

September 2013

Profile, Benutzerkonten, Unternehmenskonten

Definition und Best Practice in der kommerziellen Anwendung

von Thomas Hutter





Bildquelle: Bastografie auf Photocase.com

Profile, Benutzerkonten, Unternehmenskonten, Werbekonten, Accounts, Geschäftsprofile, etc. . Die Begriffsvielfalt im Zusammenhang mit Facebook sorgt bei vielen Unternehmen für Verwirrung. Auch neun Jahre nach der Gründung von Facebook sieht man immer noch Unternehmen, die private Profile nutzen und auf Facebook nach Freunden suchen. Auch Unternehmen mit Fake-Accounts zur Administration ihrer Facebook Seite(n) sieht man häufig. Wie die Administration von Facebook Seiten aufgebaut werden soll und ob Mitarbeiter ihre privaten Profile für das Unternehmen nutzen müssen oder sollen, ist immer wieder ein Traktandenpunkt bei Beratungsgesprächen. Dabei ist das Thema, vorausgesetzt man hat eine kleine Übersicht über die Möglichkeiten, nicht wirklich kompliziert. Facebook bietet gute Möglichkeiten für eine sinnvolle, effiziente und sichere Administration. Nachfolgend werden die unterschiedlichen Konten detailliert beschrieben. Ebenfalls wird ein Best Practice Beispiel für den kommerziellen Einsatz aufgezeigt. Auch sind die verschiedenen im Zusammenhang mit Konten und Kontenumstellungen vorkommenden Vorgehensweisen detailliert beschrieben.

Benutzerkonto / privates Profil (Private Account)

Ein Benutzerkonto ist das private Profil eines Facebook Nutzers. Zu einem Benutzerkonto gehört die Chronik mit den dazugehörigen Funktionen zur Selbstdarstellung und der News Feed.

Ein Benutzerkonto kann ...

- Statusmeldungen, Fotos, Videos, Notizen in der eigenen Chronik publizieren.
- über Freundschaftsanfragen mit anderen Benutzerkonten verbunden werden. Interaktionen von verbundenen Benutzerkonten werden im News Feed dargestellt, welche wiederum kommentiert, mit „gefällt mir“ markiert oder geteilt werden können.
- öffentliche Aktualisierungen eines Benutzerkontos abonnieren.
- mit anderen Benutzerkonten kommunizieren (Nachrichten, Chat, Video).
- mit Facebook Seiten kommunizieren (Nachrichten).
- sich mit Facebook Seiten verbinden (gefällt mir) und die Aktualisierungen der Seite im News Feed empfangen sowie Beiträge auf Seiten publizieren oder Beiträge der Seiten mit gefällt mir markieren, kommentieren oder teilen.
- Mitglied von Gruppen werden.
- sich mit Applikationen innerhalb und mit Facebook Login ausserhalb von Facebook verbinden, sowie Social Plugins nutzen.
- Facebook Seiten, Gruppen und Applikationen administrieren.
- mit Facebook Ads Werbung schalten.
- Über die Facebook Suche gefunden werden (vorausgesetzt, die entsprechende Privatsphäre-Einstellung wurde nicht deaktiviert).
- für die Nutzung der Facebook Mobile Apps und den Seitenmanager verwendet werden.

- ▶ **Hinter einen Benutzerkonto muss immer eine “echte” Person mit Klarnamen stehen. Ein Benutzerkonto darf nicht kommerziell genutzt werden.**

Ein Benutzerkonto, das gegen die Facebook Richtlinien verstößt (keine echte Person, falscher Name, kommerzielle Nutzung, SPAM, etc.) kann mit allen damit verbundenen Abhängigkeiten gesperrt werden.

Unternehmenskonto (Business Account)

Ein Unternehmenskonto (Business Account) ist das Verwaltungsprofil eines Unternehmens. Ein Unternehmenskonto enthält weder Chronik noch News Feed.

Ein Unternehmenskonto kann ...

- Facebook Seiten administrieren.
- mit Facebook Ads Werbung schalten.
- für die Nutzung der Facebook Mobile Apps und den Seitenmanager verwendet werden

Ein Unternehmenskonto kann nicht ...

