

Björn Tantau Facebook vs. Google Plus:

Der Kampf um das Social Web hat begonnen

DER AUTOR



Björn Tantau ist Geschäftsführer von Tameco Onlinemarketing. Die Hamburger Agentur ist spezialisiert auf strategische Suchmaschinenoptimierung, Linkaufbau und Social-Media-Marketing.

Juli 2011 war der Monat von Google Plus. Das neue soziale Netzwerk des Suchmaschinengiganten beherrschte wie kein anderes Thema viele Schlagzeilen und schnell wurde von einem potenziellen „Facebook-Killer“ gesprochen. Doch welche Chancen hat Google Plus wirklich gegen Facebook? Welche Unterschiede, welche Gemeinsamkeiten haben die sozialen Netzwerke? Und kann sich die neue Konkurrenz aus dem Hause Google wirklich als ernsthafter Konkurrent zu Facebook etablieren?

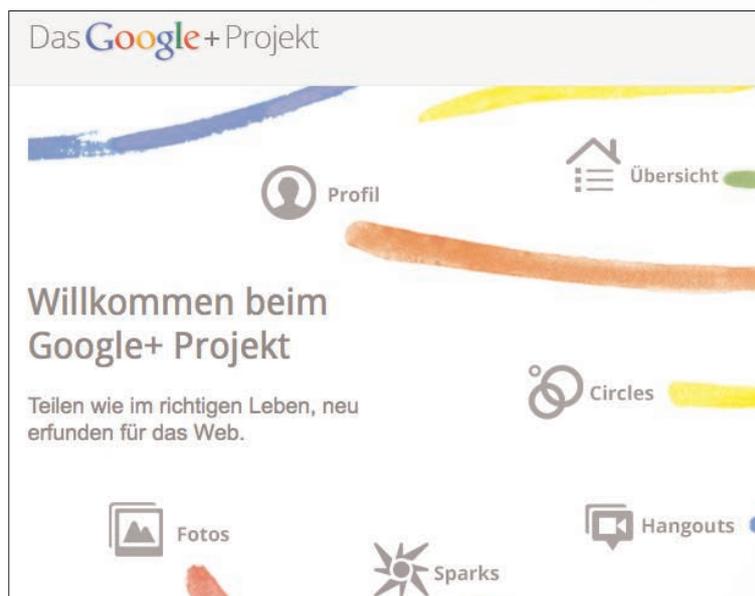


Abb. 1: Startseite von Google Plus (Quelle: plus.google.com)

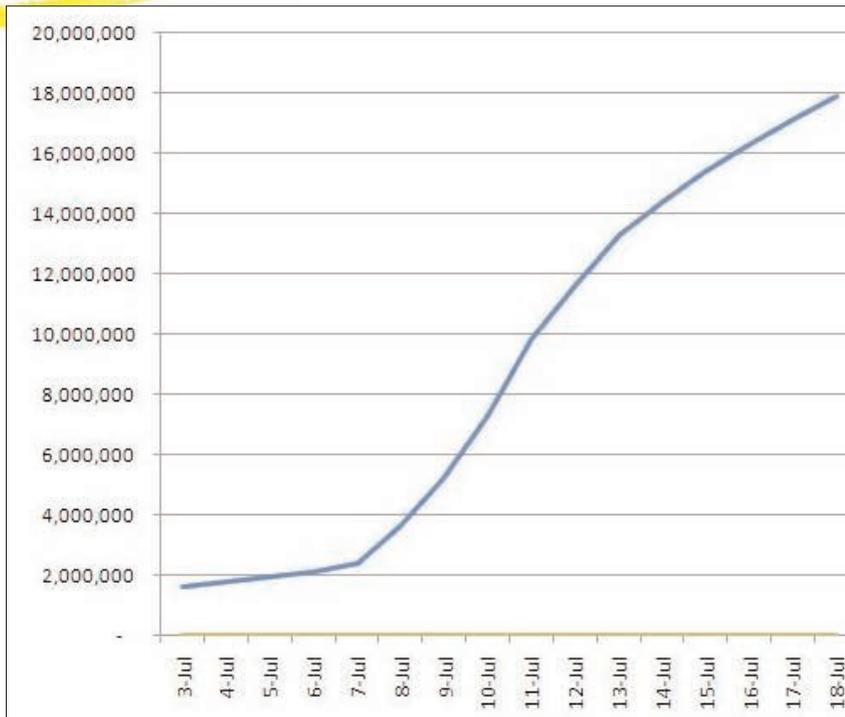


Abb. 2: Wachstum von Google Plus (Quelle: Paul Allen - goo.gl/5YguG)

Google auf dem Social-Media-Abstellgleis?

Google und Social Media, das ist eine Geschichte, die mittlerweile eine gewisse Tradition hat. Aus Sicht von Google ist diese Tradition aber leider nicht sehr rumreich. Zu viele Fehlschläge gab es in den letzten Jahren. Mit Produkten wie Google Buzz und Google Wave konnte der Konzern aus Mountain View seine Nutzer nicht überzeugen. Im Gegenteil: Teilweise sorgten die Anstrengungen von Google im Bereich Social Media bisher eher dafür, dass ein Großteil der Nutzer Google als ernsthaften Player in diesem mittlerweile so wichtigen Bereich des Internets überhaupt nicht mehr wahrnehmen wollte.

Mit Google Plus könnte sich das ändern. Als das soziale Netzwerk Ende Juni online ging, war das Interesse groß. Erste Erfahrungsberichte ließen nicht lange auf sich warten. Zu Anfang stürmten vor allem Leute das Netzwerk, die sich generell mit dem Bereich Social Media befassen. Auch bei Technikfreunden war Google Plus schnell sehr beliebt. Das führte zu Beginn dazu, dass Google Plus schnell den Ruf eines „männerlastigen Netzwerks für Geeks und

Nerds“ verpasst bekam. Nach über einem Monat Google Plus weiß man, dass dem natürlich nicht so ist. Der anfängliche Sturm auf das Netzwerk sorgte aber dafür, dass Google die Zulassung neuer Mitglieder schnell begrenzte. So kam man nur auf persönliche Einladung rein und konnte auch selbst nur, wenn man drin war, eine bestimmte Anzahl andere Leute einladen. Diese absichtliche Verknappung erzeugte nachvollziehbarerweise ein noch größeres Interesse.

