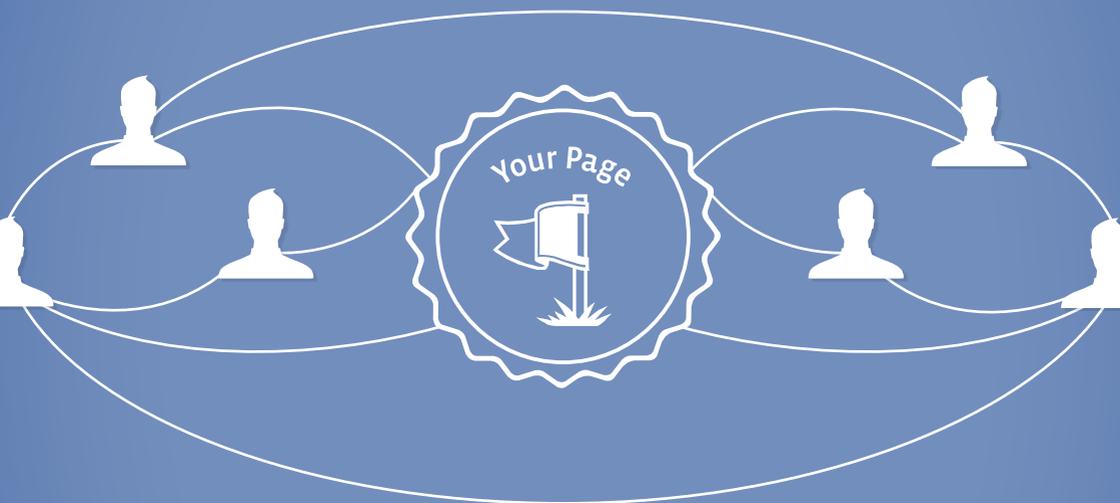


Facebook erfolgreich nutzen

Leitfaden für Politiker und Amtsträger



2013

Jeden Tag rufen Millionen von Menschen weltweit Facebook auf, um mit ihren Freunden in Verbindung zu treten und Inhalte, die ihnen gefallen, mit anderen zu teilen. Dieser Leitfaden soll Politikern und Amtsträgern helfen, Facebook-Seiten optimal zu nutzen, um ihre Botschaft zu vermitteln und tiefe und dauerhafte Verbindungen zu ihrem Publikum aufzubauen.

facebook

Intro: Facebook in Zahlen

1

Milliarde

Facebook weltweit

Seit Ende 2012 sind weltweit mehr als **1 Milliarde Menschen** bei Facebook aktiv. Jeder siebte Mensch der Erde hat damit ein Profil im größten sozialen Netzwerk der Welt. Facebook verbindet somit mehr Menschen als jede andere Organisation oder Institution über Länder- und Kontinentengrenzen hinweg.

25

Millionen

Facebook in Deutschland

In Deutschland zählt Facebook mehr als **25 Millionen aktive Nutzer**. Laut einer Studie gaben Ende 2011 rund 45 % der Deutschen an, bei Facebook aktiv zu sein. Und 51 % der Bevölkerung war mit einem eigenen Profil angemeldet. In der Altersgruppe der 14–29jährigen waren dies sogar 71 %. (BITKOM-Studie Soziale Netzwerke 2. Auflage 12/2011). Die am schnellsten wachsende Nutzergruppe sind hingegen die Nutzer 55+.

76

Prozent

Facebook-Profile MdBs

Facebook gehört im Jahr 2013 genauso zur Politik wie Rededuelle im Bundestag, Wahlplakate am Straßenrand und die Bürgersprechstunde im Wahlkreisbüro. Nach Erhebungen der Social Media-Analyse-Plattform Pluragraph.de haben **76 % der Abgeordneten** des Deutschen Bundestages **ein Facebook-Profil**. Insgesamt sind 471 Abgeordnete mit einem Profil vertreten. Mit 89 % finden sich die meisten Accounts in der SPD-Fraktion, dicht gefolgt von der Linksfraktion und der Bundestagsfraktion von Bündnis90/Die Grünen. (Stand: Januar 2013)

226

Abgeordnete

Facebook-Fanseiten von Bundestagsabgeordneten

Viele der Abgeordneten nutzen dabei private Profile, der Anteil der Fanseiten steigt aber kontinuierlich. Fanseiten sind das ideale Instrument für die politische Arbeit von Politikern und öffentlichen Personen. Bereits **226 Mitglieder des Bundestages** verfügen über eine **eigene Fanseite**. Dies entspricht ca. 36 % aller Abgeordneten. Die höchste „Fanseitenquote“ hat dabei mit 43,4 % die Linksfraktion.

5 Gründe für eine Facebook-Fanseite im Vergleich zu einem persönlichen Profil



Unbegrenzte Fans

Bei Fanseiten können Sie eine unbegrenzte Anzahl von „Gefällt mir“ erhalten. Persönliche Profile sind mit maximal 5000 Freunden limitiert.

Freundschaftsanfragen müssen zudem nicht mehr einzeln beantwortet werden.



Öffentliche Sichtbarkeit

Eine Fanseite ist immer öffentlich und auch für nicht angemeldete Facebook-Nutzer sichtbar. Sie kann deshalb auch bei Suchmaschinen indiziert werden und erscheint als eigene Seite in den Suchergebnissen. Damit verstärkt sich Ihre Präsenz und Wahrnehmung im Internet.



Analyse und Auswertung

Facebook-Fanseiten bieten eine Reihe von Analyse-möglichkeiten, um die eigene Performance anhand von Statistiken zu bewerten und zu optimieren.

(Facebook Insights).



Applikationen

Facebook-Seiteninhaber können ihrer Seite individuell Anwendungen (Apps), Tools und Plug-ins hinzufügen (z.B. zur Gestaltung von Start-Seiten, Fotos, Videos, Newslettern).



Werbung

Erweitern Sie Ihr Publikum und promoten Sie einzelne Beiträge oder bewerben Sie Ihre Fanseite zielgruppengenau. Anzeigen können nur für Fanseiten geschaltet werden.

