

Auf Platz eins bei Suchmaschinen

SEO-Anbieter versprechen Firmen oft eine Top-Position unter den Suchresultaten von Google und Co. Doch ein genauer Blick auf das Angebot kann sich lohnen.

VON GABY STÄHELI

Bei Google auf Platz 1 sein – welches Unternehmen träumt nicht davon die Konkurrenz hinter sich zu lassen und mit seinen wichtigsten Suchbegriffen zuoberst auf der Ergebnisliste der Suchmaschine zu erscheinen? Das Zauberwort, um genau das zu erreichen, heisst Suchmaschinenoptimierung, kurz SEO (Search Engine Optimization). Wer davon keine Ahnung hat,

heuert dafür am besten einen Profi an. Mittlerweile gibt es auf dem Schweizer Markt eine stattliche Zahl an SEO-Anbietern, angefangen von der reinen SEO-Agentur, über die Webagentur mit SEO als Zusatzservice bis hin zur Full-Service-Agentur. Die Angebote könnten unterschiedlicher kaum sein, und es herrscht immer noch grosse Intransparenz im Markt.

Suchmaschinenoptimierung ist ein aufwendiger Prozess und daher auch ein recht kostspieliges Unterfangen. Für Laien ist es oft schwierig, den für sie passenden SEO-Dienstleister zu finden und die Spreu vom Weizen zu trennen. Deshalb gleich vorweg: Es gibt zahlreiche schwarze Schafe im Markt der SEO-Agenturen. Damit diese auch für das ungeübte Auge erkennbar werden, gibt es

SCHWEIZER SEO-ANBIETER

	DATAFLOW	DOTPULSE	GOLDBACH INTERACTIVE (SWITZERLAND)	IDEALIZER	INM
Web	www.dataflow.ch	www.dotpulse.ch	www.goldbach-interactive.ch	www.idealizer.ch	www.inm.ch
Im Bereich der Suchmaschinenoptimierung tätig seit	2005	2000	1999	2007	2000
Anzahl Mitarbeiter in der Schweiz	3	12	60	5	50
Anzahl SEO-Spezialisten	2	4	4	5	7
Anbieterkategorie	Full-Service-Agentur (Webdesign, SEO, SEM, Werbung etc.)	Full-Service-Agentur (Webdesign, SEO, SEM, Werbung etc.)	Full-Service-Agentur (Webdesign, SEO, SEM, Werbung etc.)	SEO-Agentur	Full-Service-Agentur (Webdesign, SEO, SEM, Werbung etc.)
SEO-Dienstleistungen	Onpage-Optimierung, Offpage-Optimierung, SEO-Analyse und -Empfehlung, SEO-Schulung & Workshops, SEO Coaching	Onpage-Optimierung, Offpage-Optimierung, SEO-Analyse und -Empfehlung, SEO-Schulung & Workshops, SEO Coaching	Onpage-Optimierung, Offpage-Optimierung, SEO-Analyse und -Empfehlung, SEO-Schulung & Workshops, SEO Coaching, Sonstige: Erstellung und Betrieb von Rankingpages sowie von SEO-gerechten Inhalten	Onpage-Optimierung, Offpage-Optimierung, SEO-Analyse und -Empfehlung, SEO-Schulung & Workshops, SEO Coaching Sonstige: Social Traffic, Link Building	Onpage-Optimierung, Offpage-Optimierung, SEO-Analyse und -Empfehlung, SEO Coaching
Vertragsarten und Preismodelle	Preise nach Aufwand, Pauschalen für definierte Leistungen (z.B. Keyword-Analyse, Workshop, etc.)	Preise nach Aufwand, Pauschalen für definierte Leistungen (z.B. Keyword-Analyse, Workshop, etc.)	Preise nach Aufwand, Pauschalen für definierte Leistungen (z.B. Keyword-Analyse, Workshop etc.), Performance-abhängig	Preise nach Aufwand, Pauschalen für definierte Leistungen (z.B. Keyword-Analyse, Workshop etc.), KMU-Paket	Preise pro Keyword für bestimmte Vertragslaufzeiten
Vertragslaufzeiten	nicht relevant	12 Monate	6 Monate, 12 Monate	nicht relevant	12 Monate
Ungefähre Kosten für 5 Keywords (siehe Beispiel) ¹⁾	k.A.	k.A.	k.A.	Fr. 2400.-, individuell, es wird nicht nach Keywords abgerechnet	Optimierung erst ab 10 Keywords, Preis branchen-abhängig