Gegengewicht zur Übermacht von Facebook

Mit Google Plus verfolgt Google also in erster Linie das Ziel, ebenfalls im Social Web Fuß zu fassen. Dafür hat man aus der Vergangenheit gelernt und Fehler, die zum Beispiel bei Google Buzz und Google Wave gemacht wurden, vermieden. Einer der wichtigsten Punkte in diesem Zusammenhang ist die Tatsache, dass alle Inhalte, die man als Nutzer bei Google Plus einstellt, nicht automatisch in den Besitz von Google übergehen. Man erlaubt Google lediglich, die Inhalte wiedergeben zu dürfen.

Im Vergleich zu Facebook ist das schon ein deutlicher Pluspunkt. Im so-

zialen Netzwerk von Gründer Mark Zuckerberg ist es nämlich so, dass die selbst eingestellten Inhalte von Facebook verwendet werden dürfen – also über die eigentliche Wiedergabe hinaus. Mit dieser Unterscheidung hat Google Plus erstens einen Schritt in die richtige Richtung gemacht und zweitens gleichzeitig dafür gesorgt, dass man nicht schon von Beginn an eine datenschutzrechtliche Dauerdiskussion anzettelt, wie das bei Facebook mittlerweile an der Tagesordnung ist.

Um aber ein wirkliches Gegengewicht zu Facebook darstellen zu können, braucht es natürlich weitere Aspekte, die Nutzer dazu anstiften, aktive Mitglieder bei Google Plus zu werden. Hier steht man noch ganz am Anfang. Google Plus wurde zunächst als „Field Trial“ gelauncht. Um sich von anderen neuen Projekten zu unterscheiden, verzichtete man ganz bewusst auf die Bezeichnung „Beta“, die mittlerweile eher aus der Mode gekommen ist. Der „Feldversuch“ hingegen soll zeigen, ob das Netzwerk überhaupt angenommen wird und, wenn ja, wie sich der Großteil der Nutzer bei Google Plus verhält.

In Sachen Wachstum konnte Google Plus bereits überzeugen. So brauchte das Netzwerk zum Beispiel nur einen Bruchteil der Zeit von Konkurrent Facebook, um 10 Millionen Nutzer zu erreichen. Bis Ende Juli 2011 stieg die Zahl der User nach Messungen des Marktforschers Paul Allen sogar auf 20 Millionen.

Ob der schnelle Zuwachs bei den Nutzerzahlen die Konkurrenz bei Facebook schon in der Anfangsphase nervös gemacht hat, ist nicht überliefert. Dass man Google Plus genau beobachtet, dürfte allerdings klar sein. Facebook hat aktuell noch den massiven Vorteil einer schier unglaublichen Nutzerakzeptanz. Über 750 Millionen Menschen weltweit sind als aktive Nutzer registriert. „Aktiv“ bedeutet bei Facebook, dass sich ein Nutzer laut offizieller Statistik mindes-

tens einmal pro Monat dort anmeldet. „Karteileichen“ gibt es bei Facebook insofern also nicht. Google Plus gibt bisher noch keine wirklich offiziellen Zahlen zur eigentlichen Aktivität angemeldeter Nutzer heraus.

Google Plus und Facebook: Wer kann was?

Um Mark Zuckerberg und seinen Konzern also ins Schwitzen zu bringen, muss Google Plus Dinge bieten, die den Nutzern im Vergleich zu Facebook echte Mehrwerte bieten. Und hier zeigt sich, dass man ebenfalls aus Fehlern der Vergangenheit gelernt zu haben scheint. Das beginnt beim grundsätzlichen Aufbau von Google Plus. Allein schon die Website ist extrem übersichtlich aufgebaut. Anders als bei Facebook, das organisch gewachsen ist und designtechnisch immer mal wieder geändert wurde und wird, wurde Google Plus quasi am Reißbrett entworfen und wie eine geplante Neubausiedlung hochgezogen. Das ist vermutlich einer der nachhaltigsten Gründe, warum Google Plus auf den ersten Blick aufgeräumter erscheint.

„Circles“ schlagen „Listen“

Aber auch bei den grundsätzlichen Funktionen hat man sich bei Google genau überlegt, was man besser machen kann als die Konkurrenz von Facebook. So dreht sich bei Google Plus alles um „Circles“. Diese Kreise, in die man Kontakte innerhalb des Netzwerks einsortieren kann, bilden den Kern des sozialen Netzwerks von Google. Großer Vorteil: Die Nutzung der Circles ist sehr einfach und man kann seine Kontakte in so viele Kategorien einordnen, wie man will. Das erleichtert die thematische Zuordnung von Menschen, mit denen man innerhalb von Google Plus vernetzt sein will. Ein weiterer Vorteil ist die Möglichkeit, eigene Inhalte so zu steuern, dass sie nur bestimmten Personenkreisen zugänglich gemacht werden. Natürlich kann man auch bei Google Plus alle Inhalte gene-



Abb. 3: Kontakte bei Google Plus mit Circles organisieren (Quelle: plus.google.com)

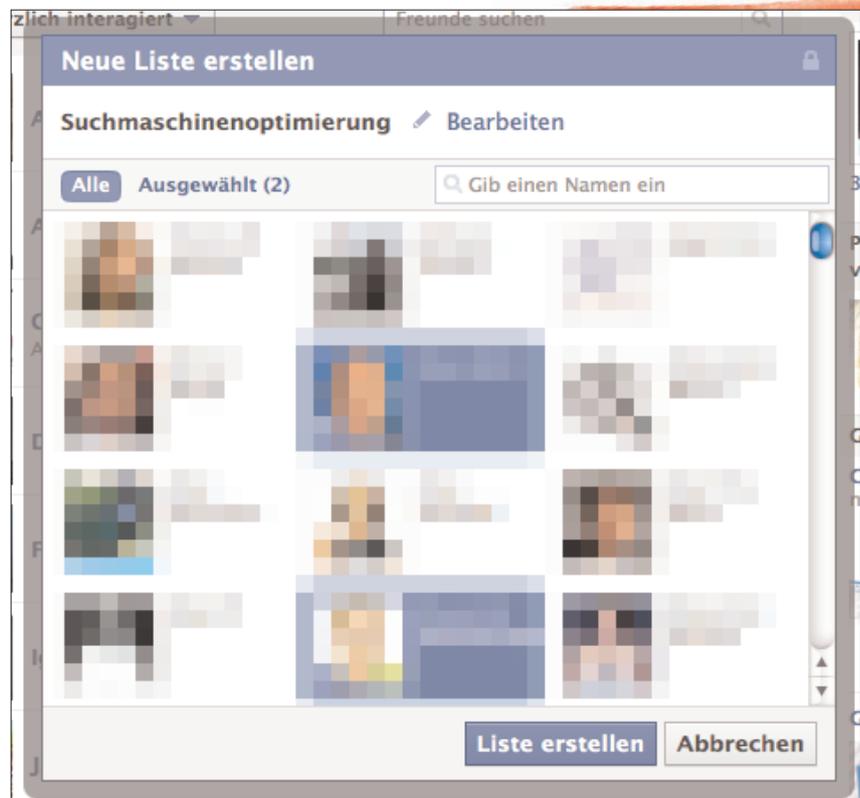


Abb. 4: Freundeslisten bei Facebook erstellen (Quelle: facebook.com)

rell öffentlich posten, sodass sie jeder sehen kann, auch wenn man überhaupt nicht bei Google Plus angemeldet ist.

