RAPPORT · EDITIE 2 · NOVEMBER 2026 · METHODE 1.3.5

# GEO Agency Index Nederland

Welke bureaus noemen ChatGPT, Claude, Gemini, Perplexity en Google als een Nederlands bedrijf hulp zoekt bij vindbaarheid in AI?

**87**
vragen zonder merknamen

**7**
AI-engines

**1.305**
antwoorden, gemeten van 26 tot en met 28 oktober 2026

**1.572**
aanbieders van GEO en AEO in het register

**459**
door AI minstens een keer genoemd

**196**
met een plaats in de index

Gold Lemon, Haarlem · Robin van Schaik · robin@goldlemon.ai · 023 234 0987
Online met scorekaart per bureau: goldlemon.nl/geo-benchmark · Verantwoording: goldlemon.nl/geo-benchmark/verantwoording
Vrij te gebruiken onder CC BY 4.0 met bronvermelding: GEO Agency Index Nederland van Gold Lemon, editie november 2026.

HIGHLIGHTS

# De uitkomst in het kort.

- **Een bureau wordt veel vaker genoemd.** De meest genoemde aanbieder staat in 26,4 procent van de antwoorden, ongeveer een kwart; de nummer twee in 13,3 procent, ongeveer een op de acht.
- **De meeste verschuivingen vallen binnen de marge.** Van de 156 bureaus met een plaats in oktober en november veranderden er 50 buiten de foutmarge. De rest schuift wel van plek, maar dat verschil is niet hard te maken.
- **Genoemd is nog niet aangeraden.** 43,8 procent van de vermeldingen is een aanbeveling of een voorkeur; 56,1 procent noemt het bureau alleen of als optie. Bij 6,9 procent maakt AI een kanttekening.
- **Elke engine kiest anders.** Zelfs de ChatGPT-app en ChatGPT via de API delen 2 van hun top 3.
- **Je eigen site is de belangrijkste bron.** In de antwoorden die een bureau noemen, komt 81,7 procent van de bronnen van de websites van bureaus zelf.

### Kerncijfers

- 87 vragen (82 vaste vragen en 5 varianten), 7 AI-engines, 1.305 antwoorden, gemeten van 26 tot en met 28 oktober 2026.
- De meest genoemde aanbieder staat in 26,4 procent van de antwoorden.
- 58,9 procent van de vermeldingen heeft een aanbevelende toon, 0,4 procent een kritische.
- Van de 156 bureaus met een plaats in beide edities stegen er 41 en daalden er 9 buiten de foutmarge.
- 47.848 bedrijfswebsites gecrawld als basis voor het register. Die crawl herhalen we elke 3 maanden.
- Van de 1.572 aanbieders van GEO en AEO in het register noemt AI er 459 minstens een keer.

### Zo lees je de index

De index loopt van 0 tot 100. De helft komt uit hoe vaak AI een aanbieder noemt, afgezet tegen een vaste ijkwaarde; een kwart uit de techniek van de eigen website en een kwart uit de transparantie over het aanbod. Een plaats krijgt wie minstens 5 keer genoemd werd. Elke score heeft een foutmarge van 95 procent: overlappen de marges van twee aanbieders, dan is het verschil tussen hen niet hard te maken. Een stijging of daling tegenover oktober noemen we alleen zo als de marges van beide maanden elkaar niet overlappen.

Gold Lemon voert de meting uit en is gemeten met dezelfde regels. Gold Lemon staat gemarkeerd als meetpartij in de ranglijst.

# Officiële lancering: editie 2, november 2026.

**De GEO Agency Index Nederland, editie 2 van november 2026, staat online.** Als basis voor het register crawlden we 47.848 bedrijfswebsites, en die crawl herhalen we elke 3 maanden. Daarna stelden we 3 dagen lang vragen aan 7 AI-engines: 1.305 antwoorden over 1.572 aanbieders. Dit is de top 10, hoe er gemeten is en wat er in de meetmethode veranderde.

### De top 10

| PLAATS | AANBIEDER | INDEX |
|---|---|---|
| 1 | Searchlab | **96,5** |
| 2 | ROXTAR | **89,1** |
| 3 | Citeerbaar | **86,5** |
| 4 | BDMNL | **76,6** |
| 5 | Internet Impact | **75,8** |
| 6 | SmartRanking | **74,5** |

| | | |
|---|---|---|
| 7 | Timmermans Media | **67,9** |
| 8 | Geomotor | **65,8** |
| 9 | Strategie.nl | **63,8** |
| 10 | Wildbos | **63,5** |

### De meting in cijfers

**47.848**
bedrijfswebsites gecrawld als basis voor het register

**1.572**
aanbieders in het register

**1.559**
websites gemeten; 13 waren niet te meten

**87**
vragen, 3 dagen lang, aan 7 AI-engines

**1.305**
AI-antwoorden

**196**
bureaus met een plaats

### Zo is er getest

We stelden 3 dagen lang vragen, van 26 tot en met 28 oktober.

| | |
|---|---|
| **26 oktober** | 609 antwoorden, alle 7 AI-engines |
| **27 oktober** | 348 antwoorden, ChatGPT, Claude, Gemini en Perplexity |
| **28 oktober** | 348 antwoorden, ChatGPT, Claude, Gemini en Perplexity. Daarna ging de data op slot. |
| **30 oktober** | 20 mystery-vragen, 300 antwoorden. Niet bekend tijdens de meting, tellen niet mee in de ranglijst. |

### Wat er veranderde in de meetmethode

- Vaste ijkwaarde: je score hangt niet meer af van de nummer 1 van die maand.
- Alleen het zichtbare antwoord telt, niet de redeneertekst.
- Telefoon, adres, KvK en cases op de website worden beter gevonden.
- Eén aanbieder per KvK-nummer.
- De ranglijst ook zonder antwoorden die de index als bron gebruiken.
- Nieuw, buiten de score: hoe AI aanraadt en een controle van claims in de top 50.

### Met dank voor de aanvullingen op editie 1

- Bianca Kopier (estrelle.nl): controle van claims, vraagtypes en regels voor team en resultaatafspraak
- Martijn Jonkman (jonkmanstrategie.nl): aparte uitkomsten, meetomgeving en varianten
- Yannick Wiggers (wiggersworkflow.nl): vaste ijkwaarde
- Olivier Janssen (bedrijfsdata.nl): proef met bedrijfsdata

### Meer informatie

- De volledige ranglijst en elke scorekaart
- Het rapport (pdf)
- De methode en het wijzigingslog
- Denk mee over de methode
- Mis je jouw agency? Neem contact op.

# De opzet van het onderzoek.

1 · VRAGEN

**87 vragen**

82 vaste vragen: 12 algemeen, 34 per SBI-sector, 8 vergelijkend, 28 regionaal. Plus 5 varianten, apart gerapporteerd. Zonder merknamen.

2 · ENGINES

**7 AI-engines**

ChatGPT, Claude, Gemini en Perplexity elk 3 keer per vraag; de ChatGPT-app, Google AI Mode en het AI-overzicht van Google 1 keer.

3 · ANTWOORDEN

**1.305 antwoorden**

Per antwoord: welke aanbieders, in welke volgorde, met welke toon, of het antwoord aanraadt, en welke bronnen.

4 · WEBSITES

**1.572 aanbieders**

Het hele register, elke editie opnieuw gemeten: techniek en aanbod, twee metingen. 13 sites waren niet te meten.

5 · INDEX

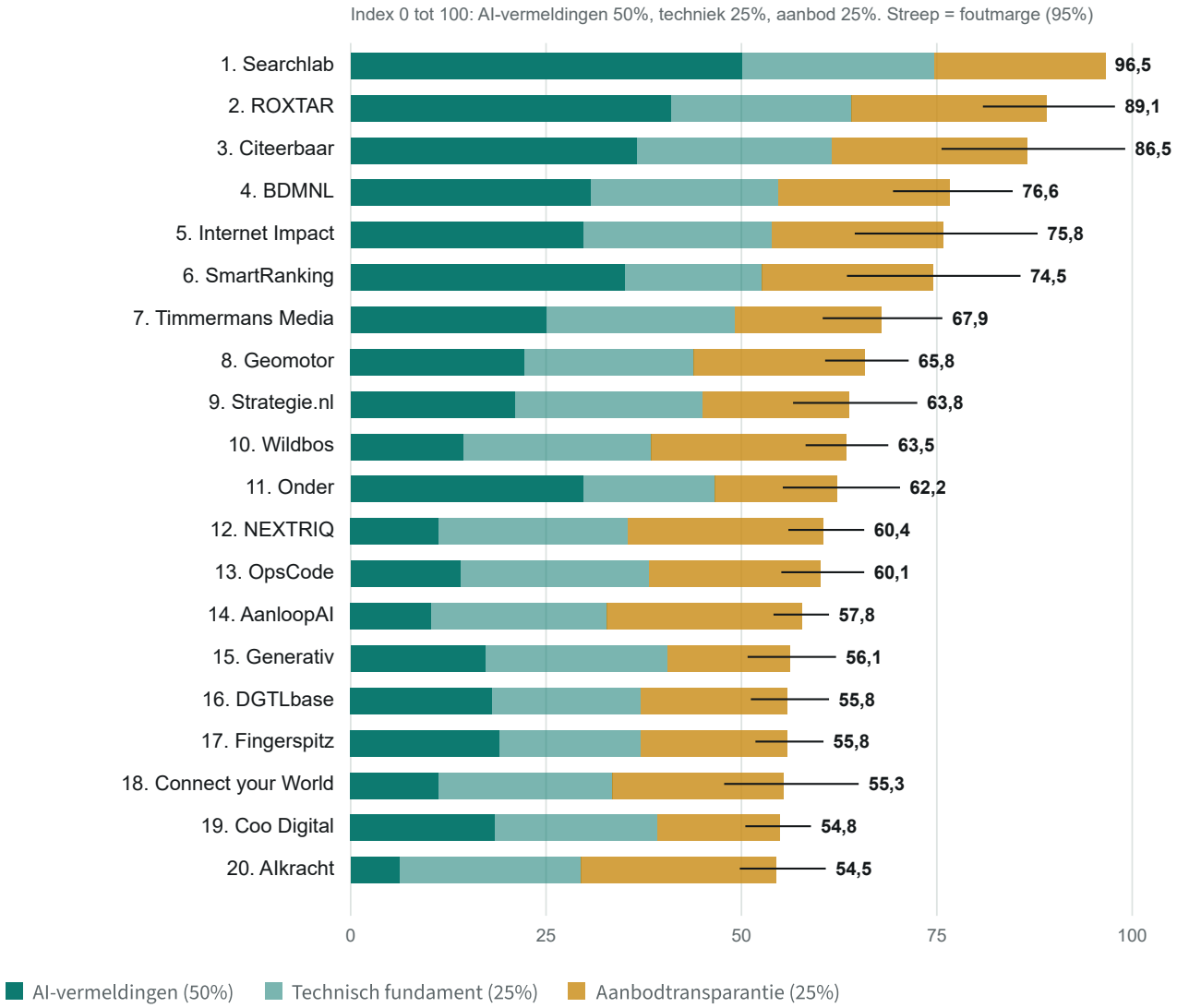
**Drie pijlers**

AI-vermeldingen 50%, techniek 25%, aanbod 25%, tegen een vaste ijkwaarde en met een foutmarge per score.

