

## Social Media Rückblick November 2017

### Social Media Rückblick November 2017

Überall beginnt es zu weihnachten. Doch während wir in der besinnlichen Jahreszeit langsam zur Ruhe kommen, stehen die Uhren im Social Web niemals still. So gab es auch im November wieder einige Tests, Neuerungen und Rollouts auf Facebook, Twitter, Instagram & Co. In unserem Social Media Rückblick fassen wir euch die wichtigsten News noch einmal zusammen!

#### Facebook

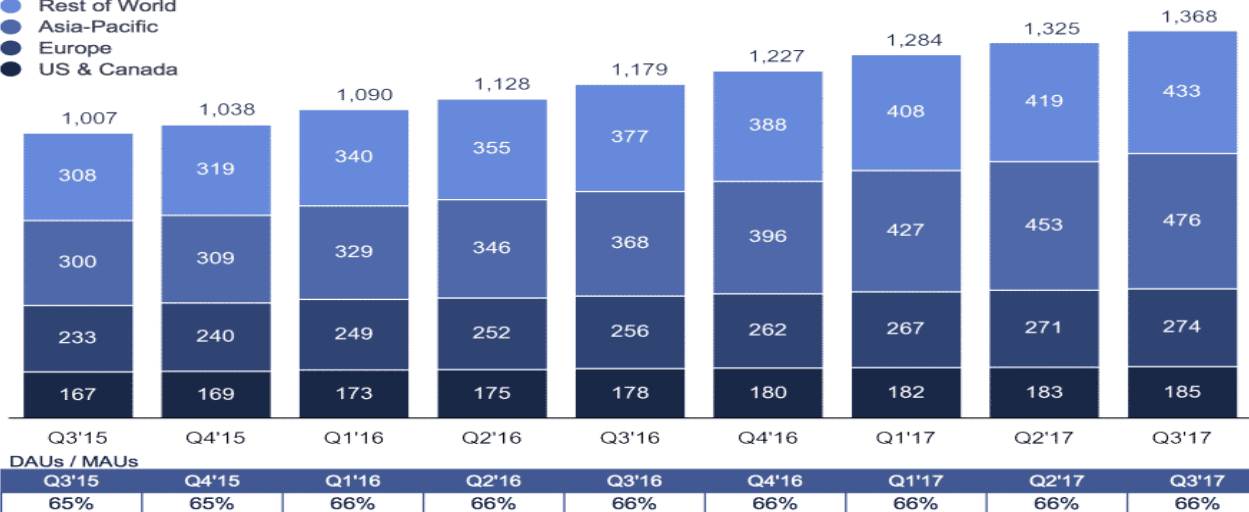
##### Neue Nutzerzahlen

Facebook wächst weiter. Im November vermeldete das Unternehmen 2.1 Milliarden Facebook Nutzer weltweit. Davon sind 1.37 Milliarden täglich auf Facebook unterwegs. Das ist ein Anstieg von 16 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

## Daily Active Users (DAUs)

In Millions

- Rest of World
- Asia-Pacific
- Europe
- US & Canada



Please see Facebook's most recent quarterly report filed with the SEC for definitions of user activity used to determine the number of our DAUs and MAUs. The numbers for DAUs and MAUs do not include Instagram, WhatsApp, or Oculus users unless they would otherwise qualify as such users, respectively, based on their other activities on Facebook.

facebook

Genauere Zahlen für Deutschland hat Facebook in seinem Quartalsbericht zwar nicht veröffentlicht, aber auch in Europa stiegen die Nutzerzahlen insgesamt an. So sind täglich 274 Menschen europaweit auf Facebook aktiv. Das sind 3 Millionen mehr als im 2. Quartal dieses Jahres.

## Werbeanzeigen werden transparent

Auf Twitter wurde es [im Oktober angekündigt](#), Facebook zieht nun nach – Werbeanzeigen werden



transparent. Im Gegensatz zu Twitter sollen auf Facebook künftig aber nicht nur politische Werbeanzeigen offengelegt werden, sondern alle. Dafür wird dann ein Tab auf euer Seite hinterlegt und jeder Nutzer kann sehen, welche Werbeanzeigen ihr schaltet. Das Budget wird jedoch nicht öffentlich sichtbar sein.

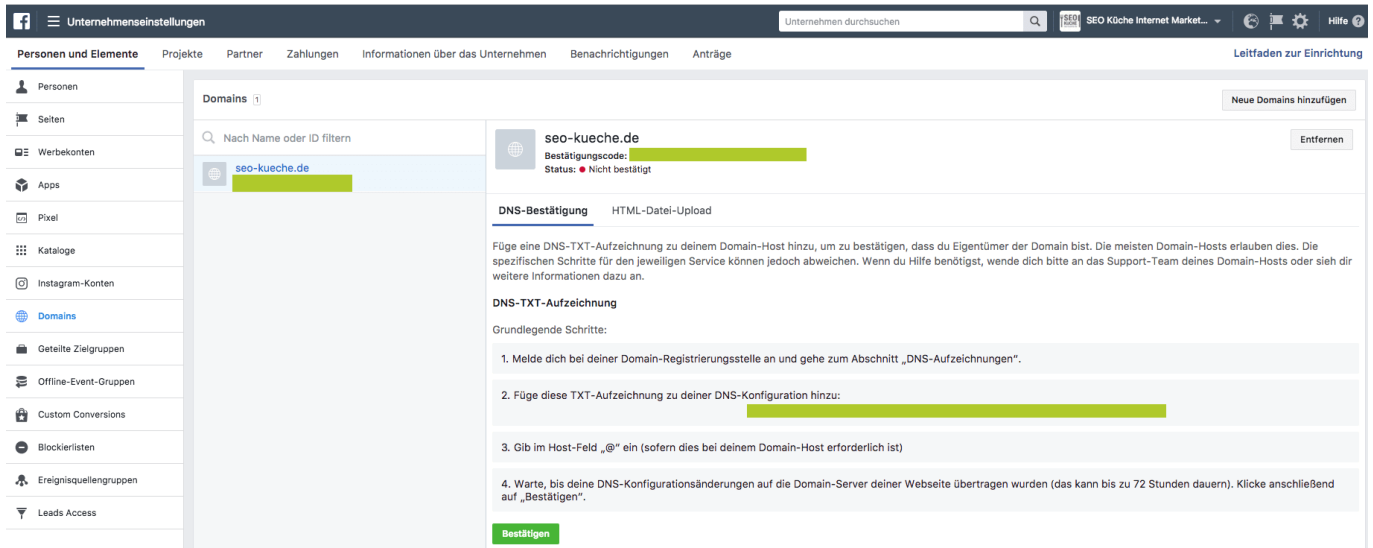
Laut Facebook sind bis zum Sommer 2018 alle Werbetreibende verpflichtet den entsprechenden Tab auf ihren Seiten einzubinden. Dieser Tab steht bei einigen Seiten schon jetzt zur Verfügung. Schaut einfach mal unter „Seite bearbeiten“ und wenn möglich, fügt dann den Tab „Ads“ hinzu.

