WIE FACEBOOK DIE SICHTBARKEIT IHRER POSTS EINSCHRÄNKT UND WAS SIE DAGEGEN TUN KÖNNEN

Veröffentlicht am 26. Oktober 2012 von Annette

Facebook arbeitet hart an Möglichkeiten, Einnahmen aus seinen zahlreichen [...]

Facebook arbeitet hart an Möglichkeiten, Einnahmen aus seinen zahlreichen Mitgliedern zu generieren. Deswegen gibt es bei Facebook sogenannte **"Promoted Posts"**, bezahlte Status-Meldungen. Für knapp 7 Dollar können Unternehmen hier dafür bezahlen, dass Ihre Meldungen bevorzugt in den News-Feeds Ihrer Fans angezeigt werden.

Dies ist nicht nur eine positive Chance für Unternehmen mit mittlerem bis hohem Werbe-Budget, sondern hat leider auch zur Folge, dass die **Sichtbarkeit unbezahlter Posts herabgestuft** wird. Was kann man dagegen tun, ohne tief in die Tasche greifen zu müssen?

Affinität, Gewichtung, Zeit: Der EdgeRank

Zuerst einmal Grundsätzliches: Wonach entscheidet sich überhaupt, welche Nachrichten wo bei einem Benutzer erscheinen? Dies regelt ein komplizierter **Algorithmus** namens EdgeRank, der sich im Kern aus drei Faktoren zusammensetzt:

- **Affinität** bezeichnet die Nähe oder Beziehung zwischen dem Ersteller der Meldung und dem Empfänger. Je mehr Interaktion es zwischen den beiden gegeben hat, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass eine Meldung prominent angezeigt wird.
- Die **Gewichtung** richtet sich nach der Interaktion: Wieviele "Gefällt mir"-Klicks hat der Beitrag bekommen, wieviele Kommentare wurden geschrieben, wie oft wurde die Meldung geteilt?
- Der dritte Faktor betrifft die **Zeit**, die seit dem Verfassen der Meldung vergangen ist.

Was heißt das für eine Fanpage? Es heißt: Je besser die **Beziehung zu den Fans** ist, je mehr **Interaktion** mit ihnen geschieht und je **zeitnaher** ein Beitrag veröffentlicht wird, desto größer ist die Chance, dass eine Meldung bei vielen Fans ankommt.

Die Lösung: Interessenlisten

Neben den bezahlten Meldungen gibt es noch eine zweite Möglichkeit, wie man das "Verschlucken" der Nachrichten durch Facebook umgehen kann. Diese allerdings müssen **die Fans selbst** durchführen. Und zwar muss die Fanpage zu einer Interessenliste hinzugefügt werden. Und das geht folgendermaßen:

1. Auf die Facebook Fanpage gehen, wenn man als Fan eingeloggt ist.

2. Oben rechts auf das kleine Zahnrad drücken.
3. "Zur Interessenliste hinzufügen ..." auswählen.
4. Neue Liste anlegen, falls noch keine besteht.

Es kann sicherlich nicht schaden, wenn eine Fanpage diese Information an ihre Fans weitergibt - vor allem, wenn es eine aktive Fangemeinde gibt.

Natürlich kann man sich auch nach einem neuen sozialen Netzwerk wie zum Beispiel Google+ umsehen, aber je nach Anzahl der vorhandenen Fans könnte dies einen enormen Verlust bedeuten – trotz der verringerten Reichweite.

Benutzen Sie schon Facebook-Interessenlisten? Haben Sie Veränderungen in der Reichweite Ihrer Fanpage-Posts bemerkt? Wir freuen uns über Ihre Kommentare!