| | |
|---|---|
| **Meetdatum** | 26 tot en met 28 oktober 2026 |
| **Methode** | 1.3.5; alle wijzigingen staan in het wijzigingslog |
| **Vragen** | 87: 82 vaste vragen en 5 varianten. De volledige vragenlijst delen we op aanvraag |
| **Engines en modellen** | ChatGPT (gpt-5.4, API), de ChatGPT-app zoals gebruikers hem zien, Claude (claude-sonnet-5), Gemini (gemini-3.5-flash), Perplexity (sonar-pro), Google AI Mode en het AI-overzicht in Google |
| **Herhalingen** | Taalmodellen 3 keer per vraag, de overige engines 1 keer; elke engine weegt even zwaar |
| **Genoemd** | Naam of domein in het zichtbare antwoord; redeneringen en samenvattingen voor het antwoord tellen niet; namen die ook gewone woorden zijn alleen als merknaam |
| **Register** | 1.572 aanbieders van GEO en AEO: alle Nederlandse aanbieders die we vinden, plus de Vlaamse die AI noemt. Elke aanbieder noemt GEO of AEO als dienst op de eigen website, of wordt in de antwoorden minstens drie keer als aanbieder genoemd. Zie de methode |
| **IJkwaarde** | De AI-vermeldingen tellen tegen een vaste ijkwaarde van 16,0 procent, het aandeel van de nummer 1 in oktober 2026. Zo zegt een stijging of daling iets over het bureau zelf |
| **Foutmarge** | 95%-interval via herhaalde steekproeven uit de vragen, per aanbieder in de kolom Marge. Overlappen de marges van twee aanbieders, dan is het verschil tussen hen niet hard te maken |
| **Ranglijst** | Elke aanbieder in het register met minstens 5 vermeldingen krijgt een plaats (196 aanbieders). De overige aanbieders staan met hun scores in het register |
| **Weging per regio** | Alle vragen tellen even zwaar. Als controle rekenden we de index ook uit met de regionale vragen gewogen naar het aantal vestigingen per regio (CBS): de top 5 blijft gelijk en in de top 20 verschuift een bureau hooguit 8 plaatsen |
| **Meetpartij** | Gold Lemon voert de meting uit, is gemeten met dezelfde regels en staat gemarkeerd als meetpartij in de ranglijst. In de lijsten per regio, sector en engine, de ranglijst op gebruik als bron, de andere soorten vragen en de vragen over de koplopers laten we Gold Lemon weg |

## De landelijke top 20.

De plaats volgt de index. De streep in de grafiek en de kolom Marge tonen de foutmarge: overlappen de marges van twee aanbieders, dan is het verschil tussen hen niet hard te maken.




| PLAATS | AANBIEDER | GENOEMD IN | ALS EERSTE | ENGINES | TECHNIEK | AANBOD | INDEX | MARGE |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Searchlab | 26,4% | 108 | 7 van 7 | 98,7 | 87,5 | **96,5** | begrensd, zie noot |
| 2 | ROXTAR | 13,3% | 61 | 7 van 7 | 92,5 | 100,0 | **89,1** | 80,9 tot 97,8 |
| 3 | Citeerbaar | 12,3% | 61 | 7 van 7 | 100,0 | 100,0 | **86,5** | 75,6 tot 99,1 |
| 4 | BDMNL | 12,2% | 38 | 6 van 7 | 96,2 | 87,5 | **76,6** | 69,4 tot 84,7 |
| 5 | Internet Impact | 8,3% | 68 | 7 van 7 | 96,7 | 87,5 | **75,8** | 64,5 tot 87,9 |
| 6 | SmartRanking | 12,4% | 51 | 7 van 7 | 70,4 | 87,5 | **74,5** | 63,5 tot 85,7 |
| 7 | Timmermans Media | 8,0% | 9 | 7 van 7 | 96,7 | 75,0 | **67,9** | 60,4 tot 75,7 |
| 8 | Geomotor | 7,4% | 20 | 4 van 7 | 86,7 | 87,5 | **65,8** | 60,7 tot 71,4 |
| 9 | Strategie.nl | 6,7% | 14 | 6 van 7 | 96,3 | 75,0 | **63,8** | 56,6 tot 72,5 |
| 10 | Wildbos | 4,5% | 12 | 7 van 7 | 96,4 | 100,0 | **63,5** | 58,2 tot 68,8 |
| 11 | Onder | 11,4% | 58 | 7 van 7 | 67,6 | 62,5 | **62,2** | 55,3 tot 70,3 |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 12 | NEXTRIQ | 3,9% | 15 | 6 van 7 | 96,7 | 100,0 | **60,4** | 56,0 tot 65,7 |
| 13 | OpsCode | 6,6% | 6 | 7 van 7 | 96,6 | 87,5 | **60,1** | 55,1 tot 65,7 |
| 14 | AanloopAI | 4,4% | 30 | 5 van 7 | 90,0 | 100,0 | **57,8** | 54,1 tot 61,2 |
| 15 | Generativ | 7,6% | 9 | 6 van 7 | 93,3 | 62,5 | **56,1** | 50,8 tot 62,1 |
| 16 | DGTLbase | 8,2% | 35 | 5 van 7 | 75,9 | 75,0 | **55,8** | 51,2 tot 61,2 |
| 17 | Fingerspitz | 9,3% | 17 | 7 van 7 | 72,1 | 75,0 | **55,8** | 51,8 tot 60,5 |
| 18 | Connect your World | 4,6% | 16 | 7 van 7 | 88,8 | 87,5 | **55,3** | 47,8 tot 65,0 |
| 19 | Coo Digital | 9,6% | 8 | 5 van 7 | 83,1 | 62,5 | **54,8** | 50,5 tot 58,9 |
| 20 | AIkracht | 2,5% | 2 | 6 van 7 | 93,0 | 100,0 | **54,5** | 49,8 tot 60,8 |

Begrensd: de vermeldingsscore is maximaal 100. Het aandeel van deze aanbieder ligt boven de vaste ijkwaarde van 16,0 procent (methode 1.3a); de score staat daarom op 100 en heeft geen foutmarge.

Gold Lemon voert de meting uit, is gemeten met dezelfde regels en staat als meetpartij op plaats 31 (index 51,1, genoemd in 9 van de 1.305 antwoorden).

## Vergelijking met oktober.

We vergelijken met de cijfers van oktober, herrekend met de methode van november: dezelfde antwoorden van oktober, geteld met de regels van nu. Zo meten beide edities op dezelfde manier. Een bureau stijgt of daalt bij ons alleen als de foutmarges van oktober en november elkaar niet overlappen. Valt het verschil binnen de marge, dan noemen we het geen stijging of daling.

Van de 156 bureaus met een plaats in beide edities stegen er 41 buiten de foutmarge en daalden er 9; 106 bleven binnen de marge. 39 bureaus kregen voor het eerst een plaats en 63 bureaus hadden in oktober een plaats en nu niet. Gold Lemon telt hier niet mee: het stond in de gepubliceerde editie van oktober op plaats 17, maar zou met de methode van november in oktober te weinig vermeldingen hebben gehad voor een plaats. De noemers: in oktober 1.298 antwoorden, in november 1.305.

### Gestegen buiten de foutmarge

| BUREAU | PLAATS OKT → NOV | INDEX OKTOBER (MARGE) | INDEX NOVEMBER (MARGE) | GENOEMD OKTOBER | GENOEMD NOVEMBER |
|---|---|---|---|---|---|
| Searchlab | 19 → 1 | 50,5 (44,2 tot 58,0) | 96,5 (begrensd, zie noot) | 70 van 1.298 | 345 van 1.305 |
| Strategie.nl | 155 → 9 | 33,9 (32,0 tot 37,0) | 63,8 (56,6 tot 72,5) | 9 van 1.298 | 88 van 1.305 |
| Internet Impact | 30 → 5 | 48,1 (45,3 tot 51,6) | 75,8 (64,5 tot 87,9) | 15 van 1.298 | 108 van 1.305 |
| Coo Digital | 100 → 19 | 38,8 (34,8 tot 44,1) | 54,8 (50,5 tot 58,9) | 67 van 1.298 | 125 van 1.305 |
| Red Melon | 195 → 76 | 28,0 (25,8 tot 31,7) | 43,6 (42,0 tot 45,7) | 9 van 1.298 | 8 van 1.305 |
| Ralf van Veen | 102 → 29 | 38,5 (35,4 tot 42,3) | 51,2 (48,4 tot 55,0) | 20 van 1.298 | 24 van 1.305 |
| 21x | 116 → 37 | 37,0 (35,7 tot 39,2) | 49,6 (45,8 tot 55,5) | 5 van 1.298 | 17 van 1.305 |
| eztat | 186 → 92 | 29,2 (27,7 tot 33,3) | 41,8 (39,6 tot 44,9) | 8 van 1.298 | 6 van 1.305 |
| Brazen | 179 → 96 | 30,0 (28,4 tot 31,5) | 41,4 (39,8 tot 43,0) | 19 van 1.298 | 14 van 1.305 |
| Itonomy | 182 → 100 | 29,9 (24,9 tot 36,2) | 40,5 (37,0 tot 44,5) | 47 van 1.298 | 65 van 1.305 |

Begrensd: de vermeldingsscore is maximaal 100. Het aandeel van deze aanbieder ligt boven de vaste ijkwaarde van 16,0 procent (methode 1.3a); de score staat daarom op 100 en heeft geen foutmarge.