Einführung zu Facebook-Seiten

Facebook-Seiten helfen Politikern und Amtsträgern dabei, am Gespräch teilzunehmen, ihre Neuigkeiten mit anderen zu teilen und einen sinnvollen Dialog mit ihren Anhängern und Wählern zu beginnen.

Eine Milliarde Menschen sind bereits auf Facebook und teilen jeden Tag die Dinge, die ihnen wichtig sind, mit anderen. Jeden Monat werden mehr als 30 Milliarden Inhalte wie Links, Neuigkeiten, Blogbeiträge, Notizen, Videos, Fotos usw. unter Freunden ausgetauscht. Wenn Sie eine Seite erstellen, können Sie:



- ✓ **Ihre Botschaft**
in Ihrer eigenen, unverwechselbaren Stimme vermitteln.
- ✓ **Interessante Inhalte veröffentlichen,**
u.a. Fotos, Videos und Links.
- ✓ **Einen Dialog beginnen**
durch Beiträge und Werkzeuge, die es Nutzern ermöglichen, Ihre Mitteilungen miteinander zu teilen und damit zu interagieren.
- ✓ **Ihren Einfluss verstärken,**
indem Ihre Anhänger und Fans Ihre Inhalte mit ihren Freunden teilen.
- ✓ **Ihre Botschaft bewerten und optimieren.**

Dieser Leitfaden soll Ihnen die Kenntnisse vermitteln, die Sie brauchen, um Ihre Strategie zu planen, Ihre Seite zu erstellen, Ihr Publikum aufzubauen und zu erweitern und Ihre Botschaft zu optimieren.

Ihr Publikum wartet.

Profitieren Sie von wichtigen Seitenfunktionen

Facebook ermöglicht es Ihnen als Politiker oder Amtsträger, schnell und problemlos eine eigene Fanseite zu erstellen. Dies dauert nicht länger als 30 Minuten.

Die Seiten sind so gestaltet, dass sie es Ihnen leicht machen, eine anspruchsvolle persönliche Präsenz aufzubauen, Ihre ganz eigene Botschaft zu vermitteln, Kontakt mit Anhängern und Wählern aufzunehmen und Ihre eigene Seite zu verwalten und zu optimieren. Ein kurzer Überblick über die wichtigsten Funktionen:



Die Elemente, die Ihre Identität ausmachen

Wählen Sie ein ansprechendes und authentisches Profilbild, das Ihre Persönlichkeit unterstreicht und im Newsfeed Timeline Ihrer Fans leicht zu erkennen ist. Zudem können Sie noch ein Titelbild wählen, das nur auf Ihrer Fanseite angezeigt wird und grafisch die aktuellen Inhalte Ihrer Seite unterstützt.



Profilbild



Titelbild

So vermitteln Sie Ihre Botschaft: Ihre Pinnwand

Teilen Sie Texte, Fotos, Videos, Podcasts und Links, erstellen Sie Veranstaltungen und stellen Sie direkte Fragen, um eine persönliche Beziehung zu Ihren Anhängern und Fans aufzubauen.



Botschaft



Fotos



So verbinden sich die Nutzer mit Ihnen und verbreiten Ihre Botschaft: „Gefällt mir“, Kommentare, Teilen von Beiträgen

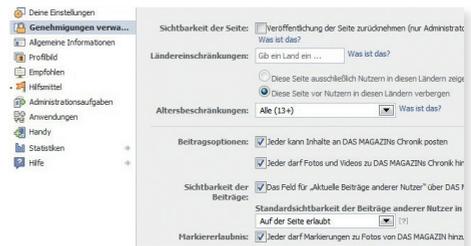
Wenn jemandem Ihre Seite gefällt, sehen dessen Freunde dies in ihren Neuigkeiten und können sich ebenfalls mit Ihnen verbinden. Außerdem können sie angeben, dass ihnen Ihre Beiträge gefallen und diese kommentieren oder teilen.



„Gefällt mir“- Schaltfläche „Gefällt mir“, Kommentare, Teilen-Funktion

So verwalten Sie Ihre Seite: Persönliche Einstellungen, Statistiken

Kontrollieren Sie den Zugriff auf Ihre Seite, aktualisieren Sie relevante Einstellungen und nutzen Sie die angebotenen Hilfsmittel.



Privatsphäre, Posting-Optionen durch Externe, Administratorenrechte und Genehmigungen verwalten



Statistiken

Bauen Sie Ihre Facebook-Seite einfach auf

Ihre Facebook-Seite wird erst richtig leben, wenn Ihre Anhänger und Wähler mit Ihnen interagieren. Um ein möglichst breites Publikum zu erreichen, sollten Ihre Beiträge so attraktiv sein, dass diese Ihren Fans gefallen, sie diese teilen oder kommentieren.

Ein deutscher Facebook-Nutzer hat im Durchschnitt 190 Freunde. Sobald einer Ihrer Fans mit Ihnen interagiert, können dessen Freunde diese Interaktionen sehen und sich mit ihrer Seite verbinden. Hier finden Sie die ersten Schritte auf dem Weg zur eigenen Fanseite:

1. Definieren Sie Ihre Strategie



Legen Sie Ihre Botschaft fest

Worin besteht Ihre Unverwechselbarkeit?
Sind Sie ein politischer Kandidat oder ein gewählter Amtsträger?
Wie können Sie Ihre Botschaft interessant, authentisch und persönlich vermitteln?



Definieren Sie Ihre Zielgruppe

Wen möchten Sie erreichen?
Wer sind Ihre Wähler und Unterstützer?
Wie möchten diese mit Ihnen in Kontakt treten?
Welche Inhalte sind Ihnen wichtig: Informationen zu Ihren Positionen, Veranstaltungshinweise, Berichte aus Ihrem politischen Alltag oder Diskussionen zu Ihren Themen?



