



kernpunkt optimiert®

# Google+ für Unternehmen Neun Argumente

Fachartikel

Erstellt am 09. Dezember 2011

durch Matthias Steinforth

**Ihr Ansprechpartner:**

Matthias Steinforth

Telefon: 0221-56 95 76-202

E-Mail: [m.steinforth@kernpunkt.de](mailto:m.steinforth@kernpunkt.de)

## Google+ für Unternehmen Neun Argumente

Ihr Unternehmen twittert, Sie haben eine eigene Webseite, eventuell sogar ein eigenes Corporate Blog, Sie sind mit Ihrem Unternehmen auf Facebook vertreten und für Ihre Business-Kontakte und potenziellen Bewerber nutzen Sie XING oder LinkedIn. Diese Vielzahl von Kanälen muss gepflegt, redaktionell betreut und täglich überwacht werden.

Und plötzlich kommt Google mit einem eigenen Social Network daher und stellt Ihnen mit Google+ den nächsten Online-Kanal zur Verfügung. Alles nur ein Hype oder „the next big thing“? Wir nennen Ihnen neun Gründe, warum Google+ sich etablieren wird.

---

### SEO: Positive Auswirkungen auf die Suchmaschinenoptimierung

---

Bereits seit 2009 indiziert Google die Beiträge auf Twitter und nutzt diese Informationen um das Ranking innerhalb seiner Suchmaschine zu optimieren. Nach dem Panda-Update Mitte 2011 werden die Empfehlungen in sozialen Netzwerken noch stärker für das Ranking berücksichtigt. Mit dem Launch von Google+ verfügt Google nun über eine eigene Quelle zur Bewertung der inhaltlichen Relevanz auf Basis von Nutzerempfehlungen. Diese Informationen wird der Suchmaschinenriese in Zukunft sehr stark für die Personalisierung von Ergebnislisten nutzen.

---

### Google Suche: Hervorhebung von Markenseiten

---

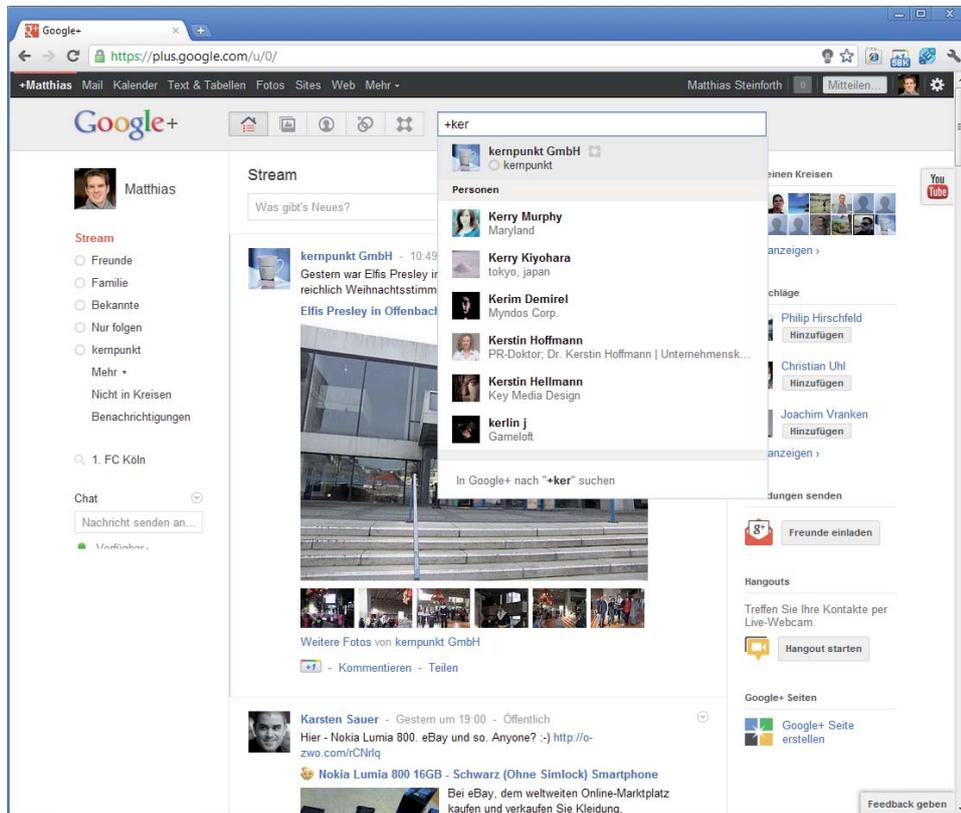
Seit der Einführung der Google+ Pages, also der Möglichkeit Unternehmen und Marken auf Google+ zu präsentieren, werden diese Inhalte auch in der Google Suche sukzessive hervorgehoben. Gibt der Nutzer in Zukunft einen Unternehmens- oder Markennamen in das Suchfeld bei Google ein, so wird der Eintrag einer entsprechenden Google+ Seite direkt mit Vorschaubild und Kurzzinformation dargestellt. Dieser Eintrag hebt sich deutlich von den sonstigen automatisch generierten Vorschlägen (Google Suggest) ab und führt den Nutzer schnell auf die entsprechende Seite auf Google+.