### Gedaald buiten de foutmarge

| BUREAU | PLAATS OKT → NOV | INDEX OKTOBER (MARGE) | INDEX NOVEMBER (MARGE) | GENOEMD OKTOBER | GENOEMD NOVEMBER |
|---|---|---|---|---|---|
| GEO Hero | 87 → 184 | 40,3 (35,9 tot 44,6) | 29,2 (26,7 tot 32,0) | 78 van 1.298 | 32 van 1.305 |
| AEO Direct | 190 → 193 | 28,8 (26,0 tot 32,9) | 20,9 (17,5 tot 25,9) | 19 van 1.298 | 25 van 1.305 |
| Online Marketing Agency | 51 → 127 | 45,0 (43,5 tot 46,9) | 37,9 (36,3 tot 40,0) | 13 van 1.298 | 7 van 1.305 |
| NetXZ | 31 → 94 | 47,7 (44,6 tot 51,8) | 41,7 (40,5 tot 43,6) | 15 van 1.298 | 9 van 1.305 |
| Webrock Media | 20 → 63 | 50,5 (48,2 tot 53,2) | 45,3 (44,4 tot 46,5) | 36 van 1.298 | 7 van 1.305 |
| SEOBOB | 80 → 152 | 40,9 (38,4 tot 43,7) | 35,9 (34,7 tot 37,2) | 28 van 1.298 | 9 van 1.305 |
| Spendima | 157 → 182 | 33,8 (31,3 tot 37,0) | 29,3 (28,1 tot 30,6) | 37 van 1.298 | 14 van 1.305 |
| Sageon | 86 → 145 | 40,5 (39,6 tot 42,4) | 36,4 (34,2 tot 39,2) | 8 van 1.298 | 10 van 1.305 |
| KGOM | 68 → 114 | 42,3 (41,7 tot 43,3) | 39,5 (38,2 tot 41,0) | 5 van 1.298 | 8 van 1.305 |

De index meet wat AI-engines antwoorden, niet waarom. Een verschuiving kan komen doordat engines deze maand andere bronnen lazen of anders formuleerden. We schrijven een stijging of daling daarom nooit toe aan iets wat een bureau heeft gedaan.

## Top 5 per regio.

Het getal is het aantal antwoorden waarin de aanbieder genoemd werd; bij gelijke stand telt de plek in het antwoord. We tonen aanbieders met minimaal twee vermeldingen.

### NOORD-HOLLAND

| | |
|---|---|
| 1. Searchlab | 24 |
| 2. ROXTAR | 19 |
| 3. Digitopa | 13 |
| 4. OnlineLabs | 11 |
| 5. Httpmarketing | 11 |

### ZUID-HOLLAND

| | |
|---|---|
| 1. Connect your World | 29 |
| 2. BDMNL | 19 |
| 3. Adaptively | 13 |
| 4. GEO Specialist Sliedrecht | 12 |
| 5. Searchlab | 12 |

### MIDDEN-NEDERLAND

| | |
|---|---|
| 1. Digital Inside | 16 |
| 2. MondoMarketing | 13 |
| 3. Niels Eric | 11 |
| 4. Marco Bouman | 11 |
| 5. Connect your World | 9 |

### NOORD-BRABANT

| | |
|---|---|
| 1. Pico Yellow | 19 |
| 2. Marketence | 13 |
| 3. HV Media | 11 |
| 4. Vindbaar.ai | 10 |
| 5. Searchlab | 10 |

### OOST-NEDERLAND

| | |
|---|---|
| 1. Onder | 18 |
| 2. Internet Impact | 15 |
| 3. MarketingCollega | 13 |
| 4. Pico Yellow | 12 |
| 5. Heibrink | 12 |

### NOORD-NEDERLAND

| | |
|---|---|
| 1. De Leo Media | 23 |
| 2. Strategie.nl | 23 |
| 3. AIkracht | 19 |
| 4. SmartRanking | 16 |
| 5. Eigen & Wijze | 13 |

### ZUID-NEDERLAND

| | |
|---|---|
| 1. Vizibly | 13 |
| 2. Httpmarketing | 13 |
| 3. 21x | 12 |
| 4. HV Media | 12 |
| 5. Netwerkzone | 11 |

## Top 5 per sector.

De sectoren volgen de hoofdindeling van CBS en KvK (SBI), met twee vragen per sector. Het blijft een kleine steekproef per sector: lees deze lijsten als richting, niet als uitslag.

### SBI A · LANDBOUW, TUINBOUW EN VISSERIJ

| | |
|---|---|
| 1. GPTBureau | 8 |
| 2. Onder | 7 |
| 3. Searchlab | 7 |
| 4. Coo Digital | 7 |
| 5. ROXTAR | 5 |

### SBI C · INDUSTRIE EN PRODUCTIE

| | |
|---|---|
| 1. GPTBureau | 9 |
| 2. Searchlab | 8 |
| 3. Strategie.nl | 7 |
| 4. Maatwerk Online | 6 |
| 5. BDMNL | 6 |

### SBI D · ENERGIE

| | |
|---|---|
| 1. Searchlab | 14 |
| 2. GPTBureau | 9 |
| 3. BDMNL | 9 |
| 4. ROXTAR | 8 |
| 5. Citeerbaar | 4 |

### SBI F · BOUW EN INSTALLATIETECHNIEK

| | |
|---|---|
| 1. Internet Impact | 8 |
| 2. Coo Digital | 8 |
| 3. Geo.limo | 7 |
| 4. Strategie.nl | 6 |
| 5. GPTBureau | 5 |

### SBI G · GROOTHANDEL, DETAILHANDEL EN WEBWINKELS

| | |
|---|---|
| 1. Internet Impact | 13 |
| 2. Searchlab | 11 |
| 3. AanloopAI | 6 |
| 4. Itonomy | 6 |
| 5. Whello | 6 |

### SBI H · VERVOER, LOGISTIEK EN OPSLAG

| | |
|---|---|
| 1. GPTBureau | 7 |
| 2. Searchlab | 6 |
| 3. BDMNL | 6 |
| 4. Onder | 6 |
| 5. AanloopAI | 6 |

### SBI I · HORECA EN VERBLIJFSRECREATIE

| | |
|---|---|
| 1. Internet Impact | 11 |
| 2. Citeerbaar | 10 |
| 3. Coo Digital | 7 |
| 4. TenZer | 6 |
| 5. Fingerspitz | 6 |

### SBI J · ICT, SOFTWARE EN TELECOM

| | |
|---|---|
| 1. Internet Impact | 8 |
| 2. Searchlab | 8 |
| 3. ROXTAR | 8 |
| 4. BDMNL | 7 |
| 5. Wildbos | 6 |

### SBI K · FINANCIELE DIENSTVERLENING

| | |
|---|---|
| 1. Searchlab | 8 |
| 2. Itonomy | 6 |
| 3. Onder | 6 |
| 4. Wildbos | 5 |
| 5. BDMNL | 5 |

### SBI L · VASTGOED EN MAKELAARDIJ

| | |
|---|---|
| 1. BDMNL | 9 |
| 2. Timmermans Media | 8 |
| 3. ROXTAR | 7 |
| 4. Coo Digital | 7 |
| 5. eztat | 6 |

### SBI M · ZAKELIJKE DIENSTVERLENING

| | |
|---|---|
| 1. Searchlab | 11 |
| 2. ROXTAR | 7 |
| 3. BDMNL | 6 |
| 4. Maatwerk Online | 6 |
| 5. Timmermans Media | 5 |

### SBI N · UITZENDBUREAUS, RECRUITMENT EN FACILITAIRE DIENSTEN

| | |
|---|---|
| 1. Searchlab | 8 |
| 2. ROXTAR | 7 |
| 3. GPTBureau | 6 |
| 4. GEO Specialist Sliedrecht | 5 |
| 5. BDMNL | 5 |

### SBI O · OVERHEID EN GEMEENTEN

| | |
|---|---|
| 1. ROXTAR | 12 |
| 2. Searchlab | 10 |
| 3. GPTBureau | 8 |
| 4. BDMNL | 7 |
| 5. Itonomy | 6 |

### SBI P · ONDERWIJS

| | |
|---|---|
| 1. Searchlab | 11 |
| 2. Onder | 8 |
| 3. GPTBureau | 7 |
| 4. Itonomy | 7 |
| 5. BDMNL | 7 |

### SBI Q · ZORG EN WELZIJN

| | |
|---|---|
| 1. Searchlab | 10 |
| 2. BDMNL | 8 |
| 3. Timmermans Media | 5 |
| 4. ROXTAR | 5 |
| 5. Itonomy | 5 |

### SBI R · CULTUUR, SPORT EN RECREATIE

| | |
|---|---|
| 1. TenZer | 10 |
| 2. Searchlab | 9 |
| 3. GPTBureau | 8 |
| 4. ROXTAR | 6 |
| 5. Strategie.nl | 5 |

### SBI S · OVERIGE DIENSTVERLENING

| | |
|---|---|
| 1. Searchlab | 12 |
| 2. ROXTAR | 10 |
| 3. BDMNL | 9 |
| 4. GPTBureau | 4 |
| 5. Geomotor | 4 |

## Elke engine kiest anders.

ChatGPT komt twee keer voor. ChatGPT via de API is het taalmodel zoals ontwikkelaars het aanroepen, met webzoeken aan. De ChatGPT-app is wat gebruikers op chatgpt.com zien, met een eigen zoeklaag. De app noemt gemiddeld 4,5 bureaus per antwoord, de API 3,4. Van hun top 3 delen ze er 2.

| ENGINE | MEEST GENOEMD |
|---|---|
| ChatGPT (API) | Searchlab, Geomotor, Generativ |
| ChatGPT-app | Searchlab, Internet Impact, Geomotor |
| Claude | BDMNL, ROXTAR, Citeerbaar |
| Gemini | Onder, DGTLbase, Whello |
| Perplexity | Searchlab, Citeerbaar, ROXTAR |
| Google AI Mode | Searchlab, GPTBureau, Timmermans Media |
| Google AI-overzicht | ROXTAR, Searchlab, SmartRanking |

## Genoemd of aangeraden.

Per vermelding legden we vast hoe het antwoord over het bureau spreekt: alleen genoemd, als optie, aanbevolen, als voorkeur of afgeraden. En of het antwoord er een kanttekening bij maakt, bijvoorbeeld over prijs of ervaring.

