



SEO-Kosten 2023: Budgets & Preise von SEO-Agenturen

Autor: Alexander Rus | Position: Founder, CEO | Zuletzt aktualisiert: 29. September 2023

Quelle: <https://www.evergreenmedia.at/ratgeber/seo-kosten/>

Was kostet Suchmaschinenoptimierung (engl. Search Engine Optimization, kurz SEO) und welche Abrechnungsmodelle sind sinnvoll? Wie sieht es mit einer erfolgsbasierten Vergütung aus? Fragen über Fragen.

Wer sich nicht tagtäglich mit dem Thema [SEO](#) beschäftigt, wird sich schwer damit tun, einzuschätzen, **welcher Preis gerechtfertigt ist**. Letzten Endes sollte wie bei jeder Investition im Vordergrund stehen, was am Ende dabei herauspringt – Stichwort **Return On Investment (ROI)**!

Kurzfassung: Was kostet Suchmaschinenoptimierung (SEO)?

Wenn du eine SEO-Agentur suchst, die einen positiven ROI liefert, solltest du dich auf SEO-Kosten von 2.000 € bis 8.000 € pro Monat einstellen. Viele Unternehmen haben sogar eigene SEO-Abteilungen oder geben monatlich fünfstellige Beträge für eine Agentur aus.

Im Folgenden werden wir genau darauf eingehen:

- was Suchmaschinenoptimierung kosten sollte,
- warum die meisten SEO-Budgets zu klein sind
- und welches Abrechnungsmodell für dich das Richtige ist.

Du siehst dich für dein Unternehmen gerade nach einer passenden SEO-Agentur um?

Richtig in SEO investieren

Unternehmen, die ihre Internetseite professionell für die [organische Suche](#) von Google optimieren lassen wollen, stehen vor der alles entscheidenden Frage: *Wie investiere ich bestmöglich in SEO?*

Dass Suchmaschinenoptimierung wichtig ist, verstehen heute die meisten Unternehmen, trotzdem ist das **Budget** vor allem zu Anfang bei vielen Firmen stark begrenzt.

Im Folgenden sehen wir uns die wichtigsten Aspekte der Investition an...



Traffic-Potenzial und Skalierbarkeit

Studien zeigen, dass SEO für Mobile und Desktop im Vergleich zu Suchmaschinenwerbung (SEA) etwa das 10- bis 20-fache an Traffic-Potenzial hat. Laut Search Engine Marketing Professionals Organization wird aber **87% des Suchmaschinen-Marketing-Budgets für SEA** ausgegeben.

Ja, Google Ads sind ein gutes Mittel, gezielten Suchmaschinen-Traffic auf die Website zu bekommen und sollten Teil jeder Online-Marketing-Strategie sein. Aber das gilt für Suchmaschinenoptimierung eben noch mehr.



Suchmaschinenoptimierung ist so lukrativ, weil es mit der Zeit zu einem **Schneeballeffekt** kommt. Sobald alle wichtigen Keywords mit auf die Suchintention zugeschnittenen Seiten abgedeckt sind und deine Website von der Autorität her konkurrenzfähig ist, skaliert die SEO.

Warum?

Du baust mit genügend Aufwand **Topical Authority** auf. Topical Authority ist ein Maß für die Autorität, die durch erwiesenes Fachwissen und Vertrauen in einem bestimmten Bereich aufgebaut wird.

Vereinfacht ausgedrückt:

Je mehr hochwertige Inhalte eine Website zu einem bestimmten Thema enthält, desto wahrscheinlicher ist es, dass die Website als vertrauenswürdige Informationsquelle zu einem bestimmten Thema von Google wahrgenommen wird.

Wir sprechen in diesem Kontext gerne von einer **Nischenbibliothek** oder das man zur **ersten Anlaufstelle in einer Nische** wird.