Für die Nutzer wird dies wahrscheinlich keinen großen Einfluss haben, da sie bisher auch schon sehen können warum ihnen eine Anzeige ausgespielt wird. Für Werbetreibende könnte diese Funktion jedoch interessant werden. Denn schließlich kann man so genau sehen, welche Anzeigen beispielsweise der Konkurrent schaltet. Außerdem solltet ihr in Bezug auf die neue Transparenz genau darauf achten, wie eure Anzeige gestaltet ist. Also verwendet keine Marken- oder Produktnamen von Mitbewerben oder nicht lizenzierten Bilder.

Die Transparenz bei politischen Anzeigen wird nun erstmal bei den Wahlen in Kanada getestet. Hier soll ganz klar sichtbar sein, wer diese Anzeige schaltet und wie hoch das Budget ist.

## Domain Verifizierung

Nachdem es bisher meist Medienseiten vorbehalten war, können nun wieder alle Seitenbetreiber ihre Linkvorschauen anpassen. Vorausgesetzt ihr verifiziert eure Domain im Business Manager. Ihr könnt dann nicht nur die Linkvorschau, also Text und Bild bearbeiten, sondern beispielsweise bestimmte Partner hinterlegen die ebenfalls berechtigt sind, die Postings anzupassen. Das bietet natürlich Sicherheit für euch als Seitenbetreiber.



The screenshot shows the Facebook Business Manager interface for domain verification. The left sidebar lists various settings categories, with 'Domains' selected. The main content area shows the domain 'seo-kueche.de' with a verification code and a status of 'Nicht bestätigt'. Below this, there are two options for verification: 'DNS-Bestätigung' and 'HTML-Datei-Upload'. The 'DNS-Bestätigung' section provides instructions for adding a DNS-TXT record to the domain's configuration, including a list of steps: 1. Log in to the domain registrar, 2. Add the TXT record, 3. Add the '@' symbol to the host field, and 4. Wait for DNS changes to propagate. A green 'Bestätigen' button is at the bottom.

## Domain Verifizierung (Quelle: Facebook)

Möglich ist das Ganze über zwei Wege im Business Manager. Über eure Unternehmenseinstellungen könnt ihr den Bereich „Domains“ auswählen. Dann fügt ihr euren Domainnamen ein und folgt den Anweisungen zur Verifizierung. Hierbei gibt es zwei Möglichkeiten. Entweder ladet ihr eine TXT-Datei herunter die dann auf eurer Webseite im DNS (Domain Name System) abgelegt wird. Oder ihr hinterlegt die entsprechende heruntergeladene HTML Datei und legt diese im Root Directory (Stammverzeichnis) an. Bei beiden Methoden müssen die HTML-Metadaten eurer Webseite nicht bearbeitet werden.

Die Verifizierung wird von Facebook zwar empfohlen, ist aber kein Muss. Falls ihr euch allerdings dafür entscheidet, solltet ihr schnell sein. Denn laut der Plattform ist die Domain-Verifizierung nur bis zum ersten Quartal 2018 möglich.

## Internationale Ausrichtung von Kampagnen

Immer mehr Facebook Nutzer sind mit Unternehmen aus dem Ausland verknüpft. Dadurch gestaltete sich die Schaltung von Anzeigen immer etwas schwierig. Doch das soll nun für international agierende Werbetreibende einfacher werden. Mit der dynamischen Sprachoptimierung können Werbekampagnen mehrsprachig gestaltet werden. Anzeigen können damit in bis zu sechs verschiedenen Sprachversionen gestellt werden. Facebook spielt die Anzeigen dann an die jeweilige Person in der richtigen Sprache

aus. Zudem gibt es die Möglichkeit Lookalike-Audiences in mehreren Ländern und Regionen gleichzeitig zu erstellen. Bisher waren diese auf ein Land begrenzt. Mit dem Multi-City-Targeting werden alle Städte ab einer gewissen Einwohnerzahl automatisch einbezogen.

Eine weitere neue Funktion ist der Cross-Border-Business-Insight Finder. Hiermit kann die Performance einer Kampagne in verschiedenen Länder verglichen werden. Diese neuen Funktionen befinden sich zurzeit noch im Rollout und sind noch nicht für alle Werbetreibende zugänglich.

