



Checkliste: Beste SEO-Agentur finden

Wie finde ich die beste SEO-Agentur? Bei der Auswahl einer **SEO-Agentur** gibt es viele Aspekte zu beachten. In unserem eBook geben wir dir Tipps und Tricks, um die passende SEO-Agentur zu finden. Wir zeigen dir, worauf es ankommt!

» **WIE ERKENNE ICH EINE UNSERIÖSE ODER SCHLECHTE SEO-AGENTUR?** Hier findest du die wichtigsten Insider-Tipps! Mit diesem eBook lässt du dich nicht von schwarzen Schafen täuschen.

» **EBOOK MIT EXCEL-CHECKLISTE FÜR DIE BEWERTUNG UND DEN VERGLEICH VERSCHIEDENER SEO-AGENTUREN.** Mit unserer **Checkliste** kannst du ganz einfach durch eine **Punktebewertung** verschiedene Agenturen vergleichen und die beste auswählen!



ONLINE SOLUTIONS GROUP®

Your Link to Success.

Inhaltsverzeichnis

- 01 **VORBEREITUNG AGENTURSUCHE**
Wie bereite ich mich auf die Agentursuche vor?
- 02 **Agenturstruktur**
Besonders wichtige Faktoren der Agenturstruktur
- 03 **Angebot**
Wichtige Checks zum Angebot
- 04 **Abteilungsstruktur**
Bewertungskriterien für das SEO-Team
- 05 **SEO / LLM**
ChatGPT & Co. (GEO)
- 06 **Erstkontakt**
Erstkontakt & Sales-Phase
- 07 **Linkaufbau**
Wichtige Checks zum Linkaufbau
- 08 **Content**
Wichtige Checks beim Content
- 09 **Reporting**
Berichtserstattung durch die Agentur
- 10 **Trust**
Wie viel Trust hat die Agentur?
- 11 **Kontakt**
Kontaktdaten OSG

Wer steckt hinter diesem E-Book?

Wir sind spezialisiert auf Search-Marketing – also auf alles, was Unternehmen dabei unterstützt, besser gefunden zu werden: bei Google, in ChatGPT, Perplexity & Co. Als Experten für SEO, SEA und KI-gestützte Sichtbarkeit helfen wir Firmen dabei, in klassischen Suchmaschinen sowie in modernen KI-Systemen präsent zu sein. Unser Ansatz verbindet langjährige Erfahrung mit innovativer Technologie – darunter unsere selbst entwickelte Performance Suite.

Wir kennen den Markt, wir kennen die typischen Fehler – und wir möchten dir helfen, bessere Entscheidungen zu treffen. Deshalb teilen wir hier ganz offen unser Wissen und zeigen, was in der Praxis funktioniert – und was nicht.

Automatisierung und künstliche Intelligenz sind heute kein „Nice-to-have“, sondern Grundvoraussetzung, um im Search-Bereich wettbewerbsfähig zu bleiben. Wir nutzen selbst täglich unsere eigene Technologie – die Performance Suite – um Prozesse zu automatisieren, Content schneller zu erstellen und Daten sinnvoll auszuwerten.

Das E-Book basiert auf unserer täglichen Arbeit mit Unternehmen jeder Größe: vom Start-up bis zum Konzern, aus B2B wie B2C. Dabei verfolgen wir immer einen Ansatz: Transparenz statt Buzzwords, Effizienz statt Bauchgefühl.

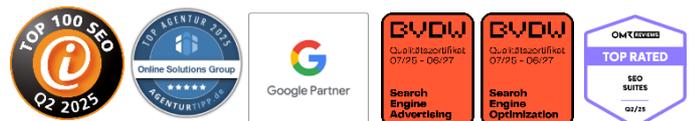
Wenn du also genug von leeren SEO-Versprechen hast und echtes Know-how suchst – willkommen. Dieses E-Book ist dein Einstieg in eine klarere, bessere und datengetriebene Search-Strategie.

Weitere Infos über uns:

<https://www.onlinesolutionsgroup.de/ueber-uns/>

Fakten zur OSG

- **Hauptstandort München**
Rosenheimer Str. 116, 81669 München
- **Unternehmensgründung**
2008
- **Aktive SEO / SEA Kunden**
ca. 100
- **Erfahrung**
Über 1.000 Projekte seit 2008
- **Kunden**
Großunternehmen, mittelständische Unternehmen und Startups
- **Auszeichnungen / Zertifikate (Stand Juli 2025)**



Vorwort

Wenn du bei Google nach „SEO Agentur“ suchst, bekommst du Millionen Treffer. Aber welche Agentur ist wirklich gut? Welche ist für dich und dein Unternehmen die Beste? Und wie kannst du Fehlentscheidungen vermeiden?

Die meisten Firmen haben schon mindestens einmal schlechte Erfahrungen mit SEO-Dienstleistern gemacht. Oft lag es nicht nur an der Agentur – auch fehlende Vorbereitung, unrealistische Erwartungen oder fehlendes Wissen auf Kundenseite verschärfen das Problem.

Deshalb haben wir dieses eBook geschrieben. Es hilft dir, SEO-Agenturen besser zu bewerten, typische Fehler zu vermeiden und dich fachlich so aufzustellen, dass du in der Zusammenarbeit auf Augenhöhe mitreden kannst.

Gerade in Zeiten von ChatGPT, Perplexity & Co. verändert sich SEO rasant. Wer sichtbar bleiben will, muss nicht nur für Google optimieren, sondern auch verstehen, wie KI-gestützte Systeme funktionieren – und sie gezielt für sich nutzen. Moderne SEO-Lösungen basieren auf Daten, Automatisierung und KI. Sie machen vieles einfacher, günstiger und effizienter – wenn man weiß, wie.

Wir zeigen dir, worauf es bei der Agenturwahl wirklich ankommt, welche Fragen du stellen solltest und woran du Qualität erkennst. Dazu gibt es Checklisten und Bewertungsmethoden, mit denen du strukturiert vergleichen kannst – statt dich auf Bauchgefühl oder hübsche Versprechen zu verlassen.

Am Ende findest du eine Übersichtstabelle, in der du alle Punkte eintragen kannst. So bekommst du Klarheit – und triffst eine Entscheidung, mit der du langfristig erfolgreich bist.

Viel Erfolg – und vor allem: viel Klarheit beim Lesen!





1. Wie bereite ich mich auf die Agentursuche vor?

Bevor du Angebote vergleichst oder überhaupt mit einer Agentur sprichst, solltest du Klarheit über deine Ziele, Erwartungen und Rahmenbedingungen haben. Nur so kannst du seriöse von unseriösen Anbietern unterscheiden – und vermeiden, am Ende für leere Versprechen zu zahlen.

- Welche **Ziele** willst du erreichen? Anzahl Anfragen, Neukunden, Umsatz, Rankings?
- Für welche **Prio Keywords** musst du unbedingt auf Platz 1?
- Welches sind die stärksten **Wettbewerber**?
- Wie wichtig sind welche **Leistungen oder Produkte**? Priorisiere diese und prüfe Saisonalitäten.
- Gibt es **interne Mitarbeiter**, die mitwirken wollen? So werden eigene Mitarbeiter fit im SEO und externe Kosten werden reduziert.
- Beziehe alle **Marketingkanäle** mit ein. Was für Kampagnen laufen noch?
- Welches **Budget** steht zur Verfügung? Prüfe für dich selbst, was du bereit bist zu investieren!

