



Mario Fischer

TEIL 1

» COOLE TOOLE

ONLINE SEO WERKZEUGE IM ÜBERBLICK

FISCHER'S LISTE - SEO TOOLS

Die schlechte Nachricht gleich vorab: DAS eine, einzig wahre SEO-Tool gibt es nicht. Kein Tool kann alles. Und keines der Tools erhebt diesen Anspruch. Einen Sieger oder Ranklisten aufzustellen, macht daher wenig Sinn, denn das Verwendungsziel des Nutzers muss passen. Geht es um die Optimierung der eigenen Site? Um einen laufenden Überblick über Mitbewerber? Benötigt man ständig neue Keywords? Braucht man Tipps für eine Optimierung oder will man als Agentur eher einen schnellen Überblick über das Standing einer Domain? Die gute Nachricht ist aber: Für nahezu jedes SEO-Problem gibt es eine Lösung. Nicht immer in einem einzigen Tool, aber genau dafür haben wir diesen Überblick für Sie erarbeitet. Einige – auch größere – Anbieter wissen leider offenbar nichts über gesetzliche Vorgaben und haben vergessen, anzugeben, ob die ausgewiesenen Preise inkl. oder noch ohne MwSt. sind. Wir haben versucht, dies so weit wie möglich einheitlich darzustellen, und führen alle Preise brutto auf, also incl. der gesetzlichen MwSt. von derzeit 19 %.

SEO-Profis und solche, die es wer-

FISCHER' LISTE:

| ONLINE-SEO-TOOL | SEITE |
|---------------------------|-------|
| LinkReseachTools | 51-52 |
| MajesticSEO | 40-41 |
| Searchmetrics Suite | 45-47 |
| SEMRUSH | 43-44 |
| SEODIVER..... | 42-43 |
| SEOLYTICS | 34-36 |
| Sistrix..... | 49-51 |
| SYNTRIX | 36-38 |
| webseo ANALYTICS | 53-54 |
| WISE seo:suite..... | 47-48 |
| Xovi | 38-40 |

den möchten, müssen professionelle Werkzeuge nutzen. Daher wurden bewusst keine kostenlosen Tools mit aufgenommen, da deren Leistungsumfang und die Verlässlichkeit der Daten natürlich nicht wirklich vergleichbar sind. Professionelle Services kosten nun mal Geld und gerade beim SEO sollte man sich keinen Pfuscher erlauben, denn der Betrag, der dann in falsche Entwicklungsrichtungen versenkt wird, kann leicht hundertfach höher liegen. Von

dem Zeitverlust bzw. dem Zeitvorsprung, den man damit seinen Mitbewerbern verschafft, ganz abgesehen. Dies könnte im schlimmsten Fall tatsächlich z. B. bei einem Shopbetreiber durch das Akquirieren des „falschen“ Traffics recht schnell zum finanziellen Blackout und damit zum Konkurs führen.

Viele der Tools sind leider alles andere als benutzerfreundlich. Man spürt, dass Abläufe und Visualisierungen aus Entwicklersicht gestaltet wurden. Gerade die Online-Tools werden auf der anderen Seite auch ständig weiterentwickelt und neue Funktionen in der Navigation nicht selten dahin verfrachtet, wo es ungefähr passen könnte oder wo gerade Platz ist. Wer erwartet, dass beim Klick auf einen Button oder einen Link auch tatsächlich immer sichtbar etwas passiert oder zumindest eine verständlich Fehlermeldung erscheint, ist hier fehl am Platz. Suboptimale Usability ist für den Nutzer unschön, muss und sollte aber in der Branche der SEO-Tools toleriert werden. Daher ist die Bemerkung eher als Warnung gedacht, dass man sich nicht mal eben schnell ein Tool ansehen kann, um dessen Leis-

Foto: © Julian Tromaur - Fotolia.com

tungsfähigkeit abschätzen zu können, denn auf unscheinbaren oder fast versteckten Symbolen schlummern zum Teil mächtige Funktionen. Das Angebot an SEO-Tools ist in den letzten ein- bis zwei Jahren vergleichsweise beinahe explodiert und die Anbieter arbeiten wegen des Wettbewerbsdrucks fleißig daran, fast im wöchentlichen Rhythmus neue und verbesserte Funktionen anzufügen. Dass hier die Benutzerfreundlichkeit nicht immer die höchste Priorität genießt, ist wohl im Wesentlichen diesem Umstand geschuldet.

Die Spezialisten bzw. Entwickler gestalten wohl oft auch die Oberfläche der Tools selbst. Den in dieser Hinsicht oft verdreht wirkenden Gehirnwindungen entspringen nicht selten Bezeichnungen oder Erklärungen, die selbst SEO-Profis nicht auf Anhieb verstehen können. „Die statische Sichtbarkeit ist ein Indexwert mit historischem Verlauf, der die Performance innerhalb des Google-Index abbildet, und basiert im Gegensatz zur Suchreichweite auf einer statischen, vordefinierten Liste an Keywords.“ Aha! Ein Indexwert also, der die Performance (?) des Google-Index abbildet. Hier warten noch eine Menge Hausaufgaben auf die Toolanbieter, wenn sie von normalen Webmastern verstanden werden wollen. Was nützt das genialste Tool, wenn der kongeniale Entwickler praktisch für sich selbst eine Oberfläche bastelt und auch noch die Erklärungen für nicht kongeniale Benutzer formuliert. Das geht zwar häufig schief, aber wer gute Funktionen nutzen will, muss hier unvermeidlich leiden – mit der Zeit und nach einer Einarbeitungsphase kommt man aber hinter die meisten Wortverstecke der Anbieter.

Fast alle Toolanbieter offerieren übrigens auch eigene Kennzahlen zur Beurteilung von Domains oder zur Linkbewertung. Die Berechnung bleibt leider meist im Dunkeln oder wird nur halbherzig erklärt und wohl als eine Art Ge-

schäftsgeheimnis gesehen. Insofern benötigt man eine gewisse Zeit und einige Vergleiche mit bekannten Domains, um die Zahlen richtig einschätzen und interpretieren zu können. Was sagt es einem tatsächlich, wenn sich ein Indexwert von 32451 auf 29311 verändert hat? Oder wenn eine Domain nur mit dem Wert 0,2 „sichtbar“ ist, jedoch zehnmal mehr Umsatz macht als eine, die einen Wert von 3,8 hat? Die Möglichkeit, eigene Berechnungen zu hinterlegen, gibt es momentan noch bei keinem Anbieter, sodass man hier weiterhin auf den Download von Daten und eine eigene Ergänzung in einer Tabellenkalkulation angewiesen ist. Sehr kritisch sind Kennzahlen zu sehen, deren Basis sich im Lauf der Zeit ändert, ohne dass dies entsprechend dokumentiert wird. Basiert eine Kennzahl z. B. auf der Anzahl an Keyword-Treffern in Suchergebnissen und wird der Pool an Keywords verändert (wovon man fast zwangsläufig ausgehen muss), verändern sich natürlich auch Sichtbarkeitskennzahlen, ohne dass in der Realität tatsächlich eine Änderung eingetreten wäre. Vielleicht machen einige Anbieter auch genau deshalb ein mehr oder weniger großes Geheimnis daraus, wie sich ihre Kennzahlen genau zusammensetzen. Wer intransparent bleibt, wird auch nicht angreifbar.

Die Messung von Backlinks für eine Domain ist ebenso wichtig wie technisch schwer umzusetzen und daher wirklich ein extrem „hartes“ Geschäft. Im einfachsten Fall ruft ein Tool über die API von Yahoo! bis zu 1.000 Backlinks ab. Für eine professionelle Beurteilung ist dies jedoch in der Regel nicht ausreichend, weil diese Daten zumeist veraltet sind. Was zählt, sind

die Backlinks, die wirklich aktuell noch im Web bestehen und nicht die, die vor mehreren Monaten oder gar Jahren vielleicht einmal aktiv waren. Um unseren Lesern hier ein wenig mehr Transparenz zu geben, haben wir für drei kontrolliert ausgewählte Domains entsprechende Backlinkabfragen in allen Tools gemacht. Von diesen Domains haben wir natürlich vorab parallel sehr aufwendig geprüft, welche Links zum Zeitpunkt des Tests für diese Domains tatsächlich im Netz vorhanden waren. Selbstverständlich ist auch das keine Garantie, dass es nicht noch mehr aktive Links gibt. In der Tabelle unten finden Sie die verifizierten, zum Zeitpunkt der Analyse noch bestehenden Backlinkzahlen.

In der großen Übersichtstabelle (Seite 56-57) finden Sie die Werte, die wir von den Tools zurückerhalten haben und eine Prozentzahl, welche die Übereinstimmung mit den tatsächlich noch vorhandenen Links zeigt. Eine Prozentzahl über 100 ist dabei allerdings nicht unbedingt vorteilhaft, denn darin sind in unserem Fall dann eine mehr oder weniger große Anzahl an nicht mehr vorhandenen Links enthalten.

Leider konnten wir nicht alle Funktionen detailliert darstellen, das hätte den Platz in dieser Ausgabe bei Weitem gesprengt. Daher haben wir uns auf eine uns subjektiv interessant erscheinende Auswahl an Funktionen einzelner Tools beschränkt und versucht, vor allem Besonderheiten herauszustellen. Für einige Screenshots haben wir relativ willkürlich allgemein bekannte Domains verwendet, wenn so die Art der herauszuhebenden Funktionen aufgrund der Vielfalt an Ergebnissen besser ersicht- lich war.

| Domain | Lt. Google Webmastertools | Gefundene, eindeutige URLs | Davon tatsächlich noch bestehend |
|--------|---------------------------|----------------------------|----------------------------------|
| A | 632 | 10.446 | 10.023 |
| B | 2.030 | 24.138 | 22.189 |
| C | 242 | 8.326 | 2.385 |

SEOLYTICS

Für das SEOLytics-Tool wurde zum Zeitpunkt des Tests ein größeres Update gemacht und daher standen übergangsweise zwei Versionen zur Verfügung. Unseren Test haben wir größtenteils noch mit der bisherigen „Gold“-Version durchgeführt, da in der neuen Version noch nicht alle Funktionen verfügbar waren. Beim Erscheinen dieser Ausgabe soll nach Angaben des Anbieters die neue, wesentlich umfangreichere Version bereits vollständig verfügbar sein. Für einen Account legt man bei SEOLytics zunächst bis max. 25 Domains (individuell auch mehr möglich) an und fügt einen eigenen Keyword-Pool hinzu (eigene Eingaben oder Übernahme von Vorschlägen). Die Keywords können praktischerweise in eigens anlegbare Kategorien einsortiert werden, was der späteren Übersicht durchaus zweckdienlich ist. Zudem kann über einen Filter mit 19 Ländern eine weitere Zuordnung vorgenommen werden.

Eine zentrale Kennzahl des Tools ist der „SEOLytics Visibility Rank“. Er basiert auf einem kumulierten Wert aller für die Domain rankenden Keywords (aus einem Referenzset über 1,4 Mio.), dem jeweiligen Suchvolumen und dem CPC*.

Über das Dashboard kann man sich jeweils schnell einen Überblick über Veränderungen der überwachten Domains verschaffen. Es ist konfigurierbar, d. h. man kann sich aus vorhandenen Modulen auch ein individuelles Dashboard zusammensstellen.

Als (stabile) Betafunktion findet man unter dem Menüpunkt Linkbuilding einen Domainfinder, mit dem für bestimmte Kriterien starke Domains bzw. gute Backlinkpartner gesucht werden können. Häufiger durchgeführte Suchen lassen sich für diesen Zweck auch spei-

Domaindetails

| Rank | Wert | Trend | Top | Flop |
|-------------|---------|----------|---------|---------|
| PageRank | 5 | 0 | 5 | 5 |
| Alexa | 2.218 | -2.218 | 0 | 2.218 |
| Unterseiten | 604.000 | +318.000 | 604.000 | 88.400 |
| Backlinks | 106.544 | -786.032 | 948.696 | 106.544 |

SEOLytics Visibility Rank

www.de

Social Media

| SB | Anzahl | Trend | Top | Flop |
|----|--------|-------|-----|------|
| | 30 | +2 | 30 | 28 |
| | 122 | +115 | 122 | 7 |
| | 0 | -63 | 138 | 0 |
| | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | 18 | -72 | 90 | 18 |

SEOLYTICS: Ausschnitt aus den Dashboardmodulen

chern. Weiterhin kann man bis zu 1.000 Backlinks zur Überwachung manuell eintragen oder per CSV hochladen. Mit dem „Linkhunter“ ist es anschließend möglich, die jeweiligen Domains noch einmal näher zu prüfen und ggf. mit Notizen zu versehen – eine nützliche Möglichkeit, denn unser aller Gedächtnis ist gerade bei solchen Details ja in der Regel arg

begrenzt. Dort könnten also z. B. der Stand eines Telefonats mit dem (linkgebenden) Domaininhaber, der Preis bei gemieteten Links (Achtung: böse!) oder sonstige Bemerkungen dauerhaft hinterlegt werden. Zudem ist es möglich, uninteressante Domains auf eine sog. Blacklist zu setzen, um nicht bei weiteren Analysen jedes Mal darüber zu stolpern.

Tools
SEM
SEO-Controlling
Linkbuilding BETA
Account & FAQ

[Domainfinder](#) | [Linkmonitor](#) | [Linkhunter](#) | [Blacklist](#) | [Projekte](#)

Startseitenkriterien

Alle Kriterien erfüllen
 Mindestens ein Kriterium erfüllt
 gespeicherte Suchen ▾

SVR:

Pagerank:

Alter:

IP Landesherkunft:

Topleveldomain:

Anzahl interner Links:

Anzahl externer Links:

Suchbegriff:

Rank für Keyword bzw. Keywordkombination
 Content enthält...

Überschrift enthält...
 Title enthält...

Domainname enthält...

DMOZ vorhanden: ja nein egal

Bilder im Content: ja nein egal

Suche speichern
Suchen

SEOLYTICS: Domains zum Linkbuilding finden und filtern

| Zusammenfassung | | | | | | | | |
|---|----------|---------|------------|---------|---------|----------|-----------|---------|
| gut schlecht nicht erreichbar alle | | | | | | | | |
| Zusammenfassung | nofollow | | Javascript | | Hotlink | | als Frame | |
| | Anzahl | Prozent | Anzahl | Prozent | Anzahl | Prozent | Anzahl | Prozent |
| Gefundene Backlinks | 99 | | 0 | | 29 | | 0 | |
| Durchschnittlicher PR der Backlinks | 0,5 | | 0,0 | | 1,3 | | 0,0 | |
| Durchschnitt externer Links auf Linkgeberseiten | 20,6 | | 0,0 | | 61,9 | | 0,0 | |
| Anzahl Links auf Startseite | 21 | 21,21 % | 0 | 0,00 % | 0 | 0,00 % | 0 | 0,00 % |
| Durchschnittlicher PR der Backlinks, die auf die Startseite verweisen | 1,7 | | 0,0 | | 0,0 | | 0,0 | |
| Anzahl Deeplinks | 78 | 78,79 % | 0 | 0,00 % | 29 | 100,00 % | 0 | 0,00 % |
| Durchschnittlicher PR der Backlinks, die auf eine Unterseite verweisen | 0,2 | | 0,0 | | 1,3 | | 0,0 | |
| Deep-Link Quotient | | 78,79 % | | 0,00 % | | 100,00 % | | 0,00 % |
| PageRank: n.a. | 52 | 52,53 % | 0 | 0,00 % | 8 | 27,59 % | 0 | 0,00 % |
| PageRank: 0 | 29 | 29,29 % | 0 | 0,00 % | 7 | 24,14 % | 0 | 0,00 % |
| PageRank: 1 | 5 | 5,05 % | 0 | 0,00 % | 3 | 10,34 % | 0 | 0,00 % |
| PageRank: 2 | 2 | 2,02 % | 0 | 0,00 % | 3 | 10,34 % | 0 | 0,00 % |
| PageRank: 3 | 5 | 5,05 % | 0 | 0,00 % | 5 | 17,24 % | 0 | 0,00 % |
| PageRank: 4 | 2 | 2,02 % | 0 | 0,00 % | 1 | 3,45 % | 0 | 0,00 % |
| PageRank: 5 | 4 | 4,04 % | 0 | 0,00 % | 2 | 6,90 % | 0 | 0,00 % |
| PageRank: 6 | 0 | 0,00 % | 0 | 0,00 % | 0 | 0,00 % | 0 | 0,00 % |
| PageRank: 7 | 0 | 0,00 % | 0 | 0,00 % | 0 | 0,00 % | 0 | 0,00 % |
| PageRank: 8 | 0 | 0,00 % | 0 | 0,00 % | 0 | 0,00 % | 0 | 0,00 % |
| PageRank: 9 | 0 | 0,00 % | 0 | 0,00 % | 0 | 0,00 % | 0 | 0,00 % |
| PageRank: 10 | 0 | 0,00 % | 0 | 0,00 % | 0 | 0,00 % | 0 | 0,00 % |
| IP-Pop | 27 | 27,27 % | 0 | 0,00 % | 25 | 86,21 % | 0 | 0,00 % |

SEOLYTICS: Umfassender Kennzahlenüberblick über Backlinks, hier "schlechte" Links

Das SEOLytics-Tool erlaubt bei Bedarf eine tägliche Rankingüberwachung der hinterlegten Keywords und zeigt neben der aktuellen Position in Google oder Bing auch die besten und schlechtesten Positionen an, die in der Vergangenheit erreicht wurden. Anhand einer „Dynamik“-Kennzahl lässt sich erkennen, wie stark die Schwankungen pro Keyword sind bzw. waren. Je nach gewählter Ver-

sion können Rankings in bis zu 19 Ländern überwacht und auch Branchenanalysen gefahren werden.