## Gemeinsame Stories in Gruppen und Events

Was bei Snapchat schon seit einer Weile über den sogenannten Geofilter möglich ist (wir haben im September [darüber berichtet](#)), soll nun laut dem Online-Nachrichtenportal [TechCrunch](#) auch bei Facebook eingeführt werden. Für Gruppen und Events sind gemeinsame Stories geplant. So können Nutzer, die in einer Gruppe sind oder an einem Event teilnehmen, mit ihren Bildern oder Videos gemeinsam aktiv werden. Dadurch erhält man einen tieferen Einblick und verschiedene Blickwinkel in das Geschehen.

## Spenden sammeln

Seit ein paar Monaten gibt es in Deutschland die Möglichkeit, über Facebook zu spenden und auch Spenden zu sammeln. Der Spenden Button war bereits Thema in unserem [Social Media Rückblick September](#). Bisher war diese Funktion vor allem für gemeinnützige Organisationen gedacht. Doch nun könnt ihr auch Spenden für Freunde, andere Personen, Organisationen die nicht auf Facebook vertreten sind und sogar für euch selbst sammeln. Für die Spendensammlung gibt es verschiedene Kategorien. Zum Beispiel Bildung, Gesundheit, persönlicher Notfall oder Tiermedizin. Damit kein Missbrauch betrieben wird, hat Facebook einen pro-aktiven Überprüfungsprozess entwickelt. Die Spendenaktionen werden dabei auf die einzuhaltenden Richtlinien überprüft.

Eure persönliche Spendenaktion könnt ihr ganz leicht starten. In der App findet ihr in eurem Menü den Unterpunkt Spendenaktion. Am Desktop könnt ihr über [facebook.com/fundraisers](https://facebook.com/fundraisers) eure Sammlung starten. Danach wählt ihr den Zweck, in welchem Land, wie viel gesammelt werden soll und den Zeitraum der Aktion. Am Ende könnt ihr eure Spendenaktion noch mit einer Hintergrundgeschichte gestalten. Für die Durchführung und Überprüfung der Spendenaktion erhebt Facebook eine Servicegebühr. Diese setzt sich aus einem Prozentsatz der Spende und einer Transaktionsgebühr

zusammen.

## Neue Funktion für Umfragen

Lohnt es sich, in den neuesten Kinofilm zu gehen oder welches Profilbild sieht besser aus? Lasst euch solche Fragen künftig einfach auf Facebook beantworten. Denn das soziale Netzwerk hat nachgezogen und bietet nun auch (bzw. wieder) eine Umfragen-Funktion an. Egal ob als privater Nutzer oder als Seitenbetreiber, ihr könnt eure Freunde und Fans ganz einfach abstimmen lassen. Für die Umfrage könnt ihr entweder Bilder oder GIFs nutzen. Das Ganze sieht dann z. B. so aus:

Die Erstellung ist ganz simpel. Wenn ihr einen neuen Beitrag verfassen wollt, einfach „Umfrage erstellen“ auswählen. Danach formuliert ihr eure Frage, entscheidet euch für zwei Antwortoptionen und hinterlegt diese mit einem Bild oder GIF. Zusätzlich könnt ihr noch die Laufzeit auswählen. Hier habt ihr die Wahl zwischen einem Tag, einer Woche oder einem selbstgewählten Zeitraum. Schon kann eure Umfrage online gehen.

Nachdem man als Nutzer auf eine der beiden Antwortoptionen geklickt hat, wird einem das bisherige Ergebnis der Umfrage angezeigt und alle Personen die auch eine Stimme abgeben haben. Nutzt die neue Funktion beispielsweise, um euren Redaktionsplan aufzupeppen oder einen besseren Eindruck von eurer Zielgruppe zu erhalten.

## Neue Creator App für Videos

Videos werden bei Facebook immer präsenter und beliebter. Das bleibt natürlich auch der Plattform selbst nicht verborgen. Daher unterstützt Facebook nun Video-Autoren mit einer neuen App. Zudem gibt es eine [neue Webseite](#) die einem Tipps an die Hand gibt, um beispielsweise seine Community auszubauen. Die Creator App kann jeder mit einem persönlichen Profil oder mit einer Seite, die als Person kategorisiert ist, genutzt werden. Dabei stehen den Nutzern zahlreiche Funktionen zur Verfügung:

- Live Creative Kit  
Hierbei können Intros und Outros bei Live-Übertragungen hinzugefügt werden. Außerdem gibt es die Möglichkeit Sticker und grafische Rahmen zu verwenden.
- Community Tab

Dieser Tab ermöglicht das Verbinden mit Fans und Partnern oder Gruppen über ein einheitliches Postfach. Darin werden die Kommentare von Facebook und Instagram sowie Nachrichten aus dem Messenger hinterlegt.

- Kamera & Stories

Bei dieser Funktion stehen Kameraeffekte und Rahmen zur Auswahl. Außerdem können die Videos damit auch auf anderen Plattformen verteilt werden.

- Insights

Hier gibt es sämtliche Analyse zur Seite, den Videos und den Fans.

Bisher ist die App nur für Apple-Nutzer verfügbar. Das Rollout für Android-Anwender ist für die nächsten Monate geplant.

## Facebook Local App

Aus alt mach neu – die Facebook Event App wird zur Facebook Local App. Hier werden Events, Restaurants, Bars und Cafés, die sich an einem Ort befinden, angezeigt. Verschiedene Funktionen könnt ihr zukünftig mit dieser App abrufen:

- Events

Alle Events in der Nähe werden hier angezeigt.

- Orte

Hier könnt ihr nach Restaurants, Bars und Cafés die sich in der Umgebung befinden suchen.

- Aktivitäten

Anzeigt wird euch hier, was eure Freunde Unternehmen. Ob sie beispielsweise in einem Restaurant waren oder auf ein Event gehen.

- Folgen

Bestimmten Events und Location kann man hier folgen.

- Empfehlungen

Hier erhaltet ihr Tipps für Restaurants oder Locations.