Durch die erhöhte Sichtbarkeit und die großartigen Inhalte gewinnt deine Website von selbst neue Backlinks. Neue Keywords bzw. Keyword-Sets können leichter erobert werden. [Je älter URLs werden, desto leichter erreichen sie Top-Platzierungen bei Google.](#)

Oder aus einer anderen Perspektive: **Der Klickpreis sinkt und sinkt. Die Kosten pro Conversion gehen runter.**

Sieh dir zum Thema Skalierung [hier](#) unsere Case Study vom Online-Shop Elbemetall an!

Einmal SEO, immer SEO?

Vergiss nicht, dass die Suchmaschinenoptimierung **ständig weitergeführt** werden muss.

Ja, wenn die Konkurrenz komplett stillsteht, kann auf Projektbasis gearbeitet werden, kein Problem. Ansonsten musst du aber **laufend Ranking-Signale generieren**. Gewonnene Google-Platzierungen können auch schnell wieder verloren sein, denn die Konkurrenz schläft nicht. Außerdem sieht es für Google verdächtig aus, wenn plötzlich die positiven Signale ausbleiben.

Einzelne Leistungspakete sind daher **nur für Kleinprojekte, zum Kennenlernen der SEO-Agentur oder lokale Unternehmen** sinnvoll. SEO ist also keine kurzfristige Geschichte. Logisch, denn die organische Suche ist der lukrativste [Online-Marketing-Kanal](#).

Lies hier mehr über unsere [laufende Betreuung](#) und unsere einzelnen [SEO-Pakete](#).

Das richtige SEO-Budget

Fast immer ist das SEO-Budget eines Kunden 50% niedriger als es sein sollte.

- Alexander Rus

Das passiert folgendermaßen:

Ein Unternehmen beauftragt eine SEO-Agentur. Sie budgetieren SEO bei ca. 3.000 bis 4.000 Euro pro Monat. Dieser Ankerpunkt ist psychologisch, weil Unternehmen denken: „**Für so viel könnte ich einen Mitarbeiter einstellen**„.

Und so haben wir viele Budgets von 3.000 bis 4.000 Euro in der SEO-Branche.

Wenn die Kunden **nicht die gewünschten Ergebnisse** erzielen, verlagern sie ihr Budget zu einer anderen SEO-Agentur, und so weiter und so fort. Schließlich, über einen ausreichend langen Zeitraum, kommen die Ergebnisse, und die letzte SEO-Agentur bekommt den Lobgesang ab: „*Hätten wir sie doch nur zuerst beauftragt*„, heißt es dann.



In Wirklichkeit ist das, was passiert, wenn man mit einem unzureichenden Budget beginnt und es umschichtet, genau dasselbe wie beim Kauf und Verkauf von Autos. In der Sekunde, in der man den Vorplatz der Agentur verlässt, gibt es einen massiven Wertverlust.

SEO ist Konsumentenzentrierung

Im August 2022 kam ein weiteres Google-Update heraus, welches klar zeigt, in welche Richtung Google geht.

Mehr über das Hilfreiche-Inhalte-Update lernst du [hier](#).

Es wird einige SEO-Agenturen endgültig zerstören, und viele Websites werden nach und nach an Sichtbarkeit verlieren. Dünne Inhalte, billige Inhalte ... das war's dann wohl.

Qualitativ hochwertige, gut recherchierte Inhalte, die Fachwissen zeigen, sind jetzt wichtig.

Aber hochwertige Inhalte kosten Geld, viel Geld.

Und genau das ist der Sinn der Sache – Inhalte sind ein Signal:

- ... für deine Kunden.
- ... deiner Kompetenz.
- ..., dass dein Unternehmen hier ist, um zu bleiben.
- ..., dass dein Unternehmen Geld für die Content-Erstellung ausgeben kann.
- ..., dass dein Unternehmen verdammt gut in dem ist, was es tut.



Warum die Konkurrenz vor dir ist

Wenn du dich beschwerst, dass deine Konkurrenten auf Seite 1 von Google für viele lukrative Keywords stehen und eine hohe Domain-Autorität haben:

Sie haben es aus einem einfachen Grund dorthin geschafft.

