

# Facebook Seiten erhalten neues Design

Diese Woche startet Facebook damit, Unternehmensseiten auf ein neues Design anzupassen. Das betrifft die Ansicht auf Desktop PCs. Die Ansicht auf mobilen Geräten ist davon nicht betroffen.

Zielsetzung laut Facebook ist es, den Anwendern die Suche nach für sie interessanten Informationen einfacher zu machen. Außerdem sollen Administratoren von Seiten die Werkzeuge schneller finden, die sie am Häufigsten benutzen.

## Hier die wichtigsten Änderungen des Redesigns:

1. Seitenbeiträge werden nicht mehr wie bisher in zwei Spalten angezeigt, sondern nur **in einer Spalte** (rechte Spalte). Facebook-Nutzer kennen diese Ansicht bereits von ihrem eigenen Profil. Finde ich persönlich nicht schlecht, allerdings gibt es dann auch keine hervorgehobenen Beiträge (über die ganze Seite) mehr.

2. Die **linke Spalte** der Chronik zeigt alle Informationen über das Unternehmen wie z.B. Kurzbeschreibung, Karte, Öffnungszeiten, Webadresse, Telefonnr., Fotos und Videos. Diese Spalte ist schmaler als die Beitragsspalte. Diese Infos waren bisher im Kopfbereich unterhalb des Titelbilds zu finden. Die Apps-Row, also die Reihe mit den Anwendungen, gibt es in der bisherigen Form nicht mehr.

Vorschaubilder für die Anwendungen fallen ganz weg. Es wird nur noch der Titel der Anwendung angezeigt. Die Bedeutung von Anwendungen rückt damit noch mehr in den Hintergrund. Für diejenigen, die es bisher noch nicht wussten: Anwendungen wurden auch in der Vergangenheit auf mobilen Geräten gar nicht angezeigt. Solche Anwendungen machen zukünftig (wie auch in letzter Zeit schon) nur dann Sinn, wenn man diese direkt über einen Link im Seitenbeitrag bzw. über Werbeanzeigen erreichen kann. Das könnte z.B. ein Gewinnspiel zum Generieren von neuen Fans oder eine Newsletter-Anmeldung sein. Dabei ist wichtig, dass die Anwendung einen speziellen Link bietet, über den auch mobile Geräte diese Anwendung erreichen können. Die einfache URL z.B. des

Gewinnspiels reicht hier nicht aus.

### 3. Zugang zu den Administrations-Tools soll einfacher sein

Egal, wo man sich als Administrator auf der Seite befindet - man sieht Infos über laufende Werbeanzeigen, neue „gefällt mir“-Angaben, ungelesene Benachrichtigungen und Nachrichten. Für weitere Details klickt man auf die einzeln angezeigten Punkte.

### 4. Seiten im Auge behalten

Diese Funktion „Pages to watch“ wird nun auch in den Insights, also den Facebook Statistiken, gezeigt. Man kann sich eine Liste von Seiten zusammen stellen (z.B. Wettbewerber oder andere Seiten, die ähnlich wie die eigene sind) und deren Entwicklung beobachten. Unter anderem sieht man den Beitrag der beobachteten Seiten, der in der vergangenen Woche die meisten Interaktionen hatte.

### 5. Die Größe des Titelbildes und des Profilbildes ändern sich nicht, aber ...

Der Seitenname und der gefällt-mir-Button werden auf dem Titelbild angezeigt (weiße Schrift). Die Anordnung des Profilbildes wird etwas verschoben. D.h. hier sollte man sich anschauen, ob das bestehende Titelbild noch passt oder entsprechend angepasst werden muss.

Ab dem 13.03.2014 soll die Roll-Out Phase beginnen. Roll-Out bedeutet, dass nicht alle Facebook-Seiten auf einmal umgestellt werden. Die Administratoren erhalten nach und nach eine Info, dass das neue Design da ist. Sie haben dann zwei Wochen Zeit, auf das neue Design umzustellen. Innerhalb der 14 Tage kann man das neue Design testen. Stellt der Administrator in der Zeit nicht auf das neue Design um, wird es nach den 14 Tagen automatisch umgestellt.

Die original Infos von Facebook zur Umstellung sowie die oben angezeigten Screenshots finden Sie auf [Facebook](#).

Weitere Infos zur Bedeutung dieser Umstellung für Unternehmen folgen.

Falls diese Info hilfreich für Sie war, freue ich mich übers Teilen.

