



Facebook News

Facebook ist überzeugt, dass Qualitätsjournalismus einer der Grundpfeiler offener Gesellschaften ist. Denn er informiert und stärkt nicht nur die Bürger*innen, sondern zieht auch die Mächtigen zur Verantwortung. Wir arbeiten eng mit Branchenpartnern zusammen, um Möglichkeiten zu finden, wie wir den Journalismus unterstützen und Nachrichtenorganisationen helfen können, nachhaltige Geschäftsmodelle zu entwickeln – beispielsweise durch unsere [Accelerator-Programme](#) für Lokaljournalist*innen sowie finanzielle Förderungen.

Mit Facebook News starten wir ein neues Kapitel in der Zusammenarbeit mit der Nachrichtenbranche. Es handelt sich dabei um einen personalisierten, komplett auf Nachrichten fokussierten Ort auf Facebook – entwickelt mithilfe von Feedback und Erkenntnissen der Verlage und der Nutzer*innen. Mit Facebook News wollen wir Verlage und Redaktionen in Deutschland dabei unterstützen, neue Leser*innen zu gewinnen, ihre Inhalte zu monetarisieren und ihr Geschäftsmodell langfristig und nachhaltig auszubauen.

Grundsätzlich können Links zu Artikeln aller Nachrichtenanbieter bei Facebook News angezeigt werden. Voraussetzung dafür ist, dass sie die Zugangskriterien erfüllen, darunter die Registrierung im Nachrichtenseiten-Index, die Einhaltung unserer Gemeinschaftsstandards sowie unserer allgemeinen Integritätsrichtlinien. Darüber hinaus bezahlen wir Partner für die Bereitstellung zusätzlicher Links zu Artikeln in Facebook News. Wir haben hierzu auf der Grundlage eines festgelegten Frameworks Verträge

sowohl mit großen als auch mit kleinen und lokalen Nachrichten Anbietern abgeschlossen. Wir sind auch nach dem Start offen für weitere Partnerschaften.

Dadurch ergeben sich zusätzliche Möglichkeiten, durch Traffic Werbeumsätze und Abonnements zu generieren. Eines unserer wichtigsten Ziele ist es, Verlage dabei zu unterstützen, neue Zielgruppen zu erreichen. Es hat sich gezeigt, dass mehr als 95 Prozent des durch Facebook News generierten Traffics zusätzlich zu dem Traffic entsteht, den die Verlage bereits über den Facebook News Feed erhalten.

Facebook News wurde 2019 in den USA gestartet. Unser Ziel war es stets, Facebook News auch in anderen Märkten verfügbar zu machen. In Großbritannien sind wir bereits live, in Australien und Frankreich ist der Start von Facebook News geplant. Wir wollen die Produktverfügbarkeit kontinuierlich ausbauen, wo das Marktumfeld und die regulatorischen Rahmenbedingungen solche Investitionen und Innovationen erlauben.

So funktioniert Facebook News

Informativ, relevant, zuverlässig: Mit Facebook News wollen wir ein Angebot rund um Nachrichten schaffen, das diese Werte widerspiegelt. Facebook News kreiert eine Nachrichtenwelt, die einen Mix aus personalisierten und kuratierten Nachrichteninhalten umfasst und für eine breitere Perspektive sorgt.

Registrierung von Verlagen

Bei der Aufnahme von Inhalten verfolgen wir einen breiten Ansatz. Um Teil von Facebook News zu werden, müssen Verlage bestimmte Zugangsvoraussetzungen erfüllen, dazu gehören:

1. Sie müssen als Nachrichtenanbieter in unserem [Nachrichtenseiten-Index](#) registriert sein.
2. Sie müssen unsere Gemeinschaftsstandards beachten.
3. Sie müssen unsere [allgemeinen Richtlinien zur Plattformintegrität](#) (z. B. Vermeidung von Engagement-Baiting, Click-Baiting und Fehlinformationen) beachten.

Unser Registrierungsprozess im Nachrichtenseiten-Index hilft uns dabei, [Facebook-Seiten zu identifizieren, die in erster Linie Nachrichteninhalte auf der Plattform veröffentlichen](#). Nach dem Index müssen Verlage, bestimmte Standards einhalten. Wir erwarten, dass Verlage zum Beispiel auf ihren Nachrichtenseiten faktenbasierte Quellen zitieren, bei veröffentlichten Inhalten eine Zeitangabe integrieren und transparente Informationen über Mitwirkende zur Verfügung stellen.

