisse hinter den Kulissen, damit Zuschauer interessiert bleiben.
- Mache dir Influencer und Experten zunutze, die für deine Sache relevant sind.
- Falls dein Event länger als 8 Stunden dauert, musst du deine Übertragung in zwei oder mehr Teile aufteilen.
- Teile und plane dein Live-Video.
- Bitte deine Unterstützer darum, dein Live-Video zu teilen, damit noch mehr Interessenten angezogen werden.
- Sorge für Begeisterung für dein Video, noch bevor es veröffentlicht wird, um für Aufmerksamkeit zu sorgen und potentielle Zuschauer zu gewinnen.
- Wenn du über eine verifizierte Facebook-Seite verfügst, aktiviere ein geplantes Live-Video, um deine Zielgruppe auf der Facebook-App über dein anstehendes Live-Video zu benachrichtigen, damit sie Meldungen zum Start abonnieren kann.
- Vermeide Urheberrechtsverletzungen bei der Musik, die du verwendest.

Während des Live-Videos:

- **Interagiere mit deinen Unterstützern.** Motiviere deine Zuschauer, zu deinem Live-Video beizutragen und es zu kommentieren und zu teilen. Beziehe Zuschauer ein, indem du dich bei ihnen namentlich bedankst.
- **Gehe nicht zu kurz live.** Je länger du live bist, umso stärker ist die potentielle Einbindung und somit die Gelegenheit zu spenden. Die Dauer eines Live-Videos kann bis zu acht Stunden betragen.

Während des Live-Videos (fortsetzung):

- **Halte die Motivation aufrecht.** Gib deinen Unterstützern bekannt, wenn du ein bestimmtes Spendenziel erreicht hast, bitte sie darum, mit ihrem Geld abzustimmen, und fördere passende Gelegenheiten.
- **Während eines Live-Videos kann es zu Fehlern kommen.** Bestätige diese und reagiere entsprechend auf deine Zuschauer. Wenn du eine Neuigkeit bezüglich eines Fehlers mitteilen musst, fixiere diese als Kommentar.
- **Hebe die Position des Spenden-Buttons hervor.** Da es sich für Zuschauer um ein neues Erlebnis handelt, ist es wichtig, diese während des Live-Videos explizit darauf hinzuweisen, wo sie spenden können.
- **Maximiere Online- und Offline-Aktivierungen.** Wenn du bei einem Online-Event auf Facebook überträgst, ermutige deine Unterstützer dazu, sich persönlich zu beteiligen und auch ihre Freunde mitzubringen.
- **Sorge für einen starken Call to Action.** Etabliere Meilensteine, die die Beteiligten erreichen können, um diese mit einem gemeinsamen Geldziel zu motivieren.

Nach dem Live-Video:

- **Berichte über die Ergebnisse.** Interagiere weiterhin online mit deinen Fans, damit die Begeisterung, für die dein Spenden-Event gesorgt hat, nicht abebbt. Informiere sie über die positiven Wirkungen der Spenden auf die Mission deiner Wohltätigkeitsorganisation und feiere diese.
- **Sag danke.** Bedanke dich bei den Unterstützern, die dein Live-Video gesehen und die gespendet haben.
- **Erzähle es weiter.** Teile dein Live-Video auf anderen Kanälen und rede über zukünftige Schritte.

Ideen zu Live-Inhalten

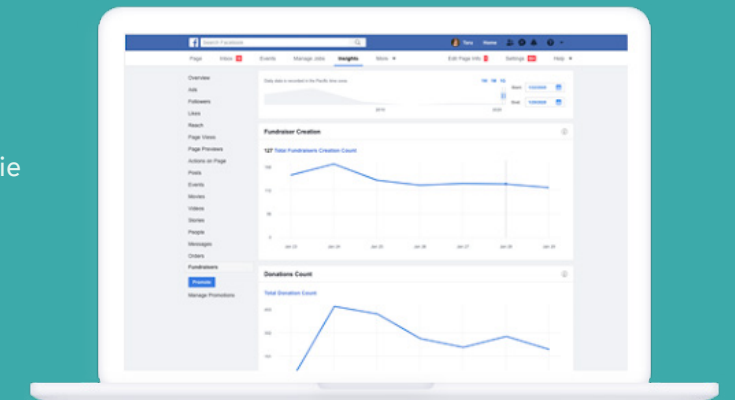
- Wenn du eine offene Spendenseite hast, kannst du live gehen und sie verlinken.
- Erlaube einen Blick hinter die Kulissen deiner Organisation, damit Zuschauer in Echtzeit erleben, was deine Programme bewirken.
- Bitte ein Mitglied deiner Organisation darum, über die Fortschritte deiner Arbeit zu berichten und Fragen zu beantworten.
- Halte eine Frage-und-Antwort-Sitzung mit einem relevanten Experten ab.
- Verstärke die Reichweite von persönlichen Events, indem du diese live für deine Seiten-Follower überträgst.
- Bitte Unterstützer darum, ihren Live-Videos einen Spenden-Button oder eine Spendenaktion hinzuzufügen, damit sie mit ihren Übertragungen Geld für deine Organisation sammeln.
- Bitte Prominente oder einflussreiche Personen in deiner Community darum, in deinem Namen live zu gehen und dir somit zu helfen, neue Zielgruppen zu erschließen.

Insights Dashboard für Facebook-Spendenaktionen

Du kannst mit dem Insights Dashboard für Facebook-Spendenaktionen Informationen zu Spendenaktionen erhalten, die für deine gemeinnützige Organisation erstellt wurden, sowie zu deren erhaltenen Spenden. Die Daten im Dashboard werden in Echtzeit aktualisiert.

Du erreichst das Insights Dashboard für Facebook-Spendenaktionen, indem du auf Page Insights (Seiten-Insights) klickst und anschließend Fundraisers (Spendenaktionen) auswählst.

Weitere Informationen erhältst du [hier](#).



Spendenaktionen auf Instagram

Auf Instagram können zugelassene Wohltätigkeitsorganisationen und deren Unterstützer auf mehrere Arten direkt Geld sammeln – über einen Spenden-Button im Profil, Stories mit Spendenaktionsstickern, Live-Videos mit Spendenaktionen und Spendenaktionen im Feed.

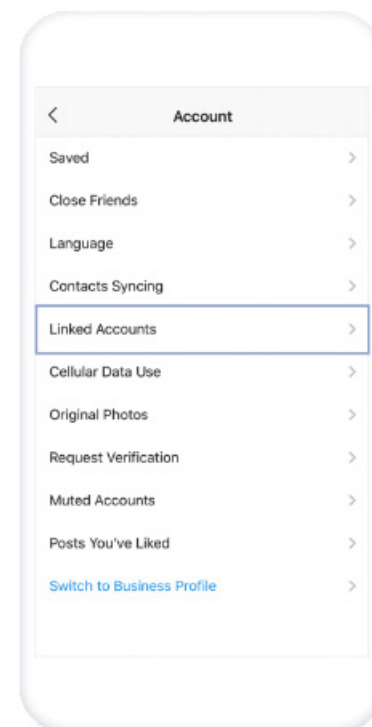
Spenden, die über Instagram erfolgen, werden per Facebook Payments verarbeitet und gemeldet.

