

Mario Fischer

»Der optimale Browser für den Marketer

Die Aufgaben, die Menschen mithilfe des Internets zu bewältigen suchen, sind ebenso vielfältig wie verschieden. Um dem Rechnung zu tragen, sieht das Konzept des Firefox-Browsers das Nachinstallieren von Erweiterungen vor. Website Boosting hat einige dieser Erweiterungen getestet und stellt die nützlichsten für das Online-Marketing vor.



Weit über 5.000 sogenannte Add-ons (Erweiterungen) für den Firefox gibt es nach eigenen Angaben von Mozilla Europe auf www.mozilla-europe.org/de. Wer bisher die Installation des Firefox-Browsers gescheut hat, sollte dies tunlichst nachholen. Es lohnt sich. Kein anderer Browser lässt sich flexibler an die eigenen Bedürfnisse anpassen. Und für nahezu jedes denkbare Anwenderproblem gibt es tatsächlich auch Unterstützung mit einem Add-on. Aus der fast unüberschaubaren Anzahl an Erweiterungen haben wir diejenigen ausgesucht, die für den Online-Marketer besonders nützlich erscheinen.

Das Konzept der Installation ist immer gleich. Entweder klickt man im Firefox unter „Extras/Add-ons“ und dann links oben im Fenster auf „Add-ons herunterladen“. Dann werden in einem Fenster empfohlene Add-ons gezeigt oder man kann mit bekanntem Namen danach suchen. Usabilitytech-

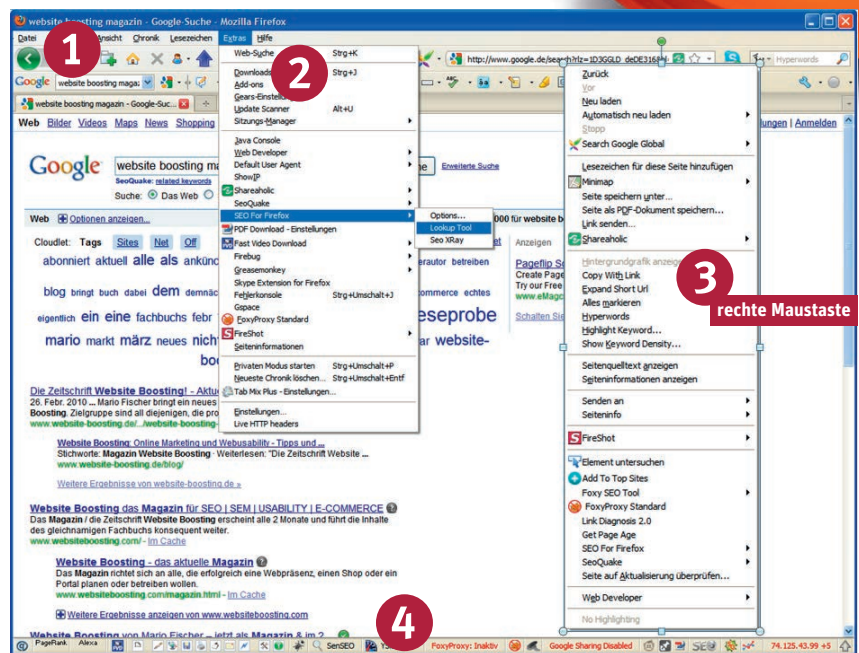


Abbildung 2: Wo sich Add-ons im Firefox verstecken können

nisch nicht ganz so optimal und etwas versteckt ist in diesem Fenster rechts oben ein Link „Alle Add-ons ansehen“. Damit gelangt man dann auf <https://addons.mozilla.org/de/firefox>. Direkt dorthin zu gehen wäre die zweite Alternative. Sich solche Adressen zu merken ist allerdings nicht jedermanns Sache.

Nach der Installation von Add-ons sollte der Browser neu gestartet werden, damit die neue Erweiterung funktioniert. Beantwortet man die diesbezüglich gestellte Frage mit „Ja“, werden nach dem Neustart automatisch alle offenen Browserfenster wieder hergestellt. Ein Nachteil für Add-ons soll an dieser Stelle nicht verschwiegen werden: Kommt eine neue Version von Firefox, laufen nicht immer alle dieser Add-

ons auch sofort mit der neuen Version. Sie bleiben dann automatisch deaktiviert, bis eine angepasste Version verfügbar ist. In der Regel sind die Entwickler da aber sehr schnell.

Etwas diffizil gestaltet sich die Steuerung der Erweiterungen, da es keinen Standard gibt, wie und wo man die Erweiterungen nach der Installation findet bzw. nutzen kann.

