

Facebook privat oder als Unternehmen nutzen: Über Segen und Frust entscheiden Zeit und Wissen

Facebook ist heute mit über 700 Millionen Nutzern das größte digitale soziale Netzwerk weltweit. Monatlich kommen bis zu 20 Millionen weitere Nutzer dazu. Hinter Google ist Facebook weltweit die Nummer 2 der Websites und liegt damit noch vor Youtube. Alle Facebookler sind potenzielle „Freunde“ (= Bekannte und Unbekannte weltweit), mit denen man Kontakt aufnehmen könnte. Mit den Möglichkeiten, Text, Fotos, Links, Videos, Umfragen schnell ins digitale „Freunde-Netz“ zu stellen, hat sich Facebook seit 2004 als kostenfreie Kommunikationsform neben E-Mails und SMS einen breiten Raum erobert: räumlich, denn man kann weltweit in Wort und Bild kommunizieren; und auch zeitlich, denn man muss im Grunde genommen täglich Zeit aufwenden, um im Netz attraktiv zu bleiben und seine Kontakte zu pflegen. Dabei ist es gleich, ob man bei Facebook als Unternehmen, Organisation, Persönlichkeit (des öffentlichen Lebens) oder als Privatperson vertreten ist. Im Durchschnitt erstellt ein Facebook-Nutzer im Monat 90 Inhalte und verbringt 6 Stunden, 2 Minuten und 59 Sekunden auf Facebook.

73,3 Prozent nutzen mittlerweile das Internet (Onlinestudie von ARD und ZDF). Besonders stark ist der Nutzer-Zuwachs bei den Über-60-Jährigen, aber auch bei den 40- bis 59-Jährigen. Das Interesse an sozialen Netzwerken nahm bei den „Silver Surfern“ ebenfalls zu. Facebook ist zwar immer noch vorrangig eine Domäne der Jüngeren, erreicht aber zunehmend auch die Älteren. In Deutschland gibt es über 20 Millionen Facebookler (45% Frauen, 55% Männer). Nahezu jeder zweite Deutsche mit Internetzugang besitzt auch einen Facebook-Account, d. h. eine (bei Facebook kostenfreie) „Mitgliedschaft“. Ein Account ist die Grundvoraussetzung für die Erlaubnis der Erstellung eines persönlichen, individuell eingerichteten eigenen Facebook-Internet-Auftritts.

— Nicht nur **Privatpersonen** (über 13 Jahre) können sich in Facebook einen Account einrichten, — sondern auch **Unternehmen, Organisationen, Marken, Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens**.

Die persönlich erstellten Facebook-Websites basieren auf der von Facebook in Facebook hinterlegten Software und den damit verbundenen Möglichkeiten. Der Vorteil der Facebook-Websites ist die Kombination mit dem weltweit größten sozialen Netzwerk: „Facebook“.

Indem man mit einer eigenen Page („Website“) bei Facebook vertreten ist, öffnen sich nicht nur die Vorteile eines sozialen Netzwerks, sondern auch die Gefahren.

Während man seine eigene Privat- oder Unternehmens-Website im eigenen (Gestaltungs-)Zugriff hat und selbst entscheiden kann, ob man z. B.



Coca Cola, eine der Top-Fan-Pages bei Facebook

ein offenes Forum mit integriert, ist das bei Facebook nicht mehr unbedingt der Fall. Man begibt sich in die Welt von Facebook hinein, dessen Herz das Miteinander-Kommunizieren ist. Wobei man bei Facebook das Ausmaß seiner Darstellung durchaus selbst bestimmen kann. Aber auch hier ist zu bedenken: Ein erweitertes Sich-Öffnen ist eben genau der Kern eines sozialen Netzwerks. Auf der so genannten „Pinnwand“ werden die eigenen Einträge und auch die der Kommunikationspartner angezeigt, die je nach Art der Facebook-Page anders genannt werden:

- „Freunde“ = Kommunikationspartner bei Privat-Pages
- „Fans“ = Kommunikationspartner bei sog. „Fan-Pages“ (Pages von Unternehmen, Organisationen, Persönlichkeiten)
- „Mitglieder“ = Kommunikationspartner von „Gruppen-Pages“



Eminem, eine weitere Top-Fan-Page bei Facebook

Unternehmen müssen gut planen, wenn sie Facebook für sog. Social Media Marketing nutzen möchten

Wer als Unternehmen „Social Media Marketing“ (Werbung im sozialen digitalen Netz) machen möchte, muss all das bedenken, was eine Privatperson bei Facebook bedenken muss – und darüber hinaus noch mehr. Facebook erfordert enorme Aufmerksamkeit: Man bewegt sich in einem weltweiten sozialen Netz, und das ist in diesem Fall Sekunden-aktuell! Deshalb ist eine intensive Vorbereitung und Facebook-Kennntnis erforderlich, bevor man sich in die Facebook-Öffentlichkeit begibt.