Damit deine Non-Profit-Organisation Spendenaktionen auf Instagram durchführen kann, musst du Folgendes tun:

1. Registriere dich für die **Spenden-Tools von Facebook** (Charitable Giving Tools).
2. Verknüpfe deine Instagram- und Facebook-Profile (s. Anleitung unten).
3. Wandle dein Instagram-Profil in ein Business-Profil um (s. Anleitung unten).

So verknüpfen Sie Instagram- und Facebook-Profile als Seiten-Admin:

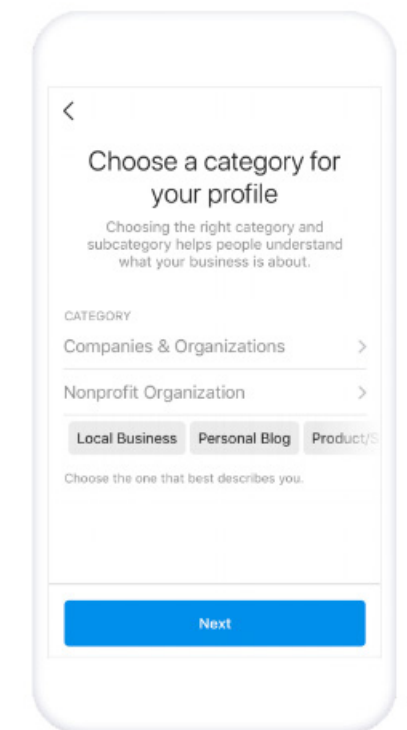
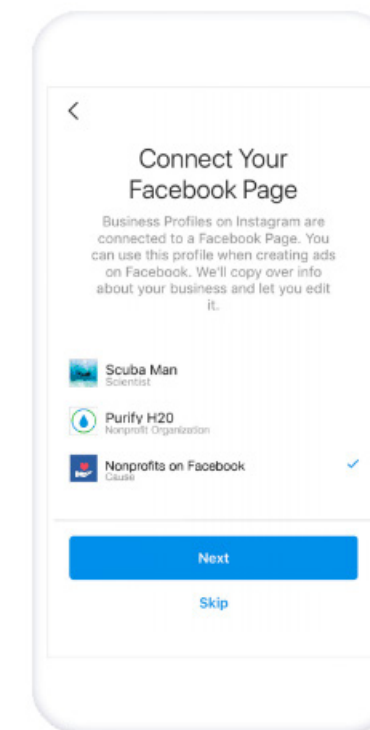
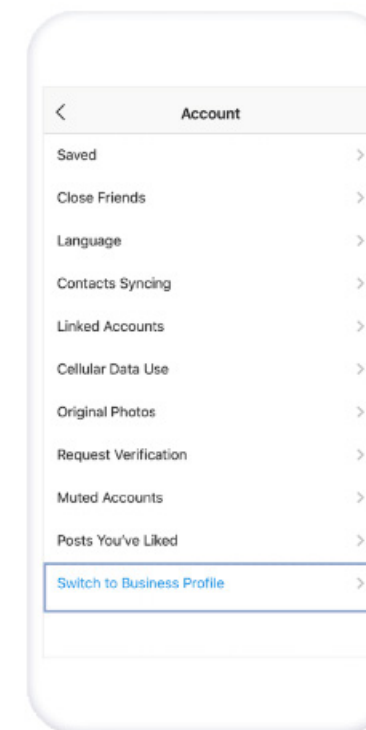
1. Öffne Instagram.
2. Tippe unten rechts auf dem Bildschirm auf das Profilsymbol.
3. Tippe auf das Menüsymbol.
4. Tippe unten auf Settings (Einstellungen).
5. Tippe auf Account (Konto) und dann auf Linked Accounts (Verknüpfte Konten).
6. Tippe auf Facebook.
7. Tippe auf Share To (Teilen in) und wähle die Seite deiner Non-Profit-Organisation aus.



So wechselst du zu einem Instagram Business-Profil:

Auf Instagram kannst du das Profil deiner Non-Profit-Organisation in ein Business-Profil ändern. Nach dem Wechsel erhältst du Zugang zu Business-Funktionen und Instagram-Insights. Dank dieser Tools erhältst du bessere Einblicke dazu, wer mit deiner Organisation auf Instagram interagiert.

1. Öffne Instagram.
2. Tippe unten rechts auf dem Bildschirm auf das Profilsymbol.
3. Tippe auf das Menüsymbol.
4. Tippe auf Settings (Einstellungen).
5. Tippe unter Account (Konto) auf Switch to Business Profile (In Business-Konto umwandeln).
6. Verknüpfe die Facebook-Seite deiner Non-Profit-Organisation.
7. Wähle als Unternehmenskategorie Companies & Organization (Unternehmen & Organisationen).
8. Wähle als Unterkategorie Nonprofit Organization (Gemeinnützige Organisation).
9. Tippe auf Next (Weiter).

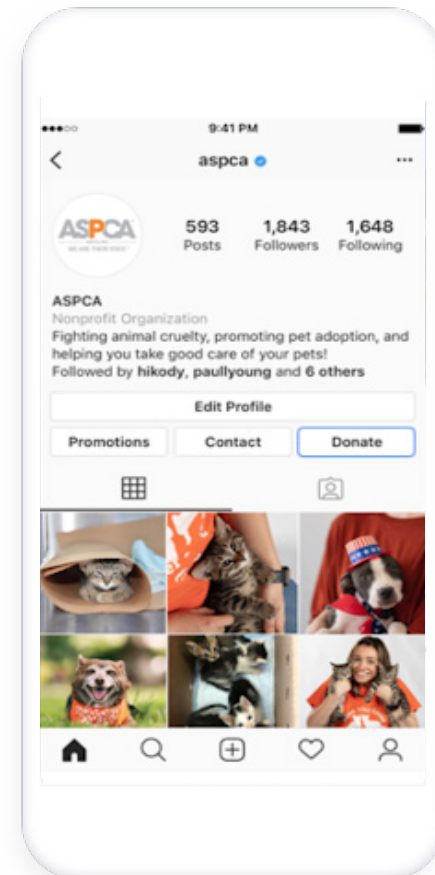


Spenden-Button im Instagram-Profil

Mit dem Spenden-Button im Profil erhalten gemeinnützige Organisationen die Möglichkeit, ihre Spendenkampagne innerhalb ihres Instagram Business-Profiles zu verknüpfen. Als Voraussetzung hierfür musst du dein Instagram-Profil in ein Business-Konto umwandeln und dieses mit der Facebook-Seite deiner Organisation verknüpfen.

So fügst du deinem Instagram-Profil einen Spenden-Button hinzu:

1. Rufe das Profil deiner Organisation in der Instagram-App auf und tippe oben rechts auf das Menüsymbol.
2. Tippe auf Settings (Einstellungen).
3. Tippe auf Business.
4. Tippe auf Donations (Spenden).
5. Wische neben Add Donate Button to Profile (Spenden-Button zu Profil hinzufügen) den Button, um ihn zu aktivieren.
6. Daraufhin erscheint der Spenden-Button in deinem Business-Konto.

