

Social Media Rückblick Juni 2017

Social Media schläft nie – wie jeden Monat gab es auch im Juni wieder viele Neuheiten auf Facebook, Instagram, Twitter und Co. Alles Wissenswerte dazu haben wir für euch in unserem Social Media Rückblick zusammengefasst.

Facebook

Facebook knackt die 2 Milliarden Marke

Ende Juni war es soweit – es gab einen neuen Meilenstein zu verkünden. 2 Milliarden Menschen sind weltweit monatlich auf Facebook aktiv. In Deutschland nutzen mehr als 30 Millionen Menschen monatlich dieses Social Media Netzwerk.

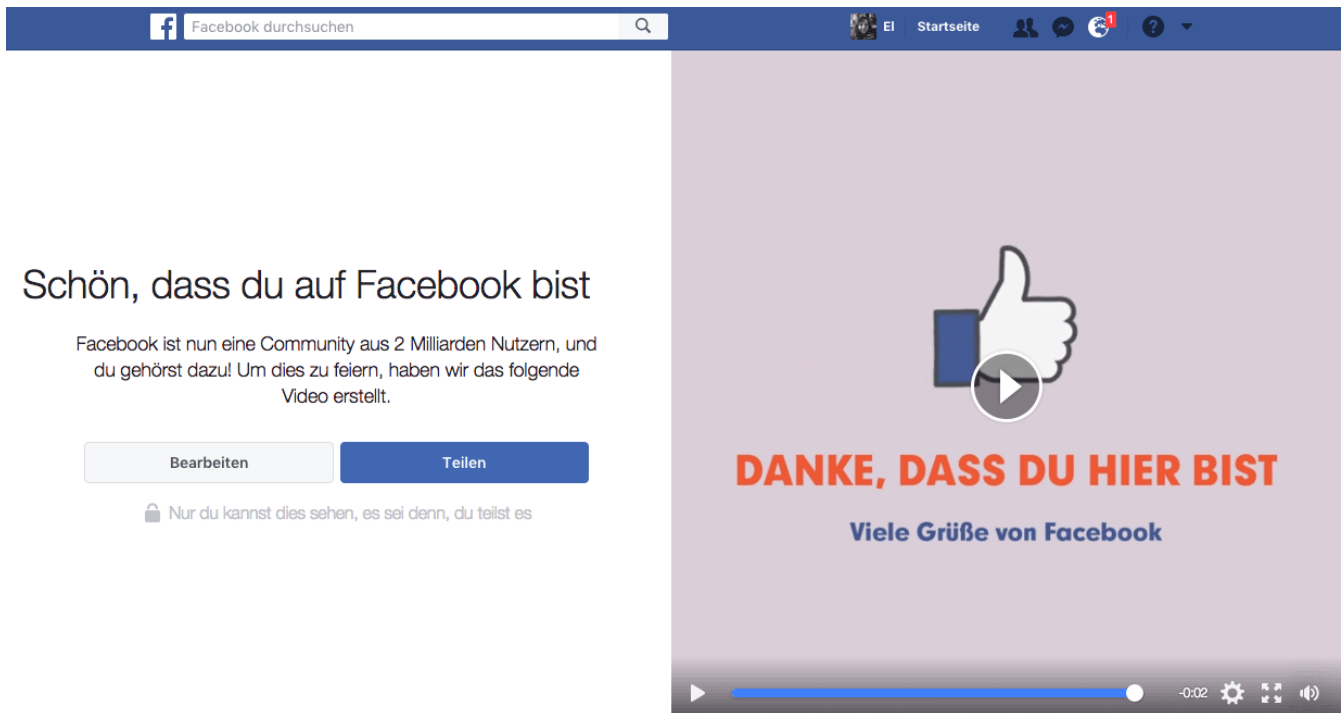
Für diesen enormen Zuwachs bedankt sich Facebook mit neuen Funktionen:

Persönliche Dankesnachricht

Wenn ihr mit einem „Love“ auf einen Beitrag eines Freundes oder Familienmitgliedes reagiert, jemanden zum Geburtstag gratuliert oder eine Gruppe erstellt, dann erhaltet ihr eine persönliche Nachricht von Facebook in eurem News-Feed.

Personalisierte „Good Adds Up“ Videos

Mit „Good Adds Up“ Videos bedankt sich Facebook bei euch, ein Teil der Community zu sein. Die Videos sind personalisiert und können geteilt werden.



