

OMT 2018 - Von Tools, Experten & Strategien im Onlinemarketing

Recap von Christian Lipp (Twitter @SEMgalore)

7. September 2018 – dieses Jahr der Stichtag für die Onlinemarketing-Konferenz im Rhein-Main-Gebiet: Der OMT (Onlinemarketing-Tag) öffnete seine Pforten in Wiesbaden im Pentahotel und vernetzte die Onlinemarketing-Branche mit spannenden Fachinhalten und exzellenten Referenten.

Für mich ein besonderer Anlass, da ich die Konferenz trotz der starken Vorjahre bisher nur von weitem mitverfolgt hatte. Dieses Jahr wollte ich mir das Aufgebot nicht entgehen lassen und sorgte für eine Ticket-Conversion bei Mario Jung & seinem hervorragenden Team.

Wer direkt inhaltlich einsteigen möchte – [das sind meine gesehenen Vorträge im Review.](#)



Der Weg zum OMT 2018 in Wiesbaden

Von meinem Stützpunkt Eschborn aus ist es zum Glück nur ein kurzer Weg nach Wiesbaden. Eine gut ausgewählte Location, leicht zu erreichen von der Autobahn. Dass der OMT dieses Jahr ausverkauft war, merkte man am vollen Parkplatz und gut gefüllter Eingangshalle. Eine freundliche Begrüßung durch das OMT-Team stimmte mich gleich auf die nachfolgenden Stunden ein. Als OMT-Mitglied ([Mehr Infos zur kostenlosen Mitgliedschaft](#)) gab es einige schöne Vorteile und Goodies 😊.

Was mir gleich in den ersten Gesprächen & Beobachtungen auffiel, war das bunte Teilnehmerfeld. Agenturen, Unternehmen, KMUs & Selbstständige, erfahrene Experten und wissensdurstige Neulinge im Onlinemarketing kamen aus ganz Deutschland und auch dem Ausland zusammen. Ideal also um über den gesamten Tag interessante Gespräche zu führen, neue Kontakte zu knüpfen und im Programm Fachkollegen als neue Sitznachbarn kennenzulernen.

Das Programm beim OMT 2018

Aufgeteilt war der OMT 2018 in 3 Räume mit parallel laufenden Tracks, die meist für 45 Minuten angesetzt waren. Oft war noch eine Q&A-Session inbegriffen, um die Referenten direkt mit Fragen zu löchern.

Im Vorfeld hatte ich mir mein Wunschprogramm zusammengestellt, die Auswahl fiel bei der Qualität an Speakern und spannenden Vorträgen aber alles andere als leicht. Das vor Ort ausgehändigte Programmheft bot neben dem Timetable übrigens praktischen Platz für Notizen zu jedem Vortrag, was hilfreich ist, um den Wissenstransfer zu sichern.

Aufgrund der parallelen Tracks beinhaltet mein Recap somit aber nur einen kleinen Ausschnitt aus dem vollen Programm, das die OMT 2018 zu bieten hatte.

Was nach der Begrüßung & organisatorischen Infos durch Veranstalter Mario Jung dann folgte, war wirklich eine wertvolle und unterhaltsame Druckbetankung in Sachen Onlinemarketing.

Hier also meine besuchten Programmpunkte im Schnelldurchlauf:

1001 kostenfreie SEO-Tools (Stefan Czych | TrustAgents)

So viele Tools waren es natürlich nicht. Stefan gab nämlich einen praktischen Überblick über seine Empfehlungen für schmale Budgets. In den Kategorien Keywords, Onpage, Wettbewerbsanalyse, Offpage und Pagespeed-Analysen hatte er neben den Tools auch hilfreiche Tipps für direkte Anwendungsfälle.

