



search|hub

**WIE FRITZ BERGER DIE
SUCHE VOM GRÖSSTEN PAIN
POINT ZUM STRATEGISCHEN
ASSET MACHTE**

Das Camping-Paradox: Wenn
Produktvielfalt zur Suchfalle
wird



SUCCESS STORY

EINE UM 20 % REDUZIERTERTE EXIT-RATE UND DAS NUR DURCH RELEVANTERE SUCHERGEBNISSE AUF BASIS DER RICHTIGEN SUCH-KPIS.

Fritz Berger ist kein gewöhnlicher Onlineshop. Als Camping-Generalist verkauft das Unternehmen alles von Vorzeltplöcken über Campingkocher bis zu Outdoor-Mode – ein Sortiment, das jeden Suchoptimierer ins Schwitzen bringt. Denn was im stationären Handel die Stärke ist, wurde online zur Achillesferse: Jede Produktkategorie bringt eigene Fachbegriffe, Dialekte und Schreibweisen mit sich.

"Wir hatten immer wieder verschiedene Suchanbieter ausprobiert", erinnert sich Sonja, die bei Fritz Berger für die Suchoptimierung verantwortlich ist. "Nichts davon funktionierte wirklich." 2022 entschied sich das E-Commerce-Team unter Leitung von Christoph für einen klaren Schnitt: Eine neue Suchtechnologie sollte her. Ein A/B-Test gegen die bisherige Suchfunktion zeigte deutlich: Die neue Suchtechnologie war um Welten besser. Sie hatte einen deutlichen Vorsprung, insbesondere aufgrund des intuitiven Backoffice-Systems, das mit nur wenigen Klicks umfangreiche Anpassungen ermöglicht. Das bisherige System ließ es nie zu, dass das Suchergebnis optimal war. Mit der neuen Suchtechnologie konnte man sich ein individuelles Suchergebnis einfach konfigurieren, das zugleich so aufgebaut ist, dass neu angelegte Artikel automatisch wieder in diese Logik einfließen.

Doch ein massives Problem blieb ungelöst: der Long-Tail.

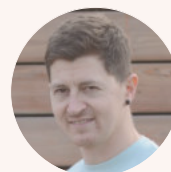
Die Zahlen sprechen für sich:

- Hunderte von Schreibvarianten pro Produktgruppe
- Manche Begriffe werden nur 1-2 Mal gesucht
- Null-Treffer-Seiten frustrierten Kunden regelmäßig
- Sogar Filialmitarbeiter konnten Produkte nicht finden

"Jeder hat eine andere Schreibweise", fasst Sonja die Situation zusammen. "Wir sahen die Null-Treffer, versuchten innerhalb der Kategorien zu optimieren, aber es war ein Kampf gegen Windmühlen."

+38%
click rate

Die Internationalisierung geht weiter. Manager aus anderen Ländern können beide Systeme easy bedienen. Die neue Suchtechnologie für die Marketing-Optimierungen, searchHub läuft automatisch im Hintergrund.



Christoph Kirner
Leiter E-Commerce
Fritz Berger GmbH

EXECUTIVE SUMMARY

DER KUNDE

Fritz Berger ist einer der führenden Camping-Spezialisten im deutschsprachigen Raum mit einem außergewöhnlich breiten Sortiment: von Vorzeltplöcken über Campingkocher bis zu Outdoor-Mode und technischem Zubehör. Als Generalist mit Expertise in allen Camping-Kategorien – stationär und online, für Profis und Einsteiger gleichermaßen.

Und darauf sind wir ziemlich stolz.

DIE AUSGANGSSITUATION

- Camping-Generalist mit extremer Produktvielfalt
- Bestehende Such-Technologie hat bereits starke Searchandizing-Features
- Long-Tail manuell nicht beherrschbar trotz guter Suche
- Hohe Null-Treffer-Rate im Spezialbereich



DIE LÖSUNG

- searchHub als KI-basiertes Optimierungs-Add-on für die bestehende Such-Technologie
- Purchase Intent Clustering automatisiert Long-Tail
- Die bestehende Such-Technologie konzentriert sich auf Such-Marketing-Stärken
- Integration innerhalb von Tagen

DIE ERGEBNISSE NACH 12 MONATEN

- +67% Conversion Rate
- +153% Click Rate
- +136% Umsatz über Search
- Massive Zeitersparnis für strategische Arbeit
- "Search ist kein Pain Point mehr"

DER KUNDE:

Das Camping-Paradox: Wenn Produktvielfalt zur Suchfalle wird

Fritz Berger revolutioniert seine Suchstrategie mit searchHub und verbessert täglich mehr als 30.000 Such-Journeys.