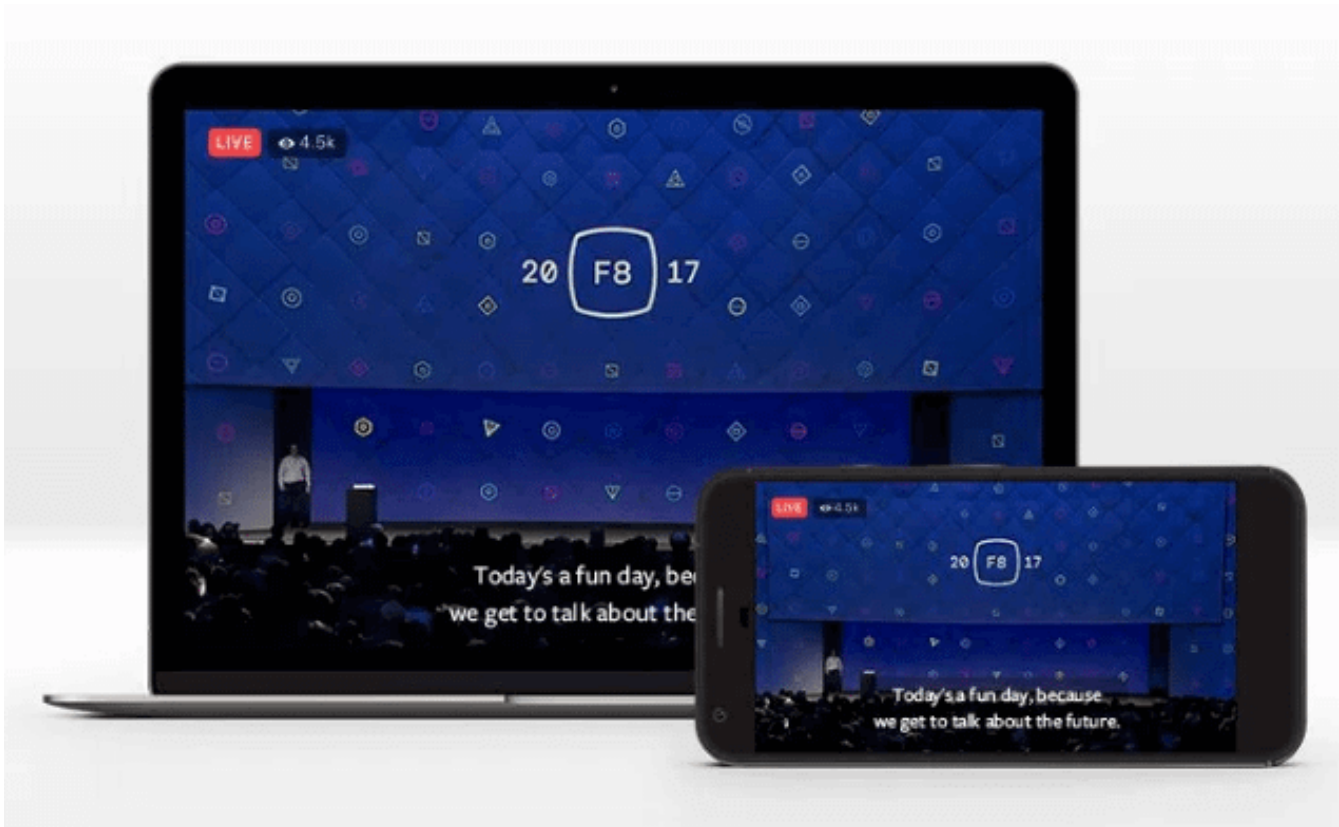
Personalisiertes „Good Adds Up“ Video auf Facebook

Geschichte aus der globalen Gemeinschaft

Auf www.facebook.com/goodaddsup könnt ihr euch dann die gesammelten Werke von den Nutzern, die ein „Good Adds Up“ Video erstellt haben, ansehen.

Untertitel für Live-Videos

Neu seit Juni ist die Einbindung von Untertiteln bei Live-Videos. Das ermöglicht vor allem tauben und schwerhörigen Menschen, aber auch Usern die Live-Videos ohne Ton schauen, das Video besser zu verstehen. Die Video-Inhalte können somit für noch mehr Menschen zugänglicher gemacht werden. Eine Anleitung zur Erstellung der Untertitel findet ihr im [Blog von Thomas Hutter](#).



Live Videos mit Untertiteln (Quelle: Facebook)

Neue Platzierungen für Videos und automatisierte Split-Tests

Bei der Erstellung von Kampagnen mit dem Werbezielen Markenbekanntheit, App-Installationen, Beitragsinteraktionen und Videoaufrufen ist die Platzierungsvariante „Suggested Videos“ möglich. Das heißt, dass Video Ads zwischen den empfohlenen Videos eingefügt werden. Diese Platzierung wird beim Erstellen einer neuen Kampagne automatisch ausgewählt.

Neu ist auch die Möglichkeit Split-Tests für Video View Kampagnen durchzuführen. Alles Wissenswertes zum Thema Split-Tests findet ihr [hier](#)

<input checked="" type="checkbox"/> Video views
<input type="checkbox"/> Lead generation



Video views

Promote videos that show behind-the-scenes footage, product launches or customer stories to raise awareness about your brand.

