

13 Zertifikate im Bereich Suchmaschinen-Marketing vergeben Kompetenznachweis für Suchwortvermarktung und Suchmaschinen-Optimierung

Düsseldorf, 14. September 2006

Erstmals hat das Prüfungsgremium des Arbeitskreises Suchmaschinen-Marketing die neuen SEO- und SEM-Zertifikate an spezialisierte Agenturen vergeben. Zuvor waren die Kriterien für den Erhalt des Zertifikats den aktuellen Anforderungen der Suchdienste und Kunden angepasst worden. Bewerber müssen in den jeweiligen Bereichen Suchwort-Vermarktung (SEM) und Suchmaschinen-Optimierung ihre Erfahrung, Transparenz, Arbeitsweise und ihr Engagement am Markt nachweisen. Sumo, Advertising.com, Luna-Park, effectiv Traffic, explido, eprofessional, suchtreffer und Soquero gelang das im ersten Anlauf. Weitere zwei Unternehmen sind aufgefordert, erforderliche Nachweise zum Erhalt nachzureichen.

Mit den vollständig überarbeiteten Zertifikaten kommt der Arbeitskreis dem von Agenturen vielfach geäußerten Wunsch nach verbindlichen Standards nach und wird zugleich den aktuellen Anforderungen der Suchdienste und Kunden gerecht. „Wir haben die Messlatte bewusst hoch gelegt, um so ein deutliches Signal an den Markt zu senden“ fasst Harald R. Fortmann (Advertising.com Dt. GmbH), BVDW-Vizepräsident und Vorsitzender der Fachgruppe Performance Marketing, zusammen. „Angesichts weiter deutlich wachsender Umsätze, dürfen sich die Marktteilnehmer nicht zurücklehnen, sondern müssen in Professionalität investieren. Den Nachweis hierfür liefern die beiden BVDW-Zertifikate.“ Dabei spielt es für die Bewerber keine Rolle, ob sie Mitglied im Branchenverband sind oder nicht.

Anspruchsvolle Kriterien

Die Prüfung von Anträgen zur Zertifizierung erfolgt bei beiden Zertifikaten in den Bereichen Erfahrung, Transparenz, Arbeitsweise und Engagement am Markt. Nur wenn das Prüfungsgremium nach Abschluss der Bewerbung zu dem Urteil gelangt, dass alle vier Bereiche erfüllt sind, wird das Zertifikat erteilt. In begründeten Ausnahmefällen ist zudem eine Erteilung möglich, wenn nur drei der vier Bereiche als erfüllt gelten. Der Bereich Arbeitsweise muss jedoch immer erfüllt sein.

So weisen Unternehmen ihre Erfahrung unter anderem dadurch nach, dass sie seit mindestens zwölf Monaten über einen Handelsregistereintrag verfügen. Hinzu kommen eigene SEO-Kundenprojekte über einen Zeitraum von drei Jahren und ein entsprechendes Honorarvolumen. Beim SEM-Zertifikat wird neben entsprechenden Kundenerfahrungen auch die Teilnahme an den Zertifikatsprogrammen von Google, Miva Inc. und Yahoo! Search eingefordert. Die Transparenz der Bewerber wird anhand von mindestens fünf Referenzen, die vor dem Gremium ebenso offengelegt werden müssen wie die Vorgehensweise gegenüber dem Kunden und das Preissystem. Hinsichtlich des Marktengagements sind die Anwärter aufgefordert, die Professionalität der Mitarbeiter sowie eigene Fachbeiträge und Vorträge nachzuweisen.

Verpflichtung und Nachweis: Seriöses Vorgehen steht an erster Stelle

Das Herzstück der Zertifizierung ist die Überprüfung der Arbeitsweise. So verpflichten sich die Antragsteller einen umfangreichen Kriterienkatalog mit „SEO-Guidelines“ einzuhalten und diese vor dem Prüfungsgremium nachzuweisen. Diese sollen neben den Richtlinien der einzelnen Suchmaschinen eine grundlegende Basis zur Umsetzung seriöser und kundenfreundlicher Optimierungsmaßnahmen schaffen. Die Richtlinien stellen eine Verpflichtung der zertifizierten Unternehmen im Sinne einer "Freiwilligen Selbstkontrolle" dar, werden jedoch durch den AK Suchmaschinen-Marketing regelmäßig auf Einhaltung überprüft, hinsichtlich ihrer Aktualität

bewertet und gegebenenfalls überarbeitet. „Ein wichtiger Bestandteil der regelmäßigen Sitzungen des Arbeitskreises werden künftig auch Vorkommnisse oder Abweichungen im Zusammenhang mit diesen Richtlinien sein“, unterstreicht AK-Leiter Philipp von Stülpnagel (SUMO GmbH).