Als Camping-Generalist umfasst das Sortiment eine Vielzahl an Produktkategorien, die jeweils

eigene Fachbegriffe, Dialekte und Schreibweisen mit sich bringen. Mit fast 800 leidenschaftlichen Mitarbeitern, von denen viele selbst begeisterte Camper sind, expandiert Fritz Berger international – und multipliziert damit die Herausforderung mit jeder neuen Sprache.

SEIT 68 JAHREN

im Familienbesitz gegründet, heute unter strategischer Beteiligung

ÜBER 100 FILIALEN IN EUROPA

Hauptsitz in Neumarkt
i.d. Oberpfalz, Deutschland

ANZAHL DER MITARBEITER

Fast 800 Mitarbeiter europaweit

STARKE EIGENMARKEN

maßgeschneidert für verschiedene
Camping-Disziplinen und Anwendungen

Die Besonderheit:

- Extrem breites Produktportfolio über dutzende Kategorien
- Jede Produktkategorie bringt eigene Fachbegriffe und Dialekte mit
- Kunden nutzen hunderte verschiedene Schreibweisen für dieselben Produkte
- Sowohl B2C-Endkunden als auch erfahrene Filialmitarbeiter nutzen die Onsite-Suche

Die Such-Infrastruktur:

Fritz Berger setzt seit 2022 auf eine leistungsstarke Such-Technologie mit starkem Ranking, Merchandising und Datenanreicherung. Was fehlte: ein System, das den Longtail automatisiert versteht. Seit 2024 übernimmt searchHub genau das - als AI-Add-on, das sich zwischen Kunde und Suche schaltet. Ein A/B-Test bestätigte den Impact sofort: bessere Findability, höhere Conversion, weniger Null-Treffer.

DIE AUSGANGSSITUATION: DIE GRENZEN HERKÖMMLICHER SUCHOPTIMIERUNG

Die Such-Technologie, die seit 2022 und bis heute noch im Einsatz ist, liefert starke Performance in den Kernbereichen: intelligentes Ranking, flexibles Merchandising, durchdachte Datenanreicherung. Die Top 1000 Suchbegriffe liefen hervorragend.

Aber der Long-Tail? Das war eine andere Geschichte.

"Bei Fritz Berger kommen aufgrund der breiten Produktdatenbank immer wieder neue Long-Tail-Cases dazu", erklärt Christoph Kirner - Leiter E-Commerce bei Fritz Berger GmbH. "Das ist keine Schwäche der bestehenden Such-Technologie und auch nicht von der Fehlertoleranz - zu unterschiedlich sind die gesuchten Begriffe eines Artikels, sondern eine fundamentale Herausforderung: Kein Mensch kann hunderte von Schreibvarianten manuell pflegen."



Die Folgen für Sonja waren spürbar:

- Ihre Zeit ging für triviale Begriffsoptimierung drauf statt strategische Kategoriearbeit
- Neue Produkte konnten nicht schnell genug für die Suche optimiert werden
- Die geplante internationale Expansion bedeutete: Das gleiche Problem in mehreren Sprachen
- Kundenbeschwerden häuften sich: "Habe gesucht und nicht gefunden"

Für Christoph war klar: Mehr Professional Services für manuelle Micro-Improvements waren keine Lösung. Das Team brauchte ein Werkzeug, mit dem Sonja die Suchoptimierung selbst in die Hand nehmen konnte – effizient und skalierbar.

!

Die Idee:

Die bestehende Such-Technologie übernimmt weiterhin die Such-Infrastruktur mit all ihren Marketing-Stärken. searchHub übernimmt als Add-on die automatisierte Long-Tail-Optimierung durch künstliche Intelligenz.