- **Browser-Plugins nutzen:** Langjährige SEOs kennen die hilfreichen Browserergänzungen. So kann man auf seinen Seiten leicht einen Überblick zu Überschriften, Links und vielem mehr bekommen.
- **Google eigene Tools nutzen:** Liegt nahe, aber wird oft vergessen: Google Suche, Autosuggest, die Search Console (Webmastertools) und MyBusiness geben für viele Analysen einen sehr guten Überblick
- Stephans Toolbox für eine einsame Insel - mit hoffentlich gutem Internetempfang ;-) - waren dann auch:
 - **Google Suche** – direkt an der Quelle für Recherchen
 - **Search Console/Webmastertools** – mächtige Informationen und vielfach verknüpfbar
 - **Ubersuggest** – sehr gutes Keyword-Tool von Neil Patel
 - **Screaming Frog SEO Spider** – nur begrenzt kostenlos, aber das „Schweizer Taschenmesser im SEO-Bereich

Mein Fazit: Klasse Übersicht und Ergänzungen für meine persönliche Toolbox. Mein Favorit bei Keyword-Recherchen gerade im Contentbereich für W-Fragen: answerthepublic, der Typ auf der Startseite ist der Burner ☺ War natürlich bei Stephans Empfehlungen auch dabei.

SEO Misconceptions (Jens Fauldrath | get:traction)

Ein sehr unterhaltsamer Vortrag (u.a. „SEOs sind die Dominas im Unternehmen“), aber ebenso wertvoll. Jens plädierte zwischen all den Trends und Neuerungen wie Voice Search und Web Apps für eine Rückbesinnung auf die SEO-Basics. Diese werden nämlich oftmals schlicht und einfach vernachlässigt und führen letztlich zu viel verschenktem Potential. Da im Vortrag ein Feuerwerk an Richtigstellungen abgefeuert wurde, hier einige Fakten:

- **Überschriften:** korrekte Auszeichnung, Hierarchie und Relevanz beachten
- **URL-Struktur** und Hierarchie sinnvoll anlegen
- Prinzip „**RVC**“ in Title Tags und Descriptions für die SERPS: Relevancy, Value, CTA.
- **Position 1** ist nicht entscheidend, die richtige Seite muss ranken
- Strategisch Content erstellen: nicht wild neu, nicht einfach ranken, sondern die Suchabsichten (navigational, informational, transactional) bedienen
- Passende Strategie für E-Commerce wäre z.B. die 4 Phasen:
Problem → Solution → Product → Brand

Man gibt Suchenden Lösungsmöglichkeiten für ihr Problem, macht sie auf das eigene Produkt aufmerksam und gewinnt sie als Kunden für die eigene Marke.

Mein Fazit: Hervorragender CTA, die Basis-SEO richtig umzusetzen und Content strategisch und sinnvoll anhand von Suchanfragen zu erstellen und zu optimieren

11 Google Analytics Berichte, die jeder Online-Marketer nutzen sollte (Sven Deutschländer | SEO Profi Berlin)

„Besucher zählen ist nicht genug!“ – Sven zeigte anhand von realen Beispielen, welche Berichte Onlinemarketer nutzen sollten:

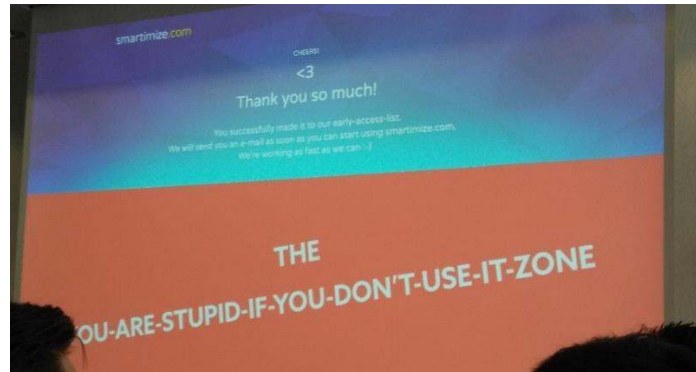
- Sekundäre Dimensionen und Segmente nutzen: so lassen sich Berichte durch weitere Informationen aufwerten und wesentlich differenzierter betrachten
- Search Console verbinden: hier bekommt man wesentlich mehr Keyword/Suchanfragen-Infos als im reinen Analytics.
- Standard-Tracking auf jeden Fall erweitern: so lassen sich PDF-Downloads, Videoaufrufe und Telefon-Trackings gezielt nachverfolgen