Im Controlling-Teil kann man zusätzlich ausschnittsweise auch die Entwicklung in sog. Social-Media-Plattformen wie del.icio.us, Technorati, Digg, Twitter oder anderen beobachten. Zur Erkennung von Domainstrafen eignet sich recht gut die Darstellung der Trefferver-

teilung in den Suchergebnissen, jeweils aggregiert von Seite 1 bis Seite 10. Treten dort Asymmetrien auf, ist das oft der erste Hinweis auf eine Abstrafung der Domain oder einzelner Keywords derselben.

Bei der Backlinkanalyse hinterlegter oder auch beliebiger Domains wartet das Tool mit einem wahren Feuerwerk an Kennzahlen auf. Links werden nach

gut und schlecht (Javascript, nofollow, nicht erreichbar, Hotlink, geframed oder nicht gefunden) klassifiziert und lassen sich im Überblick nach [PageRank*](#)-Aufteilung plus Gewinn und Verlust anzeigen und Normwerten gegenüberstellen oder filtern. Die Datentabelle lässt sich vorbildlich mit einigen Kennzahlen als CSV oder XLS downloaden. Der Bildung eigener Kennzahlen z. B. in Excel stünde somit (fast) nichts im Wege, falls die übertragenen Werte von Anbieter noch um die IP-Adresse der Backlinkquelle ergänzt würden. Vorbildlich ist die Aufteilung bzw. Unterscheidung von Backlinks, deren URL nicht erreichbar ist oder wo der Backlink nicht mehr gefunden werden kann. Somit gibt das Tool als eines der wenigen auf dem Markt nicht nur die Anzahl der gefundenden Links aus, sondern crawlt tatsächlich auch danach, ob sie denn noch vorhanden sind. Profis wissen, dass von tausend Backlinks, die man über Yahoo oder andere Quellen abfragen kann, nicht selten nur noch ein Bruchteil vorhanden ist. Zur Einschätzung der wahren Backlinkpower einer Domain ist diese Information schlicht unverzichtbar. Valide Informationen können natürlich nur über angemeldete

bzw. überwachte Domains vorliegen oder über solche, die SEOlytics bereits im Datenbestand hat. Die Begrenzung auf die Angabe bzw. Verarbeitung von max. 1.000 Backlinks lässt sich wohl für die meisten durchschnittlichen Domains verschmerzen. Eine auch grafisch aufbereitete Angabe der am meisten verlinkten Unterseiten und der Keywordverteilung auf den (Back-)Link-Textankern rundet den Überblick hinsichtlich der Backlinks ab.

Wer bezahlte Anzeigen schaltet oder gerne über die diesbezüglichen Aktivitäten seiner Mitbewerber informiert sein möchte, findet im Menüpunkt „SEM“ eine Aufstellung der gebuchten Keywords, Anzeige- und Ziel-URLs und kann dort ebenfalls eine kleine Wettbewerbsanalyse durchführen.

Wer noch tiefer gehende Datenanalysen haben und einzelseitenbezogene Potenzialanalysen fahren möchte, kann die überwachten (eigenen) Domains via SEOlytics mit seinem Tracking-Tool verknüpfen, sofern dies mit Google Analytics, etracker, Piwik, Omniture oder Webtrekk gemacht wird. Ein Handbuch ist per Download verfügbar, die neue Version soll ein Videotutorial enthalten.

Das Haupteinsatzgebiet von SEOlytics ist das umfassende und auf Dauer ausgerichtete Monitoring der eigenen Domain(s) und ausgewählter Wettbewerber. Dafür stehen dann wirklich umfassende Funktionen, Online-Berichte und die wichtigsten Kennzahlen übersichtlich und eben auch über den Zeitverlauf zur Verfügung. Da man ebenfalls an die Unterstützung der notwendigen Analysen für einen Backlinkaufbau gedacht hat, zahlt auch dieser Aspekt positiv auf eine Weiterentwicklung der eigenen Rankings ein. Für das anfangs erwähnte Update sind vom Hersteller interessante Verbesserungen angekündigt bzw. möglicherweise beim Erscheinen des Beitrags schon verfügbar. In Umsetzung sind u. a. die Analyse auf verschiedenen Domainebenen (z. B. nur Unterverzeichnisse), die Auswertung von Universal-Search-Ergebnissen, ein [SERP*](#)-Archiv sowie ein Alert-System, mit dem man sich per Mail über Positionsveränderungen proaktiv informieren lassen kann.

» *Weitere Infos unter:*
www.suchmaschinenoptimierung.de

SYNTRYX

Das Tool von Syntryx kann und muss eigentlich mehr als eine Suchmaschine für Online-Marketers verstanden werden. Das Preismodell von Syntryx zeigt ohne Zweifel, wer die Zielgruppe des Tools ist: hoch professionelle Online-Marketing-Verantwortliche und Analysten. Syntryx verfügt über eine eigene und umfassende Datenbasis, was sehr schnelle Ergebnisse und über einfaches Mouseover in Ergebnislisten bei fast allen Items extrem hoch verdichtete Kenn-

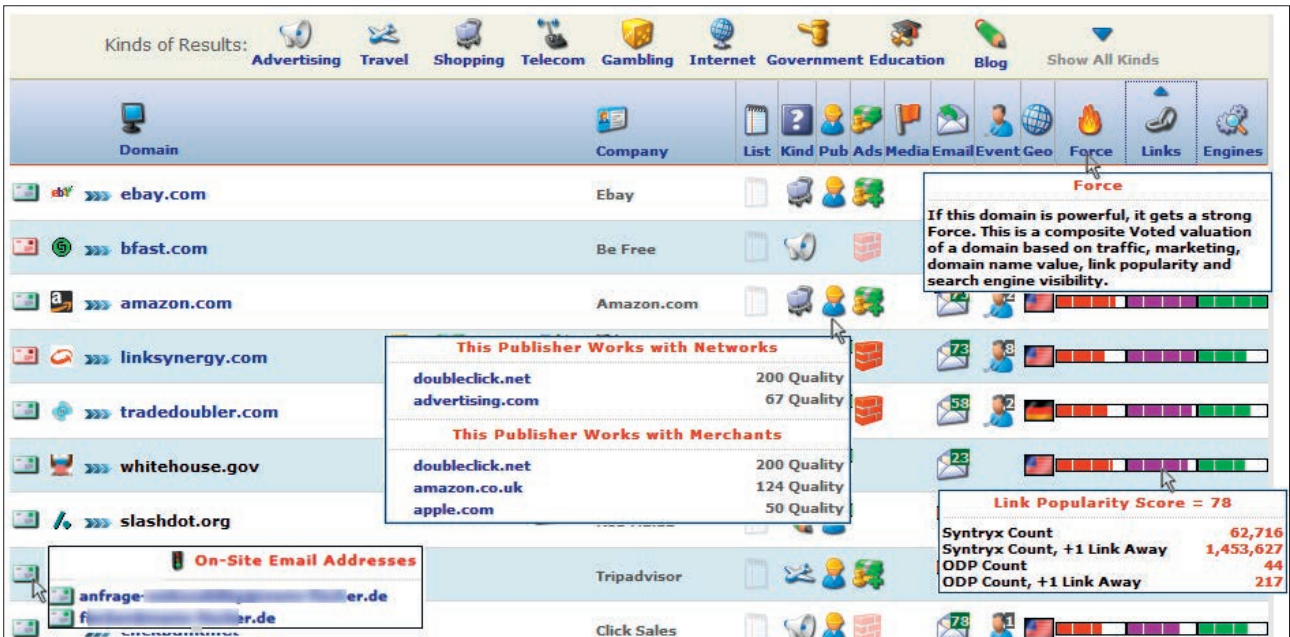
zahlenanzeigen ermöglicht. Die gebotene Datenvielfalt ist hier durchaus beeindruckend.

Syntryx bietet zudem über eine eigene API parametrisierbare Reports an. Die dort enthaltenen Daten und Kennzahlen (via XLS) lassen praktisch keine Wünsche übrig. Analytiker und Backlinkbuilder können direkt über das Interface z. B. nach Keywordeingabe rankende Domains finden und diese nach verschiedenen Kennzahlen sortieren. Hilfreich ist dabei besonders, dass

bezüglich der Linkbewertung die Kennzahlenbildung gleich eine Stufe weitergeht und den sog. „Syntryx+1“-Wert, also die 2. Linkebene einer Domain, mit einbezieht.

Mit einem Mouseover über gelistete Zahlen oder Items erscheinen dann jeweils schwebend in einer Box weitere Kennzahlen dieses Items. Beim Überstreichen eines Domainnamens erscheint bspw. der Domainradar, wie die Abbildung auf der rechten Seite oben zeigt.

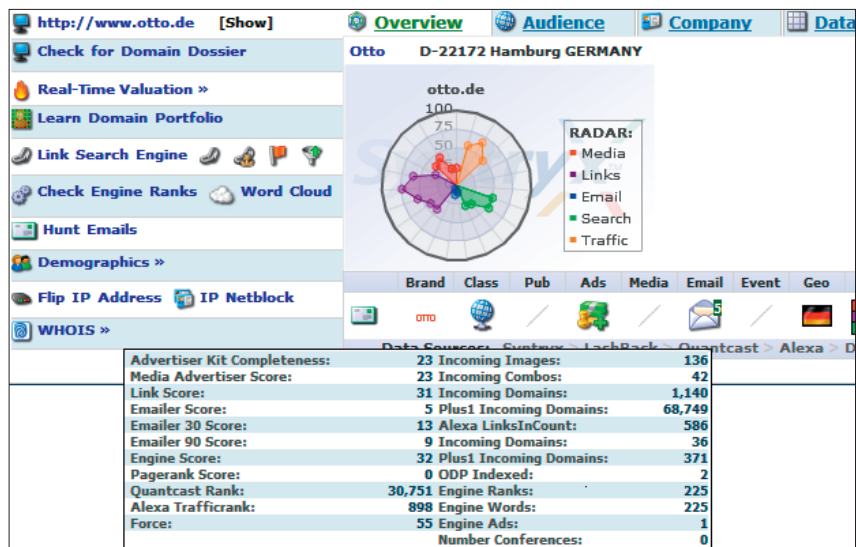
* siehe Glossar Seite 112-114



SYNTRYX: mit simulierten Mouse-over Effekten

Allein diese Box ermöglicht dann den Direkteinsprung in unzählige weitere Analysen für eben diese Domain. Über „Flip IP Adress“ oder „IP Netblock“ lassen sich mit wenigen Klicks Linknetzwerke finden und Domainbeziehungen feststellen, was die SEO-Arbeit sehr erleichtern kann. Gefundene Domains oder Links können umfassend für die Suche nach Themen, Domains, Ländern, Affiliate-ID, Keywords und vieles andere mehr gefiltert werden. Hier liegt eine der großen Stärken des Tools. Wer die auf Anhieb nicht ganz einfach zu verstehenden Filtermechanismen einmal verinnerlicht hat, kann mit wenigen Klicks eine erstaunliche Transparenz erzeugen und letztendlich damit auch themenbezogen die besten Partner für alle Arten von Online-Werbung finden.

Domains werden von Syntryx automatisch klassifiziert (z. B. Blog, Software, Agency, Literature etc). Weitere Kennzahlen wie die Backlinkpower, die Qualität eines Links von einer externen Seite auf die analysierte Domain und die Sichtbarkeit im organischen oder bezahlten Listing der wichtigsten Suchmaschinen unterstützen realistische



SYNTRYX: Domainradar mit Kennzahlen und Sprungfunktionen

(Wert-)Einschätzungen spürbar. Die syntryx-eigene Kennzahl „Force“ (1-100) gibt z. B. die Stärke einer Domain hinsichtlich einer internen Gewichtung des Traffics, der Marketingaktivitäten, des Domainnamenwertes, der Linkpopularität und der Rankings wichtiger Keywords wieder. Zusätzlich findet man einen „E-Mail Volume Score“, den Link Popularity Score, der allerdings nur als Grafik und erst beim Mouseover numerisch angezeigt wird. Beziehungen von einer Domain zu einzelnen Af-

filiates, Affiliate-Netzwerken oder Publishern lassen sich ebenso anzeigen wie z. B. auch, ob die Domain AdSense einsetzt oder andere Werbemittel wie Banner. Welche und wie viele E-Mail-Adressen sind auf einer Domain online zu finden? Kein Problem, auch solche Informationen lassen sich praktisch in Echtzeit abziehen. Selbst ob ein Konferenzbeitrag zu einer namhaften Messe auf einer Domain angekündigt ist (z. B. SMX), kann man über eine gesonderte Spalte „Events“ auf den ersten Blick

sehen.

Über einen List-Manager können Projekte übersichtlich in verschachtelbaren Tabs (Verzeichnissen) verwaltet werden. So lassen sich die eigens in Dossiers erstellten und zusammengestellten Domaininformationen und -kennzahlen übersichtlich ablegen.

Syntryx hat eher den Anspruch, die wichtigen verlinkenden Domains zu finden, statt möglichst alle. Von unseren Testdomains wurden teilweise nur einige Backlinks gefunden bzw. angezeigt. Die Präzision anderer Tools wurde hier nicht erreicht.

Für reine SEO-Arbeiten erscheint das Tool fast zu schade. Hier geht es bei Weitem nicht nur um das bloße Auflisten von Backlinks, sondern im Kern um schnelle Transparenz über jedweden (Online-)Markt, den es professionell zu analysieren und zu bespielen gilt. Die Benutzung des Tools ist aufgrund der vielen mächtigen Funktionen nicht ganz unkompliziert und ohne eine tief gehende Einarbeitung bleiben die erzeugbaren Ergebnisse weit hinter dem zurück, was tatsächlich machbar ist. Wer aber 10- bis 30-tausend USD pro Jahr in ein Tool investiert, das diesen Preis bereits durch die Zeitersparnis wert sein dürfte, wird auch die angebotenen Online-Schulungen sicherlich gerne nutzen. Diese werden über einen deutschen Partner in Deutsch angeboten. Für den semiprofessionellen Bereich oder darunter ist der Einsatz von Syntryx wahrscheinlich eher nicht zu empfehlen.

» **Weitere Infos unter:**
www.syntryx.com

XOVI

Das Tool von Xovi verfügt neben den üblichen SEO-, SEM -und Backlinkmodulen auch über ein Affiliate-Marketing-Modul. Nach Eingabe einer Domain werden Websites angezeigt, die für diese Domain über eines der bekannten Affiliate-Netzwerke Werbung betreiben. Hier können sich wertvolle Ansatzpunkte gerade bei der Einschätzung und Analyse von Mitbewerberdomains ergeben.