Create Split Test: Use this ad campaign to test ad set strategies **NEW** ⓘ

Campaign Name ⓘ

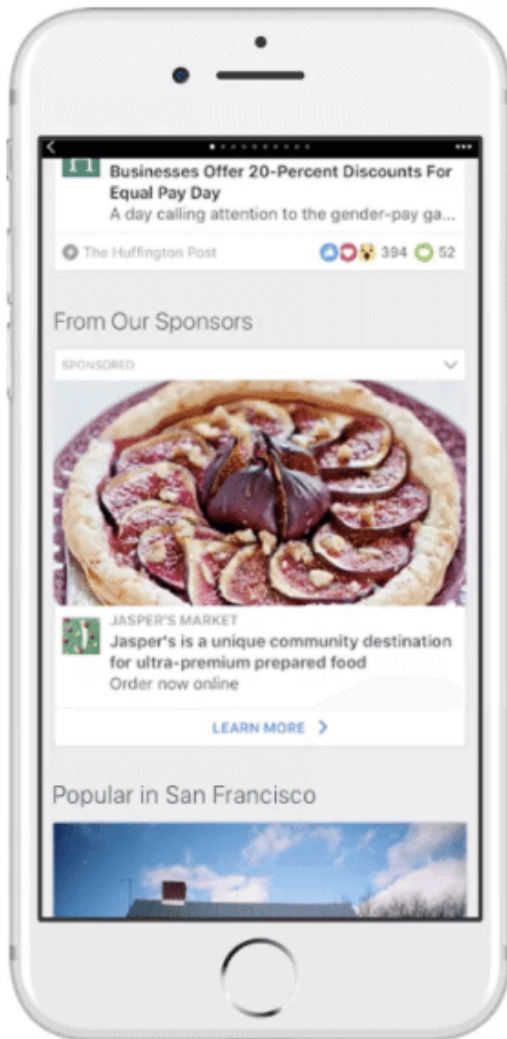
Video views

Continue

„Beliebt in...“ als neue Werbepplatzierung

Instant Articles generieren laut Facebook 20 bis 50 Prozent mehr Traffic als mobile Webinhalte. Daher

hat Facebook nach einer Testphase nun mit dem Rollout der Werbeplatzierung im „Beliebt in...“-Bereich für alle Publisher weltweit begonnen.



Werbung im “beliebt in...” Bereich (Quelle: Facebook)

Bewerben von Facebook Live Streams

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

Live Streams können nun während des Streams beworben werden. Vorerst ist diese Funktion allerdings nur für verifizierte Facebook Seiten mit dem blauen Häkchen möglich.

Vereinfachung der Steuerungs- und Kontrollmöglichkeiten

In den kommenden Monaten plant Facebook eine Vereinfachung der Steuerungsmöglichkeiten für Werbetreibende. So soll es vor Beginn einer Kampagne schon eine Liste mit vorstellbaren Auslieferungsorten (Publisher) geben. Audience Network, Instant Articles und In-Stream Ads sind damit auf der Publisher-Ebene transparenter. Eine weitere Vereinfachung wird eine Blockierliste bereits auf der Konto-Ebene sein. Damit muss nicht mehr für jede Kampagne oder Anzeigengruppe eine eigene Blockierliste erstellt werden. Dieses Rollout für das Audience Network und für Instant Articles ist für Juli geplant. In-Stream Ads sollen später folgen. Außerdem wird es für Werbetreibende möglich sein, ihre Video-Ads eigenständig z.B. in-stream, native oder interstitial zu platzieren.

Neue Tools für Gruppen

Ende Juni fand in Chicago der erste Facebook Community Summit statt. Vor hunderten Gruppenadministratoren stellte Facebook zahlreiche neue Tools für Gruppen vor.

Hier die wichtigsten Neuerungen in einer kurzen Zusammenfassung:

Group Insights

Nun ist es auch für Gruppen Administratoren möglich, Daten zu Interaktionen und Mitgliedschaften, sowie der Anzahl von Beiträgen und zu welchen Zeiten die Mitglieder am aktivsten sind in Statistiken nachzuvollziehen.

Mitgliederanfragen filtern

Neue Mitgliederanfragen können sortiert und gefiltert werden – zum Beispiel nach Geschlecht und Ort. Außerdem können jetzt mehrere Mitglieder gleichzeitig aufgenommen oder abgelehnt werden.

Geplante Beiträge

Ebenso wie Werbetreibende können nun auch Gruppenadministratoren Beiträge mit Datum und Uhrzeit planen.

Gruppenverlinkung

In der Testphase befindet sich die Option, dass Gruppenadministratoren vergleichbare Gruppen an Mitglieder weiterempfehlen.

Löschung von Beiträgen nach Rauswurf

Um das „Aufräumen“ nach dem Rauswurf eines Mitgliedes zu erleichtern, haben Gruppenadministratoren die Möglichkeit, Beiträge und Kommentare der entfernten Person auf einmal zu löschen

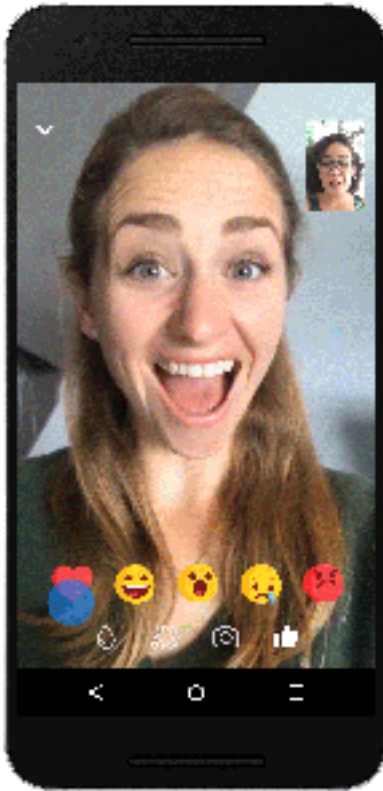
Messenger bietet neue Funktionen im Video Chat

Etwa 1,2 Milliarden Menschen weltweit nutzen den Facebook Messenger jeden Monat. Daher hat Facebook neue Features angekündigt, um das Chat-Erlebnis spaßiger zu machen.

