

Einfache Bedienung und große Reichweite - Mit Google Buchsuche verbessert der Hueber Verlag die Bekanntheit und Auffindbarkeit seiner Bücher



„Von der Google Buchsuche versprechen wir uns, unsere Bücher einem breiterem Publikum bekannt zu machen und davon profitiert natürlich auch der stationäre Handel.“

Sylvia Tobias
Marketingleiterin bei Hueber

Hueber Freude an Sprachen

ALLES ÜBER GOOGLE BUCHSUCHE

Google Buchsuche ermöglicht es Verlagen, für ihre Bücher in Google zu werben. Google durchsucht den vollständigen Text der Bücher teilnehmender Verlage, damit Google-Nutzern Bücher angezeigt werden, deren Titel den Themen entsprechen, nach denen sie suchen. Wenn Nutzer auf ein Buchsuchergebnis klicken, gelangen sie zu einer von Google gehosteten Webseite, die eine gescannte Darstellung der relevanten Seite aus dem Buch anzeigt. Jede Seite enthält außerdem mehrere Links "Dieses Buch kaufen", über die Nutzer das Buch über Online-Händler erwerben können. Nutzern werden auf diesen Seiten möglicherweise auch kontextabhängige Google AdWords-Anzeigen angezeigt. Verlage erhalten einen Anteil des Umsatzes, der aus den in ihrem Content erscheinenden Anzeigen generiert wird.

Weitere Informationen erhalten Sie unter <http://books.google.de>

Der Hueber Verlag

Mit einem Gesamtkatalog von mehr als 4000 aktiven Titeln gehört der Hueber Verlag zu den führenden deutschen Fremdsprachenverlagen für Lehr- und Unterrichtsmaterialien in Schule, Hochschule und Beruf sowie in der Erwachsenen- und Weiterbildung.

Im Bereich Deutsch als Fremdsprache ist Hueber der führende Fachverlag weltweit. Seit gut zehn Jahren bietet der Hueber Verlag zudem im Selbstlernbereich ein medial breit gefächertes Angebot (Printmaterial, Audio- und Videokurse, CD-ROMs, Onlinekurse) für rund 30 Fremdsprachen an.

Der im Jahr 1921 gegründete Verlag setzt auf innovative Produkte, hohe Qualität sowie einen ausgeprägten Kundenservice. Das mittelständische Familienunternehmen, das in dritter Generation von Michaela Hueber geleitet wird, beschäftigt europaweit 155 Mitarbeiter, davon 40 in der eigenen Verlagsauslieferung.

Herausforderung

Der Hueber Verlag nutzt ein unterschiedliches Marketing-Instrumentarium, das zielgruppengerecht auf seine verschiedenen Kunden-Segmente zugeschnitten ist. Bei der Vermarktung der institutionellen Lern- und Unterrichtsmaterialien für die Erwachsenenbildung, Schulen und Universitäten setzt das Unternehmen in erster Linie auf Kundennähe und Vor-Ort-Service. Hier liegt der Schwerpunkt laut Vertriebs- und Marketingleiterin Sylvia Tobias besonders auf dem Außendienst. „Unsere geschulten Außendienstmitarbeiter beraten unsere Kunden - die Pädagogen in den Schulen, Universitäten und anderen Bildungseinrichtungen - direkt vor Ort und ermöglichen so eine gezielte und umfassende Fachbetreuung und persönliche Beratung.“

„Grundsätzlich haben wir auf der ganzen Linie sehr positive Erfahrungen gemacht, sowohl der Umsatz als auch der Traffic auf unserer Webpage konnten gesteigert werden.“

Neben der persönlichen Beratung durch die Außendienstmitarbeiter und zahlreiche Workshops, Seminare und Schulungen setzt der Hueber Verlag zudem ganz besonders auf Online-Marketing, das seit langem ein fester, voll integrierter Bestandteil sämtlicher Vermarktungs-Aktivitäten des Hueber Verlags ist, wie Sylvia Tobias betont: „E-Marketing spielt bei uns schon seit Ewigkeiten eine zentrale Rolle“. So zählen neben klassischen Printmailings in erster Linie E-Mailings, Website-Pflege und Newsletter zu den bevorzugten Mitteln der Kundenbindung.