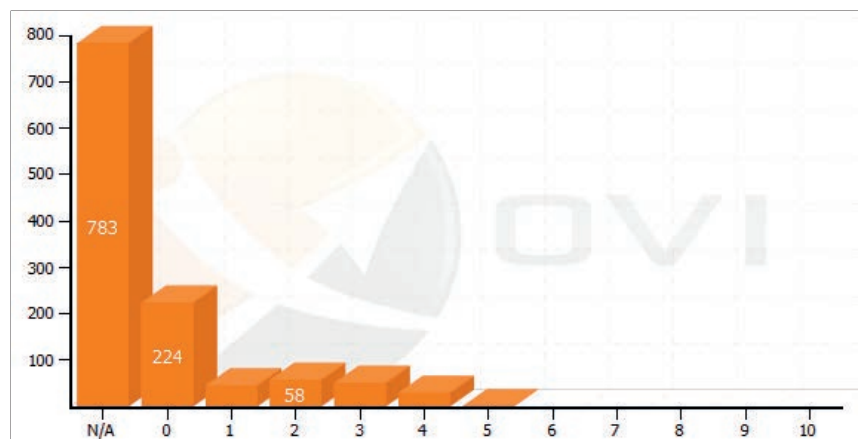
Der OVI (Online Value Index) stellt die zentrale Kennzahl des Tools dar; er setzt sich aus den Positionen der Keywords bei Google und der Qualität der Keywords (Einwort ~ Long Tail) zusammen. Je höher dieser Wert ist, desto besser ist die Sichtbarkeit einer Domain.

Neben der Anzahl der Backlinks zeigt Xovi die Domainpopularität, die Anzahl linkgebender Hosts, IP-Adressen und Class-C-Netze an. In der Detailansicht kann man dann aus der Liste der Backlinks nach verschiedenen Kriterien filtern und sortieren. Bis zu 5.000 Backlinks einer Domains sind via CSV-, XLS- oder HTML-Format downloadbar, wobei die übermittelten Daten allerdings strukturell nicht ganz stimmig waren.

Backlinks können markiert und

damit „beobachtet“ werden. Für eine ernsthafte Überwachung des Backlinkaufbaus oder des Erfolges von Linkbaits (Aktionen, die letztlich dem Einsammeln von Backlinks dienen) zeigt Xovi unter der Rubrik Backlinks die nach Datum letzten 10 Domains, die auf eine betrachtete Domain verlinkt haben. Hier sieht man direkt, auf Anhieb und ohne aufwendiges Filtern, was an Links neu dazugekommen ist. Aber auch, welche Domains meisten Links gesetzt haben oder welche Einzelseiten mit welchen Ankertexten besonders häufig von anderen verlinkt werden, ist auf einen Blick ersichtlich.

Als besonderes Highlight ermöglicht es Xovi, eigene Reports zusammenzustellen, diese mit einem Editor textlich anzupassen und über die Verwendung von Variablen auch dynamisch Werte einzufügen. Das Design dieser Reports lässt sich recht flexibel anpassen, sodass eigene Kundenberichte später auf Knopfdruck erzeugt werden können. Für Agenturen ist eine Whitelabel-Version vorhanden. Der eigene Account lässt sich in Teilen auch benutzerspezifisch parametrisieren, d. h. man kann für verschiedene Module einstellen, welche Grafiken



XOVI: Darstellung von Backlinks nach PageRank-Verteilung

The screenshot shows the Xovi SEO tool interface. At the top, there are navigation tabs: ÜBERSICHT, DASHBOARD, SEO (selected), SEM, BACKLINKS, AFFILIATE, REPORTING NEU, and KEYWORD DB. Below the tabs, there's a search bar with 'www.de' and a dropdown for 'google.de'. A date selector shows 'So, 30. Jan 2011' and an 'Anzeigen' button. There are radio buttons for 'Domain', 'URL Analyse', and 'Keyword Analyse'. The main content area is titled 'Ranking Value von www.de'. It contains a text block explaining the Ranking Value and a yellow box stating 'Der Ranking Value von www.de beträgt € 4.068.941,96'. Below this, there are 'Filter' and 'Detailfilter' sections with various sliders and checkboxes. On the left, there's a sidebar with 'seo' and 'Domaininformationen' sections.

seo

- Sichtbarkeit
- Keywords / Rankings
- Ranking Vergleich
- Ranking Value**
- Unterseiten / Verzeichnisse
- Subdomains
- Direkte Mitbewerber
- Thematisches Ranking
- Ähnliche Domains
- Keywords vorschlagen

Domaininformationen

.....de

Rankings: 10.361

OVI: 567,60

Backlinks: 2.351

Adwords: 406

Pagerank: 3

Domainpop: 49.951

Alexa Rank: 1.644

Dmoz Links: 1

Online seit: n/a

IP: 195.71.

Hosted in: Germany

Ranking Value von www.de

Der Ranking Value bezeichnet den Wert rankender Keywords einer Domain auf den Positionen 1-10 (Position x Suchvolumen x CPC x Trafficfaktor). Mit dem Keyvalue kann so erkannt werden, wo die größten Potenziale einer Domain liegen und wo effizienter mehr Umsatz generiert werden kann. Auch für Konkurrenzanalysen ist der Ranking- und Keyvalue interessant, um die wertvollsten Keys und Rankings der Mitbewerber übersichtlich zu sehen und so Webprojekte intelligent auf die wichtigen Begriffe zu optimieren. In der Spalte Maxvalue ist der maximal erzielbare Value (Keyword auf Platz 1), der für das jeweilige Key erreicht werden kann. Das Popup auf Keyvalue zeigt die aktuell ausgeschöpfte Prozentanzahl durch die jeweilige Platzierung.

Der Ranking Value von www.de beträgt
€ 4.068.941,96

Filter

Position 1 - 10

CPC € 0,00 - € 50,00

Lokales Suchvolumen 0 - Unbegrenzt

Globales Suchvolumen 0 - Unbegrenzt

Detailfilter

Keyword Länge 1 - 6 Wörter

Daten ausblenden

- Rankende Url
- Keyvalue
- Maxvalue
- Suchvolumen Global
- Suchvolumen Lokal
- Durchschnittlicher CPC

Export Hilfe

XOVI: Domaininformationen und Domainwert im Klartext

man standardmäßig angezeigt haben möchte.

Xovi verfügt wie die meisten anderen Tools auch über eine eigene Keyword-Datenbank. Bei der Keyword-Suche lassen sich über nützliche Filter gezielt wirtschaftlich einsetzbare Suchbegriffe finden, z. B. indem man eine Spanne für den Klickpreis, das gewünschte Suchvolumen, die Mitbewerberdichte und/oder andere Parameter angibt. Die Ausgabe wurde pro Abfrage auf 15.000 Keywords beschränkt, der Download auf 5.000, was für die meisten Anwendungsfälle völlig ausreichen dürfte.

Das SEM-Modul erlaubt es, für Domains aufgebuchte Keywords zu finden, die geschalteten Anzeigen, deren Verlauf über die Zeit sowie die angezeigten URLs. Wie auch bei anderen Tools sollte man sich hier aber nicht zu viel erwarten, denn die Crawlingleistung für wirklich aussagekräftige Ergebnisse wäre ex-

orbitant hoch. Man müsste hier für nicht weniger als praktisch alle denkbaren Keywords ständig mindestens drei Ergebnisseiten mehrerer Suchmaschinen absammeln und wegspeichern, was praktisch nicht zu bewältigen ist. Insofern bringen solche SEM-Analysen zwar eine gewisse Grundtransparenz, aber verlässlich sind die Daten in der Regel nicht.

Für eine Einschätzung von Mitbewerbern oder auch für die Suche nach thematisch passenden Websites für den Linkaufbau zeigt Xovi alle Domains an, die mit gleichen Keywords ranken.

Zur Schnellbeurteilung einer Domain kann man die „Ranking Value“-Funktion nutzen. Dort erhält man neben einigen aussagekräftigen Kennzahlen tatsächlich auch einen Wert in Euro, der sich aus der Summe der Einzelpositionen der auf Seite 1 rankenden Suchbegriffe mal Suchvolumen mal CPC und noch multipliziert mit einem Trafficfaktor zusam-

menetzt. Nach dieser Beurteilung erhält z. B. unsere Domain www.websiteboosting.com über organische Rankings Traffic im Wert von ca. 2.000 €. D. h. wir müssten in etwa diesen Betrag via Adwords ausgeben, wenn wir diese Besucher „kaufen“ müssten. Das ist gar keine schlechte Argumentationshilfe für gute SEO-Arbeit, da man dem Kunden visualisieren kann, was er ohne Suchmaschinenoptimierung für diesen Trafficanteil Monat für Monat bezahlen müsste.

Im Domainreport werden viele relevante Kennzahlen zusammengestellt. Hier hat man einen besonderen Wert auf Veränderungen im Ranking gelegt. Die Darstellung neu rankender oder herausgefallener Keywords und nach Wert (Position, Suchvolumen und CPC*) sortierter Chancen-Keywords erleichtert die Betreuung einer Domain erheblich.

Im Modul Backlinks lassen sich neben einer Übersicht und einer Detail-

* siehe Glossar Seite 112-114

| Filter | Detailfilter |
|--|--|
| Keyword <input type="text" value="Winterstiefel"/> | Mitbewerberdichte <input type="text" value="< 30%"/> |
| CPC <input type="text" value="0,15"/> | Bester Monat <input type="text" value="November"/> |
| Lokales Suchvolumen <input type="text" value="10000"/> | Minimale Keyword Länge <input type="text" value="3 Wörter"/> |
| Gobales Suchvolumen <input type="text"/> | Maximale Keyword Länge <input type="text" value="5 Wörter"/> |

XOVI: Keywords nach Parametern filtern

ansicht auch eigene Backlinks hinzufügen und zwei Domains hinsichtlich ihrer Backlinks vergleichen. Das Tool gibt anschließend aus, welche Domains auf A, aber nicht auf B verlinken, oder auf B, aber nicht auf A. Zusätzlich werden noch alle Domains angezeigt, die auf A und B verlinken. In der praktischen Anwendung würde man hier die eigene Domain

mit Mitbewerberdomains vergleichen und sich gezielt deren Backlinkgeber vornehmen, welche die eigene Domain eben noch nicht verlinken. So lassen sich bequem insbesondere Foren oder Blogs finden, die möglicherweise fach- oder branchenbezogen auf Mitbewerber verlinken. In Ansätzen lassen sich damit aber auch kleine Linkhubs finden.

Xovi bietet die Vollversion für 117,81 € pro Monat incl. MwSt. sowie eine Erweiterung für Google.at (zzgl. 58,31 €) an und gibt aktuellen Kunden angemerktweise eine Preisgarantie für die Zukunft, d. h. man muss trotz später ggf. erweiterter Zusatzfunktionen nicht mit Preiserhöhungen rechnen.

» **Weitere Infos unter:** www.xovi.de

MajesticSEO

MajesticSEO hat ein flexibles Preismodell (9,99 Pfund Bronze bis 250 Pfund Platinum/Monat) zur Analyse kleinerer Webprojekte bis hin zur professionellen SEO-Agenturunterstützung, für die auch eine eigene API zum automatisierten Abruf von Daten zur Verfügung steht. Im Maximum sind für Agenturen bis zu sagenhaften 100 Mio. Backlinks abrufbar. Dies ist möglich, da der Anbieter eine eigene große Datenbank betreibt, in die täglich fortlaufend Linkdaten über eigene Crawler eingepflegt werden. Daher stehen Daten auch für sehr große Domains mit einigen Zehn- oder Hunderttausend Backlinks praktisch auf Knopfdruck und in Echtzeit zur Verfügung.

Die ermittelten Daten lassen sich umfassend filtern und stehen auch für den Download im CSV-Format zur Verfügung. Kernstück ist der sogenannte „ACRank“ (**A-Citation-Rank**), nach dem sich natürlich ebenfalls sortieren lässt und der die wirklich wichtigen Backlinks sofort auf einen Blick hervorhebt. Der ACRank wird mit einem Wert von 0 bis 15 ausgegeben und steigt nach „unique referring external Domains“ an. In einem Glossar werden die Kennzahlen von MajesticSEO recht gut erklärt. Hat eine Seite beispielsweise bis zu 24 eingehende Links von unterschiedlichen Domains, wird der Wert 5 ausgegeben, sind es bis zu 17.496 Links, wird 11 angezeigt. Damit wird auf einen Blick erkennbar, welche Links von

einer Seite besonders wertvoll sind/wären bzw. Power haben. Der sog. ACRank Spread zeigt weiterführend die Unterschiedlichkeit der eingehenden Links an. Hier lässt sich ablesen, welchen ACRank die einzelnen eingehenden Links auf eine Seite haben bzw. wie deren „Stärke“ verteilt ist. Alle Links werden mit unterschiedlichen Attributen geliefert wie z. B. „Frame“, „NoFollow“, „Image“, „AltText“, „Deleted“ oder „Redirect“ und lassen sich in der Ansicht auch nach diesen Kriterien filtern bzw. sortieren. Je nach Paket lässt sich pro Monat eine begrenzte Anzahl an Backlinks generieren – einmal gemachte Analysen werden bei einem „Refresh“ allerdings nicht mehr mit in das Kontingent einbezogen.

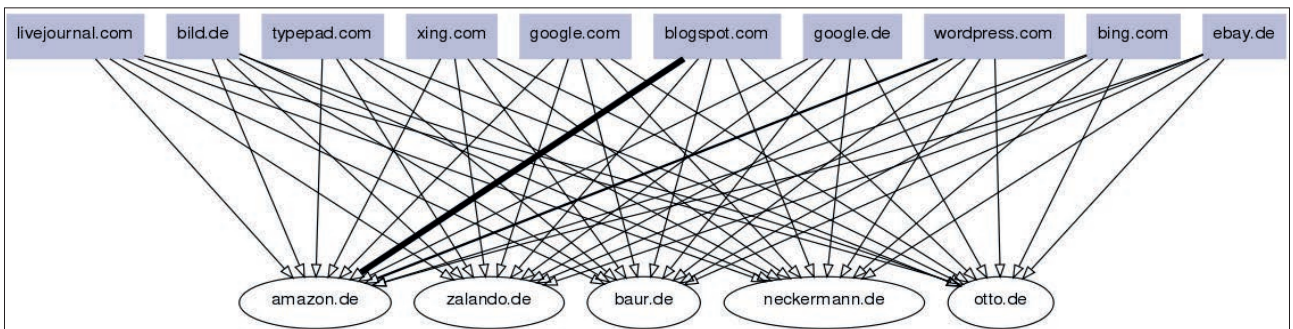
www.beliebige-domain.de Search Backlinks

| Domain | Sub Domains | Indexed URLs | External backlink stats | | | External backlinks by type | | | | |
|--------------|-------------|--------------|-------------------------|---------------------|--------------------------------|----------------------------|----------|-----------|--------|---------|
| | | | Backlinks (EDU / GOV) | Domains (EDU / GOV) | IP addresses (Class C subnets) | Images | NoFollow | Redirects | Frames | Deleted |
| www. de | 1 | 10,623,079 | 624,260 (- / 2) | 3,547 (- / 2) | 2,460 (1,879) | 42,105 | 30,545 | 12,911 | 734 | 6,331 |
| www. de | 152 | 10,910,799 | 642,126 (2 / 2) | 4,012 (1 / 2) | 2,747 (2,074) | 43,924 | 38,838 | 15,260 | 742 | 13,805 |

Search results 1 - 10 of exactly 10,623,079 (0.390secs)

| # | URL | Crawl date / First seen | ACRank | External backlink stats | | |
|---|---|-------------------------|--------|-------------------------|---------|--------------------------------|
| | | | | Backlinks | Domains | IP addresses (Class C subnets) |
| 1 | http://www. de: Schuhe und Mode versandkostenfrei im Online Shop... | 12 Jan 2011 | 8 | 118,997 | 1,693 | 1,261 (1,052) |
| 2 | Adidas Originals Online-Shop Adidas Originals versandkostenfrei http://www. as | 12 Jan 2011 | 6 | 511 | 73 | 70 (70) |

MAJESTICSEO: Voller Überblick über Backlinkstrukturen



MAJESTICSEO: Darstellung von Linkbeziehungen mehrerer Domains

Herausragend bei MajesticSEO ist sicherlich die extrem schnelle Abfrage von Linkdaten. Weitere Features sind z. B. die Anzeige einer auch vergleichenden (bis zu fünf Domains) Backlinkhistorie, das Finden von anderen Domains auf der gleichen IP oder dem gleichen IP-Block, die Möglichkeit, Linkhubs zu finden (Clique Hunter), wo man nach Eingabe von bis zu fünf Domains auch grafisch gemeinsame Linkquellen identifizieren kann. Auch an das schnelle Generieren von (Link-) Massendaten wurde gedacht. So gibt es die Möglichkeit der gleichzeitigen Eingabe von bis zu 400 Domains, für die dann im sog. Bulk-Betrieb alle Backlinks geholt werden können und zur beliebigen Weiterverarbei-

