

FIND US ON FACEBOOK!



VON RONJA DAUBEL & FRANZISKA SCHÄDLER

INHALTSVERZEICHNIS

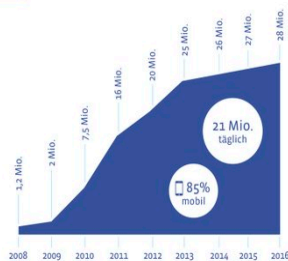
❖ Warum Facebook?	S. 2-3
❖ Was ist das Ziel?	S. 4
❖ Erste Schritte und Infos	S. 5
❖ Noch effektiveres Marketing	S. 6-7
❖ Die 10 größten Fehler	S. 8
❖ Vorsicht bei Bildern!	S. 9
❖ Facebook-Präsenz von Archiven	S.10
❖ Quellen	S.11

WARUM FACEBOOK?

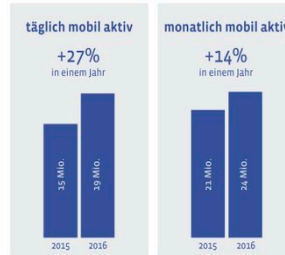
Facebook ist das größte international aktive Netzwerk, das über 28 Millionen Deutsche täglich nutzen. Auf dieser Plattform können sich Unternehmen ihren Interessenten und potentiellen Kunden vorstellen und präsentieren. Durch eine Facebook-Unternehmensseite werden Menschen direkt erreicht und können über Neuigkeiten informiert und zur aktiven Teilnahme, durch z.B. Umfragen, aufgefordert werden.

Facebook-Marketing gehört zu den effektivsten Methoden des Social-Media-Marketings, der Werbung und Umsatzförderung. Die Grundlage hierfür bildet eine Unternehmens-Facebook-Seite mit individuellen Beiträgen, professionellem Bild- und Textmaterial sowie ansprechender Aufbereitung. Durch zielorientierte Ideen und deren Umsetzung wird eine Facebook-Seite erfolgreich genutzt.

28 Millionen Deutsche nutzen Facebook



24 Millionen Deutsche nutzen Facebook mobil



1

Die größtmögliche Reichweite erreicht man dabei durch ein interessantes und professionelles Gerüst und gut gewählte Facebook-Werbeanzeigen oder Kampagnen und zielgruppengerechte Angebote. Über die sogenannte „Fan-Page“ können auch Gewinnspiele betrieben, Aktionen präsentiert oder neue Produkte vorgestellt werden.

Nach konzeptionellem und professionellem Aufbau sollte die Seite auf hohem Niveau betreut werden. Sehr wichtig sind regelmäßige, zweckgerichtete und verlässliche Inhalte, um die Seite aktuell zu halten. Die „Fans“ möchten und sollen dauerhaft mit Infos, Angeboten und Attraktionen versorgt werden. Außerdem besteht die Möglichkeit durch Umfragen ehrliches Feedback von den „Fans“ zu erhalten.

Um die Seite lebendig zu erhalten sollte man sie dauerhaft mit wichtigen, aktuellen und gut strukturierten Informationen versorgen. Das ist allerdings nicht immer einfach, oft zeitaufwendig und nicht immer ganz gefahrenfrei.

2

WARUM FACEBOOK?

- *73 Prozent der Konsumenten sind der Meinung, dass Facebook-Marketing das wichtigste soziale Netzwerk für lokale Unternehmen ist*
- *61 Prozent der kleineren Unternehmen nutzen bereits Facebook für Marketing-Maßnahmen*
- *Insgesamt gibt es 50 Millionen Facebook-Seiten, 40 Millionen-Seiten betreiben kleinere Firmen*
- *Seit Februar verzeichnet Facebook 25 Prozent mehr aktive Werbungtreibende. Mittlerweile nutzen 2,5 Millionen Advertiser das soziale Netzwerk*