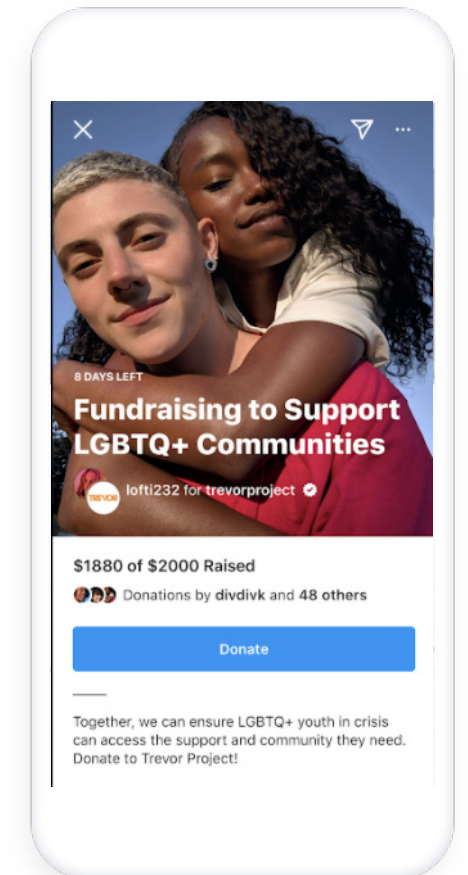


Instagram-Spendenaktion im Feed

Spendenaktionen im Feed stellen eine längerfristige Möglichkeit dar, mit der Unterstützer einen Beitrag zu deiner Sache leisten können. Sie können einem Video, einem Carousel und Bildbeiträgen im Feed angehängt werden. Die Spendenaktion ist im Beitrag sichtbar und bleibt 30 Tage lang aktiv. Die Dauer kann jederzeit verlängert werden. Zudem wird deinem Profil-Steckbrief ein Link zu einer aktiven Spendenaktion hinzugefügt.

So erstellst du eine Spendenaktion im Feed:

1. Tippe in deinem Profil oder Feed oben rechts auf das (+).
2. Tippe auf Post (Beitrag), wähle ein Bild aus, und tippe anschließend auf Next (Weiter).
3. Tippe unter dem Bild auf Add Fundraiser (Spendenaktion hinzufügen).
4. Gib den Namen der gewünschten Organisation ein und wähle sie im Menü aus.
5. Mache auf der Seite Fundraiser Details (Details zur Spendenaktion) die notwendigen Angaben, und tippe auf Add (Hinzufügen) und anschließend auf Share (Teilen).
6. Die Spendenaktion ist nun im Beitrag zu sehen, und du findest einen Link zu ihr in deinem Profil-Steckbrief.
7. Die Spendenaktion bleibt 30 Tage aktiv. Du kannst diese Dauer jederzeit verlängern.

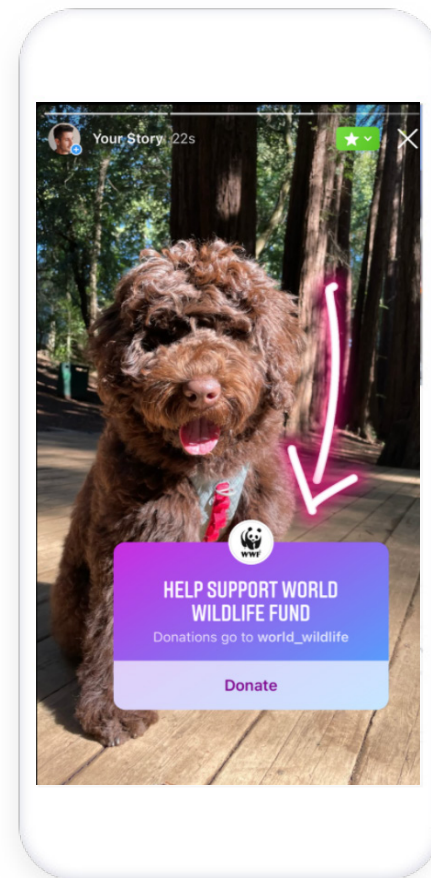


Instagram Stories mit Spenden-Sticker

Mit Stories können Unterstützer Spendenaktionen auf Instagram erstellen, die 24 Stunden gültig sind oder länger (wenn sie den Highlights hinzugefügt werden). Deine Follower können in Stories einen Spenden-Sticker hinzufügen, um deine Non-Profit-Organisation zu unterstützen.

So erstellst du eine Story mit einem Spenden-Sticker:

1. Öffne in Instagram die Kamera. Nimm ein Foto, das deinen Spendenzweck bestmöglich repräsentiert, auf oder lade eins hoch.
2. Tippe auf das Sticker-Symbol.
3. Wähle den Spenden-Sticker aus.
4. Wähle eine gemeinnützige Organisation aus.
5. Individualisiere deine Spendenaktion mithilfe von Creative Tools für Stories.
6. Tippe auf Send to (Senden an).
7. Tippe neben Your Story (Deine Story) auf Share (Teilen).
8. Du kannst mehrere Bilder oder Videos hinzufügen, um deine Spendenstory zu kreieren.

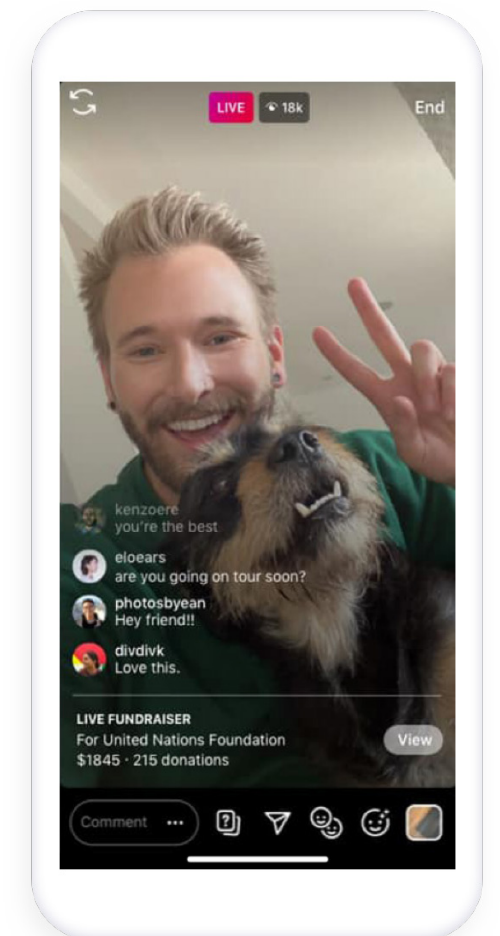


Instagram-Spendenaktion in Live-Videos

Live-Video ist ein leistungsstarkes Tool und eine der beliebtesten Methoden, mit denen auf Instagram mit Unterstützern interagiert wird. Während eines Livestreams können Unterstützer ihrem Live-Video einen Spenden-Button hinzufügen, um Gelder für deine Sache zu sammeln.

So verwendest du Live-Spenden:

1. Tippe im Feed oben links auf die Kamera oder wische im Feed nach rechts.
2. Tippe unten auf dem Bildschirm auf Live.
3. Wähle Fundraiser (Spendenaktion) aus.
4. Wähle eine gemeinnützige Organisation aus, die du unterstützen möchtest.



Häufig gestellte Fragen

Zahlungen

Wie erhält meine gemeinnützige Organisation Spenden, die auf Facebook getätigt werden?