Sie haben vor deinem Unternehmen mit SEO begonnen und mehr Geld für SEO ausgegeben als du selbst. Das sollte dich nicht schockieren. Die unvorstellbare Bedeutung von SEO ist seit vielen Jahren bekannt und SEOs wie ich schreien schon seit Jahren von den Dächern, dass Unternehmen dringend investieren müssen.

Je länger dein Unternehmen mit der Suchmaschinenoptimierung wartet, desto mehr Geld musst du ausgeben, um auf die erste Google-Seite zu kommen.

Das oben genannte Google-Update zeigt, dass Unternehmen ihre **Marketingbudgets überprüfen und aufstocken** sollten.

Oder, wenn sie diese nicht erhöhen wollen, sollten sie ihr Budget von anderen Marketingmaßnahmen abziehen und es für SEO einsetzen. Ich meine, **brauchst du wirklich Print- und Radiowerbung?** Keine Messbarkeit, keine Ausrichtung? Ernsthaft?

Aber was, wenn die SEO keine Ergebnisse liefert?

Dann ist das ein deutliches Zeichen dafür, dass du das Budget erhöhen solltest. **Sicher, es könnte auch an der SEO-Agentur liegen.** Vielleicht hat sie keine Ahnung. Von solchen Agenturen, besonders Full-Service, gibt es genug. Aber es ist wahrscheinlicher, dass dein Budget nicht ausreicht.

In diesem Ratgeber zeige ich dir, wie du die richtige SEO-Agentur findest und welche Aspekte du bei der Agenturauswahl beachten musst.

Individuelle Angebote vs. Standardpakete

Die konkreten Preise für Suchmaschinenoptimierung sind von vielen Faktoren abhängig (Details im Anschluss). Für jedes Projekt sollte ein individuelles Angebot basierend auf einer individuellen Strategie gelegt werden.

Idealerweise basieren das Budget und die Liefergegenstände (Deliverables) auf:

- einer Konkurrenzanalyse: wo stehen wir im Vergleich zur Konkurrenz?
- einem SEO-Audit: was muss an der Website gemacht werden?
- einer Keyword-Recherche inkl. Website-Strukturplanung: wo besteht Nachfrage? welche Seiten sind nötig?



Es wird, wenn möglich, gemeinsam mit dem potenziellen Kunden vorab ein **Keyword-Set** bestimmt. Daraus ergeben sich dann die **wichtigsten fünf Konkurrenten**. Als nächstes wird berechnet, welches monatliche Budget nötig wäre, um über einen bestimmten Zeitraum zur Konkurrenz aufzuschließen.

Natürlich ist dies nur eine Schätzung, weil weder der Google-Algorithmus noch die Konkurrenz stillstehen.

Deswegen sind **Massenangebotsanfragen absolut sinnfrei** und zeigen, dass der Auftraggeber die [Grundsätze](#) nicht verstanden hat. SEO-Standardpakete kann es nur bei Kleinstprojekten geben. Sobald es um laufende Suchmaschinenoptimierung geht, sind individuelle Lösungen der einzig sinnvolle Weg.

Die Keyword-Recherche ist das Fundament deiner Strategie. Erfahre [hier](#) mehr über unser Keyword-Recherche-Paket.

Suchmaschinenoptimierung in 2023

Bei [Suchmaschinenoptimierung heute](#) geht es darum, den Google-Algorithmus (und dessen [künstliche Intelligenz](#)) davon zu überzeugen, dass deine Website, das digitale Abbild deiner Marke, zu dem vom Nutzer eingegebenen Keyword das beste und zufriedenstellendste Ergebnis ist.

Deine **Autorität** und deine **Inhalte** müssen ebenso überzeugen wie die **Marken- und Nutzersignale**. Und die kann man nicht dauerhaft fälschen bzw. manipulieren.

