

Facebook Fans kaufen



© ProMotion - Fotolia.com

#57638887

Immer wieder werde ich von unseren [Social Media](#) Kunden gefragt, wie wir zum Thema Facebook Fan-Kauf stehen, weil mal wieder ein Angebot dubioser Fanfarmen ins Haus geflattert ist. 10.000 Facebook Fans für 300 EUR klingt ja auch erst einmal sehr verlockend. Dass diese Facebook Fans meist aus asiatischen oder südamerikanischen Ländern stammen, häufig keine realen Personen dahinter stehen und somit schlicht Fake Profile sind, die mehr schaden als nutzen, ist den Kunden häufig gar nicht klar.

Einige Anbieter werben mit „echten, realen Fans, die täglich in sozialen Netzwerken aktiv sind“. Doch woher stammen solche Nutzer? Ganz einfach: es gibt verschiedene Portale (so genannte Klickfarmen), auf denen man sich mit seinem Facebook Nutzeraccount registrieren kann und durch die Vergabe seines Likes dann Geld verdient. Nutzer, die so Geld verdienen möchten, registrieren sich aber vermutlich nur selten mit ihrem echten, privaten Account, sondern legen nur für diesen Zweck extra neue Nutzerprofile an. Im Prinzip sind das also häufig auch Fake-Accounts.

Negative Auswirkungen durch den Kauf von Facebook-Fans

Egal ob nun „echte, reale Fans aus Deutschland“, günstige internationale Fans oder Fake Accounts – ein Fankauf bringt Unternehmen nur Nachteile. Fake-Nutzer liken einmal die Unternehmensseite und werden dann nie wieder aktiv. Und auch die „hochwertigen, echten und realen Fans aus Deutschland“ interessieren sich nur in den seltensten Fällen tatsächlich für das Unternehmen oder dessen Produkte. Ausländische Fans verstehen nicht einmal die Inhalte der Facebookseite und werden daher Beiträge ebenfalls nicht liken.



Durch den Kauf von Facebookfans wird langfristig die Reichweite und Performance der Unternehmensseite beeinflusst. Denn ähnlich wie bei google gibt es auch bei Facebook einen Algorithmus, der entscheidet, welche Beiträge die Nutzer in ihrem News Feed angezeigt bekommen und welche nicht. Facebook selektiert, was für den User interessant sein könnte. Er bekommt bevorzugt Inhalte von Seiten angezeigt, mit denen er häufiger interagiert. Gekaufte Fans interagieren aber nicht. Sie werden einmal Fan der Seite und sind danach meist völlig inaktiv.

Und wenn die gekauften Fans tatsächlich hin und wieder mit der Seite interagieren, macht es das oft nur noch schlimmer. Denn dadurch vermehren sich die falschen Freunde. Beim Unternehmen Crowdmedia hatte die [„Jugendsünde Fankauf“](#) einen jahrelangen Rattenschwanz zur Folge, was letztendlich zu der Entscheidung geführt hat, die ursprüngliche Facebookseite abzuschalten und komplett neu zu starten. Denn der Kauf von Fans macht jede folgende Facebookstatistik völlig unbrauchbar. Man kennt seine echte Reichweite nicht und die Insights sind nur bedingt nutzbar.

Es drohen Sanktionen seitens Facebook!

Abgesehen von den negativen Auswirkungen auf die Interaktionsrate verstößt der Fankauf gegen die Nutzungsbedingungen von Facebook. Dort äußert man sich zum Thema wie folgt:

Bestimmte Webseiten versprechen, große Mengen an „Gefällt mir“-Meldungen für deine Seite zu generieren, wenn du dich registrierst und ihnen Geld gibst. Diese Webseiten arbeiten in der Regel mit irreführenden Praktiken und es handelt sich um Scams. Personen, denen deine Seite auf diese Weise gefällt, sind für deine Seite wertlos, da sie sich nicht wirklich für deren Inhalte interessieren. Wenn wir feststellen, dass deine Seite in Verbindung mit dieser Art von Aktivitäten steht, legen wir Einschränkungen für deine Seite fest.