- Statusmeldungen, Fotos, Videos, Notizen in der eigenen Chronik publizieren
- über Freundschaftsanfragen mit anderen Benutzerkonten oder Unternehmenskonto verbunden werden. Ebenfalls können über ein Unternehmenskonto nicht öffentlichen Aktualisierungen eines Benutzerkontos abonniert werden.
- mit Benutzerkonten kommunizieren (Nachrichten, Chat, Video).
- mit Facebook Seiten kommunizieren (Nachrichten)

- sich mit Facebook Seiten verbinden (gefällt mir) sowie nicht Beiträge auf Seiten publizieren oder Beiträge der Seiten mit gefällt mir markieren, kommentieren oder teilen.
- Mitglied von Gruppen werden.
- sich mit Applikationen innerhalb und mit Facebook Login ausserhalb von Facebook verbinden, sowie auch nicht Social Plugins nutzen.
- Facebook Gruppen und Applikationen administrieren.
- über die Facebook Suche gefunden werden.

Konto ?	Kontonummer ?	Status ?	Verwendete Gutschriften ?	Verbleibende Gutschriften ?	Ausgegeben ?
[blurred]	[blurred]	[green arrow]	[blurred]	[blurred]	[blurred]
[blurred]	[blurred]	[green arrow]	[blurred]	[blurred]	[blurred]
[blurred]	[blurred]	[green arrow]	[blurred]	[blurred]	[blurred]
[blurred]	[blurred]	[green arrow]	[blurred]	[blurred]	[blurred]
[blurred]	[blurred]	[green arrow]	[blurred]	[blurred]	[blurred]
[blurred]	[blurred]	[green arrow]	[blurred]	[blurred]	[blurred]
[blurred]	[blurred]	[green arrow]	[blurred]	[blurred]	[blurred]
[blurred]	[blurred]	[green arrow]	[blurred]	[blurred]	[blurred]
[blurred]	[blurred]	[green arrow]	[blurred]	[blurred]	[blurred]
[blurred]	[blurred]	[green arrow]	[blurred]	[blurred]	[blurred]
[blurred]	[blurred]	[green arrow]	[blurred]	[blurred]	[blurred]

Abbildung: Startseite eines Unternehmenskontos

► **Ein Unternehmenskonto kann nur für die Verwaltung von Facebook Seiten und Facebook Ads verwendet werden.**

Betreutes Unternehmenskonto (Managed Business Account)

Ein betreutes Unternehmenskonto (Managed Business Account) entspricht einem normalen Unternehmenskonto (Business Account) mit dem Unterschied, dass dem betreuten Unternehmenskonto ein Account Manager von Facebook zugewiesen ist. Betreute Unternehmenskonten stehen nur für Unternehmen zur Verfügung, die Facebook professionell und kommerziell nutzen und einen Werbeumsatz von > 10'000 Euro pro Monat aufweisen. Betreute Unternehmenskonten können in der Regel Facebook Ads ohne Kreditkartenbelastung und ohne Bankeinzug gegen Monatsrechnung buchen.

Werbekonto

Ein Werbekonto ist immer einem Benutzerkonto oder einem Unternehmenskonto angehängt. Reine Werbekonten existieren nicht.

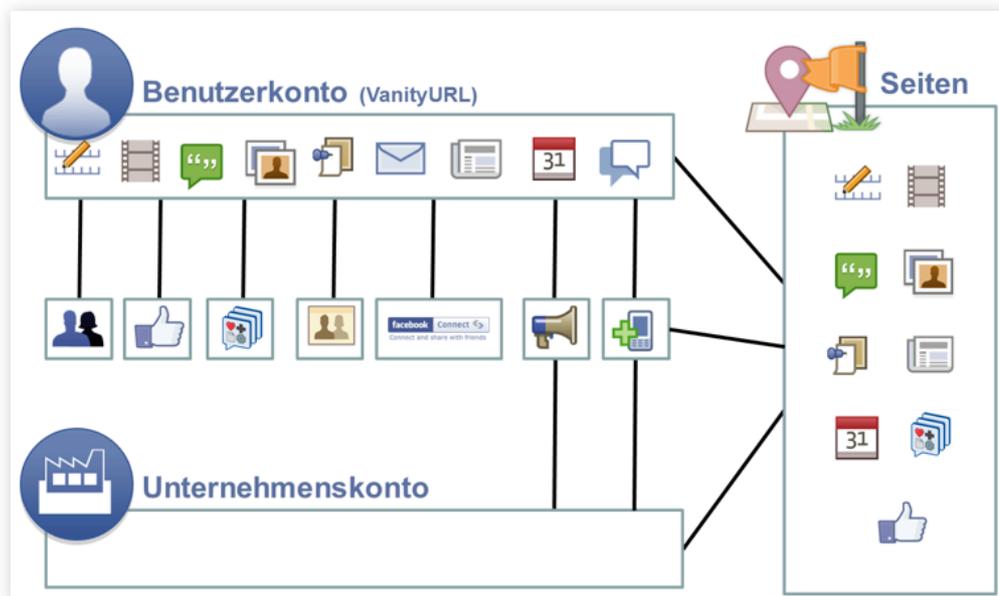
Das Werbekonto enthält die kaufmännischen Informationen für die Rechnungsstellung (Adresse, USt-Nummer), die Währung und das Land sowie die Zeitzone und die Finanzierungsquelle (Kreditkarte, PayPal, Lastschriftzug).

