EIL 2

» SEO TOOLS - TEIL 2

ONLINE

Source of the second se

In der letzten Website Boosting wurden SEO-Online-Tools vorgestellt. In dieser Ausgabe haben wir SEO-Tools unter die Lupe genommen, die lokal auf eigenen Rechnern installiert werden können. Auch in dieser Kategorie finden Interessierte eine große Auswahl an Werkzeugen, die wir nachfolgend vorstellen.

Auf fremden Servern mit eigenen SEO-Projekten zu arbeiten ist nicht jedermanns Sache und es setzt hohes Vertrauen in den jeweiligen Anbieter voraus. Zudem rechnen die Anbieter von Online-Tools in der Regel nach monatlichen Gebühren ab, während nach dem Erwerb einer Software oft nur geringere Wartungsgebühren für automatisierte Updates anfallen. Diese sind auch nötig, denn die "Schnittstellen", mit denen sich die auf dem eigenen Rechner installierten Tools an Suchmaschinen andocken, um denen die notwendigen Informationen zu entlocken, veralten recht schnell und sollten daher immer auf dem neuesten Stand sein. Sinngemäß gilt das Gleiche wie bei den SEO-Online-Tools, die wir in der letzten Ausgabe vorstellten: Ein Tool macht aus einem Webmaster keinen SEO, auch wenn die Werbung das ab und an gerne

FISCHERS LISTE:

| ONLINE-SEO-TOOL | SEITE |
|-----------------------------------|--------|
| SEO Traffic-Booster | .47-50 |
| Screaming Frog SEO Spider | 51-52 |
| SEO Elite | 52-53 |
| ASEOPS 7 | .54-56 |
| IBP - Internet Business Promotor. | .56-57 |
| SEO PowerSuite | 57-61 |

mal verspricht. Viele Teilbereiche sind einfach zu komplex, um sie mit pauschalen, maschinellen Abfragen sauber analysieren zu können. Was nützt es, wenn ein Tool nach Eingabe mehrerer Keywords tumb immer wieder anmeckert, dass diese Worte nicht im Domainnamen vorkämen und das aber sehr wichtig wäre? Oder dass das Keywords-Meta-Tag nicht ausgefüllt wäre? Hier werden Anfänger wohl eher mehr verunsichert, als dass man ihnen damit helfen würde.

Auch bei den "Offline"-Tools sind wir wieder, wie schon beim Online-Tool-Vergleich im letzten Heft, auf ein seltsames Phänomen gestoßen. Bei einigen Tools tauchten grundsätzliche Funktionsfehler auf, die beim Hersteller nach Rückfrage so noch gar nicht bekannt waren. Trotz der häufigen, fast schon reflexartigen Standardanwort, dass noch keiner der Kunden Probleme mit dem Tool gehabt hätte, konnte man die Fehler in den meisten Fällen schnell nachvollziehen und beheben. Zu denken gibt das in zweierlei Hinsicht: Zum einen arbeiten viele Kunden offenbar nach dem Erwerb von SEO-Tools nicht wirklich intensiv damit, sonst würden solche Bugs sehr viel schneller auffallen. Zum anderen darf wohl vermutet werden, dass die

Anbieter nicht wirklich und intensiv testen, bevor sie ihre Tools auf den Markt werfen – aus Zeitdruck und möglicherweise auch wegen eines mangelnden tiefer gehenden Verständnisses, wie operativ SEO-Arbeit tatsächlich abläuft. Diese Vermutung wird gestützt durch das teilweise Fehlen von Funktionen an Stellen, wo man sie sich eigentlich nicht nur wünschte, sondern wo sie auch gebraucht würden.

Noch ein nützlicher Sicherheitstipp: Nutzen Sie Tools, die von Ihrem Rechner aus Abfragen starten, immer nur, wenn Sie über frisch aktualisierte Sicherheitssoftware (Virenschutz und Firewall) verfügen. In unserem Test kam es immer wieder – unabhängig vom Tool – zu Angriffen böser Websites, die im Zuge der Crawlingprozesse versuchten, in den abfragenden Rechner einzudringen. Offenbar gehört es mittlerweile

| Schweregrad | Aktivität | | Datum/Uhrzeit | | | | |
|--------------------------|------------------------|--|------------------------------------|--|--|--|--|
| Hoch | Ein Eindri wurde bl | ngversuch von 84.2 j0 ockiert. | Donnerstag, 7. April 2011 08:59 | | | | |
| Weitere Deta | ails | | | | | | |
| Name des R | lisikos | HTTP Malicious Toolkit Variant Activity 24 | | | | | |
| Angreifende Computer | er | 84.2 0 | | | | | |
| Angreifer-U | RL | www.sta ieger.info/ | | | | | |
| Zieladresse | , | D-65 0.6, 1) | | | | | |
| Quelladress | se | 84.2) | | | | | |
| Beschreibu Datenverke | ng des hrs | TCP, www-http | | | | | |