Definieren Sie Ihre Ziele

Welche Art von Beziehung möchten Sie mit Ihren Fans und Anhängern aufbauen?
Wie viel Zeit können Sie für das Aktualisieren Ihrer Seite aufwenden und wie können Sie Facebook in Ihren Alltag integrieren?
Werden Sie Ihre Fanseite überwiegend von unterwegs über Ihr Mobiltelefon aktualisieren oder kümmert sich ein Team um die Pflege?

Nehmen Sie sich zu Beginn ein wenig Zeit für das Definieren und Priorisieren Ihrer Ziele. Es hilft Ihnen beim Erstellen einer Strategie und für die zukünftige tägliche Nutzung Ihrer Seite.

2. Erstellen Sie Ihre Seite

Rufen Sie als erstes die Seite facebook.com/pages/create.php auf und befolgen Sie dann die detaillierten Anweisungen zum Erstellen einer Seite. Wählen Sie zu allererst die Kategorie „Künstler, Band oder öffentliche Person“. Als Unterkategorie können Sie daraufhin zwischen „Politiker“ oder „Regierungsbeamter“ wählen. Wenn Sie eine offizielle Seite erstellen, verwenden Sie am besten Ihren kompletten Namen und Ihre Amtsbezeichnung. So werden Sie von anderen Nutzern am einfachsten gefunden.

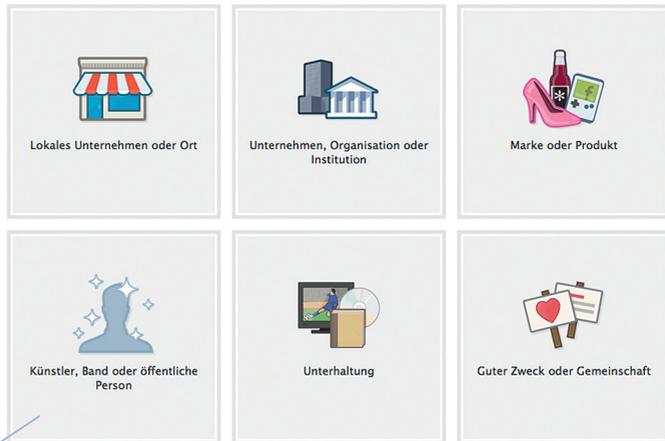
Wenn Sie Ihre Kampagnen- bzw. Kandidatenseite erstellen, sollten Sie dabei beachten, dass der Name der Seite später nicht mehr geändert werden kann. Verwenden Sie also möglichst von Beginn an einen Namen, der auch später für Ihr offizielles Profil verwendet werden kann.

Seite erstellen

Erstelle eine Facebook-Seite, um eine engere Beziehung zu deinem Publikum und deinen Kunden aufzubauen.

Seiten, die mir gefallen

Seiten, deren Admin ich bin



Künstler, Band oder öffentliche Person

Hast du ein Profil? Erfahre mehr darüber wie Nutzer deine öffentlichen Meldungen abonnieren können.

Politikerin

Name

Ich stimme den Richtlinien für Facebook-Seiten zu

Los geht's

3. Los geht's – Veröffentlichen Sie eigene Inhalte

Sobald die Fanseite angelegt ist, können Sie auch schon mit dem Veröffentlichen von Inhalten beginnen. Damit diese ein möglichst breites Publikum erreichen, hier ein paar Tipps für erfolgreiche Beiträge mit Beispielen aus der Praxis. Alle Beispiele stammen von den Bundestagsabgeordneten **Dr. Peter Tauber (CDU)**, **Lars Klingbeil (SPD)**, **Manuel Höferlin (FDP)** und dem Mitglied des Berliner Abgeordnetenhauses **Özcan Mutlu (Bündnis 90/Die Grünen)**.

1. Finden Sie Ihre Stimme

Seien Sie kommunikativ, persönlich und authentisch. Nehmen Sie sich Zeit, direkt auf Ihrer Seite Beiträge zu veröffentlichen – ihr Inhalt ist von größerer Bedeutung, wenn Ihr Publikum weiß, dass er direkt von Ihnen stammt. Erzählen Sie in Ihren Beiträgen aus Ihrer eigenen Perspektive. Zeigen Sie sich von einer Seite, die Menschen, die Sie nicht gut kennen, normalerweise nicht zu sehen bekommen. Verstellen Sie sich nicht und interagieren Sie mit Ihren Anhängern authentisch und aufrichtig – versuchen Sie, sich normal und ungezwungen zu geben, wie Sie das im Kreis Ihrer Freunde auch tun würden.

Beispiele



Lars Klingbeil:

„Auch die Sprache der Nachrichten auf Facebook ist von besonderer Bedeutung. Die Posts dürfen nicht nach einer kurzen Pressemitteilung aussehen. Ist ein Text zu lang oder zu kompliziert zu lesen, wird die Aufmerksamkeit des Lesers recht schnell auf einen anderen Beitrag gelenkt. Die Sprache sollte deshalb alltäglich und einfach verständlich sein.“

Dr. Peter Tauber:

„Facebook ist für mich eine gute Möglichkeit, Menschen über meine politische Arbeit zu informieren, die ich über klassische Medien nicht erreiche.“



Dr. Peter Tauber:

„Das gilt vor allem für junge Leute, die keine der regionalen Tageszeitungen lesen. Es gilt aber auch für Menschen, die sich speziell für die Themen interessieren, für die ich als Abgeordneter in Berlin fachpolitisch zuständig bin.“

II. Führen Sie Gespräche

Bauen Sie einen Dialog mit Ihrer Gemeinschaft auf Ihrer Seite auf und erfahren Sie, welche Themen Ihre Anhänger interessieren, welche Positionen sie haben und wie sie Ihre politische Arbeit bewerten.

Stellen Sie konkrete Fragen zu aktuellen Diskussionen, und posten Sie Fotos von Ihren Aktivitäten in Berlin und im Wahlkreis. Fordern Sie Ihre Anhänger dazu auf, Ihre Beiträge zu kommentieren und ihr Feedback direkt unter Ihre Beiträge zu schreiben. Antworten Sie den Personen persönlich, die Ihre Beiträge kommentieren – Ihre Wähler werden es zu schätzen wissen, dass Sie ihnen zuhören.