Einem Werbekonto können neben dem dazugehörigen Benutzer- oder Unternehmenskonto auch weitere Benutzer mit Administrations- oder Berichtberechtigungen zugewiesen werden, welche Handlungen im Auftrag im Werbekonto vornehmen können.

Unterschied Benutzerkonto vs. Unternehmenskonto

Die funktionellen Unterschiede zwischen einem Benutzerkonto und einem Unternehmenskonto:

	Benutzerkonto	Unternehmenskonto
Chronik	☑	☒
News Feed	☑	☒
Publikation von Statusmeldungen, Bilder, Videos, Notizen	☑	☒
Verbindungen mit Freunden, Seiten, Gruppen, Applikationen, Social Plugins	☑	☒
Nachrichten senden/empfangen, Chat, Video Call	☑	☒
Fan von Seiten werden	☑	☒
Mit Seiten / Gruppen kommunizieren	☑	☒
Administration von Seiten	☑	☑
Administration von Gruppen	☑	☒
Administration von Applikationen	☑	☒
Facebook Ads verwalten	☑	☑
Suche verwenden	☑	☒
Nutzung der Facebook Mobile Applikation	☑	☑
Nutzung der Seitenmanager Applikation	☑	☑

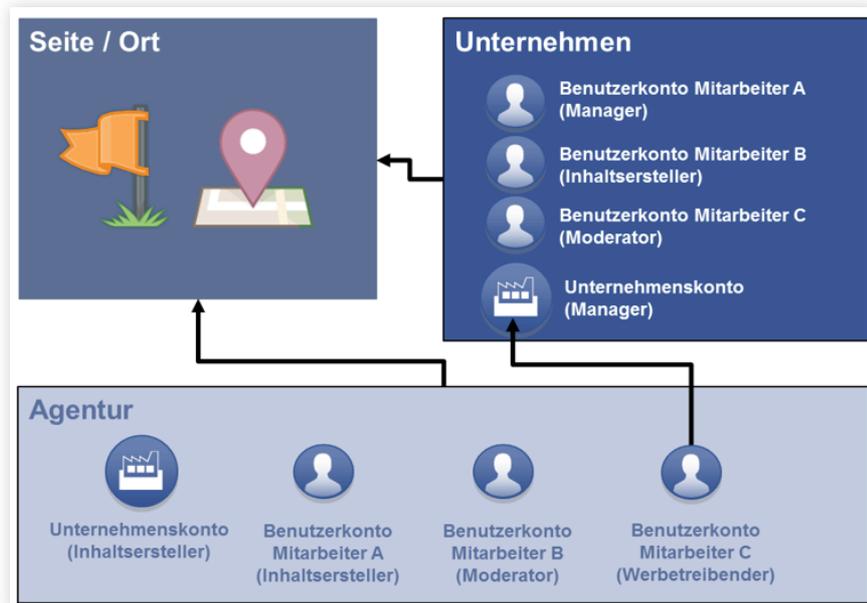


Best Practice Verwendung von Benutzer- und Unternehmenskonten für die Verwaltung von Facebook Seiten und Facebook Werbung

In der Praxis hat sich der Einsatz von Unternehmenskonten für die Administration von Facebook Seiten und die Verwaltung von Facebook Werbeanzeigen bewährt.

