

Statistiken für Facebook-Seiten

Produktleitfaden für Facebook-Seiteninhaber

Unternehmen profitieren von einer vernetzten Welt. Deshalb verbinden wir 800 Millionen Menschen und ihre Freunde mit den Dingen, die ihnen wichtig sind. Dazu setzen wir soziale Technologien ein, die zur Geschäftsentwicklung beitragen. Seiten sind der Ort, an dem du dich mit den Menschen verbindest.

Mit Seitenstatistiken kannst du:

- Die Leistung deiner Seite auswerten
- Feststellen, welche Inhalte bei deinem Publikum ankommen und
- Deine Veröffentlichungen so optimieren, dass dein Publikum über dich mit seinen Freunden spricht.



Erste Schritte	2
Informationen zur Gesamtleistung deiner Seite	4
Optimieren deiner Veröffentlichungen	6
Erfahre mehr über dein Publikum	9
Fazit: Konzentriere dich auf die Interaktion mit deinem Publikum.....	15

Erste Schritte

Gehe zu deiner Seite und klicke auf den „Statistiken“-Reiter links auf deiner Seite, um die Statistiken zu deiner Facebook-Seite aufzurufen.*

Facebook Marketing Solutions ▶ Statistiken

Webseite · Info bearbeiten

Daten bis Montag Daten exportieren

„Gefällt mir“-Angaben insgesamt? **519.716** ↑1.51% Freunde von Fans? **158.377.809** ↑1.67% Personen, die darüber sprechen? **13.773** ↓-76.84% Wöchentliche Reichweite insgesamt? **14.139.583** ↓-4.99%

■ Beiträge? ■ Personen, die darüber sprechen? ■ Wöchentliche Reichweite insgesamt?

Seitenbeiträge

Datum ?	Beitrag ?	Reichweite ?	Eingebundene Nutzer ?	Personen, die darüber sprechen ?	Viralität ?
22.10.2011	At the ANA Masters of Mark...	80.018	1.175	302	0.38%
22.10.2011	Sheryl Sandberg at ANA - O...	--	--	--	--
21.10.2011	Tune in tomorrow at 8:15 a...	76.563	550	143	0.19%
20.10.2011	Some fun marketing tips for...	85.440	1.888	244	0.29%
13.10.2011	If you missed yesterday's ec...	84.267	2.113	246	0.29%
12.10.2011	Hi Everyone - please go her...	80.067	2.354	260	0.32%
12.10.2011	Just one hour until "Four Ti...	74.417	559	94	0.13%
12.10.2011	Four Tips for Social Comme...	--	--	--	--
12.10.2011	Tune in TOMORROW, Wedn...	70.822	943	176	0.25%
10.10.2011	Today we announced Faceb...	80.089	1.323	296	0.37%

*Bitte beachte, dass die neuen Seitenstatistiken zuerst als Vorschau veröffentlicht werden. Wenn du während der Vorschau-Phase darauf zugreifen möchtest, rufe facebook.com/insights auf und klicke auf deine Seite, oder klicke auf „Statistiken anzeigen“ rechts auf deiner Seite und befolge die Anweisungen oben auf der „Statistiken“-Seite.

Du kannst die Statistikdaten auch über die Konsole aufrufen oder mithilfe der „Exportieren“-Schaltfläche oben rechts exportieren.

Falls du sie exportieren möchtest, wird ein Dialogfeld angezeigt, in dem du folgende Angaben machen kannst:

- Datumsbereich, für den du die Daten zu deiner Seite anzeigen möchtest;
- Ob du die Daten als Excel- oder .csv-Datei („comma separated values“) exportieren möchtest;
- Art der anzuzeigenden Daten: Wähle „Seitendaten“ für eine Zusammenfassung der Daten zu deiner Seite und „Beitragsdaten“ für Daten zu jedem einzelnen Seitenbeitrag aus.

Der „Hauptstatistiken“-Reiter der Excel-Datei enthält alle wichtigen Messwerte der Zeitspanne. Alle anderen Reiter zeigen eine Aufschlüsselung dieser wichtigen Messwerte. Bitte beachte, dass die Anzahl der Impressionen für deine Seite oder deine Beiträge nicht in der „Seitenstatistiken“-Konsole, sondern in der „Export“-Datei zu finden ist.

Statistikdaten exportieren

Exportiere Daten direkt als Excel-Datei (.xls) oder als Textdatei mit durch Kommata getrennten Werten (.csv). Entscheide dich entweder für Seitendaten oder Seitenbeitragsdaten. Du kannst eine Zeitspanne festlegen, die maximal 1.000 Beiträge auf einmal enthält.

Datenart auswählen:

Seitendaten
 Beitragsdaten

Dateiformat auswählen:

Excel (.xls)
 Durch Kommata getrennte Werte (.csv)

Datenbereich auswählen:

Beginn: 

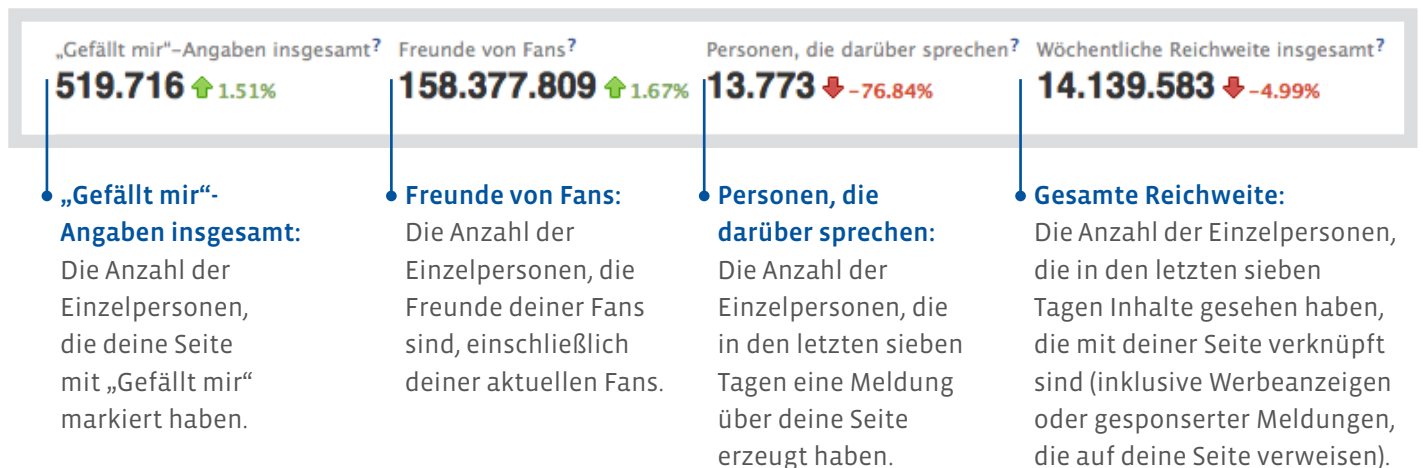
Ende: 