Die neuen Funktionen im Überblick:

Reaktionen

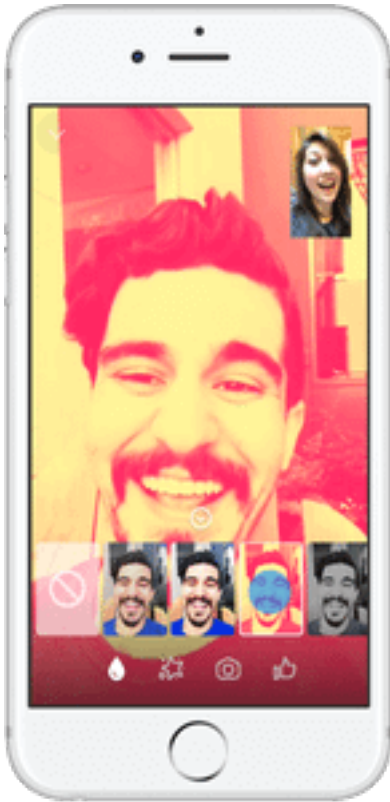
Ähnlich wie bei einem Posting können nun auch die fünf beliebtesten Reaktionen – love, haha, wow, sad und angry – im Video Chat verwendet werden. Die Reaktionen werden für eine kurze Zeit dann im Video Chat animiert. Das sieht dann z. B. so aus:



Love Reaktion (Quelle: Facebook)

Video Filter

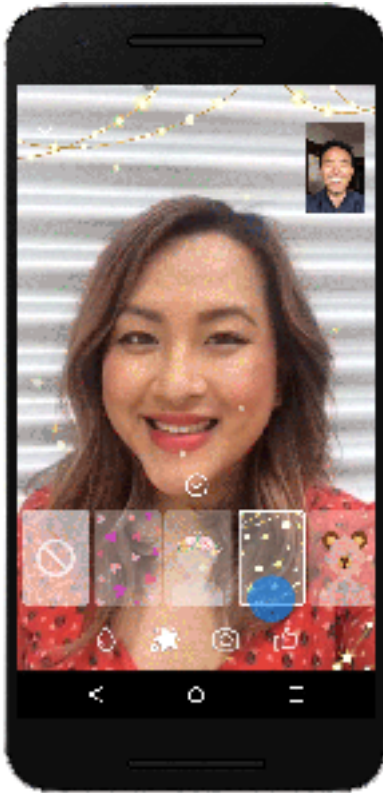
Mit entsprechenden Filtern könnt ihr eure jeweilige Stimmung beim Video Chat zum Ausdruck bringen. Von leichten Lichtveränderungen bis hin zu starken Farbanpassungen ist alles offen. Um euer Gegenüber nicht zu erschrecken, können die Filter vorab getestet werden.



Filter Farbanpassung (Quelle: Facebook)

Masken und Effekte

Um eurem Gespräch einen besonderen Ausdruck zu verleihen, gibt es die neuen Effekte wie herabregnende Herzen oder funkelnden Sterne. Außerdem könnt ihr Tiermasken, wie bei Snapchat, im Video-Chat verwenden. Einige davon machen eure Unterhaltung noch aktiver, indem sie auf Gesichtsbewegungen reagieren.



Effekte & Masken (Quelle: Facebook)

Momentaufnahmen

Haltet eure Video-Chat Momente mit nur einem Klick als eine Art Screenshot fest. Diese könnt ihr dann teilen oder im Messenger verschicken.

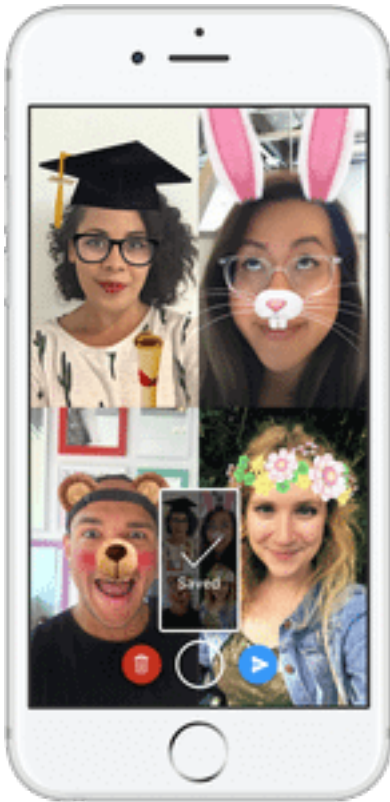


Foto im Messenger Video Chat aufnehmen (Quelle: Facebook)













Creative Hubs leistungsfähiger

Mock-ups werden im Creative Hubs nun leichter importiert und können außerdem in eine Live-Anzeige umgewandelt werden. So müsst ihr die Anzeigen nicht mehr neu erstellen. Außerdem läuft zurzeit ein Test, der eine Momentaufnahme von Videoergebnissen bietet. Damit können Anzeigen anhand von aktuellen Kennzahlen optimiert werden.

Autorisierung von Markeninhalt-Partnern


Ab sofort können Facebook-Seitenbetreiber andere Facebook Seiten für das Erstellen von Branded Content autorisieren oder auch sperren. Dadurch wird beispielsweise der Inhalt eines Branded Content Beitrags erst geprüft. Entsprechende Markierungen, die eine Marke nicht möchte, müssen nicht mehr

einzel gelöscht werden.