k.A. = keine Angaben; 1) Preisbeispiel für 5 Keywords (Kopierer, A3-Kopierer, Drucker, Laserdrucker, Kopiergerät), Schweiz, Laufzeit 1 Jahr. Die grossen Preisunterschiede der einzelnen Preisbeispiele beziehen sich nur auf das vorgegebene Beispiel und sind nicht auf andere Keywords und Branchen übertragbar.

einige Punkte, die unbedingt beachtet werden sollten. Vorsicht ist beispielsweise bei folgenden SEO-Praktiken geboten:

- **Ratzgarantie:** Die Zusicherung einer Platzgarantie auf den obersten Plätzen der Suchmaschine ist nicht möglich, da diese von zu vielen Faktoren abhängig ist. Wenn schon, dann bitte nur mit Geld-Zurück-Garantie.
- **Anmeldung bei 60 oder 100 Suchmaschinen:** Für die Schweiz reicht eine Hand voll, da Google bereits mehr als 90 Prozent des Marktes abdeckt. International kommen je nach Zielregion noch ein paar wenige nationale Suchmaschinen hinzu.
- **Einmalige oder kurzfristige Angebote:** SEO ist ein langfristiger Prozess über Monate bis hin zu Jahren. Kurzfristige SEO-Aktivitäten bringen meist auch nur kurzfristige Erfolge.
- **Intransparenz:** Eine seriöse Agentur legt offen, welche SEO-Methoden sie anwendet und stellt die Anzahl und Liste der verlinkten URLs zur Verfügung. Ausserdem

sollten Kontaktangaben der Firmen und Geschäftsleitung auf deren Webseite ersichtlich sein.

- **Verwendung von Brückenseiten oder Schattendomains mit Weiterleitungen.**
- **Aufforderungen vom SEO-Anbieter, Backlinks auf von ihm betriebene Domains zu setzen.**

Wird bei der Suchmaschinenoptimierung gegen wichtige SEO-Richtlinien verstossen, so kann dies der Webseite und dem Ruf eines Unternehmens schaden. Suchmaschinen ahnen solche Verstösse teils mit einer massiven Verschlechterung der Positionierung oder im schlimmsten Fall mit einer Verbannung der Domain aus dem Suchmaschinenindex. Es lohnt sich daher, bei der Auswahl der SEO-Firma mit grosser Sorgfalt vorzugehen. Weitere Hinweise zur Auswahl von seriösen SEO-Agenturen gibt es auch bei den Google Webmaster Guidelines.

SEO-Dienstleister lassen sich grob in folgende Kategorien einteilen:

- **SEO-Berater/SEO-Consultants:** Analyse und Beratung
- **Online-Agenturen, Web-Agenturen:** Technische Umsetzung (Onpage-Optimierung)
- **Full-Service-SEO-Agenturen:** komplette Umsetzung inklusive inhaltlicher Bearbeitung und externer Verlinkung (Onpage- und Offpage-Optimierung)

Es gibt keine feste Abgrenzung zwischen den drei Anbieter-Typen, und es ist daher wichtig, sich frühzeitig zu erkundigen, welche Tätigkeitsbereiche abgedeckt werden. Viele SEO-Anbieter in der Schweiz sind Firmen mit ein bis fünf Mitarbeitern, die in Netzwerken mit anderen Agenturen oder Freelancern zusammenarbeiten.