Hat man aber spezielle Inhalte, die auch nur spezielle Nutzer sehen sollen, dann postet man diese Inhalte eben an bestimmte Circles. Das hat den Vorteil, dass man andere Kontakte, die sich für ein bestimmtes Thema möglicherweise gar nicht interessieren, nicht „belästigt“.

Auch Facebook bietet mit seinen

Gruppen und Listen eine ähnliche Funktion, die allerdings eher versteckt ist und daher grundsätzlich nicht sofort wahrgenommen wird. Bei Facebook werden Inhalte standardmäßig immer mit allen Personen aus dem eigenen Netzwerk geteilt. Das ist im Vergleich zu Google Plus insofern ein Nachteil, weil man bei Facebook, wenn man schon länger dabei ist, seine Kontakte nachträglich entsprechend einsortieren muss.

Gesponsert Werbeanzeige erstellen

CRM für Unternehmer
mamut.contenting.de



Endlich eine passende CRM Lösung für kleine Unternehmen. Lernen auch Sie Mamut One „Small Business Edition“ unverbindlich kennen.

Gründerszene



Geile Startups, nackte Tatsachen & fette Exits – Die wichtigsten Internetnews exklusiv bei uns.

Gefällt mir

Abb. 5: Werbeanzeige bei Facebook

Und je nachdem, wie viele Leute man bereits in seinem Netzwerk hat, kann das in echte Arbeit ausarten.

Google Plus genießt hier einen „Newbie-Bonus“. Ist man drin, dann wird man mit großer Wahrscheinlichkeit die Circles sofort nutzen und entsprechend darauf achten, wer bestimmte Inhalte sehen soll – und wer nicht.

Das Erstellen von Circles bei Google Plus ist im Vergleich zu der Listen-Funktion bei Facebook also deutlich einfacher und somit komfortabler. Eine solche einfache und intuitive Anwendung senkt die Hemmschwelle für User, eine bestimmte Funktion überhaupt zu nutzen. Für Google Plus als soziales Netzwerk, das natürlich ebenso wie Facebook möglichst genau über die Interessen seiner Nutzer informiert sein will, ein deutlicher Vorteil. Die Einordnung eigener Kontakte ermöglicht es Google, erste Informationen über die grundsätzlichen Angaben der Nutzer (zum Beispiel bei „Über mich“) hinaus zu sammeln. Denn obwohl Google Plus derzeit noch werbefrei ist, kann man davon ausgehen, dass sich das ändern wird. Und spätestens dann wird es für die Auslieferung möglichst passender Werbung überaus wichtig sein, genau zu wissen, wer welche Interessen hat. Die Circles bieten Google Plus hier praktisch eine Verifizierung der Daten von dritter Seite an. Interessiert sich ein Nutzer laut eigenen Angaben für das Thema „Schmuck“, dann ist

Sparks

Nach meinen Interessen suchen

Vorgestellte Interessen



Rennradfahren



Mode

Abb. 6: Interessante Inhalte bei Google Plus mit „Sparks“ finden (Quelle: plus.google.com)

das an sich schon nützlich zu wissen.

Wird ein solcher Nutzer aber von einem anderen Nutzer auch noch in einen passenden Circle einsortiert, dann erhält Google Plus ohne eigenes Zutun eine unabhängige Bestätigung der Information. Für die Generierung möglichst genauer Daten also ein passender Stein im Mosaik.

Google Plus ist werbefrei

Als neues Angebot ist Google Plus aktuell noch werbefrei. Die Gründe dafür liegen auf der Hand: Natürlich will man sich zu Anfang nicht als soziales Netzwerk präsentieren, dass seine Nutzer sofort mit Werbung zu mehr oder weniger relevanten Themen versorgt. Es würde auch keinen Sinn machen, schon in der Anfangsphase so vorzugehen. Dafür ist das „junge Pflänzchen“ Google Plus noch zu zart. Werbung würde potenzielle Nutzer zum aktuellen Zeitpunkt abschrecken.

Ganz anders Facebook. Seit 2004 online, setzte das soziale Netzwerk von Mark Zuckerberg bereits recht früh auf personalisierte Werbung. Welche Werbung angezeigt wird, das hängt natürlich immer davon ab, was der jeweilige Nutzer als seine Interessen angibt. Ähnlich wie Google, wo über 90 % der Einnahmen aus der Vermarktung von Werbung kommen, hat auch Facebook erkannt, dass man mit auf den einzelnen Nutzer möglichst passend zugeschnitte-

ner Werbung gutes Geld verdienen kann.

Man sollte sich jedoch keinen Illusionen hingeben. Auch wenn Google Plus derzeit noch werbefrei ist – das wird sich ändern. Ein soziales Netzwerk lebt von den Inhalten der Nutzer. Je nachdem, was man öffentlich oder nicht öffentlich teilt, wird man von einem Netzwerk werbetechnisch ein- und zugeordnet. Es ist nur eine Frage der Zeit, bis Google Plus ebenfalls mit Werbung arbeiten wird. Aufgrund der Erfahrungen, die man bei Google in den letzten Jahren als Werbevermarkter sammeln konnte, darf man davon ausgehen, dass die Werbung bei Google Plus geschickt platziert werden wird. Alles andere wäre eher enttäuschend und würde nicht dazu beitragen, dass das Netzwerk nachhaltig wachsen kann.