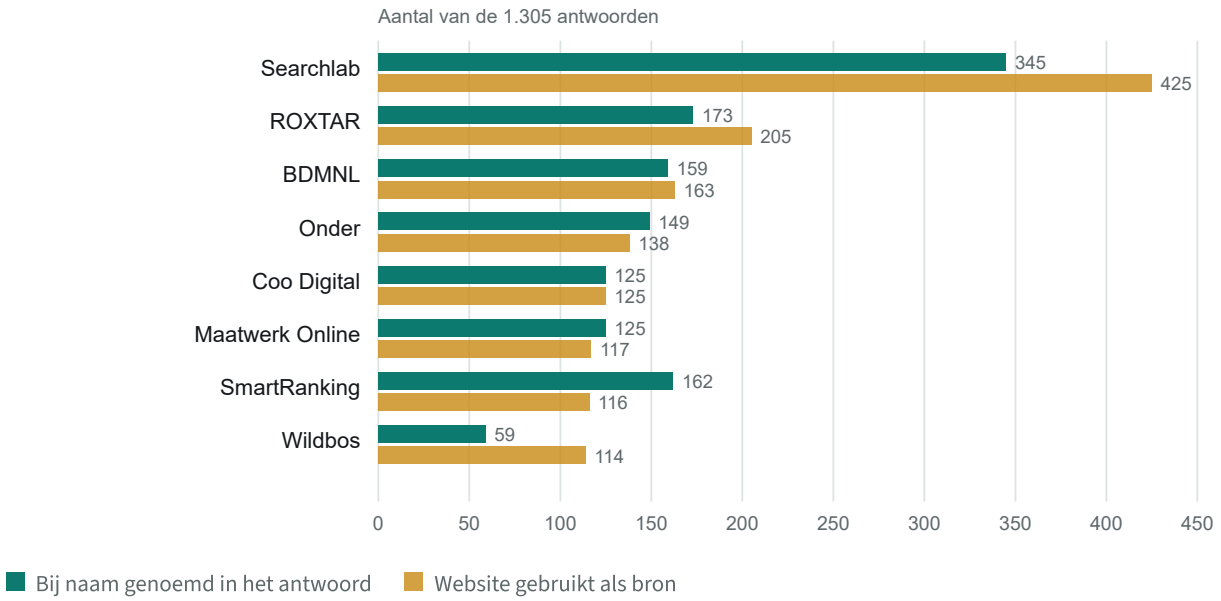
| HOE HET ANTWOORD HET BUREAU NOEMT | VERMELDINGEN | AANDEEL |
|---|---|---|
| Als voorkeur, eerste keus | 565 | 9,3% |
| Aanbevolen | 2.102 | 34,5% |
| Als optie | 2.645 | 43,4% |
| Alleen genoemd | 773 | 12,7% |
| Afgeraden | 11 | 0,2% |

Bij 419 van de 6.096 vermeldingen (6,9 procent) maakt AI een kanttekening, het vaakst over ervaring (114 keer), bereikbaarheid (64 keer) en service (45 keer); 125 kanttekeningen gaan over iets anders.

**Lees dit met een slag om de arm.** Het label komt van een taalmodel dat elk antwoord leest; een kanttekening kan ook een algemeen advies zijn, zoals "vraag naar referenties". Deze schaal telt niet mee in de index: die gebruikt de toon (aanbevolen, neutraal of kritisch), net als in oktober. Ter vergelijking labelden we de antwoorden van oktober achteraf met dezelfde schaal: toen was 43,8 procent een aanbeveling of voorkeur en had 7,6 procent een kanttekening, van 5.474 vermeldingen. Voor deze verschillen hebben we geen foutmarge berekend; lees ze als richting. Per bureau staan de uitkomsten op de scorekaart.

## Genoemd of gebruikt als bron.

Een AI-engine zoekt eerst op het web en schrijft dan een antwoord. De sites die hij leest, staan als bron onder het antwoord. Wie als bron dient, bouwt autoriteit op, ook als de naam niet in de tekst staat.




Ranglijst op gebruik als bron, los van de index: het aandeel antwoorden dat de site van de aanbieder als bron gebruikt.

| # | AANBIEDER | ALS BRON IN | ANTWOORDEN |
|---|---|---|---|
| 1 | Searchlab | 32,6% | 425 |
| 2 | ROXTAR | 15,7% | 205 |
| 3 | BDMNL | 12,5% | 163 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 4 | Onder | 10,6% | 138 |
| 5 | Coo Digital | 9,6% | 125 |
| 6 | Maatwerk Online | 9,0% | 117 |
| 7 | SmartRanking | 8,9% | 116 |
| 8 | Strategie.nl | 8,7% | 114 |
| 9 | Wildbos | 8,7% | 114 |
| 10 | Itonomy | 8,6% | 112 |

## Waar haalt AI zijn aanbevelingen vandaan?

We keken naar alle bronnen onder de 1.177 antwoorden die minstens een bureau noemen. De verdeling laat zien waar een bureau aanwezig moet zijn om aanbevolen te worden.

| SOORT BRON | AANDEEL VAN ALLE BRONNEN |
|---|---|
| Websites van bureaus zelf | 81,7% |
| Overige sites (kennisbanken, blogs, bedrijvengidsen buiten de marketing) | 15,0% |
| Gidsen en vergelijkingssites voor bureaus | 1,7% |
| Vakmedia en platforms | 1,6% |

De les: AI leest vooral wat bureaus zelf publiceren. Een heldere site met diensten, cases en prijzen weegt zwaarder dan een vermelding in een gids.

## Antwoorden die de index aanhalen.

196 van de 1.305 antwoorden (15,0 procent) gebruiken goldlemon.nl of deze index zelf als bron. Gold Lemon scoort nooit op zo'n antwoord. Om te zien of de index zichzelf versterkt, rekenden we de ranglijst ook uit zonder die antwoorden. De top 10 verandert dan. In de top 20 verschuift een bureau hooguit 5 plaatsen, en 2 bureaus wisselen in of uit de top 100.

| PLAATS | BUREAU | INDEX | PLAATS ZONDER DEZE ANTWOORDEN | INDEX ZONDER DEZE ANTWOORDEN |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Searchlab | 96,5 | 1 | 96,5 |
| 2 | ROXTAR | 89,1 | 2 | 88,8 |
| 3 | Citeerbaar | 86,5 | 3 | 76,6 |
| 4 | BDMNL | 76,6 | 6 | 72,2 |
| 5 | Internet Impact | 75,8 | 4 | 76,4 |
| 6 | SmartRanking | 74,5 | 5 | 73,2 |
| 7 | Timmermans Media | 67,9 | 11 | 60,1 |
| 8 | Geomotor | 65,8 | 7 | 66,0 |
| 9 | Strategie.nl | 63,8 | 8 | 64,4 |
| 10 | Wildbos | 63,5 | 10 | 61,6 |

## Varianten van de vragen.

5 van de 87 vragen zijn varianten: een algemene vraag in een andere formulering. Ze laten zien hoe gevoelig de uitkomst is voor de woorden van de vraag. We rapporteren ze apart van de 82 vaste vragen. In de index tellen ze mee, net als in oktober.

| SOORT VRAAG | VRAGEN | ANTWOORDEN | MET MINSTENS EEN BUREAU | BUREAUS PER ANTWOORD |
|---|---|---|---|---|
| Vaste algemene vragen | 12 | 180 | 93,3% | 6,7 |
| Varianten | 5 | 75 | 90,7% | 5,4 |

Het vaakst genoemd bij de varianten:

| BUREAU | GENOEMD BIJ DE VARIANTEN | GENOEMD BIJ DE VASTE ALGEMENE VRAGEN |
|---|---|---|
| SmartRanking | 22 van 75 | 56 van 180 |
| Searchlab | 21 van 75 | 74 van 180 |
| Citeerbaar | 20 van 75 | 35 van 180 |
| DGTLbase | 16 van 75 | 20 van 180 |
| Whello | 15 van 75 | 23 van 180 |

## Andere soorten vragen.

Naast de vaste vragen stelden we deze maand voor het eerst twee andere soorten vragen: vragen naar "de specialist" en neutrale vragen over prijs en reputatie, zoals een koper ze ook stelt. Deze antwoorden tellen niet mee in de index. Ze laten zien of AI bij zo'n vraag andere bureaus noemt, bijvoorbeeld kleinere bureaus of zelfstandigen.

### Vragen naar de specialist

6 vragen, 42 antwoorden, 87 bureaus genoemd. Van de tien meest genoemde bureaus staan er 2 niet in de top 100 van de index.

| BUREAU | GENOEMD | SCORE | PLAATS IN DE INDEX |
|---|---|---|---|
| MarketingCollega | 6 | 13,1 | 26 |
| Wessels Teksten | 5 | 11,3 | geen |
| Ralf van Veen | 5 | 10,1 | 29 |
| LocalSEOLab | 5 | 9,5 | 58 |
| Studio Deaup | 5 | 9,5 | 22 |
| Estrelle | 4 | 9,5 | 33 |
| Geomotor | 4 | 9,5 | 8 |
| AIkracht | 4 | 8,9 | 20 |
| Spendima | 4 | 8,9 | 182 |
| Niels Eric | 4 | 8,3 | 45 |

### Neutrale vragen over prijs en reputatie

6 vragen, 42 antwoorden, 94 bureaus genoemd. Van de tien meest genoemde bureaus staat er 1 niet in de top 100 van de index.

| BUREAU | GENOEMD | SCORE | PLAATS IN DE INDEX |
|---|---|---|---|
| Citeerbaar | 19 | 40,5 | 3 |
| Searchlab | 10 | 20,8 | 1 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Timmermans Media | 8 | 18,5 | 7 |
| Internet Impact | 7 | 16,1 | 5 |
| OpsCode | 7 | 12,5 | 13 |
| Estrelle | 6 | 12,5 | 33 |
| TEAM LEWIS | 7 | 11,9 | 164 |
| Maatwerk Online | 7 | 11,3 | 21 |
| SmartRanking | 5 | 9,5 | 6 |
| BDMNL | 4 | 9,5 | 4 |

## Mystery-vragen buiten de ranglijst.

Op 30 oktober 2026, dus na het meetvenster van 26 tot en met 28 oktober, stelden we twintig mystery-vragen, nieuwe koopvragen, aan dezelfde engines, met dezelfde herhalingen en telling: 300 antwoorden. We stelden de vragen zelf op en legden ze voor de meting vast met een hash (SHA-256: `ab34e60bb0571117d1a1bd3e3e42f264195e01beaec199fc678abc6a3a5cdb26`). Het is dus geen gelijke meting. Deze antwoorden tellen niet mee in de ranglijst en de index. We kijken alleen of een bureau ook wordt genoemd op vragen die vooraf niet bekend waren. De uitkomst zegt niets over de blijvendheid van een plaats en niets over de oorzaak van een stijging of daling. Overlappen de marges, dan is het verschil niet hard te maken. Over de 196 bureaus met een plaats is de rangcorrelatie (Spearman) tussen de scores op de toetsvragen en op de vaste vragen 0,66. Deze 196 bureaus zijn geselecteerd op minstens vijf vermeldingen in de vaste vragen; 63 van hen kregen op de toetsvragen geen vermelding. Over alle bureaus in het register is de correlatie 0,61.