Eine funktionierende Partnerschaft: Spezialisierung statt Verdrängung

Die erfolgreiche Zusammenarbeit zeigt ein Prinzip: Spezialisierung statt Konkurrenz. Während die bestehende Such-Technologie ihre Stärken im Such-Marketing ausspielt – Ranking-Algorithmen, Merchandising-Tools, intelligente Datenanreicherung –, konzentriert sich searchHub auf die automatisierte Long-Tail-Optimierung durch künstliche Intelligenz. Das ist eine funktionierende Arbeitsteilung.

Die Such-Branche ist klein und spezialisiert. Ein gemeinsames Verständnis der Herausforderungen und erprobte Erfolgsgeschichten wie die von searchHub bei Kunden wie Decathlon schafften die Grundlage für diese Partnerschaft. Dadurch zeigt sich searchHub als sinnvolle Ergänzung für bestehende Such-Technologien und nicht als Bedrohung.

DER A/B-TEST - DAS ERGEBNIS: Wenn Zahlen sprechen

**Die A/B-Test-Ergebnisse übertrafen alle Erwartungen
und setzten sich nach dem Full-Rollout fort:**

CONVERSION RATE

+67%

CLICK RATE

+153%

UMSATZ ÜBER SEARCH

+136%

"Das Ergebnis war der Proof schlechthin", bestätigt das Feedback. "Nicht searchHub allein, sondern die Kombination mit der bestehenden Suchtechnologie. Das ist der entscheidende Unterschied."

Für Sonja war ein anderer Moment entscheidend: "Ich sah sofort ein Ergebnis, nachdem eine Änderung eingespielt war. Vorzeltteppich – ein Begriff mit tausenden Schreibweisen – wurde automatisch optimiert. Besser geht's nicht."

Christoph hatte seinen Proof. Die Entscheidung fiel eindeutig.

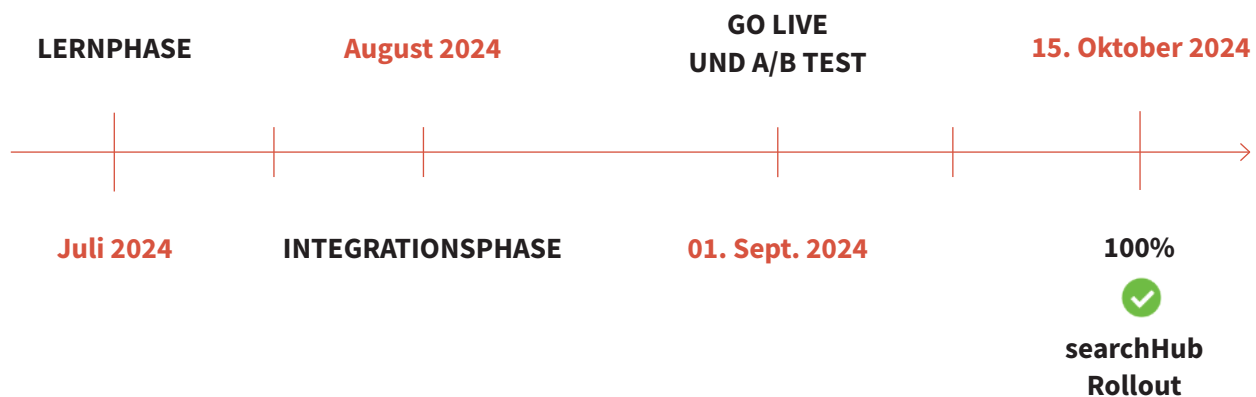


PROJEKTVERLAUF

searchHub VEREINFACHT DIE SUCHANFRAGEN-OPTIMIERUNG

Die Optimierung der Fritz Berger Onsite-Suche war vor searchHub eine Herausforderung. Sonja verbrachte ihre Zeit mit der manuellen Pflege hunderter Schreibvarianten im Longtail. Schnell wurde klar, dass searchHub den manuellen Aufwand erheblich reduziert. Die Integration dauerte nur wenige Wochen. Das Einrichten des Trackings und die Synchronisierung des Datenexports mit der bestehenden Suchtechnologie waren die Hauptaufgaben.