---

### Google Adwords: CPC kann gesenkt werden

---

Für Unternehmen, die bereits Google Adwords als Marketinginstrument nutzen, wird sich Google+ ebenfalls positiv auswirken: Durch die Integration der +1 Funktionen auf deren Webseiten wird der Qualitätsfaktor für Google Adwords verbessert und so die Auslieferung der Anzeigen optimiert sowie die Kosten pro Klick gesenkt.



Google-Suche: Hervorhebung von Markenseiten

Anzeigen und entsprechende Landing-Pages, die über den +1 Button Zuspruch durch die Nutzer erhalten, werden durch Google mit entsprechend höherer Qualität bewertet und sorgen somit für eine bessere Auslieferung auf den Suchergebnisseiten. Ein verbesserter Qualitätsfaktor sorgt wiederum für niedrigere Kosten pro Klick und rentiert sich für die werbetreibenden Unternehmen.

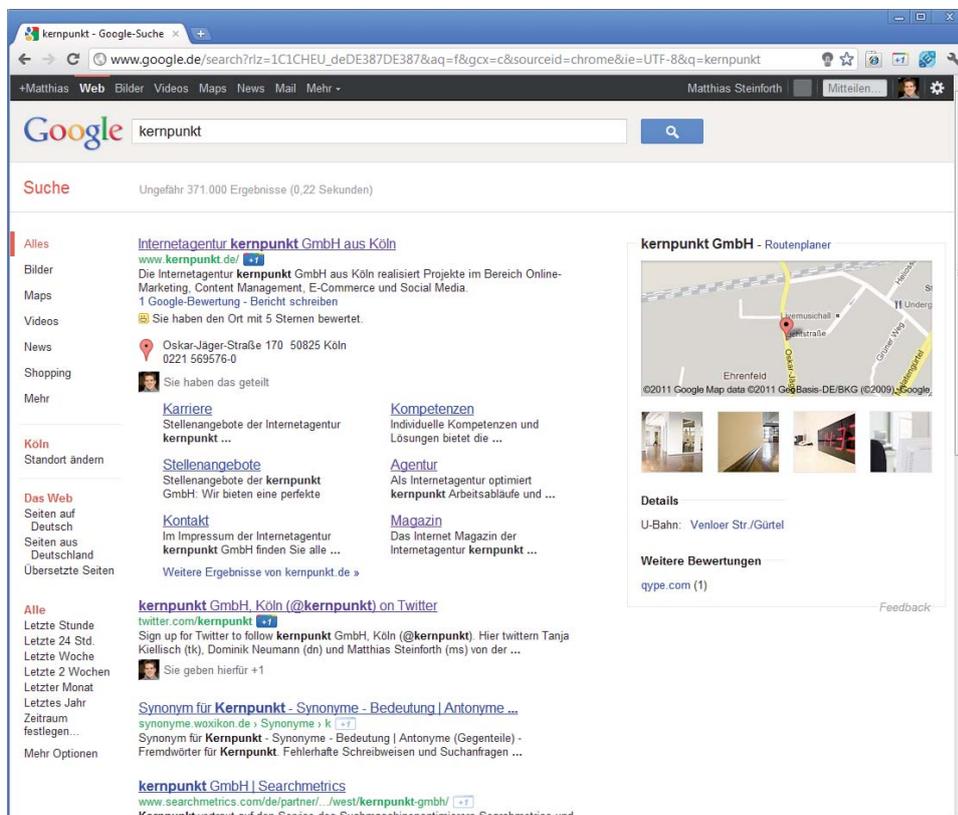
## Usability: Weniger ist mehr

Google+ konnte durch die Fehler von Facebook lernen und hat in puncto Benutzerführung ein schlankes, übersichtliches Konzept entwickelt. Die Bedienung und das Look & Feel von Google+ bildet in Zukunft die Basis von allen Google Angeboten – von der Suche bis zu Google Mail – und wurde von Andy Hertzfeld, einem ehemaligen Mitglied des ursprüng-

# kernpunkt optimiert®

lichen Apple-Entwicklungsteams und seit 2005 bei Google für das Design verantwortlich, grundlegend neu gestaltet.

Mit Google+ führt Google zudem seine wichtigsten Online-Services auf einer Oberfläche zusammen: Durch die Integration der schwarzen Toolbar im oberen Bereich aller Google Dienste, werden Mail, Youtube, Google Docs und Kalender sowie die Suche miteinander vernetzt. Die Aggregation der Inhalte erfolgt dann im Google+ Stream, dem Informationsstrom bei Googles sozialem Netzwerk.



Positive Auswirkungen auf die Suchmaschinenoptimierung

## Verifizierung der Google Pages

Durch die Möglichkeit der Verifizierung von Google Pages durch Google wird in Zukunft der Schutz von Markenseiten und Unternehmenspräsenzen auf Google+ möglich sein. So kann sichergestellt werden, dass der Missbrauch von Accounts auf Twitter verhindert wird.