Im folgenden Leitfaden für Facebook-Marketing werden verschiedene Bereiche beleuchtet, die dabei helfen sollen eine erfolgreiche Facebook-Unternehmens-Seite zu erstellen und sie nach der Erstellung weiterhin erfolgreich einzusetzen. Es werden erste Schritte vorgestellt, die Ihnen helfen ein grobes Gerüst Ihrer Unternehmens -Seite zu erstellen und überhaupt "existent" auf Facebook zu werden. Ist die erste Hürde überwunden, geht es daran diese Seite für Marketingzwecke optimal und bestmöglich zu nutzen. Dazu werden Ihnen im Folgenden Tipps gegeben, wie Sie z.B. bei Umfragen genau die für Sie relevanten Leute erreichen oder welche Tools Sie dabei unterstützen Ihren Marketingerfolg zu analysieren.

Aber auch Facebook hat natürlich genauso Nachteile, wie es Vorteile hat. Falsch angewendet oder unbedacht genutzt kann es sich ganz schnell ins Gegenteil verkehren und Ihnen mehr Ärger, als geschäftlichen Erfolg bringen. Um das zu vermeiden, haben wir die 10 größten Fehler für Sie zusammengestellt.

Zwei weitere wichtige Bereiche mit denen sich dieser Leitfaden befasst, sind zum einen der der Bildnutzung und die spezielle Facebooknutzung für Archive. Ähnlich wie bei den "10 größten Fehlern", können auch bei der Bildnutzung auf Facebook Probleme entstehen, die Ihnen Ärger bis hin zu Mahnungen einbringen können. Damit das nicht passiert und Sie Bilder bedenkenlos posten und teilen können, werden zusätzlich Regeln beleuchtet, die es zu beachten gilt, für eine rechtlich korrekte Bildnutzung.

Der zweite Bereich, die Facebook-Präsenz von Archiven, beschäftigt sich damit, welchen Sinn eine Archiv-Facebook-Seite hat, welche Hürden es noch gibt und wie "Werbung" für ein Archiv aussehen könnte.

Ziel dieses Leitfadens ist es, dass Sie anhand dieser Tipps und Tricks eine erfolgbringende Facebook-Unternehmens-Seite erstellen können, die Sie auf das World-Wide-Web loslassen können und auf der sich Ihr Unternehmen bedenkenlos präsentieren kann mit den Worten:

"Find us on Facebook!"

WAS IST DAS ZIEL?

Es gibt eine Vielzahl von möglichen Zielen für eine Facebook-Präsenz von Unternehmen, über die Sie sich Gedanken machen sollten bevor Sie eine Facebook-Unternehmens-Seite ins Leben rufen.

Hier einige Beispiele:

- Neukunden akquirieren
- Kunden binden
- Umsatz steigern
- Bekanntheit steigern
- Unternehmens-Image verbessern
- Besseren Service und Kundennähe bieten
- Kunden um Produktvorschläge und -verbesserungen bitten
- (Mehr) Traffic auf der Internetseite erhalten
- Bessere Auffindbarkeit bei Google erzielen
- Sich als Experte positionieren
- Personal suchen (Stellenanzeigen)
- Positive Mundpropaganda nutzen

"Das Ziel ist nicht auf Facebook erfolgreich zu sein, sondern mit Hilfe von Facebook geschäftlichen Erfolg zu generieren!"

Egal welches Ziel genau Sie mit Ihrer Facebook-Präsenz erreichen wollen, vergessen Sie nie, dass Facebook eine "Bühne" ist mit allein deutschlandweit 28 Millionen Zuschauern, und Ihr Unternehmen sich gewissermaßen eine Hauptrolle bewirbt! Das Wissen um Ihre Mitkonkurrenten sollte Sie motivieren und inspirieren, aber keinesfalls

WAS IST DAS ZIEL?

abschrecken. Und dieser Leitfaden soll Ihnen dabei helfen, sich als Unternehmen im weltweit erfolgreichsten sozialen Netzwerk zu präsentieren!