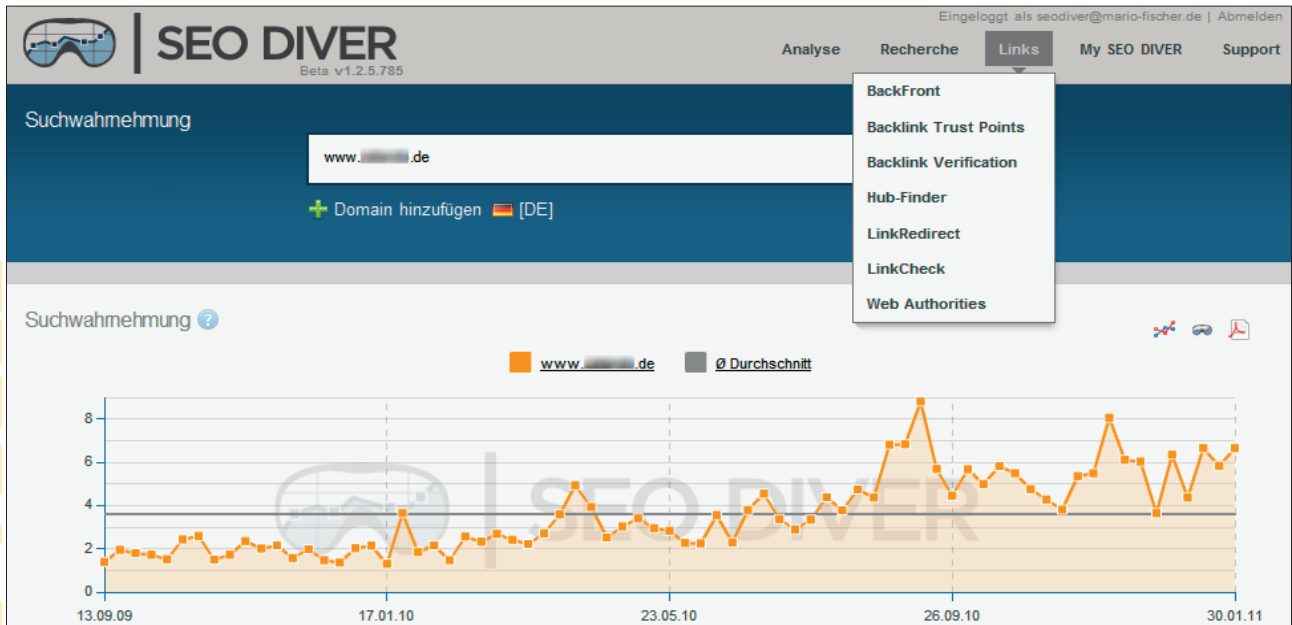
tung downloadbar sind. Alle wesentlichen Daten für eine professionelle Linkbeurteilung sind darin enthalten. Bei vielen Daten gibt es zusätzlich die Möglichkeit, über Icons einen tieferen Drill-down zu starten. Erstellte Analysen können in eigens erzeugten Ordnern und Unterordnern übersichtlich abgelegt werden.

Alle Daten sind auch über eine dokumentierte API direkt in eigene Systeme einbindbar (in der Platinum-Version). Zudem sind eine eigene API für Entwickler sowie weitere Preismodelle für umfassenderen Zugriff vorhanden. Die Bezahlung erfolgt über PayPal. Sollte ein Wechsel in einen größeren Account notwendig werden, bleiben alle bisherigen Daten erhalten.

Die Stärke von MajesticSEO liegt eindeutig in der Unterstützung der professionellen SEO-Arbeit von Agenturen bzw. großen Unternehmen mit Inhouse-SEO. So kann man z. B. nach der Eingabe gut rankender (Mitwerber-)Domains die besten Eingangslinks für diese Domain(s) mit allen wesentlichen Kennzahlen identifizieren oder sehr einfach und schnell Linkhubs (Domains, die alle auf ein definiertes Set anderer Domains verlinken) finden. Für den Aufbau eigener Backlinks und strukturelle (Beziehungs-)Analysen von Websites findet mal also hier praktisch eine unerschöpfliche Quelle.

» *Weitere Infos unter www.majesticseo.com*

SEODIVER



SEODIVER: Listung der Suchwahrnehmung für eine Domain über die Zeit

Der SEO Diver wurde letztes Jahr von Abakus auf der SEMSEO vorgestellt und läuft seither noch im Beta-Modus. Nach eigenen Angaben sind in der eigenen Datenbank über 35 Mio. Domains und mehr als 300 Mio. Keywords gespeichert und über ein Panel auch Daten über das tatsächliche Suchverhalten der User enthalten. Leider gibt der Anbieter keine genauen Daten über das Userpanel bzw. seine Struktur bekannt. Das Offenlegen solcher Quellen gegenüber den Mitbewerbern ist nicht immer ratsam, wofür man in gewissem Umfang wohl Verständnis aufbringen muss.

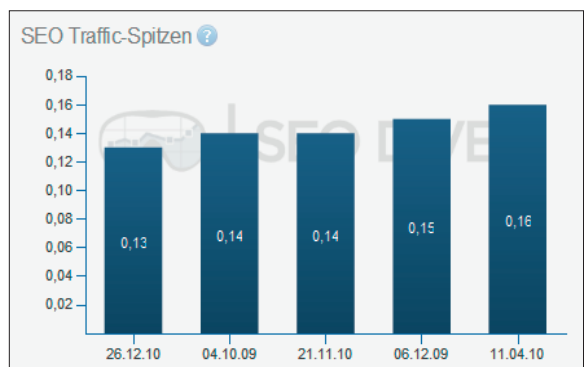
Der SEO Diver bietet verschiedene eigene Kennzahlen an, die z. B. die Suchwahrnehmung (aus einem eigenen Panel) analysieren, bzw. zeigt die Impressions in der organischen Suche an. Eine andere Kennzahl ist die statische Sichtbarkeit, die mit einem vordefinierten Set an Keywords arbeitet und damit sehr gut für die Visualisierung von Veränderungen im Ranking herangezogen werden kann. Die

sog. Suchreichweite zeigt einen nicht vollständig erklärten Wert aus dem eigenen Nutzer-Panel, der unter anderem neben den Rankingpositionen auch lokale Unterschiede und persönliche Anpassungen der Suchenden berücksichtigt.

Zur Beurteilung der Backlinkqualität steht der sog. „Backlink Authority Score“ zur Verfügung. Bei www.websiteboosting.com ist der z. B. 556,15. Da die Kennzahlbezeichnungen nicht erklärend verlinkt sind und in der Beta-Version weder eine Hilfe oder ein Suchfeld zur Verfügung steht, blieb der eigentliche Nutzen dieser Kennzahl jedoch zunächst im Dunkeln. Eine Anfrage



SEODIVER: Kurzübersicht über eine Domain



SEODIVER: Wann waren besondere Trafficspitzen?

über das Feedback-Fenster wurde allerdings innerhalb einer Stunde beantwortet, was durchaus als vorbildlich bezeichnet werden kann. Diese Kennzahl wird errechnet als „Summe aller lokalen Suchreichweiten (eigene Kennzahl, siehe oben) aller mit ‚follow‘ verlinkenden Domains“ geteilt durch die „Anzahl aller mit ‚follow‘ verlinkten Domains“. Damit wird dann ausgedrückt, wie „autoritär“ die Backlinkstruktur ist – oder vereinfacht gesagt, wie mächtig die verlinkenden Domains im Schnitt sind. Steigt diese Zahl für eine Domain an, ist das ein recht untrügliches Zeichen für erfolgreiche Verlinkungsarbeit.

Die Stärke des SEO Diver liegt sicherlich bei den Recherche- und Linktools. So lassen sich für Suchbegriffe gut rankende Domains finden, die eine filterbare Anzahl an Backlinks haben und zudem nach Alter anzeigbar sind. Die so gefundenen und nach Suchreichweite sortierbaren Domains bzw. URLs lassen sich anschließend bequem exportieren. Mit der Funktion „SearchOnIP“ lassen sich für ein Keyword rankende Domains finden, die in einem bestimmten IP-Bereich liegen. Für den professionellen Analytiker ist dies ein wahres Eldorado an Transparenz über Mitbewerber, die Arbeit anderer SEO-Unternehmen und natürlich zur Findung guter Backlinkquellen. SEO Diver lässt

den User bei der Analyse auch gezielt nach den wertvollen .gov oder .edu-Domains filtern und selbst deutsche Uni- oder FH-Domains sind selektierbar. Diese wurden erfreulicherweise offenbar manuell eingepflegt, denn die Domainendung ist hier ja normalerweise „.de“.

In SEO Diver findet man einen Hub-Finder (gemeinsame Backlinks von bis zu fünf Domains finden) ebenso wie einen Redirect-Finder (findet per 301 oder 302 weitergeleitete Seiten – eine von SEOs genutzte Möglichkeit, Linkquellen etwas zu verschleiern).

Eine Liste eigener Backlinks ist direkt hochladbar zur Verifikation und Anreicherung mit wichtigen Kennzahlen. Ebenso können direkt aus Yahoo! Backlinkdaten einer Domain geholt werden und über intelligente Filtersetzung kann die Restriktion auf nur 1.000 Backlinks zumindest teilweise umgangen werden. Wirklich nützlich ist dabei die etwas versteckte Angabe relevanter Keywords zu jedem Link (Keyword-Prisma). Zusätzlich lassen sich Links gezielt von Startseiten (Home) finden oder auch Backlinks gezielt bis in die dritte Verlinkungsebene suchen. Eine mächtige Funktion, die sicher vor allem Profis für ihre Arbeit sehr zu schätzen wissen.

Ein besonderes Highlight -neben dem leistungsfähigen Keyword-Tool- ist sicher

der „Web Authorities“-Finder. Mit diesem komplexen Recherchetool findet man zu einem Keyword die sog. Autoritäten im Web. Das Tool sucht dabei nach Domains, die – möglichst oft – von anderen Domains verlinkt werden, die für ein Keyword sehr gut ranken. Das sind dann die eigentlichen Autoritäten zu einem Keyword, und einen thematisch passenden Link von dort zu bekommen, ist für das eigene Ranking oft die wahre Königsklasse – und bewirkt teilweise heftige Schübe nach vorn.

Alles in allem ist der SEO Diver sicherlich hauptsächlich ein Werkzeug für echte Profis. Zwar lassen sich auch Rankingüberwachungen und Keyword-Recherchen bewerkstelligen, aber der wahre Wert des Tools liegt sicher nicht ungewollt im Namen: Diver. Es ermöglicht also tatsächlich das sehr tiefe Eintauchen in teilweise ansonsten verborgene Domain- und Linkstrukturen und somit auch das einfache Auffinden von (versteckten) Quellen für die richtigen Backlinks. Klasse statt Masse. Die Performance des Tools lässt teilweise etwas zu wünschen übrig, aber dieser Umstand ist sicherlich noch dem Beta-Modus geschuldet. Eine kleine Besonderheit, die uns gefallen hat: Die Oberfläche des Tools ist „iPad-friendly“ gestaltet.

» *Weitere Infos unter: de.seodiver.com*

SEMRUSH

Das Semrush-Tool ist spezialisiert auf alle Themen rund um Keywords. Die Bedienung ist dabei denkbar einfach. Man gibt ein Keyword oder einen Domainnamen in den Suchschlitz ein und erhält daraufhin zunächst eine Übersicht, die sich dann über das linke Menü verfeinern bzw. weiter detaillieren lässt. Innerhalb von Sekunden erhält man den CPC eines Suchbegriffs,

eine Wettbewerbskennzahl (Wie umkämpft ist der Begriff?), das durchschnittliche Suchvolumen und die Verteilung über die letzten zwölf Monate. Danach folgen eine Übersicht über genau passende Kombinationsbegriffe (Long Tail), eine Zusammenstellung ähnlicher Suchbegriffe sowie die ersten 20 Treffer in den organischen und bezahlten Suchergebnissen. Alle Daten lassen sich per

Download in eine Tabellenkalkulation laden und dort nach Kennzahlen sortieren, filtern und ggf. durch eigene Formeln neu formieren. Die Datenbank enthält nach eigenen Angaben 40 Mio. US-Suchbegriffe und Daten zu 20 Mio. Domains. An deutschen Keywords hält sie 6 Mio. bereit.

Der Semrush-Rank als tooleigene Kennzahl besteht aus einer Schätzung

Berichte: US UK RU DE FR ES IT BR

Domain-Übersicht

- Organische Suchbegriffe: 44.2 k
- AdWords Suchbegriffe: 12.2 k
- Mitbewerber in organischer Suche: 50.9 k
- Mitbewerber in AdWords bei Google: 5.1 k
- Adwords Ads Texte: 12.2 k
- Potentielle Ads/Traffic Käufer (Organischer zu AdWords Wettbewerb): 14.8 k
- Potentielle Ads/Traffic Verkäufer (AdWords zu Organischem Wettbewerb): 27.9 k

Ergebnisse von 1 zu 100 aus 44,205 Max in DE (44,205)

| Suchbegriff | Pos | Δ Umfang | CPC | URL | Traffic % | Kosten % | Wettbewerb | Ergebnisse | Trend |
|-----------------|---------|-----------|------|----------|-----------|----------|------------|------------|-------|
| abendmode | 1 (1) | 1,220,000 | 0.90 | ur-de | 8.84 | 7.27 | 3.47 | 0 | |
| kleiderschrank | 1 | 823,000 | 0.69 | de | 5.96 | 3.76 | 2.78 | 0 | |
| wohnwand | 1 (1) | 298,663 | 0.56 | ur-de | 2.16 | 1.10 | 1.55 | 0 | |
| kleiderschrank | 2 | 823,000 | 0.69 | bml | 1.65 | 1.04 | 2.78 | 0 | |
| kleid | 1 (1) | 201,000 | 0.91 | de | 1.45 | 1.21 | 1.87 | 0 | |
| bikini | 1 | 201,000 | 0.57 | html | 1.45 | 0.75 | 2.66 | 0 | |
| esprit | 11 (12) | 1,830,000 | 4.54 | -de | 1.32 | 5.50 | 1.04 | 18,000 | |
| strickkleid | 1 (1) | 165,000 | 1.00 | bml | 1.19 | 1.09 | 2.65 | 0 | |
| couchtisch | 2 (3) | 550,000 | 0.57 | -de | 1.10 | 0.57 | 4.35 | 0 | |
| uhren & schmuck | 11 (12) | 1,500,000 | 0.77 | -de | 1.08 | 0.76 | 3.07 | 0 | |
| esszimmer | 1 (2) | 135,000 | 0.71 | r-de | 0.97 | 0.63 | 2.35 | 0 | |
| hochbett | 2 (2) | 450,000 | 0.55 | ett.html | 0.90 | 0.45 | 2.33 | 0 | |
| wc sitz | 1 (1) | 110,000 | 0.87 | -de | 0.79 | 0.63 | 3.12 | 0 | |
| couchtisch | 3 (4) | 550,000 | 0.57 | tml | 0.76 | 0.39 | 4.35 | 0 | |
| sideboard | 2 (2) | 368,000 | 0.76 | ard.html | 0.73 | 0.51 | 2.10 | 0 | |
| schlafzimmer | 2 (2) | 368,000 | 0.82 | de | 0.73 | 0.55 | 1.21 | 0 | |
| winterschuhe | 2 | 368,000 | 1.21 | -de | 0.73 | 0.81 | 2.62 | 0 | |
| blusen | 1 (1) | 90,500 | 1.68 | -de | 0.65 | 1.00 | 3.14 | 0 | |
| eckbankgruppe | 1 (1) | 90,500 | 0.48 | r-de | 0.65 | 0.28 | 2.64 | 0 | |
| schreibtische | 1 (1) | 90,500 | 1.32 | de | 0.65 | 0.79 | 3.81 | 0 | |

Number of Google Keywords (Line chart showing trends for US, UK, RU, DE, FR, ES, IT, BR)

SEMRush Rang: 58
 Google SE Traffic: 6,480k
 SE Traffic Preis: \$7,094k
 AdWords Traffic: 216k