Beispiele



Dr. Peter Tauber:

„Mich interessiert, was diejenigen denken, die meine politische Arbeit unterstützen. Denn wer meine Facebook-Seite liked, der scheint sich für meine Arbeit zu interessieren. **Darum nutze ich meine öffentliche Seite auch für den direkten Dialog und natürlich antworte ich auf Kommentare, wenn es meine Zeit zulässt.** Da geht es oft kontrovers zu, aber das macht auch einen besonderen Reiz aus. Und für mich ist es eine gute Gelegenheit festzustellen, ob meine Argumente überzeugen oder gut genug sind.“

Manuel Höferlin:

„Zu aktuellen Themen frage ich meine Facebook-Freunde gerne, wie sie dazu stehen. **Dadurch bekomme ich einen guten Einblick, wie die Stimmung zu dieser Frage ist und komme über die Kommentarfunktion mit den Nutzern ins Gespräch.**“



Lars Klingbeil:

„Zum Beispiel schreiben mir Menschen Stellungnahmen oder Fragen zu unterschiedlichen Themen bei Facebook. Es ist leider nicht alltäglich, dass sich Bürger an Abgeordnete mit ihren Anliegen wenden. **Wenn sie es tun, müssen ihre Anliegen schnell aufgenommen werden.**“



III. Binden Sie den Bürger in Ihre Arbeit ein

Die meisten Bürger hören nur in den Wahlkämpfen von „ihrem“ Abgeordneten, da sie nur selten über die Medien von der konkreten Arbeit in Berlin oder im Wahlkreis erfahren. Facebook bietet Ihnen die Möglichkeit, auch zwischen den Wahlen kontinuierlich an der Basis präsent zu sein.

Sie haben die Möglichkeit, Ihre Themen und Positionen inhaltlich in aller Breite darzustellen, direktes Feedback zu erhalten und über Ihre Entscheidungen zu diskutieren. So schaffen Sie es, das Interesse der Bürger an Ihrer Arbeit auch zwischen den Wahlen zu erhalten. Informieren Sie Ihre Anhänger, und binden Sie diese in Ihre politische Arbeit ein. Damit erarbeiten Sie sich Vertrauen und nachhaltige Beziehungen zu Ihren Unterstützern.

Beispiele

Lars Klingbeil hat einen Link geteilt.
vor 2 Stunden

Heute durfte ich Peer Steinbrück auf seiner Länderreise begleiten, die ganz im Zeichen der Kreativwirtschaft stand. Einen Bericht findet ihr hier: http://peer-steinbrueck.de/laenderreise/94674/20130403_steinbrueck_fr_berlin.html

Elton John im Bällebad
peer-steinbrueck.de

Nächster Halt: Die Zukunft! Im Rahmen seiner Länderreise diskutierte Peer Steinbrück am Mittwoch mit dem Jugendumsemble des Deutschen

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

6 Personen gefällt das.

3 weitere Kommentare anzeigen

Lars Klingbeil nee, das sehe ich komplett anders. es geht um die richtigen rahmenbedingungen. schau dir die broschüre mal an. über eine rückmeldung würde ich mich freuen.
vor etwa einer Stunde · Gefällt mir

Lars Klingbeil:

„Die Bürger in den politischen Alltag zu integrieren gelingt grundsätzlich durch das Mitteilen der eigenen Aktivitäten. Facebook kann also erstens auf andere Medien hinweisen, in denen ich meine Politik umfassender erkläre, und zweitens ein niederschwelliges Angebot zur Teilhabe an meinen politischen Entscheidungen geben. **So bietet meine Facebook-Seite Raum für Menschen, die über politische Anliegen diskutieren wollen und mir so ihre Meinung mitteilen.**“

Dr. Peter Tauber:

„Spannend ist für mich zu erleben, welche Themen relevant sind. Oft ist es so, dass ich auf Postings Reaktionen bekomme, mit denen ich nicht gerechnet habe. Man merkt also sehr gut, was die Leute wirklich wichtig finden. **So ist Facebook praktisch ein Instrument zur permanenten Meinungsumfrage.**“

Peter Tauber
18. November 2012

Hier noch einmal 10 Fakten zum Betreuungsgeld

1. Der Bund stellt insgesamt 4,6 Milliarden Euro für die Kommunen zum Ausbau der Krippenplätze bereit, um dem Kommunen zu helfen, den Bundesanspruch zu erfüllen. In dem damals von der großen Koalition beschlossenen Gesetz ist neben dem Ausbau der Krippenplätze auch die Einführung eines Betreuungsgeldes vorgesehen.
2. Die Kommunen erhalten künftig jährlich 825 Millionen Euro pro Jahr zur Finanzierung der Kinderbetreuung. Damit...

Peter Tauber · Kommentieren · Teilen

IV. Bieten Sie attraktive Erlebnisse

Erwecken Sie mit attraktiven Inhalten, die Ihre Botschaft widerspiegeln und Ihr Publikum einbinden, Ihre Botschaft zum Leben: Veröffentlichen Sie z.B. Videos und Fotos von politischen Veranstaltungen, visuelle Beiträge sind wirkungsvoller als reiner Text. Erstellen Sie Facebook-Veranstaltungen, um Ihr Publikum zu Ihren Terminen, Versammlungen oder Wahlkampfveranstaltungen einzuladen und die Reichweite der Einladung zu erhöhen. Teilen Sie spannende Links zu Medien, Blogs oder zu aktuellen Beiträgen Ihrer Webseite. Feiern Sie Ihre Meilensteine, indem Sie zum Beispiel Ihren Fans mit einer persönlichen Videobotschaft danken, wenn eine bestimmte „Gefällt mir“-Anzahl erreicht ist.