SEO TRAFFIC-BOOSTER

Abb. 1: Im Netz sind nicht alle lieb. Achten Sie auf aktuelle Sicherheitssoftware!

ebenfalls zur Taktik der Schadcodeverbreitung, auf möglichst viele bzw. interessante Websites zu verlinken und somit in die (oft automatisierten) Abfrage- und Überwachungslisten von Webmastern und SEOs zu gelangen, die regelmäßig ihre Backlinks prüfen und auswerten. Wer also SEO-Tools ohne ausreichenden Schutz auf dem eigenen Rechner laufen lässt, kann sich unter ungünstigen Umständen also durchaus einen Trojaner einfangen, der Passwörter und Zugänge zu den eigenen Websites abgreift und nach Hause meldet.

as Programm muss etwas umständlich über die Website des Anbieters und einen Freischaltcode aktiviert werden und ist dann rechnergebunden. Bei der Registrierung auf der Website von Data Becker erhält man eine Warnung, dass nicht alle Objekte sicher wären, und der anschließend per Mail geschickte Registrierungsschlüssel wurde von Norton als mögliche Phishingnachricht eingestuft. Ansonsten verlief der Registrierungsprozess problemlos.

Nach dem Start des SEO Traffic-Boosters von Data Becker legt man entweder ein neues Projekt an oder ruft ein bereits gespeichertes auf. Als Besonderheit ist es bei diesem Produkt möglich, sich mit einer Web-to-date- oder Shopto-date-Webpräsenz (beides Softwareprodukte von Data Becker) etwas intensiver zu vernetzen. Weitere Einstellungen erlauben u. a. die Anzahl zu analysierender Einzelseiten zu beschränken (für größere Websites sehr sinnvoll) oder auszuwählen, welche Tags für die Messung der Keyword-Dichte herangezogen werden. Um den betroffenen Webserver nicht zu sehr zu belasten, kann eine variable Pause zwischen dem Scan einzelner Seiten eingestellt werden.

Nach der Analyse bietet die Oberfläche zwei Schritte und eine umfassende Werkzeugbox an. Beim ersten Schritt werden einzelne Seiten menügeführt optimiert (Seite auswählen, Keywords finden, daraufhin analysieren, optimieren und übernehmen) und danach können sie über verschiedene Anmeldedienste und über einen Linkpartner-Manager bekannt gemacht werden.

Nach Auswahl einer einzelnen Seite werden alle dort vorhandenen Worte

incl. ihrer Häufigkeit angezeigt. Passende oder selbst definierte Keywords lassen sich dann per Mausklick in einen Keyword-Pool übernehmen. Bei der anschließenden Analyse werden die Seitenelemente schematisch auf Optimierungspotenziale für eben diese Keywords durchsucht und erklärende Hinweise für Verbesserungen gegeben. Neben dieser Keyword-Analyse kann auch noch eine technische Analyse angestoßen werden, die u. a. fehlerhafte Programmierungen in HTML, CSS oder in Skriptdateien anzeigt und auf korrekte Zeichenkodierung, Sprachangabe, Dateigrößen oder das Domainalter achtet. Praktisch ist, dass auch gleich nach Duplikaten gesucht wird. Im nachfolgenden Reiter werden links die Originaltexte der Webseite gezeigt und rechts kann man die gewünschten Änderungen hinterlegen.



Abb. 2: Der Startbildschirm von SEO Traffic-Booster

Anschließend kann man einen einfachen Textbericht drucken, den man dem Programmierer oder der Agentur übergibt. Geänderte Elemente lassen sich natürlich auch mit Kopieren und Einfügen direkt in einem Webeditor an der entsprechenden Stelle platzieren. Hier wäre sicherlich die Möglichkeit einer "Live"-Anbindung per ftp an den Webserver nützlich. So muss alles mindestens zweimal gemacht werden: erst die Optimierungen und anschließend alles noch einmal im Quelltext der Seiten.

Nach der Optimerung lässt sich die projektierte Website noch automatisiert bei einer Handvoll Suchmaschinen und Webkatalogen anmelden. Gut umgesetzt wurde die Funktion für die Linkpartnersuche. Dort kann man manuell Linkpartner bzw. auch weitere Daten hinzufügen und die dort eingetragenen Links per Knopfdruck überprüfen. Mit der Funktion "Partnersuche" und nach Eingabe eines passenden Suchbegriffs wühlt das Tool entweder nach Anmeldeformularen von Webkatalogen mit und ohne Backlinkspflicht oder sucht gezielt nach Blogs, die thematisch zur Website passen.