Seiteninformationen

- ❖ Wählen Sie die passende Kategorie für ihre Unternehmensseite und verfassen Sie eine ausführliche Beschreibung!
- ❖ Fügen Sie eine **benutzerdefinierte Facebook-Internetadresse hinzu!**
- ❖ Um einen höheren Rank bei den Suchergebnissen zu erzielen **verifizieren Sie ihre Facebook-Seite!**
- ❖ Erstellen Sie ein **Impressum** und listen zusätzliche Informationen wie zum Beispiel Öffnungszeiten auf!

Fanbase

- ❖ Machen Sie offline auf ihre Seite aufmerksam (Hinweis auf Visitenkarten / Aufsteller) und nutzen Sie andere Medien (Link in E-Mail-Signatur)!
- ❖ Bieten Sie exklusive Einblicke und Mehrwert der nur für Fans der Seite zur Verfügung steht!
- ❖ Finden Sie Key-Influencer die mit ihrer Zielgruppe vernetzt sind und sie promoten!
- ❖ Taggen Sie andere relevante Seiten in ihren Beiträgen und interagiert mit diesen

Kommunikation

- ❖ Einheitliche Kommunikation ist wichtig wenn mehrere Leute am Profil arbeiten – Legen Sie Regeln fest!
- ❖ Sprechen Sie in der Sprache ihrer Zielgruppe und passen Sie die Kommunikation der Unternehmenskommunikation an!
- ❖ Antworten Sie auf Bewertungen, Nachrichten und Kommentare / stellen Sie Regeln auf zum Umgang mit Kritik

Content

- ❖ Verfassen Sie ihre Beiträge kurz und prägnant!
- ❖ Beziehen Sie sich auf aktuelle, relevante Ereignisse und Themen!
- ❖ Posten Sie regelmäßig – Marketingexperten empfehlen bis zu 4 Posts pro Tag!
- ❖ Stellen Sie Fragen und geben Sie ihren Lesern Mitspracherecht, so erhalten Sie ehrliches Feedback

NOCH EFFEKTIVERES MARKETING

Nutzen Sie für noch effektiveres Facebook-Marketing:

❖ Facebook Ads

Eine Facebook Werbeanzeige (Facebook Ad) wird nur Facebook-Nutzern gezeigt, die relevante Seiten geliked haben und/ oder einer bestimmten demographischen Gruppe entsprechen (all das können Sie detailliert selber einstellen). So erhöht sich die Chance, dass Ihre Anzeige direkt deine Zielgruppe findet.

❖ Interessanten Inhalt

Füllen Sie Ihre Facebook-Seite mit interessanten/ relevanten Inhalten für die Fans (potenziellen Kunden). Aktualisierungen, durch Posts, Infos über Sonderangebote, Ereignisse, Teilen anderer, aber relevanter Inhalte.

❖ Bilder und Zitate

Nutzen Sie ansprechende Bilder und Zitate die zum Thema passen, sogenannte „Eyecatcher“. Laut Marketingexperten sollen besonders Bilder mit großen Kontrasten und schwarz-weiß Bilder am effektivsten dafür sein. Nutzen Sie auch neue Funktionen, wie z.B. 360Grad Videos um Aufmerksamkeit zu erregen.

❖ Persönliches

Auch persönliche Gedanken, Erfahrungen, Meinungen und Erlebnisse können für das Publikum interessant sein. Wer solche offenbart, erntet dafür Sympathie und damit auch häufig Likes, Shares und Kommentare. Hierbei sollten Sie allerdings aufpassen, dass es nicht ins Unprofessionelle abrutscht.

