

Auf Platz eins bei Suchmaschinen

SEO-Anbieter versprechen Firmen oft eine Topposition 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 aufwändiger 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 ei-

SCHWEIZER SEO-ANBIETER

FIRMENNAME:	DATAFLOW	DOTPULSE	GOLDBACH INTERACTIVE (SWITZERLAND)	IDEALIZER	INM
Web:	http://www.dataflow.ch	www.dotpulse.ch	http://www.goldbach-interactive.ch	http://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,...)	Full-Service-Agentur (Webdesign, SEO, SEM, Werbung,...)	Full-Service-Agentur (Webdesign, SEO, SEM, Werbung,...)	SEO Agentur	Full-Service-Agentur (Webdesign, SEO, SEM, Werbung,...)
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, ...)	Preise nach Aufwand, Pauschalen für definierte Leistungen (z.B. Keyword-Analyse, Workshop, ...)	Preise nach Aufwand, Pauschalen für definierte Leistungen (z.B. Keyword-Analyse, Workshop, ...), Performanceabhängig	Preise nach Aufwand, Pauschalen für definierte Leistungen (z.B. Keyword-Analyse, Workshop, ...), 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 2'400.00, individuell, es wird nicht nach Keywords abgerechnet	Optimierung erst ab 10 Keywords, Preis ist branchenabhängig

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.

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

- Platzgarantie: Die Zusicherung einer Platzgarantie auf den obersten Plätzen 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 Handvoll, 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 ahnden 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-Knowhow 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 einem begleiteten Coaching erfolgen.

METAPEOPLE	NETPULSE	NETZPULS ONLINE MARKETING	ONEBYTE	PLACESYS	PLAKATIV ONLINE MARKETING
http://www.meta-people.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,...)	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, ...)	Pauschalen für definierte Leistungen (z.B. Keyword-Analyse, Workshop, ...)	Abo zum Fixpreis mit Erfolgsanteil	Preise nach Aufwand, Pauschalen für definierte Leistungen (z.B. Keyword-Analyse, Workshop, ...)	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. 6'000.00	Fr. 3'333.00	ca. Fr 4'000 bis 5'000	Fr. 3'500.00	Fr. 5'500.00	Fr. 2'500.00

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

Quelle: Swiss IT Magazine

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 aufwändigeren 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 regelmä-

sige Blogbeiträge, 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
- Einsatz von Google Adwords (abklären ob

SCHWEIZER SEO-ANBIETER					
FIRMENNAME:	ROGERBALMER.COM	UNIPLEX	WEBTRENDSMEDIA	WORLDSITES	YOURPOSITION
Web:	http://www.rogerbalmer.com	www.uniplex.ch	www.webtrendsmedia.ch	www.worldsites-schweiz.ch	http://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 usw.)	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, wOffpage 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, Potenzial- und Konkurrenz-/ Markt-Analysen
Vertragsarten und Preismodelle:	Preise nach Aufwand, Pauschalen für definierte Leistungen (z.B. Keyword-Analyse, Workshop usw.), Erfolgsbasierende Modelle	Preise pro Keyword für bestimmte Vertragslaufzeiten, Pauschalen für definierte Leistungen (z.B. Keyword-Analyse, Workshop usw.), Erfolgsbasiert	Pauschalen für definierte Leistungen (z.B. Keyword-Analyse, Workshop usw.)	Preise nach Aufwand, Pauschalen für definierte Leistungen (z.B. Keyword-Analyse, Workshop usw.)	Preise nach Aufwand, Pauschalen für definierte Leistungen (z.B. Keyword-Analyse, Workshop usw.)
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. 2'900.00	Fr. 6'000.00	ab Fr 3'800.00	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: Swiss IT Magazine

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 Webagenturen wird teilweise ein Basis-Setup für fünf bis zehn Keywords ab 2'000 bis 3'000 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 aufwändigeren 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 7'000 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 Marktstudie 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 angebotene Dienstleistungen. Es empfiehlt sich ein persönliches Gespräch mit den Anbietern um sich eingehend über deren Vorgehensweisen, Methoden und Leistungen zu informieren.

Hat man es dann tatsächlich nach einiger Zeit mit den richtigen Keywords auf die erste Seite von Google geschafft, dann zahlt sich das SEO-Investment in der Regel auch durch eine deutliche Zunahme der Homepage- oder Webshop-Besucher aus. ■

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.