| PLAATS IN DE INDEX | AANBIEDER | VASTE VRAGEN (MARGE) | TOETSVRAGEN (MARGE) |
|---|---|---|---|
| 1 | Searchlab | 26,4% (23,1 tot 30,0) | 21,3% (15,0 tot 28,0) |
| 2 | ROXTAR | 13,3% (10,5 tot 16,0) | 14,0% (8,3 tot 20,3) |
| 3 | Citeerbaar | 12,3% (8,9 tot 15,9) | 12,0% (6,7 tot 18,7) |
| 4 | BDMNL | 12,2% (9,5 tot 14,9) | 17,0% (11,3 tot 22,7) |
| 5 | Internet Impact | 8,3% (5,2 tot 11,8) | 3,7% (0,7 tot 8,7) |
| 6 | SmartRanking | 12,4% (8,9 tot 16,2) | 13,0% (6,3 tot 21,0) |
| 7 | Timmermans Media | 8,0% (5,7 tot 10,5) | 14,0% (9,0 tot 19,3) |
| 8 | Geomotor | 7,4% (5,9 tot 9,0) | 8,0% (5,0 tot 11,3) |
| 9 | Strategie.nl | 6,7% (4,3 tot 9,5) | 7,0% (3,0 tot 12,3) |
| 10 | Wildbos | 4,5% (2,9 tot 6,4) | 5,3% (2,3 tot 8,7) |
| 11 | Onder | 11,4% (9,1 tot 13,9) | 14,7% (10,3 tot 19,3) |
| 12 | NEXTRIQ | 3,9% (2,4 tot 5,6) | 6,0% (2,7 tot 10,3) |
| 13 | OpsCode | 6,6% (4,4 tot 9,0) | 6,0% (3,3 tot 8,7) |
| 14 | AanloopAI | 4,4% (3,0 tot 6,0) | 5,7% (2,3 tot 9,7) |
| 15 | Generativ | 7,6% (5,5 tot 9,8) | 10,3% (5,0 tot 16,7) |
| 16 | DGTLbase | 8,2% (6,2 tot 10,3) | 8,3% (4,7 tot 12,7) |
| 17 | Fingerspitz | 9,3% (7,2 tot 11,5) | 5,7% (3,0 tot 9,0) |
| 18 | Connect your World | 4,6% (1,8 tot 8,1) | 3,3% (1,3 tot 6,0) |
| 19 | Coo Digital | 9,6% (7,6 tot 11,7) | 11,3% (8,3 tot 14,3) |
| 20 | AIkracht | 2,5% (0,9 tot 4,4) | 0,7% (0,0 tot 1,7) |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 21 | Maatwerk Online | 9,6% (7,4 tot 12,1) | 18,7% (13,0 tot 24,7) |
| 22 | Studio Deaup | 1,1% (0,2 tot 2,3) | 0,7% (0,0 tot 1,7) |
| 23 | HV Media | 3,8% (2,1 tot 5,7) | 6,7% (2,7 tot 11,7) |
| 24 | Httpmarketing | 4,2% (2,1 tot 6,5) | 2,0% (0,0 tot 5,0) |
| 25 | Pico Yellow | 6,1% (3,8 tot 8,8) | 3,0% (0,3 tot 6,7) |
| 31 | Gold Lemon (meetpartij) | 0,7% (0,2 tot 1,2) | 0,7% (0,0 tot 1,7) |

Genoemd in: aandeel van de antwoorden. Twintig vragen zijn een kleine steekproef, en deze vragen zijn anders opgebouwd dan de vaste vragen. Lees dit als richting.

▼ De twintig toetsvragen

1. Mijn concurrent wordt wel genoemd door ChatGPT en mijn bedrijf niet. Welk bureau in Nederland kan dit oplossen?
2. Welke Nederlandse partijen adviseren bedrijven over vindbaarheid in AI-antwoorden?
3. Ik wil dat ChatGPT mijn bedrijf noemt als klanten naar mijn dienst vragen. Welk Nederlands bureau kan daarbij helpen?
4. Welk bureau kan ervoor zorgen dat mijn bedrijf wordt aanbevolen door AI-assistenten? Ik zit in Nederland.
5. Welke bureaus in Nederland werken aan zichtbaarheid in Google AI Mode?
6. Ik zoek een bureau in de buurt van Zeist dat bedrijven zichtbaar maakt in AI-zoekmachines. Wie raad je aan?
7. Ik zoek een bureau in de buurt van Helmond dat bedrijven zichtbaar maakt in AI-zoekmachines. Wie raad je aan?
8. Ik zoek een bureau in de buurt van Hilversum dat bedrijven zichtbaar maakt in AI-zoekmachines. Wie raad je aan?
9. Ik zoek een bureau in de buurt van Dordrecht dat bedrijven zichtbaar maakt in AI-zoekmachines. Wie raad je aan?
10. Ik zoek een bureau in de buurt van Heerlen dat bedrijven zichtbaar maakt in AI-zoekmachines. Wie raad je aan?
11. Mijn bedrijf zit in de sector industrie en productie. Welk Nederlands bureau kan ervoor zorgen dat AI-assistenten ons aanraden?
12. Mijn bedrijf zit in de sector bouw en installatietechniek. Welk Nederlands bureau kan ervoor zorgen dat AI-assistenten ons aanraden?
13. Mijn bedrijf zit in de sector groothandel, detailhandel en webwinkels. Welk Nederlands bureau kan ervoor zorgen dat AI-assistenten ons aanraden?
14. Mijn bedrijf zit in de sector vervoer, logistiek en opslag. Welk Nederlands bureau kan ervoor zorgen dat AI-assistenten ons aanraden?
15. Mijn bedrijf zit in de sector vastgoed en makelaardij. Welk Nederlands bureau kan ervoor zorgen dat AI-assistenten ons aanraden?
16. Mijn bedrijf zit in de sector onderwijs. Welk Nederlands bureau kan ervoor zorgen dat AI-assistenten ons aanraden?
17. Mijn bedrijf zit in de sector overige dienstverlening. Welk Nederlands bureau kan ervoor zorgen dat AI-assistenten ons aanraden?
18. Ik twijfel tussen een SEO-bureau en een gespecialiseerd GEO-bureau. Welke Nederlandse partijen zijn een goede keuze?
19. Als je twee GEO-bureaus in Nederland moet aanraden, welke zijn dat en waarom?
20. Noem drie Nederlandse GEO-bureaus en vergelijk ze op aanpak.

## Wat AI zegt als je naar de koplopers vraagt.

Naast de vragen zonder merknamen stelden we voor de 10 hoogst geplaatste bureaus van oktober de vraag die een koper stelt voordat hij belt: "Is [bureau] een goed bureau als ik mijn bedrijf beter vindbaar wil maken in ChatGPT en andere AI-assistenten?" Elke vraag ging naar alle zeven engines, de taalmodellen drie keer. Deze antwoorden tellen niet mee in de index, want de naam staat al in de vraag.

| BUREAU | ANTWOORDEN | AANBEVOLEN | NEUTRAAL | KRITISCH | NOEMT ANDERE BUREAUS BIJ NAAM | VAAKST GENOEMDE ALTERNATIEVEN |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Citeerbaar | 15 | 93% | 7% | 0% | 40% | Noemd, AIGeschikt, Ovolum |
| Timmermans Media | 15 | 93% | 7% | 0% | 13% | SEOptimate, Citeerbaar |
| BDMNL | 15 | 100% | 0% | 0% | 13% | SEOptimate, GPTBureau |
| Generativ | 15 | 67% | 33% | 0% | 33% | Citeerbaar, Timmermans Media, BDMNL |
| GPTBureau | 15 | 60% | 40% | 0% | 33% | Timmermans Media, BDMNL, Noemd |
| SmartRanking | 15 | 93% | 7% | 0% | 33% | Noemd, Delta Six, Loyals |
| OpsCode | 15 | 80% | 20% | 0% | 13% | Citeerbaar, Timmermans Media, BDMNL |
| Maatwerk Online | 15 | 53% | 47% | 0% | 40% | Citeerbaar, Clickstrategie, Cross Internet |
| Pico Yellow | 15 | 93% | 7% | 0% | 7% | SEOptimate |
| Onder | 14 | 82% | 18% | 0% | 21% | SEOptimate, Delta Six, Noemd |

Aanbevolen, neutraal en kritisch gaan over wat het antwoord over het gevraagde bureau zelf zegt, als aandeel van de antwoorden waarin het bureau als merk herkend is. "Noemt andere bureaus bij naam" is het aandeel antwoorden dat minstens een ander bureau bij naam noemt als alternatief; een algemeen advies om ook andere bureaus te vergelijken telt niet mee.

## Wat we overnamen, en van wie.

| VAN WIE | WAT WE OVERNAMEN | STAND IN NOVEMBER |
|---|---|---|
| Bianca Kopier (Estrelle) | Nulmeting met herhaling telt als resultaatafspraak, een belofte van posities in AI nooit | In de score |
| Bianca Kopier (Estrelle) | Één aanbieder per KvK-nummer | Doorgevoerd |
| Bianca Kopier (Estrelle) | Controle van claims in de top 50 | Op de scorekaart, telt niet mee |
| Bianca Kopier (Estrelle) | Vraagtypes specialist en neutraal | Apart gerapporteerd |
| Bianca Kopier (Estrelle) | Eenpersoonsbureau met naam en rol telt als zichtbaar team, Wikidata alleen als het item bestaat, uitleg van de score per engine | Doorgevoerd |
| Bianca Kopier (Estrelle) | Interface als hoofdmeting, contentkwaliteit, capaciteit | Nog niet, voorstel december |
| Martijn Jonkman (Jonkman Strategie) | Uitkomsten apart per bureau | Drie zichtbaar |

| | | |
|---|---|---|
| Martijn Jonkman (Jonkman Strategie) | Meetomgeving per antwoord vastgelegd | Doorgevoerd |
| Martijn Jonkman (Jonkman Strategie) | Varianten apart gerapporteerd | Doorgevoerd |
| Martijn Jonkman (Jonkman Strategie) | Feitencontrole | Uitgevoerd, uitkomst niet gepubliceerd |
| Martijn Jonkman (Jonkman Strategie) | Blinde tweede beoordeling | Niet uitgevoerd |
| Yannick Wiggers (Wiggers Workflow) | Vaste ijkwaarde in plaats van de koploper van de maand | Doorgevoerd |
| Olivier Janssen (Bedrijfsdata.nl) | Bedrijfsdata voor de proef op de top 25 van oktober, met KvK-nummers en een telling van bedrijven die GEO noemen | Proef, geen controle van het hele register |
| Bureaus die een fout meldden | Cases, KvK-nummer, telefoon en adres worden beter gevonden | Doorgevoerd |
| Eigen controle | Index als bron gemarkeerd, alleen het zichtbare antwoord telt, crawler maakt zich bekend en volgt robots.txt, KvK-fout hersteld die 11 bureaus raakte | Doorgevoerd |

## Alle verbeteringen sinds oktober.

**Meting**

- Vaste ijkwaarde van 16,0 procent in plaats van de nummer 1 van de maand.
- Alleen het zichtbare antwoord telt, niet de redeneersamenvatting van ChatGPT (API).
- Meetomgeving per antwoord vastgelegd: model, modus, webzoeken, API of app.
- Varianten van vragen apart gerapporteerd.
- Per vermelding vastgelegd hoe AI een bureau aanraadt, met kanttekeningen; telt niet mee in de index.
- Twintig mystery-vragen (toetsvragen) op 30 oktober, buiten de ranglijst.

**Herkenning**

- Andere schrijfwijzen van merknamen tellen mee.
- Naamgenoten en gewone woorden hersteld: namen die ook een gewoon woord zijn, tellen alleen als merknaam.
- Regels met de alt-tekst van een afbeelding in de ChatGPT-app tellen niet meer als vermelding.
- Het toonlabel leest het hele antwoord.