Die Entwickler sind sehr kreativ ...

...im Verstecken ihrer Add-ons. Nach der Installation muss man sie nämlich an vielen unterschiedlichen Stellen im Browser suchen. Einen einheitlichen Standard gibt es nicht. Meistens findet man sie aber, wie in Abbildung 2 zu sehen ist,

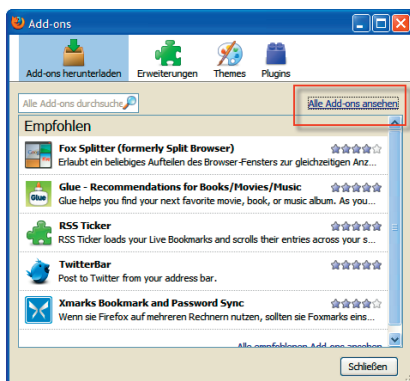


Abbildung 1: Add-ons direkt im Firefox suchen

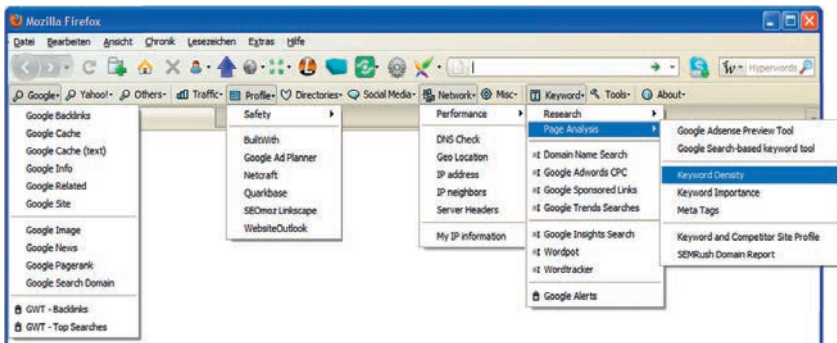


Abbildung 4:
Die Toolbar von Foxy SEO Tool

Foxy SEO

Mit weit über 100 Funktionen zählt das Foxy SEO Tool wohl zu den funktionell umfangreichsten (www.foxyseotool.com) seiner Art. Er kann nach der Installation als eigene Toolbar (Menüleiste) über „Ansicht“ ein- und ausgeblendet werden. Streng genommen ist diese Toolbar eher eine intelligente Bookmarkliste. Nach dem Auswählen einer Funktion wird eine der vielen Analyseseiten im Web aufgerufen und die Webadresse der gerade geöffneten Webseite an die Analyseseite übergeben. Daher kann es auch vorkommen, dass ab und zu die Reaktion etwas länger dauert oder im schlechtesten Fall ganz ausbleibt – das hängt von der Auslastung der jeweiligen Webserver ab. Aber das sind ja altbe-

kannte Probleme im Web, was die Verfügbarkeit guter und kostenloser Analysetools angeht.

Wie in Abbildung 4 durch einige ausgeklappte Menüs ansatzweise zu erkennen ist, bekommt man mit dem Foxy SEO Tool einen schnellen Zugang zu vielen Analysen. Das Prinzip ist immer das gleiche. Man wählt für die aktuell im Firefox sichtbare Seite eine der Funktionen aus und die entsprechenden Ergebnisse werden in einem neuen Tab (also einem neuen Fenster) dargestellt. Egal, ob man wissen möchte, welche Domains noch auf der

gleichen IP-Adresse der aufgerufenen Site liegen (IP Neighbors), ob man schnell die Schlüsselwort-Häufigkeit (Keyword Density) ermitteln oder die Seite mit den Augen des Robots einer Suchmaschine sehen möchte (unter dem Menüpunkt „Tools“, Search Spider Simulation) – diese Toolbar hält fast alles bereit, was man für einen schnellen Überblick zur suchmaschinentechnischen Analyse benötigt. Man darf hier – wie auch bei anderen frei zugänglichen Tools – allerdings nie aus dem Auge verlieren, dass es sich hier um kostenfreie Tools handelt. Die Ergebnisse, die professionelle und damit kostenpflichtige Software liefert, sind in der Regel sehr viel detaillierter und vor allem exakter.

