

Searchmetrics ernennt Matt Colebourne zum neuen Global CEO

Colebourne bringt eine umfassende Digital-Marketing-Expertise aus früheren Führungspositionen bei DoubleClick, eSpotting und Trinity Mirror mit.

Berlin, 13. November 2019_ Searchmetrics, Anbieter einer Search- und Content-Marketing-Plattform, ernennt Matt Colebourne zum neuen Global CEO. Nach diversen Führungspositionen im digitalen Marketing-Umfeld – unter anderem bei DoubleClick, eSpotting und Trinity Mirror – soll Colebourne nun das internationale Wachstum des Unternehmens fortsetzen und weiter steigern.

Colebourne war unter anderem als European Vice President International für DoubleClick tätig und beeinflusste mit seinem Team maßgeblich das Wachstum des Unternehmens vor dessen Verkauf an Google. Er sorgte außerdem für einen profitablen Turnaround des Paid-Search-Unternehmens eSpotting vor dem Verkauf an FindWhat. Zuletzt war er als EMEA Managing Director bei Innovid tätig, einer Video-Marketing-Plattform, zu der er von Trinity Mirror, einem der führenden britischen Regionalverlage, kam. Seine internationale Erfahrung im digitalen Marketing-Umfeld und sein Erfolg im Skalieren von Technologieunternehmen machen ihn damit zum geeigneten Kandidaten für Searchmetrics.

Markus Schunk, Beirat von Searchmetrics: „Mit Matt Colebourne hat Searchmetrics einen sehr erfahrenen Digital-Marketing-Experten gewonnen, der bereits in der Vergangenheit mehrfach bewiesen hat, dass er Unternehmen zu Wachstum und Profitabilität führen kann. Er war nicht nur CEO und COO für rund ein halbes Dutzend Pre-Scale-Technologieunternehmen und hatte Anteil an fünf erfolgreichen Exits, er fügt sich darüber hinaus nahtlos in die Unternehmenskultur von Searchmetrics ein: Er ist ein absoluter Team Player, der für seine Mitarbeiter das passende Umfeld schafft, um zu wachsen und alles zu geben.“

Colebourne freut sich bereits auf die Zusammenarbeit mit dem gesamten Searchmetrics Team, und darauf, den internationalen Kundenstamm im Bereich Search- und Content-Optimierung zu erweitern. Große Chancen sieht er dabei im Search-Bereich: „SEO und

die organische Suche haben lange Zeit ein Schattendasein geführt. Vielen Führungskräften sind diese Themen zu komplex. Sie haben nicht wirklich verstanden, wie positiv sie sich auf die Markenbekanntheit und die Realisierung der Möglichkeiten zur Umsatz- und/oder Reichweitensteigerung auswirken können und haben das daher Spezialisten überlassen. Das werden wir nun ändern.“

Markus Schunk fügt hinzu: „Volker Smid hat als bisheriger CEO in den letzten vier Jahren erfolgreich den Übergang von einer produkt- zu einer kundenzentrierten Innovationskultur vollzogen. Er hat das Unternehmen von ablenkenden Gerichtsprozessen befreit und gleichzeitig die Basis für das zukünftige Wachstum von Searchmetrics gelegt. Matt ist die ideale Besetzung, um daran anzuknüpfen. Und wir sind sehr froh, dass Volker den Übergang und die Übergabe der Zuständigkeiten bis Ende des Jahres mit Matt begleiten wird.“

Searchmetrics macht Erfolg planbar. Marketing-Teams, die datenbasiert arbeiten, können damit ihre Search- und Content-Ziele nachhaltig erreichen. Mit Niederlassungen in Deutschland, den USA, Großbritannien und in Kroatien zählt Searchmetrics weltweit über 100.000 Nutzer. Darunter befinden sich führende Marken wie Siemens, eBay, Barclays und viele mehr. Zu den Investoren des Unternehmens gehören Iris Capital, Verdane Capital und Holtzbrinck Digital.

Über Searchmetrics

Wir helfen Ihnen dabei, Ihre Online-Reichweite langfristig und nachhaltig zu steigern, indem wir Sie sowohl bei der technischen Pflege und Optimierung Ihrer Webseite als auch bei der Erstellung von performanten Inhalten unterstützen, um die Nutzererfahrung Ihrer Besucher optimal zu gestalten. Mit den Deep-Learning-Erkenntnissen der Searchmetrics-Software-Plattform, bestehend aus der Searchmetrics Suite™ und der Searchmetrics Content Experience, leiten wir Sie durch die sich kontinuierlich entwickelnden Landschaften der Online-Suche und helfen Ihnen dabei, aus Ihrem Wettbewerb herauszuragen. Search hat sich zu einem datengesteuerten Bereich entwickelt, der leistungsstarke Lösungen benötigt, um Unternehmen durch Recherche, Briefing, Optimierung und Erfolgsmessung hin zu relevanten und zugleich umsatzstarken Inhalten zu führen.

Es gibt nur eine Plattform, die Ihre Daten besitzt: Searchmetrics, die weltweit führende Search- und Content-Marketing-Plattform. Wir sind nicht auf Daten von Dritten angewiesen und analysieren seit 2005 Search- und Content-Trends – so war es uns möglich, die branchenweit größte globale und historische Datenbank zusammenstellen.

Searchmetrics deckt die Chancen und Gefahren des Online-Marketings auf. Unsere preisgekrönten Produkte vereinen erstmals die Bereiche Search und Content innerhalb einer Software und bieten Marketern somit die ultimative Plattform für die perfekte Verbindung technischer Aspekte mit der Erstellung von Inhalten, die zu mehr Online-Sichtbarkeit und direkten Beziehungen mit ihrem Publikum führen. Wir ermöglichen tiefe Einblicke in den Online-Wettbewerb, fundierte, datenbasierte Empfehlungen und praktische Beratung, um unseren Kunden dabei zu helfen, performancebasiertes und zugleich skalierbares Online-Marketing erfolgreich abzubilden. Nicht zuletzt deshalb hat sich die von Searchmetrics definierte SEO Visibility als ein nützlicher und

verlässlicher Indikator für die Sichtbarkeit von Websites im organischen Ranking von Suchmaschinen weltweit etabliert.

Weitere Informationen unter www.searchmetrics.com/de/

Pressekontakte:

Nadja Schiller
Searchmetrics GmbH
Team Lead Marketing & Communications
+49 30 322 95 35 - 52
n.schiller@searchmetrics.com

Shari Lüning
ELEMENT C GmbH
Consultant PR
+49 89 720 137 - 25
s.luening@elementc.de