Empfehlen vs. Teilen: Mit „Sparks“ auf dem Laufenden bleiben

Google ist ein Konzern, der durch das Anbieten einer seinerzeit neuen und revolutionären Suchmaschine groß wurde. Die Art und Weise, heute nach Informationen im Internet zu suchen, wurde praktisch von Google erfunden, eingeführt und etabliert. Die Tatsache, dass die Suche mit Google aktuell weltweit gemessen am populärsten ist, zeigt das eindrucksvoll.

Gleichermaßen unverständlich ist es, dass Google keine wirkliche eigene



Abb. 7: Suchfunktion bei Facebook (Quelle: facebook.com)



Abb. 8: Videochat bei Google Plus via „Hangout“ (Quelle: plus.google.com)

Suche innerhalb von Google Plus für solche Inhalte anbietet, die sich ausschließlich in dem sozialen Netzwerk befinden. Das sieht nach einem Widerspruch aus, sollte man denken.

Für diesen Fall hat Google sich allerdings ebenfalls Gedanken gemacht und bei Google Plus den Bereich „Sparks“ integriert, um diese Lücke zu schließen.

Mit Google Plus Sparks kann man sein eigenes Netzwerk mit Informationen von außen anreichern. Je nachdem, wie man die Suchfunktion genau einstellt, ist es durchaus möglich, das Feature zum Beispiel als Ersatz für einen Feed-Reader zu nutzen. Die Voreinstellungen von Google im Bereich Sparks lohnen als erste Orientierungshilfe. Macht man sich mit dieser Suchfunktion besser vertraut, kann man sich sehr einfach über Themen, die einen selbst interessieren, auf dem aktuellen Stand halten.

Vorteil: Die Ergebnisse, die Google Plus Sparks liefern, lassen sich mit nur einem Klick sofort im Netzwerk teilen (natürlich auch unter Berücksichtigung der Interessen von Dritten, sodass man mittels Circles entsprechend steuern kann). Google hat mit den Sparks eine interessante Funktion geschaffen.

Schließlich sorgt diese Suchfunktion

dafür, dass man Google Plus nicht zwingend verlassen muss, wenn man neue Informationen suchen und finden will. Für die so wichtige Verweildauer ein eindeutiger Pluspunkt. Man bringt die Nutzer so dazu, mehr Zeit bei Google Plus zu verbringen.

Das Trauerspiel mit der Facebook-Suche

Ganz anders die Konkurrenz, denn Facebook hat in Sachen Suche kein nachhaltiges Konzept zu bieten – zumindest derzeit nicht. Die eingebaute Suche bei Facebook ist in vielen Fällen nicht wirklich hilfreich. Zwar kann man sich intern einigermaßen zurechtfinden. Der Großteil der Nutzer bewegt sich aber

eher so durch Facebook, dass man Statusmeldungen anderer und darin enthaltenen Links folgt. Hier herrscht beim derzeit weltgrößten Netzwerk auf jeden Fall noch Nachholbedarf.

Auch das Teilen oder Empfehlen läuft bei Facebook anders. Der allgegenwärtige „Gefällt mir“-Button sorgt dafür, dass man in seinem eigenen Newsstream darauf aufmerksam wird, wenn Freunde aus dem eigenen Netzwerk Inhalte entsprechend markieren. Um bei Facebook auf dem Laufenden zu bleiben, muss man seinen Newsstream im Prinzip ständig im Auge behalten. Alternativ kann man die Seiten, die man selbst „geliked“ hat, entsprechend einzeln aufrufen und auf Updates checken. Natürlich gibt es Workarounds – der „normale“ Nutzer wird aber in vielen Fällen das nehmen, was ihm offensichtlich angeboten wird. Und das ist bei Facebook eben der Newsstream auf der Startseite.

Google Plus hat im Vergleich zu Facebook also eine deutlich komfortablere Möglichkeit geschaffen, auch ohne die permanente Observierung des eigenen Streams interessante Inhalte zu finden. Auch ist man nicht, wie bei Facebook, überwiegend auf die Empfehlungen Dritter angewiesen, um Neuigkeiten zu erfahren. Die Sparks sorgen dafür, dass man auch aus eigenen Stücken aktiv auf Entdeckungsreise gehen kann und nicht darauf angewiesen ist, dass andere Inhalte in den eigenen Stream posten.



Abb. 9: Facebook Videochat (Quelle: facebook.com)

Videochat via „Hangout“

Die direkte Kommunikation der Mitglieder in einem sozialen Netzwerk ist einer der wichtigsten Aspekte überhaupt. Für Google Plus hat man sich auch dafür etwas Schickes einfallen lassen. Die Funktion „Hangout“ bietet einen gut durchdachten Videochat, mit dem man schnell, einfach und komfortabel mit anderen Kontakten innerhalb von Google Plus in Verbindung kommen kann.

Anders als bei Facebook ist die Funktion „Hangout“ bei Google Plus von vornherein auf mehr als nur direktes Videochatten angelegt. So sind Videochats in der Gruppe quasi schon grundsätzlich möglich und je nachdem, welche Person spricht, wird die visuelle Anzeige für alle anderen Teilnehmer auf den Sprecher ausgerichtet. Diese Funktion ist vorteilhaft, weil man so natürlich besser zuordnen kann, welcher Kontakt aktuell das Wort hat.

Google Plus Hangouts lassen sich somit für viele Zwecke nutzen. Die klassische Videokonferenz ist ebenso möglich wie das persönliche Gespräch unter Freunden – auch im kleinen Kreis oder nur zu zweit. Interessante Inhalte lassen sich schnell und besser teilen. Die gemeinsame Erfahrung rückt in den Vordergrund.

Facebook mit Nachholbedarf in Sachen Videochat

Facebook seinerseits ist im Bereich Videochat vergleichsweise schlechter aufgestellt. So hat man die Funktion erst vor wenigen Wochen ausgerollt, als das Thema bei Google Plus faktisch schon etabliert war. Die Art und Weise, wie man das beim größten Netzwerk getan hat, sorgte bei vielen Nutzern für Ernüchterung. Durch die Kooperation mit Skype ist es jetzt zwar möglich, bei Facebook auch visuell zu chatten. Allerdings fehlen bisher immer noch wichtige Elemente wie zum Beispiel der Gruppenchat.

f.b.watch.blog ▶ Frag uns

Gefällt mir

Computer/Internet

fbwatchblog
Facebook Marketing, News und Tutorials

Willkommen bei der Facebook Beratung

Du hast eine Frage zum Thema Facebook? Du willst wissen, wie du mit deiner Fanpage mehr Menschen erreichen kannst oder wie du deine Dienstleistungen oder Produkte optimal bei Facebook vermarktest, um deiner Konkurrenz einen Schritt voraus zu sein?