Es sind keine Statistikdaten vor dem 19. Juli verfügbar.

[Download](#) [Abbrechen](#)

Informationen zur Gesamtleistung deiner Seite

Die vier Kennzahlen oben auf dem „Statistiken“-Reiter machen es möglich, schnell die Größe und Aktivität deines Publikums zu erfassen. Du solltest diese Zahlen genau im Auge behalten, um den Erfolg deiner Marketingstrategie einschätzen zu können.



Wenn du mit der Maus über das Fragezeichen neben der Kennzahl fährst, kannst du den Zeitrahmen für die einzelnen Werte sehen.

Da Freunde von Fans eine weitaus größere Verbrauchergruppe darstellen, als nur die Fans und sie außerdem mit größerer Wahrscheinlichkeit als der Durchschnittskunde einen Laden oder eine Webseite aufsuchen und sogar ein Produkt oder eine Dienstleistung* erwerben, wird dir nicht nur die Anzahl deiner Fans (**„Gefällt mir“-Angaben insgesamt**) sondern auch die Zahl der Freunde deiner Fans (**Freunde von Fans**) angezeigt. Die Freunde von Fans stellen die Gesamtzahl der Personen dar, die du potentiell erreichen kannst, wenn all deine Fans mit ihren Freunden über dein Unternehmen sprechen.

Die nächste Kennzahl, **„Personen, die darüber sprechen“** gibt an, wie viele Nutzer wirklich mit ihren Freunden über dein Unternehmen sprechen. Diese Kennzahl umfasst:

- Personen, denen deine Seite gefällt
- Personen, denen dein Seitenbeitrag gefällt, oder die diesen kommentiert bzw. geteilt haben
- Personen, die eine von dir gestellte Frage beantwortet haben
- Personen, die zu deiner Veranstaltung zu- oder abgesagt haben
- Personen, die deine Seite erwähnt haben
- Personen, die deine Seite auf einem Foto markiert haben
- Personen, die deinen Ort besucht oder weiterempfohlen haben

Wenn Nutzer über dein Unternehmen sprechen, erreichst du mehr Menschen. Wie viele Menschen deine Seite erreicht, zeigt dir die Kennzahl **„Gesamte Reichweite“**.

Diese beiden Kennzahlen – **„Gefällt mir“-Angaben insgesamt** und **„Personen, die darüber sprechen“** – sind für alle sichtbar, die eine Seite aufrufen. Daher kann jeder, der deine Seite besucht, diese beiden Kennzahlen aufrufen und feststellen, wie beliebt, aktiv und attraktiv deine Seite ist.

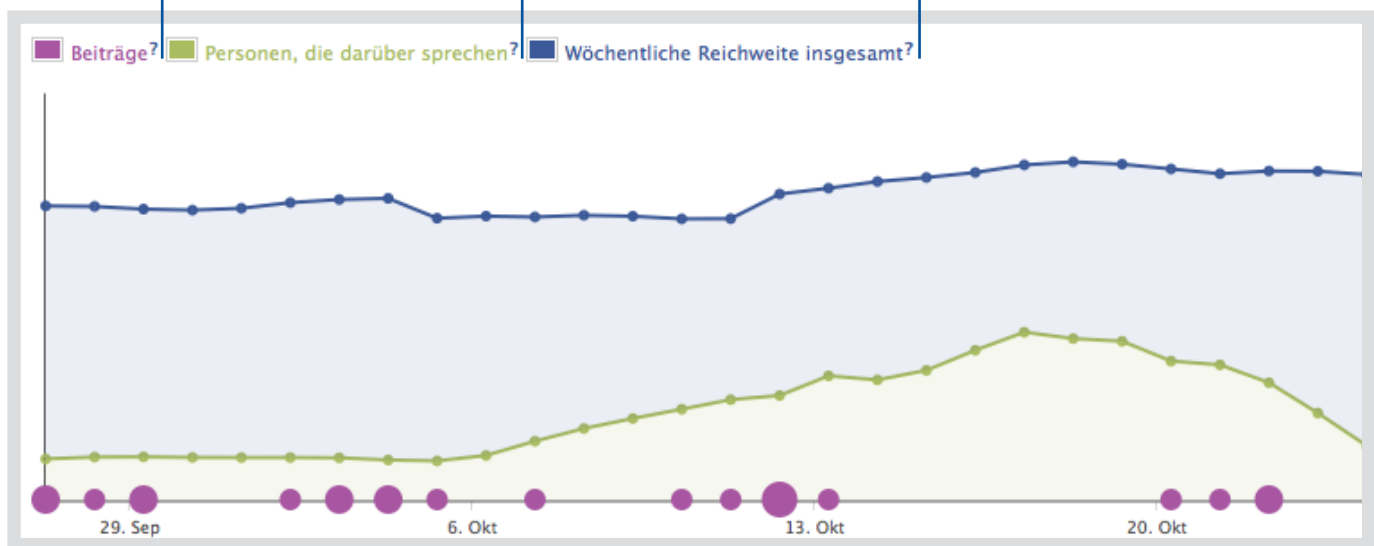
* Gemäß einer Studie von comScore, 2011.

