

Dies ist ein Artikel aus dem NI des Literaturcafés.

12 Dinge die Autoren bei Facebook schreiben könnten



Unlängst [haben wir einen Beitrag veröffentlicht](#), in dem Anika Bühnemann der Frage nachging, ob sich soziale Netzwerke für Autoren/Autorinnen lohnen und worauf man bei der Benutzung achten sollte.

Heute geht Annika Bühnemann tiefer in die Materie und fragt: Was können Autorinnen und Autoren auf ihren Pinnwänden und Timelines überhaupt veröffentlichen, wen interessiert das und wie steigert man seine Reichweite? Beispielhaft wird das Netzwerk »Facebook« untersucht.

Der Trick mit dem Algorithmus

Es wäre mehr als unübersichtlich, wenn jedem Nutzer von Facebook alle Beiträge aller Freunde angezeigt werden. Twitter fährt dieses Prinzip, aber hier hat jeder Beitrag auch höchsten 140 Zeichen und funktioniert mit einem anderen System als Facebook. Das soziale Netzwerk mit den meisten Mitgliedern weltweit unterliegt diversen geheimen Algorithmen, die bestimmen, wie oft wem welcher Beitrag gezeigt wird. Facebooks oberste Priorität ist, dem Nutzer wirklich nur relevante Inhalte zu zeigen, damit die User möglichst lange auf der Seite bleiben und Facebook zu etwas Wichtigem für sich machen. Werbung soll möglichst unauffällig mit einfließen, da Werbung in sozialen Netzwerken generell ungerne gesehen wird.

Facebook verrät nicht alle Algorithmen, mit denen gearbeitet wird, aber viele lassen sich durch »Versuch und Irrtum« herausfinden oder zumindest erahnen. Als Faustregel können Sie sich merken: Posten Sie entweder etwas Interessantes oder etwas Unterhaltsames. Was sich genau dahinter verbirgt, klären wir im Folgenden.

»Social« kommt von sozial

Bestimmt kennen Sie den Satz »Menschen lesen gerne über Menschen«. Das lässt sich auch in den sozialen Netzwerken beobachten. Postings, die etwas Persönliches über die Autorin oder den Autor verraten, sind um ein Vielfaches beliebter als Leseproben und Co.

Persönliches Beispiel (Klick zum Vergrößern):

Annika Bühnemann - Autorin
24. November 2014 · 🌐

Zitat aus Kapitel 10 vom Nachfolger von "Auf die Freundschaft!":
"Sie hatte gedacht, es sei ein Scherz gewesen. Dass Hannah mal wieder eine fixe Idee gehabt hatte, oder dass sie es gesagt hatte, ohne zu glauben, jemand würde darauf eingehen. Aber dann kam dieser Anruf von Maria, die sich diesbezüglich keine Scherze erlaubte."
NEUGIERIG? 😊

298 erreichte Personen [Beitrag bewerben](#)

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen · 👍 13 💬 1

298 Erreichte Personen

14 „Gefällt mir“-Angaben, Kommentare und geteilte Inhalte

13 „Gefällt mir“-Angaben	13 Zu einem Beitrag	0 Zu geteilten Inhalten
1 Kommentare	1 Zu einem Beitrag	0 Zu geteilten Inhalten
0 Geteilte Inhalte	0 Zu einem Beitrag	0 Zu geteilten Inhalten

5 Klicks auf Beiträge

0 Fotoaufrufe	0 Klicks auf Links	5 Andere Klicks 📊
-------------------------	------------------------------	-----------------------------


Beispiel: Facebook-Beitrag mit Zitat (Klick zum Vergrößern)

Oben ein Posting mit einem Zitat aus meinem Buch. Von 298 Personen (das waren zu dem Zeitpunkt 40 % meiner Follower) haben 15 Personen mit dem Beitrag interagiert, also ihn geliked, kommentiert oder angeklickt. Das entspricht einer Interaktionsrate von knapp 5 %.

Im Gegensatz dazu dieses Posting (Klicken zum Vergrößern):

Annika Bühnemann - Autorin
4. Januar · 🌐

Zwischenstand... #Haare #Tönen #färben #Kirsche #Aubergine #lila #dunkel



555 erreichte Personen [Beitrag bewerben](#)

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen · 👍 41 💬 5

555 Erreichte Personen

49 „Gefällt mir“-Angaben, Kommentare und geteilte Inhalte

41 „Gefällt mir“-Angaben	41 Zu einem Beitrag	0 Zu geteilten Inhalten
8 Kommentare	8 Zu einem Beitrag	0 Zu geteilten Inhalten
0 Geteilte Inhalte	0 Zu einem Beitrag	0 Zu geteilten Inhalten

78 Klicks auf Beiträge

53 Fotoaufrufe	0 Klicks auf Links	25 Andere Klicks 📊
--------------------------	------------------------------	------------------------------

NEGATIVES FEEDBACK

0 Beitrag verbergen	0 Alle Beiträge verbergen
0 Als Spam melden	0 Seite gefällt mir nicht mehr

Beispiel: Facebook-Beitrag »Haare färben« (Klick zum Vergrößern)

Ein Bild von mir, wie ich meine Haare färbe. Etwas ziemlich Unspektakuläres, sollte man meinen, aber schauen wir uns die Zahlen an: Von 555 erreichten Personen (74 % meiner Follower zu dem Zeitpunkt) haben 102 interagiert, das entspricht einer Interaktionsrate von 18 %. Fast vier Mal so viel wie bei meiner Leseprobe!