SEMRUSH: Umfassende Recherchen für Suchbegriffe

Ergebnisse von 1 zu 100 aus 329,249

| | | |
|---|---|--|
| Wii Alles für Ihre Wii - bei OTTO. Attraktiver Spielspaß für alle! www.otto.de/NintendoWii | OTTO - die neue Vielfalt. Entdecken Sie jetzt die ganze Shopping-Vielfalt bei OTTO. www.otto.de | Playstation 3 Das ultimative Spielerlebnis! Bestellen Sie die PS3 bei OTTO. www.otto.de/PlayStation3 |
| OTTO - die neue Vielfalt. Entdecken Sie jetzt die ganze Shopping-Vielfalt bei OTTO. www.otto.de | Handtaschen bei OTTO Warum müssen Frauen mehr als eine Tasche haben? OTTO hat die Antwort! www.otto.de/Handtaschen | Fernseher Scharf, groß, HD ready - Die neuen Fernseher von OTTO! www.otto.de/Fernseher |
| Crosstrainer Fit durch den Tag mit OTTO. Markentrainer online bestellen! www.otto.de/Crosstrainer | Swiss Mountain bei OTTO Immer voll im Trend - Mit Taschen von Swiss Mountain bei OTTO! www.otto.de/Markentaschen | Waschmaschine Umweltschonend & energiesparend: Waschmaschinen bei OTTO! www.otto.de/Waschmaschinen |
| Bauchtrainer bei OTTO Hocheffektives Bauchtraining - Preisgünstig im OTTO Onlineshop! www.otto.de/Bauchtrainer | Waschmaschinen bei OTTO Waschmaschinen zum Schleuderpreis: Top-Markenqualität bei OTTO! www.otto.de/Waschmaschinen | Brautkleid bei OTTO Atemberaubend schön - Brautmode für Ihren großen Tag. Bei OTTO. www.otto.de/hochzeit |
| PS3 Das ultimative Spielerlebnis! Bestellen Sie die PS3 bei OTTO. www.otto.de/PlayStation3 | Wii Spiele Große Auswahl an Spielen bei OTTO. Alles für Ihre Nintendo Wii ! www.otto.de/NintendoWii | Heimkinosysteme bei OTTO Heimkinosysteme - Ganz einfach bei OTTO bestellen! www.otto.de/Heimkinosysteme |
| Kaminöfen Hochwertige Kaminöfen gibt's | Baby Stiefel Qualität für süße Füße - Babyschuhe | Scooters Kleine Flitzer ganz groß - |

SEMRUSH: Welche Adwordstexte schaltet Otto.de derzeit (Ausschnitt)?

der Anzahl Besucher, die über Google auf eine Domain kommen, und den geschätzten Kosten für den Traffic, der über Adwords eingekauft wurde. Die Hochrechnungen über den geschätzten Traffic bzw. die Kosten, die ein Mitbewerber für bezahlte Adwords-Werbung ausgibt, können zumindest ansatzweise wertvolle Hinweise für eine Einschätzung der Aktivitäten der Mitbewerber und damit auch für die eigene Budgetaussteuerung liefern.

Die Keyword-Datenbank lässt Abfragen zu für US, UK, Russland, Deutschland, Frankreich, Spanien und im Beta-Modus auch für Italien und Brasilien. Auch für andere Länder oder sehr große Domains bietet Semrush an, gegen zusätzliche Vergütung manuell individuelle Berichte zu erstellen.

Für eine eingegebene Domain lassen sich alle organischen sowie bezahlten Suchtreffer anzeigen, die wichtigsten

Mitbewerberdomains in der organischen Suche und bei Adwords, die Adwords-Texte (sofern die zu analysierende Domain Adwords schaltet) und potenzielle Traffic-Käufer im Verhältnis zu Wettbewerbern im organischen Bereich und umgekehrt. Die Suchergebnisse (Domainnamen) können dabei jeweils angeklickt werden, womit man einen sog. Drill-down auslöst und sofort eine komplette Analyse dieses geklickten Ergebnisses erhält.

Ein wirklich vorbildliches Tutorial mit Videos und vielen Screenshots zu Nutzungsbeispielen, einer Beschreibung aller Berichte bzw. Analysen und einer guten Doku der API erleichtert neuen Nutzern den schnellen Einstieg. Ebenso werden alle Kennzahlen erklärt, wenn man erst mal entdeckt hat, dass beim Mouseover ein Fragezeichen erscheint, das einen Infotext erzeugt. Die Benutzerfreundlichkeit wird bei Semrush wirklich großgeschrieben und verdient daher auch eine besondere Erwähnung.

» **Weitere Infos unter**
<http://de.semrush.com>

Searchmetrics SUITE

Zielkunden der Searchmetrics Suite sind mittlere bis größere Unternehmen und professionelle SEO-Agenturen, die ihre Website(s) SEO-technisch gesehen komplett transparent monitoren und optimieren wollen. Die Suite ist sehr komplex und passt sich den zu überwachenden Domains wie eine zweite Haut an. Dies beginnt bei der Echtzeitintegration des Tracking-Tools (via API von etracker, Google Analytics und Omniture) und endet bei der notwendigen (Eigentümer-)Verifikation aller Domains. Aber auch an den Bedarf einer schnellen Überblicksanalyse für einzelne Domains hat man gedacht. Die Oberfläche der Suite ist angenehm aufgeräumt, die teilweise mächtigen Funktionen sind gut beschrieben bzw. erklärt und man hat offenbar alles berücksichtigt, was ein Betreiber für die ernsthafte Unterstützung hinsichtlich SEO benötigt. Bis man alle Möglichkeiten der teilweise bis zu vierstufigen Menüstruktur auch tatsächlich realisiert und verstanden hat, muss man freilich einige Zeit investieren.

Ein echtes Highlight ist sicherlich der „Keyword Page Optimizer“: Damit lassen sich gezielt die Seiten einer Domain in Bezug auf ein Keyword und wichtige technische Voraussetzungen analysieren und optimieren. Dazu werden die Einzelseiten gecrawled und einer umfassenden, automatisierten Untersuchung unterworfen. Bei diesem Tool lässt Searchmetrics die Muskeln spielen. Die Seite wird nach allen Regeln der Kunst aus SEO-Sicht zerlegt und man erhält einen umfassenden Report, der aus unserer Sicht keine Wünsche mehr offen lässt. Zusammenfassend wird, wie in Abbildung 14 zu sehen ist, für einzelne Seg-

Gesamtwertung

Keyword **poolzubehör**

47,53 %

| Technical Score | Common Score | Performance Score | Content Score | Linking Score |
|-----------------|--------------|-------------------|---------------|---------------|
| 99,52 % | 93,67 % | 22,32 % | 75,87 % | 19,29 % |
| 15 x ✓ | 6 x ✓ | 1 x ✓ | 10 x ✓ | 1 x ✓ |
| 0 x ! | 0 x ! | 3 x ! | 4 x ! | 4 x ! |
| 1 x ! | 2 x ! | 0 x ! | 9 x ! | 4 x ! |
| 0 x ✗ | 0 x ✗ | 0 x ✗ | 0 x ✗ | 0 x ✗ |

Fehler

- ! Die eingebundenen Bilder sind mit 204,60 Pixel nicht groß genug. Sie können so nur bedingt gute Suchergebnisse erzielen.
- ! 25% der Links auf der untersuchten Seite zeigen auf externe Domains.
- ! Es wurden nur 4 Links gefunden.
- ! Im gesamten Contentbereich weist das untersuchte Keyword kein einziges Vorkommen auf.

Technical Score Common Score Performance Score Content Score Linking Score

Zusammenfassung/Detailansicht: Detailansicht

| Punkte | Kriterium | Gut | Warnung | Fehler | Schwerwiegend |
|--------|----------------------------------|-----|---------|--------|---------------|
| 70 % | Verwendung von Keyword-URLs | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 70 % | Verwendung von Titeln | 1 | 0 | 1 | 0 |
| 95 % | Suchergebnisvorschau | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 0 % | Verwendung von Meta-Descriptions | | | 1 | 0 |
| 60 % | Content-Bereich | | | 1 | 0 |
| 75 % | Verwendung von Formatierungen | | | 0 | 0 |
| 0 % | Verwendung von Contentlinks | | | 1 | 0 |
| 0 % | Gliederung des Textes | | | 1 | 0 |
| 0 % | Verwendung von Überschriften | | | 1 | 0 |
| 80 % | Verwendung von Bildern | | | 2 | 0 |
| 100 % | Content | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 100 % | Titel | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 40 % | Linktexte der internen Links | 0 | 0 | 1 | 0 |
| n/a | Freshness | 0 | 0 | 0 | 0 |

40 % Linktexte der internen Links
Spam-Charakter

An dieser Stelle wird die Qualität des Links analysiert. Eine hohe Anzahl nahezu identischer

! Die Linktexte könnten den Eindruck von Spam erwecken. Das Wort Pool h

Lösungsvorschlag:
Aus Sicht der Suchmaschine ist diese Art der Verlinkung zwar sehr gut, könnte jedoch Linktexte bzw. die Linkzeile so zu wählen, dass eine breitere Streuung stattfindet.

SEARCHMETRICS: Die Optimierungsanalyse lässt praktisch keine Wünsche offen

ment ein Technical, Common, Performance, Content und ein Linking-Score ausgewiesen. Dort erkennt man auf einen Blick, wo Änderungsbedarf besteht oder gar Gefahren für das Ranking versteckt sein könnten. Die Detailinformationen der Segmente lassen sich darunter über Tab-Reiter einzeln auswählen. Hierbei kann man zwischen einer zeilenorientierten Zusammenfassung (in der Abbildung dargestellt) oder einer Detailansicht wählen (in der Abbildung mit einer Fensterdarstellung angedeutet). In dieser letzten Detaillierungsstufe wird das Prüfungsergebnis zu derzeit 47 SEO-relevanten Faktoren ausgewiesen, erklärt, nach Wichtigkeit eingestuft und jeweils ein Lösungsvorschlag gegeben. Die Vorschläge

sind dabei so ausführlich, dass man kein SEO-Expertenwissen benötigt, um die eigenen Seiten selber für Suchmaschinen fit zu machen.

Searchmetrics bietet eine sehr gute Keywordrecherche, umfassende Möglichkeiten von Rankingbeobachtungen und lässt auch gezielte Beobachtungen über eine Zuordnung zum Keyword-Graphen zu.

Bei der Suche nach Erfolg versprechenden Keywords ist die Anzeige des KEI (Keyword Effektives Index) hilfreich, der über eine Verrechnung von Suchvolumen, max. CPC, Anzahl Mitbewerber und weitere Faktoren anzeigt, ob sich die Optimierung für ein Keyword tatsächlich auch lohnt.

Movers & Shakers

Die Movers & Shakers geben Ihnen eine Übersicht der stärksten Positionsveränderungen von den Keywords der Domain im Vergleich zur Vorwoche.

Domain, Subdomain oder Verzeichnis: Land:

► Movers & Shakers der Domain [www.amazon.de](#) 28.01.2011

| Gewinner | | Verlierer | | | | | | |
|----------|--------------|------------------------------------|----------------|--------------------|--------|------------|---------------|--|
| # | Keyword | Url | Pos 28.01.2011 | Last am 21.01.2011 | Change | SDRV™ | Ø Suchvolumen | |
| 1 | megablocks | ./mega-blocks-Puppen-Zubeh%C3%... | 91 | 1 | -90 | -15.469,47 | 80 | |
| 2 | sexy girl | ./Sexy-Girl-next-Door-Vulvis/dp... | 59 | 2 | -57 | -2.997,75 | 8.275 | |
| 3 | phil jackson | ./Phil-Jackson/e/B000AP8570 | 82 | 4 | -78 | -2.787,80 | 120 | |

SEARCHMETRICS: Auf einen Blick – Amazon hat für „Sexy Girl“ innerhalb einer Woche 57 Positionen verloren

Alerts erstellen

Stellen Sie sich hier Ihre persönlichen Alerts zusammen. Wir benachrichtigen Sie, sobald Veränderungen in den von Ihnen beobachteten Bereichen auftreten.

Schritt 1: Wählen Sie für Ihren Alert die gewünschten Module aus und ziehen Sie diese per Drag and Drop in den Report.

Verfügbare Module

- Alert Google Pagerank**
Der Alert wird ausgelöst, wenn sich der Pagerank der von Ihnen benannten Domain um mindestens einen Punkt verändert.
- Alert Schwellenkeywords**
Sie erhalten einen Alert, wenn eins der Keywords der von Ihnen ausgewählten Domains zum Schwellenkeyword wird.
- Alert Audit Score**
Wenn sich die Gesamtbewertung der von Ihnen eingetragenen Domain im AuditScore um mehr als 5% verändert, erhalten Sie eine Nachricht.
- Alert Wettbewerber**
Betrifft die 50 stärksten Wettbewerber deren Searchmetrics SERPS Value sich um mehr als 10% verändert.

Ihre persönlichen Alerts

- Alert Google indizierte Seiten**
Betrifft Domains mit mehr als 50 Seiten im Index und einer Schwankung von über 25%.
- Alert Keyword Positionen**
Betrifft alle Veränderungen innerhalb der Top 5 und Sprünge zwischen Top 10, Top 20 und Top 30.
- Alert Searchmetrics Value Rank™**
Der Alert wird ausgelöst, wenn sich der Searchmetrics Value Rank um mehr als 30% verändert.

SEARCHMETRICS: Vorbildlich lassen sich vordefinierte Berichte und Alerts zusammenstellen

Keyword Recherche

Keyword:

Tiefe: niedrig mittel hoch

Suchmaschinen: Google Bing Yahoo!

| # | Wort | Häufigkeit | Suchvolumen | CPC | potential AdBudget | Integrations Universal Search | Trend |
|----|--------------|------------|-------------|------|--------------------|-------------------------------|-------|
| 1 | stiefel | 327 | 74.000 | 0.65 | 1.603,33 | | |
| 2 | schuhe | 83 | 165.000 | 0.60 | 3.300,00 | | |
| 3 | shop | 67 | 9.900 | 1.30 | 429,00 | | |
| 4 | versand | 54 | 9.900 | 1.34 | 442,20 | | |
| 5 | sale | 51 | 4.400 | 1.44 | 211,20 | | |
| 6 | gummistiefel | 48 | 27.100 | 0.68 | 614,27 | | |
| 7 | walk | 46 | 720 | 0.94 | 22,56 | | |
| 8 | city | 46 | 8.100 | 1.88 | 507,60 | | |
| 9 | black | 45 | 9.900 | 0.69 | 227,70 | | |
| 10 | kostenloser | 42 | 720 | 0.74 | 17,76 | | |
| 11 | shoes | 41 | 3.600 | 1.03 | 123,60 | | |
| 12 | glattleder | 40 | 390 | 0.49 | 6,37 | | |
| 13 | grey | 39 | 4.400 | 0.70 | 102,67 | | |
| 14 | schwarz | 38 | 14.800 | 0.12 | 59,20 | | |
| 15 | damenschuhe | 37 | 18.100 | 0.63 | 380,10 | | |
| 16 | boots | 36 | 49.500 | 0.78 | 1.287,00 | | |
| 17 | tamaris | 36 | 90.500 | 0.71 | 2.141,83 | | |
| 18 | baur | 35 | 301.000 | 1.27 | 12.742,33 | | |

SEARCHMETRICS: Umfassende Keywordrecherchen

Unter Berücksichtigung der hinterlegten Keywords kann jederzeit auf Knopfdruck eine Marktanalyse gefahren werden. Dazu werden die für den eigenen Keyword-Pool am besten rankenden 100 Domains mit unterschiedlichen Kennzahlen wie der eigenen SSV (Searchmetrics Serps Value), der Rankingverteilung von Seite 1-3, der dortigen Keyword-Dichte sowie der Anzahl an Suchergebnissen für das jeweilige Keyword für Google, Bing und Yahoo! ausgegeben. Der SSV wird aufgrund einer Gewichtung der Positionen und gefundenen Keywords im Marktumfeld berechnet und macht alle Domains hinsichtlich dieser Keywords vergleichbar. Die Suite erlaubt Abfragen von bis zu 50.000 Backlinks und im Ultimate-Paket sind bis zu 50 Backlinkexporte (Basic: 10, Premium: 20) möglich.