So müheelos, wie das Erstellen und das tägliche (!) Pflegen der Facebook-Unternehmens-Websites (sog. Fan-Pages) oft dargestellt wird, ist es nicht. Es erfordert, wie jedes Marketing-Werkzeug, intensive Vor-Planung und Kenntnis der Materie:

- ___ Was wollen wir mit Facebook? (Ziele und Zielgruppen festlegen. Soll die Fan-Page eine Dialog-Funktion übernehmen oder eine Blog-Funktion? Soll vorrangig ein Image kommuniziert werden, sollen Produkte/Aktionen beworben werden? Usw.)
- ___ Wer richtet den Facebook-Account ein? Und vor allem: Wer führt, beobachtet, pflegt den Facebook-Auftritt täglich, auch an den Wochenenden – und reagiert entsprechend schnell (z.B. auf Einträge, wenn man die Eintragsfunktion freigeschaltet hat)? (Zeitplanung und Personalplanung)
- ___ Womit soll dieses schnelllebige Medium Facebook gefüttert werden – und zwar täglich? (Zeitplanung und Redaktionsplanung)
- ___ Wie hoch ist der Etat für die Einrichtung und Pflege des Facebook-Accounts? (Auch wenn der Account selbst in Facebook nichts kostet, so sind Einrichtung und Pflege der Facebook-Page ein Bereich des Marketings, und fachlich gutes Marketing erfordert Fachleute, die zu honorieren sind.) ■

(Gruppen richten sich an eine bestimmte Mitgliedergemeinde.)

Gelockt durch die weltweite Verbreitung und durch die hohen Community-Zahlen, versuchen sich mehr und mehr Unternehmen, Organisationen, Persönlichkeiten darin, Facebook zu nutzen. Eben weil sie sich (materielle) Vorteile versprechen. Sie wollen Facebook verwenden als kostenfreies, (scheinbar) leicht zu bedienendes Marketing-Werkzeug, um ihre Angebote wie Produkte oder Leistungen oder ihr Image zu vermarkten. Und sie scheitern oft schon nach wenigen Wochen. (Fast) nichts ist in Facebook schlimmer, als mit einer Unternehmens-Fan-Page vertreten zu sein und nach vier Wochen zum Beispiel nur sechs Fans aufzuweisen. Solche Unternehmens-Fan-Pages sind „tot“. Verwaiste Facebook-Pages sollten deshalb zumindest „blind“, also unsichtbar geschaltet werden oder aus Facebook herausgenommen werden. Top-Fan-Pages führen zum Beispiel Eminem (46.559.637 Fans; Stand 06.09.2011, 00.17 Uhr) und Coca Cola (34.043.971 Fans; Stand 06.09.2011, 00.17 Uhr).

Bei Facebook mitmachen? Ja, wenn...

Man muss sich als Nutzer von sozialen Netzwerken bewusst sein: „Social Media“ (Soziale Medien) sind durchaus chaotisch-verworren, wie eben die Menschen auch, die sie erschufen und die sie beleben und durch die sie leben. Wirklich sicher und zu Hundert Prozent planbar ist hier nichts. Verschwiegen werden soll auch nicht die (immer wieder aufflammende) Diskussion über Datenschutz bei Facebook. Wer sich solide in Facebook einarbeitet, wer sich Zeit nimmt und Facebook wie ein neues Softwareprogramm erlernt, wer stets hinsichtlich der Facebook-Updates offen und am Ball bleibt und diese enorm dynamische Software aktiv mitverfolgt, der weiß auch, wie er seine Daten stets im Rahmen des Möglichen schützen kann – soweit es eben in einem weltweiten sozialen Netzwerk möglich

ist. Und wer als Unternehmen einen Hauch Ethik verspürt, wird seinen Facebook-Auftritt auch nicht ausnutzend gestalten, sondern einen positiven Beitrag zum Miteinander leisten (z. B. aktuelles Wissen weiterreichen, Hintergründe usw.).

Sich auf Facebook einzulassen – sei es privat oder als Unternehmen, Organisation, Persönlichkeit – bedeutet:

- ___ Ehrlich-aufrichtige Begeisterung für soziales Miteinander mitbringen.
- ___ Sich bekannten und unbekanntem Menschen mitteilen wollen, sich ihnen öffnen wollen.
- ___ Zeit mitbringen und Zeit aufbringen für die (tägliche!) Facebook-Pflege. (Es sei denn, man schaltet den Account „offline“.)
- ___ Grundsätzliche Offenheit und beständigen Lernwillen für ein sich stets änderndes Facebook-Anwender-Wissen in sich tragen.
- ___ Und als Unternehmen, Organisation, Persönlichkeit: ein Team mitbringen, das all das ebenfalls teilt. Und das professionell und gegenwärtig und „eingeschworen“ genug ist, einen sekundenschnell weltweit im Netz zu „vertreten“ und bei allem auch die Unternehmens-Seele mit nach außen, zu den Menschen zu tragen.

Facebook zu nutzen ist eine Gratwanderung zwischen Segen und Frust. Entscheidend für dieses oder jenes sind: Zeit und Begeisterung und Wissen.

Dann kann es eine wunderbar bereichernde Erfahrung sein, sich der weltweiten sekunden-schnellen Kommunikation in der größten sozialen Online-Community zu öffnen! „Willkommen bei Facebook!“ ■



Der entscheidende Facebook-„Gefällt mir“-Button...