Ob ein Wildwuchs der Markenseiten wie auf Facebook verhindert wird, bleibt abzuwarten, allerdings ist durch die enge wirtschaftliche Verknüpfung von Google über Google Adwords zu seinen Werbetreibenden sichergestellt, dass markenrechtliche Aspekte berücksichtigt werden können.

---

## Integration anderer Google-Dienste

---

Viele Unternehmen nutzen bereits andere Dienste von Google, um beispielsweise Videos auf YouTube zu veröffentlichen, Blogs auf Blogger zu betreiben oder Bilder auf Picasa bereitzustellen. Diese Dienste sind über Google+ nahtlos integriert oder werden in Zukunft durch das Social Network ersetzt.

Mit den Google Handouts bietet Google+ zudem eine interessante Plattform zur Kommunikation und Interaktion mit Kunden, Partnern oder Mitarbeitern. Die Handouts ermöglichen im Rahmen eines Desktop-Sharings die Präsentation von Inhalten und Anwendungen aber auch das gemeinsame Arbeiten an Dokumenten, Notizen oder so genannten Sketchpads zum Brainstorming. Durch die Integration von Video-Livestreams werden Handouts zu interaktiven Produktpräsentationen und somit zu einer interessanten Alternative zu bekannten Lösungen wie Teamviewer oder Webex.

---

## Integration in Android und Chrome

---

Mittlerweile hat sich Googles Betriebssystem für mobile Endgeräte zum Marktführer entwickelt und Apple iOS vom Thron verdrängt: Durch die Möglichkeit einer tiefgehenden Integration, beispielsweise der +1 Funktion in Apps oder Bestandteile des Betriebssystems wird Google seinem sozialen Netzwerk weiteren Rückenwind verschaffen können.

So kann Google eine enorme mobile Zielgruppe adressieren: Laut eigenen Angaben werden täglich über eine halbe Millionen Endgeräte mit dem Google Betriebssystem aktiviert.

„Google kann eine enorme mobile Zielgruppe adressieren.“

Auch Googles Browser kann seit seiner Veröffentlichung 2008 stetig neue Marktanteile gewinnen und so die Nutzung von Google+ fördern. Es gibt bereits Apps für Chrome, welche die +1 Funktion in den Browser integrieren oder das Teilen von Inhalten über den Google+ Stream ermöglichen.

kernpunkt optimiert®



Verifizierte Seite

## Riesiges Nutzerpotenzial dank Google Mail

Insgesamt verfügt Google insbesondere mit seinen rund 200 Millionen Google Mail Nutzern über ein enormes Potenzial für das neue Social Network. Dank direktem Zugriff auf die Adressbücher der bereits im Netzwerk aktiven Google Mail-Nutzer und der Möglichkeit, Inhalte auch mit Personen außerhalb von Google+ zu teilen, wird Google dieses Potenzial sicherlich zeitnah aktivieren können.

## Werbekampagne zur Markteinführung

Letztendlich muss bedacht werden, dass Google+ erst Mitte 2011 gestartet ist und seither bereits über 40 Millionen Nutzer gewinnen konnte. Durch den Ausbau der Funktionen und die neuen Möglichkeiten der Präsenz für Marken und Unternehmen wird sich die Zahl der Nutzer in den kommenden Monaten vervielfachen. Zudem verfügt Google mit seinem



Werbenetzwerk und gefüllten Kriegskassen über ein enormes Potenzial, um Google+ in den Markt zu bringen. Schaut man sich die zurückliegenden Werbekampagnen für Googles Browser Chrome oder die Suche an, so kann davon ausgegangen werden, dass in 2012 eine entsprechende Werbekampagne dem sozialen Netzwerk weiteren Auftrieb geben wird.

---

**Fazit: Google+ wird sich durchsetzen, koste es was es wolle**

---

Das Management von Google hat aus seinen Fehlern gelernt und die Notwendigkeit eines eigenen sozialen Netzwerkes erkannt. Daher wird man in Mountain View alles daran setzen nach den Flops von Google Buzz und Google Wave mit Google+ erfolgreich zu sein. Letztendlich wird es auf einen harten Wettbewerb zwischen Facebook und Google hinauslaufen.

Für Unternehmen und Marketingverantwortliche bietet Google+ aktuell ein spannendes Umfeld mit großem Potenzial, um Zielgruppen zu erreichen. Dank der tiefgehenden Integration in Googles Suche und die Auswirkungen auf die Suchmaschinenoptimierung wird sich Google+ sehr schnell durchsetzen und trotz aktuell noch überschaubarer Nutzerzahlen eine wichtige Kommunikationsplattform werden.

## Über den Autor:

► Matthias Steinforth ist Geschäftsführer der kernpunkt GmbH und für die Bereiche Marketing und Vertrieb zuständig. Er beschäftigt sich seit mehreren Jahren mit den Themen digitale Markenführung, Content Management, Online-Marketing und Webdesign. Er berät im Rahmen von Online-Projekten unter anderem die Wirtgen Group, das Phantasialand, die RheinEnergie AG und die Universität zu Köln.

