

Google Plus – The New Kid on the Block

Rund 40 Millionen Bundesbürger sind Mitglieder in sozialen Netzwerken, verrät eine aktuelle Studie des Hightech-Verbands BITKOM (2011), das sind drei Viertel aller Internet-Nutzer. Allein im letzten Jahr sind zehn Millionen Nutzer hinzugekommen. Jetzt haben Facebook, Twitter und Co. Konkurrenz bekommen: Am 28. Juni ging Google Plus online, ein weiterer Versuch des Online-Giganten, sich auf dem attraktiven Feld der sozialen Netzwerke zu etablieren.

DER AUTOR

DR. JOCHEN ROBES ►
Bildungsberater (HQ Interaktive Mediensysteme) und Blogger (www.weiterbildungsblog.de) in Frankfurt am Main. Seine Themenschwerpunkte sind Weiterbildung, Wissensmanagement, E-Learning und Web 2.0.



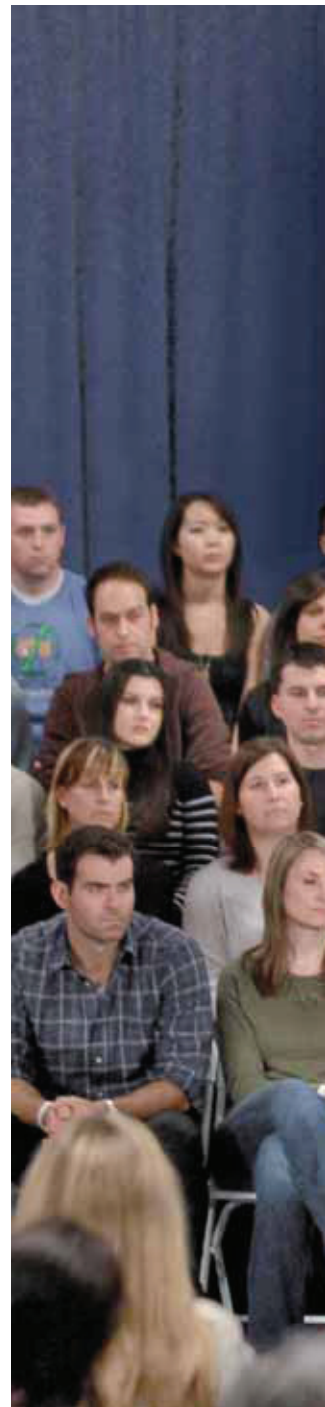
US-Präsident Barack Obama hatte es in seinem Wahlkampf geschickt verstanden, Anhänger über Facebook zu mobilisieren. Das verhalf auch dem Netzwerk in den USA zu enormer Publicity. Foto: Obama bei einer Veranstaltung im Mai dieses Jahres in der Facebook-Zentrale, Palo Alto, Kalifornien.

Google Plus startete als „Private Beta“ und teilnehmen konnte nur, wer von einem angemeldeten Nutzer eingeladen wurde. Mit dieser geschickten Variante des viralen Marketings hat Google die weltweite Neugierde und Aufmerksamkeit noch einmal verstärkt. So hatten sich bereits nach drei Wochen über zehn Millionen Nutzer auf Google Plus (<https://plus.google.com>) angemeldet. Gegenwärtig (August 2011) sollen es über 25 Millionen Mitglieder sein, davon etwa eine Million in Deutschland, meldet der Branchendienst comScore. Das sind Steigerungsraten, die selbst Facebook, mit über 750 Millionen Nutzern das derzeit populärste Netzwerk, aufhorchen lassen.

Wer eine Einladung zu Google Plus erhalten und sich angemeldet hat, trifft auf eine Plattform, die sich aus mehreren Bausteinen zusammensetzt:

„Profil“ Hier legt der Nutzer fest, was andere über einen erfahren sollen, zum Beispiel Beruf, Beschäftigung, Kontaktdaten, Links auf weitere Adressen im Netz. Dabei greift Google auf bestehende Profile der Nutzer zurück.

