

# **facebook – marketing unter freunden**

**Dialog statt plumpe Werbung**

**Felix Holzapfel, Klaus Holzapfel**



**BusinessVillage**  
Update your Knowledge!

# Inhalt

|                                                                                 |           |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Über die Autoren .....                                                          | 7         |
| <b>1. Einleitung – Das Phänomen Social Networks .....</b>                       | <b>9</b>  |
| 1.1 Vom Internet zum Web 2.0 und Social Networks .....                          | 10        |
| 1.2 Warnung – Risiken und Nebenwirkungen im Social Web .....                    | 14        |
| 1.3 Für wen eignet sich dieses Buch – und für wen nicht .....                   | 15        |
| <b>2. Facebook-Historie – Es kam, sah und siegte .....</b>                      | <b>17</b> |
| 2.1 2004 – Facebook erblickt das Licht der Welt .....                           | 18        |
| 2.2 2005 – Die Plattform geht zur Schule .....                                  | 18        |
| 2.3 2006 – Bitte ALLE eintreten .....                                           | 19        |
| 2.4 2007 – Einbindung externer Entwickler .....                                 | 19        |
| 2.5 2008 – Facebook wird international .....                                    | 19        |
| 2.6 2009 – Nutzer reden mit .....                                               | 20        |
| 2.7 2010 – Die Jetztzeit .....                                                  | 20        |
| 2.8 Übersicht der Nutzerzahlen – Stand: März 2010 .....                         | 22        |
| 2.9 Facebook – Zahlen, Daten, Fakten auf einen Blick .....                      | 23        |
| <b>3. Marketing-Lovestory – Erfolgreiche Positionierung im Social Web .....</b> | <b>25</b> |
| 3.1 Sagt „Bye Bye“ zum Marketing-Elfenbeinturm .....                            | 26        |
| 3.2 Männer wollen immer nur „das Eine“ – Unternehmen auch .....                 | 26        |
| 3.3 Emanzipation der Kunden .....                                               | 28        |
| 3.4 Nur wenige einfache Schritte zum Glück .....                                | 29        |
| 3.5 Nicht nur Ich, Ich, Ich ... ..                                              | 29        |
| 3.6 Weniger sprechen, mehr zuhören .....                                        | 29        |
| 3.7 Gemeinsame Interessen – der Weg zum gemeinsamen Glück .....                 | 30        |
| 3.8 Man kann es nie allen recht machen ... ..                                   | 30        |
| 3.9 Verarscht .....                                                             | 31        |
| 3.10 Umgang mit Fehlern .....                                                   | 31        |
| <b>4. Passive Viralität – (R)Evolution des Informationsflusses .....</b>        | <b>33</b> |
| 4.1 Ein lustiges Video im Web 1.0 .....                                         | 34        |
| 4.2 Und dann kam nicht Polly sondern YouTube .....                              | 34        |
| 4.3 Vergiss die E-Mail und die Empfänger .....                                  | 35        |
| 4.4 Die Mauer IST weg! .....                                                    | 37        |
| 4.5 Kommentare im Web 1.0 .....                                                 | 39        |
| 4.6 Mitreden im Web 2.0 .....                                                   | 39        |
| 4.7 Was genau machen Facebook Open Graph und die Social Plugins? .....          | 39        |
| <b>5. Grundfunktionen – Was machen Nutzer in Social Networks? .....</b>         | <b>43</b> |
| 5.1 Der Startschuss – Profil erstellen .....                                    | 44        |