- Suche

Entsprechend eurer Wünsche könnt ihr suchen und filtern.

Selbstverständlich werden Events und Orte auch weiterhin direkt bei Facebook angezeigt und ihr benötigt die App nicht extra. Auch euer Unternehmen wird automatisch in der App angezeigt, da Facebook alle Daten bereitstellt. Doch um präsenter in der Facebook Local App zu erscheinen, sollte eure Seite immer auf dem neusten Stand sein. Also hinterlegt die richtige Kategorie, fügt alle relevanten



Informationen ein und sorgt für positive Bewertungen. Bisher ist die App nur angekündigt. Wann sie in Deutschland verfügbar ist, ist noch unklar.

## Richtlinien für Sponsored Messages gelockert

Seit Anfang des Jahres können Anzeigen auch direkt im Messenger ausgespielt werden. Dies war bisher jedoch sehr eingeschränkt möglich. Denn die Anzeigen wurden nur denjenigen angezeigt, die schon einmal über den Messenger mit dem Unternehmen in Kontakt getreten sind.

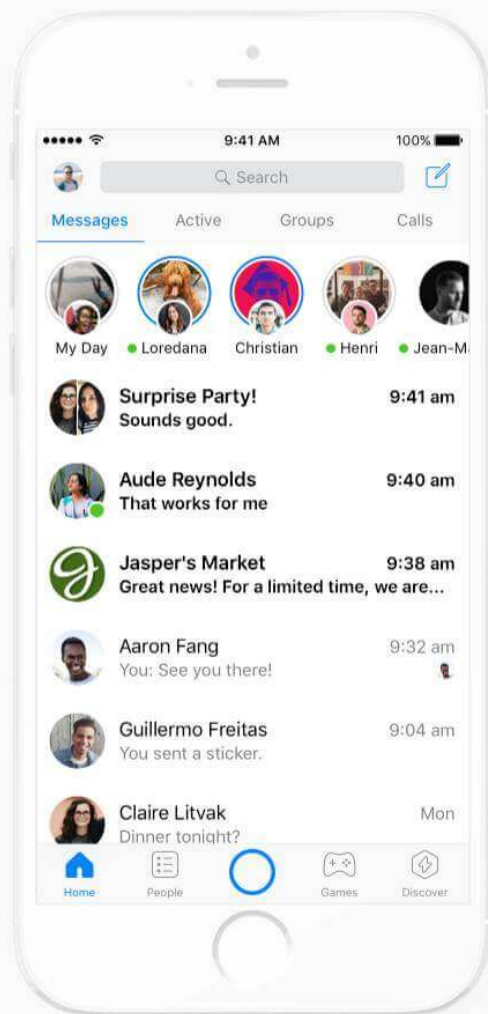
SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG  
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor  
Telefon 08031 / 2575-100  
Telefax 08031 / 2575-101  
E-Mail: [info@seo-kueche.de](mailto:info@seo-kueche.de)

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

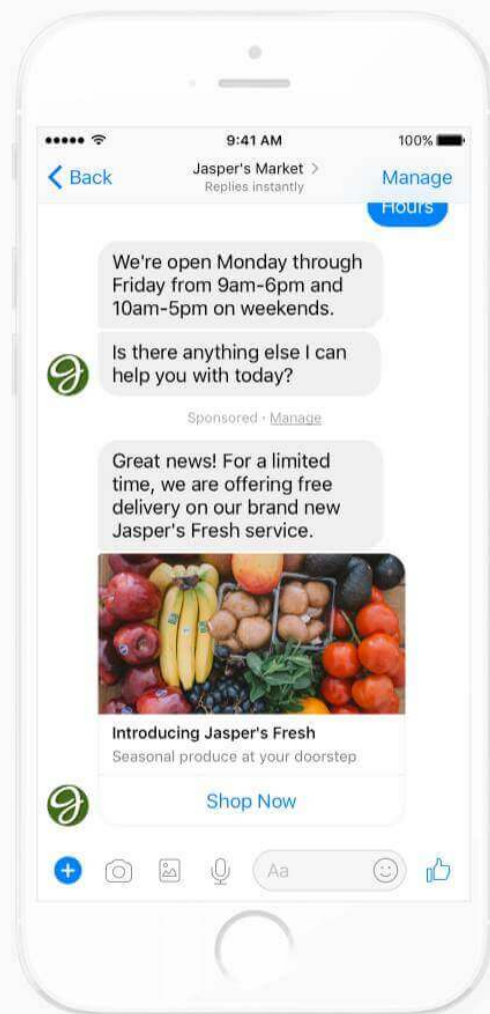
HypoVereinsbank  
IBAN DE45 700202700015260147  
BIC HYVEDE33XXX



**SPONSORED MESSAGE: HOME VIEW**



**SPONSORED MESSAGE: CONVERSATION VIEW**



Sponsored Messages (Quelle: Facebook)

Diese Beschränkung wird nun aufgehoben. So können ab Ende dieses Jahres beziehungsweise Anfang nächsten Jahres auch Nutzer angesprochen werden, die schon einmal mit der Seite agiert haben. Allerdings gilt hier auch, eine Sponsored Message pro Nutzer am Tag und maximal eine Sponsored

Message pro Anzeigegruppe für den gesamten Kampagnenzeitraum.

## Massenwerbung im Messenger

Auf Facebook wird gerade die Möglichkeit, Massenwerbung über den Messenger zu versenden, getestet. Auf Anfrage des Online-Nachrichtenportals [TechCrunch](#) bestätigte das soziale Netzwerk diesen internen Test zwar, doch wollte es noch nicht mehr dazu sagen. Allerdings hat TechCrunch schon einen Einblick in die Funktionsweise dieser Werbemöglichkeit erhalten.

