

Facebook: klassisches Design ab September 2020 nicht mehr verfügbar

Facebook, das unter den sozialen Netzwerken besonders heraussticht, rollte bereits vor einigen Monaten sein neues Design auch für den Desktop aus. Viele User begrüßten das neue Layout mit seinen Funktionen. Jedoch gibt es auch ausreichend Facebook-Nutzer, die eher das klassische Design bevorzugten. Während sie in den letzten Monaten die Möglichkeit hatten, zwischen dem klassischen Design und dem neuen Design nach Belieben zu wechseln, um sich an die Neuigkeiten zu gewöhnen, steht die alte Version ab September nun nicht mehr zur Verfügung.

Vorstellung des neuen Designs bereits 2019 auf der Entwicklerkonferenz F8

Das neue Design wurde bereits 2019 von Facebook CEO Mark Zuckerberg bei der Entwicklerkonferenz F8 vorgestellt. Anschließend wurde es nach und nach erst für mobile Geräte und erst dann für den Desktop zur Verfügung gestellt, wo die neue Version seit Mai 2020 präsent ist. Während die User zwischen neuem und altem Design wechseln konnten, hatten sie die Möglichkeit, Facebook ein Feedback zu geben, was sie in der neuen Version vermissen und wo sie Verbesserungsbedarf sehen. Doch nun gibt es kein Zurück mehr. Es gibt nur noch die neue Facebook-Version.

Neues Facebook-Design: Was ist anders?

Mit dem klassischen Design ist nun ab September 2020 auch der etwas sattere Blauton von Facebook und das quadratische Logo verschwunden. Dabei ist deutlich zu erkennen, dass sich das neue Layout stärker am mobilen Design orientiert. Da Facebook häufig unter Kritik stand, mit Zunahme seiner Funktionen immer unübersichtlicher zu werden, entschied das Design-Team, die Seitenleiste auf der Startseite zu vereinfachen. Und es gibt keinen Feed mehr, der alles abbildet.

Das neue Design setzt auf größere Schrift und ist deutlich schlichter gehalten. So können die User schneller navigieren. Außerdem möchte Facebook besonders auch eine ältere Zielgruppe erreichen als Snapchat oder Instagram. Dort wird auch davon ausgegangen, dass die User die kleinen Icons verstehen, die zum Beispiel zum Aktivitätsprotokoll, zur Startseite oder zum eigenen Profil führen. Im neuen Design von Facebook wird die Erklärung der Icons für Startseite, Watch, Marketplace, Gruppen und Gaming im Mouseover angezeigt. Außerdem werden Stories im Newsfeed an noch prominenterer

Stelle, und zwar in der oberen Mitte angezeigt.

Komplett neue Designsprache

Facebook erhielt mit seinem neuen Design eine komplett neue Designsprache. Dabei zieht sich die neue Gestaltung komplett von Web bis App hindurch und soll Gruppenaktivitäten stärker in den Vordergrund rücken. Deshalb befinden sich bei den Gruppen auch die meisten neuen Features.

Die Website ist erheblich flexibler und schneller als die alte Version. Zudem ist sie barrierefrei und responsive. Wie die Entwickler bereits auf der F8 berichteten, setzt die neue Facebook-Version auf die hauseigenen JavaScript-Frameworks Relay und React. Ebenso wird GraphQL eingesetzt. Dabei haben die Entwickler sehr viel Zeit dafür aufgebracht, um das erste Laden zu beschleunigen und die geladenen Elemente so schnell wie möglich interaktiv zu machen.

Schließlich war die alte Version kaum noch in der Lage, den Anforderungen an die Flexibilität und Ladegeschwindigkeit gerecht zu werden. Um eine Seite zu rendern, mussten Clients bis zu 500 KByte komprimierten CSS-Code herunterladen. An manchen Stellen wurde sogar Code heruntergeladen, der nie zum Einsatz kam und der JavaScript-Code konnte nur noch mit großer Mühe auf das Notwendigste reduziert werden.