Sofern man Mailadressen der Linkpartner eingepflegt hat, kann man den Webmastern aus dem Tool heraus eine



Abb. 3: Problemanalyse beim SEO Traffic-Booster

Mail schreiben. Das manuelle Einpflegen aller Daten ist natürlich bei einer größeren Anzahl an Links recht aufwendig. Hier wäre es sicher hilfreich, wenn das Tool über entsprechende Abfragen (Domaineigentümer, Mailadressen) zumindest eine Vorbelegung vornehmen würde. Die entsprechenden Daten sind ja in der Regel im Web verfügbar. Leider findet das Tool auch keine Backlinks auf die Seiten, die es als Suchergebnis ausgegraben hat. Das bedeutet, dass man im Suchergebnis (Abbildung 4) URLs angezeigt bekommt, die zwar zum Teil schon auf die eigene Site verlinken, aber man muss diese URL trotzdem selbst manuell in die Datenbank eintragen. Das Linkpartnermodul lief in unserem Test leider nicht ganz fehlerfrei. So gingen teilweise Datenbankeinträge verloren bzw. wurden von anderen Einträgen überschrieben und das Tool beendete mit einer Fehlermeldung seinen Dienst. Hier zeigt sich aber auch – unabhängig vom Anbieter – die Krux der installierbaren Tools. Sie werden in völlig unterschiedliche Umgebungen installiert und können daher durchaus Fehler

| Linkpartner-Manager Partner | | | | | | | | | | |
|--|------------------|-------------|----|------------------|----------|---|--|-----------|--------------------|--|
| In der folgenden Liste finden Sie alle Linkpartner mit denen Sie Konta | kt aufnehmen kör | inen. | | | | | | | | |
| Name | Status | Hinzugefügt | PR | Backlink-Prüfung | | | | | | |
| http://www.whiteside-seo.de/seo/mario-fischer-web | 용 Anfragen | 01.04.2011 | 1 | - | 1 | 8 | | | Partner hinzufügen | |
| http://www.website-boosting.de/blog/2009-07-22/s | 🌯 Anfragen | 01.04.2011 | 3 | - | 1 | 8 | | | | |
| http://www.website-boosting.de/blog/ | 용 Anfragen | 01.04.2011 | 4 | - | | 0 | | | 🧏 Partnersuche | |
| http://www.websiteboosting.com/blog/113-lesermei | 👫 Anfragen | 01.04.2011 | 0 | - | 1 | 8 | | | | |
| http://www.websiteboosting.com/blog/ | 🌯 Anfragen | 01.04.2011 | 3 | - | 1 | 8 | | | | |
| http://www.webseiten-infos.de/website-boosting-ma | . 용 Anfragen | 01.04.2011 | 3 | - | 1 | 8 | | | | |
| http://www.webbiene.de/blog/seo/buchvorstellung | 🌯 Anfragen | 01.04.2011 | 0 | - | 1 | 8 | | | | |
| http://www.webanhalter.de/1522-dein-weihnachtsge | . 鵗 Anfragen | 01.04.2011 | 0 | - | 1 | 8 | | | | |
| http://www.sjmp.de/internet/website-boosting-das | | 01.04.2011 | 0 | - | 1 | 8 | | | | |
| http://www.seonauten.com/website-boosting-magaz. | . 鵗 Anfragen | 01.04.2011 | 3 | - | 1 | 8 | | E-Mail an | Partner schreiben | |
| http://www.semseoblog.de/allgemein/website-boost | . 鵗 Anfragen | 01.04.2011 | 0 | - | 1 | 8 | | | | |
| http://www.selbststaendig-machen.net/tipps/websit | 용 Anfragen | 01.04.2011 | 0 | - | 1 | 8 | | | | |
| http://www.selbstaendig-im-netz.de/2011/03/08/sel. | . 鵗 Anfragen | 01.04.2011 | 0 | - | 1 | 8 | | | | |
| http://www.onlinelupe.de/allgemein/5-x-website-bo | | 01.04.2011 | 0 | - | 1 | 8 | | | | |
| <u> </u> | <u>-</u> | | | | - | - | | <u> </u> | | |
| Racklink prüfen | | | | | | | | | | |

Abb. 4: Das Linkpartnermodul von SEO Traffic-Booster

produzieren, für die der Hersteller gar nichts kann. Online-Tools leiden unter solchen Problemen natürlich nicht, weil sie komplett in der (kontrollierten) Umgegbung der Anbieter laufen und über den Browser gesteuert werden.

Der SEO Traffic-Booster enthält noch weitere nützliche Tools zur Optimierung: Eine Textdichte-, PageRank*- und Domainalter-Ermittlung, eine einfache Rankinganalyse, einen Sitemap-Generator, eine Onpage-Linkanalyse (ausgehende Links), eine Metatag-Analyse, einen Keyword-Generator und Suchvorschläge (u. a. mit Suggest-Abfrage), eine Mitbewerber- und Top-10-Mitbewerber-Analyse und einen Ladezeit-Check. Besonders hilfreich für Anfänger, aber auch für Profis ist sicher die "Live-Text-Analyse". Dort hinterlegt man bis zu drei Keywords und beim Schreiben eines Textes zählt das Tool live die Keyword-Dichte prozentual mit. Das erleichert das redaktionelle Texten enorm.