Deine Ausgangssituation und Ziele

Im Vorfeld – also vor der Beauftragung – müssen die folgenden Punkte geklärt werden:

- ✔ **Marketingbudget:** Wie viel kannst du in die SEO-Betreuung investieren?
- ✔ **Ziele:** Was sind deine Unternehmensziele? Welches Ziel hat deine Website? Wie schnell soll die organische Sichtbarkeit erhöht werden?
- ✔ **Ausgangssituation:** Steht deine Webseite noch in den Startlöchern oder hat sie bereits eine hohe [Domain Authority](#), viele Markensuchanfragen, überdurchschnittliche Nutzermetriken und verfügt über hochwertigen Content zu den Fokus-Keywords?
- ✔ **Ressourcen:** Hast du intern freie Ressourcen, um den SEO-Dienstleister zu unterstützen oder kannst du höchstens Fragen per E-Mail beantworten?
- ✔ **Website-Umfang:** Wie viele Seiten müssen optimiert oder gebaut werden?
- ✔ **Keywords:** Für welche und wie viele Keywords willst du ranken?
- ✔ **Wettbewerber:** Wie stark ist die Konkurrenz? Wie gut sind die Inhalte der Konkurrenz? Wie viele neue [verweisende Domains](#) bekommt die Konkurrenz pro Monat im Durchschnitt?



- ✔ **Nachfrage:** Ist dein Produkt oder deine Dienstleistung gefragt? Wie groß ist das Interesse wirklich?
- ✔ **Der SEO-Profi:** Auch hier gibt es Unterschiede – je größer die Erfahrung und die vergangenen (nachweisbaren) Erfolge, desto teurer ist die SEO-Agentur.

Expertentipp

Befindet sich dein Projekt bereits in einem Aufwärtstrend (laut SEO-Tools wie SEMRush und Ahrefs) und sind die Best Practices schon umgesetzt, tut sich der SEO-Partner deutlich leichter, neue Keywords zu erobern.

Befindet sich dein Webprojekt wiederum in einem Abwärtstrend, so kann es einige Zeit dauern, bis die gesetzten SEO-Maßnahmen ihre Wirkung zeigen. Bevor es aufwärts gehen kann, müssen **die wichtigsten Probleme** behoben werden. Im Fall, den du auf dem Screenshot siehst, hatten wir Glück, denn der Kunde hat uns unterstützt, wo er nur konnte (Start: Juni 2018). Hier findest du noch [weitere SEO-Erfolgsgeschichten von unseren Kunden](#).



Hast du Großes vor, wird die SEO-Kampagne dementsprechend teurer. Und auch das Abrechnungsmodell kann den Preis beeinflussen.

Expertentipp

Überlege dir konkret, wie viel mehr Kunden / Gäste / Klienten du über das Internet benötigst, damit sich das SEO-Angebot für dein Unternehmen rechnet.



Vergiss dabei aber nicht, dass SEO Zeit braucht und sich in den ersten 6 Monaten wahrscheinlich wenig tut. Je nachdem, wie umkämpft deine Keywords sind, können signifikante Erfolge sogar Jahre dauern. Kläre diese Fragen unbedingt mit dem potenziellen SEO-Dienstleister. Er kann wahrscheinlich nichts Genaues sagen, aber zumindest bestehen in der Regel Erfahrungswerte.

Abrechnungs- und Preismodelle

Um die Frage hinsichtlich SEO-Kosten zu beantworten, ist es nötig, ein wenig weiter auszuholen, denn auch das Preismodell ist entscheidend.

Grundsätzlich **hast du hier die Wahl** zwischen...

- ✔ Stunden- beziehungsweise Tagessätzen,
- ✔ monatlichen Flatrates,
- ✔ einer Bezahlung, die sich an der Performance orientiert,
- ✔ einer Profitbeteiligung oder...
- ✔ klar definierten Liefergegenständen (unsere Lösung).

Expertentipp

Die [SEO-Agentur](#) hat höchstwahrscheinlich **Ausgaben**. Diese können entweder inkludiert sein oder separat abgerechnet werden. Aus Erfahrung wissen wir, dass eine separate Abrechnung zu Verzögerungen und Konflikten führt. Deshalb sind bei Evergreen Media® immer alle Ausgaben inklusive. Dementsprechend höher muss das Budget selbstverständlich sein.