Das regelmäßige Posten attraktiver Inhalte bringt Nutzer dazu mit ihren Freunden über dein Unternehmen zu sprechen. In der Folge erreichst du insgesamt mehr Personen. Die folgende Grafik zeigt dir, wie die von dir auf deiner Seite veröffentlichten Beiträge die Anzahl der Personen, die über dich sprechen, beeinflusst und wie die Anzahl der Nutzer, die über dich sprechen, deine Gesamtreichweite erhöht.

Personen, die darüber sprechen: Die Anzahl der Einzelpersonen, die in den 7 Tagen vor den einzelnen auf der Grafik angegebenen Daten eine Meldung über deine Seite erzeugt haben.

Gesamte Reichweite: Die Anzahl der Einzelpersonen, die in den 7 Tagen vor den einzelnen auf der Grafik angegebenen Daten Inhalte, die mit deiner Seite verknüpft sind, gesehen haben (einschließlich Werbeanzeigen und gesponserte Meldungen, die auf deine Seite verweisen).

Anzahl der Beiträge: Die Größe der Blasen stellt die Anzahl der jeden Tag von deiner Seite veröffentlichten Beiträge dar.



Diese Grafik zeigt die Daten der letzten 30 Tage.

Optimieren deiner Veröffentlichungen

Dein Ziel als Seiteninhaber ist es Inhalte zu veröffentlichen, die ein großes Publikum erreichen und dieses Publikum dazu zu bringen, deine Inhalte mit seinen Freunden zu teilen. Jetzt stehen dir Seitenstatistiken zur Verfügung, die dir besser vermitteln, was dein Publikum interessiert.

Dieser Statistiken-Bereich bietet dir tiefgreifende Analysen deiner einzelnen Seitenbeiträge. So kannst du genau feststellen, wie viele Nutzer dein Beitrag erreicht hat, wie viele Menschen damit interagiert haben und wie viele Personen darüber mit ihren Freunden gesprochen haben. Die „Viralität“-Spalte ermöglicht dir außerdem einen Vergleich zwischen deinen einzelnen Beiträgen, indem sie den Prozentsatz der Personen angibt, die mit ihren Freunden über deinen Beitrag gesprochen haben, nachdem sie ihn angesehen haben.

Datum: Das Datum, an dem der Beitrag veröffentlicht wurde, in Pacific Standard Time (PST).

Beitrag: Ein Auszug deines Beitrags. Klicke auf den Text, um den vollständigen Beitrag zu sehen.

Reichweite: Die Anzahl der Einzelpersonen, die deinen Beitrag gesehen haben.

Datum ?	Beitrag ?	Reichweite ?	Eingebundene Nutzer ?	Personen, die darüber sprechen ?	Viralität ?
22.10.2011	 At the ANA Masters of Mark...	80.018	1.175	302	0.38%
22.10.2011	 Sheryl Sandberg at ANA - O...	--	--	--	--
21.10.2011	 Tune in tomorrow at 8:15 a...	76.563	550	143	0.19%

Eingebundene Nutzer: Die Anzahl der Einzelpersonen, die an einer beliebigen Stelle auf deinen Beitrag geklickt haben.

Personen, die darüber sprechen: Die Anzahl der Einzelpersonen, die eine Meldung über deinen Beitrag generiert haben. Zu den Meldungen gehören:

- „Gefällt mir“-Angaben zu deinem Beitrag sowie das Kommentieren oder Teilen deines Beitrags
- Das Antworten auf eine Frage
- Das Beantworten einer Veranstaltungsanfrage

Viralität: Die Anzahl der Einzelpersonen, die eine Meldung über deinen Seitenbeitrag generiert haben, als Prozentsatz der Anzahl der Einzelpersonen, die den Beitrag gesehen haben.

Die Zahlen enthalten nur die ersten 28 Tage nach Veröffentlichung des Beitrags. Es sind nur Beiträge verfügbar, die nach dem 19. Juli 2011 veröffentlicht wurden.

Anhand dieser Daten kannst du versuchen festzustellen, welche Beitragsarten am wirkungsvollsten sind und dir beim Erreichen deiner Ziele helfen. Reagieren deine Fans besser auf Videos als auf Bilder? Reagieren sie häufiger, wenn du bestimmte Themen ansprichst? Benutzen sie „Gefällt mir“ häufiger, wenn du Bilder postest, und „kommentieren“ sie häufiger, wenn du Fragen stellst?

Wir haben es dir leicht gemacht festzustellen, welche Beiträge die größte Reichweite haben, die meisten Nutzer einbinden und dafür sorgen, dass mehr Nutzer über dich sprechen. Du kannst alle Beiträge sortieren, indem du auf den Titel der jeweiligen Spalte klickst.



Jede der Spalten mit Beitragslisten ermöglicht dir den Erfolg deiner Veröffentlichungsstrategie in Bezug auf deine Ziele aus einem anderen Blickwinkel zu betrachten. Wenn du beispielsweise ein Filmstudio bist und die Aufmerksamkeit auf einen neuen Film ziehen möchtest, wirst du dich vor allem auf „Reichweite“ und „eingebundene Nutzer“ konzentrieren, um festzustellen, wie viele Personen dein Trailer erreicht hat und wie viele ihn angeschaut haben. Bist du dagegen ein Automobilunternehmen und fragst die Nutzer nach ihrer Lieblingsfunktion in deinem neuesten Modell, wirst du deinen Erfolg am ehesten in der Spalte „Personen, die darüber sprechen“ feststellen können.

Wenn du auf einen beliebigen Datenpunkt auf der Beitragsliste klickst, werden dir weitere Details zu dem jeweiligen Beitrag angezeigt, wie z. B. der vollständige Text des Beitrags, die verschiedenen Interaktionsarten und die durch den Beitrag erzeugten Meldungen.

Das „**Reichweite**“-Diagramm zeigt dir, über welchen Kanal (organisch, bezahlt oder viral) dein Beitrag das Publikum erreicht hat. Da es vorkommen kann, dass manche Personen deinen Beitrag über mehrere Kanäle gesehen haben, ist die Summe der organischen, bezahlten und viralen Reichweite eventuell größer als die Reichweite deiner Beiträge insgesamt.