NOCH EFFEKTIVERES MARKETING

❖ **Das Recyclen von Content**

Jeder Inhalt kann auch mehrmals gepostet werden. Der Sinn dahinter ist es, Zeit und Arbeit zu sparen, aber dennoch neue Likes zu generieren. Das lässt sich aber nur anwenden, wenn Sie daneben genug „neuen“ Content veröffentlichen. Idealerweise können Sie hierfür Posts nutzen, die bei Ihren Fans bereits besonders beliebt sind. Damit steigt die Chance, dass andere relevante Facebook-Nutzer die Posts ebenfalls gut finden.

❖ **Einschränkungen der Zielgruppe**

Facebook bietet die Möglichkeit das Publikum für Ihre Beiträge einzuschränken. Das kann z.B. sinnvoll sein, wenn ein lokales Event beworben werden soll. Neben der Einschränkung des Ortes können Sie auch nach Geschlecht, Beziehungsstatus, Ort, Ausbildung, Alter und Sprache differenzieren. Dieses Facebook Feature ist standardmäßig ausgeschaltet.

❖ **Gewinnspiele**

Ein beliebtes und wirksames Tool, um an mehr Likes zu gelangen, sind Gewinnspiele. Dabei ist es wichtig, Produkte oder Dienstleistungen zu verlosen oder anzubieten, die auch für Ihren Betrieb relevant sind. Nur so kann sichergestellt werden, dass Ihre Zielgruppe angelockt wird.

❖ **Das Analysetool**

Facebook hat ein eingebautes Analysetool, mit dem Sie herausfinden können, wie Ihre Fans auf Ihre Posts reagieren. Liken, teilen und kommentieren sie? Welche Art von Posts ist besonders beliebt, bei welchen herrscht dagegen Stille? Zu welchen Uhrzeiten bekommen Sie die meisten Klicks? Nutzen Sie anschließend die Ergebnisse der Analyse, um den Content Ihrer Seite zukünftig weiter zu verbessern.

NOCH EFFEKTIVERES MARKETING

Selbst „Profis“ unterlaufen immer wieder klassische Facebook-Fehler, die ein gut gedachtes Facebook-Marketing schnell ruinieren oder zumindest stören können. Hier finden Sie 10 Fehler, die es zu umgehen gilt!

1. Ein Profil anstatt einer Unternehmensseite erstellen – Profile sind für Privatpersonen!
2. Zu wenig posten – Eine Unternehmensseite, die leben soll, muss gefüllt werden. Regelmäßige Posts und Updates sind unersetzlich!
3. Zu viel posten – Wer zu viel postet riskiert dass die Abonnentenzahlen sinken. Posts ohne Mehrwert sollten vermieden werden!
4. Zur falschen Zeit posten – Zielgruppenabhängig sind die User zu unterschiedlichsten Zeiten am aktivsten (Tipp: Posts sind zeitlich steuerbar)!
5. Nur eigene Inhalte veröffentlichen – Verlinkungen zu anderen Seiten sind unerlässlich denn diese gestalten eine Seite abwechslungsreich!
6. Nur Fremdinhalte veröffentlichen - Somit werden Besucher nur auf andere Seiten gelenkt!
7. Copyright missachten – Bilder im Internet sind urheberrechtlich geschützt, eine Abmahnung ist nicht weit bei Missachtung!
8. Nicht oder falsch auf Feedback reagieren – Ein professioneller Umgang mit Kritik ist Pflicht!
9. Beiträge, Kommentare oder Bewertungen löschen – Lieber konstruktiv auf Anmerkungen eingehen und den Usern antworten!
10. Kein Impressum nutzen – Informationen wie Adresse, Telefonnummer oder Öffnungszeiten sind unerlässlich für Kunden!

VORSICHT BEI BILDERN

Facebook lebt von Bildern. Profil- und Titelbilder werden regelmäßig gewechselt, Posts werden damit geschmückt, und Grafiken/ Videos werden geteilt. Aber nur, weil es jeder macht, heißt das nicht, dass man es auch selbst unbeschwert tun sollte.