2. Besonders wichtige Faktoren der Agenturstruktur

Worauf es wirklich ankommt – die entscheidenden Faktoren bei der Agenturwahl

Die beste Strategie nützt dir nichts, wenn das Team dahinter nicht funktioniert. Deshalb lohnt es sich, ganz genau hinzuschauen: Wie ist die Agentur aufgebaut? Wie arbeitet sie intern – und mit dir als Kunde?

Eine solide Struktur, echte Erfahrung und klare Prozesse sind das Fundament jeder erfolgreichen SEO-Partnerschaft. Gleichzeitig geht es um Technologie, Automatisierung und KI – denn moderne Tools machen den Unterschied.

Alle Faktoren im Überblick



1. Kernkompetenz



8. Know-how



2. Erfahrung



9. Portfolio



3. Geschäftsform



10. Führung



4. Mitarbeiter



11. Technologien



5. Struktur



12. Referenzen



6. Prozesse



13. SERPs



7. Qualitätsmanagement

1. Kernkompetenz

Was ist die Kernkompetenz der Agentur?

Heutzutage schreiben sich alle Web-Agenturen, Entwickler-Agenturen, Media-Agenturen usw. "SEO" auf die Fahne.

Besitzt die Agentur aber **viel Erfahrung im SEO und ein eigenes SEO-Team**? Oft werden die SEO-Projekte von den Agenturen auch an Partner abgegeben oder nur nebenher „mitgemacht“.

Das Problem: Wenn SEO nur eine Nebenleistung ist, fehlt die nötige Expertise, um Top-Player hinter sich zu lassen!

Max. Punkte 7

2. Erfahrung

Lass dich nicht von allgemeinen Jahreszahlen blenden. Wichtig ist, seit wann die Agentur SEO anbietet. Sekundär ist, wann die Agentur gegründet wurde.

Im SEO spielt die Erfahrung eine wichtige Rolle. Die Agentur sollte auf jeden Fall **seit mehreren (5-10) Jahren SEO** betreiben.

Max. Punkte 5

4. Mitarbeiter

Prüfe wie viele Mitarbeiter die Agentur hat. Hier solltest du selbst recherchieren, z.B. auf LinkedIn. Eine Agentur, die ein hohes Budget verwaltet, sollte über mehr als 7-8 Mitarbeiter verfügen. Beachte auch, dass nicht nur die Gesamtzahl relevant ist, **sondern vor allem die Anzahl der Mitarbeiter in der SEO-Abteilung!**

„Für dein SEO-Projekt wären 28 Designer und Texter aus der Kreativ-Abteilung nicht besonders hilfreich.“

Max. Punkte 15

6. Prozesse

Wie sieht die Prozessstruktur der Agentur aus? Hat dir die Agentur ihre **Vorgehensweise** vorgestellt? Wie sind die Abläufe in der Anfangsphase, wie sieht die laufende Zusammenarbeit aus, wie wird reportet, usw.

Max. Punkte 10

8. Know-how

Verfügt die Agentur über Wissensträger mit mehr als 10 Jahren Online-Marketing-Erfahrung? Es gibt sehr viele „junge“ SEO-Anbieter die mit Garantien, Spam Mails, Cold Calling & Co. arbeiten. Im Sales sind einige davon sehr kreativ, während im SEO wichtiges Know-how fehlt.

Max. Punkte 7

3. Geschäftsform

Handelt es sich bei der Agentur um eine deutsche GmbH / AG, um ein Einzelunternehmen oder eine Limited?

In der Regel handelt es sich bei den größeren, seriösen und älteren Dienstleistern um **GmbHs oder AGs**. Einzelunternehmen, UGs oder Agenturen in Malta, Dubai und Co sind häufig jung, klein oder nicht zu 100% seriös.

Max. Punkte 3

5. Struktur

Gibt es in der Agentur feste Strukturen für einzelne Abteilungen? Gibt es klare Aufgaben- und Zuständigkeitsbereiche?

Wer SEO voll ausschöpfen möchte, muss die Teilbereiche **Technik, Content und Linkaufbau** beherrschen. Das funktioniert nur, wenn es auch passende Mitarbeiter für jeden Teilbereich gibt.

Max. Punkte 10

7. Qualitätsmanagement

Gibt es ein aktives Qualitätsmanagement? Werden **regelmäßige Überprüfungen** der erfolgskritischen Parameter durchgeführt und reportet? Zum Beispiel über ein SEO-Tool? Gibt es einen guten SEO-Teamleiter oder/und Geschäftsführer, der die Qualität sicherstellt?

Max. Punkte 10

9. Portfolio

Eine gute SEO-Agentur sollte auch SEA, Usability, Tracking und KI-Know-how haben. SEO ist ein Zusammenspiel verschiedener Technologien und Disziplinen. Das volle Potenzial, inkl. Wettbewerbsvorteilen, erreichst du nur, wenn ausreichend Know-how in allen Bereichen vorhanden ist.

Viele SEO-Anbieter arbeiten selbst mit einer schlechten Website, die nicht gut rankt – das ist z. B. kein gutes Zeichen.

Max. Punkte 8

10. Führung

Wem gehört die Agentur und wer führt sie? Sind schnelle Entscheidungen möglich? Das erhöht den Service und die Qualität der Leistungen.

Im Idealfall wird die Agentur **von einem SEO/SEA-Experten** geführt: Dann spielt SEO für die Agentur eine bedeutende Rolle. Vorsicht ist bei Vertriebsprofis geboten, denn sie stellen hohe Renditen über Kundenbedürfnisse. Auch Full-Service Agenturen, die alle möglichen Leistungen anbieten, sind im SEO häufig nicht die Besten.

Max. Punkte 6

11. Technologien

Verfügt die Agentur über **eigene Tools**? Oder nutzt die Agentur die Tools, die alle anderen Agenturen nutzen?

So lassen sich kaum Wettbewerbsvorteile erzielen!

Durch moderne Tools lassen sich schon heute über 80% der Routineaufgaben im SEO automatisieren. Auch ermöglichen moderne SEO-Tools, dass Kunden permanent Zugriff auf alle SEO-Daten haben und selbst mitarbeiten können!

Max. Punkte 10

12. Referenzen

Verfügt die Agentur über interessante **Referenzen**? Vorteilhaft ist es, wenn auch große Konzerne der Agentur vertrauen. Parallel sollte die Agentur aber auch Firmen mit kleineren Budgets gut betreuen können und hier aussagekräftige Referenzen haben. Das ist vor allem dann wichtig, wenn du selbst ein kleineres oder mittleres Unternehmen hast.

Schau dir die Referenzen auf der Website an. Gibt es auch Case Studies, Kundenstimmen, Videos und Zertifikate? Zertifikate wie die vom Bundesverband der Digitalen Wirtschaft (BVDW) zeigen, dass die Agentur in der Regel sauber arbeitet. Hierfür werden die Arbeitsweise und Kunden-Cases sowie die Struktur der Agentur geprüft.