|                                                                                        |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 5.2 Freundeskreis – Aufbauen und pflegen.....                                          | 44        |
| 5.3 Up to date bleiben – Was geht?.....                                                | 45        |
| 5.4 Privatsphäre einrichten – Zahlreiche Möglichkeiten .....                           | 45        |
| 5.5 Statusmeldungen – Inhalte posten und Meinungen teilen.....                         | 45        |
| 5.6 Interaktionen – Kommentieren, bewerten und teilen .....                            | 46        |
| 5.7 Suchen – Und finden .....                                                          | 46        |
| 5.8 Inbox – Das Stiefkind von Facebook.....                                            | 46        |
| 5.9 Chatten – Nachrichten in Realtime.....                                             | 46        |
| 5.10 Applikationen – Pimp your Profile.....                                            | 47        |
| 5.11 Social Games – Spannung, Spiel und unglaubliche Reichweite .....                  | 47        |
| 5.12 Fotos & Videos – Das Auge isst mit .....                                          | 48        |
| 5.13 Gruppen – Treffpunkt für Gleichgesinnte .....                                     | 48        |
| 5.14 Facebook-Seiten – Für Unternehmen und Organisationen .....                        | 48        |
| 5.15 Veranstaltungen – Planen und organisieren .....                                   | 49        |
| <b>6. Newsfeed – Das Wohnzimmer im Social Network .....</b>                            | <b>51</b> |
| 6.1 Hauptmeldungen – Up to date sein und bleiben.....                                  | 53        |
| 6.2 Zentrale Sammelstelle – Informationen aus dem eigenen Netzwerk.....                | 55        |
| <b>7. Profile – Das persönliche Schaufenster im Web 2.0 .....</b>                      | <b>57</b> |
| 7.1 Für wen eignet sich ein Profil .....                                               | 58        |
| 7.2 Spieglein, Spieglein an der Wand ... Wer hat das schönste Profilbild im Land?..... | 59        |
| 7.3 Standard Reiter 1 – Info .....                                                     | 59        |
| 7.4 Standard Reiter 2 – Pinnwand .....                                                 | 66        |
| 7.5 Standard Reiter 3 – Fotos.....                                                     | 68        |
| 7.6 Erweiterungen des Profils .....                                                    | 68        |
| <b>8. Facebook-Seite – Auftritt eines Unternehmens .....</b>                           | <b>71</b> |
| 8.1 Anlegen einer Seite.....                                                           | 73        |
| 8.2 Kategorie – Was bist du?.....                                                      | 74        |
| 8.3 Name der Seite – Bis dass der Tod uns scheidet... ..                               | 76        |
| 8.4 Anlegen der Basic Information .....                                                | 77        |
| 8.5 Weitere Standardreiter.....                                                        | 79        |
| 8.6 Möglichkeiten zur Erweiterung .....                                                | 81        |
| 8.7 FBML – Das Facebook HTML .....                                                     | 81        |
| 8.8 Landing Page – Liebe auf den ersten Blick .....                                    | 81        |
| 8.9 FBML and More .....                                                                | 83        |
| 8.10 Optimierung der Navigation .....                                                  | 83        |
| 8.11 Applikationen – Spaß und Mehrwerte .....                                          | 84        |
| 8.12 Gewinnung von Fans – Aufbau einer loyalen Gefolgschaft .....                      | 86        |
| 8.13 Statusmeldungen – Fortlaufende Kommunikation.....                                 | 88        |
| 8.14 Direct Message – Aktualisierung an Fans senden.....                               | 91        |
| 8.15 Gretchenfrage – Eine oder mehrere Facebook-Seiten .....                           | 92        |
| 8.16 Top Facebook-Seiten – Who’s hot and who’s not.....                                | 94        |
| <b>9. Facebook Gruppen – Treffpunkt für Gleichgesinnte.....</b>                        | <b>97</b> |

|                                                                             |     |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>10. Facebook Werbeanzeigen – Targeting 2.0</b> .....                     | 101 |
| 10.1 Auftakt – Getting started .....                                        | 102 |
| 10.2 Step 1 – Zielgruppe .....                                              | 102 |
| 10.3 Step 2 – Gestalte deine Werbeanzeige.....                              | 104 |
| 10.4 Step 3 – Kampagnen und Preise.....                                     | 107 |
| 10.5 Step 4 – Prüfung und Freischaltung der Anzeige.....                    | 108 |
| 10.6 Step 5 – Monitoring und Optimierung der Kampagne.....                  | 108 |
| <b>11. Integration – Facebook auf einer externen Website</b> .....          | 111 |
| 11.1 Facebook Like Box – Einfach Flagge zeigen .....                        | 113 |
| 11.2 „Gefällt mir“ – Nur ein Klick entfernt.....                            | 117 |
| 11.3 Facebook Comment – Mitreden leicht gemacht .....                       | 118 |
| 11.4 Facebook Share – Inhalte kinderleicht teilen .....                     | 122 |
| 11.5 Activity Feed – Übersicht der Interaktionen .....                      | 124 |
| 11.6 Facebook Recommendations – Persönliche Empfehlungen .....              | 125 |
| 11.7 Facebook Live Stream – Realtime-Interaktion mit anderen Nutzern.....   | 127 |
| 11.8 Facebook Log-in – Der Generalschlüssel im Social Web .....             | 128 |
| 11.9 Facebook Meta Tags – Unsichtbare Helfer .....                          | 130 |
| <b>12. Word-Of-Mouth-Specials – Virale Highlights</b> .....                 | 133 |
| 12.1 Achtung – Ideen-Weichspüler aufgepasst .....                           | 134 |
| 12.2 Just do it – Nicht zögern, machen! .....                               | 135 |
| <b>13. Crossmedia – Social Media-Marketing never walks alone</b> .....      | 137 |
| <b>14. Return on Investment – Erfolgskriterien auf Facebook</b> .....       | 143 |
| 14.1 Reichweitenmessung Fernsehen .....                                     | 144 |
| 14.2 Reichweitenmessung Radio .....                                         | 145 |
| 14.3 Sonstige Offline-Medien .....                                          | 145 |
| 14.4 Digitale Medien.....                                                   | 145 |
| 14.5 Das Problem der unbegrenzten Möglichkeiten .....                       | 146 |
| 14.6 Zurück zum eigentlichen Thema .....                                    | 147 |
| 14.7 Und nun? Was tun?!.....                                                | 151 |
| 14.8 Ein Beispiel aus der Praxis – Ausnahmen bestätigen die Regel.....      | 152 |
| 14.9 Interaktionen als neue Leitwährung des Social Web .....                | 155 |
| 14.10 Werbung als gern gesehener Gast .....                                 | 155 |
| <b>15. Controlling – Vertrauen ist gut, Interaktionen sind besser</b> ..... | 157 |
| 15.1 Facebook-Statistiken – Demografie trifft auf Reichweitenmessung .....  | 158 |
| 15.2 Google Analytics – Sinnvolle Ergänzung der Facebook-Statistiken .....  | 160 |
| 15.3 Kostenpflichtige Tools – Alles auf einen Blick .....                   | 161 |
| <b>16. Showcases – Beispiele aus der Praxis</b> .....                       | 165 |
| 16.1 IKEA – Schwedisch, simpel und einfach gut.....                         | 166 |