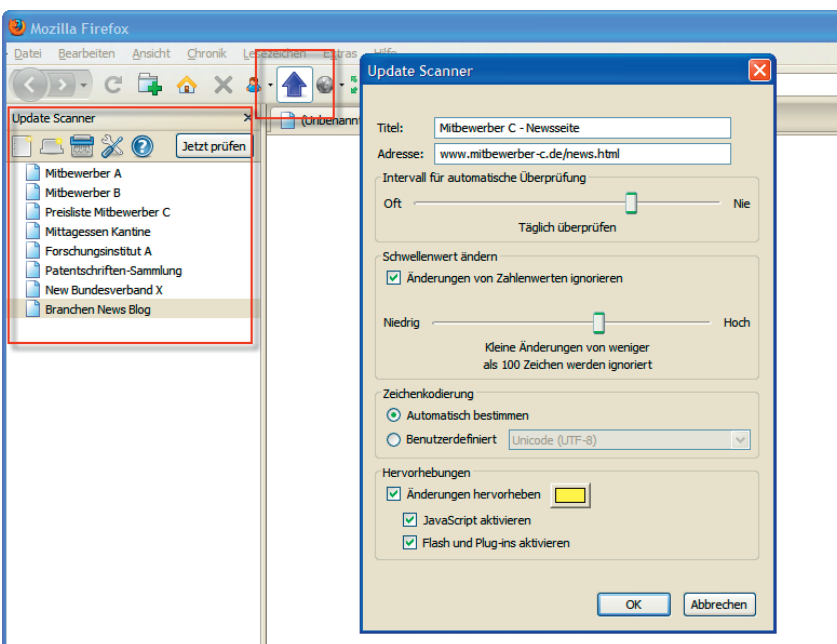


Abbildung 5:
Der Update Scanner sucht automatisch nach Veränderungen auf Webseiten

Update Scanner

Eine oft mühselige Aufgabe für den Online-Marketer ist es, die Mitbewerber und deren Aktivitäten im Auge zu behalten. Haben sich bei denen vielleicht die Preise geändert? Haben sie ein neues Produkt angekündigt? Veranstalten sie unerwartet eine Hausmesse? Welche News aus der eigenen Branche gibt es? Um diese und ähnliche Fragen beantworten zu können, kann man sich natürlich Bookmarks (Favoriten bzw. Lesezeichen) setzen und immer wieder mal nachsehen, ob sich auf deren Webseiten inhaltlich etwas getan hat. Wie gesagt, mühselig, aber es geht. Aber was hat sich denn seit dem letzten Besuch geändert? Welcher Preis auf der Preisliste

wurde angepasst? Hier wird es schon kniffliger. Entweder hat man das alles im Kopf oder man muss sich von all diesen Seiten einen Ausdruck machen (oder abspeichern), um Neues identifizieren zu können. Hier wird man mit solchen Methoden zwangsläufig scheitern oder seine Kernarbeit wegen des hohen Aufwands vernachlässigen müssen.

Doch auch für solche Informationsbedarfe gibt es ein passendes Add-on: den Update Scanner (<http://updatescanner.mozdev.org/de>). Nach der Installation lässt er sich in der oberen Menüleiste des Browsers über das dann neue Symbol (blauer, nach oben gerichteter Pfeil) aufrufen bzw. konfigurieren. Wie in Abbildung 5 zu sehen ist, kann man nun beliebige Webadressen (vorbelegt mit der Webadresse, die man aktuell im Browser aufgerufen hat) eintragen, ihnen einen sprechenden Namen geben und weitere Einstellungen vornehmen. Das Add-on prüft dann alle hinterlegten Webseiten in dem ausgewählten Intervall – von fünf Minuten bis zu einer Woche – und den vorgegebenen Schwellen auf Änderungen.

Stellt man zum Beispiel für Mitbewerberseiten eine tägliche Überprüfung ein, werden alle diese Seiten beim ersten Öffnen von Firefox am Morgen im Hintergrund gescannt. Hat sich auf einzelnen Seiten etwas geändert, erscheint ein kurzer Hinweis. Beim Aufrufen der Seite werden dann genau diese Änderungen farblich hervorgehoben. Damit sieht man auf einen Blick, was oder welcher Preis genau geändert wurde. Selbstverständlich kann man den Update Scanner auch zum Überwachen wichtiger Informationsquellen einsetzen. Kommt auf interessanten Seiten ein neuer Beitrag, erhält man auch hier einen kurzen Hinweis.