Beispiele



Lars Klingbeil:

„Ich berichte auf Facebook von Terminen, stelle Fotos von Zusammentreffen und Videos meiner Reden auf Facebook. Um den Umfang der Wahlkreisarbeit zu verdeutlichen gebe ich pro Tag zwei, drei relevante Wahlkreis-terminen durch mein Team bekannt. Dadurch ist erkennbar, wie mein politischer Alltag im Wahlkreis aussieht. Zu meiner Arbeit in Berlin berichte ich von meinen Aktivitäten im Bundestag.“

Dr. Peter Tauber:

„Inzwischen lade ich auch zu politischen Veranstaltungen über Facebook ein. Ich habe eine eigene Veranstaltungsreihe ins Leben gerufen, den Berliner Abend. Da informiere ich über meine Arbeit in Berlin und berichte über aktuelle politische Entwicklungen. Dank der Einladung über Facebook erreiche ich Leute, die sonst zu solchen Veranstaltungen nicht kommen – auch weil sie gar nicht erfahren, dass sie stattfinden.“



Özcan Mutlu:

„Ich lege Wert darauf persönlich Posts zu verfassen, was es dem Nutzer erleichtert, sich ein Bild von dem Menschen Özcan Mutlu zu machen. Hier spielt z.B. der Sprachstil eine Rolle. Die höhere Anzahl und Qualität der Reaktionen zeigt, dass Nutzer durchschnittlich positiver auf Posts reagieren, aus denen hervorgeht, dass ich sie persönlich verfasst habe.“



V. Veröffentlichen Sie exklusive Inhalte

Mit exklusiven Inhalten machen Sie Ihre Facebook-Seite noch interessanter und wertvoller für Ihre Unterstützer und die Medienvertreter unter Ihren Fans. Das Posten von Pressemitteilungen oder das automatische Veröffentlichen von Beiträgen aus anderen Quellen ist bei Facebook-Nutzern nicht sehr beliebt. Veröffentlichen Sie deshalb lieber Ihre Reaktion auf aktuelle Ereignisse als Statusmeldung. Schaffen Sie Inhalte für Ihre Facebook-Kommunikation, die nirgends sonst zu finden sind. Planen Sie regelmäßig wiederkehrende Rubriken, wie z.B. „Den Verein der Woche“ in der Sie Vereine und Projekte aus Ihrem Wahlkreis vorstellen. Auch interaktive Angebote wie z.B. ein wöchentlicher Chat (Online-Bürgersprechstunde) werden sehr gerne angenommen.

Beispiele



Manuel Höferlin:

„Ich poste Bilder von den Orten oder Veranstaltungen, wo ich gerade bin, oder ich checke dort ein – jeweils versehen mit einem Kommentar, was ich dort mache oder warum ich dort bin. **So bekommen die Facebook-Nutzer einen Einblick in meinen Tagesablauf und können sich den Arbeitstag eines Abgeordneten besser vorstellen.**“



Lars Klingbeil

veröffentlicht und kommentiert hier beispielsweise ein neues Gesetz – und postet auch das Video zu seiner Rede.



Dr. Peter Tauber

veröffentlicht beispielsweise zeitnah Fotos, Ergebnisse und Kommentare wie hier bei der Aufstellung für den Bundestag direkt von der Delegiertenversammlung.

VI. Nutzen Sie Facebook als Informations- und Monitoring-Instrument

Immer häufiger entstehen Diskussionen in den sozialen Netzwerken und werden erst im Internet geführt, ehe sie in der analogen Welt wahrgenommen werden. Facebook kann für Sie deshalb ein wunderbares Monitoring-Instrument sein. Durch die Verbindung zu thematisch interessanten NGOs, Verbänden, Unternehmen, Projekten, Organisationen aus dem Wahlkreis und Ihrem Publikum bekommen Sie schnell und direkt mit, welche Themen gerade wichtig werden und welche Positionen sich herausbilden. Durch die Vernetzung mit anderen politischen Parteien oder Politikern erfahren Sie zudem umgehend, welche Positionen sich bei den Mitbewerbern herausbilden.

Beispiele

Dr. Peter Tauber:

„Spannend ist für mich zu erleben, welche Themen relevant sind. Oft ist es so, dass ich auf Postings Reaktionen bekomme, mit denen ich nicht gerechnet habe. Man merkt also sehr gut, was die Leute wirklich wichtig finden. So ist Facebook praktisch ein Instrument zur permanenten Meinungsfrage.“



Lars Klingbeil:

„Auf Facebook gibt es zahlreiche Möglichkeiten, sich über Themen zu informieren. Zum Beispiel like ich die Lokalzeitungen meines Wahlkreises und verschiedene Seiten zu meinen politischen Themenfeldern.“

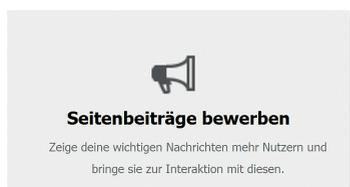
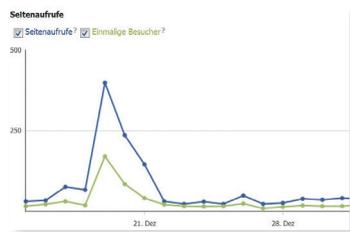
Özcan Mutlu:

„Die zahlreichen grün-assoziierten Like-Seiten tragen dazu bei, dass ich mir schnell einen Überblick über das Geschehen verschaffen kann.“



Anregungen für das Verfassen von Statusmeldungen

Damit Ihre Botschaften möglichst viele Ihrer Fans und Unterstützer erreichen, sollten sich Ihre Beiträge an Erfahrungen von Fans orientieren. Studien und Analysen zum Erfolg von Facebook-Beiträgen kamen zu folgenden Ergebnissen:



Die richtige Länge

Die Erfahrung und Studien zeigen, dass überlange Beiträge bei der Menge an Informationen schneller überlesen werden. Versuchen Sie Ihre Botschaft deshalb kurz und prägnant zu formulieren.

Verlinken Sie zu weiteren Informationen auf Ihrer Webseite, veröffentlichen Sie zu Ihrem Beitrag ein Foto, ein Video oder andere mediale Inhalte. Dies erhöht zudem die Aufmerksamkeit.



