

Google Plus

Stand: 04.07.2022

Das Projekt „Google+“ beziehungsweise Google Plus startete am 28. Juni 2011 und endete Anfang April 2019. Es sollte eine moderne Social-Media-Plattform sein und mit Facebook und Co. konkurrieren. Mehrere Google-Produkten wurden hierzu vereint, um möglichst viele Dienste simpel zur Verfügung zu stellen: Youtube, Google Drive, Blogger. Zunächst verlief der Start erfolgreich und die Benutzerzahlen wurden rasch höher. Allerdings verlief die Entwicklung nicht weiterhin so erfolgreich und nach einer entscheidenden Überarbeitung 2015 wurde das Projekt 2019 schließlich für beendet erklärt.

Die privaten und gewerblichen Dienste von Google Plus wurden eingestellt und nach einer Nutzung via „G Suite“ letztlich in „Google Currents“ verschoben. Ursachen waren Sicherheitsmängel und Design-Probleme sowie eine immer weiter abnehmende Akzeptanz der Nutzer.

Google-Plus-Historie

Google+ folgte auf die Produkte Google Buzz und den Google-Wave-Dienst. Der Weg für ein eigenes soziales Netzwerk wurde geebnet, da sich der Erfolg von Facebook längst abgezeichnet hatte. Die Zusammenführung von mehreren Google-Diensten war von Anfang an Teil der Strategie, um den Nutzern beispielsweise das Teilen von Bildern aus Google Fotos zu erlauben.

Der Facebook-Chef Mark Zuckerberg erkannte die Bedrohung frühzeitig und wendete einige Energie darauf, Facebook mit seinen Funktionen an Google Plus anzugleichen. Zeitweise waren viele Mitarbeiter auf dieses Unterfangen angesetzt.

Das kann Google Plus

Zunächst sind mehrere Arten von Kontakten bei Google Plus angedacht, die über reine Freunde (Verbindungen) hinausgehen. Communities können bewusst mit Inhalten des eigenen Feeds bespielt werden. Zu den teilbaren Medien gehören Statusmeldungen im Stream, Bilder, Clips und Beiträge. Mit Kontakten kann unmittelbar via Instant-Messaging kommuniziert werden. Darüber hinaus waren Video-Chats verfügbar, die heute als Google Hangouts bekannt sind.

Schließlich war es wie bei anderen Plattformen möglich, Events und die eigene Location zu teilen. Hierbei wurden Tags genutzt, um die eigene Situation über einige wenige Schlagworte darzustellen. Eine besondere Funktion bieten Couddienste von Google, in denen Fotoalbum privat angelegt werden können.

Ende von Google Plus

Die Analysen des Unternehmens führten zu sehr negativen Erkenntnissen. Ein Beispiel sind die Zeiten der Nutzersitzungen auf Google+, die in den Jahren 2017 und 2018 nur 5 Sekunden andauerten. Hinzu kam ein Design-Fehler der API. Daher kündigte Google im Oktober 2018, dass die Verbraucherversion von Google

Plus 2019 auslaufen würde. Der eigentlich dafür geplante Termin im August wurde auf den 2. April 2019 vorgezogen.

Nutzerzahlen von Google Plus

Die Spitzenwerte in Sachen Nutzeranfragen und aktiven Usern erreichen nach der Freigabe weiterer Funktionen wie Google Mail und Youtube im dritten Quartal 2013 ihre Höhepunkt. Die Gründer bezifferten die Userzahl damals mit bis zu 550 Millionen Teilnehmern. Davor letzte das Unternehmen ab Gründung 2011 mit etwa 10 Millionen Benutzern ständig zu. Innerhalb eines Monats wurden 25 Millionen registrierte User gezählt und im Oktober desselben Jahres etwa 40 Millionen.

Die Konkurrenz fremder sozialer Netzwerke

Das große Problem trotz hoher Nutzerzahlen war von Anfang an die sehr kurze Verweildauer im Vergleich zu Big Playern wie Facebook. Facebook lässt sich ideal nebenbei offen halten, weshalb die User teilweise über viele Stunden — fast einen gesamten Arbeitstag lang — online blieben. Bei Google Plus hielten sich die Nutzer im Schnitt zwischen anfangs 3 und später 7 Minuten (ComScore) auf. Das ist ein massives Gefälle.