Max. Punkte 10



13. SERPs

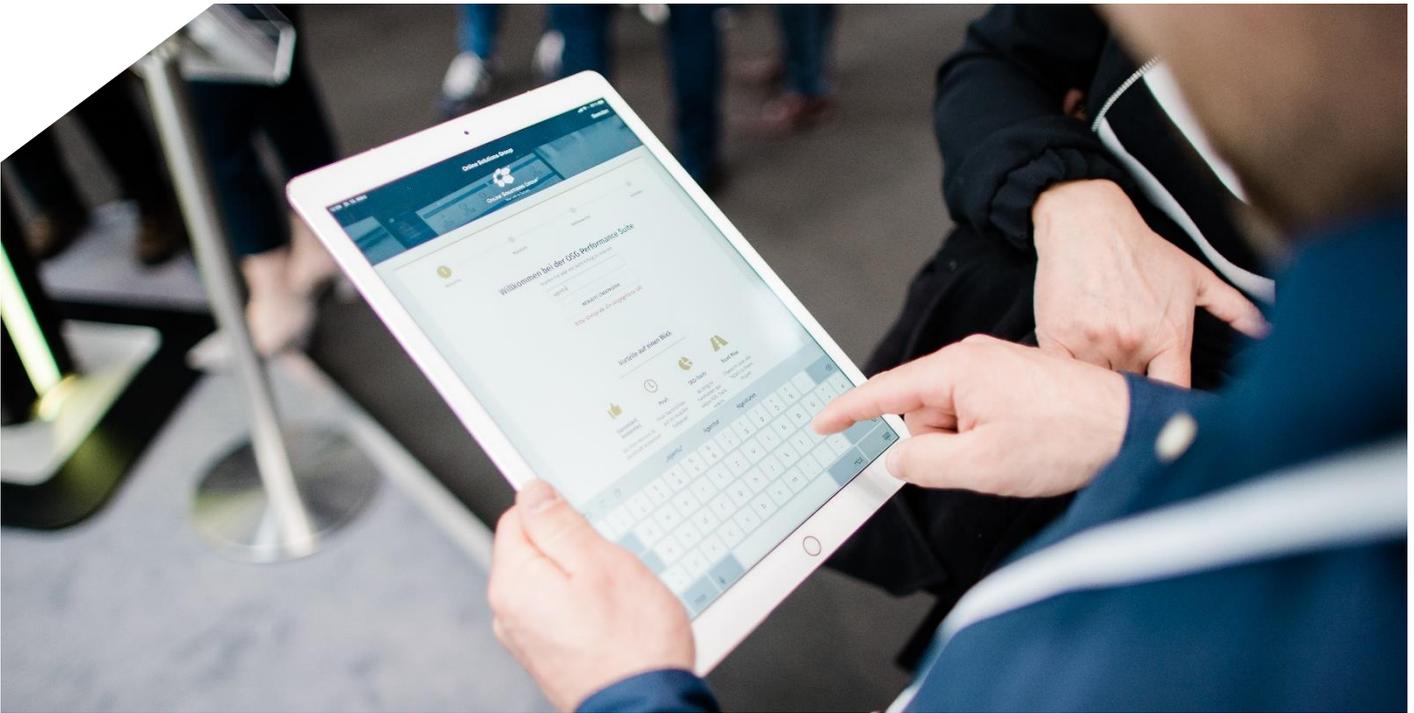
Prüfe, ob die SEO-Agentur selbst gut rankt. Hierfür kannst du diverse Begriffe eingeben und die Sichtbarkeit prüfen.

Vor allem Agenturen, die mit Spam Mails oder Cold Calling arbeiten, haben selbst häufig keine guten Rankings. SEO-Agenturen, die selbst gut ranken, erhalten in der Regel genug eingehende Anfragen und müssen nicht hunderte Firmen pro Woche anrufen.

Max. Punkte 9

Gesamt Max. Punkte Kategorie „Agentur“ 110

- » Kernkompetenz (Max. Punkte 7)
- » Erfahrung (Max. Punkte 5)
- » Geschäftsform (Max. Punkte 3)
- » Mitarbeiter (Max. Punkte 15)
- » Struktur (Max. Punkte 10)
- » Prozesse (Max. Punkte 10)
- » Qualitätsmanagement (Max. Punkte 10)
- » Know-how (Max. Punkte 7)
- » Portfolio (Max. Punkte 8)
- » Führung (Max. Punkte 6)
- » Technologien (Max. Punkte 10)
- » Referenzen (Max. Punkte 10)
- » SERPs (Max. Punkte 9)



3. Wichtige Checks zum Angebot

Aspekte

- | | |
|---|--------------------------------------|
| → Beschreibung (Max. Punkte 20) | → Laufzeit (Max. Punkte 20) |
| → Angebotsmodell (Max. Punkte 15) | → AGB (Max. Punkte 8) |
| → Erfolgsbasierte Bezahlung (Max. Punkte 9) | → Regeln im Vertrag (Max. Punkte 20) |

Beschreibung

Wird die Leistung, Ablauf, usw. ordentlich beschrieben und erklärt, oder handelt es sich um ein ungenaues 08/15-Angebot? Ungenaue Angebote mit wenigen Informationen lassen sehr viel Spielraum für Interpretationen und Missverständnisse.

Max. Punkte 20

Angebotsmodell

Wird der Aufwand pauschal oder nach Stunden abgerechnet? Beides hat seine Vorteile und Nachteile. Prüfe deshalb genau, was im Angebot steht.

Nach Stunden (Retainer):

+ individuellere Beratung möglich

- oft sehr hohe Kosten für Meetings, Berichte, usw.
- oft keine Zeit mehr für Backlinks und Texte
- Budget „verpufft“ – Performance steigt nicht
- häufig unkontrollierbar hohe Kosten

Pauschal (Pakete):

+ volle Kostenkontrolle
+ fixe Anzahl an Texten & Backlinks
+ Kunde weiß, was er zu welchem Preis bekommt!

- Grenzen bei der Beratung (da nicht unbegrenzt abgerechnet wird)
- je nach SEO-Anbieter teilweise schlechtere Qualität

Max. Punkte 15

Erfolgsbasierte Bezahlung

Wird erfolgsabhängig abgerechnet? Hierbei handelt es sich in 99 % der Fälle um unseriöse Angebote. Dabei gibt es verschiedene Szenarien:

1. Agenturen mit erfolgsabhängigen Angeboten gehen zu hohe Risiken ein. Diese teils kurzfristigen Erfolge sind oft nicht nachhaltig und können von Google abgestraft werden.
2. Die Agentur wählt Keywords aus, die schnell und einfach optimiert werden können. Diese Keywords haben häufig kein oder nur ein geringes Suchvolumen und bringen weder Traffic noch Umsatz.

Das Hauptproblem bei erfolgsabhängigen Angeboten sieht so aus:

- Erfolgsbasierte Vergütung klingt für viele Unternehmen attraktiv – genau das nutzen manche Agenturen aus, um schnell viele Kunden zu gewinnen.
- Häufig basiert die Vergütung auf Keyword-Rankings – etwa wenn ein wichtiges Keyword in die Top 10 kommt. Für den Kunden zählt jedoch der Umsatz, nicht das Ranking.
- Ob ein Keyword tatsächlich genug Traffic bringt – und daraus Umsatz entsteht – ist zu Beginn unklar. Pilotkampagnen mit Google Ads können hier wertvolle Hinweise liefern.