In der Pro- und Ultimate-Version sind drei weitere Tools vorhanden. Mit dem Rankingtool lassen sich nach Eingabe von Domains, Keywords und Suchmaschinen die jeweiligen Positionen ermitteln und über einen längeren Zeitraum auch grafisch darstellen. Dabei läuft das Rankingtool selber als Hinter-



Description-Tag bearbeitet: Nutzen Sie die einmaligen Vorteile des bequemen Abonnements. Versandkostenfrei zu dem Kioskverkauf. Hopp etz!

Original-Keywords-Tag:

Keywords-Tag bearbeitet: Hier schreibt man wohl Keywords rein, die dann von den Suchmaschinen ignoriert we

Abb. 5:Einfacher Änderungsreport beim SEO Traffic-Booster

grunddienst nach einem Klick auf "Erfassung aktivieren und Programm schließen" los. Das Rankingmodul überwacht Positionen in Google, Bing und Yahoo, jeweils getrennt für Deutschland, Österreich und die Schweiz. Etwas verwirrend ist vielleicht zu Anfang der Umstand, dass die Rankingpositionen nicht sofort nach dem Einstellen von Keywords, Domain und Suchmaschinen ermittelt werden, sondern erst dann, wenn das Programm SEO Traffic-Booster wieder geschlossen wird. Auch die Funktionsweise der unterschiedlichen Abfragemodi über drei Reiter ist nicht auf Anhieb verständlich, sie lassen Analysen aber unter verschiedenen Perspektiven ablaufen – was durchaus nützlich ist, wenn man das Prinzip dahinter erst einmal verstanden hat.

Das Backlinktool von SEO Traffic-Booster läuft angenehm schnell und reichert die gefundenen Backlinks mit den wichtigsten Daten an (siehe Abbildung 6). Anschließend kann die Liste im Excel-Format exportiert werden. Eine Speicherung im Tool für spätere Vergleiche (Wegfall, neue Backlinks) ist nicht



Abb. 6: Der Backlink-Checker von **SEO Traffic-Booster** (Pro-Version)

möglich. Die Bezeichnung "Online" für die gefundenen Backlinks meint, ob die Links tatsächlich noch auf der Seite vorhanden sind. Von den für die Testdomain tatsächlich vorhandenen etwas über 10.000 Backlinks fand der SEO Traffic-Booster 792. Positiv: Für die Abfragen kann ein sog. Proxyserver eingetragen.

Mit dem Social Bookmark Submitter kann man eigene Links bzw. ganze Linklisten über anlegbare Profile (Accounts) zu den bekanntesten Bookmarkdiensten (gruppiert nach <u>nofollow*</u> und dofollow) automatisiert übertragen. Dies sollte man allerdings mit Bedacht tun, denn die meisten Bookmarkdienste mögen solche automatischen Übermittlungen verständlicherweise nicht und sperren Accounts bei Auffälligkeiten.

In den einzelnen Masken des SEO Traffic-Boosters wird sehr viel erklärt, was gerade Einsteigern sicherlich hilft zu verstehen, warum etwas getan werden sollte. Data Becker bietet auch ein auf das Tool zugeschnittenes Buch an.

| Keyword 1: | Nase | Dichte: | 3,07 % | - | | | | | | | | |
|--|--|---|--------------|-----------|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | | , 1 | | _ | | | | | | | | |
| Keyword 2: | Mund | Dichte: | 1,23 % | | | | | | | | | |
| v 12 | O hang | Distance of the second s | 0.61.00 | - | | | | | | | | |
| keyword 3: | Onren | Dichte: | 0,61 % | | | | | | | | | |
| Geben Sie hier bitte Ihren Text ein: | | | | | | | | | | | | |
| Jetzt spitzt mal schön die Ohren und haltet den Mund geschlossen. Wenn man hier live einer aktuelle Keyworddichte für die angegebenen Keywords. Natürlich kann man auch einen bes lange verändern, bis sich die richtigen Dichte-Verhältnisse ergeben. Der Mund bliebe einem a den Text per Button wieder in die Zwischenablage nehmen könnte, um ihn zurück zu kopiere | | | | | | | | | | | | |
| Wenn man z. B. mehrfach das Wort Nase schreibt, also Nase und Nase, dann erhöht sich de Schreibt man weiter fleißig Text, sinkt der Prozentsatz dann bei jedem weiteren Wort wiede beim Schreiben zu sehen, ob man das richtige Keyword auch oft genug, aber eben nicht zu | | | | | | | | | | | | |
| Und Achtung - in die Zwischen | ja nicht einfach auf Schlließen drücken. ablage kopieren! | Dann ist alles fi | utsch. Man m | uss den 1 | | | | | | | | |

Abb. 7: Die Live-Text-Analyse beim SEO Traffic-Booster

Es wurde von Regine Diepold geschrieben und trägt den Titel "Mit dem SEO Traffic-Booster zu Top-Platzierungen bei Google & Co.". Es umfasst ca. 190 Seiten und ist für 24,95 € im Handel zu erwerben.

