



Facebook hat seine eigenen Regeln - schon immer. Doch was sich die Jungs und Mädels nun leisten ist eine Frechheit. Facebook zwingt die deutschen Städte den Namen ihrer Facebook-Seiten zu ändern.

Facebook-Fans werden in den nächsten Tagen und Wochen erleben, dass ihre Lieblingsstadt den Namen der Fanseite ändern wird. Facebook zwingt die Betreiber der Seiten - meist die Stadtverwaltung oder das Tourismusmarketing - sich umzubennen, wie mehrere Städte der Nachrichtenagentur dpa bestätigen.

Drei Wochen bleibt den Städten nun Zeit. Sonst droht das aus für ihre Seite auf Facebook und sie verschwindet aus dem Netz. Den Städten ist dies nicht recht, denn Facebook ist schon längst ein unersetzliches Werbeinstrument geworden.

„**Niemand kann einen geografischen Ort vertreten**“, steht im Facebook-Hilfebereich, auf den die Pressestelle zur Begründung der Anordnung verweist. Eine Seite müsse sich deutlich auf eine Organisation beziehen - wie „New York - Büro des Bürgermeisters“ oder „Lok Sabha - Parlament von Indien“. Wenn aber eine Stadt niemandem gehören könne, dürfe sie auch niemand auf Facebook repräsentieren.

Das Facebook nicht scherzt wurde Anfang des Jahres deutlich. Von jetzt auf gleich war die Facebook-Seite der Stadt München aus dem sozialen Netzwerk verschwunden und mit ihr die rund 400.000 Fans der Seite. Nach drei Wochen war die Seite unter dem Namen "Stadtportal München" wieder online - mittlerweile heißt sie "München.de". „*Das kam völlig aus dem Nichts*“, erinnert sich Lajos Csery, Geschäftsführer des Städteportals München.de. Eine Ankündigung habe es nicht gegeben. „

Ich glaube, wir hatten einfach Pech, dass es uns als Erste getroffen hat.

“

Mitte Juni gab es ein Krisentreffen zwischen Facebook und den Seitenbetreibern großer Städte.

Geschrieben von: Julian

Dienstag, den 26. Juni 2012 um 13:37 Uhr

Laut Facebook sollten alle offenen Fragen zu Seitennamen geklärt werden. Den Städten ging es aber um viel mehr: Sie wollten das Münchner Schicksal abwenden und ihre Seite mit den mühsam gesammelten Fans im Netz erhalten. Berlin - mit 1,3 Millionen Fans - hätte es besonders hart getroffen. „Für uns ist das ein wahnsinnig wichtiger Kanal“, sagt Katharina Dreger vom Stadtmarketing Berlin. „

An Sozialen Netzwerken kommt man als moderne Stadt nicht vorbei.

“ Ähnlich sieht das Torralf Köhler, Sprecher des Portals Hamburg.de, das auch hinter der Hamburger Facebook-Seite steht. „

Nicht auf Facebook zu sein, ist für uns keine Option.

“

Quelle: dpa