Wichtig: Das Ziel der SEO-Agentur sollte immer sein, das Maximum für den Kunden zu erreichen. Das funktioniert am besten, wenn beide Parteien während der Zusammenarbeit flexibel sind und die Keywords jederzeit anpassen können.

Max. Punkte 9

Laufzeit

Gibt es flexible Laufzeiten – oder musst du dich gleich für 12 oder 24 Monate binden?

Zu kurze Laufzeiten bringen selten Vorteile: Sowohl der Kunde als auch die SEO-Agentur könnten frühzeitig aussteigen – dabei wird die Zusammenarbeit meist erst nach etwa zwei Monaten wirklich effizient. Eine Laufzeit von 6 Monaten hat sich in der Praxis als ideal erwiesen. Beide Seiten haben ausreichend Zeit, sich kennenzulernen, Vertrauen aufzubauen und erste messbare Erfolge zu erzielen.

Max. Punkte 20

AGB

Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind ein zentraler Bestandteil jedes Vertrags. Leider arbeiten auch heute noch viele unseriöse Anbieter mit überraschenden Klauseln. Ein Beispiel: Im Angebot ist von einer Laufzeit von 12 Monaten die Rede – in den AGB steht dann jedoch, dass sich der Vertrag automatisch um weitere 12 oder sogar 24 Monate verlängert. Zwar wären solche „überraschenden“ Klauseln in vielen Fällen rechtlich angreifbar oder sogar unwirksam – aber sicherer ist es, die AGB vor Vertragsabschluss gründlich zu prüfen.

Max. Punkte 8

Regeln im Vertrag

Achte auf diese wichtigen Regelungen in deinem SEO-Angebot:

- Geheimhaltung (sollte in keinem Angebot fehlen)
- Nutzungsrechte (Texte, Backlinks, etc. müssen bei Bezahlung an den Kunden übertragen werden)
- Abläufe, Leistungsbeschreibung – was wird einmalig gemacht, was wird monatlich gemacht (laufende Betreuung)

Max. Punkte 20

Gesamt Max. Punkte Kategorie „Angebot“: 92

Abteilungsstruktur

»4. Bewertungskriterien für das SEO-Team«

Gesamt Max. Punkte Kategorie „Abteilungsstruktur“: 17

Prüfe, ob die SEO-Abteilung gut strukturiert und performant organisiert ist. Für nachhaltigen SEO-Erfolg braucht es ein eingespieltes Team – keine One-Man-Show. Nur mit klaren Rollen, effizienter Zusammenarbeit und unterschiedlichen Expertisen lassen sich dauerhaft Top-Ergebnisse erzielen.

»» Urlaub & Krankheit

Ist die Agentur personell so aufgestellt, dass Ausfälle problemlos kompensiert werden können? Was passiert, wenn dein Ansprechpartner krank ist oder Urlaub hat? Eine zuverlässige Vertretung sollte jederzeit möglich sein. Dafür braucht es nicht nur ausreichend qualifiziertes Personal, sondern auch eine strukturierte Arbeitsweise – idealerweise unterstützt durch ein zentrales Online-Tool. Jedes Gespräch, etwa eine Telko, sollte durch ein Protokoll dokumentiert sein, damit auch eine Vertretung jederzeit nahtlos übernehmen kann.

Max. Punkte 5

»» Kreativität

In allen Bereichen der Vermarktung musst du besser sein als deine Konkurrenz. Dafür brauchst du eine Agentur, die nicht nur umsetzt, sondern kreativ denkt und innovative Ideen entwickelt. Wie kreativ ist das SEO-Team wirklich? Wurden bei Referenzprojekten bereits originelle oder unkonventionelle Lösungen umgesetzt? Hast du im Erstgespräch spannende, individuelle Ansätze gehört – oder nur Standardfloskeln? Welche Rolle spielen KI und Automatisierung in der täglichen Arbeit?

Max. Punkte 3

»» KI / Tech

Wie innovativ arbeitet das SEO-Team der Agentur wirklich? Wird KI – etwa ChatGPT – nur zur einfachen Textgenerierung eingesetzt, oder denkt das Team weiter und nutzt künstliche Intelligenz strategisch und kreativ? Ein weiteres Indiz für Innovationskraft: Verfügt die Agentur über eigene SEO-Tools, automatisierte Workflows oder selbst entwickelte Technologien?

Max. Punkte 5

»» Beschäftigungsart

Du solltest darauf achten, dass vorzugsweise alle Leistungen **intern** und ohne Freiberufler erbracht werden. Nur so ist eine dauerhaft hohe Qualität möglich. Viele Agenturen arbeiten verstärkt mit Freelancern und können dadurch die Qualität und Arbeitsweise nicht zuverlässig kontrollieren.

Max. Punkte 4



5. ChatGPT & Co (GEO)

Neben Google spielt ChatGPT mittlerweile eine große Rolle. Viele User nutzen schon heute primär ChatGPT! Moderne SEO ist der Schlüssel zum Erfolg, um bei KI-Suchen gut gefunden bzw. häufig empfohlen zu werden!

Hat die Agentur Ahnung von SEO für ChatGPT (GEO)?

- Gibt es datengetriebene und aussagekräftige Cases?
- Kann dir die Agentur in einfachen Worten erklären, wie SEO für ChatGPT funktioniert?
- Spricht die SEO-Agentur das Thema proaktiv an?
- Kann die Agentur dir erklären, was der Unterschied zwischen GEO und SEO ist... und wo es wiederum Synergien gibt?
- Wie sieht das Erfolgsreporting für ChatGPT / GEO aus? Viele Agenturen zeigen nur einzelne Screenshots. Wichtig ist eine Entwicklung, die zeigt, ob deine Firma nun häufiger empfohlen wird und für welche Fragen!

» Tipp!

Moderne SEO-Tools zeigen dir genau, wie häufig deine Firma für welche Frage empfohlen wird, inkl. Wettbewerbsvergleich. Anhand der Auswertungen und Daten ist es sehr einfach zu erkennen, wie gut deine Firma aktuell abschneidet!

Ein mögliches Tool: <https://www.performance-suite.io/ki-analyse-tool/>

Kostenlose Tipps für mehr Sichtbarkeit bei ChatGPT & Co.: <https://www.performance-suite.io/blog/in-chatgpt-perplexity-sichtbar-werden/>

