

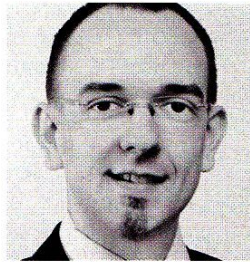
»GOOGLE IST MEHR ALS EINE SUCHMASCHINE«

HERR ARNOLD, WARUM IST GOOGLE FÜR MITTELSTÄNDISCHE UNTERNEHMEN INTERESSANT? Google ist mehr als eine Suchmaschine. Dieses Unternehmen bietet eine ganze Reihe von Produkten wie etwa den Google-Übersetzer, wobei es nicht nur darum geht, online zu werben. Für kleine und mittlere Unternehmen ist das besonders interessant, weil die meisten dieser Produkte kostenlos zur Verfügung gestellt werden.

WELCHE BRANCHEN HABEN SIE IN DER STUDIE BEFRAGT? Es war für uns als Wissenschaftler überraschend zu sehen, dass nicht nur – wie man annehmen könnte – internetaffine junge Unternehmen mit neuen Geschäftsmodellen teilnahmen, sondern alle Branchen. Darunter ein Anteil von 49,1 Prozent an Firmen, die länger als zehn Jahre am Markt sind, also man könnte fast sagen Traditionsunternehmen. Insofern ist Google in der Mitte der Wirtschaft angekommen.

WELCHE GOOGLE-DIENSTE WERDEN VON UNTERNEHMEN BEVORZUGT GENUTZT? Das kommt auf das Unternehmen und die Branche an. Wir haben zunächst festgestellt, dass die Unternehmen im Schnitt 4,4 Produkte nutzen. Keinesfalls ist es so, dass Unternehmen nur ein Produkt nutzen, sondern meistens ein Produktpaket. Das heißt, es werden mehrere Werkzeuge strategisch eingesetzt. Und über ein Viertel setzen sogar sechs oder mehr Produkte ein.

WELCHE BRANCHE NUTZT WELCHES PRODUKT? Wir haben branchenspezifische Muster gefunden. Beispielsweise der Einsatz des Google-Übersetzers, dessen Bedeutung für die Unternehmen wir am Anfang unterschätzt hatten. Es hat sich aber herausgestellt, dass das tatsächlich eines der beliebtesten Produkte ist – insbesondere für



NACHGEFRAGT BEI ...

RENÉ C. G. ARNOLD, Projektleiter der IW-Studie Faktor Google, die Google Germany bei IW Consult am Institut für Wirtschaft in Köln in Auftrag gegeben hat

den Maschinenbau, der ja sehr stark exportorientiert ist. Ideal, um mit ausländischen Geschäftspartnern sehr schnell und einfach zu kommunizieren.

WIE SIEHT ES MIT ANDEREN BRANCHEN AUS? Im Baugewerbe wird viel mit Google Earth gearbeitet. Damit können Unternehmen bereits in der Planungsphase Grundstücke ansehen und prüfen, wie die Sonne einfällt.

WELCHE AUSWIRKUNGEN HAT GOOGLE-WERBUNG AUF DEN UMSATZ EINES UNTERNEHMENS? Für jeden in Google-Werbung inves-

tierten Euro kann man durchschnittlich zwölf Euro an Umsatz hinzugewinnen – bezogen auf den Gesamtumsatz. Auf den Online-Umsatz entfallen acht Euro, während die Offline-Geschäfte mit einem Anteil von vier Euro davon profitieren. Insbesondere die indirekte Wirkung auf das Offline-Geschäft kann man am Reisebüro gut illustrieren. Dort informieren sich Kunden vorab online und gehen aber nach wie vor gerne ins Reisebüro um die Ecke, um zu buchen.

WAS IST DAS BESONDERE AN IHRER STUDIE? Wir konnten das erste Mal für Deutschland langfristige Effekte von Online-Werbung zeigen, während andere Studien meistens nur kurzfristige Effekte zeigen.

