

Plausch in der Küche mit Jens Fauldraht



Zeit für einen neuen Plausch in der SEO-Küche. Ich freue mich, dass wir heute Herrn Jens Fauldraht begrüßen dürfen.

Jens Fauldrath ist Gründer und Geschäftsführer der takevalue Consulting GmbH. Zuvor hat er von 2008 bis 2012 das SEO-Team der Deutschen Telekom AG P&I aufgebaut und geleitet. Er entwickelte die SEO-Strategie sowie die Umsetzung aller SEO-Aktivitäten des Portals t-online.de, sowie diverser Partnerangebote. Herr Fauldrath ist Dozent für Suchmaschinenmarketing an der Hochschule Darmstadt. Im Rahmen dieser Tätigkeit führt er jährlich ein Projekt durch in welchem die Studenten selbständig eigene Webprojekte aufbauen und vermarkten müssen. Außerdem ist er stellvertretender Vorsitzender der Fokusgruppe Search und Mitglied des Expertenbeirats SEO im BVDW. Schlussendlich betreibt Herr Fauldrath mit termfrequenz.de eine Plattform für deutsche Podcasts zum Thema Online Marketing und Suchmaschinenoptimierung. Dort moderiert er selbst den Podcast SEOHouse.

Hallo Jens, du hast ja vor einiger Zeit den Online Marketing und SEO Podcast „SEOHouse“ ins Leben

gerufen. Wie bist du eigentlich auf die Idee gekommen?

Wir sind mit unserem Podcast im Rahmen des Projekts radio4seo von Marco Janck gestartet. Er hat damals nach SEOFM den zweiten deutschen SEO-Podcast betrieben und anderen Moderatoren zu weiteren Themen aus dem Online Marketing eine Plattform geboten. Heute würde man sowas wohl Network nennen. Für uns alle war es aber in erster Linie ein Projekt, was Spaß machen sollte. Leider hat Marco sein Projekt und seinen Podcast eingestellt, weshalb wir uns mit termfrequenz.de eine eigene Heimat gebaut haben. An dieser Stelle erlaube ich mir den kleinen Hinweis, dass wir gerne weitere Podcaster bei uns aufnehmen. Wer also Lust hat, sich als Podcaster zu betätigen, kann sich gerne bei mir melden.

Aber zurück zu Deiner Frage. Da ich als damaliger Inhouse-SEO einen etwas anderen Blick auf das Thema SEO hatte, dachte ich mir, dass ich diesen auch Gehör verschaffen sollte. Zusammen mit Marcell Sarközy, der damals noch der Inhouse-SEO von Sixt war, bin ich dann gestartet. Unser Fokus lag immer auf strategischen oder prozessualen Themen. Uns ging es nie um den „Geheimtrick“. SEO ist für uns ein Handwerk, welches sich in die jeweiligen Prozesse eines Unternehmens integrieren muss. Also keine Mythen, sondern einfach effektives Arbeiten. Nachdem Marcell aus privaten Gründen ausgestiegen ist, habe ich Markus Walter für den Podcast gewinnen können. Und in dieser Konstellation senden wir jetzt schon einige Jahre zusammen.

Welche Online Marketing Themen werden dort gezielt angesprochen? Und welche Zielgruppen möchtest du mit dem Podcast erreichen?

Wir sind unserer Ausrichtung treu geblieben. Wir haben immer einen Teil zu aktuellen Themen des jeweiligen Monats, die wir kurz kommentieren sowie ein Fokusthema, welches wir in der Tiefe behandeln. Zu den Fokusthemen versuchen wir immer Gäste zu finden, die für das Thema stehen. Unsere Zielgruppe sind alle, die sich für die Umsetzung von [SEO](#) in Unternehmen interessieren. Die selbst Ziele definieren und für die Zielerreichung verantwortlich sind. Die mit Kollegen aus den unterschiedlichen Bereichen (IT, Marketing, PR, Redaktion etc.) zusammenarbeiten müssen und deshalb für Teamwork stehen. Kein SEO kann seine Ziele ohne die Unterstützung seiner Kollegen erreichen und SEO ist immer ein Teamerfolg.

Welche Rollen spielen Audio- und Video-Podcasts deiner Erfahrung nach heute für Unternehmen? Was

bringt das?

Wir betreiben unseren weiterhin hauptsächlich deshalb, weil es uns Spaß macht. Aktuell haben wir pro Folge ca. 4.000 Downloads, was ich recht überraschend finde. Da ich keine Ziele für den Podcast habe, außer halbwegs unsere Sendetermine zu halten, kann ich die Frage nicht sinnvoll beantworten. Es ist allerdings schön, wenn man immer wieder von Fremden auf den Podcast angesprochen wird. Ich bin immer wieder überrascht, wer alles zu unseren Zuhörern gehört.

Auf was sollte man deiner Erfahrung nach bei einem professionellen Podcast am meisten achten?

Ich betrachte mich nicht als professionellen Podcaster. Unsere Tonqualität war über Jahre richtig schlecht. Wir halten unsere Sendetermine immer wieder mal nicht ein. Und dennoch haben wir eine überraschend hohe Reichweite. Demzufolge kann ich nur einen Erfolgsfaktor benennen. Es muss Spaß machen. Alles andere scheint dann nur B-Note zu sein.

Kann jeder Podcasts als Marketing Instrument einsetzen?

Wenn ich es kann, dann wohl ja. ?

Welche Marketing Podcasts kannst du in den Bereichen SEO, SEA und Social Media neben „SEOHouse“ noch empfehlen?

Aktuell höre ich die Kollegen vom SEO-Portal sowie den neuen Podcast von Marco (WAYNE). Außerdem den Podcast von den Online Marketing Rockstars. Ich höre allerdings auch sehr viele Podcasts, die nichts mit Online Marketing zu tun haben. Hier natürlich die Podcasts von Serienjunkies.de und WRINT von Holger Klein.

Zum Abschluss noch dein wichtigster Tipp für erfolgreiche Podcasts?

Habe Spaß und was zu erzählen!



Vielen Dank Jens für das Interview!

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor
Telefon 08031 / 2575-100
Telefax 08031 / 2575-101
E-Mail: info@seo-kueche.de

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,
HRA 11167 AG Traunstein
pers. Haftende Gesellschafterin:
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB
22414 AG Traunstein
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,
Oliver Lindner
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.
156/174/08500

HypoVereinsbank
IBAN DE45 700202700015260147
BIC HYVEDEMMXXX