Max. Punkte 4



6. Erstkontakt & Sales-Phase

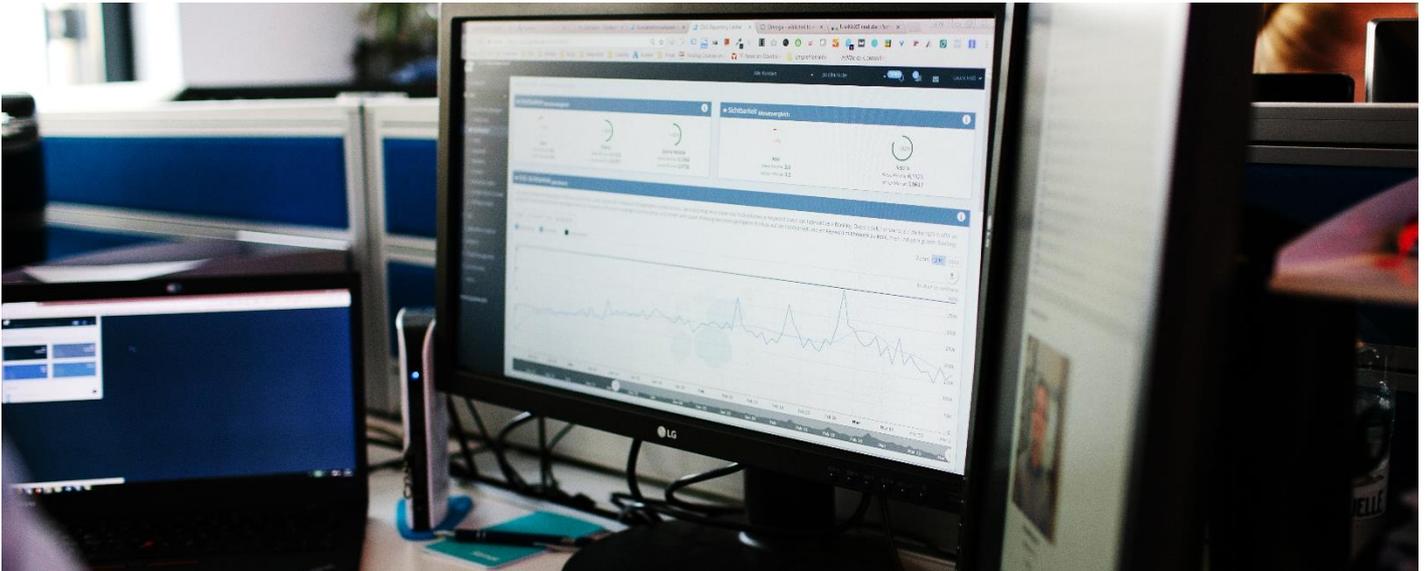
Wie kam der Erstkontakt zustande? Hast du die Agentur selbst ausgewählt, z. B. durch Google, Instagram-Ads, ChatGPT oder auf Grund einer Empfehlung? Oder hat die Agentur dich kontaktiert, z. B. durch einen Anruf, Werbemails oder sonstige Kaltakquise? Wie empfindest du die ersten Gespräche mit deinem Ansprechpartner? Ist er kompetent oder geht es ihm um einen schnellen Verkauf?

Gute Zeichen:

- + Du hast die Agentur gegoogelt
- + Die Agentur rankt gut für relevante Keywords
- + Die Website der Agentur hat dich angesprochen
- + Deine Anfrage wurde schnell beantwortet
- + Bei einem kostenlosen Gespräch werden deine Fragen beantwortet
- + Der Ansprechpartner ist ein SEO-Spezialist und wirkt kompetent
- + Es folgt ein individueller Angebotsvorschlag, basierend auf deinem Budget, deinen Zielen und deiner Ausgangssituation
- + Der Ansprechpartner auf Seiten der SEO-Agentur macht keinen Druck bzgl. der Auftragserteilung
- + Trotzdem zeigt er Interesse an einer Zusammenarbeit (du bist nicht einer von unzählig vielen möglichen Firmen)
- + Dir wird gesagt, was möglich ist und was nicht
- + Die Agentur zeigt dir, wie das SEO-Reporting später aussieht

Schlechte Zeichen:

- Die SEO-Agentur hat dich kontaktiert, z. B. über Spam Mails oder Cold Calling und ist relativ hartnäckig
- Der Ansprechpartner hat keine Ahnung von SEO und ist lediglich für Sales zuständig
- Die SEO-Agentur wirbt mit Ranking-Garantien (mehr Infos in diesem Artikel ([Garantien im SEO](#)))
- Die Agentur rankt selbst nicht
- Der Sales-Ansprechpartner macht Druck, verspricht Erfolge und drängt dich zum Abschluss
- Die Agentur selbst hat keine Reputation, kaum Mitarbeiter, Zertifikate und wirkt nicht seriös
- Dein Ist-Stand spielt keine Rolle und du erhältst auch keine Infos, wie du im SEO aktuell dastehst



7. Wichtige Checks zum Linkaufbau

„Links still No#1 Ranking Factor“ (Andrey Lipattsev von Google)

Wie geht die Agentur beim Linkaufbau vor und **wie transparent ist die Arbeitsweise**? Backlinks gehören zu den wichtigsten Kriterien für Google (SEO) und für ChatGPT & Co. Das Problem dabei ist, dass viele SEO-Agenturen kein Linkbuilding können, schlechte Backlinks aufbauen oder sehr intransparent sind. Hier solltest du auf jeden Fall genauer hinsehen!

Konzept

Prüfe, **wie** die Links aufgebaut werden und ob diese Informationen im Angebot enthalten sind.

Welches Konzept verfolgt die Agentur?

- Wie werden passende Backlinks ermittelt?
- Werden die Top-Links der Wettbewerber ermittelt?
- Wie wird sichergestellt, dass der Linkaufbau natürlich ist?
- Werden Backlinks gemietet? (Vorsicht! Hierdurch entstehen dauerhafte Kosten und es ist keine nachhaltige Optimierung möglich)
- Werden starke Backlinks, die man kaufen sollte, vorher mit dir abgestimmt?
- Werden primär Sponsored Posts genutzt? (meist no-follow und zu einseitig)
- Werden 08/15-Kaufbörsen genutzt? (Vorsicht wegen Abstrafungen!)
- Wird das Linkprofil automatisiert auf Natürlichkeit untersucht?

Max. Punkte 9

Zusammenarbeit / Transparenz

Kläre, wie du über neue Backlinks informiert wirst. Wird transparent alles berichtet? Werden die Links laufend überwacht (damit du weißt, ob der Link noch online ist?), werden die Backlinks vor dem Aufbau mit dir abgestimmt? Wenn ja, wie?

Max. Punkte 6

Erfolge

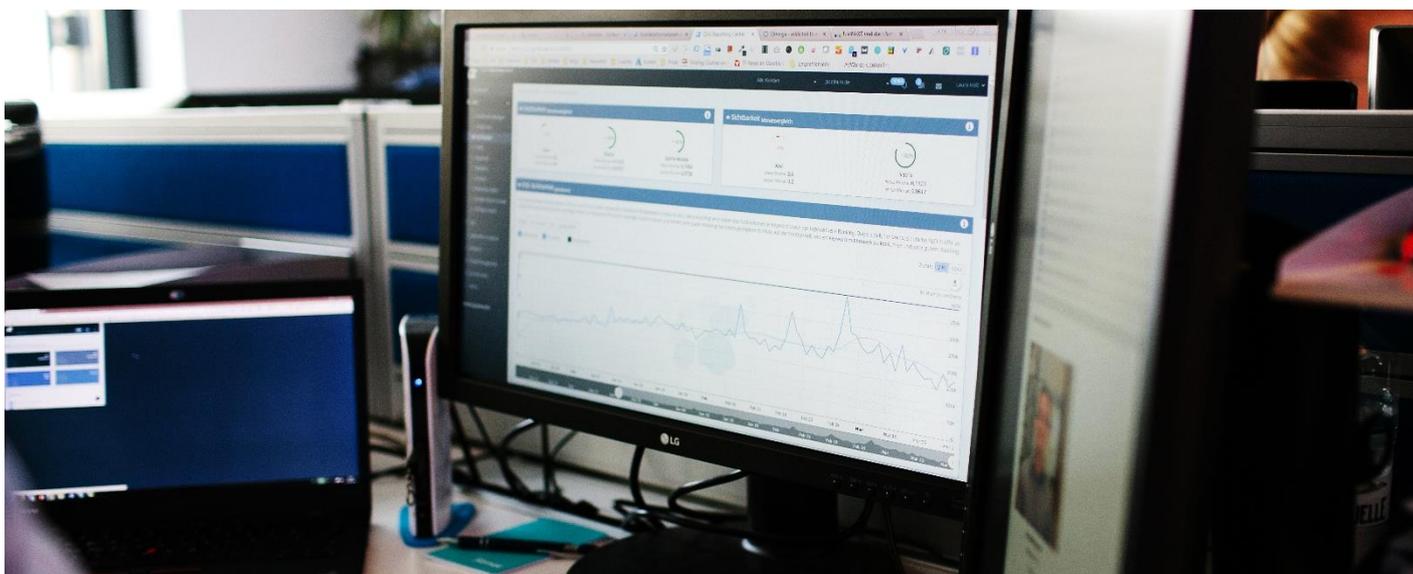
Wie wird geprüft, ob die Backlinks etwas gebracht haben oder nicht? Das ist eine der wichtigsten Fragen in der SEO! Die meisten SEO-Agenturen haben hierfür keine Lösung. Tools wie die Performance Suite (Eigenentwicklung) messen den Nutzen automatisch. Mehr erfährst du in diesem Artikel: [Was Backlinks bringen](#)