Hier auf dieser Seite bieten wir allen Fans unserer Fanpage **exklusive Beratung** zu allen Fragen rund um die Themen Facebook und Facebook Marketing.

Stell deine Frage, indem du sie einfach im **folgenden Kommentarfeld** postest. Wir werden deine Frage so schnell wie möglich beantworten:



Abb. 10: Marketing und Fan-Generierung mit Fanpages (Quelle: facebook.com/fbwatchblog)

Derzeit ermöglicht Facebook den Videochat nur zwischen zwei Personen. Zudem muss dafür ein Plugin heruntergeladen werden. Und wie so oft bei Facebook ist man sich nicht sicher, was genau „mitgehört“ wird, denn im Gegensatz zu Google Plus nimmt sich Facebook auch beim Videochat das Recht heraus, prinzipiell alle Daten für seine Zwecke zu verwenden. Das hinterlässt natürlich einen faden Beigeschmack. Google Plus genießt hier derzeit auch in datenschutzrechtlichen Belangen Vorteile. Ob und, wenn ja, wie lange das so bleiben wird, steht natürlich in den Sternen. So ist es auch bei den Hangouts via Google Plus denkbar, dass geteilte Inhalte später dazu genutzt werden, um mehr über die Mitglieder herauszufinden und dann wieder passende Werbeeinblendungen zu schalten.

Marketing: Welches Netzwerk bringt mehr?

Beim Thema Onlinemarketing geht es hauptsächlich um Reichweite. Entscheidend ist die möglichst große Verbreitung von Inhalten. Das gilt für große Shops und Nachrichtenportale ebenso wie für kleine Informationsangebote oder Blogs im Internet. Jeder, der eine Seite im Internet betreibt, will natürlich mit seinen Inhalten möglichst viel Aufmerksamkeit erregen. Um das zu tun, bieten sich nachvollziehbarerweise am besten die Möglichkeiten an, wo man die meisten Menschen erreicht.

Hier hat Facebook aktuell ganz klar das Heft in der Hand. Schätzungsweise 750 Millionen Mitglieder weltweit und fast 20 Millionen allein in Deutschland machen Facebook in Sachen Marketing zur Nummer eins. Die Möglichkeit, Fanpages für Unternehmen, Produkte oder

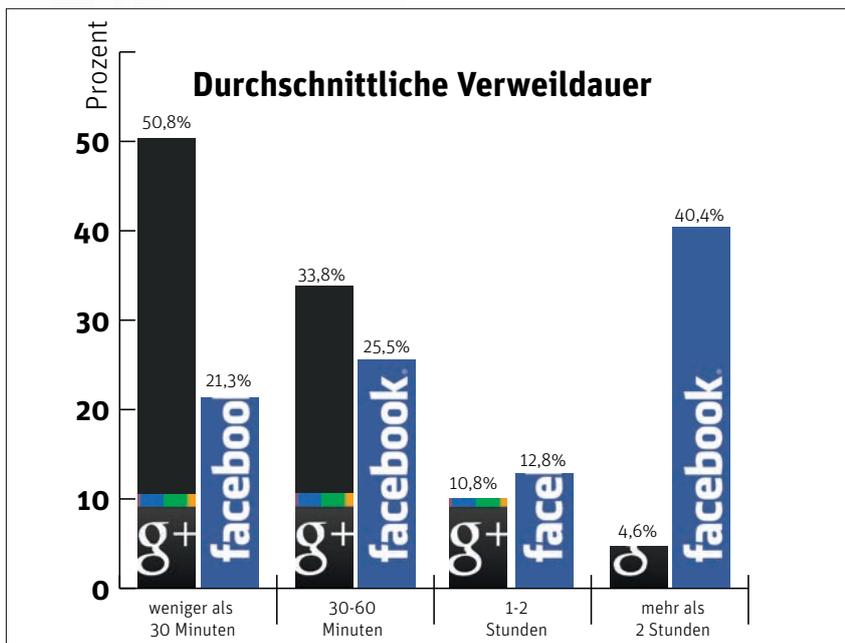


Abb. 11: Verweildauer bei Facebook und Google Plus (Quelle: gplusmarketing.de)

Dienstleistungen anzubieten, ist aufgrund der hohen Reichweite von Facebook extrem verlockend. Weil man mittlerweile zudem so gut wie jeden Inhalt via iFrame-Apps bei Facebook einfach und schnell integrieren kann, hat Google Plus in diesem Bereich vermutlich auf längere Zeit keine wirklichen Chancen, sich als ernsthafter Konkurrenz zu etablieren.

Zwar sollen offizielle Unternehmensseiten auch bei Google Plus schneller kommen als eigentlich geplant. Derzeit kann aber noch nicht genau benannt werden, was diese Unternehmensseiten leisten und welche Möglichkeiten sie haben werden. Für das Marketing spielt Google Plus derzeit also noch eine untergeordnete Rolle.

Trotzdem gibt es natürlich auch jetzt schon Möglichkeiten, Google Plus im Marketing zu verwenden. So denkt man zum Beispiel bei Dell schon darüber nach, den Videochat von Google Plus im Kundenservice einzusetzen. Als reine Präsentationsmöglichkeit werden die geplanten Firmenseiten von Google Plus vermutlich einen ähnlichen Zweck erfüllen wie die Fanpages bei Facebook. Ob sich aber auch Apps oder ganz Shops integrieren lassen werden, bleibt offen.

* siehe Glossar Seite 112-113

Google Plus steht noch am Anfang

Für das Thema Reichweite ist auch das Thema der Verweildauer wichtig. Wie lange halten sich die Nutzer einzelner Netzwerke in den Netzwerken selbst auf? Es liegt auf der Hand, dass ein Nutzer, der grundsätzlich länger in seinem Netzwerk aktiv ist, statistisch gesehen auch mehr in dem Netzwerk sieht und aktiv selbst mehr erfahren will.

Somit ist es ein Vorteil, wenn die durchschnittliche Verweildauer möglichst hoch ist. Auch in diesem Bereich ist Facebook noch unschlagbar. Zwar hat man absolut gesehen noch immer nicht so viele aktive Nutzer wie Google, rechnet man alle Google-Angebote zusammen. Rein mengenmäßig ist Google also noch immer die Nummer eins. Bei der Verweildauer hat sich das Blatt aber bereits gewendet. Im Klartext: Bei Facebook verbringen die Nutzer auf den Seiten des Netzwerks viel mehr Zeit, als das auf Seiten von Google der Fall ist.