Bleibt noch zu erwähnen, dass man mittels der Keyword-Schnellanalyse und einer gut ausgebauten Longtailanalyse einen sehr guten Überblick über beliebige Domains und einen Search Channel bekommt. In der Longtailanalyse wartet Searchmetrics mit einem Pool von bis zu 50 Mio. Domains und 25 Mio. Keywords auf. Domains lassen sich sogar in Echtzeit auf Schwellenkeywords (ab Seite zwei der Suchergebnisseiten) filtern. Das ging so bei keinem anderen

Tool und muss wohl aus technischer Sicht mittels einer ganzen Armada an verteilten Servern realisiert worden sein, denn bekanntermaßen machen Suchmaschinen bei zu vielen maschinellen Abfragen die Schotten mit IP-Sperren ganz schnell dicht.

Für hinterlegte Domains gibt es bei der Backlinkanalyse keine Limitierungen. Lediglich bei der Untersuchung von weiteren, nicht angemeldeten Domains sind Abfragen auf 50 mal 5.000 Backlinks pro Tag beschränkt. Beim Thema Linkmanagement hat Searchmetrics erst vor Kurzem extrem aufgestockt. So ist es mittlerweile möglich, bis zu einer halben Mio. Links zu verwalten, sie übersichtlich in Typen zu sortieren und alle 48 Stunden auf das tatsächliche (Noch-)Vorhandensein zu prüfen. Neben wichtigen Kennzahlen zur Bewertung eingehender Links wurde auch an Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen gedacht: Mittels eines [ROI*](#)-

(Return-on-investment-)Rechners können Aufwand und erreichter Nutzen beim Linkaufbau überprüft werden. Dies löst das Bauchgefühl ab und gibt knallharte Argumente für Budgetverhandlungen in die Hand.

Gerade für größere Unternehmen ist sicherlich die Möglichkeit der zusätzlichen Überwachung von Google News mit bis zu stündlichen Intervallen nützlich.

Reports oder Alerts lassen sich vordefiniert zusammenstellen und automatisiert per Mail je nach Paket an bis zu 100 Empfänger verschicken. Das entbindet von der Notwendigkeit, jeden Tag im Detail selbst auf Anomalien im Ranking achten zu müssen. Recht praktisch ist auch die Möglichkeit, Gastaccounts mit Rechtezuweisungen einrichten zu können, um Dritten dauerhaft oder fallweise einen Zugang zu ausgewählten Daten geben zu können, sowie die in Teilen konfigurierbare Oberfläche des Tools.

In den Zugangspaketen „Premium“ und „Ultimate“ sind jeweils ein bzw. zwei Std. telefonischer Support enthalten, was angesichts der Fülle an Funktionen sicherlich eine wertvolle Hilfestellung sein kann und dazu verwendet werden kann, expertengestützt wirklich das Letzte aus dem Tool herauszuholen.

Zusätzlich bietet Searchmetrics noch das SEO-Tool „Rapid“ an, mit dem schnelle Keyword-Analysen und Mitbewerbervergleiche gefahren werden können. In den drei Suite-Paketen ist ein jeweils gestufter Zugang zu Rapid mit enthalten, ansonsten liegen die Preise zwischen 58,31 € und 236,81 € pro Monat. Eine nur vom Umfang, aber nicht funktionell beschränkte Trial-Version ist ebenfalls verfügbar, sodass man sich ohne Risiko ein gutes Bild von der Leistungsfähigkeit machen kann.

» **Weitere Infos unter:**
www.searchmetrics.com

WISE SEO:SUITE

Die WISE SEO Suite wird von WISE (Web Information Services) angeboten. Die Backlinkanalyse hinterlegter Domains geht in diesem Tool angenehm schnell, da die Daten aus einer eigenen Datenbank gespeist, mit eigenen [Spidern*](#) ermittelt und durch Anfragen diverser Suchmaschinen ergänzt werden. Die Darstellung ist sehr übersichtlich und kann mit umfassenden Filtern beeinflusst werden. Neu hinzugekommene (grün) oder weggefallene Links (rot) werden dabei farblich differenziert ausgegeben. Zu jedem Backlink wird u. a. angegeben, von welcher IP er kommt, wie viele Links von der Domain noch gesetzt wurden, die „Power“ des Backlinks (hier werden diverse Faktoren wie Page-Rank, Position auf der Seite, Anzahl interner und externer Links berücksichtigt),

* siehe Glossar Seite 112-114

| Domain | Report | Abonnieren (Mailversand) | Suchmaschinen | Direkt generieren und drucken |
|-------------------------|---|--------------------------|--------------------|-------------------------------|
| www.websiteboosting.de | <input type="checkbox"/> Suchm. Ranking Individuell | nein | google.de, bing.de | Druckvorschau |
| | <input checked="" type="checkbox"/> Top 10 Keywords Report | ja - wöchentlich | google.de, bing.de | Druckvorschau |
| | <input type="checkbox"/> Potential Report | ja - monatlich | google.de, bing.de | Druckvorschau |
| | <input checked="" type="checkbox"/> Positionsverteilungs Report | nein | google.de, bing.de | Druckvorschau |
| | <input type="checkbox"/> Domain OSR Report | nein | - | - |
| www.websiteboosting.com | <input checked="" type="checkbox"/> Backlink Report | ja - wöchentlich | - | Druckvorschau |
| | <input type="checkbox"/> Suchm. Ranking Individuell | nein | google.de, bing.de | Druckvorschau |
| | <input type="checkbox"/> Top 10 Keywords Report | nein | google.de, bing.de | Druckvorschau |

WISE SEO Suite: Der Reportgenerator bereitet alle Analysen optisch sauber auf

detailliert, wie viele Links intern und extern noch abgehen, ob sie noch vorhanden sind, wohin sie zeigen (Startseite/Deep) und an welcher Stelle der Link steht (im Vergleich zu anderen Links von der Seite). Die Backlinkdaten können

zwar als CSV-Datei heruntergeladen werden, verlieren dabei allerdings völlig unverständlicherweise die genaue URL, die im Webinterface sauber angegeben wird. Das heißt, im CSV-File findet man anschließend nur noch den Domainnamen,

Domain:

Backlinks je:

Aktiv:

Deep Links:

Follow:

History:

LinkPower:

Zeitraum:

Backlink Analyse

Die **Backlink Analyse** zeigt Backlinks aus der eigenen Datenbank an, um eine schnelle Analyse der Backlinks zu ermöglichen. Die Backlinks werden für unsere Kunden mit eigenen Spidern ermittelt und mit Backlinks von diversen Suchmaschinen ergänzt.

Link/Domain/IP/Class-C Popularität

| Kategorie | Anzahl |
|------------|--------|
| Backlinks | 6027 |
| Domains | 454 |
| IP | 393 |
| IP Class-C | 302 |

PR Verteilung

| PageRank | Anzahl |
|----------|--------|
| 0 | 4347 |
| 1 | 509 |
| 2 | 308 |
| 3 | 593 |
| 4 | 118 |
| 5 | 59 |
| 6 | 118 |

Deeplink und NoFollow Verhältnis

| Kategorie | Ja | Nein | Anteil |
|-----------------|------|------|--------|
| Deep Links | 4498 | 1155 | 79.6% |
| Do Follow Links | 5501 | 526 | 91.3% |

| Datum | Backlinks | Domains | IPs | Class-C | Power |
|------------|-----------|---------|-----|---------|---------|
| 2011-02-07 | 6027 | 454 | 393 | 302 | 1151.24 |
| 2011-01-28 | 5674 | 427 | 364 | 284 | 1092.89 |
| 2011-01-27 | 5667 | 426 | 363 | 283 | 1092.51 |
| 2011-01-11 | 4967 | 403 | 343 | 268 | 1046.49 |

WISE SEO Suite: Übersichtliche Darstellung der Backlinks mit umfassenden Filtermöglichkeiten

aber nicht mehr die Detailadressen der Backlinkseite. (Nachtrag: Nach Redaktionsschluss informierte uns der Anbieter, dass dieses Problem inzwischen behoben wurde.)

Eine zentrale Kennzahl des Tools ist der sog. OSR (Organic Search Ranking), also ein [Sichtbarkeitsindex*](#) des unbezahlten Rankingbereichs. Der Wert wird dabei aus der Relevanz und der Position der Domain im Suchergebnis berechnet. Er wird je nach Abfrage für einzelne Keywords, aber auch aggregiert für eine gesamte Domain angezeigt.

Eine Backlinkanalyse beliebiger Domains geht derzeit bei WISE SEO Suite noch nicht, wurde aber mit „coming soon“ angekündigt.

Das Tool hält auch eine Linküberwachung bereit, bei der man nach Projekten sortiert Links und Linkpartner verwalten bzw. überwachen kann. Dabei wird umfassend geprüft, ob der Link oder die Seite noch existieren oder der Link ggf. auch von den hinterlegten Vorgaben abweicht. Besonders praktisch ist die Möglichkeit, sich bei Abweichungen oder neu hinzugekommenen Links eine automatisierte Mail schicken zu lassen. Das ent-

bindet von einer täglichen Kontrolle.

Eine der hervorhebenswürdigen Stärken des Tools ist sicherlich der umfangreiche Reportgenerator. Dort lassen sich nach einer Suchmaschinenselektion (Google, verschied. Länder und Bing) bis zu sechs Berichte („Ranking individuell“, „TOP 10 Keyword Report“, „Potential Report“, „Positionsverteilung“, „Domain OSR Report“, „Backlink Report“) direkt als PDF generieren oder automatisiert wöchentlich oder monatlich per Mail verschicken.

Der von WISE SEO Suite gelieferte Keyword-Umfang ist recht ordentlich und lässt sich über entsprechende Filter gut eingrenzen. Leider sind die Vorschläge in der Grundeinstellung zum Teil wenig brauchbar, so kamen für „Stiefel“ Vorschläge wie „Motocross Hose“, „Martina“ oder „Gothic Kleidung“ oder für den Suchbegriff „Socken“ Vorschläge wie „Hocker“, „Bankleitzahl“ oder „spinnt“. Die für Keyword-Ideen wählbaren Modi „P“ und „M“, jeweils in Kombination mit „extended“, bringen deutlich treffendere Vorschläge, diese Unterschiede werden aber leider nirgends sichtbar erklärt. Eine Kleinigkeit, aber spürbar lästig ist, dass

beim Download der Keywords kein neues Fenster dafür geöffnet wird. Geht man nach dem Download wieder eine Seite zurück, wird die gesamte Keywordabfrage erneut gestartet. Bei der Ergebnisausgabe wird über der Keywordliste eine Keyword-Cloud mit Vorschlägen gezeigt. Dies visualisiert nützlicherweise auf einen Blick die wichtigen Vorschläge für das eingegebene Keyword. Für einzelne Keywords kann man bis zu drei farblich markierte „Favoriten“-Status setzen, nach denen man dann ebenfalls filtern kann. Das erleichtert z. B. die Beobachtung besonders wichtiger Keywords vor allem für größere Domains. Mit einem zusätzlich ausklappbaren Filter kann man die über die Zeit (Kalenderwochen) gespeicherten Rankingverläufe dann nochmals einschränken.

Für Hilfe ist via Live!Zilla ein Support-Chat vorhanden, der bei einer Nachfrage auch innerhalb von Sekunden antwortete. WISE SEO Suite hat zwar keinen Probeaccount, aber dafür ein 14-tägiges Rückgaberecht eingeräumt, was einem Probeaccount ziemlich nahekommt.

» **Weitere Infos unter**
www.web-information-services.de

* siehe Glossar Seite 112-114

SISTRIX

- Überblick
- PageRank
- Indexierte Seiten
- Affiliate- & Tracking-Codes
- Hostnamen
- Konkurrenzanalyse

Keywords

- Überblick
- Branchen & Themen
- Chancen / Neue Keywords / Suggest
- Keywords
- Verzeichnisse & URLs
- Verteilung
- Export

Backlinks

- Überblick
- Backlinks
- Entwicklung
- Geographische Herkunft
- Export

SEM

- Überblick
- Branchen & Themen
- Keywords
- Konkurrenzanalyse
- Display-URLs
- Target-Domains
- Anzeigentexte
- Export

Universal Search

- Überblick
- Konkurrenzanalyse
- Shopping
- News
- Images
- Videos
- Export

SISTRIX: Die Sistrix Menüstruktur

Die Sistrix-Toolbox wartet mit unterschiedlichen Modulen (SEO, SEM, Links, Monitoring, Universal Search) zu je 100.- € auf, die je nach Bedürfnis aufgebucht werden können. Bei Buchung ab drei Modulen greift eine Rabattstaffel. Im Modulpreis sind bereits Zugriffe auf fünf europäische Länder enthalten.

Die zentrale Kennzahl des Tools ist der sog. Sichtbarkeitsindex, der visualisiert, wie gut eine Domain im Index bei Google gefunden wird. Sie wird berechnet aus der Platzierung einer Domain bei den überwachten Keywords, aus der zu erwartenden Klickrate aufgrund der Positionierung sowie aus dem Wert des Keywords (zu erwartender Traffic).

Backlinks holt Sistrix aus einer eigenen Datenbank und von Yahoo. Per Knopfdruck kann man sich dann noch die PageRank-Werte für die Seiten der Backlinks holen lassen, was in der Regel einige Minuten dauern kann. Die Backlinks lassen sich nach dem Sichtbarkeitsindex, nach IP-Adresse und Serverstandort sortieren und nach Hostnamen oder Domains gruppieren. Zu jedem Backlink werden der Sichtbarkeitsindex und die IP-Adresse mit ausgegeben und können per Download im CSV- oder XLS-Format zur Weiterverarbeitung auf die eigene Festplatte geholt werden. Das File enthält erfreulicherweise deutlich mehr Kennzahlen (u. a. die genaue Zieladresse, den Linktext und das Datum oder die Quelle, also Yahoo oder Sistrix), als man im Webinterface sehen kann. Besonders praktisch ist, dass man hier neben der genauen URL in der Spalte daneben noch einmal die Domain mit ausgeliefert bekommt. Das spart die lästige Formelpfrieemelei für die Extraktion der Domain aus einer URL. Ein nettes Feature ist der Vergleich der Page-

Rank-Werte für Linkstrukturen mit Normalwerten. Hier lässt sich auf einen Blick sehen, ob die Backlinks einer Domain natürlich aufgebaut und damit „gesund“ sind oder ob Asymmetrien vorhanden sind.

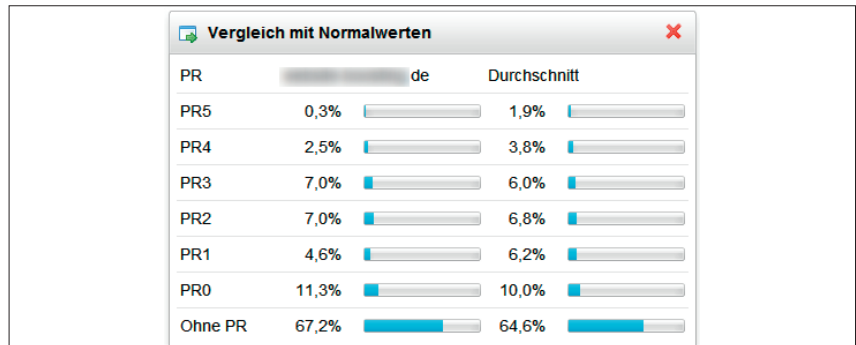
Ein besonderes Highlight ist das Keyword-Modul. Neben dem üblichen Überblick werden Websites thematisch nach Keywords einsortiert und die Suche nach eigenen Keywords ist vorbildlich gelöst. Das Tool zeigt gezielt Chancen-Keywords (auf Plätzen ab der 2. Ergebnisseite, die sich in der Regel leicht nach vorn optimieren lassen) und gibt gleichzeitig die Mitbewerberdichte, das Suchvolumen und die Suchverläufe grafisch aus. Besonders nützlich ist die Möglichkeit, Keywords zu finden, mit denen die eigene Domain nicht unter den ersten 100 Treffern zu finden ist, aber Mitbewerber schon. Dazu trägt man bis zu drei Domains ein, bestimmt die Abfragetiefe und die Datenbasis – den Rest erledigt das Tool. Zusätzlich kann man sich noch zu den eigenen Keywords passende Vorschläge anzeigen lassen, die Google beim Eintippen in den Suchschlitz (Suggest) anzeigt. Immer mehr Suchende übernehmen diese Vorschläge und tippen die eigene Suchanfrage nicht mehr fertig – daher ist dies eine ganz hervorragende Quelle für weitere Optimierungsmaßnahmen, die Traffic bringen kann. Zur Beurteilung, ob das Ranking einer Domain vernünftig auf Suchergebnisseiten verteilt ist oder gar eine Domain- oder Keywordstrafe vorliegt, zeigt Sistrix diese Verteilung grafisch und mit Prozentzahlen (mit Historie) an. In der Abbildung sieht man den Vergleich zweier Domains, wobei die rot dargestellte Verteilung von Domain A deutlich gesünder ist als Domain B (blau).

