



» IM GESPRÄCH MIT SEARCHMETRICS

Interview mit Marcus Tober und Dr. Horst Joepen, Searchmetrics GmbH
Die Searchmetrics GmbH in Berlin bietet mit ihrer Suite eines der umfangreichsten SEO-Tools an. Das Unternehmen mit mittlerweile fast 70 Mitarbeitern ist in nur fünf Jahren aus der Idee einer Diplomarbeit heraus entstanden und ein Ende des Wachstums ist noch nicht abzusehen. Grund genug für Website Boosting, mit dem Gründer und dem CEO von Searchmetrics über die Geheimnisse dieses besonderen Erfolges zu sprechen.

Das Interview führte Mario Fischer



Website Boosting: Der Name Marcus Tober ist in der SEO-Szene mittlerweile ein fester Begriff. Wie ist bei Dir damals überhaupt die Idee entstanden, ein Unternehmen für SEO Software zu gründen?

Marcus Tober: Die Idee für ein integriertes SEO-Tool hatte ich schon ziemlich lange. Einzelne SEO Tools habe ich auch in meiner Diplomarbeit behandelt. Aus dieser ist die Tool-Sammlung linkvendor.com hervorgegangen. Und dann stellte sich für mich die Frage, wie ich weiter machen kann. Obwohl ich mich schon seit dem Jahr 2001 mit dem Thema beschäftigte und für mich klar war, das das mein Steckenpferd ist, habe ich erst 2005 mit SEO Solutions den Weg in die Selbständigkeit gewagt.

Jedes Start-up erlebt Höhen und Tiefen. Auf welche Probleme und Schwierigkeiten bist Du bei der Gründung und in der Startphase gestoßen?

Marcus Tober: Bei der Gründung haben wir vom Inkubator-Konzept von Holtzbrinck profitiert, die als Seed Investor das Geld für die Searchmetrics GmbH und die Grundlage für unsere Organisation gegeben haben – das passte, da ich mich lieber auf's Entwickeln konzentrieren wollte und nicht auf Verträge und Vertrieb. Aber beim Wachstum von einigen wenigen Mitarbeitern auf in zwischen fast 70 kann man nicht nur viel mehr und schneller entwickeln, sondern es fällt auch immer eine Menge an Koordinierungsaufwand, Administration und vieles andere an. Und natürlich muss sich auch das Geschäft planmäßig entwickeln, damit man den ganzen Aufwand bezahlen kann. Die Steigerung der Verfügbarkeit, der Datenqualität und die Skalierung des Systems für die immer größer werdenden Datenmengen und Nutzerzahlen sind weitere Herausforderungen. Daneben stehen natürlich die Suchmaschinen nicht still und konfrontieren uns regelmäßig mit Änderungen, auf die wir schnell reagieren müssen.



STECKBRIEF MARCUS TOBER, GESCHÄFTSFÜHRER UND CTO

Marcus Tober hat Mediendesign und Informatik studiert und sich bereits während seines Studiums intensiv mit Suchmaschinenoptimierung auseinandergesetzt. Er ist heute einer der führenden deutschen SEO Spezialisten. Aus seiner Diplomarbeit ist die bekannte Plattform für SEO Tools linkvendor.com hervorgegangen. Nach einer Tätigkeit für idealo hat die große Nachfrage nach einer integrierten SEO Softwarelösung schließlich zur Gründung der Searchmetrics GmbH gemeinsam mit Holtzbrinck eLab geführt. Neben seinen SEO Aktivitäten hat Tober vielfältige Webprojekte, wie zum Beispiel grusskartenfreunde.de, erfolgreich aufgebaut. Tober verantwortet bei Searchmetrics die Bereiche Produktentwicklung und SEO Consulting.

In den USA gibt es ja schon seit Langem SEO-Software. Was hat Dir denn den Mut gegeben, eine speziell deutsche SEO-Software für den deutschsprachigen Markt zu entwickeln? Was wolltest Du besser bzw. anders machen?

Marcus Tober: Die US Tools waren bis vor kurzem immer nur „Punktlösungen“ – viele davon auch als Freeware oder für 99\$ im Monat. Das gab es in Deutschland auch schon lange. Warum also nicht einen Schritt weiter gehen und das ganze integrieren und für professionelle Anwender und Unternehmen anbieten? Dass der Markt da war, wusste ich ja bereits durch das große Interesse an Linkvendor. Und auch das Interesse an SEO im Allgemeinen stieg immer weiter. Und nach uns haben ja auch andere die Idee aufgenommen, so dass es inzwischen einen gesunden Wettbewerb gibt – und den gibt es bekanntlich nur, wo auch ein Markt ist.