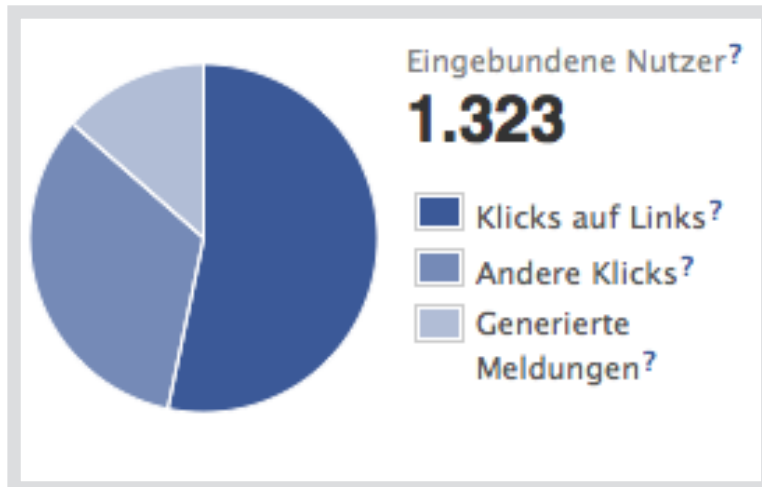


Organisch: Die Anzahl der Einzelpersonen (Fans und Nicht-Fans), die diesen Beitrag in ihren Neuigkeiten, Kurzmeldungen oder auf deiner Seite gesehen haben.

Bezahlt: Die Anzahl der Einzelpersonen, die diesen Beitrag über ein gesponsertes Produkt, wie eine Werbeanzeige für Seitenbeiträge oder eine gesponserte Meldung, gesehen haben.

Viral: Die Anzahl der Einzelpersonen, die diesen Beitrag über eine von einem Freund veröffentlichte Meldung gesehen haben. Zu diesen Meldungen zählen „Gefällt mir“-Angaben, Kommentare, das Teilen deines Beitrags, Antworten auf Fragen oder Zu-/Absagen zu einer Veranstaltung.

Das „**Eingebundene Nutzer**“-Diagramm gibt dir einen Einblick in die verschiedenen Arten der Interaktionen, die dein Beitrag ausgelöst hat. Jeder, der an einer beliebigen Stelle auf deinen Beitrag klickt, wird als „eingebundener Nutzer“ angesehen. Die auf dem Kreisdiagramm dargestellten Interaktionsarten umfassen alle Arten, auf die dein Beitrag konsumiert (Link anklicken, Bild oder Video ansehen ...), unter Freunden verbreitet („Gefällt mir“, Kommentar, Frage beantworten, zu Veranstaltung zu-/absagen usw.) oder einfach in bestimmten Bereichen angeklickt („andere Klicks“) werden kann.



Videoabrufe: Die Anzahl der Klicks auf die „Wiedergabe“-Schaltfläche deines Videos.

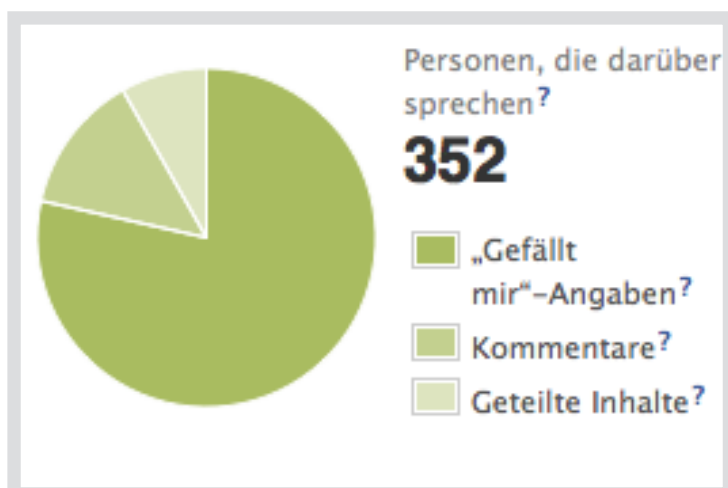
Fotoaufrufe: Die Anzahl der Aufrufe deines Fotos in voller Größe.

Klicks auf Links: Die Anzahl der Klicks auf den Link in deinem Beitrag.

Andere Klicks: Die Anzahl der Klicks auf deinen Beitrag, die durch andere Messwerte nicht erfasst sind. Zu diesen Klicks zählen Klicks auf die Namen von Personen in Kommentaren, Klicks auf den „Gefällt mir“-Zähler, Klicks auf den Zeitstempel usw.

Generierte Meldungen: Die Anzahl der durch deinen Beitrag ausgelösten Meldungen. Zu den Meldungen zählen „Gefällt mir“-Angaben, Kommentare, das Teilen deines Beitrags, Antworten auf Fragen oder Zu-/Absagen zu einer Veranstaltung.

Die „**Personen, die darüber sprechen**“-Grafik zeigt alle von deinem Beitrag ausgelösten Meldungsarten. Bitte beachte, dass die „Personen, die darüber sprechen“-Grafik eine Untergruppe der „eingebundenen Nutzer“ darstellt und daher eine detailliertere Aufschlüsselung des Abschnitts zu den „generierten Meldungen“ im „Eingebundene Nutzer“-Diagramm bietet.



„Gefällt mir“-Angaben: Die Anzahl der „Gefällt mir“-Angaben für deinen Beitrag.

Geteilte Inhalte: Die Anzahl der Male, die dein Beitrag geteilt wurde.

Kommentare: Die Anzahl der Kommentare zu deinem Beitrag.

Zu-/Absagen zu Veranstaltungen: Die Anzahl der Personen, die auf deine Veranstaltungseinladung geantwortet haben.

Beantwortete Fragen: Die Anzahl der Antworten auf deine Frage.

