

GRAPH SEARCH: FANPAGES FÜR DIE NEUE FACEBOOK-SUCHE OPTIMIEREN

Veröffentlicht am 22. April 2013 von Annette

In den letzten Wochen ging ein Raunen durch die Webworker-Szene. Facebook hat eine neue Suche vorgestellt, die sogenannte [...]

In den letzten Wochen ging ein Raunen durch die Webworker-Szene. [Facebook](#) hat eine neue Suche vorgestellt, die sogenannte **Graph Search**. Sie soll Facebook-Benutzern ermöglichen, die Plattform besser und vor allem **sozialer** zu durchsuchen, als es vorher möglich war. Was bedeutet das für Betreiber von Fanpages?

Eine soziale Suchmaschine

Der größte Unterschied zwischen Facebooks neuer Suche und einer herkömmlichen Suchmaschine ist, dass es sich bei Graph Search um eine **semantische Suchmaschine** handelt. Das heißt, hier wird nicht nur nach Schlagwörtern gesucht, sondern der Algorithmus **setzt Begriffe zueinander in Beziehung** und versteht ganze Sätze. Die Suche im Social Graph wird auf der Startseite angezeigt und in vier Hauptbereiche untergliedert: Menschen, Fotos, Orte und Interessen. Innerhalb dieser Bereiche sind zum Beispiel folgende Suchanfragen möglich: "Freunde, die die gleichen Filme mögen wie ich", "Restaurants in Düsseldorf, die meine Freunde mögen" oder "Musik, die meine männlichen Freunde mögen" oder "Weibliche Freunde meiner Freunde, die Single sind".

Wie bleibt eine Fanpage sichtbar?

Ohne **Engagement und Interaktion** auf der eigenen Unternehmens-Fanpage ist man für die neue Facebook-Suche wenig bis gar nicht relevant. Nur wenn das **Engagement der Fans** durch Kommentare, Teilen und "Gefällt mir"-Klicks hochgehalten wird, wird man über die neue Suche gefunden. Hier gilt es also einmal mehr, **qualitative Inhalte** zu bringen, die **auf die Zielgruppe zugeschnitten** sind, und ausreichend **Werbung für die Fanpage** zu betreiben. Aber nicht nur das: Auch die **Angabe korrekter Adressangaben** ist wichtig, etwa für Suchanfragen wie "Cafés in Hamburg". Die **Info-Texte** sollten wichtige Suchbegriffe enthalten.

Noch befindet sich die Facebook-Suche in der **Testphase**, nur eine limitierte Anzahl Benutzer hat Zugriff auf sie. Es ist aber sehr wahrscheinlich, dass das Feature bald weltweit ausgerollt wird. Unternehmen sollten sich also schon jetzt darauf vorbereiten, wenn sie bei Graph Search punkten wollen.