Stunden- und Tagessätze

Stunden- und Tagessätze bieten dir maximale Flexibilität bei der Beauftragung eines SEO-Dienstleisters. Klar ist dann aber, dass **Stunden- und Tagessätze** teurer sind. Die Kosten liegen meistens zwischen 90 € und 200 € pro Stunde beziehungsweise 720 € und 1.600 € pro Tag.

Vertrauen zum Dienstleister ist entscheidend, denn es ist nicht immer genau ersichtlich, wie viel der SEO-Profi tatsächlich gearbeitet hat. Selbst Stundenaufzeichnungen geben nur einen beschränkten Einblick, wenn dir das nötige Fachwissen fehlt.



Flatrates und All-Inclusive-Pakete

Flatrates sind ein sehr beliebtes Abrechnungsmodell in der SEO-Branche. Dabei hast du im deutschsprachigen Raum meist eine Vertragslaufzeit zwischen 6 und 24 Monaten.

Meist liegen die Flatrates zwischen 500 € und 20.000 € pro Monat und beinhalten dafür bestimmte Stundenpakete oder Komplettpakete für die [OnPage-](#) und [OffPage-Optimierung](#).

Performance-basierte Zahlung

Während Flatrates und Stunden- beziehungsweise Tagessätze weit verbreitet sind, bieten nur wenige SEO-Dienstleister eine **Performance-basierte Abrechnung** an. Wenn solch ein Zahlungsmodell möglich ist, wird dabei auf unterschiedliche Weisen abgerechnet:

- **Bezahlung für Suchergebnispositionen:** Rankt die Webseite zu einem bestimmten Keyword auf Platz 1, liegt der Bezahlungsdurchschnitt bei 33,33 € pro Tag. Für jede darunterliegende Position werden zehn Prozent abgezogen. Ab Platz 11 – was eine Platzierung auf der zweiten Ergebnisseite bedeutet – erhält der Dienstleister kein Geld mehr.
- **Bezahlung pro Besucher:** Jeder zusätzliche Besucher nach Beginn der Optimierungsmaßnahmen wird mit 1 € bis 10 € entlohnt.
- **Bezahlung pro Lead oder Sale:** Für jede Anfrage ([Lead](#)) oder für jeden Verkauf (Sale) erhält der SEO-Dienstleister einen individuellen Betrag, der vorher festgelegt wird.
- **Bezahlung über eine Profitbeteiligung:** Bei diesem Abrechnungsmodell wird die SEO-Agentur an den Verkäufen beteiligt. Das ist allerdings eine eher seltene Abmachung. Sie stellt vor allem für den Dienstleister ein Risiko dar, da er normalerweise keinen Einblick in die Finanzen des Kunden erhält.

Liefergegenstände (Deliverables)

Ein Deliverable oder Liefergegenstand ist ein **Projekt-Zwischenergebnis**, das sowohl eindeutig **identifizierbar** als auch **verifizierbar** ist.

Wenn ein SEO-Dienstleister mit diesem Modell arbeitet, siehst du bereits bei der Angebotslegung, was du im Zeitraum der Betreuung bekommst. Das Ziel dieses Abrechnungsmodells ist es, die Betreuungsleistung für den Kunden greifbarer zu machen.

Wir bei Evergreen Media® arbeiten mit Liefergegenständen. Bei der Angebotslegung bekommst du aufgelistet, welche Deliverables innerhalb von 12 Monaten von uns geliefert werden.



Liefergegenstände schaffen klare Verhältnisse und helfen bei der Planbarkeit der internen Ressourcen.

Ab welchem Budget lohnt sich SEO?

Was kostet Suchmaschinenoptimierung (SEO)?

Eine Studie von iBusiness ergab 2015, dass der durchschnittliche **Stundensatz** einer SEO-Agentur bei **90 €** liegt. Die Stundensätze bei den Top-Agenturen in der DACH-Region liegen aus unserer Erfahrung bei 150 € bis 200 €.