Erfahre mehr über dein Publikum

Das Wissen, wer dein Publikum ist und wie du es erreichst, ist der Schlüssel zur Optimierung deiner Seiten-Strategie. Diese Daten helfen dir, Inhalte zu veröffentlichen, die Nutzer sehen, mit denen sie interagieren und über die sie mit ihren Freunden sprechen wollen. Solltest du beispielsweise herausfinden, dass die Mehrheit der Personen, denen deine Seite gefällt, Männer im Alter von 18 bis 24 Jahren sind, wirst du eventuell die Inhalte, die du veröffentlichst, an den Interessen dieser jungen Männer orientieren.

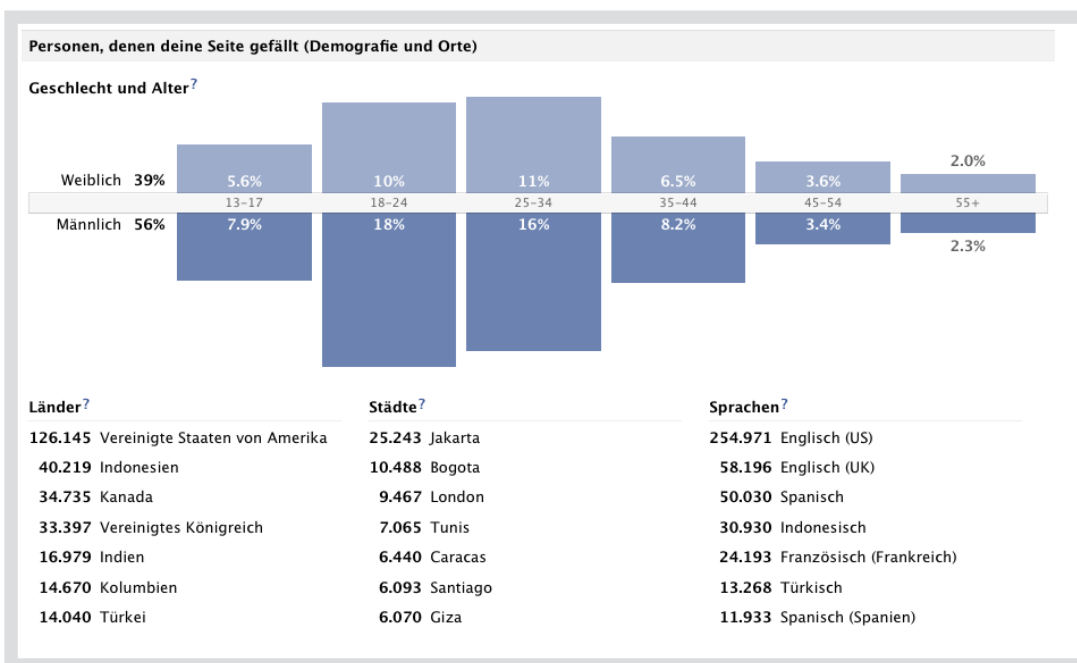
Wenn du die Reiter „Fans“, „Reichweite“ und „Personen, die darüber sprechen“ links auf deiner Seite anklickst, erfährst du mehr über:

- Wer deine Fans, die Menschen, die du mit deinen Botschaften erreichst, und die Personen, die über deine Seite sprechen, sind.
- Wie du die Personen als Fans gewonnen, erreicht und mit ihnen interagiert hast.

Im Datenfilter oben auf jedem Reiter kannst du einen Datumsbereich angeben, für den du die Daten abrufen möchtest.

„Fans“-Reiter

Auf dem „Fans“-Reiter erkennst du, wer deine Fans sind und wie du sie gewonnen hast.



Geschlecht

und Alter: Der Prozentanteil an Personen, denen deine Seite gefällt, nach Altersgruppen und Geschlecht am letzten Tag deines ausgewählten Datumsbereichs. Dieser Wert basiert auf den Daten, die Nutzer in ihren Profilen angeben.

Länder: Die Anzahl der Personen, denen deine Seite gefällt, am letzten Tag deines ausgewählten Datumsbereichs, aufgeschlüsselt nach Ländern. Dieser Wert basiert auf den IP-Adressen der Nutzer.

Städte: Die Anzahl der Personen, denen deine Seite gefällt, am letzten Tag deines ausgewählten Datumsbereichs, aufgeschlüsselt nach Städten. Dieser Wert basiert auf den IP-Adressen der Nutzer.

Sprachen: Die Anzahl der Personen, denen deine Seite gefällt, am letzten Tag deines ausgewählten Datumsbereichs, aufgeschlüsselt nach Sprachen. Dieser Wert basiert auf der Standardspracheinstellung des jeweiligen Nutzers.



Neue „Gefällt mir“-Angaben: Die Gesamtzahl der Einzelpersonen, die pro Tag während deines gewählten Datumsbereichs deine Seite mit „Gefällt mir“ markiert haben.

Gefällt mir nicht mehr: Die Gesamtzahl der Einzelpersonen, die pro Tag während deines gewählten Datumsbereichs ihre „Gefällt mir“-Angabe auf deiner Seite entfernt haben.

„Gefällt mir“-Quellen: Die Anzahl der Male, die deine Seite während des von dir gewählten Datumsbereichs mit „Gefällt mir“ markiert wurde, aufgeschlüsselt danach, wo die Markierung erfolgt ist (auf deiner Seite, in den Neuigkeiten, auf deiner Webseite usw.).

„Gefällt mir“-Quellen?

38.355	Auf der Seite, in den Neuigkeiten oder Kurzmeldungen?
10.340	Werbeanzeigen und gesponserte Meldungen?
2.265	Handy?
1.592	„Gefällt mir“-Feld und „Gefällt mir“-Schaltfläche?
1.171	Chronik?
1.097	Facebook-Empfehlungen?
632	Anwendungen Dritter?

Auf der Seite, in den Neuigkeiten oder Kurzmeldungen:

Personen, denen deine Seite auf der Seite selbst oder in einer Meldung in den Neuigkeiten bzw. Kurzmeldungen gefallen hat.

Werbeanzeigen und gesponserte Meldungen: Personen, die in einer Werbeanzeige oder gesponserten Meldung, die auf deine Seite verweisen, auf „Gefällt mir“ geklickt haben. Dazu gehören nicht die „Gefällt mir“-Angaben, die nach dem Ansehen deiner Werbeanzeige durch das Durchsehen oder Durchklicken stattfinden.