|            |                                                                         |            |
|------------|-------------------------------------------------------------------------|------------|
| 16.2       | Burger King – Tausche Freunde gegen Whopper .....                       | 168        |
| 16.3       | Café Brazil – Offline-Genuss online im Social Web teilen .....          | 171        |
| 16.4       | Ravensburger – Die Katzenmenschen erobern die Welt .....                | 174        |
| 16.5       | Skittles – Total süß im Social Web .....                                | 181        |
| 16.6       | The Creme Brulee Man – Nicht nur lecker, sondern auch social .....      | 185        |
| 16.7       | Easyjet – Plan & Book your holidays on Facebook .....                   | 188        |
| 16.8       | Phänomen Nutella – Die größte inoffizielle Fan-Community der Welt ..... | 191        |
| 16.9       | Million Baby Crawl – Für eine saubere Zukunft .....                     | 194        |
| 16.10      | Tara Technique – Sexy Hexy von Saturn .....                             | 197        |
| 16.11      | KLINiK am RING – Gesundheit 2.0 .....                                   | 201        |
| 16.12      | Vitaminwater – Facebook Crowdsourcing and more .....                    | 204        |
| 16.13      | TOM BIHN – So hat man seine Kunden im Social Web in der Tasche .....    | 208        |
| 16.14      | Rita’s Italian Ice – Richtig cool im Social Web .....                   | 210        |
| 16.15      | conceptbakery – aus dem Nähkästchen geplaudert .....                    | 214        |
| <b>17.</b> | <b>Dos and Don’ts – Erfolgsfaktoren auf Social Networks .....</b>       | <b>219</b> |
| 17.1       | Klare Positionierung – Social Media-Story in einem Satz .....           | 220        |
| 17.2       | Kein Mono-, sondern ein Dialog – Kommunikation auf Augenhöhe .....      | 220        |
| 17.3       | Be real – Authentizität schlägt Buzenzauber .....                       | 220        |
| 17.4       | It’s time for a Change – Veränderter Fluss von Informationen .....      | 220        |
| 17.5       | Rollenwandel – Keine Kontrolle, sondern Moderation .....                | 221        |
| 17.6       | Keine Angst vor der neuen Welt, sondern Neugier entwickeln .....        | 221        |
| 17.7       | Nicht zögern – Machen! .....                                            | 221        |
| 17.8       | Nutzung der technischen Möglichkeiten .....                             | 221        |
| 17.9       | Klare Ziele definieren – und kontrollieren .....                        | 221        |
| 17.10      | Crossmedia – Einbettung in eine Gesamtstrategie .....                   | 222        |
| 17.11      | Um die Ecke denken – Weniger werben, mehr unterhalten .....             | 222        |
| 17.12      | Lesen bildet – Auch im Social Web .....                                 | 222        |
| <b>18.</b> | <b>What’s next – Die nächsten Trends .....</b>                          | <b>223</b> |
| 18.1       | Facebook Open Graph – Webseiten werden „sozialer“ .....                 | 224        |
| 18.2       | Facebook-Seite ähnlich Website oder SEO – Jeder macht’s .....           | 224        |
| 18.3       | Verbesserung der Suche – Weniger anonym, mehr persönlich .....          | 225        |
| 18.4       | Social Shopping – Gemeinsam Online Shoppen .....                        | 226        |
| 18.5       | Mobile Apps – Facebook wirklich everywhere .....                        | 228        |
| 18.6       | Crossmedia – Nichts Besonderes mehr, sondern Standard .....             | 230        |
| <b>19.</b> | <b>Schlusswort – Kein Hype, sondern Dynamik mit Substanz .....</b>      | <b>233</b> |
| <b>20.</b> | <b>Anhang .....</b>                                                     | <b>237</b> |
| 20.1       | (Geliebene) Denkanstöße bekannter Socialmedia Autoren .....             | 238        |
| 20.2       | Hilfreiche Tools und Informationsquellen .....                          | 246        |