

Keine Community mehr auf der eigenen Homepage – warum?

In früheren Zeiten gab es etliche Homepages mit angeschlossenen Foren bzw. Boards (z. B. Woltlab burning board oder phpbb, um nur zwei zu nennen) oder Stand-Alone-Lösungen, d. h. Foren bzw. Boards alleine. Dort tauschten sich Interessierte teilweise über Jahre hinweg zu Spezialthemen aus und es war ein großer Zulauf zu verzeichnen. In wirklich gut besuchten Foren waren täglich Neuansmeldungen vorhanden und eigentlich zu fast jeder Tages- und Nachtzeit User online. Und wenn man einmal selber das Forum eine Woche nicht besucht hatte, kam man mit dem Lesen neuer Beiträge gar nicht mehr richtig hinterher.

Doch urplötzlich brachen die Benutzerzahlen zusammen und alles verlagerte sich in die sozialen Medien und hier vor allen Dingen zu Facebook. Und wenn man mittlerweile den Versuch unternimmt, im World Wide Web eine eigene Community an den Start zu bringen, dann scheitert der Versuch bereits kläglich, wenn man sich nicht mittels Facebook-Account dort einloggen kann, weil der gemeine Internetnutzer heutzutage nicht mehr etliche Passwörter behalten möchte, sondern sein Leben „aus Facebook heraus“ gestaltet. Dort meldet man sich einmal an und muss dann nichts anderes mehr machen, denn Unmengen von Websites bieten eben den Service, dass man den Facebook-Account zu Authentifizierung verwenden kann.

Aber selbst, wenn man diesen Service anbietet, gelingt es einem nicht, eine neue Community außerhalb von Facebook auf die Beine zu stellen. Neuansmeldungen auf der eigenen Präsenz gibt es so gut wie keine und die, die sich anmelden, machen das eben über Facebook. Warum ist das so?

Sicherlich spielt die Bequemlichkeit der Menschen eine Rolle. Bei Facebook sind sie eh fast den ganzen Tag online – ob mit

Smartphone oder am PC – und da kann man „mal eben“ was posten. Warum also sollte man sich auf unbekanntes Terrain begeben und sich dort mit anderen austauschen, wenn das auf Facebook doch genauso gut geht? Zu den Themen der ehemals stark frequentierten Foren gibt es auf Facebook mittlerweile Gruppen, in denen man kommuniziert. Der riesengroße Nachteil von Facebook ist allerdings, dass ältere Themen gnadenlos nach unten durchgereicht werden und man sie nicht mehr problemlos findet. Sicherlich sind sie noch vorhanden, aber eine Suche gestaltet sich ein wenig schwieriger als das in den Internetforen der Fall war. Zur Bequemlichkeit trägt mit Sicherheit auch bei, dass man auf Facebook (fremde) Bilder teilen kann, ohne sie den Beschränkungen der Internetforen unterwerfen zu müssen. Hier interessiert es niemanden, wie groß die Datei ist, die hochgeladen wird, während es in den Foren und Boards Beschränkungen durch die Betreiber gibt und gegeben hat.

Ich persönlich habe nichts gegen Facebook – ganz im Gegenteil, denn ich nutze es selber. Dass es aber mittlerweile zum guten Ton gehört, jede Internetseite auch auf Facebook zu präsentieren, damit man überhaupt Traffic erhält, stört mich jedoch kolossal. Man ist förmlich gezwungen, die neuen Inhalte der eigenen Homepage auch auf Facebook zu veröffentlichen. Ein richtiger Dialog auf der eigenen Homepage findet nicht mehr statt. Wenn man den wünscht, kann man ja eine Facebook-Gruppe erstellen!

Ein weiterer negativer Aspekt sind die sinkenden Besucher- bzw. Zugriffszahlen auf Homepages, wie ich persönlich festgestellt habe. Ich möchte hier als Beispiel diese Seite anführen, die seit November 2000 online war. In Spitzenzeiten wurden dort pro Monat nahezu 60.000 Zugriffe aufgezeichnet. Nach einer Umstrukturierung mit neuem Design (weg von HTML), ist die Seite Ende Juli 2017 wieder online gegangen und hat plötzlich im Schnitt pro Monat nur noch 335 Zugriffe, wobei sich pro Tag ca. drei Suchmaschinen auf die Seite verirren.

Wenn man die abzieht, bleiben ca. 245 Seitenzugriffe pro Monat. Das macht also einen Unterschied von sage und schreibe 59.755 Zugriffen. Und es ist dabei nicht so, dass ich die neuen Inhalte nicht stets auf der [extra dafür angelegten Facebook-Seite](#) präsentiert habe.