Um die Sichtbarkeit bei Google zu erhöhen, aber auch beizubehalten, reicht OnPage-Monitoring leider nicht aus. Nein, es müssen laufend Stunden in Content-Erstellung, den [Linkaufbau](#) und sonstige SEO-Maßnahmen investiert werden. Deswegen sollte man in der Regel mit **SEO-Kosten ab 1.000,- € monatlich** rechnen, sogar in kleinen Nischen.

Wir betreuen vorrangig größere Projekte und Kunden, die ambitionierte Ziele haben. Aus diesem Grund startet unsere [laufende SEO-Betreuung](#) bei 3.999,- € pro Monat.

Wie hoch sind die monatlichen Kosten für Suchmaschinenoptimierung schätzungsweise?

Achtung: Es handelt sich im Folgenden um Schätzungen basierend auf Erfahrungswerten.

1.000 bis 2.000 € pro Monat (zzgl. MwSt)

Für wen?

Kleine Unternehmen in kleinen Städten (mit kleiner geografischer Reichweite).

Beispiele:

- ✔ Zahnärzte
- ✔ Restaurants

2.000 € bis 4.000 € pro Monat (zzgl. MwSt)

Für wen?

Unternehmen in mittelgroßen Städten und umkämpfteren Märkten (mehr potenzielle Kunden / größere Transaktionen; mit kleiner geografischer Reichweite)



Beispiele:

- ✔ Rechtsanwälte
- ✔ Immobilienmakler

4.000 € bis 8.000 € pro Monat (zzgl. MwSt)

Für wen?

Für Unternehmen mit einem nationalen Nischenmarkt

Beispiele:

- ✔ Kleine und mittlere Online-Shops
- ✔ Digitalagenturen

8.000 € und mehr pro Monat (zzgl. MwSt)

Für wen?

Für Unternehmen mit einem nationalen oder internationalen Zielmarkt

Beispiele:

- ✔ Mittlere und große Online-Shops
- ✔ Versicherungs- und Finanzwesen

Expert*innen und andere Websites sprechen immer wieder von „sinnvollen“ Budgets. In der Praxis kommt es auf den individuellen Markt und die einzelnen Keywords an.

Jedes Keyword ist ein eigener Konkurrenzkampf. Pauschalen sind dementsprechend fehl am Platz.

Auch solltest du bedenken, dass eine zu kleine Investition in Suchmaschinenoptimierung und [Content-Marketing](#) dir keinen ROI bringen wird, denn alle Ergebnisse stauen sich auf der ersten Seite von Google. Wenn deine Seite schlechter platziert ist als Platz 11, bekommst du so gut wie keine Besucher. Es gilt: **Go big or go home!**

Das Problem mit günstiger SEO

Natürlich wollen Unternehmen immer so wenig wie möglich und so viel wie nötig für eine Leistung bezahlen. Das Problem ist nur, dass günstige SEO in der Regel nur eine Ausgabe ist und keine Ergebnisse bringt.

Wenn es um SEO geht, willst du ganz nach vorne. Um bei Google ganz nach vorne zu kommen, musst du das beste Ergebnis liefern. Durchschnitt ist schlichtweg zu wenig.



Wie kommen SEO-Agenturen zu ihren Preisen?

Um zu verstehen, wie SEO-Agenturen zu ihren **Pauschalpreisen pro Monat** kommen, hier einige Beispiele für den Aufwand von typischen SEO-Maßnahmen:

- Ein **Ratgeber** muss recherchiert, geschrieben, kontrolliert, abgestimmt, optimiert, gestaltet und eingepflegt werden. *Aufwand:* 10 bis 15 Stunden
- Eine kleine **Linkbuilding-Kampagne über Outreach** umfasst das Recherchieren nach Kontakten, Anschreiben dieser Kontakte, Verfassen von Gastartikeln und evtl. finanzielle Entschädigungen. *Aufwand pro Backlink:* 10 bis 13 Stunden (kein Linkkauf über einen Link Broker)
- Ein **SEO-Audit** für einen durchschnittlichen Online-Shop umfasst Aspekte rund um SEO, Technik, Usability und Informationsarchitektur. *Aufwand:* 20 bis 30 Stunden

Mit diesen Zahlen im Kopf ist glasklar, dass Suchmaschinenoptimierung für 100 € pro Monat (oder sogar einmalig) eine reine Abzocke ist.