Mein Fazit: Viele schauen nur auf Besucher und Seitenaufrufe – Analytics bietet wesentlich mehr, um gezielt ertragreiche Analysen zu fahren!

How to start a startup: Massig Leads produzieren ohne Budget (Nils Kattau)

Dieser Vortrag war mein persönliches Highlight, da man im Bereich Conversionoptimierung in Deutschland nicht um Nils Kattau herumkommt. Er zeigte anhand eines seiner ehemaligen Startups, wie man erfolgreich Leads generiert (über 60% Conversion-Rate sprechen für sich). Aber dass man immer auch den Produktfokus behalten sollte, um nicht an die Wand zu fahren. Hier einige seiner hilfreichen Tipps:

- Trademark anmelden, um Startup-Erfolge nicht wegen Rechtsstreitigkeiten zu gefährden
- Eine hervorragende Landingpage bauen: Überschrift muss auf den Punkt getextet sein (am besten auch A/B testen, z.B. mit Google Optimize), zielgerichtete Beschreibung von Vorteilen, klarer CTA und unterstützender „Social Proof“.
- Beständig für Traffic sorgen, z.B. über Social Media Postings oder Product Launch-Seiten, und Verknappungs-Methoden nutzen (z.B. limitierte Anmeldungen für eine Betaphase)
- Bestätigungsseite von Landingpages sinnvoll nutzen, um weitere Postconversions oder zusätzlichen Traffic zu generieren



Bestätigungsseiten sinnvoll nutzen

Fazit: sehr authentisch und wie zu erwarten ein klasse Überblick zu Landingpage-Optimierung, aber auch zu vielseitigen Strategien für Startups, neue Produkte oder Dienstleistungen.

Google Tag Manager (GTM)-Kochkurs (Sascha Behmüller | ReachX)

Vor der Mittagspause waren die Teilnehmer hungrig auf die Google Tag Manager-Rezepte von Sascha. Vor vollem Haus zeigte er, wie man auch ohne technisches Fachwissen sich leicht mit dem mächtigen Google Tag Manager auseinandersetzt. Mit einer schönen Analogie zum Zubereiten eines Menüs zeigte er verschiedene Anwendungsmöglichkeiten, z.B. zur Implementierung der Trackings von Elementen und externen Links.

Mein Fazit: Klasse Vortrag. Das „GTM-Kochbuch“ gab es für die Teilnehmer dann noch als Vorlage zum Download, so dass dem Nachkochen im eigenen Account nichts im Wege steht.

Suchmaschinenoptimierung bis der Arzt kommt - SEO SiteClinic (Jens Fauldrath, Mario Jung und Thomas Mindnich)

Explicit Language – so stand es im Programm. Die drei Experten nahmen sich verschiedene im Vorfeld von Teilnehmern eingereichte Webseiten vor und prüften diese hinsichtlich SEO auf Herz & Nieren.



Christian Lipp
@SEMgalore

Wenn #SEO weh tut 😂 Klasse Site-Clinic bei der #OMT2018 : Jens Fauldrath @termfrequenz , Thomas Mindnich & @mariojung12 nehmen kein Blatt vor den Mund beim Aufzeigen von Schwachstellen #seofails

05:50 - 7. Sep. 2018

1 Retweet 8 „Gefällt mir“-Angaben



Dabei legten sie den SEO-Finger dorthin, wo es wehtut und waren oft an der Schmerzgrenze. Vor allem auch für die Bauchmuskeln, wenn Thomas bei haarsträubenden Fehlern eskalierte, Jens trockene Kommentare lieferte und Mario klare Ansagen zur Verbesserung machte.