Das SEM-Zertifikat kann nur erlangt werden, wenn eine anerkannte, professionelle Kontrolle des Kampagnenerfolgs durch Online Tracking Maßnahmen möglich ist und tagesaktuelle Kampagnendaten für Kunden jederzeit kurzfristig online abrufbar sind. „Die neuen Zertifikate unterstützen die Marketingverantwortlichen bei der Suche nach geeigneten Dienstleistern“, so Philipp von Stülpnagel weiter. Umso größer die Freude bei den Agenturen, die sich im ersten Anlauf das für die Dauer von einem Jahr vergebene Zertifikat sichern konnten. „Uns war und ist es wichtig, mit dem Zertifikat ein klares Bekenntnis zu mehr Professionalität und Kompetenz im Suchmaschinen-Marketing zu setzen“, so Christian Petersen vom Hamburger Dienstleister eprofessional. „Das rasante Wachstum der Branche erfordert einfach ein gewisses Maß an Transparenz und verbindlichen Standards gegenüber den Auftraggebern.“

Die zertifizierten Agenturen erhalten eine BVDW-Urkunde sowie das Recht das von der Düsseldorfer Designagentur ROT Design des Dipl. Designers Frank Fienbork entworfene Logo SEO bzw. SEM bis zum 31.12.2007 zu führen. Wer sich gezielt zu den Möglichkeiten des Suchmaschinen-Marketings und anderer erfolgsbasierter Online-Marketinginstrumente informieren möchte, hat dazu im Oktober bei der Roadshow der Fachgruppe Performance Marketing Gelegenheit. Die Termine sowie das vollständige Programm finden Sie unter www.performance-marketing.net. Die nächste Zertifizierungsrunde wird im November 2006 stattfinden. Das nächste Treffen der Fachgruppe Performance Marketing findet am Vortag der Online Marketing Düsseldorf (OMD) - dem 19. September 2006 - in Düsseldorf statt, der Arbeitskreis Suchmaschinen-Marketing trifft sich wieder am 22. September 2006 in Düsseldorf im Anschluss an die OMD.

Kontakt:

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Thomas Schauf, Fachgruppen-Manager
Kaistraße 14, 40221 Düsseldorf
Tel.: +49 (0)211 60 04 56 -16; Fax: -33
mailto: schauf@bvdw.org

Presse:

Christoph Salzig, Pressesprecher
Tel. 0211 600456 -26, Fax: -33
Mobil 0177 8528616mailto: salzig@bvdw.org

Über den BVDW:

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung aller am digitalen Wertschöpfungsprozess beteiligten Unternehmen.

Der BVDW steht im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen (Verbraucherorganisationen, andere Branchenverbände etc.), um ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche zu unterstützen.

Zudem bietet der BVDW ein Expertennetzwerk, das Unternehmen und Interessierten innerhalb wie außerhalb der Branche schnell und gezielt Antworten auf konkrete Fragestellungen rund um die Lösungen der Digitalen Wirtschaft liefert.

Der BVDW bietet ein umfangreiches Service- und Informationsportfolio für seine Mitgliedsunternehmen. Er hat sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Technologien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern.

Über die Fachgruppe Performance Marketing:

Die Fachgruppe Performance Marketing – bestehend aus den führenden Marktteilnehmern der Gattungen Suchmaschinen-Marketing, E-Mail-Marketing, Affiliate Marketing und Online-Kontrolle – entwickelt den Markt durch Know-How-Transfer von den Spezialisten in den Agenturen hin zu den werbetreibenden Unternehmen. Die Fachgruppe ist Kompetenzzentrum und Think-Tank in diesen Bereichen. Gleich mehrere Mitglieder der Fachgruppe sind im BVDW-Gesamtvorstands und im Präsidium vertreten. Somit sichern sie eine adäquate Repräsentanz nach innen und außen.