Online-Marketers werden vor allem die Möglichkeit schätzen, gezielt Affiliate- und Tracking-Codes einer Domain auswerten zu lassen oder sich per Konkurrenzanalyse anzeigen zu lassen, welche anderen Domains eine hohe Übereinstimmung mit den eigenen Keywords haben. Damit kann man sich einen recht schnellen und fundierten Überblick über die Aktivitäten der Mitbewerber verschaffen. Hierzu kann auch das umfangreiche SEM-Modul genutzt werden. Man findet dort, welche Mitbewerber Adwords-Werbung schalten, mit welchen Keywords, Anzeigentexten und auf welche URLs die Mitbewerber ihre Besucher leiten.

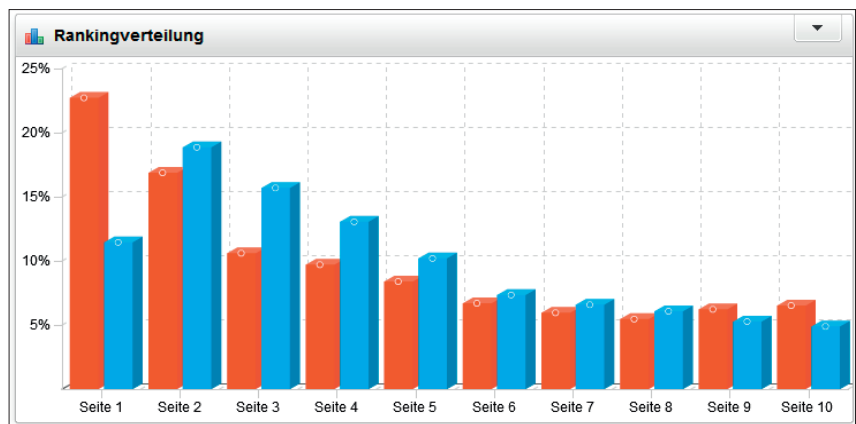
Erwähnenswert ist weiterhin das Modul „Universal Search“. Dort kann man für eine Domain auch alle anderen Treffer in Googles Suchergebnissen analysieren, wie Bilder, Videos, Shopping-Ergebnisse, Treffer mit lokalem Bezug (Maps) oder News. Auch hier gibt es die Möglichkeit, sich mit Mitbewerbern zu vergleichen bzw. zu sehen, mit wem man in der sog. „Blended Search“ konkurriert.

Weiterhin lassen sich automatisierte Reports (Monitoring) erzeugen und per Mail verschicken. Ein Branding via Upload eines eigenen Logos ist dabei möglich. Das Dashboard ist recht einfach konfigurierbar und damit den eigenen Informationsbedürfnissen anpassbar. Über eine Agentur-Option können SEO-Agenturen ihren Kunden einen Voll- oder begrenzten Zugriff auf die Sistrix-Toolbox ermöglichen. Daten können über eine API auch automatisiert in eigene Systeme geholt werden.

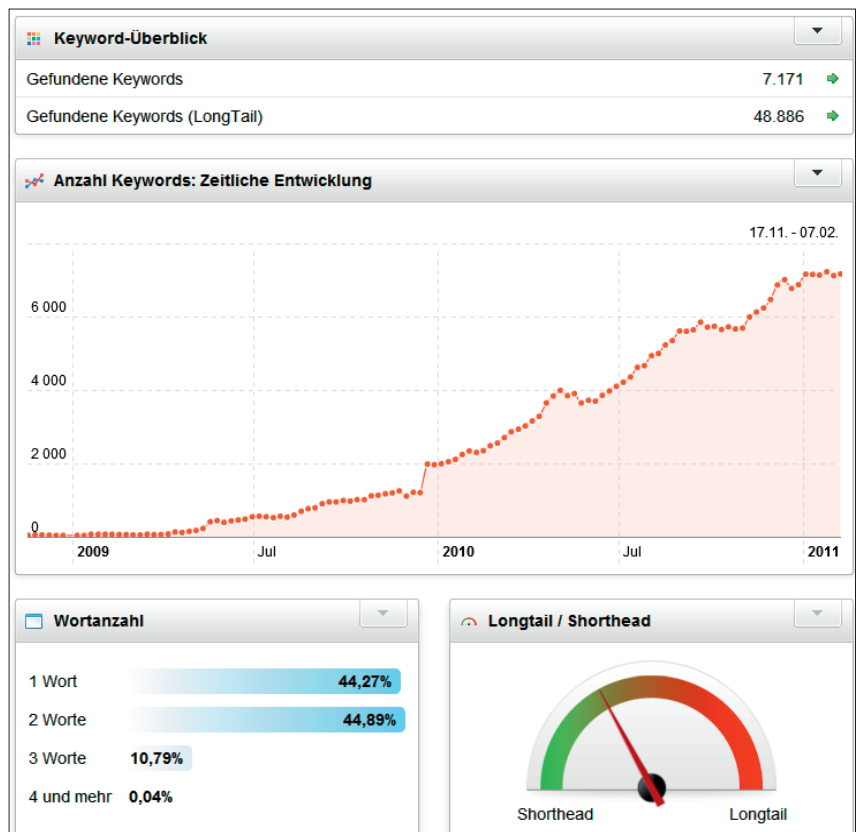
Ein großer Vorteil der Sistrix-Toolbox ist sicherlich, dass man ohne vorheriges Anmelden oder Eintragen einer beliebigen Domain in Echtzeit eine umfassende Flut von Analysedaten erhält. Dies ist möglich, weil Sistrix seit Jahren mit eigenen [Crawlern*](#) das Netz umtrieblich durchsucht und ständig Rankingsignale und -strukturen für Keywords und Do-



SISTRIX: Aufschlussreicher Vergleich der PageRank Verteilung mit Normalwerten



SISTRIX: Domains hinsichtlich der Rankingverteilung vergleichen



SISTRIX: Darstellung des Rankingverlaufs über die Zeit

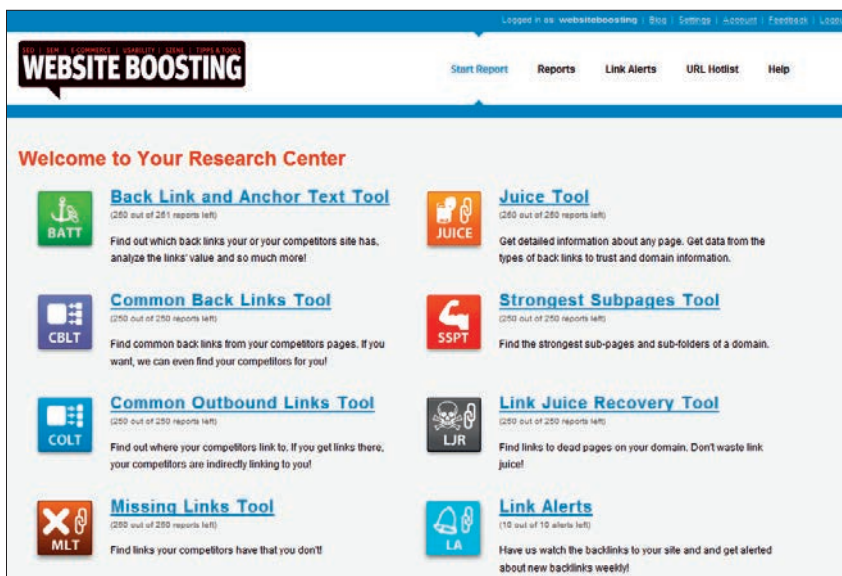
* siehe Glossar Seite 112-114

mains praktisch auch auf „Verdacht“ speichert. Die Toolbox stellt daher in gewisser Weise eine Art Universal-Suchmaschine für Online-Marketers dar. Eine gezielte Überwachung mit eigenen hochgeladenen Keyword-Sets (unter „Einstellungen“) ist zwar prinzipiell möglich, funktionierte aber in unserem

Test nicht richtig bzw. wurde mit der lapidaren Fehlermeldung „Keywords konnten nicht eingefügt werden“ quittiert. Für Downloads werden sog. Credits verbraucht, was das Abziehen umfangreicherer Daten für die eigene Weiterverarbeitung leider limitiert. Pro Modul werden allerdings wöchentlich je-

weils 10.000 Credits neu gutgeschrieben. Für eventuell auftretende Fragen gibt es eine Hilfefunktion, einen FAQ-Bereich, einen Live-Chat sowie Anleitungen für alle Module und die API als PDF.
» **Weitere Infos unter:**
www.sistrix.de

LINK-RESEARCH-TOOLS



LINKRESEARCHTOOLS: Wählbare Analysemodule mit eigenem Seitenlogo

Diese Toolsammlung richtet sich primär an professionelle SEO und ist – wie der Name bereits andeutet – auf absolute Transparenz hinsichtlich Verlinkung ausgerichtet. Neben den üblichen Visualisierungen offenbart sich ihre wahre Stärke nach dem Download der Analysedaten im XLS- oder CSV-Format. Kein anderes Tool im Test präsentierte derart detaillierte Kennzahlen zur Bewertung von Links. Neben den üblichen Angaben wie z. B. URL eines Links, dem Linktext (Anchor Text) oder

dem Linkstatus (follow, nofollow, not found) findet der SEO-Analytiker in der Exceltabelle fast 40 weitere Kennzahlenwerte zur eigenen Einschätzung, Filterung, Sortierung und (Weiter-)Verarbeitung. Aber auch in der Online-Ansicht lässt sich die Liste sehr gut filtern und sortieren.

Das Vorgehen ist denkbar einfach: Man gibt im Modul „BATT“ (Back Link and Anchor Text Tool) eine Domain oder eine einzelne URL ein, deren Backlinkstruktur man näher untersuchen möchte.

Zusätzlich kann man Backlinklisten aus den Google-Webmaster-Tools, aus Sistrix, SEOMoz, MajesticSEO oder mit einer selbst zusammengestellten Liste hochladen (auch via API dieser Anbieter automatisch möglich, was wir aus Vergleichsgründen für unseren Test nicht genutzt haben). Anschließend wählt man die gewünschten Analyseparameter und startet den Report. Die Daten werden gleich anschließend ermittelt und im Menüreiter „Reports“ eingestellt. Je nach Analysetiefe kann das von ein paar Minuten bis zu einigen Stunden dauern. Da das Tool die eigenen Daten um solche aus bis zu 16 externen Quellen anreichert, ist das durchaus plausibel. Leider ist die Ausgabe standardmäßig auf fünf Backlinks pro Domain beschränkt. Das kann man allerdings (etwas versteckt) unter „Other Options“ über „Sitewide Filter“ abschalten. Erst dann liefert das Tool wirklich alle Backlinks aus, die es findet.

Für jede einzelne URL, von der verlinkt wird, erhält man u. a. die folgenden Angaben (Hinweis: Diese Angaben gelten jeweils für jede URL bzw. die Seite, die einen Backlink gesetzt hat, nicht für die analysierte Domain!):

» **Basis-Kennzahlen:** Anzahl Backlinks aus Yahoo!, Alter der Domain, die tool-

Report Analysis Parameters

Select the information you want to get for each page.

- Basic SEO stats
- CEMPER.COM JUICE Indicator
- Google Factors
- Domain Registration & Hosting/IP Details
- Link Source Country & City
- First Document Inception Indicators
- Authority Analysis
- Traffic Indicators

LINKRESEARCHTOOLS: Festlegung der Analysentiefe

eigene Kennzahl „Juice“ sowie mozRank und ACRank (externe Kennzahlen).

- » **Google-Kennzahlen:** Anzahl Backlinks von Google, indizierte Seiten der Domain, PageRank und wann die Seite zuletzt von Google gecached wurde.
- » **Registrierungsdaten:** Ablaufdatum der Domain, DNS, Domainregistrar, Ländercode der IP, Eigentümer der Domain, IP-Adresse.
- » **Vertrauenskennzahlen:** Aus Yahoo! ermittelte Zahl an Backlinks von .edu, .gov, ac.uk und .mil. Domains, die auf diese URL verlinken (Hintergrund: Wieviel „Vertrauen“ genießt die URL, die ja auf die zu analysierende Domain weiterverlinkt? Da dieser „Trust“ vererbbar ist, ist dies ein wichtiger Faktor.)
- » **Autoritätskennzahl:** Hat die verlinkende Domains selbst sog. Sitelinks bei Google und in welcher Gewichtung?
- » **Traffic-Kennzahlen:** Nach Alexa, CRank, SEMRushRank, SEMRushPrice und SEMRushTraffic.
- » **SEOMoz- und SEMRush-Kennzahlen:** u. a. Backlinks, Domainrank, Page Authority, Domain Authority, Visibilityrank der Einzelseite und der Domain.
- » **Backlink-Kennzahlen:** Von Exalead, Altavista, Google Blogsearch, Alexa und einige weitere Kennzahlen von Yahoo!
- » **Weitere Kennzahlen externer Anbieter:** Sistris Visibility Rank, einige MajesticSEO-Kennzahlen, Anzahl „Likes“ aus Facebook, Anzahl Tweets und ReT-

weets zu der URL, Anzahl „Diggs“ für die URL.

- » **Onpage-Link-Kennzahlen:** eingehende interne und externe Links mit Einzelangabe von jeweils Follow oder NoFollow.
- » **Tooleigene Kennzahlen:** Verschiedene „Juice“-Werte, die anzeigen, ob die verlinkende URL tatsächlich auch bei Google mit einer eigenen Suchphrase rankt. Die Kennzahl zeigt recht transparent, ob und wie stark Google diese URL „mag“, was Rückschlüsse auf den Wert eines Links von dort erlaubt. „Dead“ oder „Dead Meat“ für URLs, die nicht in Google gelistet sind oder komplett offline sind, „Dupe“ mit einer Zahlangabe, die die Anzahl der Seiten angibt, die den gleichen Content wie die verlinkende URL haben und „NSN“ für contentarme Seiten, deren Links in der Regel nichts oder nur wenig wert sind.

Mit weiteren Tools lassen sich Linkquellen finden, die alle zu mehreren angegebenen Domains linken, also sog. Linkhubs. Für den Backlinkaufbau sind das mitunter gute Adressen, um ggf. von dort aus auch Links zu akquirieren. Das „COLT“-Tool findet umgekehrt Seiten, auf die mehrere Mitbewerber linken. Gelingt es, dort einen Link zur eigenen Site zu bekommen, verlinken die Mitbewerber über nur „eine Ecke“ wiederum auf einen selbst, was in der Regel nie von Schaden sein kann. Ein weiteres Tool vergleicht alle Links von URLs zu Mitbewerbern,

also deren „Eingangslinks“, und zeigt davon diejenigen an, die nicht auf einen selbst verlinken (Wer verlinkt auf meine Mitbewerber, aber nicht auf mich?). Das sind nicht selten Webseiten mit Vergleichen, Listen oder Zusammenstellungen, an die zu wenden es sich oft auch lohnt. Das „JUICE“-Tool fördert recht schnell sehr detaillierte Informationen über (auch mehrere) Einzelseiten hinsichtlich aller Kennzahlen, die hauptsächlich zur qualifizierten Einschätzung der Werthaltigkeit dieser Seite dienen. Nicht immer ist die stärkste Seite einer Domain die Startseite. Mit dem Tool „SSPT“ lassen sich die besten Unterseiten oder Verzeichnisse für eine Linkanfrage finden und abschätzen. Ein weiteres Tool zum Aufspüren von Backlinks auf eigene Seiten, die nicht mehr unter dieser URL zu finden sind (z. B. nach einem Relaunch oder nach dem Löschen von Einzelseiten) und es damit ermöglichen, einen Linkgeber zu bitten, den Link zu ändern, und ein Link-Beobachtungs-Tool (Link Alerts) mit Benachrichtigungen über Änderungen an der Backlinkstruktur runden die Sammlung ab.

Für Agenturen ist sicherlich die Möglichkeit nützlich, das Tool mit dem eigenen Logo zu „branden“. Für Livearbeiten beim Kunden erscheint so auf allen Webseiten des Tools das Agenturlogo und die Originalbezeichnung „LinkResearchTool“ verschwindet. Diese Option steht allerdings nur im „Superhero“-Account zur Verfügung.