Facebook-Empfehlungen: Personen, denen deine Seite über die „Empfohlenen Seiten“ von Facebook gefallen hat.

Handy: Personen, die deine Seite von einem Handy aus mit „Gefällt mir“ markiert haben.

Anwendungen Dritter: Personen, die deine Seite über eine von Dritten entwickelte Anwendung mit „Gefällt mir“ markiert haben.

„Gefällt mir“-Angaben durch andere Seiten: Seiten, die deine Seite mit „Gefällt mir“ markiert haben.

Bearbeitung der Chronik: Personen, die deine Seite zu ihren „Gefällt mir“-Angaben in ihrer Chronik hinzugefügt haben.

Seitenbrowser: Personen, die deine Seite über den Seitenbrowser von Facebook mit „Gefällt mir“ markiert haben.

„Gefällt mir“-Feld oder „Gefällt mir“-Schaltfläche: Personen, die deine Seite von einer externen Webseite aus über ein soziales Facebook-Plug-in mit „Gefällt mir“ markiert haben.

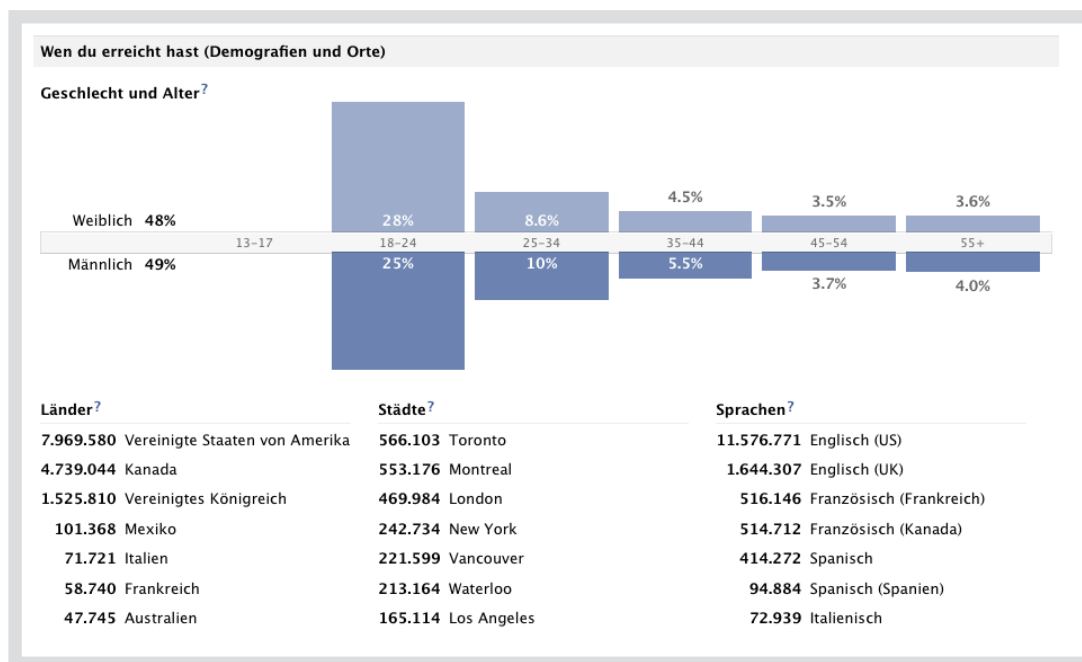
Assistent für neue Nutzer: Personen, denen deine Seite im Assistenten für neue Nutzer beim Registrieren für Facebook gefallen hat.

Administratorenregistrierung: Personen, die du als Administratoren zu deiner Seite hinzugefügt hast.

Administratoreinladung: Personen, denen deine Seite infolge einer Einladung durch einen Administrator gefallen hat.

„Reichweite“-Reiter

Der „Reichweite“-Reiter zeigt dir, wer die Personen sind, die du erreichst und wie du sie erreichst hast.



Geschlecht und Alter:

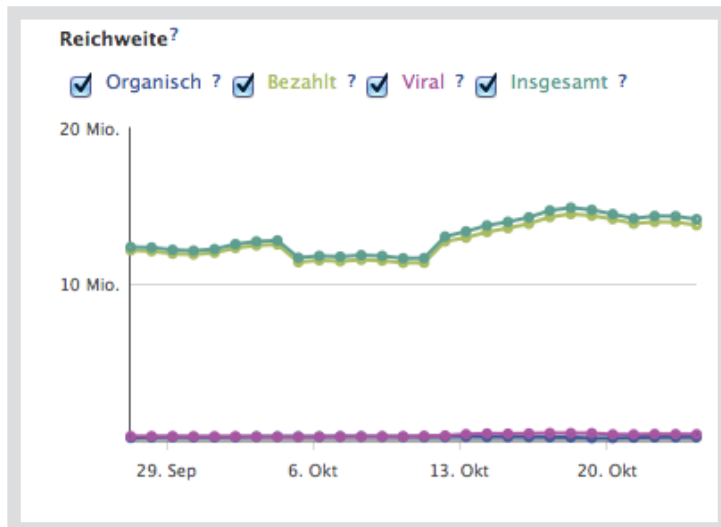
Der Prozentanteil an Personen, die in den letzten sieben Tagen vor dem letzten Tag deines ausgewählten Datumsbereichs einen beliebigen Inhalt über deine Seite gesehen haben, aufgeschlüsselt nach Altersgruppe und Geschlecht. Dieser Wert basiert auf den Daten, die Nutzer in ihren Profilen angeben.

Länder: Der Prozentanteil an Personen, die in den letzten sieben Tagen vor dem letzten Tag deines ausgewählten Datumsbereichs einen beliebigen Inhalt über deine Seite gesehen haben, aufgeschlüsselt nach Ländern. Dieser Wert basiert auf den IP-Adressen der Nutzer.

Städte: Der Prozentanteil an Personen, die in den letzten sieben Tagen vor dem letzten Tag deines ausgewählten Datumsbereichs einen beliebigen Inhalt über deine Seite gesehen haben, aufgeschlüsselt nach Städten. Dieser Wert basiert auf den IP-Adressen der Nutzer.

