

Blicke hinter die Kulissen von Google

> Marketing-Club Ortenau/Offenburg



Fotos: Marketing-Club Schwarzwald-Baar, Marketing-Club Ortenau/Offenburg

Dank für einen Einblick in die Google-Welt: Referentin Karin Müller mit Lothar Nadler, Präsident des Marketing-Clubs

Karin Müller, Industry Manager von Google Deutschland und dort in der Hamburger Zentrale verantwortlich tätig im Bereich Medien und Entertainment, referierte im Oktober auf Einladung des Marketing-Clubs Ortenau/Offenburg vor vollem Haus im Hubert Burda Media Tower in Offenburg. „Customer first“, so lautet die Devise des 1998 gestarteten Unternehmens, das mittlerweile mit 20.000 Mitarbeitern weltweit einen Umsatz in mehrfacher Milliardenhöhe generiert.

Auch Google war einmal eine Garagen-gründung. Mit einfachsten Mitteln und einer großen Portion Phantasie kreierten die beiden Gründungsväter im jugendlichen Alter als Forschungsprojekt diese Suchmaschine, die es mittlerweile in den Olymp der IT-Branche geschafft hat. Wieder ging ein amerikanischer Tellerwäschertraum in Erfüllung: Ohne Google läuft heute kaum mehr etwas, wenn es um die Beantwortung alltäglicher, aber auch exotischer Fragestellungen geht. Das Unternehmen organisiert die Informationen der Welt und macht sie nutzbar, auf dem PC ebenso wie mittlerweile auch auf dem Handy. Gerade letzteres ist in Afrika ein außerordentlich boomender Bereich, denn die Menschen dort sind mit Festnetzcomputern fast gar nicht, mit Handys aber sehr wohl versehen. Ehrlich outete sich Karin Müller für ihr Unternehmen als Vertreterin der Maxi-

me: Lieber schnell als perfekt! Man will relevant sein, will dem Kunden bei seiner Suche sofort eine brauchbare Auskunft geben. Eben: Consumer first! Das Kundenverhalten beim Suchen hat sich verändert. Gab man 2006 noch ein einziges Wort in die Suchmaske ein, so sind es heute durchschnittlich zwei bis drei Wörter. Die Anfragen werden spezifischer und zunehmend konkret, das bedeutet für Google natürlich, entsprechende Datenmengen neu zu filtern.

Gleichzeitig muss man gegen die Suchmaschinenoptimierer angehen, die mit manchmal nicht ganz legalen Tricks versprechen, Websites in den Suchergebnissen nach oben zu puschen. Aber Ranking ist nicht buchbar und Google hat erfolgreiche Abwehrstrategien entwickelt. Das Know-how ist da: 50 Prozent der Mitarbeiter sind IT-Ingenieure. Und die Innovationskraft im Unternehmen ist groß. 20 Prozent der Arbeitszeit dürfen Mitarbeiter für eigene Projekte nutzen – kein Wunder, dass hier neue Entwicklungen an der Tagesordnung sind.

Nach einem Überblick über weitere Google-Angebote wie igoogle (personalisierte Suchmaske) oder insights for search (Themen der Nutzer) stellte Karin Müller noch die Videosuchmaschine YouTube vor, mittlerweile eine der größten Websites der Welt – und inzwischen auch ein Google-Unternehmen.