Wenn deine Organisation für Facebook Payments registriert ist, erfolgen alle zwei Wochen Auszahlungen als ACH-Überweisung (ACH = Automatisierte Clearingstelle) oder Direktüberweisung auf das Bankkonto.

Wie sieht der Auszahlungszeitplan für Spenden aus, die über Facebook erfolgt sind?

Sobald die gesammelte Spendensumme deiner Non-Profit-Organisation 100 EUR oder einen entsprechenden Mindestauszahlungsbetrag erreicht, kann eine Auszahlung stattfinden. Gelder werden so lange einbehalten, bis der Auszahlungsbetrag den Schwellenwert von 100 EUR erreicht. Hinweis: Dieser Schwellenwert gilt je Non-Profit-Organisation, nicht je Spendenaktion.

Die Abwicklung von Auszahlungen nimmt zwei Wochen in Anspruch.

Spenden, die zwischen dem 1. und 15. eines Monats eingegangen sind, werden üblicherweise während der ersten fünf Tage des Folgemonats ausgezahlt. Spenden, die ab dem 16. eines Monats eingehen, werden üblicherweise zwischen dem 16. und 20. des Folgemonats ausgezahlt.

Beispiel: Eine Spende in Höhe von 100 EUR, die am 1. Januar erfolgt, wird zwischen dem 1. und 5. Februar an deine Organisation ausgezahlt.

Spendenaktionen

Kann das Ziel einer Facebook-Spendenaktion geändert werden?

Ja, das Ziel einer Spendenaktion kann jederzeit reduziert oder erhöht werden, solange sie aktiv ist.

Kann der Zielbetrag einer Facebook-Spendenaktion nach deren Ende geändert werden?

Nein, nach Ende der Spendenaktion lässt sich deren Ziel nicht mehr ändern.

Spendenaktionen (fortsetzung)

Kann eine Facebook-Spendenaktion nach Ablauf wieder neu geöffnet werden?

Nein, ein Facebook Nein, eine Facebook-Spendenaktion lässt sich nach deren Ende nicht mehr neu öffnen. Die Dauer der Spendenaktion kann nur verlängert werden, während sie aktiv ist.

Wie lange beträgt die Höchstdauer für Facebook-Spendenaktionen?

Eine Facebook-Spendenaktion kann maximal 90 Tage lang dauern.

Falls ein Spender versehentlich einen falschen Betrag spendet, kann er eine Rückerstattung anfordern?

Ja, der Spender kann [hier](#) eine Rückerstattung anfordern. Facebook kümmert sich um die Abwicklung.

Gibt es einen Mindestbetrag für Spenden?

Ja, es kann nicht weniger als 4 EUR gespendet werden.

Gibt es einen Höchstbetrag für Spenden?

Ja, Spender, die mehr als 250 EUR über einen Zeitraum von 31 Tagen beitragen, müssen sich ausweisen.

Support

Wie erhält meine gemeinnützige Organisation Support für die Spendenprodukte von Facebook?

Wenn du Hilfe zu den Spendenaktionsprodukten von Facebook benötigst, ein Zahlungsproblem vorliegt oder etwas nicht funktioniert, verwende [dieses Formular](#), um Unterstützung zu erhalten.



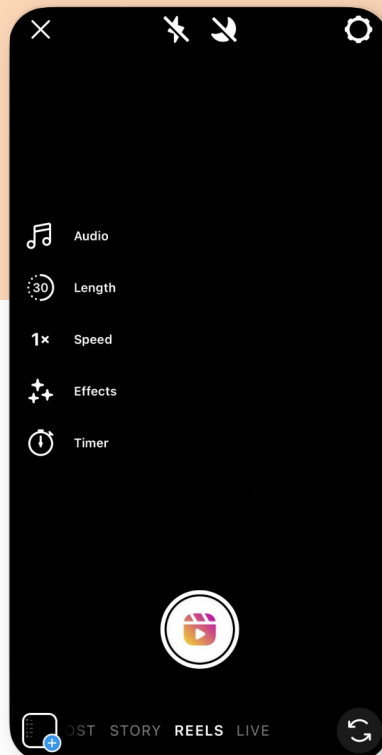
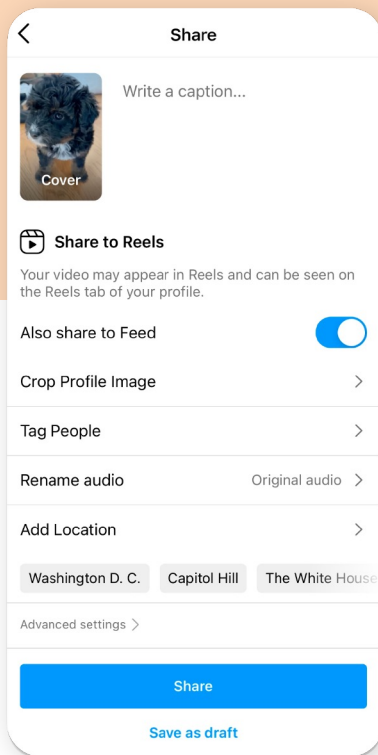
Instagram Reels Playbook

Best Practices und Tipps

REELS

Werde kreativ

Erstelle mit Reels unterhaltsame, kurze Videos für dein Publikum und lasse es hinter die Kulissen schauen. Werde ein Teil von kulturellen Momenten auf Instagram, indem du deine Videos mit unseren einfachen Tools bearbeitest und die Reels in deinem Feed oder deinen Stories postest.



Der erste Schritt:
Wische nach rechts und wähle „Reels“ aus.

Werde kreativ mit den Bearbeitungstools für Audio, Tempo, Effekte, Dauer und Ausrichtung von Reels.

Poste fertige Reels in deinem Feed oder teile sie in deiner Story.

Lass dich inspirieren

Ob Trends, Challenges oder beliebte Songs – mit Reels bist du am Puls der Zeit. Wenn du dabei deine Insights im Blick behältst, kannst du herausfinden, was bei deiner Zielgruppe am besten ankommt.



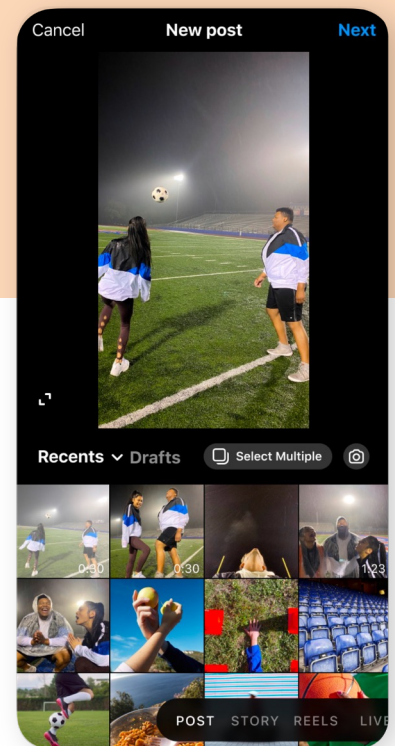
Es ändert sich, wie Menschen kulturelle Trends erschaffen und Spaß daran haben. Instagram ist Teil dieses Wandels.