Wenn es also zu der Frage kommt, was man posten soll, dann darf es gerne etwas Persönliches sein. Eine Faustregel besagt: Posten Sie fünf Mal etwas Interessantes, bevor Sie ein Mal Werbung machen. Darin liegt im Grunde schon des Rätsels Lösung: Ihre Leser wollen unterhalten werden oder etwas lernen und mehr über Sie als Person erfahren. Und dabei ist es unerheblich, ob Sie unter Pseudonym schreiben oder nicht. Seien Sie kreativ!

Best-Practice-Beispiel: Sebastian Fitzek

In der Wirtschaft ist es ein häufig genutztes Mittel, sich so genannte »Best Practice«-Beispiele anzusehen, also Fälle, in denen eine Theorie möglichst anschaulich in der Praxis umgesetzt wurde. Das möchte ich Ihnen nun auch zeigen.

Wenn Sie sich unsicher sind, was Sie posten können, schauen Sie sich mal erfolgreiche Autorinnen und Autoren an und analysieren Sie, worüber sie schreiben. Unser Beispiel: Thriller-Bestsellerautor Sebastian Fitzek. Seine [Fanseite](#) hat knapp unter 100.000 Likes, eine der meistgeliketeten Autorensseiten in Deutschland. Womit lockt er seine Leser hinter dem Ofen hervor?

Hauptsächlich mit persönlichen, meistens sehr witzigen Begebenheiten aus seinem Leben. Beispiel 1, sein [Posting am Valentinstag](#): »[Meine Frau] Sandra begleitet mich heute zur Lesung in Bayreuth. Und wir haben das perfekte Valentinstags-Zimmer bekommen«, begleitet mit dem Bild des Hotelzimmers, in dem zwei getrennte Einzelbetten stehen.

[Beispiel 2](#): »Feststellung des Tages: Bei vielen Menschen verhindert eine Freisprechanlage im Auto die Zahlung eines Bußgeldes. Bei mir die Einweisung in eine psychiatrische Klinik – seitdem sich niemand mehr über meine Selbstgespräche an der Ampel wundert! (Erzähle mir gerne während längerer Fahrten die Story meines nächsten Thrillers)«

Private Begebenheiten werden mit Informationen über Lesungen, Gewinnspiele oder Awards gemischt und auch buchspezifische Links werden gerne eingestreut, beispielsweise ein Link zu einem Spiegel-Artikel über einen geretteten Kreuzfahrtteilnehmer (Fitzeks aktueller Roman »Passagier 23« spielt auf einem Kreuzfahrtschiff).

Vorschläge, worüber Sie schreiben können

Bevor Sie jetzt Hunderte Facebookseiten durchforsten und sich aufschreiben, was andere Autoren posten, kommt hier eine unvollständige Liste mit Vorschlägen:

- Grüßen Sie Ihre Follower morgens und wünschen Sie ihnen einen schönen Tag oder verabschieden Sie sie ins Wochenende
- Posten Sie einen motivierenden oder inspirierenden Spruch, den Sie gelesen haben (Urheberrecht beachten!)
- Veröffentlichen Sie ein Foto von sich mit Ihrem Haustier / von sich, wie Sie etwas Interessantes tun
- Nehmen Sie Ihre Leser mit auf Ihre Recherchereise (ins Museum, in die Bibliothek, ...) und teilen Sie neue Erkenntnisse mit ihnen
- Teilen Sie unterhaltsame oder interessante Seiten, über die Sie stolpern
- Veröffentlichen Sie exklusiv eine kleine Leseprobe
- Posten Sie passende Bilder zu Ihrem aktuellen Roman (oder zu dem Projekt, an dem Sie gerade arbeiten), also beispielsweise ein Bild Ihres Protagonisten. Achten Sie hier auf die besonderen [Veröffentlichungsrechte für soziale Medien](#) (die zwar noch nicht gänzlich geklärt sind, aber zumindest bekannt sein sollten)
- Stellen Sie, wenn möglich, die Orte vor, an denen Ihre Geschichten spielen
- Stellen Sie die Figuren Ihrer Romane vor

- Weisen Sie auf Leserunden hin
- Veranstalten Sie Gewinnspiele (beachten Sie dabei die [Voraussetzungen für ein rechtssicheres Gewinnspiel](#))
- Machen Sie ein kurzes Video von sich (Videos haben bei Facebook eine sehr hohe Reichweite)

So erhöhen Sie Ihre Reichweite

Gerade am Anfang sind Sie vermutlich sehr damit beschäftigt, Inhalte für Ihre Seite zusammenzutragen, aber irgendwann kommt der Zeitpunkt, an dem Sie sich wünschen, mehr Menschen mit Ihren Postings zu erreichen. Das Internet ist voll mit Ratschlägen diesbezüglich und leider gibt es kein Patentrezept, das ihre Likes plötzlich in die Höhe schnellen lässt. Dennoch gibt es ein paar Eckpunkte, an denen Sie sich orientieren können.

