



# 2011/48 dschungel

<https://shop.jungle.world/artikel/2011/48/kein-minus-kein-plus>

## Kein Minus, kein Plus

Von **Elke Wittich und Boris Mayer**

<none>

Google+ startete im Juni 2011 extrem erfolgreich. Obwohl man nur mit Einladung an einen Account kam, verzeichnete das soziale Netzwerk von Google schneller zehn Millionen Nutzer als je eine Seite im Internet zuvor.

Wer hip sein wollte, musste einfach dabei sein. Vor allem galt das für Marketingmenschen, also die ungefähr nervigste Subspezies der Gattung Internetnutzer überhaupt. Gefolgt von ein paar Facebookverweigerern, die hofften, auch endlich ein Social Network zu bekommen, ohne zu sehr den eigenen Standpunkt hinsichtlich der »Datenkrake Facebook« revidieren zu müssen. Angenehm war das nicht.

Und da Google+ auch nicht gerade mit Innovationen auftrumpfte – mal abgesehen von der Möglichkeit, Kontakte in Circles zu ziehen und Hangout genannte Webcamkonferenzen zu veranstalten –, waren die meisten Facebooker nicht – wie vom Suchgiganten erhofft – gekommen, um zu bleiben, sondern lediglich, um einen Kurzurlaub zu machen.

Für Google aber ist der Erfolg seines sozialen Netzwerkes enorm wichtig. Zwar werden die Suchseiten des Unternehmens immer noch von mehr Menschen pro Tag besucht als Facebook, aber die Surfer verweilen viel länger bei Facebook als bei Google und klicken dementsprechen – je nachdem, welcher Studie man vertraut – fünf bis zehn Mal häufiger auf die dort platzierte Werbung, als sie das bei den Google-Ads tun.

Einen ähnlichen Fehlschlag wie beim inzwischen eingestellten Buzz kann sich Google nicht leisten. Und deswegen schaltete man in den USA erstmals TV-Werbung. Langweilige TV-Werbung, um genau zu sein: Mit sonorer Stimme vorgetragene Lebensweisheiten, untermalt vom Geklicke auf G+. Gestiegen sind die User-Zahlen seither nicht.