



## **Neue Nutzungsbedingungen von Facebook für Januar 2015 geplant**

Facebook kündigte bereits im November 2014 die Änderungen seiner Nutzungsbedingungen (AGB) zum 01. Januar 2015 mit folgenden Worten an: „Wir möchten dazu beitragen, dass du verstehst, wie Facebook funktioniert und wie du deine Informationen kontrollieren kannst.“ Dies ist zwar vom 01. Januar 2015 verschoben worden, wird aber im 1. Quartal kommen.

In einer sehr kurz gehaltenen Mail erfuhren die Nutzer von Facebook, dass sie mit dem Akzeptieren der neuen Nutzungsbedingungen damit einverstanden sind, mehr und Personen bezogene Werbeanzeigen in Ihrem Stream angezeigt zu bekommen.

Was haben diese neuen Nutzungsbedingungen nun zur Folge?

### **1. Nutzung von Facebook**

Nur die Nutzer, die diese neuen Nutzungsbedingungen akzeptieren, können Facebook weiterhin nutzen. Dies ist von Facebook als ein Automatismus angelegt worden, nur wenn man Facebook komplett verlässt und seinen Account löscht entgeht man den neuen Nutzungsbedingungen.

### **2. Kaufoption**

Facebook will in Kürze nicht nur die Aktivitätsdaten seiner registrierten Nutzer, sondern auch ihre Zahlungsdaten und ihre Kaufgewohnheiten auswerten. Facebook bereitet sich jetzt schon darauf vor in Zukunft Bezahlmöglichkeiten anbieten zu können.

### **3. Standortbezogene Werbung**

Facebook wird intensiver die Ortungsfunktion des Smartphones nutzen auf dem die Facebook-App installiert ist. Damit kann Facebook, bei der Freigabe der Standortdaten, dem Nutzer Anzeigen von Kaufhäusern, Restaurants oder Handwerksbetrieben aus der unmittelbaren Umgebung anzeigen. Facebook will damit eine noch gezieltere Werbung für den Nutzer platzieren. Wollen Sie dies nicht, dann deaktivieren sie die Ortungsfunktion für die Facebook-App auf Ihrem Smartphone. Auf dem PC ist dies nicht möglich, da dieser immer von der jeweiligen IP-Adresse identifiziert wird.

### **4. Interessentenbezogene Werbung**

Falls Sie Facebook auf ihrem PC immer in einem separaten Reiter aufhaben oder die Facebook-App immer im Hintergrund laufen lassen, wertet Facebook Ihre besuchten Websites und genutzten Apps aus. Auf Android Smartphones können sie dies noch nicht unterdrücken, auf Apple Smartphones ist dies durch die internen Sicherheitseinstellungen von Apple verboten. Falls sie dies auf Ihrem PC und Android Smartphone nicht wollen, dann müssen sie sich jedes Mal nach ihrem Facebook-Besuch komplett abmelden. Damit will Facebook noch gezieltere Werbung schalten.

### **5. Werbung bewerten**

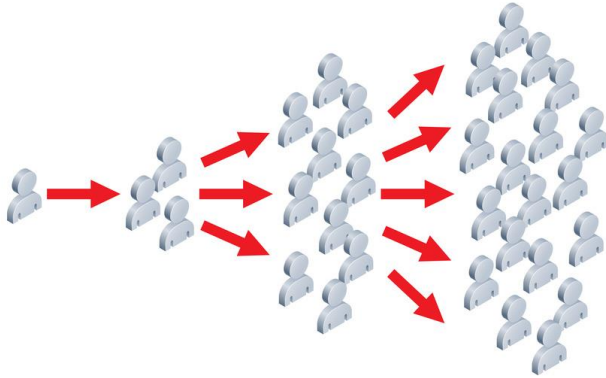
Nutzer können nun gezielter die Werbung, die Ihnen angezeigt wird bewerten. Ihnen wird angezeigt, wie der Werbetreibende sie eingestuft hat. Also in welcher Zielgruppe der Werbetreibende den Nutzer sieht und weshalb die Werbeanzeige erscheint. Damit soll der Nutzer die Werbung als weniger störend empfinden. Im Umkehrschluss kann Facebook demnächst mehr Geld von den Werbetreibenden – also uns als Trainer, Berater und Coaches - verlangen, da die Zielgruppe noch genauer definiert werden kann.

Alle Änderungen der Nutzungsbedingungen sind unter:

[www.facebook.com/about/privacy/update](http://www.facebook.com/about/privacy/update)

zu finden.