-  Allgemein
-  Nachrichten
-  Seite bearbeiten
-  Beitragsattribution
-  Benachrichtigungen
-  Messenger-Plattform
-  Rollen für die Seite
-  Personen und andere Seiten
-  Bevorzugte Seitenzielgruppe
-  Apps und Dienstleistungen von Partnern
-  Markeninhalte
-  Instagram

Branded Content-Einstellungen

You can control the ability for creators and publishers to tag your Page as their business partner in branded content posts. [Mehr dazu.](#)



Bereiche

Require Approvals	Bereich wechseln
Add Creator	Bereich wechseln
Approved Creators	Bereich wechseln

Bestätigung anfordern

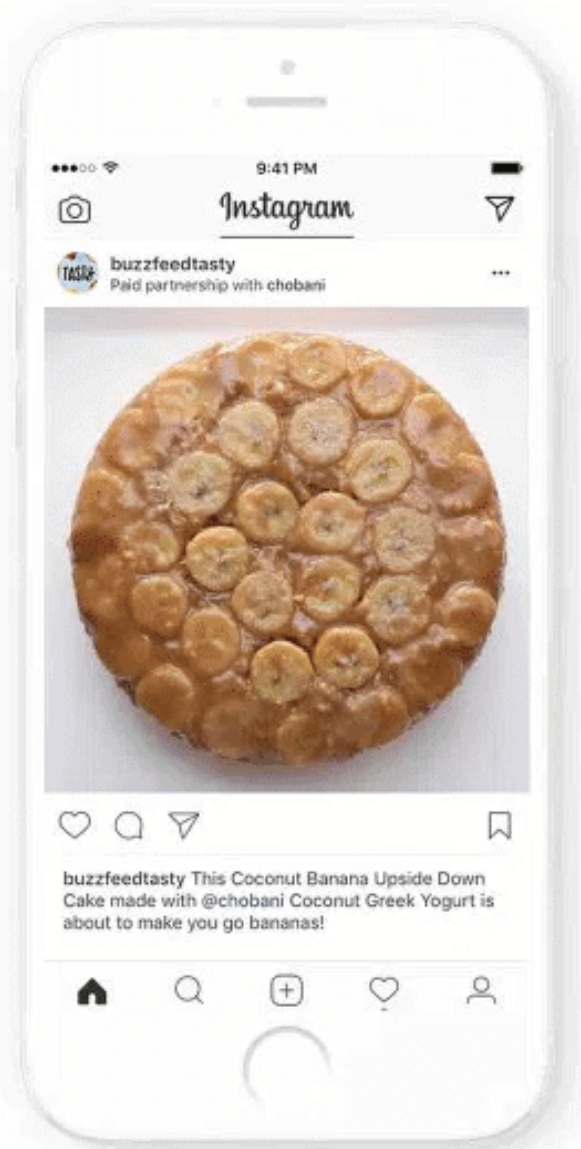
Aktiviere die Bestätigung, damit nur ausgewählte Ersteller deine Seite markieren können.

AUS

Instagram

Kennzeichnung für Werbung

Nachdem im Juni der erste Influencer abgemahnt wurde, führt Instagram jetzt eine klare Kennzeichnung für bezahlte Beiträge ein. Unter den erweiterten Einstellungen kann der Button „bezahlte Partnerschaft“ angeklickt werden. Damit schafft das Netzwerk Transparenz für die User. Außerdem können Unternehmen, die mit Influencern zusammenarbeiten, einen Einblick in die Statistiken erhalten.



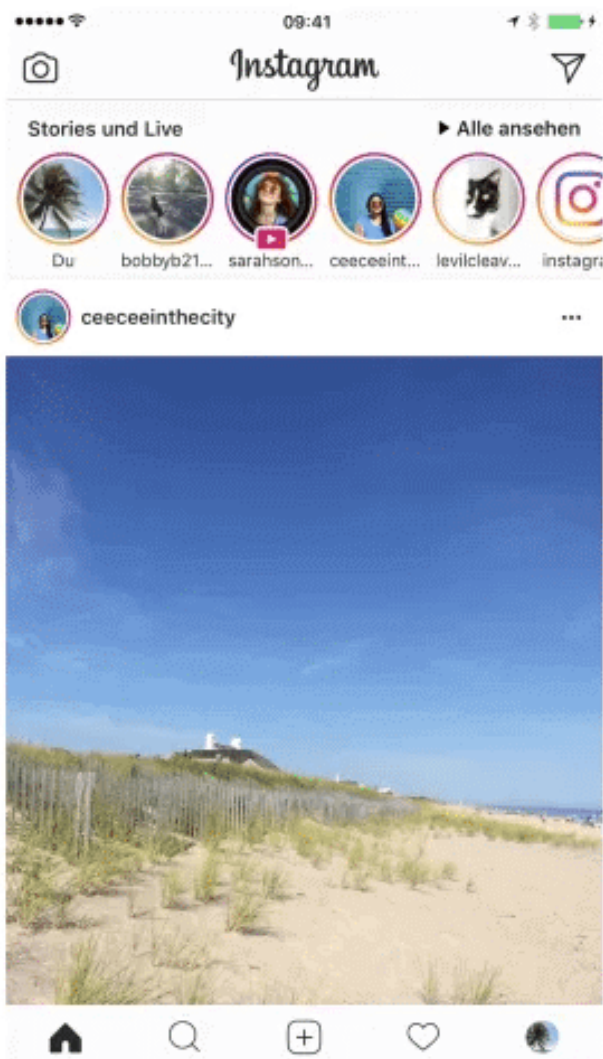
Branded Content Markierung (Quelle: Instagram)

Platzierungsmöglichkeiten für „Click to Messenger Ads“

Ebenso wie bei Facebook, gibt es nun auch für Instagram die Möglichkeit, „Click to Messenger Ads“ zu schalten. So öffnet sich automatisch der Messenger für eine weitere Konversation wenn jemand auf die Anzeige klickt. Außerdem erscheint das Bild oder Video, das im Feed angezeigt wird, auch automatisch im Messenger.