Max. Punkte 6

Gesamt Max. Punkte Kategorie „Linkaufbau“

- » Konzept (Max. Punkte 9)
- » Erfahrung (Max. Punkte 6)
- » Abrechnung (Max. Punkte 6)

Wichtig: Backlinks sind der **wichtigste Rankingfaktor**. Viele SEO-Agenturen bieten aber keinen Linkaufbau an. Ohne Linkaufbau können Sie jedoch keine Top-Performance erreichen ([hier](#) mehr über die Relevanz von Linkaufbau lesen).



8. Wichtige Checks beim Content

Neben Linkaufbau ist Content der wichtigste Bereich für Top-Rankings, steigende Klicks und Umsätze. Nur wer laufend neue und hochwertige Texte erstellt, kann die Rankings und Klicks permanent steigern. Wie erstellt die neue SEO-Agentur Content? Komplette manuell? Mit KI? Wie wird sichergestellt, dass der Content für User, Google und KI-Suchen optimal ist? Diese Checks helfen dir, ein paar wichtige Punkte vorab zu ermitteln, damit du diese in deine Entscheidung einfließen lassen kannst.

Konzept

Prüfe, **wie** die Agentur im Bereich Content arbeitet und ob das Konzept zeitgemäß ist.

- Wird KI eingesetzt, um Qualität zu steigern und Kosten zu senken?
- Werden die Texte komplett manuell erstellt (teuer und häufig schlechter recherchiert)?
- Wird KI nur zur Erstellung oder auch zur Analyse genutzt? (Artikel: [KI hilft bei der Qualität](#))
- Gibt es eine Content Road Map, die mit dir abgestimmt wird?
- Kann deine Firma auch durch eigene Ressourcen Texte erstellen (Know-how aufbauen & Kosten sparen)?
- Wie wird sichergestellt, dass die Texte SEO-konform sind (Checkliste, Tool, 4 Augen)?
- Werden die Texte auf für ChatGPT & Co optimiert? Wenn ja, wie?
- Verfügt die neue SEO-Agentur über eine eigene Redaktion?

Max. Punkte 9

Zusammenarbeit / Transparenz

Wie transparent wirst du über neue Inhalte informiert? Erhältst du rechtzeitig Einblick in neu erstellte Texte – oder erfährst du davon erst im Nachhinein? Wie regelmäßig wirst du über neue Inhalte und Maßnahmen informiert? Gibt es transparente Reportings oder sogar ein Online-Tool – wie z. B. die Performance Suite – das dich automatisch auf dem Laufenden hält und die Abstimmung vereinfacht?

Max. Punkte 6

Erfolge

Wie wird geprüft, ob die Texte ranken und Traffic erzeugen, oder nicht? Nur wenn ein Text rankt, haben sich Aufwand und Kosten für dich gelohnt!

Mehr erfährst du in diesem Artikel: [So können Texte ranken inkl. Erfolgsmessung](#)

Max. Punkte 6

Gesamt Max. Punkte Kategorie „Linkaufbau“

- » Konzept (Max. Punkte 9)
- » Erfahrung (Max. Punkte 6)
- » Abrechnung (Max. Punkte 6)

Wichtig: Viele Agenturen und Firmen befürchten, dass Google KI-generierte Texte abstrafte. Das ist falsch. Details können hier nachgelesen werden: [Wie Google mit KI-Inhalten umgeht](#)

Reporting

»9. Berichterstattung durch die Agentur.«

Wie sehen die Reportings aus – und wie transparent ist die Agentur wirklich?

Eine gute SEO-Agentur sollte ihre Maßnahmen und Ergebnisse regelmäßig, pünktlich und strukturiert dokumentieren. Doch Achtung: Sind die Reportings nachvollziehbar, verständlich und für dich als Kunde wirklich hilfreich? Oder bekommst du lediglich pauschale PowerPoint- oder PDF-Berichte einmal im Monat?

In einem dynamischen Umfeld wie SEO ist das viel zu selten und längst nicht mehr zeitgemäß.

DIESE BERICHTSFORMEN GIBT ES:

- **Standard-Berichte aus Xovi / Sistrix etc.**
Diese Berichte sind okay, aber nicht flexibel und aussagekräftig genug. Gut ist, dass zwar kein Aufwand erzeugt wird, es können jedoch meist keine eigenen Informationen ergänzt werden. Spannend wäre z.B. zusätzlich:
 - Wie viele Stunden wurden gearbeitet?
 - Welche Links wurden aufgebaut?
 - Welche Texte wurden erstellt?
 - Wie sieht die Strategie der nächsten Monate aus (Roadmaps)?
 - Was hat die letzten Monate gut funktioniert?

- **Berichte in Excel**
Berichte aus Excel sind in Ordnung. Diese können gut weiterverarbeitet werden und auch Diagramme lassen sich daraus leicht erstellen. Das Problem ist jedoch häufig, dass für die Erstellung eines solchen Berichts mehrere Stunden anfallen.

- **Online-Reporting**
Ein Online-Reporting mit tagesaktuellen Werten ist optimal. Du hast jederzeit Einblick in die aktuelle Entwicklung und es entstehen weder Kosten noch Zeitaufwand für die Berichterstellung, da diese Daten automatisch aufbereitet werden.
(Beispiel: [Performance Suite](#))

Grundsätzlich

Eine ausführliche und transparente Berichterstellung zeigt dir die Ergebnisse der Arbeit. Frage deshalb auf jeden Fall, wie das Reporting aussieht. Viele Agenturen nutzen Standard-Berichte, die lediglich die Positionen der Keywords abbilden. Diese Berichte werden häufig als PDF-Dateien verschickt. Ein solches Reporting ist jedoch viel zu „dünn“, da alle weiteren Informationen wie Wettbewerbsvergleich, Ladezeiten, technische Aspekte und vieles mehr fehlen.