Administration von Facebook Seiten

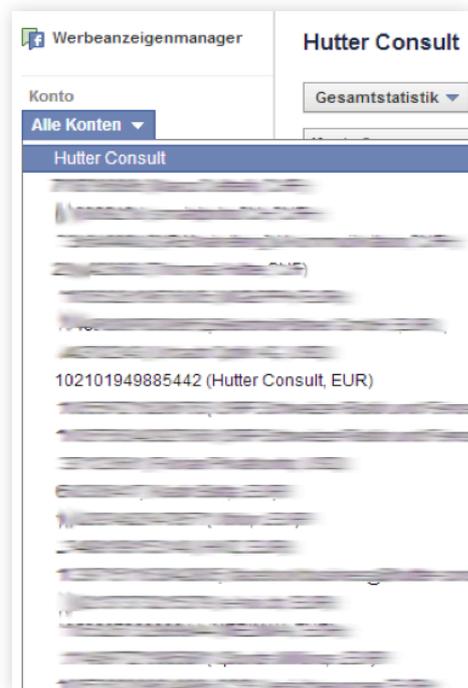
Benutzerkonten können von Facebook aus diversen Gründen gesperrt werden. Es empfiehlt sich daher, einer Facebook Seite, neben einem Benutzerkonto, ein unabhängiges Unternehmenskonto als Administrator (Manager) einzusetzen. Wird das Benutzerkonto aus irgendeinem Grund gesperrt, hat das Unternehmen über das Unternehmenskonto uneingeschränkten Administrationszugriff auf die Facebook Seite. Neben dem Benutzerkonto sollte sicherheitshalber ein weiteres Benutzerkonto über eine vollumfängliche Administrationsberechtigung (Manager) verfügen. Die Anmeldung mit dem Unternehmenskonto ist so nur im Notfall notwendig, nicht aber bei alltäglichen Administrationsarbeiten. Weitere Benutzerkonten sollten nur mit den für die Bearbeitung notwendigen eingeschränkten Berechtigungen hinzugefügt werden (Inhaltsersteller, Moderator, Werbetreibender, Statistikanalyst). Arbeitet das Unternehmen mit einer Agentur, bzw. einem Drittdienstleister zusammen, empfiehlt es sich, auch das Unternehmenskonto der Agentur als Inhaltsersteller (oder mit der notwendigen Berechtigung) sowie die für die Bewirtschaftung vorgesehenen Mitarbeiter der Agentur mit deren ihren Benutzerkonten hinzuzufügen. Das nachfolgende Schema zeigt eine mögliche Rechtevergabe einer Facebook Seite im Zusammenspiel mit Unternehmenskonten und Benutzerkonten sowie in der Zusammenarbeit mit einer Agentur auf.



- Grundsätzlich sollten an Drittunternehmen nur die Berechtigungen erteilt werden, welche auch wirklich notwendig sind. Zusätzlich sollten Unternehmen, welche mit Agenturen oder Drittdienstleistern zusammenarbeiten, unbedingt Regelungen mit dem Dienstleister treffen, die die Rechte und Pflichten im Zusammenhang mit der Facebook Seite und deren Zugriff genau regeln.**

Verwaltung von Facebook Werbeanzeigen

Facebook Werbeanzeigen können sowohl über ein Benutzerkonto als auch über ein Unternehmenskonto verwaltet werden. Werden Werbeanzeigen über das Werbekonto eines Benutzerkontos eines Mitarbeiters geschaltet, sind die entsprechenden Werbeanzeigen und die dazugehörigen Statistikdaten im Benutzerkonto des Mitarbeiters hinterlegt. Werden die Werbeanzeigen zusätzlich über eine Kreditkarte des Unternehmens geschaltet, wird die Kreditkarte mit dem Benutzerkonto des Nutzers verknüpft. Verlässt der Mitarbeiter das Unternehmen, gehen die Statistikdaten verloren, bzw. werden vom Mitarbeiter mitgenommen, ebenfalls ist die Löschung der Kreditkarte aus dem Benutzerkonto notwendig. Wird anschliessend die Kreditkarte einem anderen Benutzer hinzugefügt, erfolgt mit grosser Wahrscheinlichkeit eine Fehlermeldung, dass die Kreditkarte bereits von einem anderen Konto genutzt wird. Abhilfe für diese Problematiken bringt die Verwendung eines Unternehmenskontos für die Verwaltung und Schaltung von



