

Vor- und Nachteile einer Agentur bzw. eines Freelancers.

Vor- und Nachteile einer Agentur bzw. eines Freelancers.

Es dürfte bei keinem Webseitenbetreiber mehr Zweifel darüber geben, dass er ohne eine Suchmaschinenoptimierung (Search Engine Optimization oder kurz SEO) und weitere Online-Marketing-Maßnahmen kaum oder nur wenig Chancen hat, im Ranking bei Google & Co. auf den vordersten Plätzen zu landen. Ein weiterer allgemeiner Konsens ist, dass in den allermeisten Unternehmen weder die zeitlichen noch personellen Kapazitäten vorhanden sind, SEO-Maßnahmen wirklich ernsthaft und erfolgreich im eigenen Haus umzusetzen.

Naheliegender ist jedoch die Frage, an welchen Dienstleister eine Auftragserteilung für den Bereich SEO erfolgen soll und ob ein Freelancer oder eine Online-Marketing-Agentur die bessere Wahl ist. Dieser Beitrag fasst die jeweiligen Vor- und Nachteile zusammen.

Vorteile eines Freelancers

Da Freelancer Einzelkämpfer sind, geht jeder Auftrag, jede E-Mail, jeder Anruf eines Kunden allein über seinen Schreibtisch, so dass er über jedes Detail im Bilde ist. Daraus ergibt sich eine stets direkte und persönliche Kundenbetreuung sowie ein sehr enger Kontakt zwischen Freelancer und Auftraggeber. Eine gut geführte Agentur wird allerdings für einen Kunden und sein spezielles Projekt ebenfalls einen Ansprechpartner bereitstellen, der mit allen Einzelheiten und Abläufen vertraut ist.

Ein Freelancer geht sehr engagiert ans Werk, denn von der zuverlässigen Arbeit hängt sowohl seine finanzielle Sicherheit als auch sein guter Ruf ab. Dies gilt aber gleichermaßen für Agenturen. Allenfalls wird er seine Arbeitszeiten flexibler gestalten als eine Agentur, denn Regelungen für Mehrarbeit und das Abfeiern von Überstunden muss er nicht berücksichtigen.

Und nicht zuletzt: Freelancer haben geringere Fixkosten zu stemmen als der "Apparat" einer SEO-Agentur. Deshalb sind ihre Stundensätze meist deutlich geringer, was sie besonders attraktiv für Startups sowie für kleine und kleinste Unternehmen macht.

Nachteile eines Freelancers

Das Einzelkämpferdasein eines Freelancers birgt für Auftraggeber neben den beschriebenen Vorteilen

allerdings zahlreiche potenzielle Risiken und Schwierigkeiten. Das gilt vor allem bei arbeitsintensiven und unter Zeitdruck stehenden Projekten.

Ein erstklassiger Freelancer, der hochwertige Qualität liefert und dementsprechend erfolgreich ist, wird ständig am Limit arbeiten. Wenn dann unvorhergesehene Ereignisse eintreten oder wenn ein Kunde "mal eben schnell" eine Aufgabe dazwischen geschoben haben möchte, kann es mit der Erfüllung des Auftrags eng oder gar unmöglich werden.

Besonders problematisch wird es, wenn ein Freelancer plötzlich krank wird oder gar einen Unfall hat, der ihn für längere Zeit außer Gefecht setzt. In solchen Fällen einen schnellen Ersatz zu finden, kann ein ganzes Projekt in Frage stellen, verursacht aber mindestens einen Mehraufwand an Zeit und Geld.

Vorteile einer Online-Marketing-Agentur

Je nach Mitarbeiterzahl verfügt eine Online-Marketing-Agentur über eine ganze Reihe von Spezialisten, die in ihrem Bereich über stets aktuelle Skills verfügen. Fasst man diese Kenntnisse zusammen, ergibt sich ein größerer Pool an Kenntnissen über das Anforderungsspektrum verschiedener Branchen und die jeweils wichtigen Online-Marketing-Maßnahmen.

Das ist in vielen Belangen wichtig und von Vorteil, da die Suchmaschinen – allen voran Google als Platzhirsch und Paradebeispiel – permanent ihre Parameter und Algorithmen ändern. Bedingungen für ein gutes Ranking, die gestern noch unabdingbar waren, sind heute plötzlich ein alter Hut. Freelancer können mit solchen Entwicklungen auf Grund ihrer Auslastung oft nicht Schritt halten.