Dies kann durchaus auch für die Kundenbetreuung von Marketingagenturen interessant sein. Überwacht man die wichtigsten Mitbewerber des eigenen Kunden, erhält man nicht selten gute Anknüpfungspunkte für ein Gespräch mit diesem Kunden: „Ihr Mitbewerber A hat in dieser Woche einen Kundenblog aufgeschaltet, sollten wir nicht gemeinsam nachdenken, ob das nicht auch etwas für Sie wäre ...?“

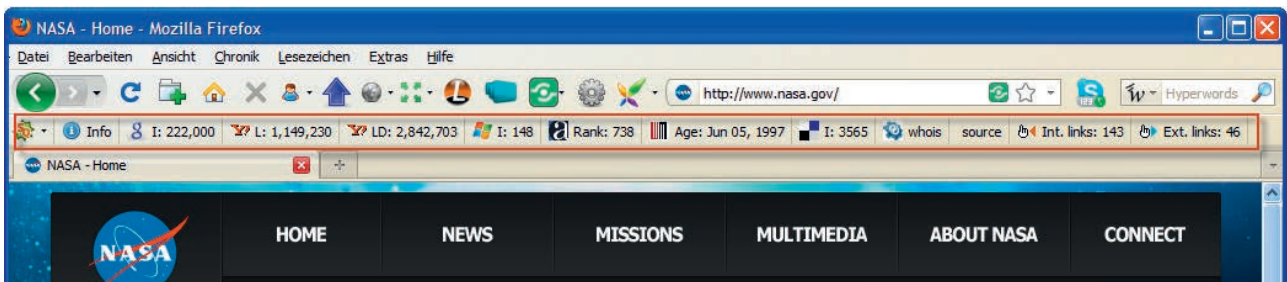


Abbildung 6: SeoQuake-Analysedaten mit der Toolbar anzeigen lassen

SeoQuake

Eine weitere, sehr umfangreiche Toolbar kann man mit dem SeoQuake Add-on (www.seoquake.com) nutzen. Über das Browsermenü „Ansicht“ und „Symbolleiste“ kann man diese Toolbar sichtbar machen.

Nach dem Laden jeder Seite werden verschiedene Kennzahlen gezeigt wie PageRank, die Anzahl Links, die Anzahl indizierter Seiten bei Google, Yahoo! und Bing, ob die Domain auf www.dmoz.org eingetragen ist, der AlexaRank, Treffer bei Bookmarkdiensten, Digg, ob eine xml-Sitemap oder robots.txt hinterlegt ist und weitere für eine schnelle Analyse nützliche Dinge. Eine Besonderheit von SeoQuake ist, dass man die Ergebnisse auf verschiedene Weise visualisieren kann: mit einer Toolbar wie in Abbildung 6 gezeigt, mit einem einfachen Rechtsklick per Kontextmenü, wenn sich der Mauszeiger auf einer Webseite befindet, über das Browsermenü „Extras“ wie mit Nummer 2 in Abbildung 2 gezeigt oder – und das ist eine sehr bequeme Möglichkeit – direkt als Zusatzinformation in die