Sprachen: Der Prozentanteil an Personen, die in den letzten sieben Tagen vor dem letzten Tag deines ausgewählten Datumsbereichs einen beliebigen Inhalt über deine Seite gesehen haben, aufgeschlüsselt nach Sprachen. Dieser Wert basiert auf der Standardspracheinstellung des jeweiligen Nutzers.

„**Reichweite**“-Diagramm: Dieses Diagramm zeigt, wie viele Personen Inhalte über deine Seite gesehen haben, und ob diese Personen durch einen organischen, bezahlten oder viralen Kanal erreicht wurden. Manche Nutzer sehen deinen Inhalt eventuell über mehr als einen dieser Kanäle, so dass die Summe der organischen, bezahlten und viralen Reichweite größer sein kann als die Gesamtreichweite der Seite.

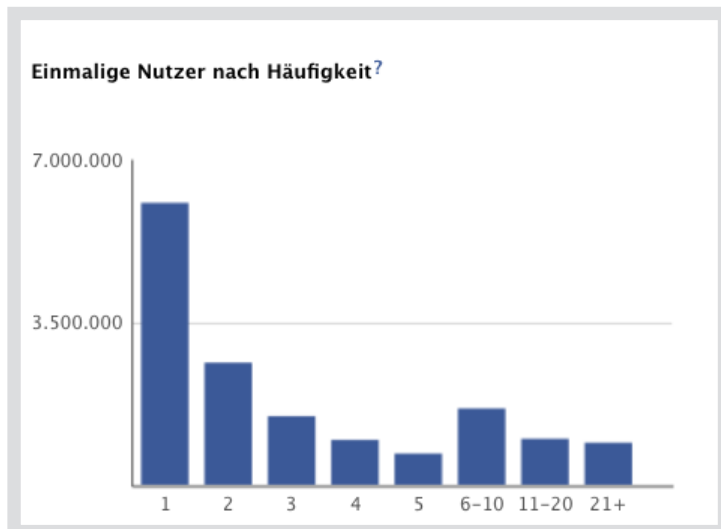


Organisch: Die Anzahl der Einzelpersonen (Fans und Nicht-Fans), die einen beliebigen Inhalt über deine Seite in ihren Neuigkeiten, Kurzmeldungen oder auf deiner Seite gesehen haben.

Bezahlt: Die Anzahl der Einzelpersonen, die eine Werbeanzeige oder gesponserte Meldung gesehen haben, die auf deine Seite verweist.

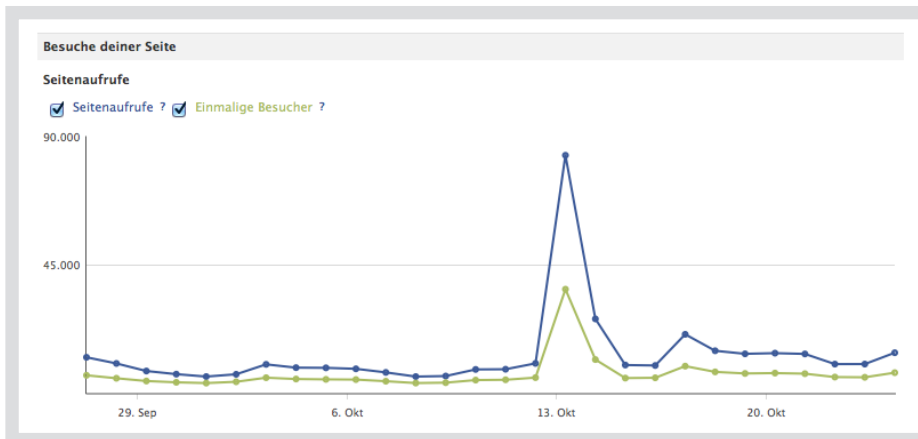
Viral: Die Anzahl der Einzelpersonen, die diesen Beitrag über eine von einem Freund veröffentlichte Meldung gesehen haben.

„**Häufigkeit**“-Diagramm: Dieses Diagramm zeigt die Anzahl der Personen, die in den letzten 7 Tagen einen Inhalt über deine Seite gesehen haben, aufgeschlüsselt nach der Anzahl der Male, die sie den Inhalt während dieser Zeit gesehen haben.



So kannst du beispielsweise in dieser Grafik sehen, dass 5.000.000 Menschen einmal einen beliebigen Inhalt über deine Seite gesehen haben und ca. 2.000.000 Menschen zweimal solche Inhalte gesehen haben.

Bitte beachte, dass die in den „Reichweite“- und „Häufigkeit“-Diagrammen angezeigten Daten durch die Auswahl aller Inhalte über die Seite, nur der Seitenbeiträge oder nur der von Nutzern erzeugten Inhalte über die Seite aus dem Menü weiter verfeinert werden können.



Seitenaufrufe: Die Anzahl der Male, die deine Seite täglich während deines ausgewählten Datumsbereichs aufgerufen wurde.

Einmalige Besucher: Die Gesamtzahl der Einzelpersonen, die jeden Tag während deines gewählten Datumsbereichs deine Seite besucht haben.

Reiteraufrufe insgesamt?	Externe Verweise?
150.966 Marketing Welcome Tab	9.985 apps.wildfireapp.com
77.885 Facebook Marketing Bootcamp	6.260 wildfireapp.com
65.469 Pinnwand	2.835 36ohk6dgmcd1n.c.yom.mail.yahoo.net
14.291 Facebook Marketing Bootcamp UK	2.122 mashable.com
11.358 Small Business Boost (/marketing)	2.106 google.com
10.350 F B Marketing Talks	1.306 36ohk6dgmcd1n.c.yom.mail.yahoo.net
6.543 Informationen	909 pagead2.google syndication.com
	Mehr ▾

Reiteraufrufe insgesamt: Die Anzahl der Male, die die einzelnen Reiter deiner Seite während deines ausgewählten Datumsbereichs aufgerufen wurden.

