



## **Ein paar Faustregeln im Umgang mit Facebook (FB)**

- **Wer erstellt/bearbeitet die Seite und mit welchem Account?**
  - „Jeder“ kann eine Unternehmensseite (= Fan Pages) erstellen
  - Fan Pages sind nicht an private Profile gebunden
  - Beliebig viele vom Ersteller der Seite berechnigte Personen können die Seite bearbeiten (Hinzufügen/Entfernen von Managern)
- **Wichtige Informationen auf der Seite!?**
  - Impressum
  - Öffnungszeiten und Standort
  - Hintergrund zum Unternehmen
  - Geschäftsfeld
  - Produktbeschreibungen, Kontaktformulare, Anmeldung zum Newsletter, Mitarbeiterprofile
- **Wie bekomme ich (mehr) Leute auf meine Seite?**
  - Grundstock an “Fans” meist durch Einladungen im Bekanntenkreis/unter Bestandskunden
  - Erhöhung der Besucherzahlen z.B. durch
    - FB- Werbeanzeigen, beachte rechtl. Bestimmungen
    - Gewinnspiele, beachte rechtl. Bestimmungen
  - Die Einschaltung einer professionellen Agentur ist empfehlenswert
- **Welche Inhalte sind am effektivsten?**
  - Sehr unterschiedlich, je nach Unternehmen/Unternehmensart
  - Generell gilt: Fotos haben die stärkste Wirkung auf Verbreitung, Interaktion und “Gefällt mir”
- **Wie bereitet man Inhalte zielführend auf?**
  - Werbeeffect durch Verwendung des Firmenbranding bei der Bildsprache
  - Erhöhung der Kommentarrate durch → kurze beschreibende Texte mit sog. “Call-to-Action”
    - integrierten Fragestellungen
- **Zu welchen Zeiten posted man?**
  - am besten zum Feierabend, da viele Nutzer online sind und wenig andere Firmen posten.
  - aber: Erfahrungen zeigen, die Mittagspause ist wertvoller und höher frequentiert
  - Wochenenden nicht vernachlässigen, da kaum Firmen, Privatleute dafür aktiver sind
  - dafür gibt es die Terminplanungsfunktion auf FB
- **Wie oft posted man?**
  - häufigster Fehler auf FB = Übermotivation (Postingflut führt zum Desinteresse und einer automatischen Blockierung der FBreichweite)
  - empfohlene Faustregel: nicht mehr als 2 - 4 Posts pro Woche um so den Effekt zu maximieren
- **Braucht man Community Management Richtlinien?**
  - sind sinnvoll wenn mehrere Personen an einer Seite arbeiten, damit Umgangston und Kommentare einheitlich erscheinen
  - Für Neueinsteiger sind Richtlinien eine wichtige Hilfe im täglichen Umgang mit Kunden.
- **Wie geht man im Einzelfall mit Berufsmeckerern/Posts um die nicht passen?**
  - Löschen sollte unbedingt vermieden werden, da dies „das Öl im Feuer“ sein kann
  - Meckerer einfach ignorieren aber nicht löschen (Zensur!)
  - Konstruktive Kritik loben und anerkennen
  - Löschungen nur bei Beleidigungen unter Verwendung von Kraftausdrücken, da das erklärbar ist
- **Wie geht man mit einem “Shitstorm” um?**
  - Nicht zu unterschätzende Situation im Social Web!
  - Wenn Sie das Gefühl haben einer Social Media Krise zum Opfer zu fallen, kontaktieren Sie einen Profi, der sich die Sachlage objektiv ansehen und sich in wenigen Minuten einen Überblick verschaffen kann, wie ernst die Lage ist.

## Handout zu „Facebook“ am 18.04.2013

- WICHTIG: Nicht von Risiken eines Shitstorms entmutigen lassen! Forschungen belegen, dass gemessenen Shitstorms auch stattgefunden hätten, wenn das betroffene Unternehmen nicht auf FB gewesen wäre. Nur so hatte das Unternehmen die Chance, sich aktiv an der Diskussion beteiligen zu können, um damit das Feuer zu löschen.

### Wichtige rechtliche Punkte beim Nutzen von Fanseiten auf FB:

- **Auswahl des Namens der Fanseite:**
  - grds. ist die Benutzung des eigenen Unternehmensnamens unbedenklich
  - Beachte: → Markenrechte - keine Benutzung von fremden Markennamen bzw. Zusammenhänge vortäuschen (Mercedes Werkstatt Böblingen nur dann möglich wenn Vertragspartner)
    - Wettbewerbsverstoß = Benutzung von unlauteren Zusätzen („der weltbeste Bäcker“)
    - FB-Richtlinien - keine Benutzung von Slogans im Namensfeld („Saturn“ = Firmenname, nicht i.O. im Namensfeld „Saturn – Geiz ist geil“)
- **Impressumpflicht**
  - unbedingt auf Vollständigkeit achten (Vorgaben nach Telemediengesetz)
  - Verortung auf der FB- Seite
    - muss unmittelbar erreichbar sein (2-Klick-Regel)
    - muss leicht erkennbar (Impressum unter „Info“ - Button = unzureichend (LG Aschaffenburg)) und ständig verfügbar sein
- **Inhalte**
  - fremde Inhalte teilen, Vorschaubild deaktivieren! (Gefahr der Urheberrechtsverletzung)
  - Bilder - beachte dabei zwei Grundsatzfragen:
    - a) Habe ich das Recht, das Bild zu verwenden?
      - Ggf. Beachtung der Urheberrechte Dritter
    - b) Habe ich das Recht, das Motiv zu verwenden?
      - Ggf. Verletzung des Rechtes am eigenen Bild Dritter, Verletzung von Markenrechten, etc.
  - Werbung/Newsletter...
    - Bedürfen ausdrücklicher Einwilligung! Fan muss 2 Mal nachweisbar zustimmen! (Double-opt-in-Verfahren)
  - Gewinnspiele
    - beachte die allgemeinen rechtlichen Regelungen mit klaren Teilnahmebedingungen (kein psychologischer Kaufzwang – „Wenn Sie das Produkt jetzt kaufen, dann nehmen sie am Gewinnspiel teil und 10 % der Einnahmen gehen an eine karitative Einrichtung“)
    - beachte FB- Richtlinien - Keine Gewinnspielaustragung auf der FB-Seite! (nur Verlinkung zu separaten Seiten wie Homepage möglich)
    - zulässig die Kopplung „Wenn Sie am Gewinnspiel teilnehmen möchten, klicken Sie „Gefällt mir“ und werden Sie Fan“
- **Datenschutz**
  - Fans stimmen bei Registrierung der Datenschutzerklärung von FB zu
  - gesonderte Aktionen z.B. Newsletter, Werbenachrichten, Gewinnspiele, etc. erfordern weitere Datenschutzerklärung
- **Haftung**
  - Seiteninhaber (Person, die im Impressum steht) ist für die Inhalte der Fanpage haftbar! Unabhängig, ob diese von einer Dritten Person (eingestellte Administratoren) in dessen Namen eingestellt wurden
  - Für eingestellte Inhalte von Fans (z.B. auf der Pinnwand) haftet der Seiteninhaber nur dann, wenn er davon Kenntnis genommen hat!