

Web-Agenturen und ihre Schwerpunkte

Marktübersicht Welche Technologien die Schweizer Web-Agenturen einsetzen, welche sie lieber ablösen würden und wie man bei Web-Projekten für Kostensicherheit sorgt. «Swiss IT Magazine» präsentiert 21 Schweizer Web-Agenturen in der Marktübersicht.

Von Matthias Wintsch

Von wem lässt man sich bevorzugt die neue Webseite bauen und wer kann die Glanzidee für eine Web-App kompetent umsetzen? Die vorliegende Marktübersicht beschäftigt sich mit Schweizer Web-Agenturen, die ein Mindestvolumen von 500'000 Franken pro Jahr mit Web-Projekten umsetzen. Sie erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

State of the Web-Art

Wenn man die Experten der aufgeführten Web-Agenturen nach deren priorisierten eingesetzten Technologien fragt, wiederholt sich vor allem ein Stichwort: Open Source. Wie etwa Dominic Lüpold, Head of Account Management & Sales bei Amazee Labs, erläutert, könne man dank dem Einsatz mehrerer Open-Source-Produkte besser auf die Kundenbedürfnisse eingehen und kosteneffizienter arbeiten. Das meistgenannte Content Management System (CMS) ist Wordpress, das erwartungsgemäss grosse Verbreitung findet. Fabienne Mast, Geschäftsführerin bei Cubetech: «Wordpress ist enorm mächtig für kundenspezifische Lösungen und bietet uns grosse Flexibilität.» Andrea Iltgen, Partner bei Xeit, führt einen weiteren wesentlichen Pluspunkt ins Feld: «Es ist uns wichtig ist, dass unsere Kunden jederzeit die Freiheit haben, einen anderen Partner an Bord zu holen – Wordpress-Entwickler finden sie auch anderswo.»

Daneben erfreuen sich auch die Open-Source-CMS Drupal und Craft CMS grosser Beliebtheit bei den Web-Agenturen. Raphael Marti, Project Manager und Partner bei Joinbox, ist einer dieser Drupal-Anwender. Seine Gründe: «Drupal ist ein Open-Source-CMS mit grosser Com-

munity, extrem flexiblem Einsatzgebiet, grosser Nachfrage, klarer Strategie bezüglich Weiterentwicklung und hohem Sicherheitsstandard.» Daneben setzen einige Agenturen auch auf eigens entwickelte CMS, wie etwa bei Backslash, wie Geschäftsführer Markus Walter ausführt. Dies sei vor allem für Arbeiten im öffentlichen Bereich wichtig, um die Weiterentwicklung zu garantieren.

Konzeption und Design

Zwei weitere Produktnamen, die ebenfalls auffällig oft fallen, sind Figma und Adobe XD. Beide werden im Designprozess eingesetzt und dienen der visuellen Gestaltung. Besonders Figma ist dank Online-Kollaborations-Features besonders beliebt. Für die Erstellung von grafischen Assets wird derweil mehrheitlich die Adobe Creative Suite eingesetzt.

Sowohl in der Konzeptions- wie auch in der Entwicklungsphase bauen viele Spezialisten auf nutzerorientierte Gestaltung (User-Centered-Design), also dem Prinzip, dass der User respektive dessen Bedürfnisse über das gesamte Projekt im Mittelpunkt stehen. Um dies zu bewerkstelligen, setzen die Entwickler meist auf agile Methoden wie Scrum, wie es in der Software-Branche üblich ist.

Trends und Buzzwords

Die Wünsche der Kunden sind mannigfaltig, so die Experten: Responsiveness, Performance, SEO, APIs, Headless, Systemintegration und E-Commerce sind nur einige der meistgenannten Schlagworte. Vielen gemeinsam ist hingegen die Nachfrage nach Vernetztheit und Open Source. «Die aktuellen Trends verlagern sich von klassischen Webseiten hin zu interaktiven

Applikationen. Im Weiteren ist Systemintegration eine wachsende Anforderung», so Sandro Hagen, Unit-Leiter bei Dachcom. Bei Liip wünschen sich die Kunden Performance und Kompatibilität sowie das angesprochene User-Centered-Design, wie Tonio Zemp, Business Development Expert bei Liip, erklärt. Und Philippe Surber von Unic ergänzt: «Wir spüren bei unseren Kunden das Bedürfnis nach vernetzten und entkoppelten Architekturen, um die Komplexität der Systemlandschaft managen zu können. Deshalb sind vielerorts Themen wie Headless, JS Frameworks oder Cloud Services aktuell.» Am Ende muss aber trotz modischen Tech-Trends die richtige Lösung für den Kunden gefunden werden, wie Philipp Läubli, CTO & Partner bei Dreipol, klarstellt: «Die meisten Herausforderungen unserer Kunden können nicht einfach durch den Einsatz einer trendigen Technologie gelöst werden.» Es gelte vor allem, die passende Technologie für ein Projekt zu finden und mit dem Projektbudget die bestmögliche User Experience zu erreichen, so Läubli.