Werbeanzeigen. Benutzerkonten, welche berechtigt sind im Namen des Unternehmens Werbung zu schalten, erhalten entsprechenden Zugriff über das Benutzerkonto auf das Unternehmenskonto. Ein für die Werbung verantwortlicher Mitarbeiter der Agentur kann somit über die ihm erteilte Berechtigung im Werbekonto des Unternehmenskonto Werbung im Namen des Unternehmens, bzw. über das Unternehmenskonto, ohne den entsprechenden Benutzernamen und das Passwort kennen zu müssen.

Wird ein Unternehmenskonto für die Verwaltung der Werbeanzeigen eingesetzt, sind auch beim Verlassen von Mitarbeitern, bzw. entfernen von Benutzerkonten sämtliche Statistikdaten von den in der Vergangenheit geschalteten Ads weiterhin vorhanden.

Erstellung eines Unternehmenskonto

Wie kann ein Unternehmenskonto erstellt werden? Das Vorgehen ist für bestehende Facebook Nutzer ein bisschen unlogisch, für Unternehmen, die noch nicht bei Facebook registriert sind, ist der Vorgang eher logisch. Um ein Unternehmenskonto zu eröffnen muss man sich bei Facebook abmelden. Anschliessend den Cache und die Cookies löschen oder einen vorher nicht für Facebook verwendeten Browser nutzen. Nach dem Aufruf von www.facebook.com auf der Facebook Startseite unterhalb des grünen „Registrieren“-Buttons auf „[Erstelle eine Seite](#) für eine Berühmtheit, eine Band oder ein Unternehmen“ klicken.

Registrieren

Erstelle eine Seite für eine Berühmtheit, eine Band oder ein Unternehmen.

Danach wählt man eine beliebige Kategorie, beispielsweise „Lokales Unternehmen oder Ort“, füllt die entsprechenden Daten aus, stimmt den Richtlinien für Facebook Seiten zu und klickt auf „Los geht's“.

Seite erstellen
Erstelle eine Facebook-Seite, um eine engere Beziehung zu deinem Publikum und deinen Kunden aufzubauen.

Lokales Unternehmen oder Ort
Verbinde dich mit deinen Kunden auf Facebook.

Attraktionen/Unternehmungen

Name der Seite

Weidlistr. 10

Aadorf (Aadorf, Switzerland)

8356

+415236666666

Ich stimme den Richtlinien für Facebook-Seiten zu

Los geht's

Unternehmen, Organisation oder Institution

Nach dem Klick auf „Los geht's“ erscheint eine neue Seite. Hier muss man auf „create a new business account“ klicken. Anschliessend muss eine E-Mail-Adresse (wir verwenden normalerweise facebook@kundendomain.com) sowie ein Passwort eingegeben werden. Das Geburtsdatum muss eingegeben werden, welches man hier verwendet ist eigentlich egal. Zusätzlich muss die Captcha-Abfrage ausgefüllt werden und die Nutzungsbedingungen bestätigt werden.

Create a New Business Account

Ich habe bereits ein Konto bei Facebook.

E-Mail-Adresse:

Neues Passwort: [?]

Geburtsdatum:

Bitte gib den eigenes Geburtsdatum an. (Warum ist das erforderlich?)

Sicherheitskontrolle:

Gib beide Wörter, von einem Leerzeichen getrennt, unten ein.
Du kannst die untenstehenden Wörter nicht lesen? Versuche andere Wörter oder ein Audiocaptcha.



Text im Feld:

Was ist das?

Ich habe die Nutzungsbedingungen und die Datenschutzrichtlinien gelesen und stimme ihnen zu

[Jetzt registrieren!](#)

Probleme bei der Registrierung? Sieh dir unsere Hilfeseiten an

Nach dem Klick auf „Jetzt registrieren!“ wird eine Bestätigungsmail an die eingetragene Adresse gesendet. Nach der Bestätigung der E-Mail-Adresse fordert Facebook weitere Informationen zur erstellenden Seite. Die Daten der ersten Seite müssen eingegeben werden, alle weiteren Schritte können übersprungen werden. Anschliessend wird die neuerstellte Facebook Seite angezeigt. Diese kann unter „Seite bearbeiten“ > „Einstellungen bearbeiten“ > „Seite entfernen“ direkt wieder gelöscht werden.