Der richtige Zeitpunkt

Werktags zwischen 10 und 16 Uhr werden die meisten Statusmeldungen bei Fans veröffentlicht. Das führt dazu, dass den Nutzern in dieser Zeit sehr viele Beiträge angezeigt werden. Posten Sie Ihre Beiträge deshalb auch außerhalb dieser Kernzeiten z.B. am frühen Morgen oder am frühen Abend. Zudem ist der Sonntag zu empfehlen, da an diesem Tag die wenigsten Veröffentlichungen stattfinden und die Aufmerksamkeit der Nutzer größer ist.

Nutzen Sie auch Ihre Statistiken um zu sehen, zu welchen Zeiten und an welchen Tagen Ihre Beiträge die höchste Aufmerksamkeit erhalten.

Weitere Informationen unter:

<https://www.facebook.com/help/336893449723054>



Bewerben Sie Ihre Beiträge

Neben den Möglichkeiten, über Werbung auf Ihre Facebook-Seite hinzuweisen, können Sie auch einzelne Beiträge hervorheben. Je nachdem wie viel Geld Sie investieren, erscheint der hervor gehobene Beitrag dann garantiert in der Timeline einer bestimmten Anzahl Ihrer Fans. Weitere Informationen unter [facebook.com/help/promote](https://www.facebook.com/help/promote)

Facebook und der Datenschutz

Datenschutz hat für Facebook oberste Priorität. Die Menschen auf Facebook kontrollieren selbst, mit wem sie welche Inhalte teilen. Gleichzeitig schützt Facebook die Daten seiner Nutzer vor dem Zugriff durch Dritte. Das internationale Hauptquartier von Facebook ist in Dublin. Somit unterliegt Facebook irischen und europäischen Datenschutzgesetzen. In der Vergangenheit und auch in Zukunft stand und steht Facebook im intensiven und konstruktiven Dialog mit den Landesdatenschutzämtern und dem Bundesdatenschutzbeauftragten.

Facebook nimmt die Kritik von Außen sehr ernst. Hier erhalten Sie einen kurzen Überblick über unsere Bemühungen und Aktivitäten zum Thema Datenschutz in Deutschland:



Dr. Thilo Weichert,
Leiter des Unabhängigen Landes-
zentrums für Datenschutz (ULD)
im Gespräch mit
Dr. Gunnar Bender (Facebook)

Datenschutz für Personen, denen Seiten gefallen

- ▶ Wer kann was auf einer Facebook-Seite sehen?
- ▶ Was bedeutet Aktivitäten von Freunden auf einer Facebook-Seite?
- ▶ Wo in meiner Chronik werden die Seiten angezeigt, die mir gefallen?
- ▶ Kann ich die Seiten, die mir gefallen, auf meiner Chronik verbergen?

Soziale Plug-ins und Datenschutz

Was sind soziale Plug-ins?

Die sozialen Plug-ins handeln es sich um Schaltflächen (wie zum Beispiel die „Gefällt mir“-Schaltfläche), Felder und Meldungen, die andere Webseiten verwenden können, um die Facebook-Inhalte zu präsentieren und ein soziales und persönliches Nutzungserlebnis zu ermöglichen. Wenn die soziale Plug-ins verwendet (z. B. indem du auf einer Lieblingswebseite auf „Gefällt mir“ klickst), ist dies für die Facebook-Nutzer sichtbar, mit denen du diese Meldungen teilst.

Cookies, Pixel und ähnliche Technologien

Funktionsweise von Cookies

Cookies und ähnliche Technologien tragen zu einer besseren, schnelleren und sichereren Nutzererfahrung bei.



Sicherheitsbereich für Familien

Wir glauben, dass Sicherheit ein wichtiger Teil ist und dass wir alle gemeinsam dafür sorgen können, dass die Informationen, Werkzeuge und Ressourcen zu Verfügung, die du hier findest.



Datenschutz auf Fanseiten

Einen Überblick über alle Datenschutz-relevanten Informationen rund um Ihre Fanseite erhalten Sie im Hilfe-Bereich: <https://www.facebook.com/help/privacy/pages>.



Soziale Plug-ins und Datenschutz

Bei sozialen Plug-ins handelt es sich um Schaltflächen (z.B. „Gefällt mir“), Felder und Meldungen, die andere Webseiten verwenden können, um Ihnen Facebook-Inhalte zu präsentieren und Ihnen ein persönlicheres Nutzungserlebnis zu ermöglichen. Weitere Informationen zu Plug-ins finden Sie unter:

<https://www.facebook.com/help/social-Plug-in-privacy>



Cookies

Cookies und andere Technologien werden verwendet, um Produkte, Dienstleistungen und Werbeanzeigen auf Facebook und außerhalb bereitzustellen. Sie dienen der Sicherheit und Verständlichkeit. Weitere Informationen zur Verwendung von Cookies finden Sie unter:

<https://www.facebook.com/help/cookies>



Sicherheitsbereich für Familien

Wir glauben, dass Sicherheit im Internet ein wichtiges Thema ist und dass wir alle dafür verantwortlich sind. Dies gilt insbesondere für jugendliche Nutzer. Aus diesem Grund haben wir Informationen, Werkzeuge und Ressourcen extra für Eltern, Lehrer und Jugendliche zusammengestellt. Sie finden den Sicherheitsbereich für Familien unter:

<https://www.facebook.com/safety>

Mythen über Facebook

In der Öffentlichkeit wird viel über Facebook geschrieben und gesprochen. Ab und an verirrt sich auch eine Falschmeldung unter die Informationen, die sich dann als Mythos selbstständig macht. Noch Jahre später werden wir dazu gefragt. Auf einige der Mythen, die uns am häufigsten untergekommen sind, wollen wir an dieser Stelle kurz eingehen.

Mythos: Auf Facebook kann ich meine Daten nicht löschen.