Auch die Reporting-Frequenz spielt eine wichtige Rolle. Monatliche Reportings ermöglichen dir gerade einmal zwölf Strategieveränderungen im Jahr. Wenn du jedoch Zugriff auf tagesaktuelle KPIs hast, kannst du theoretisch an 365 Tagen im Jahr reagieren und optimieren. Optimal ist in diesem Zusammenhang auch eine App mit Push-Nachrichten, die dich sofort über kritische Entwicklungen informiert. Ist deine Website offline oder treten neue technische Fehler auf, die dein Ranking gefährden? Dann musst du umgehend handeln. Je schneller und flexibler Unternehmen im SEO-Bereich reagieren können, desto größer ist ihr Wettbewerbsvorteil.

Wichtig ist außerdem, wie viele Datenquellen die Agentur nutzt – etwa Google Search Console, Rankingdaten, Backlink-Informationen, Content-Analysen und mehr. Sind all diese Daten zentral in einem Tool oder Bericht gebündelt einsehbar? Welche Technologien und Schnittstellen kommen zum Einsatz? Besonders vorteilhaft ist der Einsatz von KI, da sie große und komplexe Datenmengen effizient verarbeiten und aufbereiten kann. Ein gutes Reporting ist weit mehr als nur eine Auflistung von Zahlen – es ist eine fundierte Analyse und Auswertung, die echte Handlungsempfehlungen liefert.



10. Wie viel Trust hat die Agentur?

Wie vertrauenswürdig ist die SEO-Agentur? Wie unterscheide ich seriöse Top-Agenturen von schlechten Agenturen? Wir stellen dir einige **Kriterien für seriöse Agenturen** vor.

Bewertungskriterien im Überblick



1. Zertifikate & Siegel



2. Awards



3. Bewertungen



4. Vorträge & Messen



5. Fachartikel



6. Garantien

1. Zertifikate & Siegel

Zertifikate, mit denen Agenturen werben, müssen stets mit Vorsicht genossen werden. Prüfe deshalb genau, welche Zertifikate die Agentur hat und was diese bedeuten. Oftmals werden ahnungslose Kunden mit eigens erstellten Zertifikaten bewusst getäuscht. Ähnlich wie bei anderen Online-Marketing-Bereichen **gibt es im SEO nicht «das Zertifikat»**.

Einige Agenturen rühmen sich z. B. mit Zertifikaten, die für SEO gar nicht relevant sind. Das oft genannte Google Partner Zertifikat bezieht sich beispielsweise nur auf den Bereich Google Ads und hat mit SEO nichts zu tun. Google vergibt für SEO keine Zertifikate!



Das normale BVDW Mitglieds-Siegel ist z. B. eine reine Mitgliedschaft und ebenfalls kein Zertifikat.



Zertifikate geben einen Hinweis, aber keine Garantie für Expertise. Die [BVDW Zertifikate](#) hingegen unterliegen einer echten und aufwändigen Prüfung, sind aber auch kein Garant für Top-Performance!

Max. Punkte 14

2. Awards

Awards und Preise, wie ehemals der Semy-Award oder SEO-Contents, sind tolle und rühmende Auszeichnungen für Agenturen, müssen jedoch **in Relation betrachtet werden**. Denn oftmals ist nicht bekannt, wie viele anderen Agenturen an dem Wettbewerb teilgenommen haben und wie hervorragend die Performance letztendlich war. Diese Auszeichnungen sind somit ein Lob für die Agenturen, jedoch nicht sehr aussagekräftig.

Wichtiger sind offizielle Listen und Rankings mit Top-Dienstleistern, auf die Agenturen keinen direkten Einfluss haben. iBusiness und Agenturtipp veröffentlichen bspw. regelmäßig Listen mit Sichtbarkeit und Rankings der Top SEO-Dienstleister auf Basis transparenter Bewertungsfaktoren.

Max. Punkte 4

3. Bewertungen

Erfahrungsberichte und Bewertungen auf der eigenen Website können sehr leicht beeinflusst werden. Oftmals werden Stock-Bilder und allgemeine Infos ohne Firmennamen usw. genutzt. Bei LinkedIn sind die Personen dann häufig auch nicht auffindbar.

Prüfe daher bei **Google** und auf anderen Plattformen, ob die dortigen Bewertungen mit jenen der Website übereinstimmen. Prüfe auch, ob die Bewertungen mit der SEO-Leistung oder anderen Themen zu tun haben und ob diese von Firmen sind oder von Privatpersonen!

Max. Punkte 12

4. Vorträge & Messen

Auf welchen **branchenrelevanten Messen** ist die Agentur vertreten? Wenn möglich, verschaffe dir einen ersten Eindruck vom Auftritt des Messestandes. Zudem werden auf Messen zahlreiche Fachvorträge gehalten. Steht die Agentur auf der Rednerliste? Zu welchem Thema referiert sie?

Auf Messen hast du zudem die Möglichkeit, Geschäftsführer und Mitarbeiter bereits kennenzulernen und eine erste Beratung zu nutzen. Manche Agenturen bieten auch Tage der offenen Tür oder Online-Marketing-Eventreihen an. Die perfekte Gelegenheit, um das Büro vor Ort anzusehen und erste Gespräche zu führen.

Max. Punkte 10

5. Fachartikel

Gibt es von der Agentur Publikationen in Fachmedien? Hat die Agentur zudem Presseartikel oder aussagekräftige eigene Blog-Artikel verfasst? Gibt es wissenschaftliche Studien oder sonstige Fachartikel?

So lässt sich gut ermitteln, ob die Agentur SEO wirklich ernsthaft betreibt oder nur einer von vielen Anbietern ist.

Max. Punkte 10

6. Garantien

Um möglichst viele Kunden an Land zu ziehen, machen einige Agenturen Versprechungen, die sie nicht halten können. Bei Ranking- und Geld-zurück-Garantien solltest du vorsichtig sein. Da es im Online-Marketing immer Faktoren gibt, die nicht beeinflusst werden können, sind Garantien oftmals dubios. Auch versprochene Kontakte zu Google sind meistens heiße Luft, da Google nur wenige Algorithmen der Öffentlichkeit zugänglich macht.

Achtung: Geld-zurück-Versprechungen sind im Online-Marketing vollkommen fehl am Platz. Auch Google selbst rät von solchen SEO-Anbietern ab. Mehr in diesem Artikel:

[Ranking-Garantien seriös?](#)

Max. Punkte 10

Gesamt Max. Punkte Kategorie „Trust“ 60

- » Zertifikate & Siegel (Max. Punkte 14)
- » Awards (Max. Punkte 4)
- » Bewertungen (Max. Punkte 12)
- » Vorträge & Messen (Max. Punkte 10)
- » Fachartikel (Max. Punkte 10)
- » Garantien (Max. Punkte 10)

Lade dir hier die kostenlose Checkliste im Excel-Format herunter:



Dort kannst du verschiedenen Agenturen anhand der Kriterien aus dem eBook bewerten. Anhand der Gesamtpunktzahl siehst du auf einen Blick, welche Agentur am besten abschneidet. Die Gewichtung kannst du je nach Belieben und eigener Priorität selbst festlegen!