So wählen wir Nachrichteninhalte aus

Facebook News beinhaltet sowohl

1. algorithmisch ausgewählte als auch 2. kuratierte Nachrichteninhalte:

1. Vom Algorithmus ausgewählte Inhalte: So liefern wir unseren Nutzer*innen relevante Inhalte

Die Idee von Facebook News ist es, eine personalisierte Erfahrung rund um Nachrichten zu bieten – sodass Menschen eine breitere Auswahl von Quellen und Inhalten ihrer beliebtesten Nachrichteninteressen entdecken können. Facebook evaluiert die Interaktion und das Interesse an Themen über die verschiedensten Verlagshäuser hinweg. Das Unternehmen nutzt viele unterschiedliche Signale und Tools, um jene Geschichten zu identifizieren und anzuzeigen, die für die Menschen am informativsten und relevantesten sind – bei Facebook News und im Facebook News Feed.

Nehmen wir einmal an, Sie folgen Ihrer Lokalzeitung bei Facebook. Diese Zeitung hat einen Link zu einem Artikel gepostet, in dem es um ein anstehendes Fußballspiel geht. Wenn Sie Facebook öffnen, werden wir:

- **Signale evaluieren:** Wir überprüfen viele unterschiedliche Signale. Dabei evaluieren wir unter anderem, ob der Artikel von einem Medium stammt, dem Sie folgen, ob der Artikel von einem Thema handelt, an welchem Sie Interesse bekundet haben, wann der Artikel gepostet wurde, ob der Artikel eine Verfasserangabe hat, wie oft Sie mit diesem Verlag interagieren oder Artikel über bestimmte Themen teilen.
- **Inhalte sortieren:** Wir bewerten den Artikel basierend darauf, wie wahrscheinlich es ist, dass Sie sich für diesen Inhalt interessieren. Für den Facebook News Feed werden die Nachrichten zu allen Inhalten von anderen Menschen, Seiten und Gruppen, denen Sie bereits folgen, ins Verhältnis gesetzt und entsprechend bewertet. Für Facebook News werden die Nachrichten im

Verhältnis zu allen Nachrichten-Inhalten und Geschichten sortiert, mit denen Sie auf Facebook interagieren. Darüber hinaus spielen auch die Geschichten eine Rolle, die unser Redaktionsteam auswählt, weil sie für Sie von Interesse sein könnten.

Nutzer stärken: Nutzer stärken: Egal ob in Ihrem Facebook News Feed oder in Facebook News – Facebook weiß, dass es wichtig ist, dass die Menschen ihre Nutzererfahrung selbst beeinflussen können. Dazu gehört auch, dass Sie individuell einstellen können, wie Sie informiert bleiben möchten. Bei Facebook News gibt es beispielsweise Tools, um Artikel, Verlage oder von unserem Redaktionsteam kuratierte Inhalte zu verbergen.

2. Kuratierte Inhalte: Die Perspektive erweitern

Bei Nutzer*innenbefragungen berichteten uns die Menschen, dass sie neben personalisierten Nachrichten auch die wichtigsten Schlagzeilen des Tages sehen wollen. So wollen sie noch besser verstehen, was andere lesen und worüber sie sprechen. In Gesprächen mit Verlagen haben wir zudem bemerkt, dass es Grenzen gibt, inwieweit Algorithmen diese Erfahrung auf Facebook abbilden können. Um den Menschen ein besseres Gefühl dafür zu geben, was in der Welt passiert, zeigt Facebook Inhalte an, die von einem unabhängigen, vielfältigen Journalist*innenteam ausgewählt werden. Dieses Team verfügt über umfassende Erfahrungen in zahlreichen Redaktionen. Ihre Aufgabe ist es, einen Überblick der Nachrichten zu geben, die von vertrauenswürdigen Quellen und Verlagen zu den verschiedensten Themen veröffentlicht wurden – von Politik über Weltgeschehen bis hin zu Entertainment und Wissenschaft.

Das Redaktionsteam folgt dabei den strengen von Facebook definierten Kuratierungs-Richtlinien, die unten zusammengefasst sind. Das Team trifft selbständig eine Auswahl – unabhängig von Facebook, Verlagen oder Werbetreibenden. Sie wenden dieselben Richtlinien und Kriterien auch bei Nachrichten rund um Facebook an, so wie sie es auch bei Nachrichten über anderen Unternehmen und Branchen tun würden. Wenn das Team Beiträge für Facebook News auswählt, folgen sie sowohl bei der Auswahl der Themen als auch der individuellen Artikel bestimmten Kriterien.