**Website**

- Elk bureau in het register wordt elke editie opnieuw gemeten, als de site dat toelaat.
- Cases op meer soorten pagina's gevonden.
- Telefoon in elke notatie; adres en KvK ook op juridische en contactpagina's.
- Mislukte download telt als niet meetbaar.
- Eenmanszaak met naam en rol telt als zichtbaar team; een Wikidata-link alleen als het item bestaat.
- Resultaatafspraak: nulmeting met herhaling telt, een belofte van posities in AI nooit.
- KvK-fout hersteld die 11 bureaus raakte; 11 sites waren niet bereikbaar.

**Register**

- Gegroeid van 1.497 naar 1.572 aanbieders.
- Samengevoegd per KvK-nummer en persoon bij bureau.
- Volledigheidscontrole voor de telling: 6 aanbieders erbij die AI vaak noemt.

- Proef met bedrijfsdata op de top 25 van oktober, 16 KvK-nummers gevonden; geen controle van het hele register.

**Betrouwbaarheid**

- Integriteitsregel: antwoorden met de index als bron zijn gemarkeerd, de meetpartij scoort daar niet op, en de ranglijst staat er ook zonder die antwoorden.
- Data op slot na de meting; latere wijzigingen worden gelogd.
- Top 25 voor deze editie ook met de hand gecontroleerd.
- Klachten en correcties binnen vijf werkdagen beantwoord.
- Crawler maakt zich bekend, volgt robots.txt en kent een opt-out.
- Geen verkoopblok in de indexteksten.

**Teruggedraaid of niet gedaan**

- Gold Lemon staat weer in de ranglijst, als meetpartij: het besluit van 23 oktober is op 30 oktober teruggedraaid.
- Inzage voor de top 100 vooraf niet uitgevoerd.
- Uitkomst juistheid niet gepubliceerd: de feitencontrole is uitgevoerd, de handcontrole van de labels niet afgerond.
- Tweede beoordeling van de labels niet uitgevoerd.

## Wat we in december beter doen.

Deze index meet hoe vaak AI een bureau noemt, en hoe sterk en transparant de website is. Hij meet niet de kwaliteit van het werk. Bureaus, vakgenoten en onze eigen controle gaven ons deze maand verbeterpunten. Dit gaan we doen:

**Dit voeren we in, de score verandert er niet door:**

- Per controle op de scorekaart laten zien waar we iets wel of niet vonden, zodat een bureau het kan nalopen.
- De top 100 ziet de eigen scorekaart 48 uur voor publicatie, zoals onze spelregel zegt.
- Elke maand de top 25 ook met de hand controleren, en onze meetregels vaster testen. Zo vonden we deze maand zelf een fout, die we hebben hersteld.
- Per bureau tonen hoe afhankelijk de plaats is van één AI-engine, en welk soort bronnen AI gebruikt.
- Duidelijke regels voor het gebruik van de index en de badge.
- Een deel van de vragen wisselt voortaan per editie en maken we pas na de meting bekend, zodat we kunnen zien of een bureau ook op onbekende vragen wordt genoemd.
- Naast de plaats tonen we een plaatsbereik, omdat de marges van bureaus vaak overlappen.
- Genoemd worden en als bron gebruikt worden tonen we apart per bureau.
- We toetsen onze vragen aan wat kopers echt zoeken, en vervangen zwakke vragen.
- We leggen het meetprotocol vast voor de meting begint, correcties krijgen een datum, en na publicatie delen we de antwoorden en de scorecode als open data.
- We kijken opnieuw naar onze woorden: 'niet op orde' wordt neutraler.

**Dit rekenen we door, en we leggen het vast vóór de meting van 26 november:**

- Of de plek in het antwoord nog moet meewegen.
- Of aanbevolen worden zwaarder moet tellen dan alleen genoemd worden.
- Of vermeldingen met externe bronnen zwaarder moeten wegen dan die op basis van de eigen site.
- Of contentkwaliteit en capaciteit een plek krijgen in de meting.
- Hoe we de interface en de API apart tonen.

**Vanaf januari:** een gemiddelde over drie edities naast de maandstand, zodat een uitschieter van één maand minder zwaar telt.

**Het register.** Vanaf december crawlen we de bedrijfswebsites elke 3 maanden opnieuw, zodat nieuwe aanbieders erin komen. We bouwen ook een KvK-check in: aanbieders controleren we dan aan de bron, in het KvK-register.

**Externe beoordeling.** We willen de meting laten beoordelen door een externe partij. Daarvoor zoeken we nog een onafhankelijke auditor: iemand zonder bureau in de index en zonder klantrelatie met Gold Lemon, die de methode en een steekproef van de antwoorden controleert. Ken of ben je zo iemand? Laat het weten via het formulier.

**Meting en Gold Lemon loskoppelen.** Gold Lemon voert de meting nu zelf uit en staat als meetpartij in de ranglijst. We willen de index op termijn loskoppelen van Gold Lemon. Zover is het nog niet.

Wat de score verandert, publiceren we vooraf. Heb je een reactie? Laat het weten via het formulier.

# De volledige ranglijst: alle 196 plaatsen.

Genoemd: aantal van de 1.305 antwoorden. Techniek en aanbod: 0 tot 100. De aanbieders zonder plaats staan met hun scores in het online register.

| PLAATS | AANBIEDER | GENOEMD | TECHNIEK | AANBOD | INDEX | MARGE (95%) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Searchlab | 345 | 98,7 | 87,5 | **96,5** | begrensd* |
| 2 | ROXTAR | 173 | 92,5 | 100,0 | **89,1** | 80,9 tot 97,8 |
| 3 | Citeerbaar | 160 | 100,0 | 100,0 | **86,5** | 75,6 tot 99,1 |
| 4 | BDMNL | 159 | 96,2 | 87,5 | **76,6** | 69,4 tot 84,7 |
| 5 | Internet Impact | 108 | 96,7 | 87,5 | **75,8** | 64,5 tot 87,9 |
| 6 | SmartRanking | 162 | 70,4 | 87,5 | **74,5** | 63,5 tot 85,7 |
| 7 | Timmermans Media | 104 | 96,7 | 75,0 | **67,9** | 60,4 tot 75,7 |
| 8 | Geomotor | 97 | 86,7 | 87,5 | **65,8** | 60,7 tot 71,4 |
| 9 | Strategie.nl | 88 | 96,3 | 75,0 | **63,8** | 56,6 tot 72,5 |
| 10 | Wildbos | 59 | 96,4 | 100,0 | **63,5** | 58,2 tot 68,8 |
| 11 | Onder | 149 | 67,6 | 62,5 | **62,2** | 55,3 tot 70,3 |
| 12 | NEXTRIQ | 51 | 96,7 | 100,0 | **60,4** | 56,0 tot 65,7 |
| 13 | OpsCode | 86 | 96,6 | 87,5 | **60,1** | 55,1 tot 65,7 |
| 14 | AanloopAI | 58 | 90,0 | 100,0 | **57,8** | 54,1 tot 61,2 |
| 15 | Generativ | 99 | 93,3 | 62,5 | **56,1** | 50,8 tot 62,1 |
| 16 | DGTLbase | 107 | 75,9 | 75,0 | **55,8** | 51,2 tot 61,2 |
| 17 | Fingerspitz | 121 | 72,1 | 75,0 | **55,8** | 51,8 tot 60,5 |
| 18 | Connect your World | 60 | 88,8 | 87,5 | **55,3** | 47,8 tot 65,0 |
| 19 | Coo Digital | 125 | 83,1 | 62,5 | **54,8** | 50,5 tot 58,9 |
| 20 | AIkracht | 32 | 93,0 | 100,0 | **54,5** | 49,8 tot 60,8 |
| 21 | Maatwerk Online | 125 | 76,3 | 62,5 | **54,1** | 48,8 tot 59,7 |
| 22 | Studio Deaup | 14 | 99,9 | 100,0 | **53,7** | 50,6 tot 58,1 |
| 23 | HV Media | 50 | 93,2 | 87,5 | **53,6** | 49,9 tot 58,3 |
| 24 | Httpmarketing | 55 | 92,4 | 87,5 | **53,1** | 49,4 tot 57,2 |
| 25 | Pico Yellow | 80 | 86,6 | 62,5 | **52,9** | 46,0 tot 61,0 |
| 26 | MarketingCollega | 30 | 86,3 | 100,0 | **52,5** | 49,1 tot 57,2 |
| 27 | GEO-optimaliseren.nl | 18 | 96,5 | 100,0 | **51,9** | 50,1 tot 53,8 |
| 28 | Organiq Grow | 27 | 96,6 | 87,5 | **51,6** | 48,8 tot 55,1 |
| 29 | Ralf van Veen | 24 | 84,9 | 100,0 | **51,2** | 48,4 tot 55,0 |
| 30 | Vizibly | 13 | 92,5 | 100,0 | **51,2** | 48,1 tot 58,1 |
| 31 | Gold Lemon (meetpartij) | 9 | 95,7 | 100,0 | **51,1** | 49,5 tot 53,0 |
| 32 | Stramark | 47 | 86,7 | 87,5 | **50,5** | 47,6 tot 54,2 |
| 33 | Estrelle | 14 | 86,5 | 100,0 | **50,4** | 47,9 tot 53,8 |
| 34 | Quotable | 31 | 84,7 | 87,5 | **50,2** | 47,7 tot 54,0 |
| 35 | Wiggers Workflow | 5 | 96,7 | 100,0 | **50,1** | 49,2 tot 51,7 |
| 36 | DataDrift Digital | 19 | 88,3 | 100,0 | **49,9** | 48,3 tot 52,1 |
| 37 | 21x | 17 | 93,3 | 87,5 | **49,6** | 45,8 tot 55,5 |
| 38 | Marketence | 16 | 82,3 | 100,0 | **49,6** | 45,9 tot 54,3 |
| 39 | Klusio | 12 | 90,0 | 100,0 | **49,0** | 48,1 tot 50,0 |
| 40 | Tree Online | 69 | 85,8 | 62,5 | **49,0** | 45,5 tot 52,7 |