Spaß beiseite: In der Session gab es neben Webseiten-Totalausfällen (Thomas Mindnich: „Abschalten“) hilfreiche Tipps, wie Content auf Webseiten richtig strukturiert und an welchen Hebeln dringend nachjustiert werden sollte.

Mein Fazit: Muss man live erlebt haben und wirklich ein tolles Format auf dem OMT 2018.

80.000 organische Besucher pro Monat (Christian Wenzel | vegan-athletes.com)

Mr. Broccoli – so stellte sich Christian den Teilnehmern vor. Der überzeugte Veganer präsentierte den staunenden Teilnehmern Livedaten seiner Seite vegan-athletes.com mit beachtlichen Besucherzahlen. Wie sein Traffic stets zunimmt und seine Besucher mit veganer Ernährung und Fitness abnehmen, zeigte er anhand von vielen einprägsamen Beispielen und seinen Top-Besucherkanälen:

- **SEO**
 - packende H1-Überschrift und Einleitung
 - Inhaltsverzeichnis und Studien am Anfang nutzen
 - verschiedene Medien (Bilder, Videos, Podcast)
 - gute Gastbeiträge ersparen Arbeit und bringen Reichweite
 - ein authentischer Schreibstil mit eigener Meinung fokussiert und polarisiert
 - je nach Content-Art die Inhalte ca. 2x jährlich updaten
- **Pinterest**
 - für Christian kein Social Media-Kanal, sondern eine Bildersuchmaschine
 - Zu verschiedenen Themen lassen sich „Walls“ erstellen und direkt auf die eigene Webseite verlinken
 - Für B2B-Themen lassen sich hier Whitepaper platzieren. LinkedIn eine gute Alternative
- **E-Mail:** Ein klassischer E-Mail-Funnel, mit dem sich Interessenten für eine E-Mail-Serie mit Tipps zu veganer Ernährung & Fitness eintragen können



Mein Fazit: unkonventioneller Vortrag und spannendes Thema mit vielen praktischen Tipps, vor allem natürlich für B2C interessant

Erfolgreiches SEO-Strategie-Konzept (Olaf Kopp | aufgesang GmbH)

„Zwei Blogbeiträge die Woche sind keine Strategie“. Olaf gab einen guten Einblick, wie er eine wirkungsvolle Strategie für gezielte Rankings angeht:

1. Themenrecherche: z.B. über W-Fragen, Interviews & Brainstorming
2. Keywordanalyse hinsichtlich Suchintention
3. Themenkomplexe erhalten anhand eines Contentplans eine zielgenaue Landingpage

Weitere strategische Tipps:

- Rankingfaktoren sind seiner Ansicht nach vor allem: Google Suchintention, Content-Relevanz und Trust. Technische Faktoren sollten sauber aufgesetzt sein, spielen aber in seinen Augen keine größere Rolle
- Menge & Häufigkeit von Veröffentlichungen sind nicht wichtig: Sinnvoller Content ist immer an Zielen ausgerichtet und orientiert sich an der jeweiligen Suchintention
- Aktualisierungen orientieren sich an Inhalt und Keywords
- Kontext ist King: Wichtige Faktoren sind thematischer, emotionaler & zeitlicher Kontext

Mein Fazit: Sehr guter Einblick in eine SEO-Strategie und der wichtige Aufruf nicht „einfach so“ Content zu erstellen.