Nach der Registrierung kann das Unternehmenskonto wieder abgemeldet werden. Nun kann die E-Mail-Adresse des Unternehmenskonto über das normale Benutzerkonto einer Seite oder mehrerer Seiten als Administrator hinzugefügt werden.

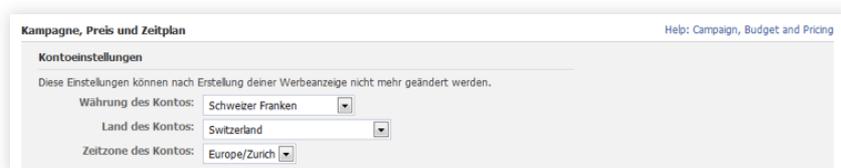
✕

Manager ▾
Kann Administrationsaufgaben verwalten, Nachrichten verschicken, Beiträge im Namen der Seite posten, Werbeanzeigen erstellen und Statistiken aufrufen.

Unternehmenskonto für Facebook Ads nutzen

Unternehmen, welche das Unternehmenskonto für die Schaltung von Facebook Ads nutzen möchten, müssen wie folgt vorgehen.

1. Anmelden mit dem Facebook Unternehmenskonto
2. Klick auf „Werbeanzeige erstellen“ im Fussbereich der Seite
3. Anschliessend ein Werbeziel auswählen (was ausgewählt wird, ist egal, da die Kampagne anschliessend gelöscht wird).
4. Im Abschnitt „Kampagne, Preis und Zeitplan“ die gewünschte Währung, das Land und die Zeitzone auswählen. Wichtig! Diese Angaben können später nicht mehr geändert werden.



5. Anschliessend bestätigen und auf die Folgeseite wechseln, dort auf „Bestellung aufgeben“ klicken.
6. Im nachfolgenden Fenster muss die Zahlungsweise angegeben werden.



7. Nach der Eingabe der Zahlungsinformationen wird nochmals die Bestätigungsseite angezeigt, welche wiederum bestätigt werden kann. Auf der anschliessenden Übersichtsseite können die zuvor aufgegeben Ads wieder gelöscht werden.
8. Im Menüpunkt „Einstellungen“ muss nun ein Kontoname eingegeben, die Branche ausgewählt sowie die weiteren Informationen (Name des Unternehmens, Geschäftsadresse, Europäische USt-Nummer sowie Agenturangabe) hinterlegt werden. Manchmal kommt es vor, dass die beim Erstellen der Ads gewählte Zeitzone und Währung falsch übernommen wird – wahrscheinlich handelt es sich dabei um einen Bug.

Weitere Benutzerkonten zum Werbekonto hinzufügen

Damit Ads zukünftig von autorisierten Nutzern geschaltet werden können und für die Werbeschaltung nicht ein Anmelden mit dem Unternehmenskonto notwendig ist, können Benutzerkonten dem Werbekonto des Unternehmens hinzugefügt werden. Um Benutzerkonten dem Werbekonto hinzuzufügen muss wie folgt vorgegangen werden:

1. Klick auf „Einstellungen“
2. Anschliessend im Abschnitt „Genehmigungen“ auf „+ Nutzer hinzufügen“ klicken.
3. Im Feld „Enter a friend or Email“ entweder den Namen der Person oder die E-Mail-Adresse eintragen (Person muss über die Suchfunktion von Facebook gefunden werden können) sowie die Art des Zugriffs wählen („Allgemeiner Nutzer“ oder „nur Berichte“), anschliessend auf „Absenden“ klicken. Dieser Vorgang kann beliebig oft wiederholt werden.

Die so hinzugefügten Nutzer sehen im Werbeanzeigenmanager oder im PowerEditor nun das Unternehmenskonto und können dieses verwalten wie ihr eigenes Konto. Beim Erstellen von Ads muss nun jeweils das Unternehmenskonto angewählt werden. Die hinzugefügten Nutzer können im Werbeanzeigenmanager nach Auswahl des Unternehmenskontos in den Einstellungen auch auswählen, welche Benachrichtigungen sie in per Mail erhalten möchten.