| PLAATS | AANBIEDER | GENOEMD | TECHNIEK | AANBOD | INDEX | MARGE (95%) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 41 | AVB Digital | 25 | 89,2 | 87,5 | **48,9** | 46,0 tot 52,9 |
| 42 | Consigo | 8 | 89,4 | 100,0 | **48,6** | 47,7 tot 50,2 |
| 43 | OnlineLabs | 40 | 89,9 | 75,0 | **48,4** | 45,3 tot 52,5 |
| 44 | Whello | 103 | 80,0 | 50,0 | **48,1** | 44,1 tot 52,8 |
| 45 | Niels Eric | 11 | 93,1 | 87,5 | **48,0** | 45,1 tot 53,9 |
| 46 | Up Agency | 52 | 71,9 | 75,0 | **47,7** | 42,7 tot 53,9 |
| 47 | Vindbaar.ai | 11 | 93,3 | 87,5 | **47,7** | 45,2 tot 53,0 |
| 48 | GrowGuide | 11 | 96,6 | 87,5 | **47,6** | 46,6 tot 48,8 |
| 49 | SEOptimate | 11 | 96,6 | 87,5 | **47,6** | 46,3 tot 49,1 |
| 50 | Adaptively | 23 | 91,3 | 75,0 | **47,5** | 43,1 tot 53,8 |
| 51 | Zoekmachine Specialist | 9 | 96,2 | 87,5 | **47,5** | 46,2 tot 49,0 |
| 52 | RankPilot | 12 | 90,0 | 87,5 | **47,2** | 45,0 tot 50,0 |
| 53 | Marketing Makers | 17 | 75,0 | 100,0 | **46,5** | 45,0 tot 48,8 |
| 54 | Digital Inside | 17 | 81,5 | 87,5 | **46,0** | 42,2 tot 51,0 |
| 55 | Solvex | 6 | 92,5 | 87,5 | **46,0** | 45,0 tot 47,5 |
| 56 | Digitopa | 60 | 68,8 | 62,5 | **45,9** | 40,3 tot 52,5 |
| 57 | MarketingConcurrent | 5 | 89,7 | 87,5 | **45,9** | 44,3 tot 48,0 |
| 58 | LocalSEOLab | 27 | 89,6 | 75,0 | **45,8** | 43,0 tot 49,9 |
| 59 | AIGeschikt | 18 | 93,3 | 75,0 | **45,5** | 43,3 tot 48,0 |
| 60 | B-Analyzed | 10 | 88,3 | 87,5 | **45,5** | 44,0 tot 48,6 |
| 61 | AIROA | 47 | 89,7 | 62,5 | **45,5** | 42,7 tot 49,3 |
| 62 | Globeview | 6 | 88,7 | 87,5 | **45,3** | 44,0 tot 48,1 |
| 63 | Webrock Media | 7 | 89,9 | 87,5 | **45,3** | 44,4 tot 46,5 |
| 64 | Webleaders | 19 | 75,3 | 87,5 | **45,1** | 41,6 tot 49,5 |
| 65 | GPTBureau | 153 | 40,1 | 0,0 | **45,0** | 36,0 tot 54,1 |
| 66 | Mediabirds | 37 | 88,4 | 62,5 | **44,9** | 41,5 tot 48,4 |
| 67 | MIHERA | 8 | 93,3 | 75,0 | **44,9** | 42,1 tot 50,2 |
| 68 | Online Ambition | 23 | 89,9 | 75,0 | **44,7** | 42,5 tot 47,2 |
| 69 | Groei Bij | 24 | 86,7 | 75,0 | **44,5** | 42,6 tot 47,0 |
| 70 | SiteOptima | 7 | 92,5 | 75,0 | **44,1** | 41,9 tot 47,5 |
| 71 | iReclam | 6 | 84,9 | 87,5 | **44,0** | 43,1 tot 45,0 |
| 72 | Websitepromotor | 8 | 79,6 | 87,5 | **44,0** | 42,4 tot 46,1 |
| 73 | DeviLabs | 6 | 96,5 | 75,0 | **43,8** | 43,2 tot 44,4 |
| 74 | Ranking Masters | 17 | 72,5 | 87,5 | **43,8** | 40,9 tot 47,5 |
| 75 | The Success Agency | 25 | 87,7 | 62,5 | **43,8** | 40,4 tot 47,9 |
| 76 | Red Melon | 8 | 79,2 | 87,5 | **43,6** | 42,0 tot 45,7 |
| 77 | Fusified | 9 | 93,3 | 75,0 | **43,6** | 42,4 tot 45,2 |
| 78 | Digiswift | 7 | 78,1 | 87,5 | **43,0** | 41,4 tot 45,1 |
| 79 | Just Perfection | 7 | 93,3 | 75,0 | **43,0** | 42,1 tot 44,9 |
| 80 | SEOgeek | 8 | 78,7 | 87,5 | **42,8** | 41,9 tot 44,0 |
| 81 | Traffic Builders | 41 | 75,0 | 75,0 | **42,8** | 39,4 tot 46,9 |
| 82 | Tjeerd Engel | 6 | 79,0 | 87,5 | **42,6** | 41,6 tot 44,4 |
| 83 | DESANNES | 24 | 86,6 | 62,5 | **42,6** | 39,8 tot 45,7 |
| 84 | Triple Nine Digital | 10 | 93,3 | 62,5 | **42,4** | 39,0 tot 47,7 |

| PLAATS | AANBIEDER | GENOEMD | TECHNIEK | AANBOD | INDEX | MARGE (95%) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 85 | TwentyTwo Labs | 11 | 93,0 | 62,5 | **42,3** | 39,5 tot 46,4 |
| 86 | Ecoteers | 8 | 88,8 | 75,0 | **42,2** | 41,0 tot 43,5 |
| 87 | Digitalique | 19 | 82,9 | 75,0 | **42,0** | 40,4 tot 44,2 |
| 88 | Economy | 24 | 89,9 | 62,5 | **41,9** | 40,0 tot 44,7 |
| 89 | Ipsis | 7 | 87,5 | 75,0 | **41,9** | 40,6 tot 43,4 |
| 90 | NxtGen | 5 | 76,2 | 87,5 | **41,9** | 41,2 tot 43,1 |
| 91 | AI+ Marketing | 9 | 93,3 | 62,5 | **41,8** | 39,0 tot 46,8 |
| 92 | eztat | 6 | 70,9 | 87,5 | **41,8** | 39,6 tot 44,9 |
| 93 | AdsVibe | 20 | 68,2 | 87,5 | **41,7** | 40,5 tot 43,0 |
| 94 | NetXZ | 9 | 74,4 | 87,5 | **41,7** | 40,5 tot 43,6 |
| 95 | Adbrains | 7 | 83,2 | 75,0 | **41,5** | 39,5 tot 43,9 |
| 96 | Brazen | 14 | 80,6 | 75,0 | **41,4** | 39,8 tot 43,0 |
| 97 | PromptMarketing | 36 | 92,0 | 50,0 | **41,1** | 38,6 tot 44,2 |
| 98 | Proximens | 14 | 88,7 | 62,5 | **40,6** | 39,0 tot 42,5 |
| 99 | Tasmanic | 8 | 71,1 | 87,5 | **40,6** | 39,6 tot 42,1 |
| 100 | Itonomy | 65 | 61,8 | 62,5 | **40,5** | 37,0 tot 44,5 |
| 101 | Kelvantis | 8 | 93,2 | 62,5 | **40,5** | 39,2 tot 42,0 |
| 102 | PRLab | 12 | 88,3 | 62,5 | **40,5** | 38,3 tot 43,3 |
| 103 | DPS Media | 8 | 93,3 | 62,5 | **40,5** | 39,0 tot 42,1 |
| 104 | MS618 | 5 | 96,7 | 62,5 | **40,4** | 39,8 tot 42,0 |
| 105 | eRocket | 14 | 63,7 | 87,5 | **40,3** | 38,4 tot 42,5 |
| 106 | InSpace | 14 | 76,3 | 75,0 | **40,3** | 38,8 tot 42,5 |
| 107 | MondoMarketing | 14 | 87,6 | 62,5 | **40,3** | 37,5 tot 44,7 |
| 108 | Netwerkzone | 11 | 75,0 | 75,0 | **40,0** | 37,5 tot 44,4 |
| 109 | SocraNext | 6 | 80,0 | 75,0 | **40,0** | 38,8 tot 41,6 |
| 110 | Depends | 14 | 82,5 | 62,5 | **39,7** | 37,5 tot 42,2 |
| 111 | De Leo Media | 25 | 72,3 | 62,5 | **39,6** | 34,0 tot 47,5 |
| 112 | Shoptimalisatie | 5 | 66,1 | 87,5 | **39,6** | 38,4 tot 41,8 |
| 113 | Breik | 11 | 85,4 | 62,5 | **39,5** | 37,3 tot 43,2 |
| 114 | KGOM | 8 | 89,1 | 62,5 | **39,5** | 38,2 tot 41,0 |
| 115 | Scherp Online | 19 | 71,4 | 75,0 | **39,4** | 38,2 tot 41,3 |
| 116 | Clarius AI | 52 | 84,7 | 37,5 | **39,3** | 34,6 tot 45,2 |
| 117 | Omelette du Fromage | 9 | 85,5 | 62,5 | **39,2** | 37,6 tot 41,4 |
| 118 | iClicks | 24 | 80,0 | 62,5 | **39,1** | 37,2 tot 40,9 |
| 119 | SDIM | 13 | 82,8 | 62,5 | **38,8** | 36,6 tot 42,6 |
| 120 | Brandness | 41 | 82,5 | 50,0 | **38,7** | 36,9 tot 40,9 |
| 121 | Launchmind | 5 | 90,0 | 62,5 | **38,7** | 38,1 tot 40,0 |
| 122 | Teun.ai | 22 | 74,0 | 62,5 | **38,5** | 36,3 tot 41,0 |
| 123 | Blue Dragon | 13 | 73,3 | 62,5 | **38,4** | 35,8 tot 41,1 |
| 124 | Red Online Marketing | 11 | 64,9 | 75,0 | **38,4** | 35,6 tot 41,5 |
| 125 | Dtch. Digitals | 21 | 73,8 | 62,5 | **38,1** | 35,0 tot 43,1 |
| 126 | TenZer | 16 | 84,9 | 50,0 | **38,1** | 34,4 tot 42,8 |
| 127 | Online Marketing Agency | 7 | 80,2 | 62,5 | **37,9** | 36,3 tot 40,0 |
| 128 | Seeders | 23 | 76,1 | 62,5 | **37,8** | 35,9 tot 40,3 |