Wahrheit: Jeder Nutzer ist Eigentümer seiner Daten und hat die volle Kontrolle darüber. Dies schließt auch ein, dass jeder Nutzer seine Daten auf Facebook löschen kann. Dabei können alle Daten, egal ob Profil-Informationen, Nachrichten oder Fotos gelöscht werden. Natürlich ist es auch möglich, das gesamte Konto zu deaktivieren. Wenn sich ein Nutzer dazu entschließt, sein Konto nur zu deaktivieren, bleibt das Konto mit sämtlichen Informationen erhalten und kann zu einem späteren Zeitpunkt reaktiviert werden. Löscht der Nutzer dagegen sein Konto, gilt dies auch für alle Informationen, die er dort hinterlegt hat. Das Konto kann nicht wieder reaktiviert werden. Weitere Informationen hierzu finden Sie unter:

<https://www.facebook.com/about/privacy/your-info#deleting>

Mythos: Facebook verkauft meine Daten.

Wahrheit: Nein. Facebook verkauft keine Daten und gibt auch keine Daten an Dritte weiter. Die Nutzer haben stets die volle Kontrolle über ihre Daten und ob z.B. eine Anwendung auf diese zugreifen darf. Bevor jedoch ein solcher Zugriff erfolgt, wird der Nutzer immer darüber informiert, welche Informationen eine Anwendung anfragt und kann Anwendungen auch jederzeit wieder löschen und damit den Zugriff auf die Daten beenden. Mehr über das Teilen von Inhalten mit Anwendungen erfahren Sie unter:

<https://www.facebook.com/about/privacy/your-info-on-other>

Mythos: Facebook verfolgt mich durch soziale Plug-ins im Internet und speichert Daten über mich.

Wahrheit: Nein, Facebook verfolgt niemanden im Internet. Mit Hilfe von sozialen Plug-ins bietet Facebook seinen Nutzern die Möglichkeit, auf soziale Kontexte zurückzugreifen, z.B. wenn ein Artikel von Freunden empfohlen wird. Daten, die durch diese Plug-ins an Facebook übertragen werden, werden innerhalb von 90 Tagen gelöscht – so wie es in den Richtlinien festgelegt ist. Für Statistiken werden diese Daten nur anonymisiert verwendet. Facebook erfasst keine personalisierten Daten von Nicht-Nutzern oder ausgeloggten Nutzern. Wie soziale Plug-ins funktionieren, erfahren Sie unter: <https://www.facebook.com/help/social-Plug-in-privacy>

Mythos: Für Facebook fehlt Politikern die Zeit.

Wahrheit: Das Erstellen von Beiträgen, Kommentieren und Verfolgen von Diskussionen auf Facebook ist mit einem gewissen Zeitaufwand verbunden. Allerdings lässt sich die Pflege der Seite via Smartphone auch wunderbar „zwischendurch“ mobil erledigen. Die Frage ist: Wie wichtig ist Ihnen der direkte Kontakt zu Bürgern, die Sie auf klassischem Wege nicht erreichen? Und wie viel Zeit investieren Sie in die bisherige Korrespondenz? So gesehen ist der zeitliche Aufwand überschaubar.

Auswerten und Verfeinern

1. Optimieren Sie Ihre Leistung mit Statistiken

Facebook bietet Ihnen Werkzeuge zur Analyse der Leistung Ihrer Facebook-Seite an. So können Sie die wichtigsten Kennzahlen überwachen, einen Überblick über die Besucher Ihrer Seite gewinnen und die „Gefällt mir“-Angaben und Interaktionen steigern.

Tipps

- ✓ Auf facebook.com/insights oder durch Anklicken von „Statistiken“ auf Ihrer Seite können Sie sehen, wie schnell Ihre Seite wächst. Sie können außerdem sehen, in welchen Ländern oder Städten die größten Fangemeinden Ihrer Seite leben und wie alt Ihre Zielgruppe ist.
- ✓ Sehen Sie sich das Feedback („Gefällt mir“ und Kommentare) zu jedem einzelnen Beitrag an, um besser zu verstehen, welche Inhalte Ihrer Gemeinschaft am besten gefallen.
- ✓ Laden Sie den Facebook-Leitfaden zu Statistiken herunter, um einen detaillierten Einblick in die Möglichkeiten der kostenlosen Werkzeuge auf Facebook zu erhalten: <http://ads.ak.facebook.com/ads/FacebookAds/InsightsDE.pdf>



2. Anwendungen

Fördern Sie die Interaktion mit Ihren eigenen Anwendungen.

Tipps

- ✓ Nutzen Sie Facebook-Anwendungen (Fotos, Veranstaltungen, Links und Notizen), um leicht zu teilende Inhalte zu erstellen. Diese Inhalte verbreiten sich oft sehr schnell, da sie weitere Interaktionen wie „Gefällt mir“-Angaben und Kommentare auslösen, die unter den Freunden Ihrer Anhänger verbreitet werden und so neue Anhänger gewinnen.
- ✓ Arbeiten Sie mit einem Entwickler zusammen, um spezielle Inhalte nur für die Personen, denen Ihre Seite gefällt, zu erstellen – als besonderer Service und als Möglichkeit zum Erweitern Ihrer Anhängerschaft.
- ✓ Erstellen Sie eine Begrüßungsseite, die die Besucher veranlasst, Ihre Seite mit „Gefällt mir“ zu markieren.

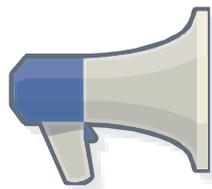


3. Werben Sie mit Facebook-Werbeanzeigen und gesponserten Meldungen

Facebook-Werbeanzeigen sind der beste Weg, um die Bekanntheit Ihrer Seite zu erhöhen und neue Fans zu gewinnen. Rufen Sie www.facebook.com/sponsoredstories auf, um die gesponserten Meldungen zu nutzen - eine kostenpflichtige Möglichkeit zum Verbreiten Ihrer Aktionen. Gesponserte Meldungen werden den Freunden der Personen gezeigt, denen Ihre Seite oder Ihr Inhalt gefällt.