Wie sieht es mit Traffic-Versprechungen, Leistungsnachweisen und Zielen aus?

[HubSpot](#) empfiehlt, bei Laufzeitverträgen **Ziele möglichst detailliert schriftlich festzuhalten**. Im gleichen Beitrag wird jedoch auch behauptet, dass Google den Algorithmus laufend verändert und die Konkurrenz nicht stillsteht. Aus diesem Grund definieren wir **ausschließlich Ziele, welche wir aus eigener Macht erreichen können**, und nicht irgendwelche Schätzungen:

- Wie viele Inhalte sollen in 12 Monaten erstellt werden?
- Wie viele Keywords sollen mit auf die Suchintention zugeschnittenen Inhalten abgedeckt werden?
- Wie viele Backlinks sollen aufgebaut werden?
- Wie viele Mockups sollen erarbeitet werden?

Alle anderen Zieldefinitionen sind wie Wettervorhersagen. Nett, aber wahrscheinlich falsch.

Außerdem ist eine SEO-Agentur in vielen Fällen maßgeblich von der **Mitarbeit des Kunden** abhängig. Je größer der Kunde, desto größer die Chance, dass es zu Verzögerungen kommt. Vereinfacht ausgedrückt, kann eine SEO-Agentur also Traffic-Versprechungen oder Ranking-Ziele nicht unterschreiben.

Erfolgskontrolle und **Leistungsnachweise** sind essentiell, aber nicht in Form von Ranking-Versprechungen oder Traffic-Zahlen. Oder kann ich als SEO-Experte vorhersagen, wie sich alle Konkurrenten in den nächsten 12 Monaten verhalten werden und wie sich der Google-Algorithmus entwickeln wird?

Dann wäre ich wohl der begehrteste Suchmaschinenoptimierer der Welt.

Was kostet SEO von Evergreen Media®?

Wie ergeben sich unsere Preise?

Grundsätzlich arbeiten wir bei laufender SEO-Betreuung mit einer **12-monatigen Vertragsbindung** und einem Budget, welches auf deinen Zielen, der Ausgangssituation und der Konkurrenz basiert.

Wie oben bereits erwähnt, definieren wir konkrete Liefergegenstände, damit du genau im Blick hast, was du bekommst und wie du auch intern deine Ressourcen verteilen musst.

Bei kleinen, einmaligen Aufträgen wird auf Basis von Standardpaketen ([SEO-Audits](#), Keyword-Recherchen, [Backlink-Pakete](#), etc.) abgerechnet.



Sonstige SEO-Kostenfaktoren

- Bei uns machen nicht Praktikant*innen, Trainees oder Werkstudent*innen die Arbeit, sondern ausgebildete Profis.
- Alle Teammitglieder bilden bzw. entwickeln sich laufend weiter.
- Um unsere Leistung so effizient wie möglich zu gestalten, entwickeln wir eigene Tools.
- Unsere Teammitglieder gewinnen von Jahr zu Jahr an Erfahrung und Knowhow und wollen entsprechend entlohnt werden.

Unsere SEO-Preise

Hier eine Übersicht unserer Preise und SEO-Pakete (Wichtig: Es handelt sich um Ab-Preise.):

Leistung bzw. Paket	Kosten ab
Keyword-Recherche inkl. Website-Strukturplanung (einmalig)	4.250,- €
SEO-Check „Basic“ (einmalig)	2.799,- €
SEO-Audit „Advanced“ (einmalig)	5.299,- €
SEO-Audit „Pro“ (einmalig)	6.499,- €
Backlink-Paket „Basic“ (einmalig)	2.650,- €
Backlink-Paket „Advanced“ (einmalig)	11.050,- €
SEO-Text schreiben lassen (pro Stück)	930,- €
Content-Templates (pro Stück)	620,- €
Local-SEO-Paket (einmalig)	3.099,- €
SEO-Konzept ausarbeiten (einmalig)	9.180,- €
Laufende SEO-Betreuung (monatlich)	3.999,- €
SEO-Konkurrenzanalyse (einmalig)	659,- €
Seitentypen-Templates (einmalig)	1.359,- €

