

Angebote vergleichen in 8 Punkten

Leg die Angebote nebeneinander und geh die acht Punkte für jedes durch. Wo ein Angebot keine Antwort gibt, frag nach, bevor du unterschreibst.

- ☐ **1. Steht im Angebot, für welches Gebiet du gefunden werden sollst?** **Du selbst**
Lokal, regional oder bundesweit bestimmt den Aufwand. Fehlt das Gebiet, lassen sich zwei Angebote nicht vergleichen.
- ☐ **2. Ist beschrieben, was jeden Monat konkret gemacht wird?** **Du selbst**
Etwa neue Seiten, Texte, Technik, Unternehmensprofil. Steht nur „laufende Optimierung“ da, frag nach Beispielen aus einem normalen Monat.
- ☐ **3. Sind einmalige und monatliche Kosten getrennt aufgeführt?** **Du selbst**
Rechne beide Angebote auf zwölf Monate hoch, einmalige Kosten eingeschlossen. Erst dann vergleichst du gleiche Summen.
- ☐ **4. Fester Monatspreis oder Stunden?** **Du selbst**
Bei Stunden: Wie viele sind im Monat drin, und was passiert mit nicht genutzten?
- ☐ **5. Wie lange läuft der Vertrag, und wie kommst du heraus?** **Du selbst**
Mindestlaufzeit, Kündigungsfrist und ob sich der Vertrag von selbst verlängert. Plane das Budget trotzdem für mindestens ein Jahr ein.
- ☐ **6. Woran misst die Agentur den Erfolg?** **Du selbst**
Lass dir vorab einen Musterbericht zeigen. Darin sollten Anfragen stehen, nicht nur Besucherzahlen und Plätze bei Google.
- ☐ **7. Verspricht das Angebot einen Platz bei Google oder viele Texte in kurzer Zeit?** **Du selbst**
Laut Google kann niemand einen ersten Platz garantieren. Massenhaft erzeugte Texte ohne Mehrwert verstoßen gegen Googles Spam-Richtlinien.
- ☐ **8. Laufen Website und Zugänge auf deinen Betrieb?** **Du selbst**
Frag die Agentur, ob Internetadresse, Google Unternehmensprofil, Search Console und das Programm, das deine Besucher zählt, auf deinen Betrieb laufen. Du bleibst Inhaber, die Agentur arbeitet mit vollem Zugriff, den du jederzeit entziehen kannst. Die Search Console ist das kostenlose Werkzeug von Google, das zeigt, wie deine Website in der Suche dasteht.