Den SEO Traffic-Booster gibt es in verschiedene Versionen. Standard: für den normalen Webmaster, der seine Website optimieren möchte. Die Pround die Ultimate-Version enthalten zusätzlich drei Module, nämlich den Backlink-Checker, den Social Bookmarking Submitter und das Ranking-Analyse-Modul. Mit der Pro-Version können bis zu fünf Projekte, mit der Ultimate-Version kann dagegen eine unbegrenzte Anzahl verwaltet werden. Eine Testversion kann unter www.databecker.de heruntergeladen werden.

SCREAMING FROG SEO SPIDER

| Screaming Frog SEO Spider 1,30 | | | | | | | | | | |
|--|---|--|---------------|------------|------------------|--------|----------|--------------------------|-----------------------------|--|
| Configuration Mode License Help | Configuration Mode License Help | | | | | | | | | |
| Enter url to spider: http://www.websiteboosting.com | | Start | | lear | 1 | 00% | | Develop Twitter | ed by <u>Screaming Frog</u> | |
| | V | | <i>v</i> . | V | | Va i | | | | |
| Internal External Response Codes URI Page Titles Meta Description | Meta Keywords | s H1 H2 | Images | Meta | & Canonical | Custom | | | | |
| Filter: All Export | | | | | | | _ | | | |
| Address | Occurrences | | | H1-1 | | | H1-len-1 | H1-2 | H1-len-2 | |
| http://www.websiteboosting.com | 2 10 | /ebsite Boostii | ng - Das Ma | yazin | | | 30 | Inhaltsverzeichnisse | 20 🔺 | |
| http://www.websiteboosting.com/datenschutz.html | 1 D | atenschutz | | | | | 11 | | 0 | |
| http://www.websiteboosting.com/impressum.html | 2 In | 2 Impressum | | | | | | Disclaimer | 10 | |
| http://www.websiteboosting.com/kontakt.html | 1 S | o erreichen Si | e uns | | | | 20 | | 0 | |
| http://www.websiteboosting.com/verkaufsstellen.html | 1H | lier finden Sie | die aktuelle | Website E | Boosting | | 45 | | 0 | |
| http://www.websiteboosting.com/biog/ | 0 | labaita Deseti | Dec Ma | | | | 0 | | 0 | |
| http://www.websiteboosting.com/magazin.html | 1 1 | ebsile Boostil | ig - Das Mag | Jazin | | | 30 | Magazin offling koufen | 22 | |
| http://www.websiteboosting.com/blog/kat/aktionan | 2 10 | ayazin unime | Aduleli | | | | 21 | Mayazin Ulline Kaulen | 22 | |
| http://www.websiteboosting.com/blog/22-browser-add-ons-marketing | 10 | er ontimale Br | owser für de | n Market | or | | 37 | | 0 | |
| http://www.websiteboosting.com/blog/15-shopsystem-leistung | 10 | las muss ein s | Shopsystem | leisten? | 01 | | 32 | | 0 | |
| http://www.websiteboosting.com/werben.html | 2 1 | /erben in Web | site Boostin | 1 | | | 26 | Download Mediadaten | 19 | |
| http://www.websiteboosting.com/wunschbox.html | 1 W | /ünsche an die | Redaktion | · | | | 24 | | 0 | |
| http://www.websiteboosting.com/blog/96-karten-emetrics-gevinnen | 1 2 Karten für die eMetrics zu gewinnen | | | | | | 37 | | 0 | |
| http://www.websiteboosting.com/blog/tag/datenschutz | 0 | | | | | | 0 | | 0 | |
| http://www.websiteboosting.com/blog/kat/social-media-web-2-0 | 0 | | | | | | 0 | | 0 | |
| http://www.websiteboosting.com/blog/kat/online-marketing | 0 | | | | | | 0 | | 0 | |
| http://www.websiteboosting.com/blog/151-gekaufte-liviks-werden-diese-jahr-vielleicht | 1 G | ekaufte Links | werden dies | e Jahr vie | elleicht ein Pro | oblem? | 56 | | 0 | |
| http://www.websiteboosting.com/blog/113-leserme/hungen-und-wieder-was-zu-gewin | 1L | 1 Lesermeinungen - und wieder was zu gewinnen! | | | | | 44 | | 0 | |
| http://www.websiteboosting.com/abo.html | 1 M | /ebsite Boostii | ng - Abo | | | | 22 | | 0 | |
| http://www.websiteboosting.com/blog/tag/shoprysteme | 0 | | | | | | 0 | | 0 | |
| http://www.websiteboosting.com/blog/113-legermeinungen-und-wieder-was-zu-gewin | 10 | esermeinunge | n - und wie | der was z | u gewinnen! | | 44 | | 0 | |
| http://www.websiteboosting.com/blog/kal/stene | 0 | | | | | | 0 | | 0 | |
| http://www.websiteboosting.com/blog/24 browser.add.ons.marketing/comment.page 1 | 10 | or optimalo Pr | owe or für de | n Market | or | | 27 | • | 0 | |
| http://www.websiteboosting.com/blograc/browser-add-bris-marketing/comment-page-1 | 0 | er opumale bi | owser full de | il warker | CI | | 51 | | 0 - | |
| | V | | | | | | v | 1 | | |
| Nama | | Velue | | | | | | | 1 | |
| IIRI | ml | value | | | | | | - | | |
| Staus Code 200 | | | | | | | | - | | |
| Status OK | | | | | | | | - | | |
| Type text/html: charset=utf-8 | | | | | | | | - | | |
| Size 10414 | | | | | | | | | | |
| Title Verkaufsstellen | | | | | | | | | | |
| Level 1 | | | | | | | | | | |
| In Links 2 | | | | | | | | | | |
| Out Links 15 | | | | | | | | | | |
| URL Info In Links Out Links Image Info | | | | | | | | | | |
| Spider: Idle Average: 10 | 63 URI/s. Current: 5 | 5,82 URI/s. | | | | | | Completed 268 of 268 (10 | 00.0%) 0 remaining | |