So könnte deine ausgefüllte Checkliste aussehen (Beispiel):



Übersicht *Wenn alle Agenturen weniger als 200 Punkte erreichen, sollten Sie vielleicht noch eine weitere Agentur einladen*

Kategorien	Maximal-Punkte (gewichtet)	Agentur K	Agentur X	Agentur Y	Bemerkung
Agentur	110	91	26	28	Hier können beliebige Kommentare eingegeben werden
Angebot	92	56	14	15	Hier können beliebige Kommentare eingegeben werden
Abteilungsstruktur	17	16	6	8	Hier können beliebige Kommentare eingegeben werden
Account Manager	9	9	2	4	Hier können beliebige Kommentare eingegeben werden
Linkaufbau	21	21	3	6	Hier können beliebige Kommentare eingegeben werden
Content	21	21	3	6	Hier können beliebige Kommentare eingegeben werden
Berichte	20	8	1	2	Hier können beliebige Kommentare eingegeben werden
Trust	60	40	16	17	Hier können beliebige Kommentare eingegeben werden
Gesamt	350	262	71	86	

Qualitätsmerkmale	Maximal-Punkte (gewichtet)	Agentur K	Agentur X	Agentur Y	Bemerkung
Trust	28	16	6	7	Wie hoch ist die Vertrauenswürdigkeit der Agentur?
Performance	62	47	7	14	Wie hoch ist die Wahrscheinlichkeit für eine gute Performance?
Risiko	96	55	16	18	Wie hoch ist das Risiko einer Zusammenarbeit?

Preisleistung *Qualität, Erfahrung und Umfang der Leistung wird ins Verhältnis mit den Kosten gesetzt*

Kategorien	Agentur K	Agentur X	Agentur Y	Bemerkung	
1. Agentur Bewertung		262	71	86	
Performance / Trust / Risiko				Die ausführliche Analyse und Bewertung anhand XY Punkte zeigt, wie seriös, professionell und kompetent die Agentur, das Team und der Ansprechpartner sind. Zudem wird ausgedrückt, wie hoch die Wahrscheinlichkeit einer guten Performance ist.	
2. Stunden (tragen Sie hier die Werte aus dem jeweiligen Angebot ein)					
Wie viele Aufwände sind in dem Angebot abgedeckt? Z.B. für Beratung, Berichte oder auch Umsetzung von Maßnahmen		10		4	keine Angabe Prüfen Sie bei dem jeweiligen Angebot, wie viele Stunden der Account Manager für Ihr Projekt pro Monat berechnet. Vor allem wenn es sich um erfolgsabhängige Angebote oder um ein "Paket M" handelt, ist das Stundenkontingent nicht transparent.
Stunden-Satz der Agentur		125,00 €	100,00 €	80,00 €	Die Struktur rechtfertigt den Stundensatz, oder auch nicht. Das 4-Augen-Prinzip, eine gute Qualitätssicherung, eine Konzept-Erstellung im Team, etc. erhöhen die Aufwände. Kleine Agenturen oder Freiberufler sollten grundsätzlich einen geringeren Stundensatz haben als größere Agenturen.
3. Preis					
Preis für Setup		3.000,00 €	5.000,00 €	- €	
Preis pro Monat		3.000,00 €	2.000,00 €	1.800,00 €	
Preis für das erste Jahr		39.000,00 €	29.000,00 €	21.600,00 €	

Unser Angebot

Wenn du Fragen zu den Inhalten des eBooks hast, melde dich gerne bei uns:

Florian Müller, Geschäftsführer
 Mail: fm@onlinesolutionsgroup.de
 Social: [LinkedIn](#)



Falls du auf der Suche nach preiswerten, seriösen und transparenten SEO / SEA Paketen bist, schau gerne auf unserer Website vorbei: <https://www.seoagentur.de/seo-angebot/>

Basic SEO 2.0	Advanced SEO 2.0	Premium SEO 2.0
Ihr günstiger Einstieg ins SEO	Mehr Leistung, mehr Erfolg	Ihr SEO Wachstums-Paket
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Persönlicher Ansprechpartner ⓘ ✓ Individuelle Beratung ⓘ ✓ BVDW-zertifiziert ⓘ ✓ Geringe Kosten dank Automatisierung ⓘ ✓ Unbegrenzt Content (Self Service) ⓘ ✓ 4 Texte unserer Redaktion (pro Halbjahr) ⓘ ✓ Bis zu 5 Backlinks (pro Halbjahr) ⓘ ✓ Google Unternehmensprofil ⓘ ✓ Zugang zur Performance Suite ⓘ ✓ Zugang zur SEO Academy ⓘ ✓ Zugang zum Content Tool ⓘ ✓ Automatische Technik-Absicherung ⓘ ✓ Autom. Erfolgskontrolle ⓘ ✓ Wettbewerbs-Überwachung ⓘ ✓ Automatisiertes Reporting ⓘ 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Persönlicher Ansprechpartner ⓘ ✓ Individuelle Beratung ⓘ ✓ BVDW-zertifiziert ⓘ ✓ Geringe Kosten dank Automatisierung ⓘ ✓ Unbegrenzt Content (Self Service) ⓘ ✓ 8 Texte unserer Redaktion (pro Halbjahr) ⓘ ✓ Bis zu 10 Backlinks (pro Halbjahr) ⓘ ✓ Google Unternehmensprofil ⓘ ✓ Zugang zur Performance Suite ⓘ ✓ Zugang zur SEO Academy ⓘ ✓ Zugang zum Content Tool ⓘ ✓ Automatische Technik-Absicherung ⓘ ✓ Autom. Erfolgskontrolle ⓘ ✓ Wettbewerbs-Überwachung ⓘ ✓ Automatisiertes Reporting ⓘ ✓ Monatliche Jour fixe Termine ⓘ 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Persönlicher Ansprechpartner ⓘ ✓ Individuelle Beratung ⓘ ✓ BVDW-zertifiziert ⓘ ✓ Geringe Kosten dank Automatisierung ⓘ ✓ Unbegrenzt Content (Self Service) ⓘ ✓ 14 Texte unserer Redaktion (pro Halbjahr) ⓘ ✓ Bis zu 15 Backlinks (pro Halbjahr) ⓘ ✓ Google Unternehmensprofil ⓘ ✓ Zugang zur Performance Suite ⓘ ✓ Zugang zur SEO Academy ⓘ ✓ Zugang zum Content Tool ⓘ ✓ Zugang zum Backlink Tool ⓘ ✓ Automatische Technik-Absicherung ⓘ ✓ Autom. Erfolgskontrolle ⓘ ✓ Wettbewerbs-Überwachung ⓘ ✓ Automatisiertes Reporting ⓘ ✓ Monatliche Jour fixe Termine ⓘ ✓ Teamlead-Betreuung 1 Jahr ⓘ ✓ 1 Workshop / Jahr ⓘ
700 € 499 €* *gilt bis Ende des Monats	1.100 € 699 €* *gilt bis Ende des Monats	1.850 € 1.099 €* *gilt bis Ende des Monats
Angebot anfordern	Angebot anfordern	Angebot anfordern

Online Solutions Group GmbH

Rosenheimer Str. 116

81679 München

Telefon: +49 (0)89/ 552 76 60

E-Mail: info@seoagentur.de

www.onlinesolutionsgroup.de

www.seoagentur.de

www.performance-suite.io

Sitz der Gesellschaft: München

Geschäftsführer: Florian Müller

Registergericht: Amtsgericht

München

Registernummer: HRB 176932

USt-IdNr.: DE263523910