Über den neuen Reels-Tab können die Nutzer*innen mit einem Klick tolle Creator*innen entdecken und sich von ihnen unterhalten lassen.



Veröffentlichte Reels kannst du in deinem Feed und über den neuen Reels-Tab teilen.

Wenn du dein Video im Reels-Tab teilst, kann es ein breiteres Publikum erreichen.



Mit der neuen Kamera-Funktion ist es jetzt noch einfacher, Content zu erstellen.

Tippe auf dem Startbildschirm auf den Button für die Kamera. Dann kannst du Inhalte für den Feed, für Stories, Reels, live oder als Video produzieren und posten.

Lass dich inspirieren

Sieh dir die folgenden Tipps an, bevor du einen Beitrag postest. So stellst du sicher, dass dein Reel möglichst viele Interaktionen hervorruft.

Deine Reels **SOLLTEN** ...

- 01** **unterhaltsam sein:** Weckst du die Aufmerksamkeit der Menschen? Bringst du sie zum Lachen? Überraschst du sie?
- 02** **inspirierend sein:** Setzt du einen Trend, bei dem andere einfach mitmachen können?
- 03** **kreativ sein:** Nutzt du kreative Tools wie Text, Filter und Effekte?
- 04** **im Hochformat sein:** Teilst du deine Clips im Hoch- und nicht im Querformat?
- 05** **ansprechend sein:** Spricht der Audio-Teil die Menschen an?
- 06** **experimentell sein:** Probierst du Neues aus? Zeigst du dich von einer anderen Seite?

Deine Reels **SOLLTEN NICHT** ...

- 01** **technisch von schlechter Qualität sein:** Ist das Video unscharf oder wurde es mit geringer Auflösung hochgeladen?
- 02** **offensichtlich wiederverwertet sein:** Sieht man im Video Logos oder Wasserzeichen von anderen Apps?
- 03** **textlastig sein:** Kommen die Bilder gut zur Geltung oder ist vor allem Text zu sehen?

REELS

Lass dich inspirieren

Setze mit Reels deine kreativen Ideen um und lasse deine Zuschauer einen Blick hinter die Kulissen werfen.

Nutze deine Zeit sinnvoll

Nutze die 15, 30 oder 60 Sekunden deines Reels optimal aus. Wecke in den ersten 3 Sekunden die Aufmerksamkeit.

Präsentiere deine politischen Ideen

Zeige mit Reels, welche positiven Veränderungen deine Politik und Programme in deiner Community bewirken.



REELS

Lass dich inspirieren

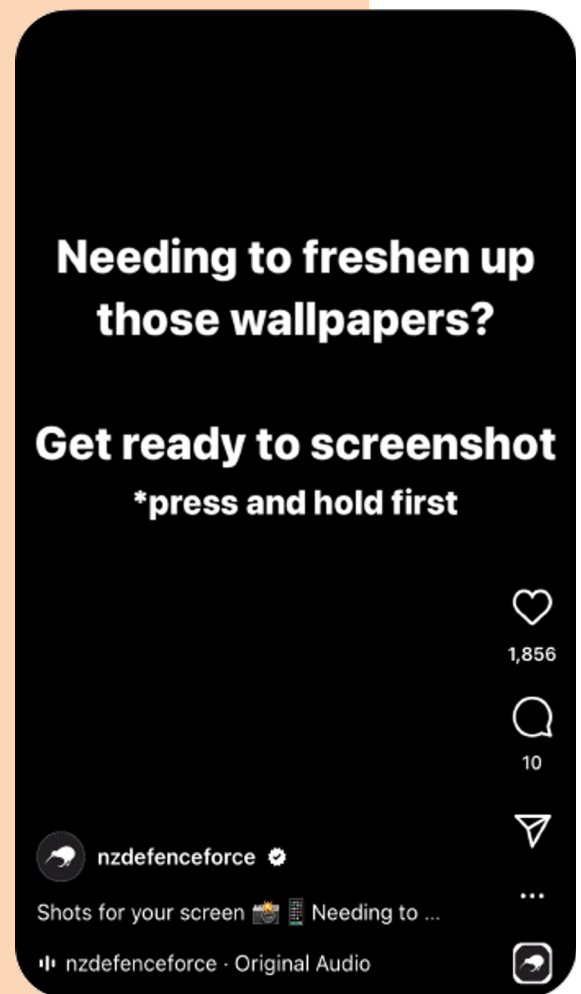
Setze mit Reels deine kreativen Ideen um und lasse deine Zuschauer einen Blick hinter die Kulissen werfen.

Sei einmalig

Verwende Audios aus unserer Bibliothek, füge getimten Text und Sticker hinzu oder erstelle einen Remix aus einem beliebten Reel. Sei kreativ!

Sei du selbst

Nimm dich nicht zu ernst. Zeige dich so, wie du bist, um deinem Publikum näherzukommen.



Jetzt loslegen

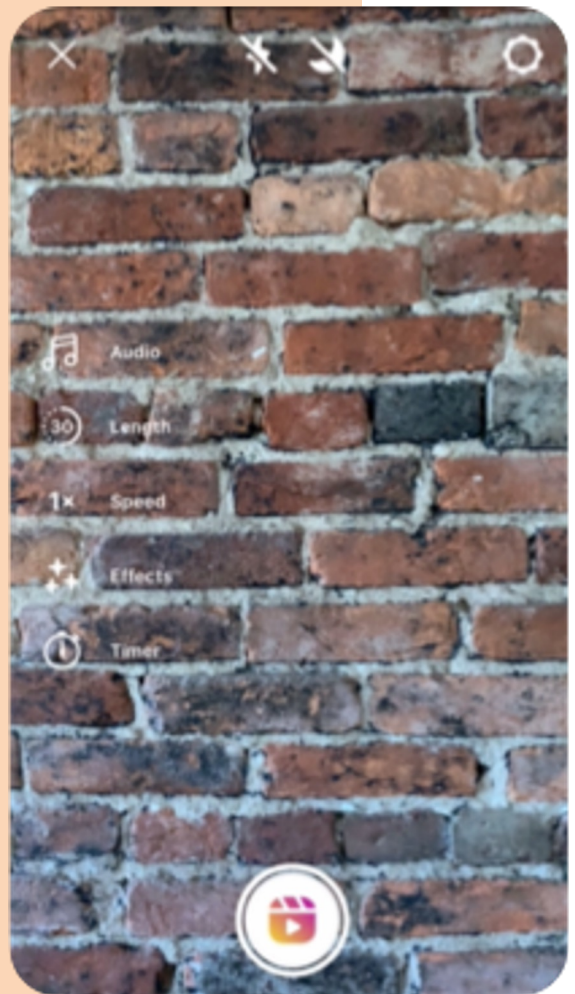
Mit der Reels-Kamera kannst du direkt auf Instagram filmen, das Material bearbeiten und es teilen. Diese Tools helfen dir, deine Ideen kreativ ins Bild zu setzen.

So findest du die Reels-Kamera

Wische nach rechts und wähle „Reels“ aus. Hier kannst du deine neuen Reels erstellen oder vorhandene Inhalte aus deinen Aufnahmen hochladen.

Verwende die Kreativtools

Mit diesen Funktionen machst du deine Reels noch kreativer.



AUDIO

Du kannst einen Song aus der Instagram-Musikbibliothek auswählen und deinem Reel hinzufügen.