Die Anzeige kann folgende Elemente beinhalten:

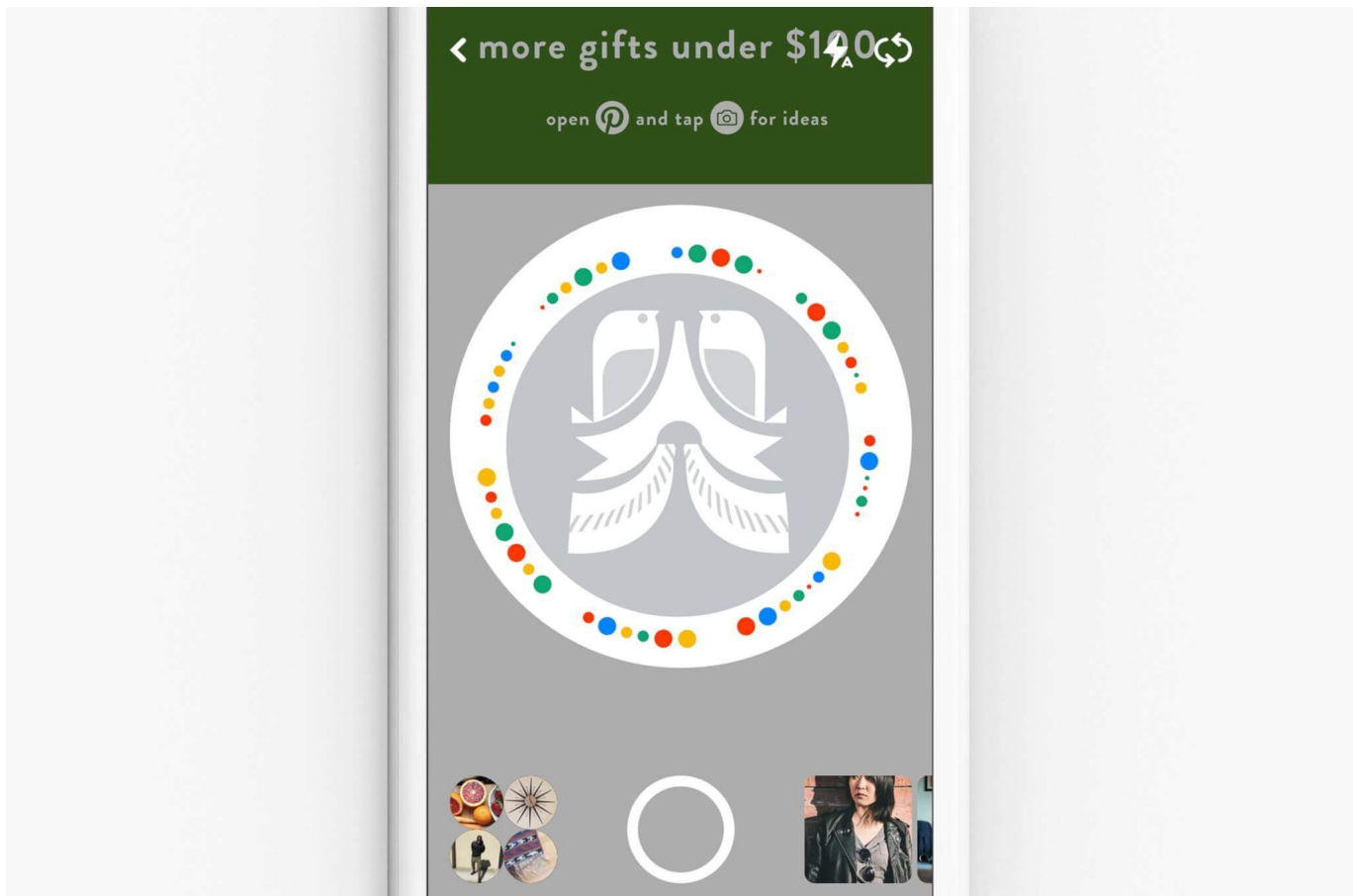
- Willkommensnachricht
- der eigentliche Nachrichtentext
- Titel
- Untertitel
- Call-to-Action

Vorerst bleibt abzuwarten, ob es sich tatsächlich nur um einen Test handelt oder ein Rollout erfolgt.

## Pinterest

### Test: Ideen mit Pincodes entdecken

Pinterest testet zurzeit eine neue Funktion in ausgewählten Stores in den USA, Großbritannien und Kanada die sogenannten Pincodes. Diese Codes mit einem Bild in der Mitte ähneln vom Prinzip her dem QR-Code. Die Funktion: Wenn ihr zum Beispiel in einem Laden einen Pincode entdeckt, scannt ihr diesen und erhaltet „per Knopfdruck“ passende Inspirationen auf Pinterest. Natürlich könnt ihr Pincodes auch selbst erstellen und Nutzer so auf euer Pinterest Profil oder ausgewählte Pinnwände leiten. Dafür ist allerdings dann ein Business Account Voraussetzung.



