

## Social Signals haben einen Einfluss auf das Ranking

...bei Facebook! Denn Facebook startet eine neue Suchfunktion und testet diese bereits im englischsprachigen Raum. Im Index befinden sich bereits jetzt mehr als 2 Billionen Beiträge. Täglich werden auf Facebook derzeit 1,5 Milliarden Suchanfragen gestellt. Eine Überarbeitung der Facebooksuche war somit längst überfällig, nachdem die Open Graph Search nie flächendeckend ausgerollt wurde.

### Wonach kann ich suchen?

Bisher war die Facebooksuche eher dürrtig und lieferte nur Ergebnisse für (öffentliche) Personen, Seiten, Orte, Gruppen, Apps oder Veranstaltungen. Zukünftig kann man auch nach Beiträgen oder Themen suchen. Dies war bisher nur über Hashtags möglich und setzte voraus, dass die Postings solche enthielten. Alles was zu einem Thema ohne Hashtag gepostet wurde, war in der Suche bislang nicht sichtbar.

Neben allgemeinen Themen kann jetzt auch gezielt nach aktuellen Diskussionen gesucht werden (People are talking about). Man findet Beiträge und Themen, über die die Welt gerade spricht. Wird beispielsweise ein Link häufig auf Facebook geteilt, entstehen dazu meist interessante Diskussionen, die nun mit einem Klick gefunden werden können. Facebook liefert öffentliche Aussagen und Beiträge zu diesem Link und man bekommt so eine Übersicht der aktuellen Stimmungslage.

Und endlich kann man auch gezielt nach Postings suchen! Wie oft sieht man etwas auf Facebook, was man später einfach nicht mehr wiederfindet? Mit der neuen Suchfunktion können nun auch ältere Beiträge wieder aufgespürt werden.

### Der Einfluss von Social Signals

Die Suchresultate werden bei Facebook nach Verbindungen, Aktualität und Relevanz sortiert. Besonders häufig geklickte, gelikete, geteilte oder kommentierte Beiträge erscheinen somit oben, ebenso wie die Beiträge von Freunden oder Seiten denen man folgt. Die Verbindung zu den Nutzern ist somit für Unternehmen auch im Rahmen der Suche extrem relevant, da ihre Beiträge den Fans (und ggf. deren Freunden) bevorzugt angezeigt werden.

Andersherum werden Postings mit weniger Relevanz entsprechend weiter unten platziert. Negative

Nutzersignale wie z. B. das Ausblenden von Beiträgen, das Entfolgen von Seiten oder Spam Meldungen werden vermutlich ebenfalls negativen Einfluss auf das Ranking in der Facebooksuche haben.

## **Welche Vorteile bietet die neue Facebook Suche?**

Da die neue Suchfunktion alle öffentlichen Beiträge von Seiten oder Personen einbezieht, wird sich langfristig gesehen die Reichweite für Facebookseiten erhöhen – vorausgesetzt, sie bieten wirklich gute und für die Suche optimierte Inhalte. Auch kann mit mehr Interaktionen gerechnet werden, da die eigenen Beiträge einen viel größeren Nutzerkreis erreichen können.

Die neue Facebook Suche bietet außerdem jetzt auch Suchvorschläge. Bereits während man tippt erscheinen passende Themen, die aktuell auf der Plattform diskutiert werden. Und zwar in Echtzeit!

## **Wie kann man die Suche für sein Marketing nutzen?**

Vor allem für die Themenrecherche könnte sich die neue Suchfunktion von Facebook als sehr nützlich erweisen. Das Monitoring wird einfacher und effektiver. Außerdem lassen sich Influencer und Multiplikatoren leichter identifizieren.

Insbesondere im Bereich der Realtime Kommunikation wird Facebook durch die überarbeitete Suchfunktion zu einem nützlichen Werkzeug. Ähnlich wie Twitter wird auch Facebook häufig von den Nutzern als Second Screen genutzt. Dabei verfügt Facebook aber über einen riesigen Datenbestand. Hier eröffnen sich für Unternehmen nun völlig neue Möglichkeiten, aktuelle Themen und Diskussionen zu identifizieren und daran teilzunehmen.

Um möglichst gut gelistet zu werden, sollte man als Unternehmen bereits jetzt darauf achten, dass wichtige Suchbegriffe im Posting enthalten sind. Damit ist natürlich keine sinnfreie Aneinanderreihung von Keywords gemeint! Ebenso wie bei Google gilt: der Inhalt sollte für die Nutzer und nicht ausschließlich für die Suchmaschine optimiert sein. Ein Beitrag ohne echten Mehrwert bietet keine Relevanz und wird von Facebook somit entsprechend schlecht gelistet – egal wie viele Keywords enthalten sind. Hashtags werden in Zukunft überflüssig, die Facebooksuche erfasst alle öffentlichen Beiträge, die den jeweiligen Suchbegriff im Text enthalten.

Wichtig ist außerdem, die eigene Webseite für Facebook zu optimieren. Denn auch Beiträge, die Nutzer selber verbreiten, werden Teil der neuen Facebooksuche. Wie die Inhalte der eigenen Webseite auf



Facebook aussehen, hat man als Unternehmen selber in der Hand. Die [Nutzung der Open Graph Tags](#) ist somit wichtiger denn je. Die eigene Webseite sollte außerdem Like Buttons enthalten – und zwar an Stellen, an denen sie Sinn machen und auch gesehen werden. Es ist empfehlenswert, die Kommentarfunktion zu aktivieren, denn Likes mit Kommentar erhalten auf Facebook mehr Aufmerksamkeit.

## Wann kommt die neue Facebook Suche?

Nutzer, die Facebook auf Englisch (US) nutzen, haben die größten Chancen, bereits jetzt von der neuen Suchfunktion zu profitieren. Sie funktioniert sowohl auf dem Desktop, als auch über Android und auf dem iPhone, wird aber wie immer Stück für Stück ausgerollt. Wann die neue Suche auch in Deutschland verfügbar ist, ist noch nicht bekannt. Ich hoffe sehr, dass dieser Test erfolgreich verläuft, so dass bald alle Facebooker die neuen Features nutzen können.