So wählt das Team neue Themen aus:

Verbreitung: Die weite Verbreitung ist keine Voraussetzung, aber sie zeigt, welche Themen besonders relevant sind. Das Team schaut sich eine Reihe von großen Nachrichtenorganisationen an, um sich ein Bild über die wichtigsten Nachrichten des Tages zu machen. Dabei hat es sowohl die allgemeinen als auch die aktuellen Nachrichten im Blick.

Interesse: Das Team sucht nach Themen, die den Menschen dabei helfen können, die Welt zu verstehen oder ihr Verständnis darüber zu verändern.

Bedeutung: Es werden Beiträge priorisiert, die das Leben der Menschen direkt beeinflussen. Das Team konzentriert sich daher auf Themen, die erhebliche Auswirkungen auf Menschen, Organisationen und Branchen haben. Falls möglich, wählen sie Themen aus, die Menschen in ihrem Alltag helfen können.

Vielfalt: Das Team achtet stets darauf, dass es bei Facebook News eine große Bandbreite gibt, damit nicht nur ein Themenfeld dominiert.

Wenn das Team spezielle Beiträge innerhalb ausgewählter Themen herausgreift, achtet es auf folgende Aspekte:

- **Fakten:** Die Geschichten und die Schlagzeilen sollten die Menschen und die Ereignisse in den Nachrichten korrekt darstellen – mit ergänzenden Materialien, die zahlreiche Informationen enthalten, u. a. Zahlen und Zitate.
- **Unterschiedliche Stimmen:** Die Geschichten sollten eine Vielfalt von Stimmen abbilden, insbesondere bei schwierigen Themen, bei denen es mehrere Blickwinkel gibt.
- **Originalberichterstattung:** Ganz egal, ob ein Bericht eine Originalstory veröffentlicht oder darauf aufbaut: Das Team wird die Originalberichterstattung priorisieren. Wir definieren diese Form der Berichterstattung als Veröffentlichung von brandneuen Informationen oder Dateien, wie z. B. Interviews oder Fotos, über die noch kein anderes Medienhaus verfügt.
- **On-the-record-Berichte:** Quellenangaben mit Namensnennung werden denjenigen ohne Namensnennung vorgezogen. Die Kurator*innen werden jeweils den Beiträgen den Vorrang geben, die Originalbelege vorweisen können.
- **Aktualität:** Das Team wird darauf hinarbeiten, dass jeweils die neueste Version einer Geschichte erscheint.
- **Tiefgang und Kontext:** Die Geschichten mit dem meisten Tiefgang und Kontext werden priorisiert. Dazu gehören auch jene mit Zitaten, Forschungsergebnissen, historischem Kontext, Karten und Datenvisualisierungen, wenn dies relevant ist.
- **Fairness:** In einer Welt, in der jedes Thema intensiv diskutiert wird, werden die Kurator*innen die Beiträge hervorheben, die verschiedene Seiten eines Themas beleuchten.
- **Lokale Berichterstattung:** Das Team wird versuchen, die Berichterstattung von lokalen Nachrichtenorganisationen zu priorisieren. Hierfür muss der Verlag die Region abdecken, die von einer Nachricht betroffen ist. Darüber hinaus muss auch eine überregionale Zielgruppe auf diese Berichterstattung zugreifen können.

Im Redaktionsteam, das dabei hilft, diese Geschichten auszuwählen, arbeiten Journalist*innen mit umfangreichen Erfahrungen in unterschiedlichen Redaktionen. Ihre Aufgabe ist es, sich anzuschauen, über welche Themen die Nachrichtenorganisationen berichten und die Geschichten gemäß der Richtlinien auszuwählen – sodass die Menschen einen guten Überblick über die Nachrichten des Tages bekommen. Wir behalten uns das Recht vor, die Kuratierungs-Richtlinien jederzeit zu ändern, zu beschränken oder zu erweitern, um redaktionelle Best Practices und Branchenstandards widerzuspiegeln, während sich Facebook News kontinuierlich weiterentwickelt, und werden diese Änderungen transparent kommunizieren.