2014 legte die New York Times offen, dass von den über 500 Millionen registrierten Nutzern nahezu die Hälfte die Seite gar nicht besuchte. Google+ wurde von vielen Benutzern also zunächst gut angenommen, aber nicht benutzt und so schief das Netzwerk allmählich ein. Und das obwohl es eine Reihe an Möglichkeiten und Besonderheiten aufwies und Nutzer über ihr Profil diverse Informationen teilen und einsehen lassen konnten:

- Öffentlich sichtbar
- Titelbild und Profilfoto
- Schulischer Werdegang und Berufslaufbahn
- Wohnort
- Hobbies und Interessen
- Status-Updates (Reisen, Beziehungen etc.)
- Google+ Communities: seit 2012 eine Möglichkeit, bestimmte Themen mit anderen Usern zu debattieren, eigene Seitenkonten für Google +
- Streams: Circles und Communities mit besonderen Filterfunktionen, Texte und Symbole oder Upload von Fotos oder Videos zum Teilen, Beiträge verfassen für ausgewählte Nutzer(-gruppen)
- Circles: Organisation von Listen und Gruppen mit Personen, Kreise verwalten über simple Drag-and-Drop-Funktion, beliebtes Instrument bis zur Verknappung 2015

Online-Marketing und Google Plus

Aufgrund der geringeren (aktiven) Nutzer ist Google+ keineswegs mit dem großen Rivalen Facebook zu vergleichen. Allerdings haben sich über das spezielle Anmeldeverfahren viele Nutzer sehr simpel registriert und waren prinzipiell interessant für Werbezwecke. Verkäufer auf der Plattform konnten davon profitieren, sehr schnell und einfach mit Usern in Kontakt zu treten. Allerdings war Google+ stets vor allem eine private Plattform und wurde auch so genutzt.

Über Postings in Googles SERP konnte mit Markenfragen und geschickter Einbindung eine hohe Reichweite generiert werden. Außerdem war die Accountverwaltung so einfach, dass jeder seine Seite so gestalten konnte, wie er oder sie wollte. Das war für Händler oder grundsätzlich wirtschaftlich orientierte Nutzer günstig, um sich entsprechend zu präsentieren. Hinweise und die Darstellungsmöglichkeiten für Unternehmen konnten über Google Plus Local geschehen und eine Community sowie die eigenen Kontakten ließen sich intuitiv über die Gruppen-Verwaltung steuern.

Ein Vorteil für das Handling bot zusätzlich die geräteübergreifende Implementierung und Synchronisation mit weiteren Diensten, unter anderem Google Maps. Die Google-Plus-Daten konnten so in kleine oder größere Google-Marketingkampagnen eingebunden werden. Ebenfalls hilfreich für das Online-Marketing waren die Dienste von Google Analytics (Tracking) und AdWords.

Spezielle Apps für Google so wie etwa bei Facebook gab es nicht. Die Nutzung im werblichen Kontext wurde daher vor allem von Bloggern und Autoren genutzt, um das eigene Profil zu schärfen. Ebenfalls erfolgreich war die Bekanntmachung von Events und Veranstaltungen sowie später deren Präsentation und Auswertung. Während der Events wurde teilweise über Google Hangouts davon berichtet oder Live-Schalten holten die Veranstaltung ins Wohnzimmer.

Weitere Anwendungen:

- Während der Wahlkämpfe (vornehmlich USA) genutzt
- Youtube, Nutzung von kurzen Google-Hangout-Clips
- Verbindungen zwischen Unternehmen (Marketing-Kooperationen)
- Sales und weitere Werbeangebote über Google Plus
- Hashtag-Kampagnen

Viele der damaligen Funktionen sind heute nur noch eingeschränkt möglich und laufen vornehmlich über Google My Business ab.

Datenschutz

Der Datenschutz ist eines der sensibelsten Themen bei Tech-Unternehmen überhaupt. Google und Facebook standen und stehen regelmäßig diesbezüglich in der Kritik. Wobei im Fall von Facebook die User oft selbst dafür verantwortlich sind, dass etliche Daten von ihnen freiwillig ins Profil gestellt werden.

Google musste 2018 einräumen, dass wegen einer späteren Google+-API-Änderung ein Datenleck entstand, bei dem externe Entwickler Zugriff auf über 50 Millionen Nutzerdaten hatten. Aus Angst, dies

würde Behörden auf den Plan rufen, verschwieg Google das Problem, was zu dem endgültigen Ende von Google Plus führte.