Insgesamt sind Webtechnologien weiterhin rasanten Veränderungen unterworfen, die einer ständigen Fort- und Weiterbildung bedürfen. In einer SEO-Agentur betreuen in der Regel immer mehrere Experten zusammen ein Projekt. Durch den Austausch und die kritische Auseinandersetzung zwischen diesen Mitarbeitern können eventuelle Fehler deutlich reduziert und dadurch bessere Ergebnisse erzielt werden. Wenn es sich um eine große Agentur handelt, kann man auch davon ausgehen, dass viel Wissen über viele Branchen zusammenkommt und dementsprechend umgesetzt werden kann.

Eine Online-Marketing-Agentur ist selten dermaßen ausgelastet, dass keine freien Kapazitäten mehr vorhanden sind. Sie kann also kurzfristig Aufträge annehmen und bearbeiten, ohne dass ihre Kunden sich hinten anstellen und lange auf Ergebnisse warten müssen. Das gilt auch für eventuell plötzlich auftretende Probleme, die schnell behoben sein wollen.

Der Ausfall eines Mitarbeiters oder einer Mitarbeiterin durch Krankheit oder sonstige Umstände kann in einer Agentur durch andere Personen aufgefangen werden. Diese müssen dann vielleicht Überstunden einlegen, aber der Auftrag wird trotzdem fertiggestellt.

Und damit sind wir beim wichtigsten Argument, das für eine Agentur spricht: die Kontinuität. SEO ist keine einmalige Angelegenheit, sondern ein fortlaufender Prozess. Suchmaschinen ändern ihre Algorithmen, wirtschaftliche Situationen und Gegebenheiten nehmen einen unvorhergesehenen Verlauf, neue Konkurrenten tauchen auf, die mit ihren SEO-Maßnahmen mehr Erfolg haben. Auf solche Ereignisse reagiert eine Agentur schneller und effizienter als ein Freelancer, weil die Arbeit auf mehrere Köpfe verteilt werden kann.

Nachteile einer Online-Marketing-Agentur

Für den Kunden besteht nicht durchgängig die Möglichkeit, den jeweiligen Spezialisten für sein Projekt direkt ansprechen zu können. Deshalb kann es passieren, dass die Zusammenarbeit für Kunden unpersönlicher erscheint als bei einem Freelancer.

Was der Kunde einer SEO-Agentur nicht sicher wissen kann: Vielleicht gibt die Agentur seinen Auftrag auch nur an einen Freelancer weiter. Die Kosten, die er dann für die Vermittlung aufbringen muss, hätte er sich bei der direkten Beauftragung eines Freischaffenden sparen können.

Generell betrachtet ist eine Online-Marketing-Agentur teurer als ein Freelancer. Das wird sich auch in Zukunft nicht ändern. Sie muss beispielsweise größere Räumlichkeiten unterhalten und mehr Geld für Schulungen und Software-Lizenzen bereitstellen, die bei einem freischaffenden SEO-Dienstleister nicht anfallen. Und ganz nebenbei will sie ja auch noch ihre eigene SEO-Arbeit betreiben, damit sie ihr Ranking in den Suchmaschinen beibehält oder verbessert.

Fazit

Wie wir sehen, gibt es eine Menge Vor- und Nachteile auf beiden Seiten und viele Argumente für und wider. Es ist deshalb nicht einfach für Auftraggeber, eine Entscheidung zwischen Freelancer und Online-Marketing-Agentur zu treffen.

Freelancer sind kostengünstiger, weil ihr ganzer Verwaltungsapparat deutlich kleiner ausfällt als bei Agenturen. Für kleine Betriebe mit geringem Budget kommen sie eher in Betracht. Andererseits ist ein Ausfall, etwa durch Krankheit, sehr viel schwieriger zu kompensieren als bei einer Agentur mit



zahlreichen Mitarbeitern.

Wenn es aber um Sicherheit, Langfristigkeit und Kontinuität geht, ist eine Agentur die erste Wahl – trotz höherer Kosten. Für einen persönlichen Kontakt dauert es bei mehreren Ansprechpartnern vielleicht etwas länger, was aber kaum ins Gewicht fällt. Ein weiterer Vorteil von Agenturen ist, dass sie in der Regel über größere Netzwerke verfügen, zum Teil auch international, und somit viele verschiedene Aufgaben parallel übernehmen oder organisieren können. Ein Freelancer kann das nicht leisten.

Titelbild: Adobe Stock ©kebox #194243334

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor
Telefon 08031 / 2575-100
Telefax 08031 / 2575-101
E-Mail: info@seo-kueche.de

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,
HRA 11167 AG Traunstein
pers. Haftende Gesellschafterin:
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB
22414 AG Traunstein
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,
Oliver Lindner
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.
156/174/08500

HypoVereinsbank
IBAN DE45 700202700015260147
BIC HYVEDE33XXX