



Die wichtigsten Unterschiede zwischen Profilen, Seiten und Gruppen

Profile stehen laut Facebook-Definition nur Einzelpersonen zur Verfügung. Für die Darstellung von Unternehmen, Vereinen und Co sollen, egal ob kommerzieller oder ehrenamtlicher Natur, Seiten und Gruppen genutzt werden.

Profile versus Seiten

- Profile sind auf 5.000 „Freunde“ beschränkt. Eine Seite kann unzählige Fans haben.
- In Deutschland herrscht Impressumspflicht. Facebook hat erst vor kurzem ein eigenes Impressumfeld auf Seiten eingeführt, das auch in der mobilen Anwendung sichtbar ist. Für Profile steht dieses Feld nicht zur Verfügung.
- Es stehen unterschiedliche Informationsfelder zur Darstellung des Unternehmens zur Verfügung. Dies variiert auch abhängig von der Kategorie, in der man die Seite des Unternehmens anlegt.
- Über den Business-Manager stehen bei Seiten weitaus mehr Targeting und Werbemöglichkeiten für das Marketing zur Verfügung.
- Für Seiten stehen unterschiedliche Statistiken wie beispielsweise zu Fans, Beiträgen, Interaktionen und Reichweite zur Verfügung.
- Für Seiten stehen im Gegensatz zu Profilen und Gruppen verschiedene Widgets zur Verfügung, wie beispielsweise die Fanbox.
- Bei der Umwandlung eines Profils in eine Seite geht der gesamte bisherige Content verloren.
- Eine Seite kann nicht direkt auf die Seite anderer User posten oder diese in einem Beitrag erwähnen, jedoch kann sie Beiträge auf anderen Seiten schreiben. Auch ist es möglich, User die einen Kommentar unter einem Beitrag geschrieben haben, in der Kommentaranantwort zu verlinken.
- Seiten können keine Mitglieder in Gruppen werden.

Gruppen versus Seiten

- Seiten sind im Gegensatz zu Gruppen öffentlich einsehbar und somit können auch nicht Facebook-Nutzer die dargestellten Informationen erhalten.
- Eine Gruppe kann nicht in eine Seite umgewandelt werden. Will man die User-Kommunikation auf einer Seite statt einer Gruppe weiterführen, muss man alle



Mitglieder der Gruppe gezielt auf die neue Seite hinweisen und versuchen diese zum liken der neuen Seite zu bewegen. Somit gehen unter Umständen viele Fans verloren.

- Seiten sind immer öffentlich. Gruppen können öffentlich, geschlossen und geheim angelegt werden.
- Für Gruppen gibt es im Gegensatz zu Seiten keine Vanity-URL.
- Bis zu einer Gruppenstärke von 250 Mitgliedern ist es möglich allen Mitglieder gleichzeitig eine (Chat-)Nachricht zu übersenden. Auch wenn diese Möglichkeit besteht muss man hierbei beachten, dass es in Deutschland nicht erlaubt ist, ohne Einwilligung Werbenachrichten zu versenden. Seiten können keine Nachrichten an User versenden, nur auf diese antworten.
- Bei der Seite besteht die Möglichkeit bei einem Posting die Zielgruppe auszuwählen, beispielsweise wenn Postings in verschiedenen Sprachen veröffentlicht werden sollen.
- Einer Seite kann man verschiedene Tabs und somit Anwendung hinzufügen, auch wenn deren Bedeutung nachlässt.
- Bei einer Seite können Fotos in Alben sortiert werden. Eine Sortierung der Bilder ist bei Gruppen nicht möglich.
- Bei Gruppen-Postings wird im Newsfeed das Foto des Administrators der Gruppe angezeigt, welcher das Posting veröffentlicht hat. Bei Seiten erscheint das Unternehmensfoto. Dies kommt dadurch zustande, dass bisher nur Einzelpersonen und keine Unternehmen Gruppen anlegen können.
- Postings des Unternehmens und von Usern stehen gleichwertig in der Gruppenübersicht. Bei der Nutzung von Seiten werden die User-Postings nur am Rande angezeigt, die Postings des Unternehmens bilden den Hauptbereich.
- Jeder User kann Fan einer Seite werden, bei Gruppen besteht für Administratoren die Möglichkeit die Teilnehmer vorab freizuschalten.
- Auf einer Seite können Beiträge im Voraus geplant werden, für Gruppen sind geplante Postings nicht möglich.