Das Problem daran ist nur, dass eine solch neue Facebook-Seite nur dann funktioniert, wenn sie vielen Leuten gefällt, denn nur dann sehen sie die neuen Beiträge. Exakt nach diesem Muster funktioniert dieses soziale Netzwerk natürlich am besten, wenn man viele Likes erhält und so ein „Schneeballsystem“ auslöst: Viele Likes = eventuell viele neue Besucher = eventuell noch mehr Likes = dadurch noch mehr neue Besucher usw.

Das heißt also, man befindet sich in einem Teufelskreis, den man eigentlich nur durchbrechen könnte, wenn man entweder eine Werbemaßnahme auf Facebook startet, die mit finanziellem Aufwand verbunden ist oder aber man postet seine neue Seite in themenverwandten Gruppen, was dann allerdings dazu führt, dass man zunächst einmal dort Mitglied werden muss und in seiner eigenen Timeline dadurch Dinge sieht, die man vielleicht gar nicht dort sehen möchte. Zudem ist durch das Posten in einer Gruppe immer noch nicht gewährleistet, dass die eigene Seite (ob Facebook-Seite oder Homepage) mehr Besucher erhält, denn dummerweise klicken die Gruppenmitglieder der Gruppe, in der man seine Seite gepostet hat, eventuell oft auf „Gefällt mir“. Das mag zwar ganz nett sein, bringt einem jedoch nichts, denn man möchte ja keinen Like für das Posten in der Gruppe, sondern einen Like auf der eigenen Facebook-Seite der Homepage. Und selbst wenn man das erreicht haben sollte, hat man denjenigen, der dieses „Gefällt mir“ dort hinterlassen hat, immer noch nicht auf der eigenen Seite. Bislang erreicht man ihn nur durch das Posten neuer Inhalte auf der Facebook-Seite, so dass man gezwungen ist, das auch zu tun. Lange Rede, kurzer Sinn: Ich habe dadurch nicht einen Besucher mehr auf meiner eigentlichen Homepage, geschweige denn einen Benutzer,

der sich dort aktiv beteiligen würde.

Ein weiteres Beispiel einer solchen Seite, die nicht richtig „in die Gänge“ kommt, ist meine Seite www.BeLichtErstatter.de, bei der es um Fotografie geht. Der Grundgedanke im September 2016 war der, dass ich eine Seite präsentieren wollte, in der es eben um Fotografie und Reisen gehen sollte. Sie sollte als Anlaufpunkt für reiseinteressierte Fotografen und fotografieinteressierte Reisende dienen und eine Plattform bieten, auf der man sich zu genau diesen Themen austauschen könnte. Also bastelte ich eine Seite zusammen, die es ermöglichte, Bilder zu präsentieren und baute ein separates Forum dazu. Selbstredend gab und gibt es auch eine [Facebook-Seite](#). Nach drei Monaten stellte ich nach einer Analyse genau das fest, was ich bereits oben erwähnte: Die Zugriffszahlen waren so schlecht, dass ich das Konzept komplett neu überdenken musste. Mittlerweile wird die Facebook-Seite von 44 Personen abonniert – wohlgemerkt: nach 15 Monaten! Die Zugriffszahlen der eigentlichen Homepage: 2878. Wenn man das auf den Monat umrechnet, kommen dabei 192 Zugriffe heraus. Davon muss man die täglichen Suchmaschinenbesuche abziehen, so dass im Monat ca. 100 Besuche notiert werden können. Ist das viel? Ich denke nicht – zumindest nicht für den Aufwand, der hinter einer solchen Seite steckt.

Beide Seiten haben eines gemeinsam: Sie würden wesentlich besser funktionieren, wenn andere User mitarbeiten würden. Doch genau das tun sie nicht. Sowohl www.BeLichtErstatter.de als auch www.supercoach.de bieten fremden Usern die Möglichkeit der Mitarbeit, denn man kann sich registrieren und ein Forum gibt es auch. In beiden Foren gibt es jedoch bislang nicht einen einzigen Fremdbeitrag!

Und genau aus diesem Grund komme ich zur Eingangsfrage zurück, die ich jedoch leider nicht beantworten kann. Hätte ich ein Patentrezept, würde ich es anwenden. Es hilft nur die übliche Floskel: Die Hoffnung stirbt zuletzt. Doch warum sollte sich urplötzlich ein Schwung fremder Besucher auf einer der Seiten

verirren, der sich bislang nicht dorthin verirrt hat. Und was noch viel wichtiger ist: Diese Besucher sollen sich dann ja auch noch aktiv beteiligen. Wenn jemand eine Lösung für das Problem hat, darf er sie gerne im Forum oder als Kommentar posten. Ach nee, es beteiligt sich ja eh kein Fremder!