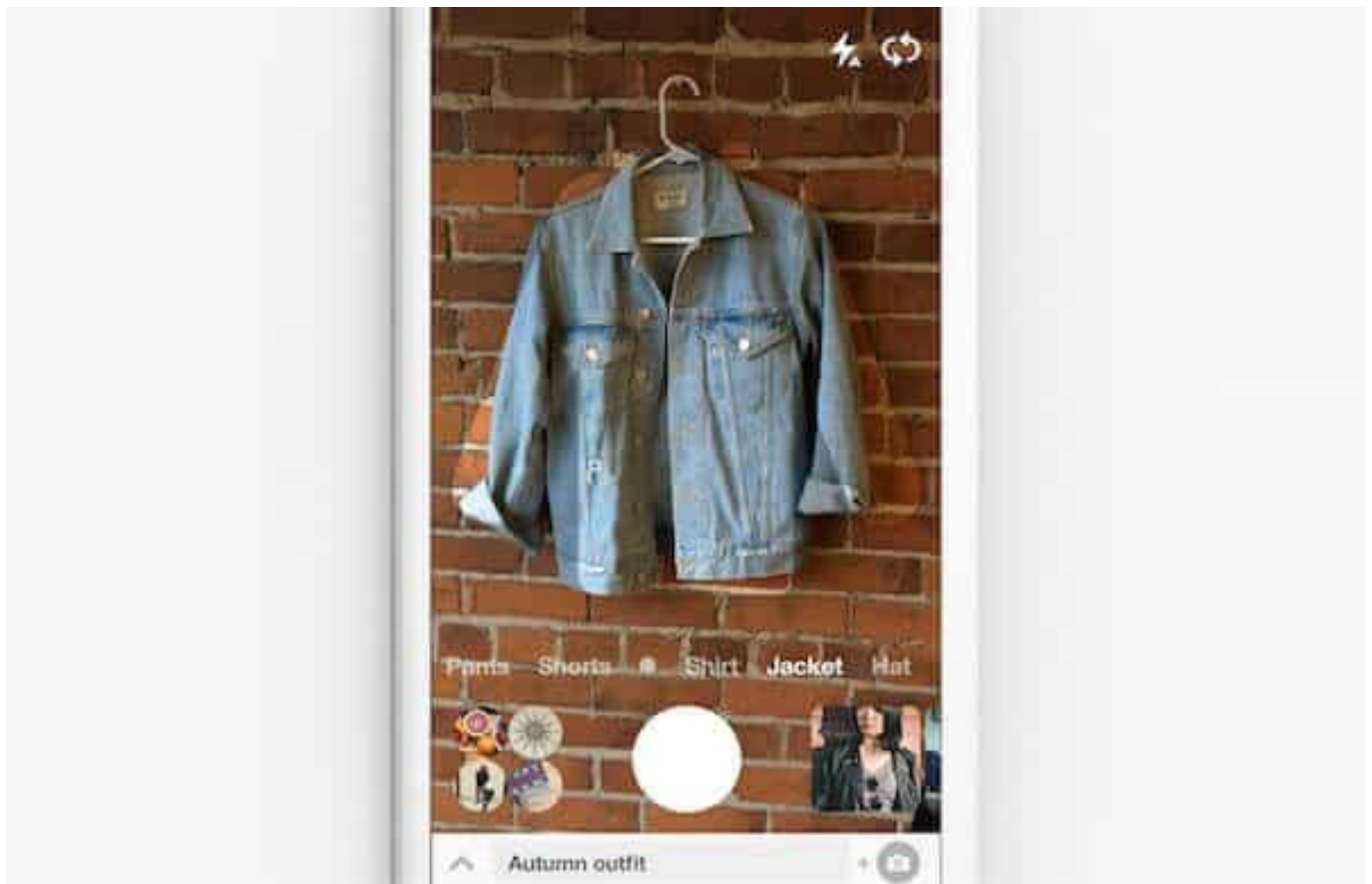
Pincode (Quelle: Pinterest)

Derzeit funktionieren Pincodes allerdings nur, wenn man sich in den USA, Großbritannien oder Kanada aufhält. Wann die Pincodes offiziell ausgerollt werden und auch in Deutschland funktionieren, bleibt abzuwarten. Wir halten Euch hier selbstverständlich auf dem Laufenden.

## Erweiterung der Visual Search Funktion

Neben der Einführung der Pincodes gab es im November weitere Neuerungen für die visuelle Suche – allerdings vorerst nur in der englischsprachigen App-Version für Android und iPhone. In den nächsten

Wochen sollen sie auch für andere Nutzer freigeschaltet werden.



### Lens Your Look (Quelle: Pinterest)

Was neu ist: Mit Lens Your Look findet ihr über die visuelle Suche Style-Inspirationen zu euren Klamotten. Einfach Kleidungsstück mit der App-Kamera fotografieren und Style-Vorschläge erhalten! Durch eine Kooperation mit der Shopping Plattform ShopStyle könnt ihr zudem noch mehr Looks über Pinterest shoppen. Die Responsive Visual Search macht es – vorerst nur für Iphone Nutzern – einfacher, Objekte in Bildern zu markieren und ähnliche Pins mobil zu suchen. Und zuletzt ist die visuelle Suche in der Desktop Version jetzt nicht mehr nur über ein Chrome Browser Plugin möglich, sondern auch über eine Firefox-Erweiterung.

## Snapchat

### Benutzerfreundlichere Optik

Big News für alle Snapchat Nutzer gab es Ende November. Snapchat präsentiert sich nun noch transparenter und nutzerfreundlicher. In der Vergangenheit verwischten die Grenzen zwischen professionellen Content-Erstellern und den Freunden immer mehr – damit soll nun Schluss sein. Beim neuen Snapchat wird der soziale Aspekt laut Betreiber von den Medien klar getrennt. Chats und Stories der Freunde findet ihr jetzt auf der linken Seite. Alle anderen Stories auf der rechten Seite in der personalisierten „Entdecken-Ansicht“. Die neue dynamische Freunde-Ansicht macht es außerdem leichter, Freunde zu finden ohne durch alle Chats zu scrollen.

### Conversions tracken dank Snap Pixel

Werbetreibende, die den Instant-Messaging-Dienst Snapchat nutzen, können sich freuen. Mit dem neuen „Snap Pixel“ führt Snapchat nun endlich die Möglichkeit ein, Conversions zu tracken – am Desktop sowie mobil. Werbetreibende können mit dem Snap Pixel die Customer Journey genauer nachverfolgen. Also zum Beispiel ob ein Nutzer aufgrund einer Anzeige die Webseite besucht oder Produkte gekauft hat.