Abb. 8: Der Arbeitsbereich im Screaming Frog SEO Spider

as SEO-Tool von Screaming Frog ist vor allem für einen schnellen Überblick über eine Webpräsenz nützlich. Nach Eingabe einer Domain läuft der Spider los und analysiert alle Seiten dieser Domain mit allen Objekten und der internenen Verlinkung. Über die Oberfläche steuert man dann über Reitertabs praktisch die "Sicht" auf die Domain. Wählt man, wie in Abbildung 8 gezeigt, z. B. das Tab "H1", werden alle Einzelseiten gelistet und die Anzahl und inhaltliche Verwendung des H1-Tags angezeigt. Klickt man dann eine Zeile an, erscheinen unten in einem Fenster weitere Informationen zu genau dieser URL (Seiteninfos wie in Abbildung 8 gezeigt, oder auch die Struktur der ein- und ausgehenden Links wie Ankertexte, Alt-Texte oder Dofollow oder Nofollow sowie alle Informationen zu

dort vorhandenen Bildern, wo diese herkommen und welchen Alt-Text sie haben).

Insofern kann man sich die vom Tool gespiderten Informationen als großen Datenwürfel vorstellen, den man sehr flexibel drehen und wenden kann, je nach Analyseabsicht. Die Zielgruppe für dieses Tool ist relativ klar: Es sind SEO-Experten, die für Websites vor allem technische Analysen durchführen. Man sieht auf einen Blick, ob die internen Linkstrukturen gesund sind, auf welchem Level eine einzelne Seite aus Suchmaschinensicht (!) verankert ist, ob und wie viele externe Links verwendet wurden oder ob Duplicate Content vorliegt (wird über einen Hashcode ermittelt). Dabei werden Weiterleitungen ebenso angezeigt wie alle Meta-Daten oder Canonical-URL.



Abb.9: Konfigurationsmöglichkeiten beim Screaming Frog SEO Spider

Schaltet man den Modus von "Spider" auf "List", lassen sich auch noch unpublizierte oder auf Platten gespeicherte Webseiten offline analysieren. Vor allem beim Umgang mit größeren Domains wird man schnell die umfangreichen und auch parametrisierbaren Ein- und Ausschlussfiltermechanismen zu schätzen lernen. In der Free-Version lassen sich diese Filter allerdings nicht anwenden. Insbesondere die individuellen (Custom) anlegbaren Filter erweisen sich bei näherem Hinsehen als echtes Powerwerkzeug: Hier lassen sich die gespiderten Seiten gezielt nach Keywords (muss vorkommen/soll nicht vorkommen) filtern – und zwar im Quelltext! Damit ist es möglich, jedwede Textsnippets zu suchen oder eben auch zu suchen, auf welchen Seiten diese fehlen. Haben wirklich alle Seiten einen Tracking- oder z. B. Adsensecode eingebunden (über "Does not Contain")? Welche Seiten einer Domain benutzen das Nofollow-Attribut? Wo sind noch Kommentar-Tags vergessen worden? Welche Seiten verlinken auf eine nicht mehr vorhandene (oder zu ändernde) externe Bilderquelle? Diese und andere Fragen lassen sich praktisch auf Knopfdruck und extrem schnell für alle analysierten Domains beantworten. Tipps, Hinweise oder interpretierende Analysen bekommt man von diesem Tool nicht. Das ist auch gar nicht seine Zielrichtung. Hier finden Profis ein Werkzeug, das nur schnell und schlank sein will und hilft, strukturelle Schwächen einer Website zu erkennen. Die kostenlose Version hat bis auf die fehlenden Filtermöglichkeiten eine Beschränkung auf 500 ULRs für einen Domainscan. Eine Downloadmöglichkeit und weitere Informationen findet man unter www.screamingfrog.co.uk.