OMT Website Clinic mit 7 Experten



Im Vorfeld konnten Teilnehmer sich für die Website-Clinic bewerben. Die Gewinner-Seite wurde von 7 Experten auf ihrem jeweiligen Fachgebiet geprüft. Es gab Feedback zu:

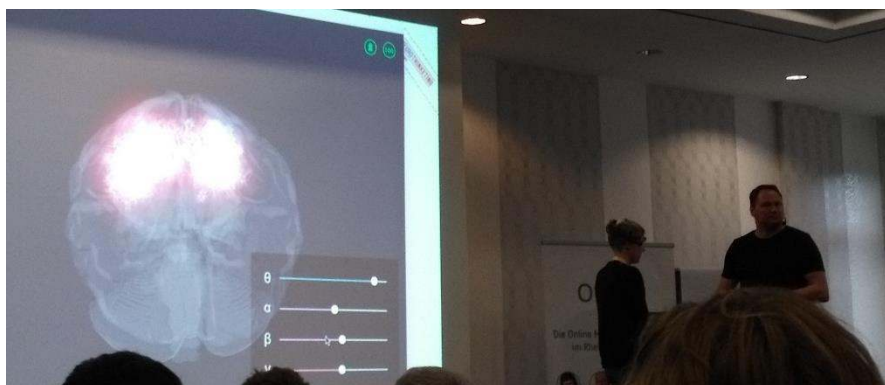
- Onpage: Technik/Inhalt
- Conversionoptimierung
- Sicherheit
- Social Media
- Content Audit
- SEA
- Recht



Mein Fazit: Wie auch die vorangegangene SEO-SiteClinic bot dieser Programmpunkt einen umfassenden Überblick über verschiedene Anforderungen an eine gut laufende Webseite und conversionsstarkes Onlinemarketing. Der Vertreter der Gewinner-Seite ging mit einem großen Paket an Verbesserungsvorschlägen nach Hause und die übrigen Teilnehmer erhielten wieder ein Stimmungshighlight, u.a. mit den launigen Analysen von Thomas Mindnich.

„Die Kunst der digitalen Berührung“ (Karl Kratz)

Karl Kratz zog mit seiner Keynote nochmal alle Register und begeisterte trotz langem und inhaltsreichem Tag auf dem OMT. Sein Plädoyer war: Keine Resonanz – keine Emotion – keine Konversion. Vor allem visuell gab es viel zu sehen: ein Livescreening mit Gehirnresonanzmessung in Verbindung mit einem verblüffenden Kartentrick und einer emotionalen Präsentation. „Alle eure Produkte, Angebote sind erklärte Tricks. No fucking Magie.“ Karl beendete seinen Vortrag mit dem Aufruf: „Berührt die Menschen auf eurer Webseite!“



Gehirnresonanz-Messung live

Mein Fazit: Schwierig zu beschreiben – muss man live erleben. Definitiv ein gelungener Abschluss!

Danach ging es zum verdienten Abendessen für alle und auf der anschließenden Party konnte ich viele schöne Gespräche führen und die Stimmung war sehr ausgelassen.



Conversion-Mastermind Nils Kattau

Mein Gesamtfazit zum OMT 2018

Meine Premiere als Teilnehmer beim OMT war die richtige Wahl. Auch wenn die Entscheidung aufgrund der parallelen Sessions und spannenden Programmpunkte schwer fiel:

Die gesehenen Vorträge waren klasse, die Inhalte vielseitig, die Speaker mitreißend und fachlich auf den Punkt. Neben neuen Kontakten im Teilnehmerfeld waren meine Highlights z.B.

Conversionoptimierer-Mastermind Nils Kattau und den Online Marketing-Profi Karl Kratz persönlich zu treffen. Viele Dinge auf der Konferenz lassen sich gar nicht protokollieren und die Vorträge leben auch von der Dynamik, die sich ergibt. Beste Beispiele sind die spannenden Live SiteClinics oder die abschließende Keynote. Auf jeden Fall eine klare Empfehlung für Onlinemarketer, die eine Symbiose aus Top-Speaker und familiärer Atmosphäre schätzen.

Der Countdown zur OMT 2019 beginnt – ich kann es kaum erwarten.