(Quelle:

In der Vergangenheit hat Facebook solche Fake-Fans einfach nur von der jeweiligen Seite entfernt. Mittlerweile drohen Unternehmensseiten, die Facebook Fans kaufen aber immense Einschränkungen, die von der Blockierung des Like-Buttons für neue Fans bis zur kompletten Sperrung oder Deaktivierung der Facebookseite reichen.

Auswirkungen auf die Glaubwürdigkeit

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor
Telefon 08031 / 2575-100
Telefax 08031 / 2575-101
E-Mail: info@seo-kueche.de

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,
HRA 11167 AG Traunstein
pers. Haftende Gesellschafterin:
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB
22414 AG Traunstein
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,
Oliver Lindner
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.
156/174/08500

HypoVereinsbank
IBAN DE45 700202700015260147
BIC HYVEDE33XXX

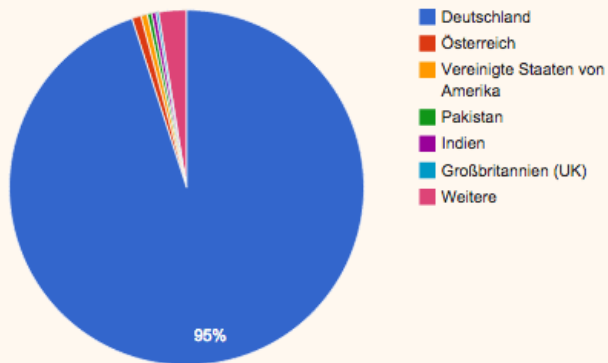
Durch den Kauf von Facebookfans ist die eigene Glaubwürdigkeit in Gefahr und man schadet dem Image seines Unternehmens! Eine Unternehmensseite mit einer hohen Anzahl an Fans macht auf den ersten Blick vielleicht einen guten Eindruck. Aber man muss kein Experte sein, um zu erkennen, dass die Interaktionsrate im Vergleich extrem niedrig ist. Kaufe ich Fans, gebe ich vor, beliebter zu sein, als ich eigentlich bin. Mal ehrlich: Welchen echten potentiellen Kunden gefällt so eine Vorgehensweise?

Wie erkenne ich, dass eine Facebookseite Fans gekauft hat?

Erstes Anzeichen ist die vergleichsweise niedrige Interaktionsrate. Das Unternehmen hat extrem viele Fans, die Beiträge bekommen aber kaum Likes und werden nur sehr selten kommentiert oder geteilt. In einem solchen Fall sollte man die Fans der Seite einmal genauer unter die Lupe nehmen. Stern TV stellt online ein Tool zur Verfügung, welches die Herkunft der Fanbase checkt. Stammen diese hauptsächlich aus dem asiatischen Raum oder einem Land, in dem das Unternehmen gar nicht aktiv ist, lässt sich das mit diesem Tool schnell herausfinden:

Letztendlich beweisen lässt sich ein Fankauf aber nicht. Und die Unterstellung, jemand hätte Facebook Fans gekauft, kann juristische Folgen haben. Das Oberlandesgericht Frankfurt hat mit Urteil vom 25.04.2013 die Unterstellung eines Kaufs von Facebook-Fans per einstweiliger Verfügung verboten.