SEO ELITE

an muss es mögen, das für westeuropäische Augen oft etwas übertrieben wirkende Marketing der Amerikaner. Schon beim Start von SEO Elite wird man mit Werbesprüchen und Testimonials beballert. Auch auf der Website lernt man, dass das Investment von 167 USD für die Software "Millions of Dollars" in die Taschen der Kunden gespült hat. Da hilft es sicher, einmal den Nebel des Marketings zu lüften und nachzusehen, was SEO Elite wirklich zu bieten hat.

Nach dem Start des Tools wählt man aus, was man genau analysieren möchte. Zur Auswahl stehen dabei Backlinks zu finden (über Google oder Yahoo!), mögliche Linkpartner zu finden, bestehende Linkparter zu prüfen (ist der Backlink noch aktiv?), festzustellen, wie man für einzelne Keywords ranked oder wie viele eigene Seiten im Index von Suchmaschinen sind und letztlich kann man noch mögliche Autoritätssites aufstöbern, von denen es sich lohnen könnte, einen Link zu bekommen. Die Abfragen lassen sich in der Regel gefiltert nach einzugebenden Keywords erledigen, damit die Themenrelevanz gewahrt bleibt. Zusätzlich lassen sich in den Optionen die Abfragegeschwindigkeit, das Land und eine Zu-

| Step 1: Select the project type you would like to run. |
|---|
| 1. Analyze backlinks using a specified search engine. |
| 1. Analyze backlinks using a specified search engine. |
| Step 4 2. Get links to your website. |
| Verify that link partners are still linking back. Eind where your site is ranked for a given keyword(s). |
| sten 35. Find out how many pages are indexed. |
| 6. Find possible authority websites. |
| 100 |
| Step 4: Select the search engine(s) you would like to use. |
| 🔄 Google 🛛 🗹 Yahoo! |
| Step 5: Skip these URLs (separate by space). |
| |
| , |
| Step 6: Only return URLs that contain these words (separate by comma). |
| |
| |
| Step 7: Show special criteria on report tab. |
| Alexa Rank V Google PR |
| Vebsite age Vebsite age |
| 🖌 Show Unique Results 🛛 V Show Unique IPs 📄 Skip All Onpage Links |
| |

Abb. 10: Die Analysemöglichkeiten bei SEO Elite

fallsvariable zur Emulation menschlichen Verhaltens einstellen.

Je nach gewählter Suchmaschine, aus der die Backlinks extrahiert werden sollen (Google oder Yahoo! – empfehlenswert ist hierfür auf jeden Fall Yahoo!), werden bei der Analyse z. B. die Linkdaten abgefragt und Kennzahlen dafür ermittelt. Von den etwas über 10.000 Backlinks der analysierten Domain wurden von SEO Elite nur 87 gefunden. Das erscheint deutlich zu wenig und legt den Schluss nahe, dass das Tool für echte Backlinkabfragen nur bedingt geeignet ist. Recht nützlich ist allerdings die statistische Zusammenstellung, welche Keywords auf den Seiten vorhanden sind (und wo), die zu der analysierten Domain verlinken. Augrund der nur wenigen Backlinks, die das Tool ermittelt, wäre hier eine Uploadmöglichkeit eigener Backlinklisten wün-

