

Die Google-Suche ist tot. Ganz sicher.

Hat Google gegen Facebook eine realistische Chance oder wird das Social Network den Suchmaschinen-Giganten bezwingen? Eine hochsommerliche Betrachtung unter Berücksichtigung prognostischer Parallelen der Fußballweltmeisterschaft.

Googles [Suchmaschine](#) hat keine Zukunft mehr, sie ist praktisch schon tot und jeder weiß es. Denn **Facebook wird Google platt machen**. Facebook ist der neue Stern am Himmel und [Social Search](#) die Wachablösung für Googles Algorithmen. Wie konnte man auch nur auf die Idee kommen, alle Seiten im Internet indizieren zu wollen, sie nach einer kalt berechnenden Logik mit einem Zahlenwert zu versehen und auf Anfrage in seitenlangen Listen auszuwerfen, von denen die User das Meiste ohnehin nicht gebrauchen konnten.

Damit ist jetzt endlich Schluss, denn Facebook kann es besser. Bei Facebook interessiert man sich nicht für das Internet in seiner ganzen Breite und Tiefe und auch nicht für Faktenwissen: Man konzentriert sich vielmehr darauf, was unsere Freunde und die **Freunde unsere Freunde** gut finden. Social Search greift nur auf Material zurück, was irgendjemand, den Facebook kennt, schon mal besucht und für gut befunden hat. Noch sind das ganz überwiegend die netzwerkeigenen Profilseiten, Anwendungen und Gruppen. Aber über den Open Graph sind schon die ersten externen Webseiten eingebunden und können so als Suchergebnisse angezeigt werden.

Hat Google dagegen eine Chance? Natürlich nicht. Denn Facebook hat schon 500 Millionen User und täglich werden es mehr. Geradezu lächerlich muten da die Bemühungen von Google an, wenigstens einen Hauch von "Social" über seinen Page Rank zu streifen. **Social Search made by Google?** Das gibt es, wie ein [Blogpost](#) auf dem Official Google Blog vom Januar diesen Jahres belegt. Nur gesehen oder gehört hat man seitdem nicht mehr viel davon. Facebook dagegen ist in aller Munde und das reicht doch, oder?

Es muss! Denn was mich immer noch etwas irritiert, ist die Erinnerung an letztes Jahr, als Google auch schon mal abgeschrieben wurde, weil alle Experten das [Real Time Web](#) und damit die "**Real Time Search**" für das nächste große Ding hielten. Google konnte da bekanntlich überhaupt nicht mithalten, weil die Suchtreffer seiner Suchmaschine nicht aktuell genug waren und die neuesten Tweets nicht anzeigen konnten. Wo die doch so wichtig sind!

Und noch ein Jahr früher hielt man große Stücke auf das Semantische Web und war sich ganz sicher, dass Google hier keinen Stich machen würde, weil sein Index nur auf Verlinkungen basierte, während die **semantische Suche** die wirkliche Bedeutung von Wörtern und Texten erfassen können würde. Gut, das mit dem Semantic Web wurde dann nichts und Google bekam nochmal eine Gnadenfrist.

Diese Gnadenfrist hat Google bekanntlich dazu genutzt, Google Wave und Google Buzz zu entwickeln. Ist es nicht ein bisschen wie der Sturmloch von Uruguay im Fußballspiel gegen Holland, als kurz vor Schlusspfiff noch das 2:3 fiel? Letztlich aber hatte Uruguay doch keine Chance und so wird es auch mit Google sein. Ganz bestimmt!

Denn jetzt, bei der Social Search, geht es nicht um vage Ideen oder kleine Startups. **Jetzt steht Facebook dahinter und mit ihm Mark Zuckerberg.** Gegen den ist bekanntlich kein Kraut gewachsen, das musste schon Verbraucherschutzministerin [Ilse Aigner](#) feststellen. Der zieht das durch. Eiskalt, so wie die Holländer.

Gut. Facebook ist zwar nicht Orange sondern Blau. Aber sonst stimmen die Parallelen eigentlich ziemlich gut. Einzig vielleicht, dass im Weltmeisterschafts-Endspiel Holland gegen Deutschland als Kombination möglich ist. Was dann? Gewinnt am Ende doch noch Google gegen Facebook? Nicht auszudenken...

Gefunden im [Carta-Blog](#)