

SEO- und Marketing-Knowhow aus einer Hand: Malte Landwehr wird neuer Produkt Marketing Manager bei Searchmetrics

Renommierter SEO-, Social Media- und Marketing-Experte verstärkt ab sofort das deutsche Team / Neues Bindeglied zwischen Produktentwicklung und Marketing

Berlin, 16. Juli 2015 _ Ein Unternehmen ist immer so gut wie die Summe seiner Mitarbeiter. Wer ganz oben mitspielen will, braucht die Besten der Besten. Das weiß auch Searchmetrics, der weltweit führende Anbieter in Sachen Search- und Content-Optimierungs-Plattform, und holt sich mit Malte Landwehr einen renommierten SEO- und Marketing-Spezialisten ins deutsche Team.

Searchmetrics verschafft Kunden ad-hoc Zugriff auf die weltweit größte Datenbank im Search und Content-Bereich. Mit mehr als 250 Milliarden ständig aktualisierten Informationen zu Content, SEO, PPC, Social und Mobile sind alle relevanten Informationen für jede beliebige Domain weltweit per Mausklick analysierbar. Integraler Bestandteil der Research Cloud und verfügbar für alle Kunden der Searchmetrics Suite™ ist die neue Content Performance, eine branchenweite Revolution der Art und Weise, wie Unternehmen die Performance von Online-Inhalten im Wettbewerberumfeld bewerten und verstehen können.

Damit die weltweit über 100.000 Searchmetrics-User, darunter T-Mobile, eBay, Tripadvisor, Siemens und Symantec, auch weiterhin bestens auf aktuelle Daten, innovative Produkte und umfassende Beratung für die Erstellung ihrer maßgeschneiderten digitalen Marketingstrategie erhalten, setzt Searchmetrics künftig auf Malte Landwehr als neues Bindeglied zwischen Development und Marketing.

Der Informatiker hat seit 2003 verschiedene Internetportale, Communities und Blog aufgebaut, sowie Kunden in den Bereichen Suchmaschinenoptimierung und Online Reputation Management beraten.

Bei Searchmetrics wird er sich primär darum kümmern, technische Features erfolgreich ins Marketing zu übertragen und auf dem Markt zu etablieren. „Eine Position, die heute, da Suchmaschinen viel schneller und intelligenter als ihre Vorgänger sind und man sich vom Keyword-Spamming verabschiedet hat, eine enorm wichtige Rolle für den Unternehmenserfolg bei Suchmaschinen spielt“, so Marcus Tober, Unternehmensgründer und Geschäftsführer von Searchmetrics. Im Jahr 2015 geht es in erster Linie um

relevanten, qualitativ hochwertigen Content inklusive Bilder und Videos, der von Suchmaschinen erkannt wird. Damit wird die Search-Optimierung zur Content-Optimierung, die das richtige Content Marketing und somit auch das richtige Personal braucht.

Malte Landwehr kann es mit den Großen aufnehmen, wie er zuletzt als Consultant für Digital Strategy und Projektmanager bei der Unternehmensberatung kpunktnull in Düsseldorf unter anderem für die Kunden Opel, Henkel und die Bitburger Braugruppe bewiesen hat. Zudem hat er nicht nur an verschiedenen Forschungsprojekten mit Schwerpunkt Social Network Analysis und Social Media Analytics mitgewirkt und sein Wissen auf diversen Events wie SMX München, SEMSEO, SEO DAY, SEO Campixx und The Hive, als Speaker preisgegeben. „Bester Tagungsbeitrag eines Nachwuchswissenschaftlers“ von der „Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft“ (DGPK) lautet der Preis, mit dem er 2014 ausgezeichnet wurde. Dass er im Bereich SEO zuhause ist, zeigt nicht zuletzt die Mitgründung der seoFactory GmbH im Jahr 2008. Als Allrounder überzeugt er gleich in mehreren Bereichen wie Content Marketing, Social Media und Consulting.

„Searchmetrics spielt in Sachen Search Experience Optimization und Content Marketing in der allerersten Liga und hat die Branche dank wirklich innovativer Produkte wie die neue Research Cloud und die „Content Performance“ aktiv mitgestaltet. Für mich daher eine absolut klare Entscheidung, ein Teil des weltweiten Marktführers mit dem richtigen Pioniergeist zu werden. Ich freue mich darauf, künftig auch meinen Beitrag für die nationale und internationale Weiterentwicklung leisten zu können“, so Malte Landwehr.

Über Searchmetrics

Die Searchmetrics GmbH ist der Pionier und weltweit führende Anbieter einer Unternehmensplattform zur Optimierung der Search Experience. Diese „Search Experience Optimization“ verbindet SEO, Content, Social Media, PR und tiefgehende Analysen zu einer einheitlichen Grundlage für die Entwicklung und Umsetzung einer organischen Suchstrategie. Im Fokus stehen somit jeder einzelne potenzielle Kunden und der Beitrag, den umfassende Search-Strategien für ein überragendes und unvergessliches, individuelles Einkaufserlebnis leisten können.

Unternehmen und Agenturen nutzen die Searchmetrics Suite™ für die Planung, Ausführung und Kontrolle ihrer digitalen Marketingstrategien. Unterstützt durch die ständig aktualisierte, global verfügbare Datenbank, beantwortet Searchmetrics zentrale Fragen für SEO-Profis und digitale Marketers und liefert darüber hinaus eine Fülle an Prognosen, analytischen Erkenntnissen und Empfehlungen, die die Sichtbarkeit und das Engagement erhöhen und so letztlich auch die Online-Umsätze steigern. Zahlreiche bekannte Marken wie T-Mobile, eBay, Siemens und Symantec vertrauen bereits dem vollen Leistungsumfang der Searchmetrics Suite™.

Searchmetrics hat Standorte in Berlin, San Mateo, New York, London und Paris und wird von der Verlagsgruppe Holtzbrinck und den renommierten Risikokapitalgesellschaften Neuhaus Partners und Iris Capital gestützt. Weitere Informationen unter <http://www.searchmetrics.com/de/>

Pressekontakte:

Nadja Schiller
Searchmetrics GmbH
Senior Marketing Manager Brand & PR
+49 30 322 95 35 - 52
n.schiller@searchmetrics.com

Kathrin Hamann
ELEMENT C GmbH
Senior Consultant PR
+49 89 720 137 - 18
k.hamann@elementc.de