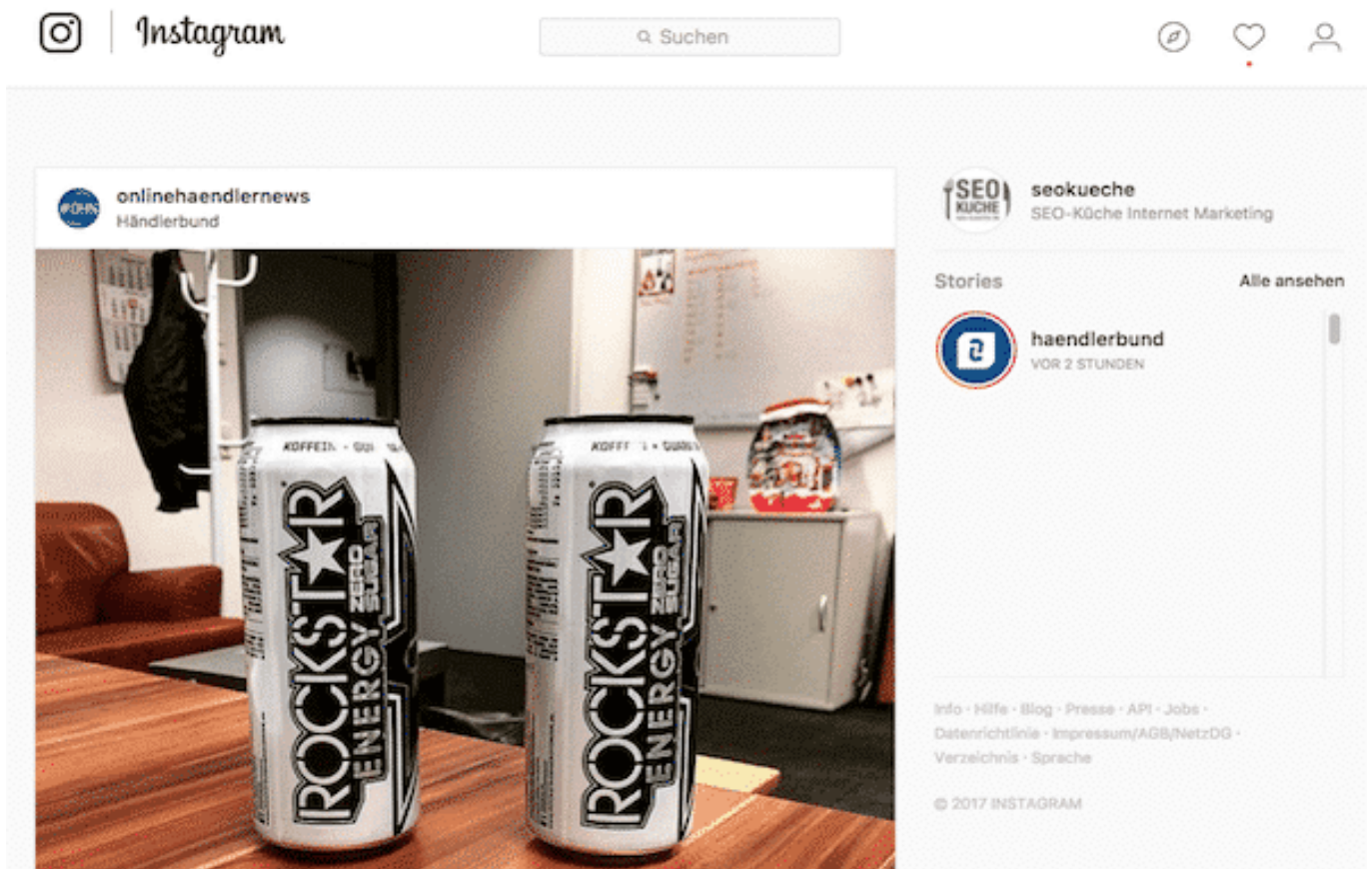
Eingerichtet wird der Snap Pixel im Snapchat Ad Manager. Die Ergebnisse bekommt ihr sofort geliefert. Außerdem könnt ihr detaillierte Reportings erstellen. Bis zu 28 Tage nach einer Werbeanzeige ist es möglich, die Daten einzusehen. Zurzeit befindet sich der Snap Pixel in der Beta-Phase. Wenn ihr einen Zugang haben möchtet, müsst ihr Snapchat kontaktieren. Zudem hat Snapchat angekündigt, in den nächsten Monaten weitere Features für Werbetreibende auszurollen. So sollen etwa die Targeting-Möglichkeiten verbessert werden. Damit versucht Snapchat, nicht noch weiter hinter die Konkurrenzriesen Facebook, Instagram und Co. zurückzufallen.

## Instagram

### Instagram Stories am Desktop

Anfänglich oft mit Skepsis betrachtet, jetzt nicht mehr wegzudenken. Seit die Instagram Stories vor einem Jahr eingeführt wurden, hat sich einiges getan. Zuletzt hatte Facebook eingeführt, dass Instagram Stories auch in der Facebook App angezeigt werden. Jetzt gibt es neu die Option, Instagram Stories am

Desktop im Browser anzuschauen.