2024



GO-LIVE: GROSSE ERGEBNISSE, MINIMALER AUFWAND

Der Einstieg war unkompliziert. Dank einer klaren Uplift-Analyse von searchHub kannte Fritz Berger die Vorteile bereits vor der Einführung. Das Besondere an searchHub ist, dass es die bestehende Such-Infrastruktur nicht ersetzt, sondern ihr ein besseres Verständnis für die Bedürfnisse der Kunden verleiht. Die Zusammenarbeit mit dem erfahrenen searchHub-Team und der zügige Implementierungsprozess führten zu internen Diskussionen über die Erweiterung auf weitere internationale Märkte.



DAS Problem: Größer als gedacht.

Von Firefighting zu strategischer Arbeit: Die neue Rollenverteilung

Die Integration verlief reibungsloser als erwartet. Die bestehende Such-Technologie hostet die Container auf ihren eigenen Servern. Das gibt Fritz Berger volle Transparenz und Kontrolle über die Performance, was sich in schnelleren Reaktionszeiten widerspiegelt.

Aber der wahre Gewinn zeigt sich im Tagesgeschäft:

Vorher: 500 Varianten eines Suchbegriffs einzeln pflegen.

Nachher: Denselben Begriff in drei Klicks optimieren mit searchHub.

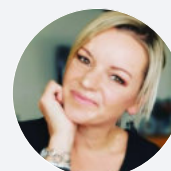
"Das Problem war größer als wir dachten", gibt Sonja zu. "Viel mehr ist nach hinten heruntergefallen, als wir annahmen. Selbst wenn ich 20% der Begriffe manuell optimieren würde, käme ich nie auf das Ergebnis, das searchHub automatisiert liefert."

Die gewonnene Zeit investiert Sonja heute in das, wofür die bestehende Such-Technologie die Werkzeuge bereitstellt: "Ich kann mich auf strategisches Merchandising konzentrieren. Produktlisting-Optimierungen, Category-Management – Dinge, die echten Impact haben und die wunderbar mit der bestehenden Suche umsetzbar sind."

Christophs Team profitiert mehrfach:

- Kategorie-Manager nutzen die Suche produktiv (früher ein Frustfaktor)
- Internationale Kollegen können beide Systeme intuitiv bedienen
- Weniger Beschwerden von Kunden wegen der Suche
- Filialmitarbeiter finden endlich, was Kunden suchen

Selbst wenn ich 20% der Begriffe manuell optimieren würde, käme ich nie auf das Ergebnis, das searchHub automatisiert liefert.



Sonja Genitheim

E-Commerce Spezialistin
Fritz Berger GmbH

DIE LÖSUNG:

Purchase-Intent-Clustering als Add-On zur Suche

searchHub ist **keine neue Suche**, sondern ein intelligenter Optimierungslayer, der sich zwischen Kunden und Such-Technologie schaltet:

1. Purchase Intent Clustering:

- Analysiert über ein spezialisiertes Tracking-System, welche Keywords tatsächlich zu Klicks und Käufen führen
- Erkennt, dass "Vorzelteppich", "audoorteppich", "Teppich Outdoor" und 497 weitere Varianten dieselbe Kaufabsicht haben
- Lernt dazu! Wenn Vorzelteppich und Markisenteppich zusammen gehören, dann erkennt die KI automatisch was noch alles zusammen gehört
- Gruppiert alle verwandten Begriffe in Purchase Intent Cluster

2. Keyword-Botschafter:

- Wählt aus jedem Cluster die statistisch wertvollsten Keywords als "Botschafter" aus
- Nur diese optimierten Begriffe werden an die Suchmaschine gesendet.
- Dadurch muss man nur noch das Suchergebnis dieser optimierten Begriffe in der Suche optimieren und optimiert somit automatisch 1000e Suchanfragen.
- Die Suche verarbeitet dadurch weniger, aber hochwertigere Suchanfragen.