Live Videos in Stories verfügbar

Immer mehr Menschen nutzen Instagram Stories. Waren es vor 2 Monaten noch 200 Millionen Menschen täglich, sind es im Juni schon 250 Millionen gewesen. Auch Live Videos werden immer beliebter. Daher ist es nun möglich, dass diese ebenfalls für 24 Stunden als Wiederholung in den Instagram Stories angezeigt werden. Die Anwendung ist ganz einfach. Nach der Übertragung klickt ihr einfach auf teilen und die Wiederholung wird zur Instagram Stories hinzugefügt.



Instagram Live in Stories (Quelle: Instagram)

Mehr Schutz für Nutzer

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

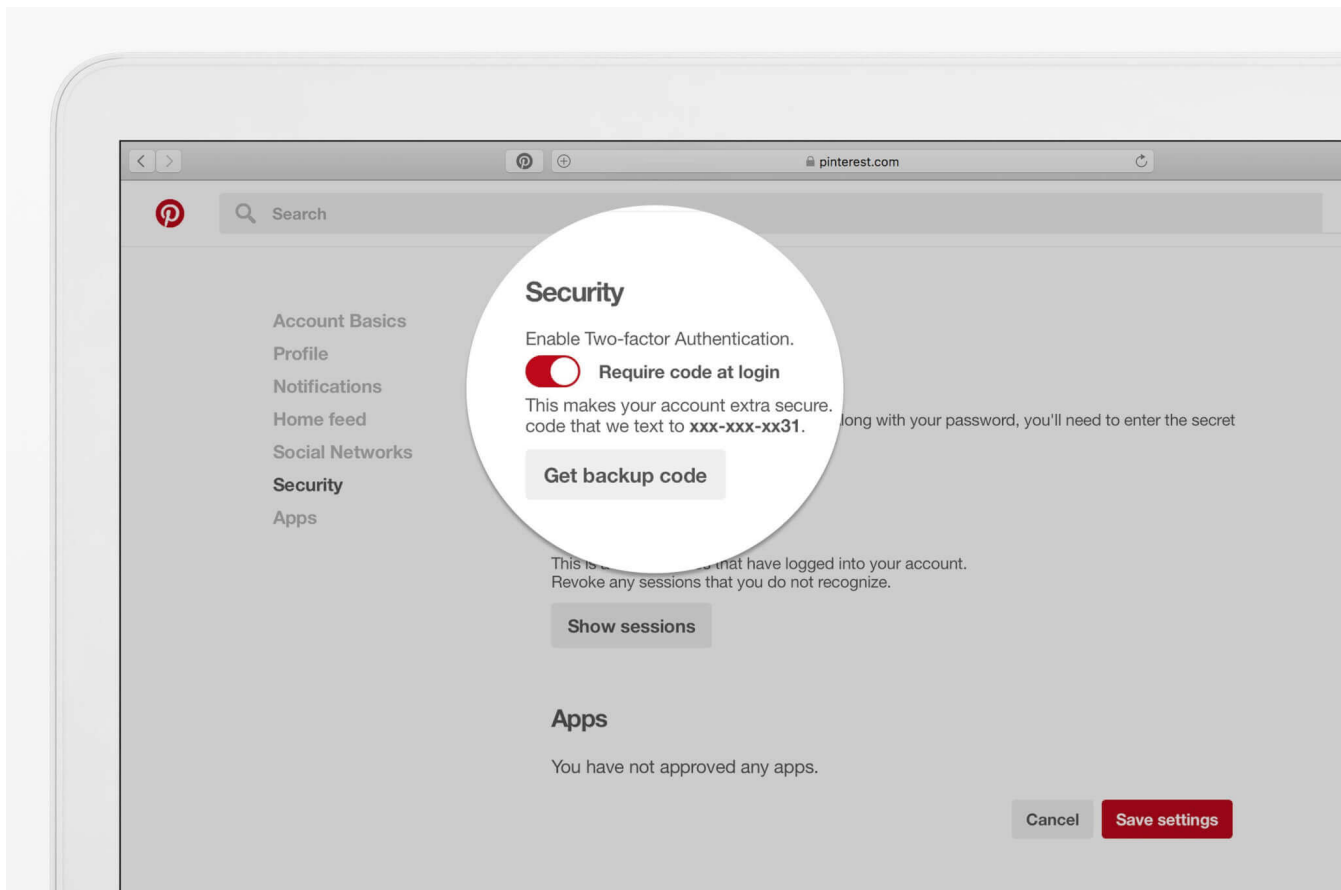
Gleich zwei neue Features sollen Instagram für die Nutzer sicherer und komfortabler machen. So gibt es ein Werkzeug, das beleidigende Kommentare unter Beiträgen oder Live Videos automatisch erkennt und löscht. Dieser Filter kann einfach über die Einstellungen aktiviert werden. Zunächst wird dieses Werkzeug nur für englischsprachige Nutzer angeboten. Nach und nach sollen dann weitere Sprachen folgen.