EFFEKTE

In deinem Clip kann jeder Instagram-Effekt eingesetzt werden. Wenn du mehrere Clips aufnimmst, kannst du verschiedene Effekte auswählen.



LÄNGE

Du kannst verschiedene Längen zwischen 15 und 60 Sekunden auswählen.



TIMER

Der Timer hilft dir dabei, freihändig aufzunehmen.



TEMPO

Du kannst die Geschwindigkeit für das ganze Video ändern oder nur für bestimmte Clips.

Jetzt loslegen

Füge mehrere Clips zu einem Reel zusammen. Du kannst die Clips mit der Reels-Kamera aufnehmen oder sie aus deinen Aufnahmen hochladen.

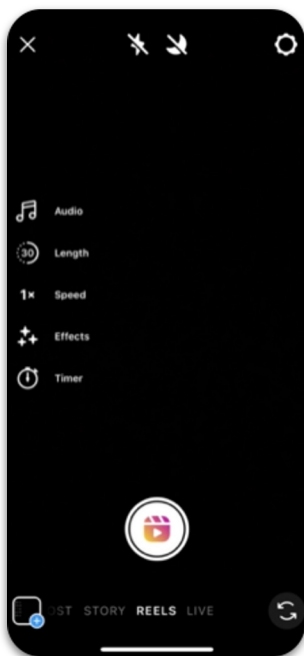
Mehrere Clips

Du kannst mehrere kürzere oder einen längeren Clip mit einer Länge von bis zu 60 Sekunden aufnehmen.

Du kannst außerdem:

- für jeden Clip unterschiedliche Effekte verwenden
- ein Video aus deiner Galerie hochladen
- deinen Clip überprüfen, löschen oder neu aufnehmen
- alle Clips bearbeiten oder kürzen

So lädst du vorhandene Aufnahmen in Reels hoch:



SCHRITT 1
Öffne Reels.



SCHRITT 2
Wische nach oben, um auf deine Aufnahmen zuzugreifen.



SCHRITT 3
Wähle das Video oder Foto aus, das du hochladen möchtest, und kürze es (bei Bedarf).



SCHRITT 4
Füge Ton, Text und andere Effekte hinzu, bevor du den Content in Reels veröffentlichst.

REELS

Jetzt loslegen

Unten findest du die Formatspezifikationen für Reels für verschiedene Geräte.

iOS



Bis zu 60 Sekunden (mindestens 3 Sekunden)



.mp4-Format



Mind. 1080 Pixel und 4K, falls verfügbar (Hinweis: Nach dem Upload wird das Video auf 720 Pixel verkleinert)



Seitenverhältnis: 9:16

Android



Bis zu 60 Sekunden (mindestens 3 Sekunden)



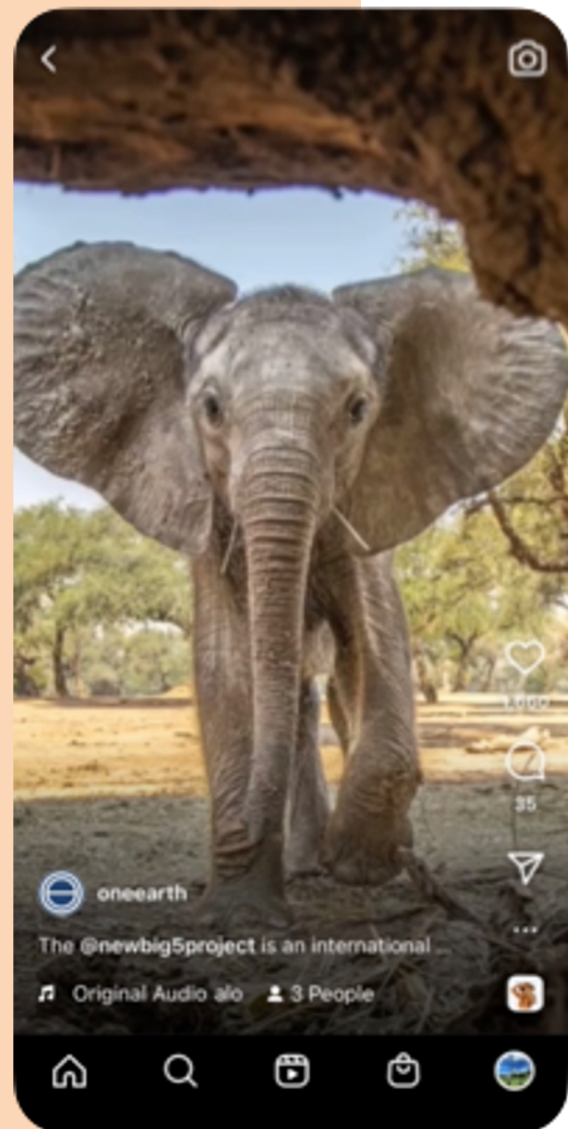
.mp4-Format



Mind. 1080 Pixel und 4K, falls verfügbar (Hinweis: Nach dem Upload wird das Video auf 720 Pixel verkleinert)



Seitenverhältnis: Seitenverhältnis des Gerätebildschirms der Nutzer*innen



Reels werden jetzt im Vollbild (9:16)
im Feed gezeigt

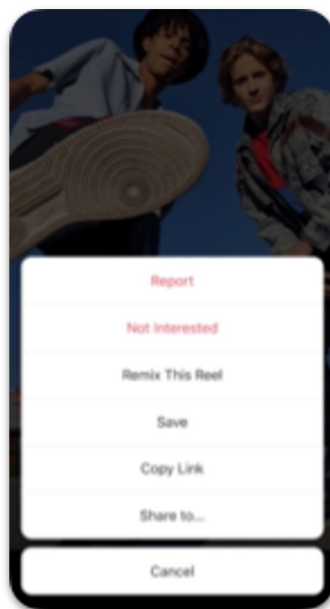
Interaktive Tools

Interaktive Tools haben auf Instagram schon immer eine wichtige Rolle gespielt. Mit der Remix-Funktion kannst du auf neue Arten mit deinen Unterstützer*innen interagieren und zusammenarbeiten. Überlege dir, wie du die Remix-Funktion nutzen kannst, um mit deiner Zielgruppe in Kontakt zu treten.



ORIGINAL-REEL

Suche das Reel für deinen Remix und tippe auf die drei Punkte unten rechts.



REELS-OPTIONEN

Wähle im Menü „Dieses Reel remixen“, um loszulegen.



DEINEN REMIX AUFNEHMEN

Es erscheint ein geteilter Bildschirm: Links siehst du dein ursprüngliches Reel und rechts deine Aufnahme. Um die Aufnahme zu starten, tippe auf den Aufnahme-Button und halte ihn gedrückt.



DEINEN REMIX BEARBEITEN

Wenn die Aufnahme fertig ist, tippst du auf das Mikrofon-Symbol, um ein Voiceover hinzuzufügen, und/oder auf den Slider, um die Lautstärke einzustellen. Bearbeite den Remix wie gewünscht, füge einen Bildtext hinzu und poste ihn.

Interaktive Tools

Reagiere mit einem Reel auf Kommentare, um deiner Zielgruppe näher zu sein.