WICHTIG: Facebook ist kein rechtsfreier Raum. Das bedeutet, dass für alle Inhalte, die im „Social Network“ verbreitet werden, auch die Gesetze des Urheber- und Persönlichkeitsrechts gelten. Viele Facebook-User wissen nicht, dass sie sich durch das Posten fremder Bilder strafbar machen können. Wenn Sie verhindern möchten, dass Sie eine Abmahnung oder Klage deswegen bekommen, sollten Sie die folgenden Tipps beherzigen:

❖ Keine geschützten Bilder posten

Bevor Sie ein Bild, das jemand anderes gemacht hat, auf Facebook publizieren, sollten Sie überprüfen, ob dieses durch Copyright geschützt ist. Ist das der Fall, wird vom Posten dringend abgeraten! Das gilt für Agenturbilder oder Bilder von freiberuflichen Fotografen.

❖ Vorsicht bei der Link-Vorschau

Auch das Teilen von Links ist nicht unbedenklich. Facebook erzeugt bei Links kleine Vorschauen, in denen Bilder oder Bildausschnitte zu sehen sind. Handelt es sich dabei um ein geschütztes Bild, können Sie dafür rechtlich belangt werden. Es empfiehlt sich, vor dem Teilen eines Links die Miniaturbilder aus der Vorschau herauszunehmen.

❖ Vorsicht auch bei Grafiken und Videos

Was für Fotos gilt, gilt auch für Karikaturen oder Comics oder Videos. Das gilt jedoch nicht für YouTube-Videos oder Videos von Webseiten, die Share-Buttons für soziale Netzwerke beinhalten, da diese meistens zur viralen Verbreitung erstellt wurden.

❖ Pinwand kontrollieren

Auch für urheberrechtlich geschützte Bilder, die jemand anderes an Ihre Pinwand postet, können Sie abgemahnt werden. Wenn Sie diese Fotos nicht löschen, bieten Sie diesen Bildern eine Plattform, machen sie also einer breiten Öffentlichkeit zugänglich. Sie sollten deshalb vorsichtshalber fremde Bilder von Ihrer Pinwand entfernen.

