

# Einkaufskriterien für den Onlineauftritt

## Der praktische Nutzen eines Dienstleistungsportals

Obwohl die Webbranche noch jung ist, ist ein Onlineauftritt für eine Firma heute unerlässlich. Um für sein Unternehmen einen passenden Onlineauftritt zu finden, muss sich der Einkäufer einen Überblick verschaffen. Doch so vielfältig die Bedürfnisse, so mannigfaltig sind auch die Anbieter und Möglichkeiten.



### Priska Schoch

ist zusammen mit Gaby Stäheli Inhaberin von GRYPs

### GRYPs

ist ein Offertenportal, welches sich darauf spezialisiert hat, 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.

Die Bandbreite von möglichen Produkten, die man sich via GRYPs offerieren lassen kann, reicht dabei von Kaffeefullautomaten über Telefonanlagen bis hin zu IT-Service-Dienstleistungen oder eben Managed Print Services. Für Kaufinteressenten ist die Dienstleistung kostenlos, Anbieter zahlen eine Kontaktgebühr.

[www.gryps.ch](http://www.gryps.ch)

Websites einzelner Unternehmen unterscheiden sich voneinander so stark wie ein kleines Homeoffice vom 14-stöckigen Bürokomplex. Dem Nutzer präsentieren sich sowohl einfache Homepages wie auch sehr komplexe Seiten mit Bildern, Berichten, Ticketbestellungen oder Onlinezahlung mit Kreditkarte.

Die Webbranche ist zwar noch jung, trotzdem tummeln sich allein im Schweizer Markt unzählige mittlere und kleine Anbieter und ein paar wenige sehr grosse Agenturen. Die Selektion nach Lokation oder Grösse hilft zwar, Anbieter einzugrenzen, führt aber nicht unbedingt zum richtigen Partner. Geht es dabei doch nicht nur um fachliches Können, sondern auch darum, ob Stil und Kommunikationsart mit den eigenen Vorstellungen übereinstimmen.

Das Offertenportal GRYPs hat aufgrund seines Serviceangebots tagtäglich mit Webagenturen, Full-Service-Werbeagenturen, Grafikern oder Videoproduzenten zu tun und konnte sich im Online Business ein umfangreiches Marktwissen aneignen. Nachfolgend ein kleiner

Überblick, worauf beim Einkauf dieser Dienstleistungen zu achten ist:

### Erste Überlegungen

Fehlen der Firmenauftritt und das Marketingkonzept noch gänzlich, empfiehlt es sich eine Werbeagentur zu kontaktieren. Eine sogenannte Full-Service-Agentur kann vom Logo über Website bis hin zum Video einen einheitlichen Firmenauftritt aus einer Hand garantieren. Geht es um eine einfache Firmenhomepage, soll ein E-Shop mit oder ohne Kreditkartenzahlung angeboten werden, müssen sich Mitglieder anmelden können, möchte man ein Kontakt- und/oder Feedbackformular integrieren? Je konkreter die Vorstellungen, desto einfacher die Selektion des Partners.

Ob Grafiker, Videoproduzent, Werbe-Agentur oder Webagentur: Der Bauch soll mitentscheiden! Soll es klassisch, poppig, modern, günstig oder gar «State of the Art» sein? Die Wahl wird jedesmal auf eine andere Agentur fallen. Im kreativen Bereich haben sich vor allem kleinere Agenturen auf gewisse Stile

spezialisiert, die man mithilfe der Referenzen sehr schnell erkennt. Erwarten Sie von einer poppigen Agentur kein klassisches Design. Die Enttäuschung wäre vorprogrammiert.

#### **Full-Service-Agentur oder kleines Startup-Unternehmen?**

Grosse Full-Service-Agenturen verfügen über viel Erfahrung und können von der Konzeption, über die Grafik bis hin zur Webentwicklung alles abdecken. Dies spart Zeit und Integrationsaufwand, erfordert jedoch eine aufwendige Infrastruktur mit oft komplexen Prozessen, was sich auch in der Preisgebung niederschlägt. Unsere Erfahrung zeigt, dass es sich nicht lohnt, kleine Projekte oder einfache Firmenwebsites bei den Grossen machen zu lassen. Viele innovative Firmen mit wenigen, aber kreativen Köpfen bieten dies zu weit günstigeren Preisen an. Grosse Full-Service-Agenturen nehmen meist gar keine Aufträge unter CHF 5000.– an. Gesucht und geschätzt sind Webaufträge mit Budgets ab CHF 10 000.–. Also lieber König bei einem Kleinen als der Preisdrücker bei einem Grossen.

#### **Webagentur – Grafiker**

Webdesigner und Grafiker sind keine geschützten Berufsbezeichnungen. Umsicht bei der Auswahl ist daher angebracht. Anspruchs-

volle E-Commerce-Seiten benötigen andere Skills als eine einfache Firmenwebsite. Ein erster Anhaltspunkt ist die Nachfrage zum Vorgehen bei der Umsetzung. Es gilt auch hier, die Referenzen zu prüfen. Hat die Agentur sich auf spezielle Branchen spezialisiert? Mit welchem Komplexitätsgrad wurden die Seiten bis jetzt entwickelt. Die Erstellung einer Website beinhaltet Gestaltung, Aufbau, Suchmaschinenoptimierung und Nutzerführung (Usability). Ist noch keine Designvorgabe vorhanden, muss unbedingt ein Grafiker hinzugezogen werden.

Die Erstellung der Website mit einem CMS (Content Management System) ist zwar etwas teurer, lohnt sich aber in jedem Fall. Denn nur so können später selbst neue Bilder und Texte eingefügt werden.

Es gibt zwar Agenturen, die für weniger als CHF 1000.– eine Homepage erstellen, diese Seiten werden allerdings auf vorgegebenen Templates erstellt. Sobald mehr Flexibilität oder ein CMS benötigt wird, muss mit einem Betrag ab CHF 3000.– gerechnet werden. Ein eigenes Design erhält man kaum unter CHF 5000.–. Dies ist aber für viele Firmen nicht notwendig. Die Templates können mit Farbe und Form zu sehr persönlichen Homepages gestaltet werden. Eine E-Commerce-Seite zu integrieren, kostet noch zusätzlich einige Tau-

send Franken, je nach Anspruch und Komplexität.

Anforderungen an eine Website wie Userforum, Bildergalerien, spezielle Eingabeformulare, Kreditkartenzahlung, Benutzerverwaltung etc. sind klare Hinweise auf Mehrkosten.

Neben den eigentlichen Entwicklungskosten muss mit laufenden Kosten für den Betrieb gerechnet werden. Dazu gehören das Webhosting, die laufende Aktualisierung der Inhalte, Suchmaschinenoptimierung und nicht zu vergessen die Social-Media-Integration auf Facebook & Co. Für grosse Unternehmen können die Unterhaltskosten schnell einmal ein Vielfaches der eigentlichen Webentwicklung betragen.

#### **Einfache Suche**

Wer sich bei der Auswahl auf eine Firma mit Marktkompetenz stützen möchte, findet zum Beispiel bei gryps.ch Hilfe. Nach über eineinhalb Jahren Geschäftserfahrung kennt man dort die grossen und kleinen Anbieter, weiss welche Agenturen witzig und frech und welche eher sachlich und formell produzieren. Auch ermöglicht das Portal die Suche mit sehr spezifischen Kriterien. Dank dem grossen Netzwerk lassen sich mit geringem Aufwand viele Firmen anschreiben und so gezielt passende Partner finden.