Du hast nun noch mehr Möglichkeiten, um:

- Fragen zu beantworten
- auf fundierte Kommentare einzugehen
- ins Detail zu gehen
- die Unterhaltung am Laufen zu halten

Wenn du mit einem Reel auf einen Kommentar antwortest, kannst du:

dich von deinem Publikum inspirieren lassen

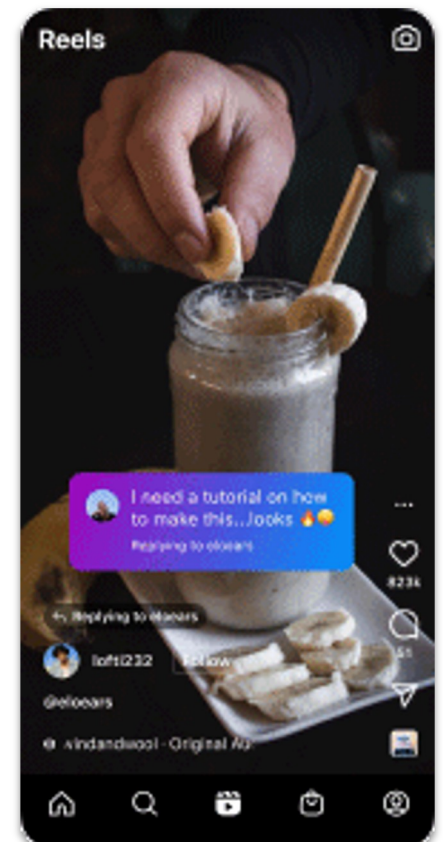
Nutze die Kommentare deiner Community zu deiner Inspiration.

einen einzigartigen Stil kreieren

Präsentiere deinen ganz persönlichen Stil. Gib deinen Reels mit Farben und Farbverläufen ihren eigenen „Look and Feel“.

mit deiner Community in Verbindung bleiben

Vertiefe deine Beziehung zu deiner Community, indem du Fragen beantwortest und auf Wünsche eingehst.



Musik und Audio

Mit diesen Musik- und Audio-Funktionen für Reels hast du die volle Kontrolle über den Sound.

Voiceover

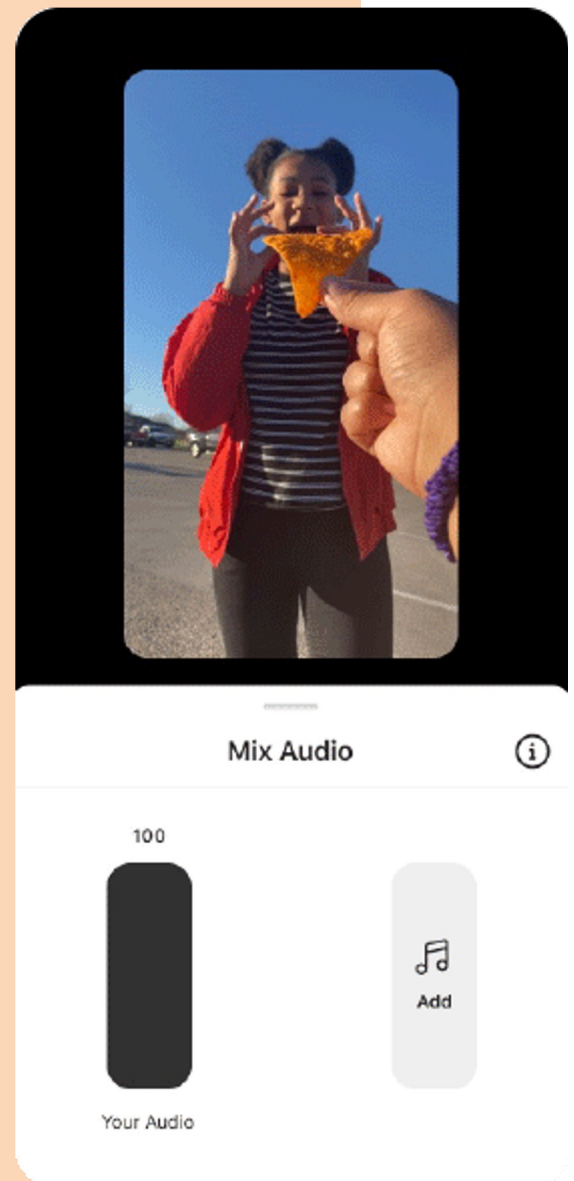
Mit Voiceover kannst du deinen Reels Audiokommentare hinzufügen. So hast du noch mehr Gestaltungsmöglichkeiten.

Mixed Audio

Du möchtest deinem Reel einen Audiokommentar hinzufügen, während im Hintergrund ein Song läuft? Über die Mixed Audio-Funktion passt du die Lautstärke deines Originaltons oder der von dir ausgewählten Musik an.

Wie funktioniert das?

1. Wähle das Mikrofonsymbol in der Symbolleiste am oberen Rand aus, um ein Voiceover aufzunehmen.
2. Tippe auf den Button oder halte ihn gedrückt, um aufzunehmen. Ziehe den weißen Zeit-Slider an die Stelle, an der das Voiceover beginnen soll. Du kannst beliebig viele Voiceover-Clips erstellen. Wenn du einen Voiceover-Clip verwerfen möchtest, tippe auf den Löschen-Button.
3. Nachdem du dein Reel aufgenommen hast, kannst du mit dem Slider-Symbol oben Musik hinzufügen und die Lautstärke des Hintergrundtons anpassen. Wenn du mit deiner Tonspur zufrieden bist, poste dein Reel!



Musik und Audio

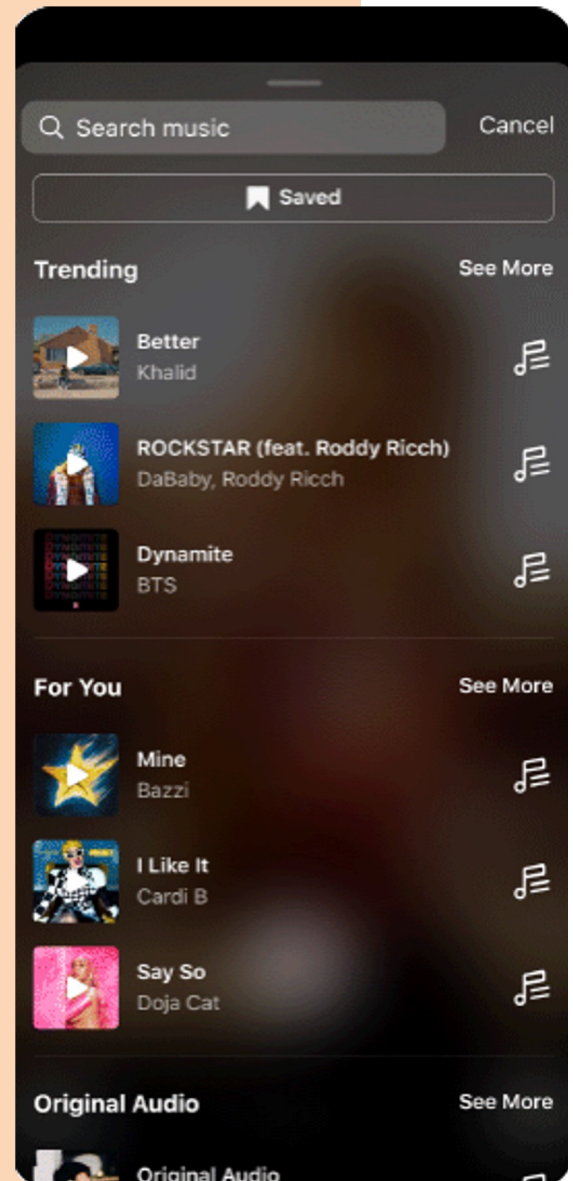
Mit diesen Musik- und Audio-Funktionen für Reels hast du die volle Kontrolle über den Sound.