Dem will man mit Google Plus natürlich entgegenwirken. Nachdem Google Plus jetzt seit Anfang Juli zur Verfügung steht, ist man diesem Ziel aber

noch nicht näher gekommen. So halten sich über 40 % der Facebook-Nutzer im Schnitt mehr als 2 Stunden pro Tag in dem sozialen Netzwerk auf. Bei Google Plus beträgt dieser Anteil dagegen unter 5 %. Bei geringerer Verweildauer zeigt sich das Problem ebenso dramatisch: Über 50 % der Nutzer von Google Plus sind im Schnitt weniger als 30 Minuten pro Tag online. Bei Facebook beträgt dieser Anteil nur etwas über 20 %.

Die Zahlen verdeutlichen, dass es für Google Plus in diesem Bereich noch ein weiter Weg ist. Die geringe Verweildauer ist zum Teil sicher auch Umständen wie dem Fehlen von Spielen, Umfragen oder Veranstaltungen bei Google Plus geschuldet. Zumindest im Bereich Social Gaming soll es bei Google Plus Anstrengungen geben, die bei vielen Menschen so beliebten Browsergames anzubieten. Das Beispiel Facebook zeigt sehr eindrucksvoll, dass man mit Social Games viele Nutzer anziehen und entsprechend auf seinen Seiten halten kann. Anwendungen wie „Farmville“ oder „Mafia Wars“ haben einen erheblichen Teil dazu beigetragen, dass Facebook seine heutige Größe erreichen konnte.

Social Plugins bei Google Plus? Da geht noch was!

Der virale Faktor ist auch im Marketing ein sehr wichtiger Punkt. Mit seinen Möglichkeiten, externe Inhalte direkt bei Facebook zu teilen, hat das soziale Netzwerk von Gründer Mark Zuckerberg einen strategischen Vorteil. Generell sind alle „[Social Plugins](#)“ für Drittsiten von Facebook darauf ausgerichtet, Inhalte direkt bei Facebook zu verteilen und weiterzuleiten. So steigt natürlich nicht nur die Reichweite von Facebook, sondern auch die Reichweite der Websites, von denen die Inhalte kommen.

Google Plus kann derzeit nur mit dem +1-Button aufwarten. Effektive So-

cial Plugins sucht man bisher noch vergebens. Zwar gibt es bereits eine Reihe von Entwicklern und Drittanbietern, die behelfsmäßig solche Plugins anbieten, Google Plus selbst hält sich aber noch bedeckt. Dabei sind es besonders die Plugins, die helfen, dass noch mehr Menschen im Internet innerhalb und außerhalb sozialer Netzwerke auf interessante Inhalte aufmerksam werden.

Relevanz von Google Plus und Facebook für die Suchmaschinenoptimierung

Google Plus hat also noch einen weiten Weg vor sich, was die Präsenz im Bereich Social Media oder auch die Verweildauer der Nutzer im eigenen Netzwerk betrifft. Im Vergleich zu Facebook hat Google Plus zusammen mit dem +1-Button aber möglicherweise einen anderen wichtigen Bereich im Onlinemarketing grundlegend verändert. Die Rede ist von der Suchmaschinenoptimierung.

Im Bereich Suche ist Google nach wie vor der uneingeschränkte Platzhirsch. In vielen Ländern liegt der Marktanteil der Google-Suche bei über 90 % und es gibt nur wenige Märkte, in denen Google eine untergeordnete oder keine Rolle spielt. Daran wird sich kurz- bis mittelfristig vermutlich auch nicht viel ändern. Weil Google aber weiß, wie wichtig Social Media mittlerweile geworden ist, spielt die Notwendigkeit, „soziale Signale“ auswerten zu können, eine extrem wichtige Rolle.

Soziale Netzwerke wie Facebook oder auch Twitter entwerfen externe Links grundsätzlich mit dem „Nofollow“-Attribut. Dieser Zusatz, der vor einigen Jahren eigentlich zur Bekämpfung von Kommentar-Spam in Blogs eingeführt wurde, sorgt dafür, dass nicht alle Bestandteile des Links weitergegeben werden.

Der Algorithmus von Google basiert auch heute noch überwiegend auf der

► [The Google+ project: real life sharing, rethought for the ... - Google](#) 🔍
<https://plus.google.com/> - Im Cache
 The Google+ project aims to make sharing on the web more like sharing in real life. Check out Circles, Sparks, and Hangouts, just a few of the things we've ...

[The Google+ Project - Google](#) 🔍 - [[Diese Seite übersetzen](#)]
www.google.com/+demo/ - Im Cache
 The Google+ project makes sharing online more like sharing in real life. Take the interactive tour for a quick look at five of the first key features.

[Neues Netzwerk Plus: Google macht sein eigenes Facebook - SPIEGEL](#) ... 🔍
www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,771207,00.html
 28. Juni 2011 – Der Online-Riese schlägt zurück: Mit einem eigenen sozialen Netzwerk will Google dem Emporkömmling Facebook Online-Anteile abspenstig machen ...

[News zu google plus](#)

[Google Plus: Sinkende Visits - Social Network auf dem absteigenden ...](#) 🔍
 PC Games - vor 1 Tag
 Könnte **Google Plus** dasselbe Schicksal ereilen wie andere viel versprechende Google-Projekte, etwa Wave? In den USA sind die Visitszahlen des ...
 42 weitere Artikel

[Google plus: Googles eigenes Facebook – Tipps, Tricks, Einladung ...](#) 🔍
www.winload.de/.../google-plus-google-startet-eigenes-face... - Im Cache
 18. Juli 2011 – Googles Angriff auf Facebook: Ende Juni 2011 ging das soziale Netzwerk Google+ (**Google plus**) online. Im Vorfeld wurde das Google-Pendant zum ...