Eine sicher ungewöhnliche Idee ist der sog. Tagespass. Er kostete 20 € und gilt 72 Std. Damit lassen sich ohne weitere Bindung oder große Investments mehrere Reports für ein einzelnes Projekt machen. Für Profis gibt es zwei Pakete, die sich im Wesentlichen in der Anzahl erzeugbarer Reports unterscheiden, bis auf eine Ausnahme (Social Votes) aber nicht die jeweilige Analysentiefe limitieren.

» **Weitere Infos unter:**

www.linkresearchtools.com

WEBSEO ANALYTICS

Die Benutzeroberfläche bei webseo ist typische amerikanisch gestaltet und für europäische Augen wohl etwas gewöhnungsbedürftig. Rechts im Tool werden zappelnde Werbebanner eingeblendet, die zum Teil via Cookie aus der Browserhistorie personalisiert gesteuert werden. Während der Analysen bzw. Wartezeiten tauchen ebenfalls mitten auf der Seite Werbebanner auf, was für ein konzentriertes Arbeiten nicht unbedingt förderlich ist. Gut für Zalando, schlecht für den Toolanbieter, außer wenn er sein Geld statt mit seinem Tool lieber mit Werbung verdienen möchte.

Sehr seltsam mutet dabei an, dass via Banner ständig 1.000 Backlinks für nur 9,99 USD feilgeboten werden. Mit solchen dubiosen Angeboten kann man sich bekanntlich sehr schnell aus dem Index schießen und es lässt sich sicher trefflich streiten, ob ein SEO-Tool-Anbieter sich für derartige Marketingaktionen anderer hergeben sollte.

Webseo ANALYTICS hält eine Mischung aus kostenlosen Tools und sechs weiteren „Pro“-Tools bereit, für deren Nutzung man allerdings bezahlt. Man findet dort Tools zu Analyse von Suchergebnissen (SERP Analyses), einen Backlink-Hunter und -Analyzer, einen Blog-Analyzer sowie die „Domain Battle“.

Nach Eingabe eines Keywords und optional einer Domain ermittelt das Tool einige Kennzahlen der ersten zehn Treffer und stellt die Ergebnisse hauptsächlich in Charts und Diagrammen dar.

Nicht alle Abbildungen sind auf den ersten Blick selbstsprechend, vor allem weil Dimensionsangaben fehlen. Was

●●●●●●●●

Loading

Please wait until the report loads.

1,000 Backlinks

Only \$9.99



Money Back Guarantee!
Quality Links • Fast Service

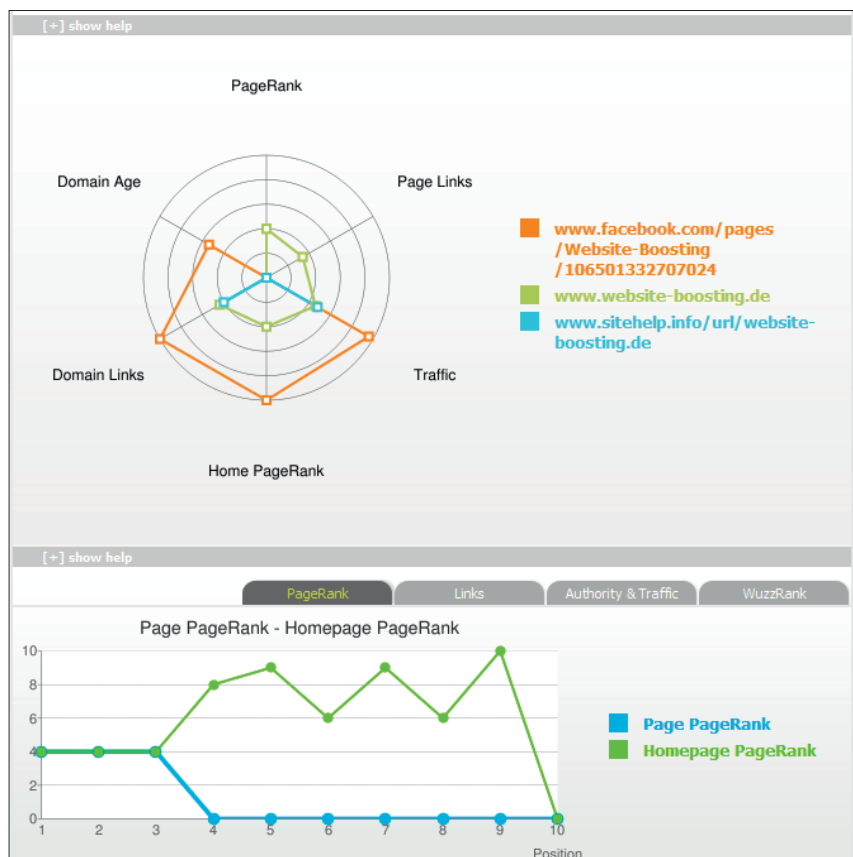
Order Now!

[Click Here](#)

WEBSEOANALYTICS: Während der Ladezeiten wird man mit Werbebannern unterhalten

sich hinter der zentralen eigenen Kennzahl „WuzzRank“ (eine Mischung aus Web und Buzz) genau verbirgt, bleibt allerdings bis auf den Hinweis „Importance: high“ und dass man die Popularität von „various social media“ misst, im Dunkeln.

Im unteren Teil der Seite findet man eine nach rechts scrollbare Tabelle, die für die zehn Treffer einige Kennzahlen wie Page-Links, Domain Authority, Traffic und Links, monatliche Besucher, DMOZ-Links und Kennzahlen von Google, Bing und Yahoo! für die Treffer angibt. Alle Daten sind per PDF, XLS, als Bild oder



WEBSEOANALYTICS: Kennzahlendarstellung von SERP-Treffern



WEBSEOANALYTICS: Backlinksuche nach Relevanz, Autorität und Traffic

HTML downloadbar. Positiv: Für das PDF-Format ist ein eigenes Logo hochladbar.

Bei der „Domain Battle“ kann man schnell die Kennzahlen mehrerer Domains miteinander vergleichen und bekommt so einen Überblick über die Unterschiede hinsichtlich Alter, Seitenumfang, Backlinks und weiterer Kennzahlen. Der „Blog Analyzer“ stellt einen ganzen Arm voll Kennzahlen für einen Blog zur Verfügung. Die Ergebnisse sind allerdings nicht alle stimmig und sollten daher mit etwas Vorsicht interpretiert werden. So kam für einen Blog die Meldung, dass er bei Technorati nicht registriert wäre, was definitiv falsch ist, oder dass das Keyword „0“ Spam-Probleme machen könnte. Hier zeigen sich erneut die Grenzen einer vollautomatisierten Kennzahlenermittlung bzw. -analyse. Maschinen addieren, subtrahieren, bilden Mittelwerte und Abweichungen von Dingen, die mit Menschenaugen betrachtet völliger Unsinn sind. Nicht immer ist also das „Errechnen“ möglichst vieler Kennzahlen beeindruckend, hier wären es besser weniger – die aber dann verlässlicher.

Die Backlinks bezieht das Tool offenbar von MajesticSEO, denn ein Klick auf ein hochgestelltes Fragezeichen neben den Zahlen führt direkt dorthin. Wie aus dem Vergleich in unserer Übersichtstabelle ersichtlich ist, liefert MajesticSEO allerdings bei einer direkten Abfrage dort gänzlich andere Zahlen. Für eine Domain gab das Tool 14.765 Backlinks aus, beim Durchklicken auf MajesticSEO wurden dort etwas über 30.000 angezeigt, was – vorsichtig gesagt – etwas intransparent wirkt. Die Analysezeiten für die Backlinkermittlung erschienen uns mit teilweise über zwei Minuten Wartezeit als relativ lang. Nützlich ist die Angabe der sog. „OBL Number“, die prozentual die Anzahl an ausgehenden Links einer Seite anzeigt. Damit lässt sich besser abschätzen, ob ein Link von dort viel oder weniger Linkpower überträgt (je mehr abgehende Links eine Seite hat, desto weniger Wert kann ein einzelner Link übertagen). Für den gezielten Backlinkaufbau bzw. das Finden relevanter Seiten für ein bestimmtes Keyword nutzt man den Backlink-Hunter. Bei deutschen Suchbegriffen sind die Ergebnislisten

aber nicht unbedingt umfangreich. Für populäre Worte wie „Winterstiefel“ fand der Hunter beispielsweise insgesamt mit „All Websites“ 31 Webseiten, mit nur „Blogs“ dann allerdings 204. Sehr praktisch ist, dass zu den gefundenen URLs auch – wenn möglich – eine Kontaktinfo ausgegeben wird. Adresse und Mail des Betreibers können so direkt hier entnommen werden. Mittels des Tools „Link Structure“ lässt sich eine Seite nach Broken Links (die nach außen gehen) untersuchen und gleichzeitig bekommt man eine Übersicht über den „PageRank“-Flow, das Verhältnis von internen zu externen Links sowie eine Aufstellung über das von Followed- und Nofollowed-Links. Das hilft, die eigene Site leichter sauber zu halten.

Auf der Site von Webseo ANALYTICS sind wie erwähnt noch eine Menge kostenloser Tools verfügbar, u. a. ein Keyword-Analyser, eine Duplicate-Content-Prüfung, ein Reputation-Tracker und einige andere. Da diese frei verfügbar sind und damit von jederman selbst in Augenschein genommen werden können, haben wir sie aus unserem Test herausgenommen.

Für das Tool spricht der relativ niedrige Preis. Dafür bekommt man im Verhältnis gesehen durchaus einige solide Kennzahlen und gute Analysemöglichkeiten zurück. Erklärende Infos für die vielen Kennzahlen, z. B. per Mouseover, würden die Nutzung allerdings deutlich vereinfachen. Hier sollte sich der Anbieter ggf. etwas mehr Gedanken über das Informationsbedürfnis der Nutzer machen. Dies zeigt zum Beispiel die recht gute Darstellung möglicher Linkpartner in Abbildung 21, die aber wiederum jegliche Information über einen einzelnen Punkt verweigert. Bei interessant positionierten grünen Punkten kann man somit durch Klicken oder Mouseover nicht herausfinden, welche URL sich dahinter verbirgt.

» **Weitere Infos unter:**
www.webseoanalytics.com



Fazit

Fast alle getesteten Tools sind ihr Geld durchaus wert, wenn auch der Leistungsumfang spürbar unterschiedlich ist – die Preise sind es ja auch. Allein die Zeitersparnis bei der Nutzung eines vernünftigen Tools ist deutlich mehr wert, als die Hersteller für die Nutzung verlangen. Wer bei Preisen von 50 oder gar 500 Euro pro Monat an Abzocke denkt, hat nicht verstanden, welches Equipment und wie viel Programmierarbeit in solchen Tools stecken bzw. in diese gesteckt werden müssen. Und bei Licht besehen, sollte auch ein vierstelliger Betrag im Monat für einen ernsthaft arbeitenden SEO nicht wirklich entscheidungsrelevant sein, wenn der Gegenwert stimmt. Aber selbst für Hobbyanwender oder Beginner gibt es bei vielen Anbietern Light-Pakete für wenig Geld – es muss ja nicht immer gleich zu Anfang das Gold- oder Premiumangebot sein. Gerade in den unteren Segmenten erhält man oft erstaunlich viel Leistung für nur wenige Euro, und das oft ohne lange Vertragsbindung. Dies zeigt, dass die Anbieter von ihrer Leistung überzeugt und auf Abzockverträge nicht angewiesen sind – zu Recht. Zudem gibt es in der Regel bei freiwilliger längerer Vertragsbindung über einen Monat hinaus zum Teil deftige Rabatte.

Umgekehrt sollte man von solchen Tools realistischerweise auch keine Wunderdinge erwarten. Gerade Kennzahlenberechnungen können immer nur so zuverlässig sein wie die zugrunde liegenden Rahmendaten. Betrachten Sie alle Zahlen also grundsätzlich zunächst kritisch und vergleichen Sie die ermittelten bzw. errechneten mit Domains, bei denen Sie echte, verlässliche Daten haben. Wenn

eine Domain pro Tag real echte 900 [Unique User*](#) hat, weisen Tools per Hochrechnung aus wenigen Zahlen schon gern auch mal einen erwartbaren „Traffic per Day“ von acht Besuchern aus. Erst wenn Sie die Kennzahlen an eigenen, Ihnen bekannten Werten „geeicht“ haben, lernen Sie, mit welchen Fehlern die Tools zum Teil arbeiten. Aber da solche Fehler meist systemisch sind, bleiben sie zum Glück immer gleich bzw. sind recht stabil. Beim Vergleich zwischen (wirklich vergleichbaren) Domains wird also oft mit demselben Berechnungsfehler gearbeitet, was letztlich die Zahlen doch wieder einigermaßen vergleichbar macht. Letztlich gibt es, ehrlich betrachtet, auch gar keine Möglichkeit für ein Tool, über ein „Heran- und Hochrechnen“ an die wahren Bewegungszahlen oder gar den wahren Wert einer Domain zu kommen. Auch das muss und sollte man den Anbieter zugutehalten.

Erstaunlich fanden wir bei einigen in den USA ansässigen Toolanbietern, dass man mit ihnen gar keinen Kontakt aufnehmen kann. Keine Mailadresse oder Kontaktformular weit und breit. Bei einigen haben wir uns per Troubleticket gemeldet, aber nie eine Antwort bekommen. Das Motto lautet hier offenbar „Tool kaufen und gut is ...“. Aber auch einige deutsche Hersteller zierten sich und meinten, ihre Tools wären so neuartig, gut und mächtig, dass man sie nur mit einer persönlichen Schulung richtig verstehen könnte. Darauf haben wir allerdings verzichtet. Ein weiterer großer SEO-Tool-Anbieter aus den USA meinte, dass derzeit umfassende Umbauarbeiten an der Datenbasis vorgenommen würden, und hatte Bedenken, unsere Tester bekämen einen falschen Eindruck. Fraglich bleibt natürlich, wie seine zahlenden Kunden mit dem befürchteten Datensalat umgehen.

Als beste Empfehlung können wir all denjenigen, die sich bisher nur am Rande oder noch gar nicht mit SEO-Tools beschäftigt haben, raten, das jetzt schnellst-

möglich nachzuholen. Die Tools sind mittlerweile weit aus dem Bastelstadium heraus und haben sich zu echten Arbeitsunterstützern gemausert. Die Zeiten manueller Ranking- oder Backlinkabfragen sind definitiv vorbei und wie jeder Handwerker braucht auch ein Webmaster, der seine Aufgabe ernst nimmt, professionelle Werkzeuge für einen umfassenden Rundumblick. Eine blitzschnelle Transparenz über die Aktivitäten der Mitbewerber gehört heutzutage ebenso dazu wie deren dauerhafte Überwachung. Viele Anbieter haben uns während des Tests informiert, welche neuen Features in den nächsten Wochen und Monaten noch zur Verfügung gestellt werden. Wir haben uns jedoch darauf beschränkt nur das zu beschreiben, was wir auch wirklich testen konnten. Man kann allerdings davon ausgehen, dass bis zur Drucklegung dieser Ausgabe durchaus bereits weitere Verbesserungen vorhanden sind. Die Umtriebigkeit, die bei einigen Anbietern durch unseren Vergleich offenbar ausgelöst wurde, nützt sicherlich allen.

Aber denken Sie immer daran: Ein Tool ist, wie ja der Name übersetzt bedeutet, immer nur ein Werkzeug. Ein kritisches und vor allem auch sachkundiges Auge kann es keinesfalls ersetzen. Und das ist auch gut so. An dem Tag, wo es Tools geben würde, die auf Knopfdruck ein Top-Ranking bei Google & Co. garantieren könnten, hätte niemand mehr etwas davon, denn alle würden einfach diesen Knopf drücken (wollen). Dann kämen noch feinere, noch schwerer zu erzeugende „Unterschiede“ zwischen Webseiten für die maschinelle Rankingentscheidung zum Tragen. Und alle wären wieder da, wo sie zu Anfang waren. Solides SEO-Know-how ersetzt also keines der Tools so richtig. Denken Sie immer an das alte, durchaus gut gemeinte Sprichwort: A Fool with a Tool is still a Fool ...

Lesen Sie in der nächsten Ausgabe von Website Boosting alles über SEO-Tools, die lokal auf dem Desktop laufen.

* siehe Glossar Seite 112-114