Audio-Browser

Neue Musik kannst du auch unter „Topaktuell“ und „Für dich“ entdecken. In dem verbesserten Audio-Browser kannst du in deinen gespeicherten Audios stöbern oder nach etwas Bestimmtem suchen. Alle Nutzer*innen können auf diese Clips zugreifen und mit dem Ton eigene Reels erstellen.

Wie funktioniert das?

1. Öffne die Kamera in Reels und tippe auf das Audio-Symbol.
2. Du siehst einen erweiterten Browser mit verschiedenen Optionen für Audiotools, zum Beispiel „Gespeicherte Audios“, „Topaktuell“ und „Für dich“.



Dein Reel geht in die Welt

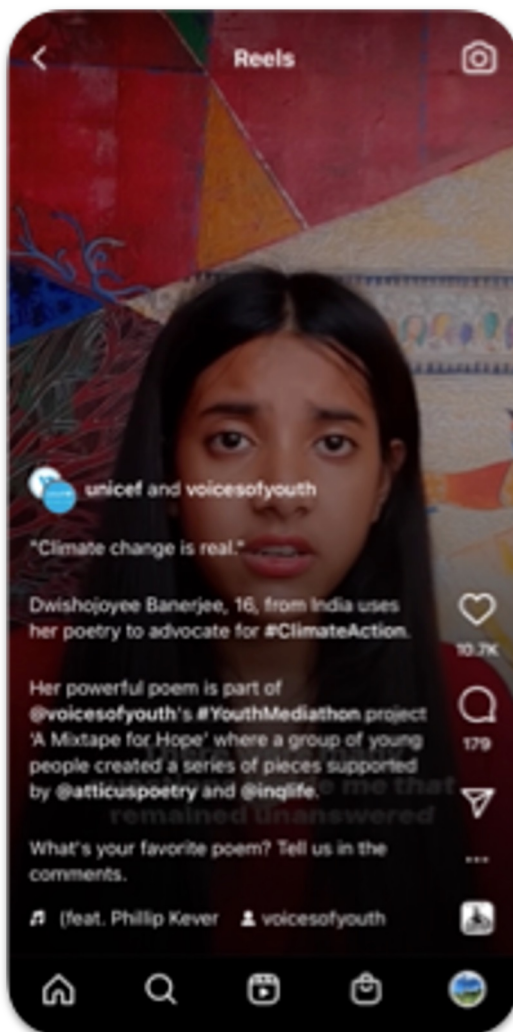
Wenn dein Meisterwerk fertig ist, kannst du es mit der Welt teilen. Du kannst dein Reel sowohl im Feed als auch im Reels-Tab teilen oder als Entwurf speichern und später posten.

Bevor du postest

- Arbeite mit befreundeten Accounts zusammen und markiere sie.
- Füge deinen Standort hinzu.
- Überlege dir anregende Untertitel.
- Teile deine Reels sowohl im Reels-Tab als auch im Feed.

Nachdem du gepostet hast

- Mache in Stories auf deine Reels aufmerksam.
- Greife über dein Profil auf deine geteilten Reels zu.
- Du möchtest noch nicht posten? Du kannst Reels als Entwürfe speichern und später teilen.



FAQs

01

F: Kann ich mein Reel auch auf Facebook posten?

A: Es ist zurzeit nicht möglich, deine Reels von Instagram auch auf Facebook zu teilen.

02

F: Welche Insights sind für Reels verfügbar?

A: Zu den verfügbaren Konto-Insights für Reels zählen Wiedergaben, erreichte Konten, „Gefällt mir“-Angaben, Kommentare und wie oft ein Reel gespeichert oder geteilt wurde.

03

F: Kann ich für Reels auch Stories-Sticker verwenden?

A: Interaktive Sticker (z. B. Umfrage, Fragen) und Link-Sticker sind zwar nicht verfügbar, du kannst aber die Untertitel-Sticker für Reels verwenden.

04

F: Unterstützt Reels die Collab-Funktion?

A: Ja. Mit Collabs kannst du andere Konten dazu einladen, als Partner in Reels oder Feed-Beiträgen zu erscheinen. Deine Collab-Posts erscheinen sowohl in deinem Feed als auch im Feed der Partner. So kannst du deine Reichweite vergrößern.

05

F: Kann ich Reels hervorheben oder bewerben?

A: Nein, Reels können derzeit nicht hervorgehoben oder beworben werden.

06

F: Was passiert, wenn ein Video, für das ich einen Remix erstelle, gelöscht wird?

A: Wenn das Video entfernt wird, für das du den Remix erstellt hast, dann wird auch der Remix entfernt.

FAQs

07

F: Warum sollte ich Reels verwenden, statt Videos oder Stories?

A: Reels ist eine neue Möglichkeit, um Videos auf Instagram anzusehen und zu teilen. Reels ist speziell für kurze, unterhaltsame Videos gedacht, die auf Instagram ein breites Publikum erreichen können. Außerdem gibt es einzigartige Bearbeitungstools. Mit Reels, Videos und Stories bieten wir den Menschen verschiedene Wege, ihre Videos nach ihren eigenen Vorstellungen zu teilen: kurz oder lang, schlicht oder bearbeitet, vorübergehend oder dauerhaft.

08

F: Kann ich bei einem Instagram-Video, das länger als 60 Sekunden ist, den Teil des Videos auswählen, für den ich einen Remix erstellen möchte?

A: Wenn du iOS verwendest, kannst du das Instagram-Video nach Wunsch kürzen und einen beliebig langen Teil für deinen Remix auswählen. Vergiss nicht, dass dein Remix insgesamt nicht länger als 60 Sekunden sein darf. Das ist die aktuell mögliche Länge für Remixe auf Reels. Unter Android kannst du derzeit nur einen Remix von Videos erstellen, die höchstens 60 Sekunden lang sind. Eine Funktion zum Kürzen wird bald verfügbar sein.

09

F: Kann ich die Funktionen „Remix“ und „Collab“ kombinieren?

A: Ja. Mit Collab kannst du einen Remix gemeinsam mit einem anderen Konto erstellen. Um die Funktionen „Remix“ und „Collab“ zu kombinieren, nimmst du einen Remix auf oder lädst ihn aus deiner Galerie hoch und tippst auf „Vorschau“ und dann auf „Weiter“. Markiere Personen und tippe dann auf „Co-Autor einladen“, damit ein anderes Konto am Reel mitarbeiten kann. Wenn du eine Zusage erhältst, werden in der Überschrift des Reels beide Konten genannt und der Remix wird mit den Abonnent*innen beider Konten geteilt. Mehr über Collab erfährst du in unserem Hilfebereich.