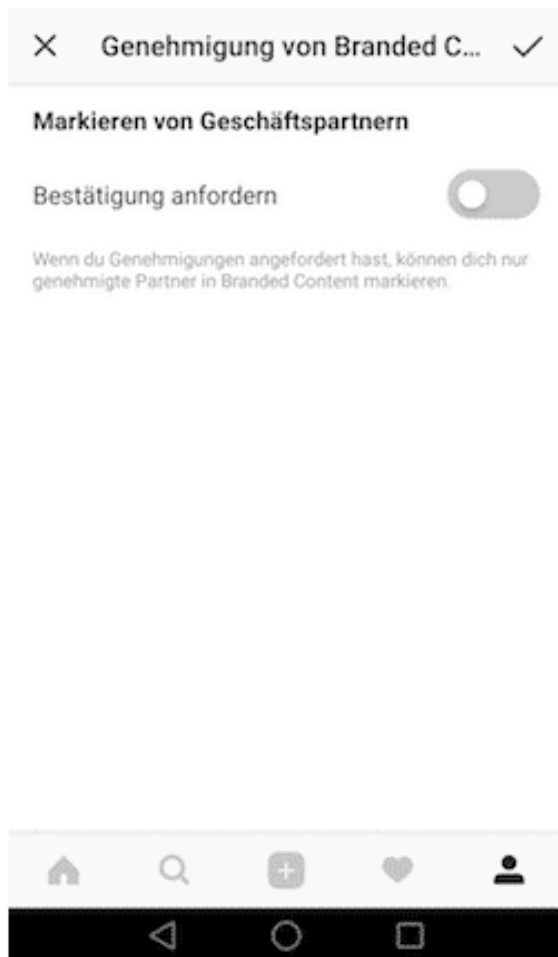
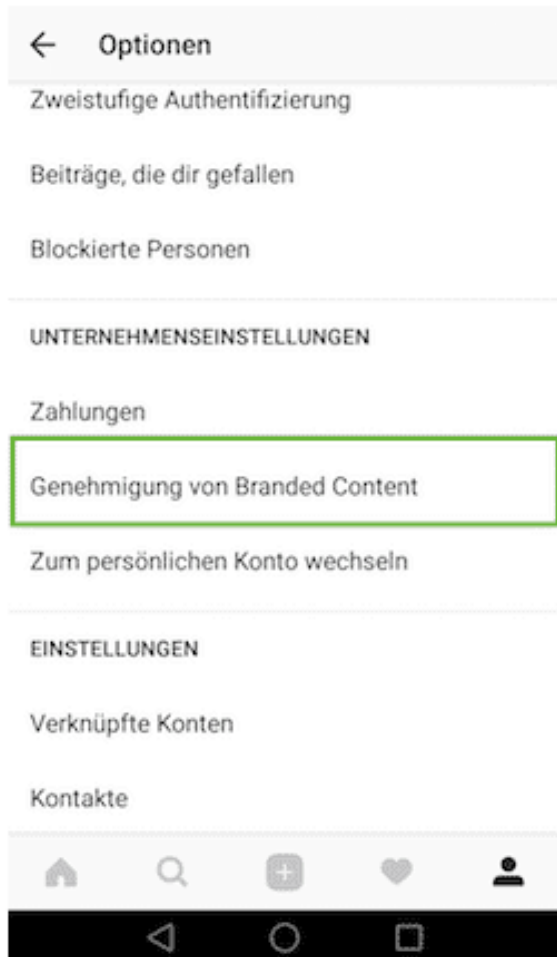
Screenshot Instagram Desktopversion

Allerdings ohne die üblichen Features und Interaktionsmöglichkeiten. So können keine Kommentare geschrieben, keine Storyelemente versendet und die Story nicht angehalten werden. Wer aber gerade sowieso am PC sitzt und mal schnell eine Story ansehen möchte, wird sich dennoch freuen. Der Vorteil ist, dass die Stories, die man bereits auf dem Desktop gesehen hat, auch auf allen anderen Endgeräten als bereits gesehen angezeigt werden.



## Erweiterung des Branded Content Tools

Im Juni führte Instagram mit dem Branded Content Tool die Möglichkeit ein, Partnerschaften mit Unternehmen zu kennzeichnen. Damit soll man schneller erkennen können, ob es sich um bezahlte Beiträge handelt. Bisher stand diese Funktion nur wenigen Unternehmen und Einzelpersonen zur Verfügung. Anfang November wurde das Tool auch für Content-Ersteller mit hohen Interaktionsraten freigeschaltet. Wir haben herausgefunden, dass das Tool mittlerweile auch für Nutzer mit niedrigen Interaktionsraten und wenigen Followern zugänglich ist. Voraussetzung ist, dass man einen Business Account hat. Personen, die Zugriff auf das Branded Content Tool haben, werden über die App informiert, wenn Content nicht den [Branded Content-Richtlinien](#) entspricht.



Mit der Neuerung will Instagram „herausfinden, wie Ersteller, Unternehmen und die Community mit Branded Content interagieren“. Instagram möchte es künftig allen Nutzern erleichtern, bezahlte Partnerschaften sichtbar zu machen.

## Test: Hashtags direkt auf Instagram folgen





[Laut thenextweb.com](http://Laut.thenextweb.com) testet Instagram gerade eine neue Hashtag-Funktion. Vereinzelt Testpersonen können jetzt auch Hashtags folgen. Und so funktioniert das Prinzip: Ihr folgt einem Hashtag der euch besonders interessiert. Zum Beispiel #katzenvideos oder #einhorn. Und schon werdet ihr mit Bildern zu diesem Thema versorgt und bekommt jede Menge Abwechslung. Wie viele Bilder euch davon im Newsfeed angezeigt werden, entscheidet der Instagram Newsfeed Algorithmus. Vermutlich spielt dabei eine Rolle, wie beliebt das Bild ist und um wie viele Ecken ihr mit dem Nutzer verbunden seid.

Noch handelt es sich nur um einen Test. Es gibt bisher keine offizielle Ankündigung von Instagram. Aber Instagram-Tests endeten bekanntlich schon öfter in einem Rollout. Sobald es soweit ist, werden wir Euch informieren.

Das war es an dieser Stelle mit den News aus dem Monat November. Wenn Ihr Unterstützung bei euren Social Media Aktivitäten benötigt, freuen wir uns über [eure Anfrage](#)