Außerdem hat Instagram einen Spamfilter eingebaut, der Spam-Kommentare in den Sprachen Englisch, Spanisch, Portugiesisch, Arabisch, Französisch, Deutsch, Russisch, Japanisch und Chinesisch erkennen soll. Allerdings befindet sich dieses Werkzeug noch in der Testphase und soll kontinuierlich verbessert werden.

Pinterest

Zwei Faktor Authentifizierung für mehr Sicherheit

In den kommenden Wochen beginnt der Rollout, um Pinterest Konten sicherer zu machen. Für jede Anmeldung wird dabei ein Bestätigungscode benötigt. Diesen erhalten die Nutzer entweder per SMS oder über die Twilios Authy App. Diese neue Funktion kann in den Einstellungen am Desktop über den Sicherheitsbereich aktiviert werden.



Screenshot Pinterest

Außerdem können Nutzer nun ihre aktiven Sitzungen in ihren Kontoeinstellungen einsehen und auch widerrufen, wenn ihnen diese nicht bekannt sind. Des weiteren informiert Pinterest die Nutzer per Mail, wenn sich jemand mit einem neuen Gerät oder an einem neuen Ort anmeldet.

Snapchat

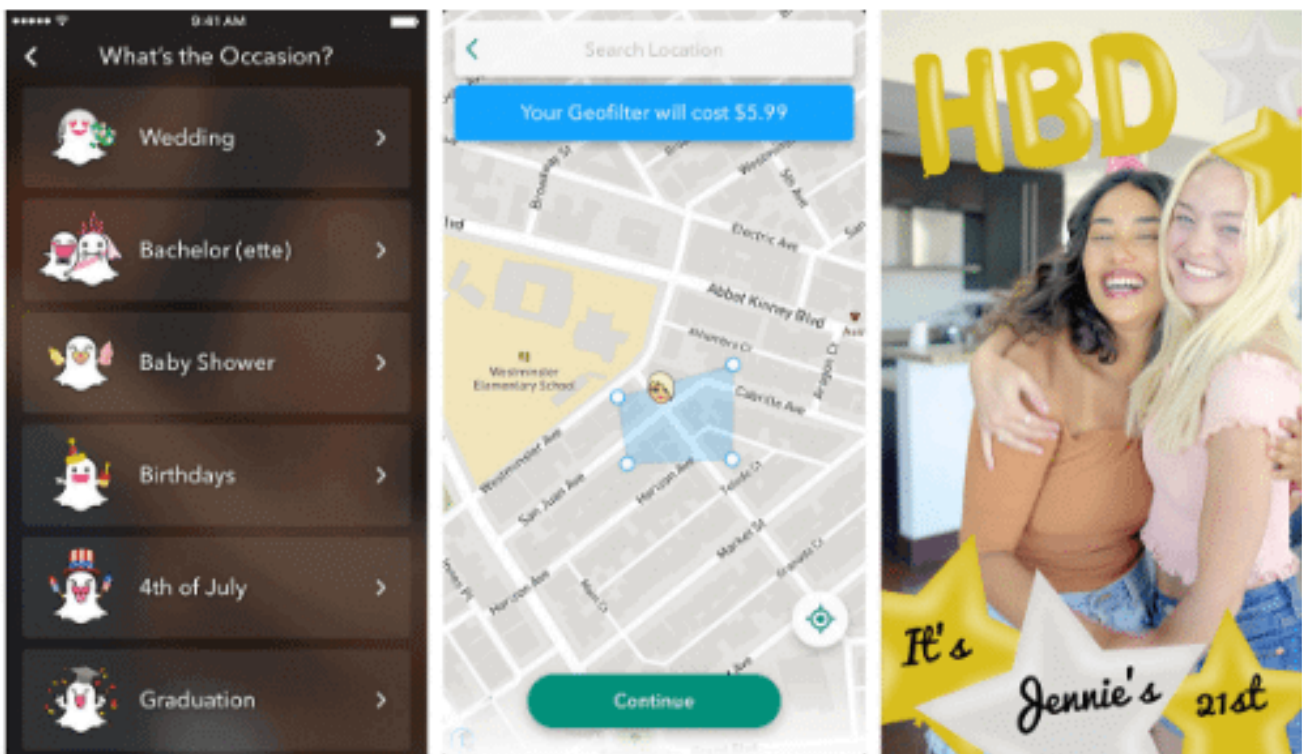
Snap Map

Mit dieser neuen Funktion seht ihr was eure Freunde machen und wo sie sind. Ihr teilt dabei euren

Standort mit Menschen aus aller Welt oder nur mit ausgewählten Freunden. Ähnlich wie bei Google Maps wird dann auf einer Karte angezeigt, wo du oder deine Freunde sich befinden. Snap Map startet ihr ganz einfach, indem ihr auf dem Kamera-Screen herauszoomt.