WIE WIRKT GOOGLE-WERBUNG IM VERGLEICH ZU HERKÖMLICHER WERBUNG? Durchschnittlich 28 Prozent der Unternehmen konnten ihre Märkte damit erweitern, also neue Märkte erschließen, und 72 Prozent konnten auf bestehenden Märkten neue Kunden gewinnen. Der eigentliche Knackpunkt aber ist, dass man mit Suchmaschinenwerbung deutlich weniger Streuverluste hat. Das macht die Sache natürlich attraktiv.

WOHIN WIRD SICH GOOGLE-MARKETING ZUKÜNFTIG WEITERENTWICKELN? Wir können aufgrund der Daten von unserer Studie einen eindeutigen Trend sehen, dass sich die Werbebudgets immer mehr Richtung online verlagern. Außerdem verschmelzen die Endgeräte zunehmend. Das bedeutet, dass die Werbung letzten Endes auch dem Kunden folgen muss. Wenn der sich immer mehr ins Internet bewegt, ist natürlich auch die Werbung zunehmend onlineaffiner.

Die Fragen stellte Heike Gläser



NACHRICHTEN
Im Auftrag der *Etherit AG* hat die Online-Agentur *das Medien-Kombinat GmbH* das Online-Portal

schoener-energiesparen.de realisiert. Das Portal bietet Informationen zu Energieeffizienz und Kosteneinsparungen, zu Fragen der Energieeffizienz und Kosteneinsparungen, zu Systemlösungen bei Neubauten oder Sanierungen von Häusern. Unter der Geschäftsführung von *Tim Neugebauer* (Foto) hat sich die Online-Agentur mit Sitz in Potsdam und Chemnitz auf die Implementierung und technische Weiterentwicklung von Open-Source-basierten Content Management-, Dokumentationsmanagement- und Web-Systemen spezialisiert.

Das Berliner Lifestyle-Magazin *Pasha* hält sich seit zwei Jahren am Berliner Medienmarkt. Chefredakteur *Ayhan Aydin* ist es gelungen, mit seinem kostenlosen Hochglanzmagazin seine Nische zu finden. Die Auflage liegt nach eigenen Angaben konstant bei 10 000 Heften. Das monatlich erscheinende Magazin versteht sich als multikulturelle Schnittstelle, das Berliner jerglicher Herkunft mit Ethnothemen anzusprechen versucht.



Detlef Roßmann (Foto) ist seit vielen Jahren Vorsitzender der *AG Kino – Gilde deutscher Filmkunsttheater e.V.* in

Berlin und Präsident des Internationalen Verbandes der Filmkunsttheater (CICAE). In dieser Funktion setzt er sich für die Belange der Arthouse-Kinos ein und kümmert sich auch um die internationale Kinopolitik. Im Oktober wurde er für seine Verdienste im Namen des französischen Kulturministers zum *Ritter für Kunst und Literatur* ernannt. Die Ehrung wurde ihm in der französischen Botschaft am Pariser Platz verliehen.

Das Beraterportal *experto.de* vom Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG wurde einem Relaunch unterzogen. Die Online-Plattform bietet über 30 000 Expertenartikel zu alltäglichen Fragen sowie beruflichen Anliegen aus allen Branchen und Themengebieten. Als Autor kann grundsätzlich jeder mitmachen, der sein Fachwissen im Internet publizieren will. Eine Schlussredaktion überprüft vor der Veröffentlichung die Qualität der Beiträge.

WO DIE MEISTEN EU-HAUSHALTE ... 2011 ausschließlich einen Mobiltelefonanschluss haben*

1 Tschechische Republik	81
2 Finnland	78
3 Slowakei	59
4 Litauen	58
5 Lettland	51
6 Polen	49
7 Estland	48
8 Rumänien	47
9 Österreich	47
10 Ungarn	47
23 Deutschland	12

* Angaben in Prozent.
Quelle: Europäische Kommission