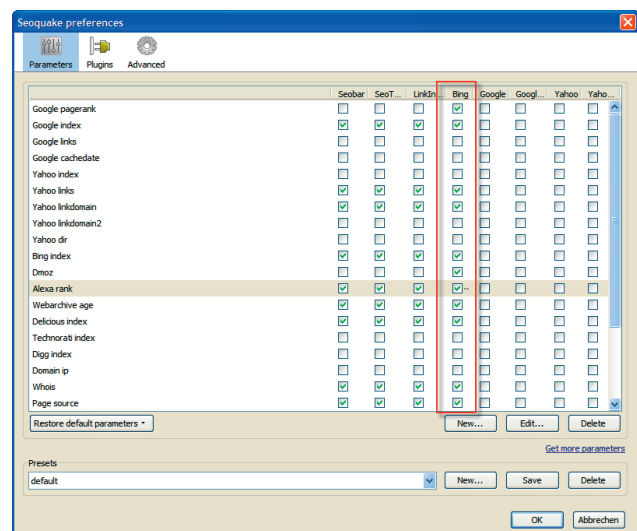


Abbildung 7: Die Einstellungsoptionen von SeoQuake, hier für Bing-Ergebnisse

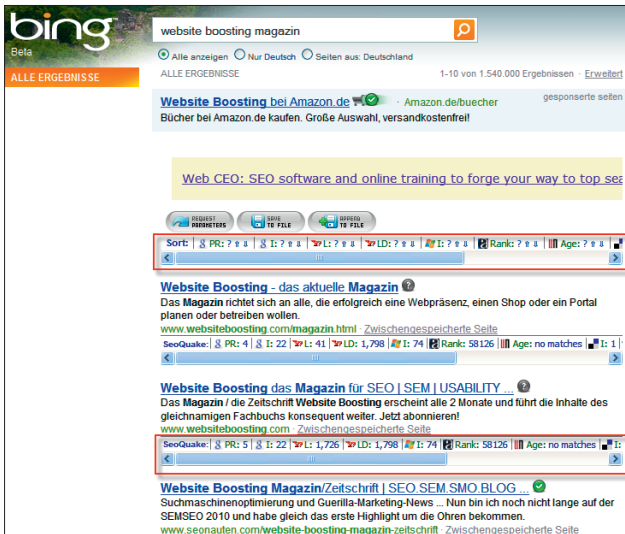


Abbildung 8: Mit SeoQuake angereicherte Suchergebnisse

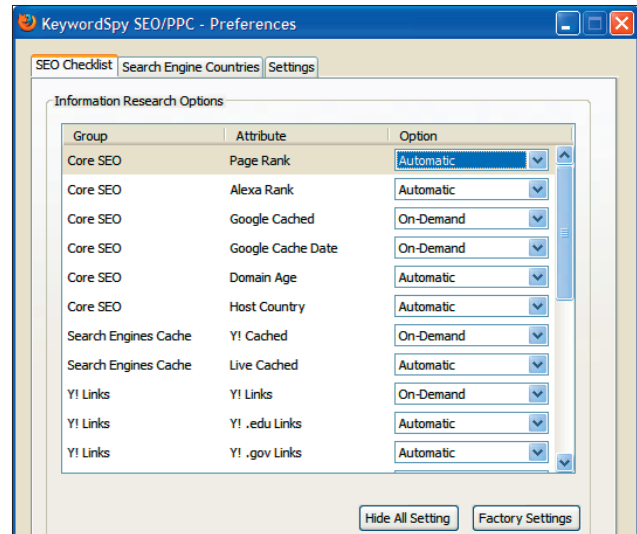


Abbildung 9: Die Einstellmöglichkeiten von KeywordSpy SEO/PPC

Suchergebnisse der einzelnen Suchmaschinen! Einstellen lässt sich das in einer Matrix, die unter „Preferences“ aufgerufen werden kann. Dort lassen sich in den Zeilen die Kennzahlen auswählen und in den Spalten der Ort der gewünschten Anzeige (siehe Abbildung 7). Man setzt einfach die entsprechenden Haken für die Seobar, die Toolbar, Bing, Google und Yahoo und die gewählten Zahlen erscheinen dort. In der Abbildung wurden zum Beispiel in der Spalte Bing unter anderem der PageRank, die Anzahl Seiten im Google-, Yahoo!- und Bing-Index ausgewählt, ebenso, ob die Domain im DMOZ-Verzeichnis eingetragen ist, und einige mehr.

Sucht man nun zum Beispiel in Bing, werden automatisch zu den Suchergebnissen die ausgewählten Kennzahlen erhoben und jeweils direkt unter den Suchergebnissen dargestellt, wie Abbildung 8 zeigt. Über den Suchergebnissen gibt es eine zusätzliche Leiste, mit der man die Suchergebnisse nach den Kennzahlen auf- oder absteigend sortieren lassen kann. Auch das Speichern der Kennzahlen ist per Button möglich. Leider wird über den Suchergebnissen nun auch eine von SeoQuake verwaltete Werbung angezeigt. Über diese Werbung finanziert sich der kostenlose Dienst und daher scheint dieser Nachteil verschmerzbar.

Noch ein Hinweis: Die zusätzlich eingeblendeten Zahlen müssen nach dem Seitenauftritt alle von verschiedenen Servern geholt werden, was sich teilweise auf die Geschwindigkeit des Seitenaufbaus auswirken kann. Ein paar Sekunden Geduld zu haben, lohnt sich aber durchaus. SeoQuake kann auch mit eigenen Kennzahlen erweitert werden. Informationen dazu finden Sie auf <http://blog.seoquake.com/?p=69> und ein erklärendes (englisches) Video bei Youtube unter <http://www.youtube.com/watch?v=XlOyZKxQEKw>.

Weitere Tools für die Analyse zur Suchmaschinenoptimierung, die einen intensiveren Blick lohnen, sind „Seo for Firefox“ (<http://tools.seobook.com/firefox/seo-for-firefox.html>), „SearchStatus“ (www.quirk.biz/searchstatus), das sich mit einem unauffälligen kleinen q mit einem Kreis darum in die Statuszeile des Browsers installiert, wie es in Abbildung 2 und der Ziffer 4 ganz links erkennbar ist, oder der noch im Experimentierstadium befindliche „Keyword-Spy“ (<http://labs.keyword-spy.com/plugin>), der ebenfalls umfangreiche Kennzahlen und deren flexible Zusammenstellung ermöglicht (Abbildung 9).