Sonstige SEO-Kostenfaktoren

Es ist kein Wunder, dass sich viele Unternehmen über die hohen Preise von Suchmaschinenoptimierung und Content-Marketing wundern. Im Folgenden unterhalten wir uns über weitere Faktoren, die die Kosten für SEO-Betreuung in die Höhe treiben.

Kostenpflichtige SEO-Tools

Für die Suchmaschinenoptimierung ist **viel Handarbeit** nötig, denn jedes Unternehmen, jede Marke ist individuell – und das sollte sich in den gesetzten Maßnahmen und den Inhalten widerspiegeln.



In der High-Performance-SEO sind **die richtigen Tools entscheidend**. Ohne entsprechende Tools können keine datenbasierten Entscheidungen getroffen werden. SEO-Tools erleichtern die Recherche, das unabdingbare Monitoring der Arbeit und liefern essentielle Daten über die Konkurrenz.

Zu den am häufigsten genutzten Tools gehören:

- ✔ Tools für die Überprüfung der Keyword-Rankings wie z. B. Advanced Web Ranking oder SEMRush
- ✔ Tools für das Monitoring und die Analyse der Backlinks wie z. B. MajesticSEO und Ahrefs
- ✔ Tools für Crawlen der Website und die Analyse der OnSite-Optimierung wie z. B. DeepCrawl und Screaming Frog

Je mehr Tools genutzt und optimal aufeinander bzw. auf die Unternehmensziele abgestimmt werden, desto mehr Fixkosten entstehen – **2.000 € bis 10.000 € monatlich** sind keine Seltenheit. Allein das [SEO-Tool](#) Ahrefs kostet für 5 Nutzer 999 \$ pro Monat. Da wir bei Evergreen Media [fast 40 Leute](#) sind, benötigen wir einen eigenen „Custom Plan“.

Natürlich können diese Tools für mehrere Kunden genutzt werden. Da jedoch kein **seriöser SEO-Dienstleister** mehr als 2 bis maximal 3 Kunden pro Mitarbeiter (liegt am Projektumfang) betreut, bleibt der Kostenfaktor bestehen.

Intensität der Betreuung als Kostenfaktor

Nachhaltige SEO ist zeitintensiv und aufwändig. Die vorgestellten Tools nehmen nur zum Teil das Monitoring und die Recherche ab. Sie bieten eine Basis, auf der weitere Maßnahmen konzipiert, umgesetzt und erneut evaluiert werden. Der bzw. die **SEO-Berater*in** muss deshalb in viele verschiedene Richtungen schauen und unternehmerisch denken, um optimale Ergebnisse zu erzielen:

- ✔ **Überblick:** Die Betrachtung der Website allein ist nicht zielführend – ein professioneller SEO-Manager hat die gesamte Unternehmung im Blick, inklusive dem Offline-Marketing und den anderen Auftritten im Netz.
- ✔ **Konkurrenz:** Nicht nur das betreute Unternehmen selbst spielt eine Rolle – ein SEO-Manager muss auch die Konkurrenz analysieren.
- ✔ **Weiterbildung:** Ständige Weiterbildung aufgrund von Änderungen am Google-Algorithmus ist notwendig, um die richtigen Hebel erkennen und umlegen zu können. Konferenzen, Messen und Fortbildungen sind deshalb ein weiterer Faktor, der in die Kosten einfließt.
- ✔ **Linkkauf & Content:** Selbst wenn viele es nicht hören wollen – jede SEO-Agentur kauft auf die eine oder andere Art und Weise Backlinks. Content-Marketing ist schön und gut, aber allein nicht zielführend. Hochwertige Backlinks kosten eine Menge Geld und gute Verlinkungsmöglichkeiten müssen erst gefunden werden.