Möchte ein Unternehmen das SEO-Know-how selbst aufbauen, ist es sinnvoll, einen Workshop oder ein längerfristiges Coaching eines SEO-Consultants in Anspruch zu nehmen. Ebenfalls sinnvoll ist eine vorgängige Analyse der Webseite sowie der gewünschten Keywords mit anschliessenden Empfehlungen bezüglich der Umsetzung. Diese kann auch in

METAPEOPLE	NETPULSE	NETZPULS ONLINE MARKETING	ONEBYTE	PLACESYS	PLAKATIV ONLINE MARKETING
www.metapeople.com	www.netpulse.ch	www.netzpus.ch	www.onebyte.ch	http://placesys.ch	www.plakativ-online-marketing.ch
2008	2009	2010	2002	2011	2007
8	7	4	10	2	3
2	4	4	4	2	1
SEO-Agentur	Online-Marketing-Agentur (SEO + SEM)	Online-Marketing-Agentur (SEO, STRATEGIE, Social Media, NL)	Full-Service-Agentur (Webdesign, SEO, SEM, Werbung etc.)	Online-Marketing-Agentur (SEO + SEM)	Online-Marketing-Agentur (SEO + SEM)
Onpage-Optimierung, Offpage-Optimierung, SEO-Analyse und -Empfehlung, SEO-Schulung & Workshops, SEO Coaching	Onpage-Optimierung, Offpage-Optimierung, SEO-Analyse und -Empfehlung, SEO-Schulung & Workshops, SEO Coaching	Onpage-Optimierung, Offpage-Optimierung, SEO-Analyse und -Empfehlung, SEO Coaching	Onpage-Optimierung, Offpage-Optimierung, SEO-Analyse und -Empfehlung, SEO-Schulung & Workshops, SEO Coaching	Onpage-Optimierung, Offpage-Optimierung, SEO-Analyse und -Empfehlung, SEO Coaching	Onpage-Optimierung, Offpage-Optimierung, SEO-Analyse und -Empfehlung, SEO-Schulung & Workshops, SEO Coaching
Preise nach Aufwand, Pauschalen für definierte Leistungen (z.B. Keyword-Analyse, Workshop etc.)	Pauschalen für definierte Leistungen (z.B. Keyword-Analyse, Workshop etc.)	Abo zum Fixpreis mit Erfolgsanteil	Preise nach Aufwand, Pauschalen für definierte Leistungen (z.B. Keyword-Analyse, Workshop etc.)	Preise pro Keyword für bestimmte Vertragslaufzeiten mit 100% Geld-zurück-Garantie für 1 Jahr	Preise nach Aufwand mit Kostendach
6 Monate, 12 Monate	nicht relevant	12 Monate	12 Monate	12 Monate	nicht relevant
Fr. 6000.-	Fr. 3333.-	ca. Fr 4000.- bis 5000.-	Fr. 3500.-	Fr. 5500.-	Fr. 2500.-

Anbieter sind unter anderem auf unterschiedliche Vertragsarten und unterschiedliche Leistungen (vollständige und teilweise Auslagerung) zurückzuführen. Die angegebenen Quelle: Gryps

einem begleiteten Coaching erfolgen. Soll die gesamte Optimierung an eine Agentur übergeben werden, so hat dies den Vorteil, dass ein Unternehmen sich nicht selbst um die komplette inhaltliche und textliche Umsetzung (Onpage-Optimierung) und die externe Verlinkung (Offpage-Optimierung) kümmern muss. Diese wird von einem kompetenten und erfahrenen Team mit entsprechendem Know-how umgesetzt. In Anbetracht der Tatsache, dass bei Google inzwischen mehr als 200 unterschiedliche Faktoren in die Bewertung der Suchmaschinenergebnisse einfließen, ist es nicht verwunderlich, dass SEO-Spezialisten einiges kosten.

Zur Onpage-Optimierung gehören alle Faktoren technischer und inhaltlicher Art, welche

auf der Webseite selbst beeinflusst werden können. Dazu gehören beispielsweise die Länge und Inhalte der Seitentitel, die richtigen Formatierungen und Keywords in den Überschriften, Platzierung der Suchbegriffe, Bilder, Ladezeiten und HTML-Qualität. Unter Offpage-Optimierung versteht man den wesentlich aufwendigeren Bereich der externen Verlinkung. Es geht darum, gute und relevante Links von aussen zu erhalten, um die Bedeutung der eigenen Seite zu erhöhen. Gleichzeitig gehört Link-Building auch zu den heiklen Themen, da sich hier sogenannten Link-Farmen tummeln. Der Kauf von zu vielen oder schlechten Links kann von Google massiv abgestraft werden. Full-Service-Agenturen hingegen bieten in diesem Bereich meist eine langfristige, seriöse

Unterstützung durch Aktivitäten wie regelmäßige Blog-Beiträge, Social Media Integration oder Einträgen in relevanten Foren.