| PLAATS | AANBIEDER | GENOEMD | TECHNIEK | AANBOD | INDEX | MARGE (95%) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 129 | Semwerkt | 10 | 68,4 | 75,0 | **37,8** | 36,5 tot 39,3 |
| 130 | Bureau Imago | 6 | 93,2 | 50,0 | **37,7** | 36,4 tot 39,2 |
| 131 | Magic Bytes | 5 | 83,3 | 62,5 | **37,7** | 36,5 tot 39,6 |
| 132 | Briljant | 15 | 76,7 | 62,5 | **37,6** | 35,7 tot 39,5 |
| 133 | Heibrink | 17 | 81,6 | 50,0 | **37,6** | 34,5 tot 41,6 |
| 134 | Customer Impact | 10 | 93,2 | 50,0 | **37,4** | 36,1 tot 38,6 |
| 135 | DataDream | 6 | 93,3 | 50,0 | **37,4** | 35,8 tot 40,5 |
| 136 | GEO Specialist Sliedrecht | 33 | 81,8 | 37,5 | **37,3** | 33,0 tot 43,0 |
| 137 | LASEO | 20 | 89,1 | 50,0 | **37,3** | 35,7 tot 39,1 |
| 138 | Rankop | 22 | 81,7 | 50,0 | **37,3** | 34,5 tot 40,4 |
| 139 | TNG Agency | 8 | 78,4 | 62,5 | **37,1** | 35,5 tot 38,7 |
| 140 | ON. Digital Marketing | 21 | 72,8 | 62,5 | **36,9** | 34,8 tot 40,4 |
| 141 | Rocket Marketing | 7 | 81,3 | 62,5 | **36,9** | 36,3 tot 38,1 |
| 142 | Marco Bouman | 11 | 77,9 | 62,5 | **36,7** | 35,1 tot 40,1 |
| 143 | Kersvers Digital | 5 | 67,7 | 75,0 | **36,6** | 35,7 tot 37,9 |
| 144 | Oktober | 5 | 79,4 | 62,5 | **36,4** | 35,5 tot 37,7 |
| 145 | Sageon | 10 | 68,0 | 62,5 | **36,4** | 34,2 tot 39,2 |
| 146 | Ovolum | 12 | 87,8 | 50,0 | **36,3** | 35,1 tot 37,6 |
| 147 | B2B Leads | 10 | 63,7 | 75,0 | **36,2** | 35,0 tot 37,8 |
| 148 | AIO Clicks | 6 | 90,0 | 50,0 | **36,2** | 35,3 tot 37,5 |
| 149 | TrafficTree | 7 | 62,6 | 75,0 | **36,0** | 34,4 tot 38,8 |
| 150 | Webfluencer | 7 | 90,0 | 50,0 | **36,0** | 35,0 tot 37,2 |
| 151 | De GEO Experts | 11 | 68,5 | 62,5 | **35,9** | 33,7 tot 38,4 |
| 152 | SEOBOB | 9 | 62,4 | 75,0 | **35,9** | 34,7 tot 37,2 |
| 153 | Afdeling Online | 8 | 73,6 | 62,5 | **35,6** | 34,3 tot 36,8 |
| 154 | Driivn | 10 | 76,1 | 62,5 | **35,6** | 35,0 tot 36,5 |
| 155 | PANGAEA | 11 | 73,6 | 62,5 | **35,6** | 34,6 tot 36,8 |
| 156 | Trovita | 6 | 75,4 | 62,5 | **35,4** | 34,5 tot 37,0 |
| 157 | Altijd Bekend | 5 | 74,6 | 62,5 | **35,2** | 34,3 tot 37,1 |
| 158 | SiteBoosting | 6 | 84,4 | 50,0 | **35,2** | 33,6 tot 38,0 |
| 159 | Comaxx | 8 | 74,2 | 62,5 | **35,1** | 34,2 tot 36,4 |
| 160 | SEO Zwolle | 7 | 82,7 | 50,0 | **35,1** | 33,2 tot 38,8 |
| 161 | Aanpoters | 27 | 75,8 | 50,0 | **34,9** | 33,6 tot 36,8 |
| 162 | Boundless Digital | 6 | 70,8 | 62,5 | **34,6** | 33,3 tot 36,5 |
| 163 | SEO Friesland | 8 | 82,7 | 50,0 | **34,4** | 33,2 tot 36,6 |
| 164 | TEAM LEWIS | 58 | 72,4 | 25,0 | **34,4** | 29,4 tot 41,5 |
| 165 | Moddit | 6 | 80,9 | 50,0 | **34,3** | 33,0 tot 36,2 |
| 166 | AnotherSight | 10 | 71,1 | 62,5 | **34,3** | 33,4 tot 35,9 |
| 167 | MarketingMakkers | 8 | 68,4 | 62,5 | **34,0** | 32,7 tot 36,2 |
| 168 | WebNL | 33 | 66,6 | 50,0 | **33,8** | 32,3 tot 35,7 |
| 169 | JG Webmarketing | 7 | 65,9 | 62,5 | **33,4** | 32,1 tot 35,9 |
| 170 | We Talk SEO | 5 | 67,1 | 62,5 | **33,3** | 32,4 tot 35,5 |
| 171 | Social Brothers | 9 | 61,1 | 62,5 | **32,8** | 30,9 tot 35,6 |
| 172 | Eigen & Wijze | 15 | 53,2 | 62,5 | **32,4** | 29,2 tot 38,3 |

| PLAATS | AANBIEDER | GENOEMD | TECHNIEK | AANBOD | INDEX | MARGE (95%) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 173 | Schwung | 8 | 88,3 | 37,5 | **32,4** | 31,8 tot 33,3 |
| 174 | iO Digital | 22 | 66,1 | 50,0 | **31,8** | 30,0 tot 34,3 |
| 175 | Nexum Digital | 7 | 69,8 | 50,0 | **31,5** | 29,9 tot 33,7 |
| 176 | Geo.limo | 10 | 79,5 | 37,5 | **31,4** | 29,6 tot 34,6 |
| 177 | Goldfizh Digital Marketing Agency | 13 | 65,7 | 50,0 | **31,1** | 29,6 tot 33,6 |
| 178 | Follo (OrangeValley) | 36 | 55,4 | 50,0 | **30,8** | 28,2 tot 34,5 |
| 179 | OM Collective | 5 | 65,8 | 50,0 | **29,9** | 28,9 tot 30,8 |
| 180 | KORMAR Marketing | 6 | 89,8 | 25,0 | **29,6** | 28,7 tot 32,1 |
| 181 | Netprofiler | 15 | 61,3 | 50,0 | **29,4** | 28,4 tot 30,6 |
| 182 | Spendima | 14 | 72,2 | 37,5 | **29,3** | 28,1 tot 30,6 |
| 183 | AI-syah | 19 | 93,3 | 12,5 | **29,2** | 27,7 tot 31,1 |
| 184 | GEO Hero | 32 | 71,9 | 25,0 | **29,2** | 26,7 tot 32,0 |
| 185 | AI Marketing Bureau | 10 | 86,2 | 25,0 | **29,1** | 27,8 tot 30,6 |
| 186 | Crispy | 10 | 57,8 | 50,0 | **28,8** | 27,3 tot 31,0 |
| 187 | QuasarAISEO | 5 | 83,1 | 25,0 | **27,6** | 27,0 tot 28,6 |
| 188 | Happy Horizon | 13 | 65,5 | 37,5 | **27,0** | 26,1 tot 28,6 |
| 189 | Unagency | 8 | 65,9 | 37,5 | **26,8** | 26,2 tot 27,7 |
| 190 | De Juiste Mix | 9 | 70,1 | 25,0 | **26,0** | 23,8 tot 29,4 |
| 191 | NextSEO | 8 | 59,5 | 37,5 | **25,2** | 24,6 tot 26,1 |
| 192 | Multi Media Concepts | 5 | 76,7 | 12,5 | **23,6** | 22,3 tot 25,4 |
| 193 | AEO Direct | 25 | 66,1 | 0,0 | **20,9** | 17,5 tot 25,9 |
| 194 | Delft AI | 8 | 63,3 | 0,0 | **17,1** | 16,1 tot 18,0 |
| 195 | Amlan Maiti | 9 | 16,7 | 0,0 | **5,1** | 4,2 tot 5,7 |
| 196 | AEO Nederland | 8 | 13,3 | 0,0 | **4,6** | 3,3 tot 6,8 |

* Begrensd: de vermeldingsscore is maximaal 100. Het aandeel van deze aanbieder ligt boven de vaste ijkwaarde van 16,0 procent (methode 1.3a); de score staat daarom op 100 en heeft geen foutmarge.

Gold Lemon voert de meting uit, is gemeten met dezelfde regels en staat als meetpartij op plaats 31 (index 51,1, genoemd in 9 van de 1.305 antwoorden).

## Methode en gebruik.

Bureaunamen die ook gewone Nederlandse woorden zijn, tellen alleen als merknaam. Samengevoegde bedrijven tellen als een. De volledige methode staat op de pagina Zo meten we, de controles en correcties in de verantwoording; alle edities en wijzigingen op de pagina GEO Agency Index Nederland.

**Cijfers gebruiken?** Dat mag, vrij en zonder toestemming vooraf, onder de licentie CC BY 4.0: vermeld de bron met een link. Bijvoorbeeld: *GEO Agency Index Nederland van Gold Lemon, editie november 2026, https://goldlemon.nl/geo-benchmark/.* Voor de pers: Robin van Schaik, robin@goldlemon.ai, 023 234 0987.

De ruwe data (alle vragen, de vermeldingen per antwoord en het register met scores) delen we op aanvraag: ruwe data opvragen.

Met dank aan Bianca Kopier (Estrelle) voor haar meetmethode, waaruit de controle van claims en de vraagtypes komen; aan Yannick Wiggers (Wiggers Workflow) voor het punt over de relatieve maatstaf; aan Martijn Jonkman (Jonkman Strategie) voor het delen van zijn onderzoeksmethode voor AI-vindbaarheid, waaruit de aparte uitkomsten, de meetomgeving en de varianten komen; de feitencontrole en de tweede beoordeling staan nog niet in deze editie; en aan Olivier Janssen (Bedrijfsdata.nl) voor een proef met bedrijfsdata (KvK-nummers, actieve status en bedrijven die GEO noemen) om het register te controleren.

### Ruwe data en verdieping

- De ruwe data (alle vragen, de vermeldingen per antwoord en het register met scores) op aanvraag: goldlemon.nl/geo-benchmark/#data
- De volledige methode: goldlemon.nl/geo-benchmark/methode
- Verantwoording, met alle correcties op de eigen meting: goldlemon.nl/geo-benchmark/verantwoording

## Wat deze meting niet zegt.

Bij 13 van de 1.572 aanbieders konden we de website niet meten: de site blokkeerde onze crawler, robots.txt sloot ons uit of de site gaf een fout. Zo'n blokkade omzeilen we niet. Zonder websitemeting is er geen index en geen plaats, ook als AI het bureau noemt. Dat geldt deze maand voor 2 bureaus die vaak genoeg genoemd zijn voor een plaats. Hun vermeldingen staan op de eigen scorekaart.

Het register is zo volledig als we het kunnen maken, maar niet compleet: een bureau dat GEO of AEO niet op de eigen website noemt en dat AI ook niet noemt, ontbreekt, net als een aanbieder zonder eigen website. Ontbreekt jouw bureau, meld het dan aan. Deze index meet zichtbaarheid in AI-antwoorden en de eigen website van een aanbieder, niet de resultaten die een bureau voor klanten haalt. AI-antwoorden wisselen per keer; daarom de herhalingen en de foutmarges. Klopt iets niet in je gegevens, of wil je meegenomen worden? Laat het weten via het formulier. De volgende editie verschijnt op 1 december 2026.