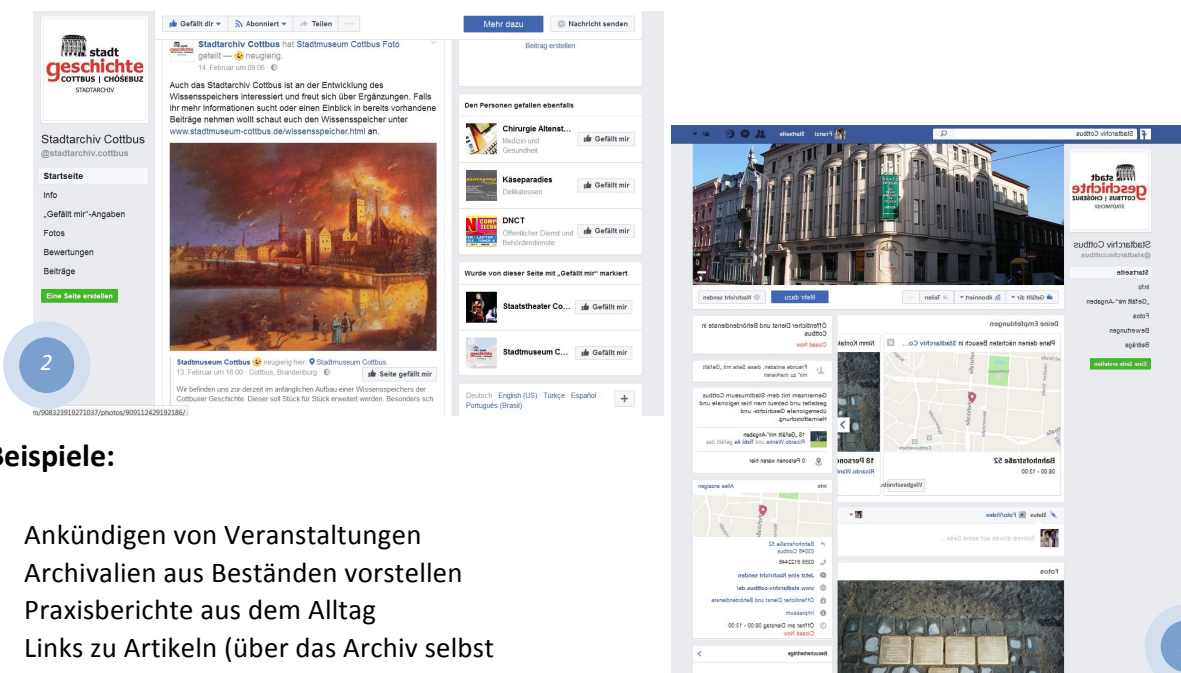
❖ Persönlichkeitsrechte beachten

Das Recht am eigenen Bild besagt, dass Personen um Erlaubnis gefragt werden müssen, bevor Fotos, auf denen sie abgebildet sind, online gestellt werden dürfen (ausgenommen sind Personen des öffentlichen Lebens oder Menschenmengen). Hat die abgebildete Person ihre Zustimmung nicht gegeben, sind sowohl die Personen die das Bild posteten, als auch die die das Foto gemacht haben haftbar. In diesem Fall könnten Sie wegen einer Verletzung des Persönlichkeitsrechts verklagt werden.

FACEBOOK-PRÄSENZ VON ARCHIVEN

Auch Archive betreiben Marketing. Doch anders als die meisten Unternehmen, wollen sie keine Produkte im eigentlichen Sinne verkaufen, sondern ihre Dienstleistungen bewerben und auf sich aufmerksam machen. Social Media ermöglicht den Nutzern und auch den Kollegen sich untereinander auszutauschen, zu kommentieren, zu bewerten und gemeinsam Inhalte zu gestalten. Dadurch wird die bisherige "Einweg-Kommunikation" abgelöst und der Dialog mit dem Nutzer wird möglich. Den Archiven werden hiermit zahlreiche Möglichkeiten geboten, zum Beispiel neue Nutzer zu erreichen und jede Altersgruppe anzusprechen oder ihre Kundennähe zu verbessern und dadurch besseres Feedback zu erhalten.

Der Einsatz von Facebook im Archivwesen eignet sich aber auch zum Beispiel dafür, der Öffentlichkeit einen Einblick in den Alltag im Archivwesen zu geben oder auch die Bedeutung eines Archivs zu vermitteln. Außerdem dient die Nutzung von Facebook natürlich, wie erwähnt, der Kommunikation, Interaktion und dem Informationsaustausch. Auch Archive untereinander oder andere kulturelle Institutionen können sich so vernetzen und voneinander profitieren.



Beispiele:

- ❖ Ankündigen von Veranstaltungen
- ❖ Archivalien aus Beständen vorstellen
- ❖ Praxisberichte aus dem Alltag
- ❖ Links zu Artikeln (über das Archiv selbst oder den Bestand bzw. einen speziellen Teil)
- ❖ Archive liken sich gegenseitig
- ❖ Liken des Ortes, ähnlichen Museen, Bibliotheken etc.