„Circles“ Hier bestimmt der Nutzer, wie sein Netzwerk aussieht. Die Kreise sind das Herzstück von Google Plus und sollen dem Nutzer mehr Kontrolle darüber geben, mit wem er seine Informationen teilt. Dafür kann er seine Freunde, Bekannten und Kollegen einfach per Drag & Drop in verschiedene Kreise ziehen und diesen einen Namen geben. Schreibt er einen neuen Beitrag in Google Plus, kann er diesen bequem einem bestimmten Kreis zuordnen. Das soll verhindern, dass Nutzer vorschnell Informa-



Soziale Netzwerke im Aufwind





Pannen und Skandale im Datenschutz haben dem Image von Google offenbar nicht geschadet. Das neue Netzwerk Google Plus fordert Nutzer dazu auf, sich Gedanken darüber zu machen, wer Zugang zu welchen Daten haben soll.

tionen publizieren, die sie eigentlich nur einem privaten Kreis mitteilen wollen. Ordnet man eine bestimmte Person einem seiner Kreise zu, so erhält diese eine kurze Information, erfährt aber nicht, wie dieser Kreis heißt. Eine Rückbestätigung der anderen Person ist nicht notwendig, denn der Nutzer definiert keine Freunde, sondern wählt eine Informationsquelle. Damit unterscheidet sich Google Plus bewusst von Facebook („Friends“) und Twitter („Followers“).

„Stream“ Hier sieht der Nutzer die neuesten Nachrichten aus seinem Netzwerk. Er kann selbst einen Beitrag erstellen und diesem Fotos, Videos oder Links hinzufügen. Und er kann den Nachrichtenfluss aktiv filtern, indem er sich nur Neuigkeiten aus einzelnen Kreisen anzeigen lässt. Beiträge selbst können bewertet, kommentiert und geteilt werden.

„Sparks“ Hier definiert der Nutzer Themen, die ihn interessieren, und wird von Google via Google Search mit passenden Nachrichten beliefert. Diese wiederum können mit anderen Mitgliedern geteilt werden.

„Hangouts“ Hier kommen Nutzer spontan zusammen, um sich per Video-Chat auszutauschen. Jeder kann ein Hangout starten und mit bis zu zehn Personen kommunizieren. Da auch YouTube inzwischen mit einer Google-Plus-Funktion ausgestattet ist, können Video-Clips in einem Hangout gemeinsam angesehen und live kommentiert werden.

Selbstverständlich gehören noch weitere Funktionen zu Google Plus, wie zum Beispiel der +1-Button, der (ähnlich dem Gefällt-mir-Button von Facebook) auf jede Seite integriert werden

kann und es Nutzern erlaubt, Seiten und Nachrichten weiterzuempfehlen.

Die neue Plattform ist übersichtlich und benutzerfreundlich. Viele sehen Google Plus deshalb als gelungene Kombination aus Facebook („zu verspielt und kompliziert“) und Twitter („zu eingeschränkt“). Dabei entwickelt sich Google Plus in großem Tempo weiter und wartet derzeit täglich mit neuen Funktionen und Änderungen auf. So stand bereits kurz nach dem Start eine iPhone-App zur Verfügung, im August kamen die ersten Spiele hinzu. Vor allem die vollständige Integration von Google Plus in das gesamte Google-Portfolio, das von der Web-Suche über Browser, E-Mail, Kalender, Text und Tabellen bis zum Newsreader reicht, wird mit Nachdruck vorangetrieben. Derzeit können sich nur Privatpersonen bei Google Plus anmelden, doch die Öffnung des Netzwerks für Unternehmenskunden und Firmenprofile soll in Kürze erfolgen.

GOOGLE PLUS UND DATENSCHUTZ

Die noch junge Geschichte sozialer Netzwerke hat immer wieder Fragen des Datenschutzes aufgeworfen. Welche Möglichkeiten und Rechte hat der Nutzer dieser Dienste? Was macht ein Unternehmen wie Google mit seinen Daten? Welche Rechte besitzt der Nutzer an den von ihm verfassten Beiträgen? Wie einfach und sicher kann er sein Profil löschen und seine Daten exportieren? Google versucht, mit dem Start des neuen Netzwerks einige dieser Fragen aktiver als in der Vergangenheit anzugehen. Das betrifft die Organisation der Kreise, die es dem Nutzer ermöglichen soll, einfacher als in anderen Netzwerken seine Privat-

sphäre zu schützen und das Netzwerk sowohl für die private als auch die berufliche Kommunikation zu nutzen. Das hat bereits dazu geführt, dass Marktführer Facebook nachgezogen und die Einstellungen zum Schutz der Privatsphäre seiner Mitglieder verbessert hat. Auch die Nutzungsbedingungen selbst sind klarer und übersichtlicher als in anderen Netzwerken formuliert.