Ganz besonders im Bereich „Autonomes Lernen“, in dem Hueber seit zehn Jahren Bücher für autodidaktisches Lernen anbietet, kommt dem Online-Marketing eine herausgehobene Bedeutung zu. Hier war es das Hauptanliegen des Fremdsprachenverlages, durch die Teilnahme an der Google Buchsuche sowohl die Bekanntheit als auch die Auffindbarkeit der bei Hueber gelisteten Titel zu erhöhen. Die Google Buchsuche (<http://books.google.de>) war die ideale Methode, die Sichtbarkeit der Buchtitel zu verbessern und zusätzliche

„Google Buchsuche hat sich als äußerst zufriedenstellendes Marketing-Instrument erwiesen, das wir nicht isoliert einsetzen, sondern als integrativen Bestandteil unserer gesamten Marketing-Aktivitäten sehen.“

Sylvia Tobias
Marketingleiterin bei Hueber

Besucher auf die Website zu bringen. „Von der Google Buchsuche versprechen wir uns, unsere Bücher einem breiterem Publikum bekannt zu machen und davon profitiert natürlich auch der stationäre Handel“, so Sylvia Tobias.

Lösung

Im Sommer 2005 lernte Sylvia Tobias den Google-Buchsuche-Direktor Jens Redmer auf den Buchhändlertagen in Berlin kennen und wurde so auf die Google Buchsuche aufmerksam. Ein ausführliches Gespräch führte dazu, dass die Marketing- und Vertriebs-Chefin des Hueber Verlages im Verlagsprogramm der Google Buchsuche rasch ein vielversprechendes Marketing Add-On erkannte.

Durch die Google Buchsuche, so hoffte Sylvia Tobias, sollte neben der Bekanntheit vor allen Dingen auch die Auffindbarkeit der Bücher verbessert werden. Und tatsächlich: Zusätzlich zur Verkaufsförderung erhöhte die Google Buchsuche auch den Traffic auf der Internetseite des Fremdsprachenverlages sowie den Absatz spürbar, wobei Sylvia Tobias betont, dass dies keineswegs im Vordergrund stand. „Primäres Ziel bei der Entscheidung für die Teilnahme an der Google Buchsuche war die Bekanntheit und Findbarkeit unserer Titel zu verbessern und zu erhöhen – ganz besonders im Bereich autonomes Lernen war die Google Buchsuche hierfür das absolut perfekte Instrument!“

Der Hueber Verlag verfügt über mehr als 4.000 aktive Titel, wobei das Angebot an Eigenentwicklung kontinuierlich durch Produkte der Partnerverlage, wie z.B. MACMILLAN, Thomson und Express Publishing, ergänzt wird. Während bereits ein großer Teil der bei Hueber gelisteten Titel bei der Google Buchsuche eingestellt ist, plant Sylvia Tobias, in Zukunft alle aktiven Titel für die Google Buchsuche verfügbar zu machen.

Nach den ersten anderthalb Jahren, die der Hueber Verlag die Google Buchsuche nun einsetzt, zieht Sylvia Tobias eine durchweg positive Bilanz: „Grundsätzlich haben wir auf der ganzen Linie sehr positive Erfahrungen gemacht, sowohl der Umsatz als auch der Traffic auf unserer Webpage konnten gesteigert werden.“ Besonders im Bereich autodidaktisches Lernen, auf dem das Hauptaugenmerk des Verlages lag, konnte die Bekanntheit der gelisteten Bücher deutlich erhöht und ein zweistelliges Umsatzwachstum erreicht werden.

„Google Buchsuche hat sich als äußerst zufriedenstellendes Marketing-Instrument erwiesen, das wir nicht isoliert einsetzen, sondern als integrativen Bestandteil unserer gesamten Marketing-Aktivitäten sehen. Als hocheffektives Marketing-Add-On hat sich die Google Buchsuche für uns definitiv bewährt!“ Besonders betont Sylvia Tobias in diesem Zusammenhang die auch für die Verlagsbranche ständig wachsende Bedeutung des Internets: „Durch die steigende Tendenz zur Internetnutzung werden Online-Marketing-Aktivitäten immer bedeutsamer und sind auch aus der Buchbranche nicht mehr wegzudenken.“

Außerdem lobt die Marketing-Expertin des Hueber Verlages das einfache Prozedere: „Wir haben einfach nur die Bücher an Google geschickt und brauchten uns um nichts weiter zu kümmern. Das hat uns weder Arbeit noch Zeit gekostet! Große Verbreitung und einfache Bedienung – wir werden mit Sicherheit auch in Zukunft alle unsere wichtigen Titel bei Google einstellen!“