INFO

Der Beitrag zeigt, wie vielfältig und flexibel die Erweiterungsmöglichkeiten für den Firefox-Browser mittlerweile sind. Wer auf den Geschmack gekommen ist, sich bei der täglichen Arbeit damit unterstützen zu lassen, sollte auf die Suche nach weiteren Add-ons für den persönlichen Bedarf gehen. Auf der Website von Firefox lässt sich sehr komfortabel mit Stichworten suchen oder in Kategorien stöbern. Die von Nutzern abgegebenen Bewertungen und Kommentare helfen bei der Auswahl enorm.

Auch für den Chrome-Browser von Google gibt es mittlerweile

eine nennenswerte Anzahl an Erweiterungen unter <https://chrome.google.com/extensions>. Erweiterungen für den Internet Explorer von Microsoft werden unter <http://www.ieaddons.com/de/> gelistet. Softonic hat ebenfalls gut sortiert Erweiterungen für den Internet Explorer auf den eigenen Seiten gelistet (www.softonic.de/windows/ie-erweiterungen). Welchen Browser und welche Add-ons jemandem persönlich nützlich sind, kann jeweils nur der Anwender entscheiden. Das Ausprobieren bleibt einem daher nicht erspart. Aber der Lohn ist eine gehörige Portion Zeitersparnis und der Komfort- und Informationsgewinn bei der täglichen Online-Arbeit!

FoxyProxy

Wer im Online-Marketing nicht nur mit deutschen Websites zu tun hat, kennt das Problem: Suchmaschinen und nicht selten auch andere wichtige Websites ermitteln anhand der IP-Adresse den ungefähren Standort des Suchenden. Dadurch bekommt man aus Deutschland andere Suchergebnisse zu sehen, als Suchende zum Beispiel aus den USA oder Australien. Wer dem angesurften Webserver die eigene IP-Adresse nicht zeigen möchte, kann diverse Anonymisierungsdienste benutzen. Die halten sogenannte „Proxy“-Server verfügbar, über die eine Anfrage geleitet wird. Eine Webseite wird also nicht mehr direkt aufgerufen, sondern der eigene Aufruf geht an den Proxy-Server und der leitet ihn mit seiner eigenen IP-Adresse an das eigentliche Ziel. Damit bekommt der Webserver, von dem die Webseiten abgerufen werden, nicht mehr die eigene IP-Adresse übermittelt, sondern die des Proxy-Servers.

Das behebt das oben genannte Problem einer gezielten Länderwahl jedoch nicht immer, denn auch Anonymisierungsdienste kommen ja entweder konstant mit einer (wechselnden) IP-Adresse aus ihrem Herkunftsland oder die IP-Adressen werden rund um die Welt getauscht. Damit ist ein gewünschtes Herkunftsland wie eben Australien, Spanien oder die USA nicht stabil zu erzeugen. Einfacher geht dies mit dem Add-on FoxyProxy Standard (<http://foxyproxy.mozdev.org>). Nach der Installation findet man es in der Statusleiste von Firefox (siehe Nummer 4 in Abbildung 2) mit dem Status „Inaktiv“. Ein Klick mit der rechten Maustaste auf den Text „FoxyProxy: Inaktiv“ eröffnet die Konfigurationsmöglichkeiten. Unter „Weiter“ und dann „Optionen“ können dann alle Einstellungen vorgenommen werden.

Nach der Auswahl des gewünschten Landes, der Laufzeit, des Verlängerungsmodells und der anschließenden Bezahlung per PayPal erhält man alle notwendigen Daten zur Eintragung in FoxyProxy auf der Website und zusätzlich per E-Mail (siehe Abbildung 12). Zur Nutzung vergibt man am besten einen

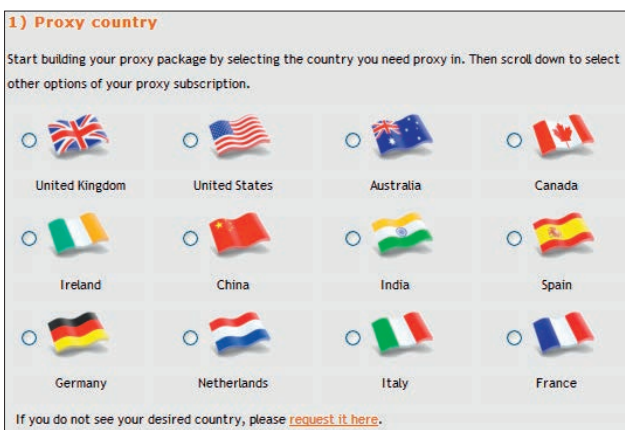


Abbildung 11:
FoxyProxy – gezielt andere Herkunftsländer zum Surfen erzeugen

Congratulations! You have just set up new proxy subscription in United States. Please use the details below to configure your web browser.