Umwandlung eines Benutzerkontos in eine Facebook Seite

Unternehmen, welche fälschlicherweise ein Benutzerkonto mit dazugehöriger Chronik für die Präsenz in Facebook eröffnet haben, oder Personen des öffentlichen Lebens, z.B. Politiker, die bei 5'000 Freunden an die Leistungsgrenze eines Benutzerkontos gelangen, können [das Benutzerkonto in eine Facebook Seite mit dazugehörigen Unternehmenskonto umwandeln](#). Bei der Umwandlung des Benutzerkontos in eine Facebook Seite wird automatisch ein Unternehmenskonto (mit den Anmeldedaten des Benutzerkontos) erstellt. Das Profilbild wird auf die neue Facebook Seite übertragen, Freunde und Abonnenten werden dann zu Fans. Der Name des Benutzerkontos wird zum Namen der Facebook Seite (sollte allenfalls vorher, falls ein anderer Name für die Seite gewünscht wird, geändert werden). Auch der Nutzername (VanityURL) des Benutzerkontos wird auf die neu erstellte Facebook Seite übertragen. Alle anderen Inhalte (Statusbeiträge, Bilder, Videos, etc.) werden nicht in die Facebook Seite übertragen, die Chronikdaten sollten aus diesem Grund vorher [heruntergeladen](#) werden. Falls das Benutzerkonto eine Gruppe administriert, muss der Gruppe ein neuer Administrator hinzugefügt werden. Ein Unternehmenskonto kann keine Gruppen administrieren. Gleich verhält sich bei der Umwandlung mit den über das Benutzerkonto administrierten Applikationen, auch hier muss ein neuer Administrator hinzugefügt werden, ein Unternehmenskonto kann keine Applikationen administrieren.

Sollte bei der Umwandlung des Benutzerkontos in ein Unternehmenskonto mit angehängter Facebook Seite etwas schief gehen, kann ein [Antrag auf Umwandlung des Unternehmenskonto in ein Benutzerkonto](#) eingereicht werden.

- ▶ ***Vor der Umwandlung eines Benutzerkontos in ein Unternehmenskonto sicherstellen, dass durch das Benutzerkonto administrierte Gruppen einen neuen Administrator erhalten. Nicht vergessen, die Inhalte der Chronik gehen bei der Umwandlung verloren!***

Benutzerkonto und Sicherheit

Ein ebenfalls wichtiger Aspekt rund um die verschiedenen Konten ist deren Sicherheit. Wir empfehlen für Benutzerkonten und Unternehmenskonto unbedingt die notwendigen Sicherheitsvorkehrungen zu treffen. Mehr Informationen zur Sicherheit von Benutzerkonten gibt es im Blogbeitrag:

[Mehr Sicherheit auf Facebook: 7 Tipps um dein Passwort zu schützen](#)

Über den Autor:



Thomas Hutter (37) ist Inhaber und Geschäftsführer der Hutter Consult GmbH. Er berät grosse und mittlere Unternehmen, Organisationen und Agenturen in der Schweiz, Deutschland, Österreich und Niederlanden rund um den strategischen und nachhaltigen Einsatz von digitaler Kommunikation und digitalem Marketing in und mit sozialen Netzwerken. Er doziert für das Medienausbildungszentrum Luzern (MAZ), die Hochschule für Wirtschaft Zürich (HWZ), die Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW) und unterrichtet als Seminarleiter bei diversen Seminaranbietern in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Neben der Berater- und Dozententätigkeit schreibt er Fachartikel für namhafte Zeitungen und Fachzeitschriften. Sein Blog thomashutter.com gilt als eine der Ressourcen zu den aktuellen Entwicklungen im Bereich Facebook Marketing und Social Media im deutschsprachigen Raum.

[Web](#) | [Facebook](#) | [Twitter](#) | [LinkedIn](#) | [XING](#)



allfacebook.de

Der inoffizielle Facebook Blog

Jetzt Fan werden:

facebook.com/marketingde

Philipp Roth & Jens Wiese

kontakt@allfacebook.de