Ein weiterer für die Dienstleister relevanter Kundenwunsch ist das Hosting der Kundenprojekte in der Schweiz. Während viele Agenturen Schweizer Anbieter wie Cyon, Metanet und Nine als Partner benennen, setzen einige auch auf Hyperscaler-Angebote. Und ein kleiner Teil der Agenturen betreibt gar eigene Server in der Schweiz.

Veraltete Technologien

Neue Technologien bedingen aber auch, dass sich im Einsatz befindende Technologien abgelöst werden. Welche sind das bei den Schweizer Web-Agenturen? ➤

Alle Anbieter bemühen sich, am Puls der Zeit zu bleiben und einige geben gar an, keine veralteten Technologien einzusetzen. Daneben gibt es aber viele, die durchaus Innovationsspielraum sehen. So etwa Thomas Lendi, Teamleiter Web bei 2sic Internet Solutions, der hierzu die alten DNN-Websites (DotNetNuke) nennt, die noch auf ASP.Net Classic laufen. «Die Zukunft ist aber ASP.Net Core, das auch auf Linux und Mac läuft», so Lendi.

Hakan Erci, Geschäftsleiter bei Threeway, will hingegen vor allem das eigene CMS ablösen und mit Typo3 ersetzen. Im exakten Kontrast dazu steht Yoo-CEO Laurin Stoll, der angibt, dass man Typo3 möglichst bald ersetzen wolle, da sich dieses zunehmend weniger bewährte. «Andere Frameworks und CMS-Systeme bieten grösseren Community Support und eine stärkere Verbreitung», so Stoll. Man ist sich also nicht immer einig, wel-

che Technologien noch im Einsatz bleiben sollten.

Permanente Kostenkontrolle

Für die Kostenkontrolle ist offenbar vor allem eines wichtig: Erfahrung, wie fast ausnahmslos alle Experten angeben. Weiter werden auch Transparenz und damit kundennahe Kommunikation genannt. Die Verantwortung hierfür geht bis auf die Entwickler zurück, wie Hakan Erci

21 SCHWEIZER WEB-AGENTUREN

UNTERNEHMEN	URL	GRÜNDUNGSJAHR	MITARBEITER	STANDORTE
2sic Internet Solutions	www.2sic.com	1999	18	Buchs SG, Triesen (LI)
Amazee Labs	www.amazeelabs.com	2008	51	Zürich, Kapstadt (ZA), Austin TX (USA)
Backslash	www.backslash.ch	1996	23	Frauenfeld
Collumino	www.collumino.com	2013	10	Olten, Slowakei, Vietnam
Comvation	www.comvation.com	2007	17	Thun
CS2	www.cs2.ch	1997	35	Sissach, Kosice (SK)
Cubetech	www.cubetech.ch	2012	15	Bern, Zürich
Dachcom	www.dachcom.ch	1999	25	Rheineck, St. Gallen
Dreipol	www.dreipol.ch	2010	34	Zürich
EyeKon	www.eyekon.ch	1995	15	Zürich
Joinbox	www.joinbox.com	2011	10	Bern
Konoma	www.konoma.ch	2013	13	Baden
Liip	www.liip.ch	2007	170	Fribourg, Lausanne, Basel, Bern, Zürich, St.Gallen
Namics – A Merkle Company	www.namics.com	1995	550	St. Gallen, Zürich, Frankfurt (D), Hamburg (D), München (D), Belgrad (RS)
Paweco	www.paweco.ch	2009	5	Hünenberg
Reto Digital	www.reto.digital	2019	13	Zürich, Rotkreuz, Oldenburg (D)
Sichtbar Online Marketing	www.sichtbar.ag	2018	10	Dübendorf, Kastellaun (D)
Threeway	www.3way.ch	1996	11	Brugg AG
Unic	www.unic.com	1996	250	Bern, Zürich, Karlsruhe (D), München (D), Wrocław (PL)
Xeit	www.zeit.ch	2009	25	Zürich, St. Gallen
Yoo	www.yoo.digital	2008	39	Basel

k.A = keine Angaben

von Threeway zu bedenken gibt: «Jeder Entwickler muss bei jeder Änderung einer Anforderung abschätzen können, ob diese Kostenkonsequenzen hat.» Das bedingt auch transparente Kommunikation innerhalb des Unternehmens. Das dritte und ebenfalls häufig genannte Werkzeug zur sauberen Kostenkontrolle ist eine saubere Zieldefinition mit dem Kunden (mehr dazu ab S. 32 im Fachbeitrag von Jürg Stuker).