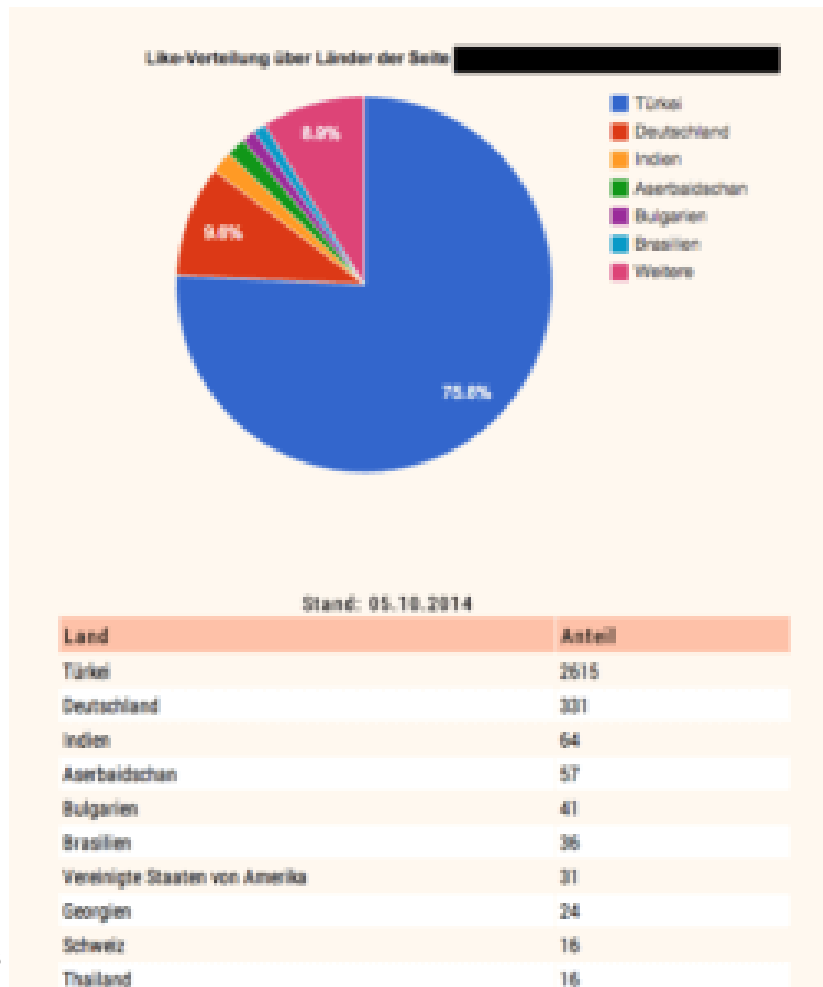
Like-Verteilung über Länder der Seite 'SEO-Küche Internet Marketing GmbH'



Stand: 05.10.2014

Land	Anteil
Deutschland	1942
Österreich	17
Vereinigte Staaten von Amerika	12
Pakistan	8
Indien	8
Großbritannien (UK)	5
Italien	5

Herkunft der SEO-Küchen Facebook-



Fans

Herkunft der Facebook Fans eines

Mitbewerbers (der ausschließlich in Deutschland tätig ist)

Wie generiere ich sonst neue Fans?

In erster Linie durch hochwertige Inhalte mit Mehrwert. Den Nutzern muss ein Anreiz zum Liken der Seite geboten werden. Interessante Informationen, gute Grafiken, Sonderangebote, durchdachte Kampagnen, Wettbewerbe und Gewinnspiele helfen, eine Fanbase auf natürlichem Weg aufzubauen. Wichtig ist, mit den vorhandenen Fans in Kontakt zu bleiben und mit diesen zu interagieren. Keine



Facebookseite ohne [professionelles Community Management!](#)

Ebenfalls eine gute Möglichkeit zur Fangenerierung ist die Verwendung von [Facebook Werbeanzeigen](#). Hier kann die Zielgruppe sehr genau eingegrenzt werden, um Streuverluste zu minimieren. Die Anzeigen werden nur Nutzern angezeigt, die sich für das jeweilige Thema interessieren bzw. der vorher definierten Zielgruppe des Unternehmens entsprechen. Erstellt man eine eigene *custom audience*, können (zum Beispiel anhand der eigenen Newsletter-Datenbank) gezielt bestehende Kunden oder Interessenten durch Facebook Ads auf die Facebookseite des Unternehmens geleitet werden.

Außerdem kann man natürlich auch direkt im Unternehmensnewsletter, auf der eigenen Webseite und durch Werbemittel des Unternehmens auf die Facebookseite hinweisen und so neue Fans generieren.

Mit Kreativität und etwas Geduld lässt sich so langfristig ein Netzwerk echter Fans aufbauen, die durch Interaktionen die Facebookseite bereichern, treue Kunden werden und durch Empfehlungen als Botschafter für Ihr Unternehmen fungieren können. Fake-Fans können das nicht – also bitte, bitte keine Facebook Fans kaufen! Das ist nicht nur unehrlich, das ist auch schädlich für Ihr Unternehmen.

Update: da wir selber professionelle Social Media Beratung anbieten, unterstützen wir Firmen, die Likes oder Follower verkaufen auch nicht im SEO-Bereich. Solche Anfragen lehnen wir ab!