Externe Verweise: Die Anzahl der Aufrufe deiner Seite durch eine URL, die nicht Teil von facebook.com ist, während deines ausgewählten Datumsbereichs.

! Interpretation demographischer Daten über mehrere Reiter

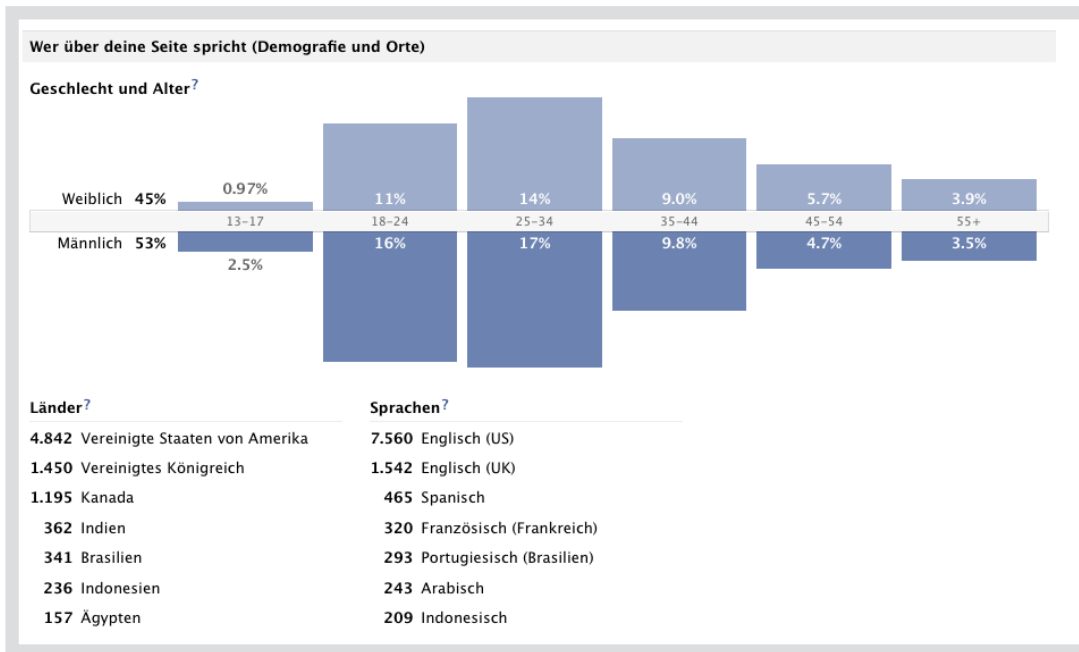
Vielleicht siehst du auf dem „Fans“-Reiter, dass deine Fanbasis vorwiegend aus Frauen zwischen 35 und 44 Jahren besteht, während du auf dem „Personen, die darüber sprechen“-Reiter feststellst, dass die Personen, die mit ihren Freunden über dein Unternehmen sprechen, in der Mehrzahl Frauen zwischen 18 und 24 Jahren sind.

Wenn sich dein aktueller Inhalt eher an ein älteres Publikum richtet, beschließt du vielleicht jetzt mehr Inhalte zu veröffentlichen, die ein junges Publikum ansprechen, denn offensichtlich sind es die jüngeren Frauen, die für Weiterempfehlungen an Freunde verantwortlich sind.

Umgekehrt könntest du vielleicht überlegen, wenn sich deine aktuellen Inhalte an jüngere Frauen richten, Inhalte zu posten, die bei den 35- bis 44-jährigen Frauen auf Resonanz stoßen, damit diese mehr über dich sprechen.

„Personen, die darüber sprechen“-Reiter

Der „Personen, die darüber sprechen“-Reiter zeigt dir, wer die Menschen sind, die über deine Seite sprechen, sowie die Art der Geschichten, die sie ihren Freunden zu deinem Unternehmen erzählen.



Geschlecht und Alter:

Der Prozentanteil an Personen, die in den letzten 7 Tagen vor dem letzten Tag deines ausgewählten Datumsbereichs von deiner Seite gesprochen haben, aufgeschlüsselt nach Altersgruppe und Geschlecht. Dieser Wert basiert auf den Daten, die Nutzer in ihren Profilen angeben.

Länder: Die Anzahl an Personen, die in den letzten sieben Tagen vor dem letzten Tag deines ausgewählten Datumsbereichs von deiner Seite gesprochen haben, aufgeschlüsselt nach Ländern. Dieser Wert basiert auf den IP-Adressen der Nutzer.

Sprachen: Die Anzahl an Personen, die in den letzten sieben Tagen vor dem letzten Tag deines ausgewählten Datumsbereichs von deiner Seite gesprochen haben, aufgeschlüsselt nach Sprache. Dieser Wert basiert auf der Standardspracheinstellung des jeweiligen Nutzers.



Die in den beiden Grafiken angezeigten Daten können durch Auswählen einer besonderen Inhaltsart aus dem Menü weiter verfeinert werden.

Personen, die darüber sprechen: Die Anzahl der Einzelpersonen, die während der letzten 7 Tage deines ausgewählten Datumsbereichs eine Meldung über deine Seite erzeugt haben.

Virale Reichweite: Die Anzahl der Einzelpersonen, die während der letzten 7 Tage deines ausgewählten Datumsbereichs eine von einem Freund über deine Seite veröffentlichte Meldung gesehen haben.

Konzentriere dich auf die Interaktion mit deinem Publikum

Der beste Weg, um dein Publikum dazu zu bringen, mit deinen Inhalten zu interagieren und sie mit Freunden zu teilen, ist, genau zu wissen, was dein Publikum interessant findet. Seitenstatistiken enthalten die Daten, die du für diesen Einblick in das Verbraucherverhalten benötigst.

Du solltest die Seitenstatistiken regelmäßig aufrufen, um zu verfolgen, welche Beiträge bei deinem Publikum auf Resonanz gestoßen und die meisten Interaktionen ausgelöst haben. Dann kannst du mehr Beiträge dieser Inhaltsart posten.

Tipps und Tricks zum Veröffentlichen interaktiver Inhalte findest du in diesem [Leitfaden zum Herunterladen](#).