Welche Technologie und Entwicklung steckt hinter der Searchmetrics Suite? Marcus, vielleicht kannst Du unseren Lesern da einen kleinen Einblick geben?



STECKBRIEF DR. HORST JOEPEN, GESCHÄFTSFÜHRER UND CEO

Horst Joepen ist ein erfolgreicher Softwareunternehmer, der Erfahrung aus unterschiedlichen IT und Softwarebereichen in Searchmetrics einbringt. Vor seinem Eintritt in die Geschäftsführung von Searchmetrics hat er mit der Webwasher AG ein IT Security Software Unternehmen erfolgreich aufgebaut und an ein US Unternehmen verkauft. In 2007 hat Joepen als Geschäftsführer der Saarbrücker Xtramind ein Unternehmen mit einem CRM-Softwareprodukt neu ausgerichtet und in die Karlsruher living-e AG eingebracht. Dr. Joepen war davor langjähriger IT Manager bei Siemens und begann seine Karriere bei Nixdorf Computer. Er ist Mitglied des Verwaltungsrats der Schweizer E2E Technologies, einem Unternehmen mit einem innovativen SOA/ERP Produkt.

Herr Joepen, wie ist das Unternehmen heute aufgestellt und wie soll es denn strategisch weiter gehen mit der Searchmetrics GmbH?

Horst Joepen: Es ist unglaublich, wie schnell wir gewachsen sind. Seit

Mitte des Jahres haben wir unser Geschäft auch international ausgeweitet. In USA und Großbritannien kümmern sich 4 neue Mitarbeiter um den Vertrieb unserer Produkte. Dafür gehen wir auch regelmäßig auf Search Marketing Konferenzen wie die SES und die SMX als Aussteller und mit Konferenzbeiträgen.

Wir werden in der Zukunft personell nicht mehr ganz so stark weiterwachsen und uns auf den Ausbau unserer Partnerschaften mit Online-Agenturen konzentrieren. Das wird uns auch helfen, in weiteren Ländern Fuß zu fassen, die für ein eigenes Team als Markt zu klein sind. Wir werden auch weiter auf Qualität und führende Technologie setzen – der Aufwand für gute und umfassende SEO Software wird weiter steigen und wir wollen einer der wenigen Hersteller sein, die das verlässlich auch für große Agenturen und Unternehmen weltweit anbieten. Und ich bin sicher, dass sich Marcus und sein Entwicklerteam auch weiterhin die coolsten Features und Auswertungen einfallen lassen, mit denen wir weiter ganz vorne im Markt mitmischen und die den Suite Anwendern Traffic- und Umsatzpotenziale für Ihre Webseiten aufzeigen.

Worin unterscheidet sich Eure Suite denn heute im Kern von anderen SEO-Tools?

Horst Joepen: Der wichtigste Unterschied ist, dass wir als einziger Anbieter weltweit alle Phasen des SEO-Kreislaufs abdecken. Dazu gehört auch ein On-Page Check aller SEO relevanten Faktoren und ein gutes automatisiertes Reporting, nicht nur Keyword-Daten und Backlinks. Bei der Qualität der Keyword- und Backlink-Datenbank unterscheiden wir uns deutlich – hier nehmen es etliche Anbieter mit garantieren Update-Zyklen nicht so genau und es schlummern häufig veraltete Daten darin, die die Ergebnisse verzerren.

Vielen Dank für dieses Gespräch!

Marcus Tober: Es geht bei uns ja nicht nur um die Bestimmung von [SERPS*](#) Positionen für eine sehr große Menge von Keywords, sondern auch um das Crawlen von Webseiten für On-page SEO Checks der Seiten für unseren Audit Score und um das Crawlen von Linkstrukturen für den Aufbau und die Pflege unserer eigenen Backlinkdatenbank. Das Crawlen übernehmen unsere Server zentral aus einem Rechenzentrum. Für die Keyword-Datenbank unterhalten wir ein aufwändiges dezentrales Netzwerk von Agenten, die uns einen kontinuierlichen Strom von aktuellen Suchmaschinen-Abfragen zu-leiten.

Man kann sich sicher auch vorstellen, dass wir gute Kunden eines Storage Herstellers sind.