Die Präsenz von deutschen Archiven ist allerdings zurzeit noch ziemlich gering. Das liegt unter anderem daran, dass viele Stadtverwaltungen und Landesministerien die Nutzung von Facebook äußerst skeptisch betrachten. Bedenken aufgrund möglicher Missachtung von Urheber- und Nutzungsrechten sind groß. Darüber hinaus ist die vermeintlich kostenfreie Nutzung von Social-Media-Plattformen meist mit der Abgabe von Verwertungsrechten verbunden ("*Du gibst uns eine nicht-exklusive, übertragbare, gebührenfreie, weltweite Lizenz zur Nutzung jeglicher IP-Inhalte, die du auf oder im Zusammenhang mit Facebook postest.*", Facebook AGBs)

Bildquellen:

(Titelbild)

<http://successagency.com/blog/wp-content/uploads/2012/06/facebook-advertising-300x282.jpg>

(1)

http://allfacebook.de/zahlen_fakten/erstmals-ganz-offiziell-facebook-nutzerzahlen-fuer-deutschland

(2)

<https://www.facebook.com/stadtarchiv.cottbus/?fref=ts>

(3)

<https://www.facebook.com/stadtarchiv.cottbus/?fref=ts>

Textquellen:

- Allfacebook.de: Offizielle Nutzerzahlen für Deutschland (Stand: Februar 2016) online im www: http://allfacebook.de/zahlen_fakten/erstmals-ganz-offiziell-facebook-nutzerzahlen-fuer-deutschland [Abruf am 14.02.2017, 09:00 Uhr]
- Facebook Inc.: Nutzungsbedingungen Facebook. Online im www: <https://de-de.facebook.com/legal/terms> [Stand: 30. Januar 2015]
- Gulden Röttger Rechtsanwälte, Kanzlei für Urheber- und Medienrecht: Nutzungsrecht - Fotografen verlieren bei Facebook ihre exklusiven Nutzungsrechte an den eigenen Fotos. Online im www: <https://ggr-law.com/fotorecht/faq/foto-facebook-fotografen-exklusive-nutzungsrechte> [Abruf am 08.02.2017, 14:00 Uhr]
- Beilharz, Felix: 33 Tipps für besseres Facebook-Marketing (Stand: April 2015) Online im www: <https://felixbeilharz.de/33-tipps-fuer-besseres-facebook-marketing/> [Abruf am 10.02.2017, 10:15 Uhr]
- Seokratie.de: 73 Tipps, die Dein Facebook-Marketing auf ein neues Level bringen (Stand Februar 2016) online im www: <http://www.seokratie.de/73-facebook-tipps/> [Abruf am 10.02.2017, 11:30 Uhr]
- Upload-Magazin.de: Social Media für Unternehmen: Erfolgreiches Marketing auf Facebook (Stand Juni 2014) online im www: <http://upload-magazin.de/blog/8893-social-media-fuer-unternehmen-erfolgreiches-marketing-auf-facebook/> [Abruf am 10.02.2017, 12:15 Uhr]

QUELLEN

- [socialmedia-doktor.de: Bilder für Facebook – Alles, was Du wissen must online im www:](http://socialmedia-doktor.de/bilder-fuer-facebook/) <http://socialmedia-doktor.de/bilder-fuer-facebook/> [Abruf am 08.02.2017, 14:45 Uhr]
- [docplayer.org: Masterarbeit. Archivmarketing in sozialen Netzwerken online im www:](http://docplayer.org/15823130-Masterarbeit-archiv-marketing-in-sozialen-netzwerken.html) <http://docplayer.org/15823130-Masterarbeit-archiv-marketing-in-sozialen-netzwerken.html>
- [genum.de: Die 5 häufigsten Fehler beim Werben auf Facebook online im www:](https://genum.de/5-haeufigsten-fehler-beim-werben-auf-facebook/) <https://genum.de/5-haeufigsten-fehler-beim-werben-auf-facebook/> [Abruf am 13.02.2017, 08:45 Uhr]
- [blog.hubspot.de: Diese 10 Fehler machen viele Unternehmen auf Facebook online im www:](https://blog.hubspot.de/marketing/unternehmen-fehler-auf-facebook) <https://blog.hubspot.de/marketing/unternehmen-fehler-auf-facebook> [Abruf am 13.02.2017, 09:20 Uhr]