

Facebook-Gruppe oder Facebook-Seite

Facebook ist eine Internet-Plattform, auf der sich Menschen mit Hilfe persönlicher Profile vernetzen und austauschen. Die Kontaktaufnahme mit anderen Menschen oder Institutionen ist dank der niederschweligen Zugänglichkeit sehr einfach, erfahrungsgemäss bleibt die Kommunikation via Facebook eher oberflächlich. Immer mehr Firmen und Veranstalter nutzen Facebook als Werbemedium, in dem sie versuchen, viele Menschen zu erreichen, eine Fangemeinde aufzubauen und durch den Schneeballeffekt, resp. virales Marketing sich oder einen bestimmten Anlass bekannt zu machen. Wie sich Facebook und Co. weiterentwickeln werden, ist momentan noch nicht klar. Die Hauptnutzergruppe von Facebook sind weiterhin die bis zu 30-jährigen, die älteren Semester rücken aber rasch nach. Teilweise macht sich bei den Jüngeren bereits eine FB-Müdigkeit breit, oder sie wandern auf andere Foren ab. Solange Facebook jedoch das grösste virtuelle Netzwerk der Welt bleibt, werden es andere Tools schwer haben, dort ebenso gross zu werden.

FB-Seite:

Eine Facebook-Seite wird von Unternehmen, Instituten und Vereinen dazu genutzt, um ihre Organisation vorzustellen und eine gewisse Öffentlichkeit zu generieren. Bilder, kurze Texte, Meldungen, Veranstaltungshinweise können dort versammelt werden. Mit einer Seite kann man nicht „befreundet“ sein, aber durch das Klicken des „Like-it-Buttons“ wird man Fan der Seite und erhält automatisch die neusten Informationen und News. Auch kann man, je nach Einstellung, auf die Seite der Institution Posts anbringen.

Eine Seite wird von einem oder mehreren Administratoren betreut. Die Pflege einer FB-Seite braucht Zeit und Kontinuität, eine fragmentarische oder verwaiste Seite ist keine gute Visitenkarte. Der Kontakt mit etwaigen Fans sollte ernsthaft aufgenommen und betrieben werden, die Vernetzung mit anderen Seiten im ähnlichen Umfeld ist ein Muss, um sichtbar zu werden.

Eine Facebook-Seite ist mehr ein Marketinginstrument und ein Veranstaltungskalender als ein internes Kommunikationsmittel. Eine Facebook-Seite ist häufig mit einem Blog oder einer Website verlinkt, um die BesucherInnen dorthin zu leiten.

Um Fan einer Facebook-Seite zu werden, braucht man ein persönliches Facebook-Profil.

FB-Gruppe:

Einer Facebook-Gruppe können je nach Ausrichtung der Gruppe alle Mitglieder, Interessierte und Neugierige beitreten. Die Gruppe stellt so etwas wie eine informelle Informationsplattform dar, auf der sich die Mitglieder zu einem spezifischen Thema oder einer klaren Frage äussern. Da eine Gruppe meist ganz oder teilweise geschlossen ist, generiert eine Facebook-Gruppe keine oder wenig Öffentlichkeit, sondern fungiert eher als internes Austausch- und Informationstool. Dies kann jedoch sehr effektiv eingesetzt werden, wenn man beispielsweise Abstimmungen oder Meinungen über die Gruppe laufen lässt.

Um einer Facebook-Gruppe beizutreten, braucht man ein persönliches Facebook-Profil.

Frage: Wen möchten wir überhaupt wozu ansprechen? Was erwarten wir uns von einer höheren Sichtbarkeit? Braucht es die, oder reicht uns die interne Möglichkeit des Informationsaustausches?

Frage: Brauchen wir zusätzlich zu dem Blog noch ein weiteres Instrument, um auf unsere Aktivitäten hinzuweisen? Sollen wir unsere Aktivitäten weiterhin im digitalen Bereich stärken, oder besteht das Interesse, direkt Leute anzusprechen und einzubinden?

Frage: Falls wir uns stärker im Analogen positionieren würden, wie kann man das finanzieren (Grafik, Druck, Verteiler)?