Aber kein Projekt ist wie das vorhergegangene, wie Patrick Trüssel, Geschäftsführer von Paweco, zu bedenken gibt: «Einige Web-Projekte gehören zum Standard und einige wiederum benötigen drei Monate Planung. Das ergibt im Endeffekt eine ganz andere Kalkulation.» Eine allgemeingültige Aussage ist daher schwer und das führt damit zwangsläufig zurück zu den genannten drei Faktoren: Transparenz, Zieldefinition und Erfahrung. Von

Letzterer profitiert etwa die Firma Sichtbar Online Marketing – hier setzt man bei weniger umfangreichen Projekten gar auf eine Preisliste mit drei verschiedenen Leistungspaketen, wie Geschäftsführer René Petry angibt, ein eher seltenes Angebot, wie es scheint. Aber ob erfahren oder nicht, ob Preisliste oder nicht – Philippe Surber von Unic bringt es auf den Punkt: «Die Kostenkontrolle garantiert man, indem man sie macht.» ■

SPEZIALISIERUNGEN / TECHNOLOGIESCHWERPUNKTE	REFERENZEN / KUNDEN	DURCHSCHNITTLICHES PROJEKTVOLUMEN
ASP.Net Core und C#/Razor, Angular, TS/JS/SCSS/HTML	www.ahv-iv.ch, www.homeinstead.ch, www.yankeecandle.ch/de	Fr. 25'000.–
Drupal, Gatsby, React	sonova.com, bluevalue.org, my.rotary.org (Kundenportal)	Fr. 150'000.– bis Fr. 350'000.–
E-Government, CMS-Entwicklung, Programmierung	www.tg.ch, www.biel-bienne.ch, www.uttwil.ch	Fr. 25'000.–
Ruby on Rails, Java, Angular	lemenu.ch/de/, runningcoach.me, www.fiba.basketball	Fr. 90'000.–
Websites, Web-Applikationen, Software-Engineering & -Architektur	www.seilbahnen.org, www.aekbank.ch, shop.casa-nobile.ch	k.A.
Konzeption, Realisation und Betrieb von Corporate Websites, E-Commerce, Web- & Mobile-Applikationen, digitale Plattformen	www.luzern.com, shop.primeo-energie.ch, www.erne.ch	k.A.
Web- und Applikationsentwicklung, Digital Marketing, konzeptionelle Beratung	Sportamt Bern, Zollformular-Applikation Airport Grenchen, BLS Online Geschäftsbericht	Fr. 60'000.–
E-Commerce, ECMS, WebApps / Pimcore, TYPO3, Shopware	www.landesmuseum.ch, www.zaunteam.ch, www.hsgfocus.ch	Fr. 80'000.–
Front-end & User Facing-Applications für Web/Mobile, Einsatz von Web- und nativen Mobile-Technologien, User Experience & Interface Design	Amigos Webshop & Mobile Apps, Bertschi Trucktracer Plattform & Mobile Apps, Cyathlon @school Web-Applikation	Fr. 300'000.–
UI/UX Design, Branding, Front-end-Development	www.eyekon.ch/projekte/astrorara, www.eyekon.ch/projekte/eao-3d-konfigurator, www.eyekon.ch/projekte/compona	Fr. 150'000.–
Drupal, React, Node.js	ruag.ch, infect.info, educa.ch	Fr. 60'000.– bis Fr. 150'000.–
Web (React), App (iOS, Android), Back-end (.Net, Node JS)	Aargauer Kantonbank, Oertli Instruments, Management Digital Data	Fr. 100'000.–
Custom Development, E-Commerce, CMS	Migros Lehrstellen Hub & Migros Amigos, Freitag Website, Online-shop und Freitag City Guide Lines, Smart Energy Link (SEL)	Fr. 300'000.–
Fullservice, Business Transformation, Customer Experience	namics.com/referenzen/siemens, namics.com/referenzen/migros, namics.com/referenzen/swiss-life-website-relaunch	k.A.
Web-basierte Software, Online-Shops und Schnittstellen	Fifa, Huawei, Concordia	Fr. 20'000.–
Web Applikationen, Implementierungen, Integration von SaaS-Lösungen	Wiesenhof, Schneider, Samariter	Fr. 40'000.– bis Fr. 100'000.–
Website, SEM, Online-Automatisierung	www.sulsergroup.ch, www.okal.de, www.swisshracademy.ch	Fr. 15'000.–
B2B-Webshop, TYPO3 Barrierefrei, E-Mail-Marketing	www.rega.ch, www.rheumaliga-shop.ch, www.weiterbildung.swiss	Fr. 50'000.–
Experience Platforms, Digital Commerce, Digital Marketing	www.unic.com/de/projekte/schweiz-tourismus, www.unic.com/de/projekte/die-schweizerische-post, www.unic.com/de/projekte/css	k.A.
Wordpress, Magento, individuelle Software/Apps, UX, SEO	Zeitlupe, Schweizerischer Bauernverband, VBG	Fr. 50'000.– bis Fr. 100'000.–
Large-Scale Webapplikationen (SPA) mit Angular/React, Server-Side Rendered (SSR) Webseiten mit Headless CMS, React & Mobile Apps, Docker Container für Entwicklung und Hosting	Ricola, Orior, VSKB	Fr. 50'000.– bis Fr. 500'000.–

Quelle: «Swiss IT Magazine»