Abb. 12: Suchergebnisse bei Google im nicht eingeloggten Zustand (Quelle: google.de)

► [The Google+ project: real life sharing, rethought for the ... - Google](#) 🔍 +1
<https://plus.google.com/> - Im Cache
 The Google+ project aims to make sharing on the web more like sharing in real life. Check out Circles, Sparks, and Hangouts, just a few of the things we've ...
 und 3 weitere Personen geben hierfür +1

[The Google+ Project - Google](#) 🔍 +1 - [[Diese Seite übersetzen](#)]
www.google.com/+demo/ - Im Cache
 The Google+ project makes sharing online more like sharing in real life. Take the interactive tour for a quick look at five of the first key features.
 geben hierfür +1

[101 Google Plus Ressourcen | gplusmarketing](#) 🔍 +1
www.gplusmarketing.de/101-google-plus-ressourcen-1207... - Im Cache
 12. Juli 2011 – **Google Plus** entpuppt sich immer mehr als echter Erfolg für Google in Sachen Social Media. Dass Google das schaffen würde, daran hatten bis ...
 das geteilt

[News zu google plus](#)

[Google Plus: Sinkende Visits - Social Network auf dem absteigenden ...](#) 🔍
 PC Games - vor 1 Tag
 Könnte **Google Plus** dasselbe Schicksal ereilen wie andere viel versprechende Google-Projekte, etwa Wave? In den USA sind die Visitszahlen des ...
 42 weitere Artikel

[Google +1 \(PlusOne\) Button für Webseiten ist da!](#) 🔍 +1

Abb. 13: Suchergebnisse bei Google im eingeloggten Zustand (Quelle: google.de)

Erfassung und Bewertung von Links, die auf ein Dokument verweisen. Mit der größeren Bedeutung sozialer Netzwerke wurde es aber zunehmend wichtiger, auch die Links aus solchen Netzwerken und die damit verbundenen Inhalte zu berücksichtigen und zu bewerten.

Dass Facebook und Google nicht unbedingt Freunde sind, ist bekannt. Bei Twitter war die Sache für Google bisher

relativ einfach, weil 99 % aller Inhalte, die bei Twitter veröffentlicht wurden (also auch die Links) öffentlich waren. Bei Facebook war und ist das anders. Der Großteil der Inhalte (und somit eben auch wieder die Links) sind nur sichtbar, wenn man als Nutzer eingeloggt ist. Google hatte und hat also keinen unmittelbaren Zugriff auf alle Inhalte und Links, die bei Facebook veröffentlicht werden.



Abb. 14: Facebook-Startseite im Jahr 2004 (Quelle: flickr.com/photos/pixelopera)

Das ist ein Problem, weil so wichtige Datenquellen zur Bewertung von Dokumenten fehlten und fehlen. Zwar hat Google bereits zugegeben, auch öffentliche Links aus Facebook, die via „nofollow“ ergänzt werden, bei der Bewertung von Dokumenten zu berücksichtigen. Diese Lösung kann aber für einen Konzern wie Google auf Dauer nicht befriedigend sein. So ist davon auszugehen, dass man dieses Problem mit Google Plus zu lösen oder immerhin zu umgehen versucht. Mit seinem eigenen sozialen Netzwerk hat Google nun die Möglichkeit, selbst soziale Signale zu erzeugen und diese entsprechend in die Suche einfließen zu lassen.

Wie sich die Suchergebnisse verändern

Von der Möglichkeit, die eigenen Suchergebnisse mit sozialen Signalen anzureichern, macht Google auch schon Gebrauch. Schließlich hat man jetzt die Daten, die man braucht. So ist man in der Lage, sich von den Daten anderer Netzwerke wie Facebook unabhängiger zu machen. Dass man das tut, ist nachvollziehbar: Die Google-Suchergebnisse gehören schließlich Google. Warum sollte man also nicht dafür sorgen, für ein eigenes Produkt mehr Input zu gene-

rieren und von anderen unabhängiger zu sein?

Der +1-Button von Google ist schon etwas länger verfügbar als Google Plus selbst. Google hat somit aktuell also zwei neue Quellen, um Dokumente erweitert zu beurteilen: Der +1-Button und geteilte Inhalte und +1-Auszeichnungen in Google Plus selbst sorgen dafür.

Und so kann man auch schon jetzt Unterschiede in den Suchergebnissen von Google feststellen. Besonders stark werden diese Unterschiede natürlich deutlich, wenn man die Suchergebnisse im eingeloggten Zustand analysiert.

Der Vergleich macht deutlich, dass sich die Ergebnisse unterscheiden. Derzeit sind die Unterschiede im eingeloggten Zustand besonders deutlich messbar. Allerdings kann man davon ausgehen, dass Google die sozialen Signale immer mehr auch in die ganz normalen Ergebnisse – und zwar in allen Bereichen – einfließen lässt. Schließlich erreicht man damit genau das, was vorher durch den Ausschluss aus Facebook verwehrt blieb. Und für einen Konzern, der primär über die Werbeanzeigen innerhalb der eigenen Suchergebnisse Geld verdient, ist es verständlicherweise enorm wichtig, die Suchergebnisse so zu gestalten, dass der Suchende den größt-

möglichen Vorteil hat.

Das ist mit der Einbeziehung der sozialen Signale der Fall. Zwar wird Google sich vermutlich nicht zu schnell und zu stark überwiegend auf soziale Signale beschränken. Auch der herkömmliche Verweis in Form eines Backlinks wird weiter ein bestimmtes Gewicht haben. Je nachdem, ob die Suchergebnisse für den Endanwender sich aber jeweils subjektiv verbessern oder nicht, werden die sozialen Signale mehr oder weniger berücksichtigt.

Ist SEO schon wieder tot?

Google Plus war keine drei Tage alt, da wurde die Suchmaschinenoptimierung, wie wir sie heute kennen, an manchen Stellen schon wieder für tot erklärt. Das passiert immer, wenn Google Änderungen durchführt, denen tief greifendes Potenzial nachgesagt wird. Suchmaschinenoptimierung wird in 5 Jahren vermutlich anders funktionieren als heute. Das war aber auch schon vor 5 Jahren so.

Dass Google mit Google Plus die Suchmaschinenoptimierung verändert oder, besser gesagt, entwickelt, sofern Google Plus und der +1-Button nachhaltige Erfolge sind, steht zu vermuten. SEO ist deswegen aber nicht tot, es wird sich eben nur verändern. In welche Richtung das ganz genau sein wird, darüber kann man aktuell allerdings nur spekulieren.

Und Facebook?

Facebook spielt im Bereich Suche bekanntermaßen keine Rolle. Zwar gibt es eine Kooperation mit Bing – diese Kooperation bezieht sich aber überwiegend auf die teilweise Auslieferung von Bing-Suchergebnissen innerhalb von Facebook. Gegenüber Google hat Bing insofern einen Vorteil, als dass man dort auf die Inhalte von Facebook auch für die eigenen Suchergebnisse zugreifen kann. Für den deutschen Markt, in dem Bing bisher noch keine wirkliche Rolle bei der Suche spielt, ist das jedoch zu vernachlässigen.