## So erhöhen Sie Ihre Facebook-Reichweite – ohne dafür zu zahlen



Sie wollen mehr Reichweite über Facebook erhalten? Dann sollten Sie für mehr Nutzer-Engagement sorgen. Das ist eigentlich schon der Profi-Tipp. Dazu raten auch immer mehr Experten. Beiträge, die ständige Interaktionen einsammeln, die also für Ihre Nutzer relevant sind, werden von Facebook als relevant eingestuft. Im Rahmen des sogenannten „Story Bumping“ noch nach Tagen in den oberen Bereich des Newsfeeds Ihrer Fans angezeigt. Interaktionen können Kommentare, Likes oder Shares sein. In diesem Sinne gibt es genau drei Möglichkeiten, um Ihre interessierten Abonnenten und Fans Ihrer Facebook-Seite zum Mitmachen anzuregen. Dafür gibt es ein paar wichtige Regeln, was die verschiedenen Formate im Newsfeed angeht. Hier habe ich einige Tipps für Sie niedergeschrieben.

### 1. Erstellen Sie immer relevante Beiträge

Um nur einen einzigen relevanten Beitrag zu erstellen, sollten, nein müssen Sie sich zunächst darüber im Klaren sein, wer eigentlich die Leser beziehungsweise Ihre Kunden sind, die Ihre Facebook-Seite abonniert und damit verbunden haben. Wer ein Blog über Trainermethoden betreibt, wird womöglich weniger Erfolg haben, sobald er über ein aktuelles Twitter-Phänomen berichtet – es sei denn, es hängt mit der Branche zusammen. Wenn Ihre Facebook-Seite zudem an Unternehmen gerichtet ist, finden diese Ihre Jobausschreibungen womöglich uninteressant. Finden Sie heraus, wer Ihre Fans sind und was sie interessiert.

### 2. Verstehen Sie den Newsfeed-Algorithmus von Facebook

Das klingt jetzt tollkühn - Niemand versteht den Newsfeed-Algorithmus bis ins Detail, auch ich nicht. Es ist – ähnlich, wie bei Googles Suchmaschinen-Algorithmus – so, dass Facebook ab und an bestimmte Merkmale veröffentlicht. So schreibt Facebook zum Beispiel ganz offen, dass Text-Posts gegenüber Foto-, Video- und Link-Posts weniger Reichweite erzeugen. Halten Sie es also so, dass Sie zu jedem geschriebenen Posting ein Foto, Video oder Link veröffentlichen.

### 3. Nehmen Sie sich die Zeit für ansprechende Bilder

Facebooks visueller Focus ist in den letzten Jahren immer mehr in den Vordergrund gerückt. Dies gilt vor allem im mobilen Newsfeed, also in der App oder auf Smartphones, wo Texte wesentlich kleiner dargestellt werden. Wenn Sie beispielsweise einen Link veröffentlichen, sollten Sie immer dafür sorgen, dass Sie damit ein entsprechendes Titelbild ausgegeben wird. Fotos nehmen einen großen Teil Ihres Postings ein und sind prominenter abgebildet, als die Überschrift oder der Beschreibungstext. Diese Eyecatcher sorgen oft dafür, dass Nutzer beim Scrollen kurz mit dem scrollen aufhören und sich mit Ihrem Posting beschäftigen – im besten Fall auch interagieren.

#### **4. Stellen Sie Fragen und fördern Sie Diskussionen**

Wer fragt der führt und bekommt meist immer Antworten, so heißt es. Dies trifft besonders auf Facebook zu. Hier ist ein schneller Kommentar leicht abgesetzt. Tipp: Je strittiger Sie die These der Frage stellen, desto mehr wird sie von den Interessierten diskutiert. Es ist sehr sinnvoll, dass Sie die Diskussionen moderieren und in den Kommentaren auf Antworten eingehen oder Folgefragen an besonders aktive Nutzer richten. Wer das auf eine schlaue Art und Weise hinbekommt, kann zu einem wichtigen Austauschkanal für die eigene Community werden. Diskussionen sind gut und wertvoll für die Sichtbarkeit der eigenen Beiträge.

#### **5. Arbeiten Sie häufig mit Emotionen**

Mit Emotionen lösen Sie oft Interaktionen aus. Die Fanpage Karma hat [in einer Studie ermittelt](#), dass spaßige Beiträge viele Likes und Shares auslösen. Zorn hingegen generiert Kommentare und Angst mit vielen Shares. Hier sollten Sie natürlich auch den Journalismus betrachten. Dieser arbeitet nach der Devise: „Schlechte Nachrichten sind gute Nachrichten!“ Sie können in Ihren Postings darauf achten, die Gefühle Ihrer Fans anzusprechen. Was bewegt gerade in Ihrem Fachthema Ihre Fans? Seien Sie nicht krampfhaft witzig – das geht in der Regel immer nach hinten los.

In der nächsten News&Facts werde ich Facebook verlassen und Ihnen einen Überblick über die Social Media Netzwerke geben

Ihr  
Bernd Braun  
Vizepräsident