Bei der Auslagerung der Suchmaschinenoptimierung hängen die Kosten im wesentlichen von folgenden Faktoren ab:

- Art und Umfang der SEO-Dienstleistung (Analyse und Beratung, technische Umsetzung Onsite-Optimierung, Verlinkungen Offsite-Optimierung)
- Anzahl der zu optimierenden Keywords
- Nachfrage nach den zu optimierenden Keywords (z.B. «Wellness» teurer als «Spa in Pontresina»)
- Anzahl Sprachregionen und Länder
- Optimierungszeitraum

SCHWEIZER SEO-ANBIETER

	ROGERBALMER.COM	UNIPLEX	WEBTRENDSMEDIA	WORLDSITES	YOURPOSITION
Web	www.rogerbalmer.com	www.uniplex.ch	www.webtrendsmedia.ch	www.worldsites-schweiz.ch	www.yourposition.ch
Im Bereich der Suchmaschinenoptimierung tätig seit	2010	2005	1999	1997	2003
Anzahl Mitarbeiter in der Schweiz	2	5	6	18	20
Anzahl SEO-Spezialisten	2	3	4	9	10
Anbieterkategorie	SEO-Agentur	Online-Marketing-Agentur (SEO + SEM)	SEO, SEM und Social Media Marketing	Full-Service-Agentur (Webdesign, SEO, SEM, Werbung etc.)	SEO, Google Adwords, Google-Display-Netzwerk, Web Analytics, E-Commerce
SEO-Dienstleistungen	Onpage-Optimierung, Offpage-Optimierung, SEO-Analyse und -Empfehlung, SEO-Schulung & Workshops, SEO Coaching	Onpage-Optimierung, Offpage-Optimierung, SEO-Analyse und -Empfehlung, SEO-Schulung & Workshops, SEO Coaching	Onpage-Optimierung, Offpage-Optimierung, SEO-Analyse und -Empfehlung, SEO-Schulung & Workshops	Onpage-Optimierung, Offpage-Optimierung, SEO-Analyse und -Empfehlung, SEO-Schulung & Workshops, SEO Coaching, Sonstige: garantierte Top-Positionen	Onpage-Optimierung, Offpage-Optimierung, SEO-Analyse und -Empfehlung, SEO-Schulung & Workshops, SEO Coaching, Strategie-Beratung, Sonstige: Erfolgsmessung, Potential- und Konkurrenz-/Markt-Analysen
Vertragsarten und Preismodelle	Preise nach Aufwand, Pauschalen für definierte Leistungen (z.B. Keyword-Analyse, Workshop etc.), erfolgsbasierende Modelle	Preise pro Keyword für bestimmte Vertragslaufzeiten, Pauschalen für definierte Leistungen (z.B. Keyword-Analyse, Workshop etc.), erfolgsbasiert	Pauschalen für definierte Leistungen (z.B. Keyword-Analyse, Workshop etc.)	Preise nach Aufwand, Pauschalen für definierte Leistungen (z.B. Keyword-Analyse, Workshop etc.)	Preise nach Aufwand, Pauschalen für definierte Leistungen (z.B. Keyword-Analyse, Workshop etc.)
Vertragslaufzeiten	6 Monate, 12 Monate	nicht relevant	12 Monate	nicht relevant	6 Monate, 12 Monate, 24 Monate, 36 Monate, 48 Monate
Ungefähre Kosten für 5 Keywords (siehe Beispiel)¹⁾	Fr. 2900.-	Fr. 6000.-	ab Fr 3800.-	individuell, hängt davon ab, wie stark die zu optimierende Website bereits ist	Pricing ist nicht abhängig von Keywords

k.A. = keine Angaben; 1) Preisbeispiel für 5 Keywords (Kopierer, A3 Kopierer, Drucker, Laserdrucker, Kopiergerät), Schweiz, Laufzeit 1 Jahr. Die grossen Preisunterschiede der einzelnen Anbieter sind unter anderem auf unterschiedliche Vertragsarten und unterschiedliche Leistungen (vollständige und teilweise Auslagerung) zurückzuführen. Die angegebenen Preisbeispiele beziehen sich nur auf das vorgegebene Beispiel und sind nicht auf andere Keywords und Branchen übertragbar.

