

Google umwirbt Autohändler

Lokal begrenzte Anzeigen sollen Umsatz der Suchmaschine steigern

Koblenz. Der Suchmaschinen-Anbieter Google wirbt offensiv um Autohäuser als Anzeigenkunden. Bei einer Branchenveranstaltung in Koblenz präsentierte Kristian Schneider, zuständig für die Mittelstandsentwicklung in Googles Automobil-Bereich, vor rund 100 Händlern verschiedene Möglichkeiten des Suchmaschinen-Marketings. „Ziel von Google ist es, dass Sie möglichst viel Geld bei uns ausgeben“, eröffnete Schneider den Händlern. Dieses Ziel könne Google nur erreichen, wenn Händler über die Suchmaschine auch möglichst viele Fahrzeuge verkaufen.

„Wir können den Nutzer für Sie in jedem Stadium seiner Kaufentscheidung und auch nach dem Kauf im Aftersales-Geschäft erreichen“, versprach Schneider den Zuhörern. Zudem sei für die Händler genau nachvollziehbar,

wie hoch die Werbekosten pro verkauftes Fahrzeug bei Google sind. Denn die Gebühren werden für die Klicks der Nutzer auf eine Anzeige erhoben.

Laut Google haben Suchbegriffe mit Bezug zum Automobil im Jahr 2006 um 47 Prozent und im vergangenen Jahr um weitere 28 Prozent zugenommen. Die Händler will Google nun dazu bewegen, dieses

Potenzial durch lokal begrenzte Anzeigen zu nutzen. Damit wird eine Anzeige beispielsweise nur den Nutzern gezeigt, die ein spezielles Modell in ihrer Stadt suchen. Der Nutzer gelangt dann direkt auf die entsprechende Internetseite des Händlers. „Lokale Anzeigen sind der kommende Wachstumsmotor bei Google“, sagte Schneider.

Matthias Karpstein



FOTO: C. PAPSCH

Google-Mitarbeiter:

Deutsche Autohändler werden von einem Team des Suchmaschinen-Riesen in der europäischen Zentrale in Dublin betreut.