Für Aufregung gesorgt hat allerdings die Vorgabe Googles an seine Mitglieder, sich nicht mit Pseudonym, sondern nur mit Klarnamen anzumelden. Der „Klarnamenzwang“ hat inzwischen zu einer generellen Debatte im Netz geführt. Während Google, Facebook und Teile der Politik argumentieren, dass nur echte Namen gegen Missbrauch und Kriminalität helfen, sehen Netz-Aktivisten mehr Nachteile als Vorteile. Für sie bedeuten gerade Pseudonyme, sich in verschiedenen Rollen auf verschiedenen Plattformen und somit wirklich frei im Netz zu bewegen. Die Frage, was Privatsphäre und Identität mit Blick auf unseren Alltag im Netz bedeuten, wird auch an der Unternehmenskommunikation und Personalabteilungen nicht spurlos vorübergehen.

ERSTE RÜCKMELDUNGEN

Was sagen Experten zum neuen Angebot? Andrew McAfee, Harvard-Professor und Autor von „Enterprise 2.0“, merkt an, dass es gar nicht so trivial ist, Menschen, die man kennt, in Kreisen

zu organisieren. Seine Konsequenz: „But after a bit of experience with the technology (which I still like a lot) I noticed that I was almost always selecting ‘public’ for my updates.“ Von ähnlichen Erfahrungen berichtet Luis Suarez, Social-Computing-Evangelist bei IBM. Er schätzt aber die Idee der Kreise: „One of my favourite circles that I put together a little while ago is one for customers...“. Mit denen entspannten sich immer wieder interessante Diskussionen. Nicholas Carr („The Shallows: What the Internet is doing to our brains“) findet dagegen, dass Google Plus hervorragend einzelne Zielgruppen anspricht (z. B. „the new media crowd“), aber möglicherweise die breite Masse verfehlt. Wie auch immer die nächsten Entwicklungsschritte von Google Plus aussehen werden: Google hat die Ausdauer und die Ressourcen, um das neue Netzwerk im Web zu etablieren. Durch die enge Verbindung mit Google Search kann Google Plus schnell eine feste Größe jeder Social-Media-Strategie werden. ●

Literatur

- BITKOM (2011): Halb Deutschland ist Mitglied in sozialen Netzwerken, www.bitkom.org/de/presse/8477_67667.aspx
- Carr, N. (2011): The G+ spot, www.rough.type.com/archives/2011/08/the_g_spot.php
- McAfee, A. (2011): Google Plus and the social media moonshot, <http://andrewmcafee.org/blog>
- Suarez, L. (2011): Google Plus and the enterprise – what’s the deal?, www.elsua.net/2011/08/23

SIND SIE FÜR DEN DEMOGRAPHISCHEN WANDEL GERÜSTET?

DGFP SEMINAR: WIE DEMOGRAFIE-FIT IST IHR UNTERNEHMEN?

Der demografische Wandel hat alarmierende Folgen für die Wirtschaft. Es gibt immer weniger Schulabgänger und Auszubildende, und es droht ein Fachkräftemangel, der jetzt schon in vielen Branchen zu spüren ist. Diese Entwicklung stellt die Personalarbeit vor neue Aufgaben. Unser Seminar informiert Sie über die entscheidenden Fakten und zeigt Ihnen praktische Maßnahmen sowie konkrete Handlungsvorschläge, mit denen Sie z. B. neue Erwerbspotenziale erschließen können. So machen Sie Ihr Unternehmen demografie-fit für die Zukunft.

Für Fach- und Führungskräfte des Personalmanagements sowie Geschäftsführer kleiner und mittlerer Unternehmen

TERMINE UND ORT

12. – 14. Oktober 2011
Regionalstelle Düsseldorf

5. – 7. Dezember 2011
Regionalstelle Düsseldorf



DGFP

DEUTSCHE GESELLSCHAFT
FÜR PERSONALFÜHRUNG E.V.

Informieren Sie sich unter www.dgfp.de/akademie oder rufen Sie uns an: Fon 0211 5978-0
Unser Service- und Buchungscenter berät Sie gern.