3. Automatisierung im Hintergrund:

- Neue Schreibweisen werden automatisch erkannt und zugeordnet
- Keine manuelle Pflege mehr nötig
- System lernt kontinuierlich aus echtem Kundenverhalten

4. Suggest As You Type:

- Auto-Suggest-Funktion profitiert vom Intent-Verständnis
- Kunden sehen bereits beim Tippen statistisch relevante Vorschläge
- Nicht alphabetisch, sondern nach tatsächlicher Kaufwahrscheinlichkeit

Eine Partnerschaft auf Augenhöhe



Ein modernes Suchsystem kennt seine Grenzen: Die bestehende Suchtechnologie konzentriert sich auf die Kernkompetenzen – intelligente Ranking-Algorithmen, Merchandising-Tools, flexible Personalisierung. Die Long-Tail-Optimierung durch künstliche Intelligenz übernimmt searchHub. Zusammen entsteht so das beste Ergebnis für Fritz Berger.

Die Stärken der bestehenden Such-Technologie bleiben unangetastet:

- Intelligente Ranking-Algorithmen
- Flexibles Merchandising
- Durchdachte Datenanreicherung
- Performante Such-Infrastruktur

searchHub ergänzt perfekt:

- Automatisierte Long-Tail-Optimierung
- Purchase Intent Clustering
- AI-basierte Keyword-Analyse
- Zero-Touch-Optimierung im Hintergrund

"Die Potenzialanalyse ist unser Verkaufstool geworden", sagt Markus Kehrer von searchHub. "Wir können Kunden mit ihren echten Daten zeigen: Hier ist eure bestehende Such-Infrastruktur. Und hier ist sie mit searchHub. Der Unterschied überzeugt sofort."

searchHub ist der Intent-Layer, der die leistungsstarke Such-Infrastruktur um das nötige Sprachgefühl ergänzt. Er schließt den Language Gap dort, wo die Infrastruktur bereits überzeugt, damit aus jedem Kundenwunsch echte Findability wird.

Die moderne Such-Optimierung ist ein Zusammenspiel verschiedener Spezialisierungen. searchHub und die bestehende Such-Technologie ergänzen sich perfekt.



Siegfried Schüle
CEO - searchHub

DAS ERGEBNIS:

Wenn Search kein Pain Point mehr ist: Die neue Normalität

Search ist KEIN PAIN POINT mehr. Ich kann endlich meine Camping-Kompetenz strategisch einsetzen, so dass Firmenziele besser erreicht werden können.



Sonja Genitheim

E-Commerce Spezialistin
Fritz Berger GmbH

"Search ist KEIN PAIN POINT mehr", fasst Sonja die Transformation zusammen. Dieser eine Satz markiert einen fundamentalen Wandel. Von einem System, das täglich frustriert, zu einem, das einfach funktioniert.

Konkrete Erfolge für Christophs E-Commerce:

- Weniger Null-Treffer-Seiten
- Weniger Folgesuchen (Kunden finden schneller)
- Schnellere Kaufabschlüsse
- Reduzierung von 2-3 Suchen auf definitiv bessere Ergebnisse

Ab Tag eins mit searchHub profitieren. Keine monatelange Optimierungsphase. Kein schrittweiser Rollout. Sofortiger Impact.

Ausblick: Skalierung ohne Schmerzen

Fritz Berger expandiert international. Früher hätte das für Fritz Berger bedeutet: Das Suchproblem multipliziert sich mit jeder neuen Sprache.

Heute? "Die Internationalisierung geht weiter", sagt Christoph gelassen. "Manager aus anderen Ländern können beide Systeme easy bedienen. Die bestehende Such-Technologie für die Marketing-Optimierungen, searchHub läuft halbautomatisch im Hintergrund."

Die Integration ist wiederverwendbar gebaut. Was einmal funktioniert, funktioniert überall.