Relay und React

Mithilfe des JavaScript Frameworks Relay haben die Entwickler den React-Code so erweitert, dass nur noch Daten und Code heruntergeladen werden, die React wirklich braucht, um die gewünschte Seite rendern zu können. Relay weiß dabei auch, welche Inhalte innerhalb des aktuell verwendeten Viewports liegen. Sind Inhalte unsichtbar, werden sie von Relay erst später nachgeladen.

Die Komponenten von React wurden so erweitert, dass Relay schon früher weiß, welcher Code und welche Daten benötigt werden, um zum Beispiel einen Foto-Beitrag zu rendern und interaktiv wiederzugeben. In der alten Version wurde zum Beispiel der Code für Foto- und Videoposts unabhängig von der Art der Daten geladen. Das gibt es nun nicht mehr. Jetzt wird der Code genauso behandelt wie Daten. Darüber hinaus lädt Relay alle bereits geladenen Daten in Browser-Cache. Dadurch werden die Seitenaufrufe enorm beschleunigt.

Der Dark Mode: Ergänzung im Facebook-Redesign

Um auf dem Markt auch noch nach 16 Jahren zu bestehen, musste Facebook sein Bestes geben. So wurde am neuen Design ungefähr ein Jahr lang gebastelt. Dabei standen jegliche Änderungen im Design oder in den Funktionen stets auf dem Prüfstand der Facebook-User. Überwiegend lobend erwähnt wurde der Dark Mode, der beim manuellen Wechsel vom klassischen Design auf die neue Version ausgewählt werden konnte. Aber auch jetzt gibt es immer noch die Möglichkeit, den Dark Mode innerhalb der Option "Watch" auszuwählen und nach Belieben zwischen normaler Ansicht und dem Dark Mode zu wechseln, mit dem die Augen geschont werden sollen.

Mehr Barrierefreiheit

Um mehr Barrierefreiheit zu erhalten, hat Facebook kontextsensitive und dynamische Header-Elemente eingeführt. Sie sollen Nutzern mit Sehbehinderung helfen, die eine Vorlese-Anwendung wie Screenreader einsetzen. Auf Info-Seiten zu Veranstaltungen hat nun die Überschrift höchste Priorität, während sie im News-Feed nur eine von vielen ist.

Flexibleres Interface

Für ein flexibleres Interface und damit Nutzer bessere Anpassungsmöglichkeiten erhalten, hat Facebook CSS mit [Atomic Stylesheets](#) erstellt. Damit passen sich die Seitenelemente dynamischer an die manuellen Änderungen der verschiedenen Schriftgrößen durch Browserzooms an, während Facebook automatisch alle Schriftgrößen von absoluten Pixeln in dimensionslose Root-Emas umwandelt.

Neuer Gruppen-Bereich

Den höchsten Wert legt die neue Version auf die Gruppenbereiche, denn nach Angaben des Facebook-Konzerns sind zurzeit über 400 Millionen Menschen Mitglied in einer Facebook-Gruppe. So erscheint in der neuen Version ein eigener persönlicher Feed mit den aktuellen Aktivitäten der Gruppen, zu denen der jeweilige User gehört. Im Newsfeed der Gruppe können Inhalte sofort geteilt werden. Weitere Features sind beispielsweise Chatfunktionen für Gaming-Gruppen und die Möglichkeit für anonyme Fragen in Gesundheitsgruppen.

Mehr Privatsphäre

Auf der F8 erklärte der Facebook-Chef Mark Zuckerberg entgegen seiner früheren Aussagen, dass die Zukunft privat sei. Deshalb gibt es mehr private Räume in den Messengern und die Chat-Apps sollen verschlüsselt sein. Das zeigt deutlich, wie sehr Facebook durch seine Datenschutzskandale der vergangenen Monate unter Druck geraten ist.



Kein Zurück mehr

Nun gibt es kein Zurück mehr zur früheren Facebook-Version. User müssen sich nun für immer an die Umstellung gewöhnen. Mancher User, der die klassische Version liebte und die neue Version kein einziges Mal getestet hatte, könnte nun ein paar Schwierigkeiten haben, sich zurechtzufinden.

Titelbild © Thaspol / stock.adobe.com

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