Geofilter erstellen

Künftig könnt ihr Geofilter direkt innerhalb der App erstellen und müsst dafür keine anderen Tools nutzen. Ihr wählt dabei aus verschiedenen Vorlagen wie Hochzeit, Geburtstag oder Feiertage aus. Danach sucht ihr aus, welches Gebiet der Filter abdecken soll.



Geofilter auf Snapchat (Quelle: Snapchat)

Twitter



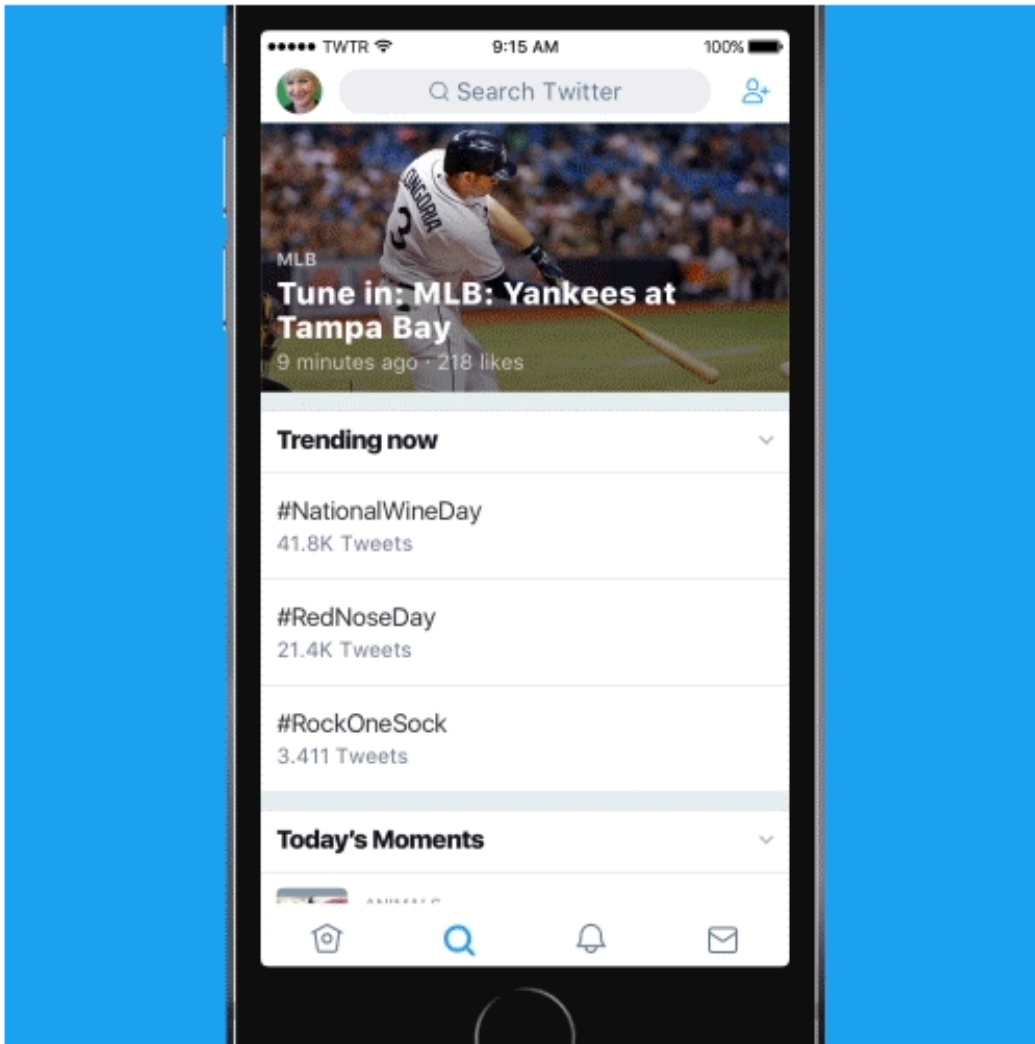
Neuer Look

Mit den Ideen und Feedbacks von Nutzern startet Twitter mit einem neuen Look durch. Dieser wirkt aufgeräumter und einfacher. So wurde beispielsweise die Typographie verbessert. Headlines sind fetter als bisher und Profilfotos stehen vor den Tweets. Außerdem werden Profile, zusätzliche Accounts, Einstellungen und Datenschutz zusammengefügt. Weitere Änderungen, um die Bedienung der Plattform zu erleichtern, sollen in den kommenden Monaten folgen.

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



Designänderungen

auf Twitter (Quelle: Twitter)

Schaltflächen für Direct Messages

In einer Nachricht können Werbetreibende nun extra Schaltflächen für die Nutzer integrieren. Mit einem Klick werden dann verschiedene Aktionen ausgeführt. So kann die Unternehmensseite abonniert werden



oder es kann direkt ein Tweet aus der Message heraus gepostet werden. Außerdem kann mit Hilfe der Schaltfläche auch auf eine externe Webseite verlinkt werden.

Neues Periscope Feature: Super-Herzen

Mit diesem neuen Feature könnt ihr statt der bekannten Herzen nun Super-Herzen spendieren. Die Super-Herzen sind größer und animiert. Ihr könnt die Herzen wie gewohnt bei einer Live-Sendung anklicken und damit verschicken. Für die Broadcaster ist es nun einfacher ihre Unterstützer zu sehen.

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 HYVEDEMMXXX