IP address	64.120.xxx.yyy
Port number	1234

Firefox will prompt you to login to the proxy when first using it. Here are your login credentials:

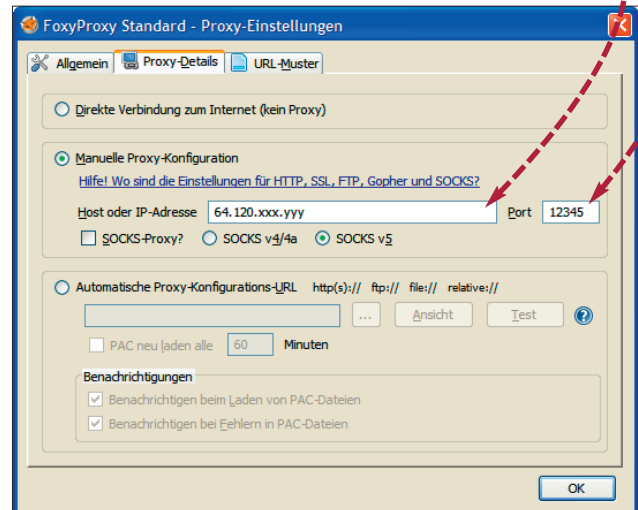


Abbildung 12:
FoxyProxy – Konfigurationsdaten aus der E-Mail übertragen

neuen Namen (Anlage über „Neuer Proxy“) und trägt unter „Proxy-Details“ die IP-Adresse und die Portnummer ein.

In der Mail wird auch ein „User name“ übermittelt, das Passwort wird aus Sicherheitsgründen nur im PayPal-Account angezeigt. Nach der Eintragung der Einstellungen geht die Nutzung denkbar einfach. Wenn man zum Beispiel einen Proxy aus den USA gewählt hat und beim Suchen auf www.google.com auch die gleichen Ergebnisse sehen möchte wie ein suchender US-Bürger, genügt ein Rechtsklick in der Statuszeile des Firefox auf „FoxyProxy: Inaktiv“. Danach wählt man den entsprechenden Eintrag aus und dann „Verwende Proxy >der vergebene Name< für alle URLs“. Ruft man danach die erste URL wie www.google.com auf, werden noch einmalig der Benutzername und das Passwort aus der Mail abgefragt. Wer nur bestimmte Domains mit einer anderen IP-Adresse besuchen möchte, der kann dies wie oben erwähnt auch so einrichten, dass der Wechsel automatisch geht. Ab jetzt surft man aus dem gewählten Land, wie eine Abfrage bei IP-Lokalisierungsdiensten wie zum Beispiel www.ip-adresse-ermitteln.de zeigt.

Falls man nur bei Google die Ergebnisse für andere Länder anzeigen lassen möchte, sollte man sich das kostenlose Add-on von Redfly näher ansehen: (www.redflymarketing.com/internet-marketing-tools/google-global). Es erlaubt die Anzeige der englischsprachigen Länder USA, UK, Irland, Kanada und Australien. Aufgerufen wird es nach der Installation über ein entsprechendes Symbol in der Navigationsleiste von Firefox.

Morning Coffee

Gibt es Webseiten, die Sie häufiger oder gar regelmäßig aufrufen? Oder welche, die immer wieder einmal in Vergessenheit geraten, die man aber eigentlich regelmäßig ansehen wollte? Dann sollten Sie sich das Add-on „Morning Coffee“ (<https://addons.mozilla.org/de/firefox/addon/2677>) installieren. Das kleine Tool ist dann über ein Kaffeetassensymbol in der Symbolleiste des Browsers aufrufbar. Sinn und Zweck ist schnell erklärt: Man kann damit für verschiedene Tageskategorien Webseiten hinterlegen – einfach wie Bookmarks bzw. Favoriten: Für alle Wochentage einzeln, täglich, Mo/Mi/Fr, Di/Do, nur wochentags oder nur am Wochenende.

Und jetzt wird auch der gut gewählte Name des Add-ons deutlich: Man klickt frühmorgens bei Arbeitsbeginn auf die Kaffeetasse und es werden alle für diesen Tag hinterlegten Webseiten automatisch und einzeln in Tabs aufgerufen. Das spart Zeit, weil nach der ersten Seite alle anderen im Hintergrund vorgeladen werden und man garantiert keine wichtige Website mehr vergisst. Während unter der Woche vielleicht eher arbeitsorientierte Informationen abgerufen werden, können das am Samstag Sportseiten oder eben am Sonntag Seiten mit Freizeittipps oder Rezeptvorschlägen für ein selbst ge-

kochtes Mittagessen sein – je nach Neigung und persönlichen Vorlieben. Die Stärke des Add-ons liegt aber wie erwähnt in der Routine, die sich beim Nutzer einschleift: jeden Morgen bei der ersten Tasse Kaffee den Morning Coffee zu nutzen und schlurfend in den aufgerufenen Webseiten zu schmökern.