Posten Sie zur richtigen Zeit

Wenn Sie sich als Administrator auf Ihrer erstellten [Fanseite](#) einloggen (über das kleine dunkelblaue Dreieck oben rechts in der Facebook-Oberfläche), haben Sie Zugriff auf Ihre Statistiken. Dort können Sie unter dem Reiter »Beiträge« sehen, wann die meisten Ihrer Fans online sind. Nutzen Sie diese Information, um Ihre Beiträge so zu planen, dass sie zu diesen Zeiten veröffentlicht werden, um möglichst viele Ihrer Leser zu erreichen.

Posten Sie Beiträge, die Ihre Leser interessieren

Erlauben Sie mir bitte diese Wiederholung: Der fanatischste Fan langweilt sich, wenn Sie ausschließlich für Ihre Bücher werben. Ein Blick in die eben erwähnten Statistiken zeigt Ihnen, welche Beiträge viele Interaktionen hervorrufen. Posten Sie verstärkt Beiträge, die ähnlich sind wie die, die viel Zulauf haben, aber wechseln Sie Interessantes, Unterhaltsames und Werbung ab.

Seien Sie abwechslungsreich

Experimentieren Sie mit verschiedenen Formaten: Posten Sie an einem Tag ein Status-Update, an einem anderen Tag einen Link, dann ein Foto und dann ein Video. Spielen Sie mit den verschiedenen Formen digitaler Inhalte und probieren Sie aus, was Ihre Leser am tollsten finden. Vielleicht filmen Sie mal sich selbst beim Lesen einer Passage aus Ihrem Roman statt eine schriftliche Leseprobe zu veröffentlichen?

Fordern Sie Ihre Leser zu Aktionen auf

Der Marketing-Begriff dazu nennt sich »Call to action«, ein direkter Aufruf, was die Leserin oder der Leser tun soll. Bewährt haben sich Fragen: »Wer von euch kennt ...« oder »Ich suche ... Hat jemand Erfahrung?« beispielsweise. Beziehen Sie Ihre Fans in Ihr Leben mit ein!

Kommentieren Sie als Seite relevante Themen

Wenn Sie als Ihre Seite eingeloggt sind, können Sie über das Facebook-Icon die Timeline sehen. Dort stehen die Neuigkeiten der Seiten, die Sie als Seite geliked haben. Suchen Sie speziell nach Seiten, die für Sie relevant sind, also beispielsweise Verlage, die [Seite des literaturcafe.de](#), die Seite von »[Vom Schreiben leben](#)«, u.s.w., und kommentieren Sie die Beiträge dort. Im Ergebnis haben nicht Sie als Person Ihre Meinung dort hinterlassen, sondern Sie als Autorin oder Autor. Die Chance, dass Gleichgesinnte auf Ihre Seite finden, ist somit viel höher, denn sie brauchen nur auf den Kommentar zu klicken, den Sie hinterlassen haben und gelangen gleich auf Ihre Seite.

Fazit

Soziale Netzwerke zu bedienen, kostet viel Zeit, gleichzeitig macht es aber auch großen Spaß, mit Leserinnen und Lesern direkt zu interagieren und sich mit Kolleginnen und Kollegen auszutauschen. Experimentieren Sie mit verschiedenen Formaten, Inhalten und Persönlichkeitsebenen, um herauszufinden, was Ihre Leser gerne wissen möchten. Bleiben Sie stets authentisch, aber immer in dem Bewusstsein, dass Informationen, die Sie preisgeben, niemals gänzlich gelöscht werden (schließlich sprechen wir hier vom Internet). Haben Sie keine Angst, sondern ahmen Sie erfolgreiche Autoren nach und geben Sie Ihren Postings Ihre eigene Note.

Fragen? Anregungen?

Das Thema ist sehr vielfältig und sicherlich haben Sie die eine oder andere Frage. Schreiben Sie sie einfach unten in die Kommentarbox oder, wenn Sie sie nicht öffentlich stellen wollen, schicken Sie eine E-Mail an kontakt@annikabuehnmann.de.

Annika Bühnemann

Über die Autorin

Annika Bühnemann ist Autorin, Bloggerin und YouTuberin. Ihren ersten Roman »Auf die Freundschaft!« verlegte sie als Selfpublisherin, der zweite wurde über das feelings-Label der Verlagsgruppe DroemerKnaur veröffentlicht. Im März erscheint ihr fünfter Roman. Auf ihrem Blog www.vomschreibenleben.de gibt sie Schriftstellern Tipps zu den Themen Marketing, Zeitmanagement und Persönlichkeitsentwicklung. Auf ihrem YouTube-Kanal laufen alle Aktivitäten zusammen, dort zeigt sie Videos aus ihrem Alltag, nimmt die Zuschauer mit auf die Buchmessen und geht auf Themen aus ihrem Blog ein.