Usability: Das Wohnviertel und die Neubausiedlung

Im Bereich Nutzerfreundlichkeit sind die Sympathien derzeit eher auf der Seite von Google Plus. Das Google-Netzwerk hat nicht nur den Vorteil, dass es von Grund auf neu konzipiert und entsprechend designt wurde. Insofern sind viele Elemente klar angeordnet und es herrscht ein großes Maß an Ordnung, die natürlich auch Vorteile bei der Nutzung bringt.

Logischerweise hat Google das Erscheinungsbild von Google Plus dem seiner übrigen Angebote angepasst. Die vielen Änderungen der letzten Zeit beim Seiten übergreifenden Design der einzelnen Angebote von Google trugen ebenfalls einen Teil dazu bei, dass Google Plus ansprechend wirkt und somit auch zur Nutzung einlädt.

Facebook ist im Gegensatz zur „Neubausiedlung“ Google Plus eher das organisch gewachsene Wohnviertel. Schaut man sich die Facebook-Seiten der ersten Stunden an, dann wird deutlich, dass man seit 2004 einen langen Weg gegangen ist, der sich natürlich auch in einer gewissen Verbesserung der Usability auswirkt.

Was für die einen den gewissen Charme ausmacht, ist für viele andere einfach nur unübersichtlich. Zudem hat Facebook das Problem, dass viele Neuerungen beim Design „einfach so“ ausgerollt werden und sich zahlreiche Mitglieder oft „überrumpelt“ fühlen. Folge sind teilweise massive Beschwerden der Nutzer, die in den meisten Fällen aber nicht sonderlich beachtet werden.

Google Plus hat auch hier gelernt, teilweise aus eigenen Fehlern, aber auch aus denen der Konkurrenz. So setzt man bei Google Plus von Anfang an auf die aktive Mitarbeit der Nutzer. Es gibt innerhalb des Google-Netzwerks in unregelmäßigen Abständen immer wieder Anlaufstellen, bei denen das Feedback der Nutzer aktiv abgefragt wird. Zudem tummeln sich bei Google Plus selbst

zahlreiche Entwickler und Verantwortliche, die das Feedback anderer Nutzer aufnehmen und weiterleiten. Zumindest im Fall von Google Plus hat Google seine in den letzten Jahren eher mangelhafte Informationspolitik geändert und geht mehr auf die Nutzer ein.

Facebook lässt solche Bestrebungen größtenteils vermissen. Natürlich kann man auf den offiziellen Facebook-Seiten innerhalb des Netzwerks Kritik und Feedback abgeben. In vielen Fällen ist die Außenwirkung aber doch eher so, dass der Eindruck entsteht, das Feedback sei nicht so wichtig. Ob sich das ändert, bleibt abzuwarten. Möglicherweise werden weitere Erfolge bei Google Plus dazu führen, dass bei Facebook entsprechender Druck aufgebaut wird.

Google Plus und Facebook: Kampf oder Koexistenz?

Zum aktuellen Zeitpunkt ist es nicht leicht, grundsätzliche Aussagen über den weiteren Verlauf der Gegenspieler Google Plus und Facebook zu treffen. Fakt ist: Mit Google Plus hat Google im Vergleich zu früheren Gehversuchen im Social Web einen erfolgreichen Start hingelegt. Alle grundsätzlichen Elemente für das nachhaltige Wachstum des sozialen Netzwerks sind gegeben. Was aktuell noch fehlt, sind weitere Möglichkeiten, eine breitere Nutzerbasis anzusprechen. Dinge wie Spiele, Unternehmenseiten oder Umfragen werden vermutlich sukzessive integriert werden und dann auch dazu führen, dass sich mehr Menschen für Google Plus interessieren.

Auch wenn es bisher schon an die 20 Millionen Nutzer sein sollen, die Google Plus bevölkern, ist Facebook natürlich nach wie vor der übermächtige Konkurrent. Um die aktuelle Größe zu erreichen, hatte Facebook aber auch 7 Jahre Zeit, Google Plus steht noch am Anfang. Fraglich ist auch, ob Google Plus und Facebook wirklich die gleiche Zielgruppe haben. Es ist denkbar, dass

Facebook für viele „Otto-Normal-Verbraucher“ auch weiterhin das „digitale Wohnzimmer“ bleibt. Schließlich hat man dort bereits alles: Freunde, Bekannte, eigene Inhalte und Seiten und Fanpages, denen man folgt.

Der Wechsel in ein anderes Netzwerk bedeutet eine nicht zu unterschätzende Hemmschwelle, denn ein Facebook-Nutzer wird sich in Bezug auf seine Mitgliedschaft bei Google Plus sicherlich nach den Vorteilen fragen. Wenn man bereits alles bei Facebook hat, warum sollte man dann wechseln? Hier wird interessant sein, zu beobachten, ob Google Plus tatsächlich sehr viel mehr Nutzer als bisher anziehen wird. Ist eine kritische Masse erreicht, dann wäre es durchaus denkbar, dass auch eingefleischte Facebook-Nutzer den „Tapetenwechsel“ wagen – sofern alle Freunde sich auf bei Google Plus tummeln.

Denkbar ist auch, dass Google Plus immer eher attraktiv für Leute sein wird, die sich mehr mit dem Web an sich befassen. Eben solche Leute, die keine einfachen „Otto-Normal-Verbraucher“ sind und sich von einem sozialen Netzwerk mehr erwarten, als einfach nur mit Freunden in Kontakt zu stehen, Spiele zu spielen oder Umfragen zu beantworten.

Zwei Dinge hat Google mit seinem neuen Netzwerk allerdings schon jetzt erreicht: die Generierung eigener sozialer Signale für die Verbesserung der eigenen Suchergebnisse, was in den kommenden Jahren bei steigender Relevanz des sozialen Internets an sich Vorteile bringen wird, sowie die Schaffung einer ernsthaften Alternative für den im Social Web übermächtigen Riesen Facebook. Im Umkehrschluss wäre es übrigens ebenso wünschenswert, dass zum Beispiel Facebook mit der Entwicklung einer eigenen Suchmaschine ein entsprechendes Gegengewicht zur Google-Suche startet. Genug Daten dafür hätte man auf jeden Fall. ¶