Quelle: Gryps

- Einsatz von Google Adwords (abklären, ob Adwords-Kosten im Angebot enthalten sind)

Um Suchmaschinenplatzierungen zu verbessern und dann auch zu halten, braucht es eine ständige Betreuung und Optimierung. Längerfristige Verträge sind daher durchaus sinnvoll.

Von Web-Agenturen wird teilweise ein Basis-Setup für fünf bis zehn Keywords ab 2000 bis 3000 Franken angeboten. Hier ist genau abzuklären, welche der oben genannten Punkte über welchen Zeitraum abgedeckt werden. Oft beinhaltet dies lediglich den Bereich der sogenannten Onpage-Optimierung in einem einmaligen Setup, nicht aber den wesentlich aufwendigeren Bereich der Offpage-Optimierung (Verlinkung von Aussen) und die langfristige Betreuung und Optimierung.

Eine spezialisierte SEO-Agentur bietet einen kompletten Service über alle gelisteten Punkte und Tätigkeiten und verlangt dafür einen entsprechenden Preis. Es muss für rund zehn Keywords zwischen 7000 bis 15'000 Franken pro Jahr gerechnet werden. Abzuklären ist hier, ob der Preis auch das Budget für Google Adwords-Kampagnen (bezahlte Anzeigen in Google) beinhaltet. Diese werden oft unter-

stützend bei SEO-Projekten eingesetzt und erklären häufig die grossen Unterschiede in der Preisgestaltung.

Abschliessend kann gesagt werden, dass die Kosten in der Regel für jeden Kunden individuell kalkuliert werden müssen. Allgemeine Pauschalen aufgrund einer bestimmten Anzahl von Keywords sind nicht sinnvoll. Die Marktübersicht enthält daher ein konkretes Preisbeispiel mit fünf Keywords, um sich einen ersten Eindruck von zu erwartenden Kosten zu verschaffen. Die Unterschiede zwischen den Anbietern resultieren aus den variierenden Vertragsleistungen und sind daher nicht eins zu eins vergleichbar. Die Auswahl des richtigen SEO-Partners erfordert einen genauen Blick auf die Offerten und den darin angebotenen Dienstleistungen. Es empfiehlt sich ein persönliches Gespräch mit den Anbietern, um sich über deren Vorgehensweisen und Leistungen zu informieren. Hat man es dann nach einiger Zeit mit den richtigen Keywords auf die erste Seite von Google geschafft, dann zahlt sich das Investment in der Regel durch eine deutliche Zunahme der Homepage-Besucher aus.

GABY STÄHELI IST MITINHABERIN VON GRYPs.

OFFERTEN ALS DIENSTLEISTUNG

Das Offertenportal Gryps hat sich darauf spezialisiert, KMU bei der Beschaffung von Office-Equipment und Dienstleistungen zu unterstützen. Dazu nimmt Gryps Unternehmen die Suche nach dem passenden Anbieter ab und holt für sie Offerten ein. Das KMU muss dazu lediglich einen Fragebogen ausfüllen, um dann drei individuelle Offerten von Anbietern aus der Region zu erhalten. Die Bandbreite von möglichen Produkten, die man sich via Gryps offerieren lassen kann, reicht dabei vom Treuhänder über Telefonanlagen bis hin zu IT-Service-Dienstleistungen oder eben Suchmaschinenoptimierung. Für Kaufinteressenten ist die Dienstleistung kostenlos, Anbieter zahlen für den erhaltenen Kontakt eine Gebühr. Weitere Informationen unter www.gryps.ch.