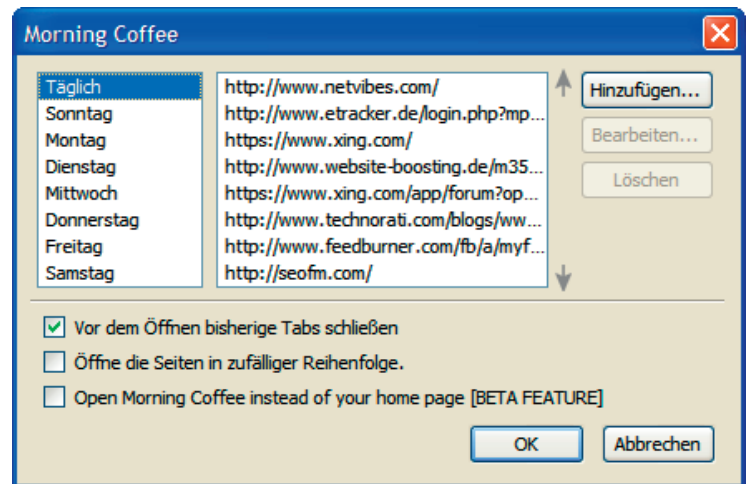


Abbildung 13: Morning Coffee: Webseiten-Lesezeichen nach Tagen ablegen und aufrufen

Fireshot

Online-Verantwortliche haben oft in Präsentationen oder auch zu Dokumentationszwecken mit dem Offline-Darstellen oder dem statischen Archivieren von Webseiten zu tun. Dazu haben die meisten oft schon eine für sie taugliche Methode entwickelt. Ein bequemes Add-on rund um das Thema Abfotografieren von Webseiten ist Fireshot (<http://screenshot-program.com/fireshot>). Dieses gibt es in beschränktem Umfang als Freeware, die Pro-Version kostet einmalig zwischen 35 und 60 USD (schwankend durch viele Sonderaktionen). Ein durchaus stolzer Preis, aber wer regelmäßig und professionell Webseiten ablichten und dokumentieren muss oder möchte, sollte sich die Pro-Version vielleicht näher ansehen.

Wie Abbildung 14 zeigt, lassen sich unter anderem auch „ganze Seiten“ fotografieren. Mit normalen Screenshot-Werkzeugen oder der Tastenkombination „STRG“ + „Druck“ lässt sich in der Regel nur ablichten, was man auf dem Bildschirm auch tatsächlich sehen kann. Fireshot nimmt bei Bedarf die ganze Webseite auf – also auch den Teil, den man nur durch Scrollen nach unten sehen würde. Die Montage aufwendiger Einzelbilder entfällt damit. Das geschossene „Foto“ kann dann einfach als Bild gespeichert oder auch aus der Zwischenablage gleich in ein anderes Programm eingefügt werden. Wei-

tere Add-ons, die ähnliche Zwecke erfüllen, sind „Screenshot“, „Lightshot“ oder „Shooter“. „Screngrab!“ (<http://www.screngrab.org>) hat ähnliche Funktionalitäten wie FireShot, ist aber komplett kostenlos.

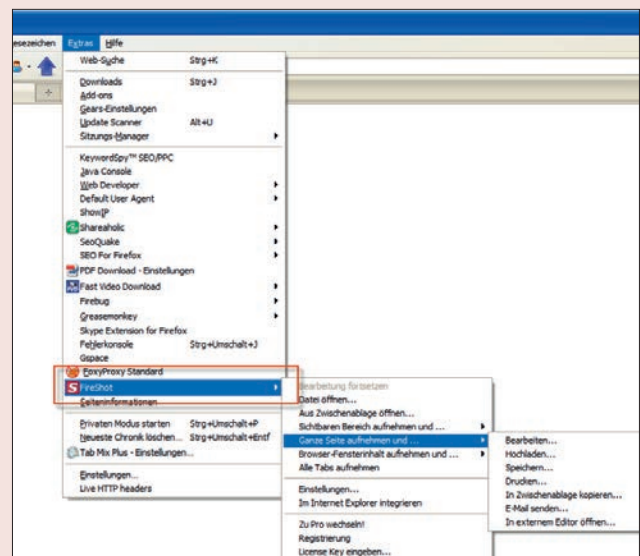


Abbildung 14: Fireshot fotografiert auch längere Webseiten