Tipps

- ✔ **Meldungen über Seitenbeiträge:**
 Ein großer Teil Ihrer Anhänger sieht Ihre aktuellsten Seitenbeiträge.
- ✔ **Meldungen über „Gefällt mir“-Angaben auf einer Seite:**
 Wenn jemandem Ihre Seite gefällt, erfahren die Freunde Ihrer Anhänger von Ihrer Seite.
- ✔ **Meldungen über „Gefällt mir“-Angaben zu dem Beitrag einer Seite:**
 Wenn Ihren Anhängern Ihr Beitrag gefällt, können Freunde den Inhalt sehen.



Ressourcen und Kontakt

Weitere Informationen zum Erstellen Ihrer Seite oder zum Marketing auf Facebook im Allgemeinen finden Sie unter facebook.com/help

Erstellen Ihrer Seite

<https://www.facebook.com/pages.create.php>

Fragen und Antworten zu Facebook-Seiten

<https://www.facebook.com/help/pages>

Nutzungsbedingungen und Richtlinien

https://www.facebook.com/page_guidelines.php

Melden von Verstößen gegen geistige Eigentumsrechte auf Seiten

<https://www.facebook.com/legal/copyright.php>

Soziale Plug-ins

<https://www.facebook.com/help/?faq=17090>

Informationen zu Seiten-Statistiken

<https://www.facebook.com/pages.create.php>



Kontakt zu Facebook

erhalten Sie beim Team von Facebook Berlin:

Dr. Gunnar Bender, Director Public Policy

Eva-Maria Kirschsieper, Manager Public Policy

<https://www.facebook.com/PublicPolicyOfficeBerlin>

Analyse und Vergleich

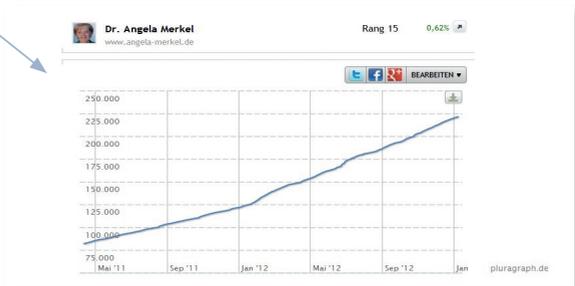
Um zu vergleichen, wie andere Politiker und Amtsträger Facebook für ihre Kommunikation einsetzen, empfehlen wir einen Blick auf das Social-Media-Analyse- und Benchmarking-Portal Pluragraph.de. Pluragraph ist ein ehrenamtliches und unabhängiges Projekt, das unter anderem alle Social-Media-Profile von Bundes- und Landesministern, Bundestagsabgeordneten, vielen Landtagsabgeordneten, Parteien und vielen weiteren öffentlichen Institutionen abbildet und vergleichend darstellt.

	Name	Alle Facebook	Twitter	Google+
1.	 Dr. Angela Merkel Profil: angela.merkel	221.491	0.62%	
2.	 Peer Steinbrück Profil: peersteinbrueck	17.093	1.09%	
3.	 Frank-Walter Steinmeier Profil: frankwaltersteinmeier	16.903	0.28%	
4.	 Claudia Roth Profil: claudia.roth	16.791	0.14%	
5.	 Sigmar Gabriel Profil: sigmar.gabriel	14.009	0.37%	
6.	 Dr. Guido Westerwelle Profil: guidowesterwelle	13.729	0.08%	
7.	 Dr. Gregor Gysi Profil: gregor.gysi	9.718	0.89%	
8.	 Bärbel Klautz Profil: baerbel.klautz	8.830	-0.51%	
9.	 Katja Kipping Profil: katja.kipping	8.217	0.45%	
10.	 Jürgen Trittin Profil: juergen.trittin	7.838	0.36%	

Top 10-Ranking der Bundestagsabgeordneten mit den meisten Fans auf Facebook. (Stand 1/2013)

Pluragraph ermöglicht z.B. mit wenigen Klicks die Anzeige aller Facebook-Fanseiten der Bundestagsabgeordneten. Anhand der Fananzahl werden diese übersichtlich dargestellt.

Mit Klick auf das jeweilige Profil erhält man die Entwicklung der Fanzahlen in Wachstumskurven angezeigt:



Auf Basis dieser Graphen kann man tagesaktuell das Wachstum der Profile verfolgen und sehen, welche Politiker erfolgreich Fans hinzugewinnen. Dies ermöglicht dann weitere Recherchen auf den jeweiligen Facebook-Seiten, um sich konkrete Best Practice-Beispiele für den Dialog mit seinem Publikum abzuschauen.

Zudem erhält man auf Pluragraph.de den Überblick über die Nutzung von Facebook in den Fraktionen:

	Name	Alle Facebook	Twitter	Google+
1.	 FDP-Bundestagsfraktion	46.513	0.8%	
2.	 SPD-Bundestagsfraktion	40.728	1.8%	
3.	 CDU/CSU-Fraktion im Deutschen Bundestag	36.252	1.7%	
4.	 Fraktion DIE LINKE. im Bundestag	31.451	1.5%	
5.	 Bündnis 90/Die Grünen Bundestagsfraktion	18.352	1.2%	

FDP-Bundestagsfraktion: 78 von 93 Abgeordneten besitzen ein Facebook-Profil (84%), davon 30 eine Facebook-Fanseite (32,3%).

SPD-Bundestagsfraktion: 130 von 146 Abgeordneten besitzen ein Facebook-Profil (89%), davon 51 eine Facebook-Fanseite (34,9%).

CDU/CSU-Fraktion im Deutschen Bundestag:

165 von 237 Abgeordneten besitzen ein Facebook-Profil (69,5%), davon 82 eine Facebook-Fanseite (34,6%).

Fraktion DIE LINKE. im Bundestag:

65 von 76 Abgeordneten besitzen ein Facebook-Profil (85,5%), davon 33 eine Facebook-Fanseite (43,4%).

Bündnis 90/Die Grünen Bundestagsfraktion:

59 von 68 Abgeordneten besitzen ein Facebook-Profil (85,3%), davon 29 eine Facebook-Fanseite (42,6%).

Mehr Informationen unter www.pluragraph.de

facebook