Für wen lohnt sich searchHub: "searchHub ist nicht für jeden Onlineshop die richtige Lösung. Single-Product-Shops mit kleinerem Produktkatalog erreichen bereits gute Ergebnisse mit ihrer bestehenden Such-Technologie. Aber für Retailer wie Fritz Berger mit breitem Produktportfolio und komplexem Longtail ist searchHub eine sinnvolle Ergänzung – sie automatisiert die Arbeit, die sonst manuell bewältigt werden müsste, und liefert messbar bessere KPIs."

searchHub PRODUKTE IN VERWENDUNG BEI Fritz Berger



Die KI von smartQuery optimiert jede Onsite-Suche, indem sie Longtail Keywords zu Clustern gruppiert. Nur die Keywords, die die beste Übereinstimmung mit der Kundenabsicht darstellen, werden an die Suchmaschine gesendet. Dies steigert den Umsatz pro Suche, da mehr Besucher Produkte finden, die ihren Absichten entsprechen. Dabei behalten Suchmanager die vollständige Kontrolle.



verwandelt Autocomplete in echte Intent-Vorhersage. Basierend auf Conversion-Daten zeigt es Kunden bewährte Suchbegriffe – oft bevor sie zu tippen beginnen. Das Modul eliminiert automatisch Tippfehler, versteht Suchintentionen und priorisiert Vorschläge nach tatsächlicher Performance. Im Gegensatz zu traditionellem Autocomplete nutzt smartSuggest echte Shop-Daten, um Kunden zu erfolgreichen Suchen zu führen und Conversion-Raten zu steigern.



ABOUT US

| searchHub

searchHub ist der Autopilot zur Verbesserung einer bestehenden E-Commerce-Suche. Das KI-Add-on übersetzt die Formulierungen der Käufer:innen in die bestmögliche Suchanfrage und bündelt so wertvollen Traffic. Gleichzeitig bietet das Tool eine tiefgreifende Such-Analytics aller Suchaktivitäten, die dabei hilft, die Shop-Suche kontinuierlich zu verbessern. Dies findet unabhängig von der bestehenden Suchtechnologie statt und wird direkt über die leicht bedienbare Benutzeroberfläche gesteuert. searchHub Kunden müssen dabei ihre bestehende Suche nicht ersetzen – searchHub identifiziert Optimierungspotentiale und steigert diese automatisch mit voller Transparenz.



| Fritz Berger

Fritz Berger ist heute mit einem umfangreichen Sortiment und über 100 Filialen deutschlandweit und im benachbarten Ausland die Top-Adresse im Bereich Camping und Freizeit. Dabei heben wir uns am Campingmarkt in zweifacher Hinsicht ab: Zum einen durch unsere starken Eigenmarken mit innovativen und exklusiven Produkten und zum anderen durch unser ausgeklügeltes Vertriebsnetz sowie ständige Servicebereitschaft.



Drei Vertriebswege – ein Erfolgskonzept: Wir sind der moderne Multichannel-Anbieter, der in hohem Maße auf Kundenwünsche eingeht. Mit unseren zahlreichen Artikeln zum besten Preis-/Leistungsverhältnis bieten wir alles, was das Camperherz begehrt.

"Großartiges Tool und exzellenter Support"

★★★★★

In den letzten 12 Monaten

T **Tim**

Verifizierter Reviewer

Product Owner bei **Lidl Digital**

"Großartiges Tool einer coolen Truppe für die vollumfängliche, sprach-unabhängige Query-Optimierung"

★★★★★

In den letzten 6 Monaten

F **Florian**

Verifizierter Reviewer

Experte OnSite Search bei **Witt Gruppe**

"Eine sinnvolle Erweiterung für jede OnSite-Suche"

★★★★★

In den letzten 6 Monaten

J **Jens**

Verifizierter Reviewer

Webanalyst bei **POCO Einrichtungsmärkte GmbH**

"Sehr gutes Tool zur Suchoptimierung"

★★★★★

In den letzten 12 Monaten

D **Daniel**

Verifizierter Reviewer

Senior eCommerce Manager bei **ROLLER GmbH**

"Der Türsteher für die Interne Suche im Shop!"

★★★★★

In den letzten 30 Tagen

R **Rick**

Verifizierter Reviewer

Product Owner bei **Decathlon Deutschland SE & Co. KG**

"Ein "Quick-Win" für die Suchoptimierung!"

Herkunft der Review ⓘ

★★★★★

In den letzten 12 Monaten

P **Phillip**

Verifizierter Reviewer

Webentwickler bei **COLONS GmbH & Co. KG**

<https://omr.com/de/reviews/product/searchhub>