| 🥝 SEO Elite | | | | | | | | | | | | | | | 000 |
|--------------------|---|---------------|-------------|---------|------------|--------------|--------------------------|-----------|--------------------|-------------------------|--------|-----------|--------------|-------------|---------------|
| Nou Or | Image: New Open Save Pause Export Options Image: Option Save Pause Export Options Image: Option Save Pause Export Options | | | | | | | | | | | | | | |
| New Op | Jen Dave | Pause | export | Options | | | | | | | | | | | пер |
| Progress: | | | | | | 100 % | | | | | | 🏠 Home | Threads view | Report view | Analysis view |
| Search engine | Pag | e with link | | Page PR | Alexa Rank | IP Address | Has backlink | | Page title | Anchor text | Outbou | und links | Total links | Whois | Website Age |
| Yahoo | http://www.o | ic b/ | | 6 | 2.311.247 | 88.198.4 | Yes (robots.txt nofollo | w!) Be | erufsverband de | N/A | 5 | 53 | 66 | show | N/A |
| Yahoo | http://www.r | ne is | .net/ | 5 | 50.097 | 81.169.1 | Yes (robots.txt nofollo | ow!) <• | < mediadonis | Doc Fischer | 2 | 37 | 388 | show | 5Y 2M |
| Yahoo | http://www.h | 10 3- | fags.de/ | 4 | 213,297 | 81.169.1 | Yes | EA | AOs zu Homepag | http://www.websi | 1 | 5 | 47 | show | N/A |
| Yahoo | http://www.n | na he | er.de/ | 4 | 454,993 | 80.190.2 | Yes | Ma | ario Fischer - Pr | Website Boosting | | 4 | 13 | show | N/A |
| Yahoo | http://www.n | ne no | leman | 4 | 1.221.811 | 82.165.9 | Yes | .: 1 | UX Workshops :. | "Website Boosting" | 1 | 4 | 50 | show | N/A |
| Yahoo | http://www.n | ne d | e/bloa | 4 | 1.349.930 | 87.106.5 | No | N/ | A | N/A | N | /A | 1 | show | N/A |
| Yahoo | http://www.le | ev 1. | at/se | 4 | 415,241 | 89.107.1 | No | N/ | A | N/A | N | /A | N/A | show | N/A |
| Yahoo | http://www.t | m ut | .de/t | 4 | 1.040.860 | 80.190.2 | Yes | tm | ns institut abr un | www.websiteboos | | 7 | 88 | show | N/A |
| Yahoo | http://www.s | e e | ie.de | 4 | 63.614 | 109.239 | Yes | SE | O-Blog Kronenb | Website Boosting | 4 | 15 | 169 | show | N/A |
| Yahoo | http://www.y | ve o | ostina | 4 | 89,500 | 80.67.17.80 | Yes | We | ebsite Boosting | N/A | | 9 | 22 | show | NA |
| Yahoo | http://www.a | के म | blogi | 4 | 41,759 | 217.160 | Yes | We | ebsite Boosting | Website Boosting | 1 | 3 | 131 | show | NA |
| Yahoo | http://www.s | e n | l | 4 | 478.323 | 81.169.1 | Yes | 1.5 | seoFM - der erst | Website Boosting | 3 | 38 | 419 | show | 4Y 10M |
| Yahoo | bttp://www.1 | 2 le | hlog | 3 | 141.008 | 80.67.1 27 | Ves | SE | O CAMPIXX 201 | unbedingt abonni | | 73 | 105 | show | NA |
| Yahoo | http://seo.de | d' m | isen-2 | 3 | 67,339 | 212.227 | Ves (robots tyt pofollor | well) SE | MSEO 2010 Rec | Website Boosting | | 12 | 203 | show | NA |
| Vahoo | http://seo-ma | ari de | na de | 3 | 48 762 | 85 190 1 | Ves (robots tyt pofolio | wil) Lin | okkauf vor dem | Offline Magazin | | 35 | 157 | show | N/A |
| Vahoo | http://www.c | 10 H | al and | 3 | 248 240 | 85 13 13 | Vec | Go Co | ald verdienen im | Website Boosting | 61 | | 214 | show | NIO |
| Vahoo | http://www.e | yo u vi la | dblog/ | 3 | 3 876 723 | 198 40 1 | Vec | No | atzwarkkommuni | Website Boosting III | | 20 | 233 | show | NIA |
| Vahoo | http://www.w | ue ui | infoc | 3 | 237 584 | 82 197 1 | Vec | 140 | ebsite Boosting | Website Boosting | | 8 | 04 | show | NIA |
| Vahoo | http://www.v | | rhach | 3 | 5 153 590 | 212.06.1 | Vec | Ma | arcel Hollerbach | Website Boosting | | 5 | 129 | show | NIA |
| Vahoo | http://www.h | de di | Idelu | 3 | 396 193 | 20.67.17 | Vec | 94 | Jumbber Bloggw | website boosting | | 10 | 80 | show | NIA |
| Vahoo | http://www.b | al d | la/huit | 3 | 124 079 | 79.46 00 | Vec (pofollowi) | Eal | Julii, ber biogzw | http://www.websiceboos | 1.1 | 269 | 1 373 | chow | N/A |
| Vahaa | http://www.c | | ie) concern | 3 | 224,070 | 115 124 | Ves (rebets but pefeller | | n News Jade | SEO Magazin | | 200 | 1,575 | show | 222.1M |
| Vahaa | http://seo-ne | | day mak/ | 3 | 237,797 | 20 4 54 | Yes (robots.txt norollo | | et News - Jede | Uch site Deesting | | | 140 | show | 42.0M |
| Vahaa | http://www.r | 15 II. | dertheq | 3 | 022,000 | 00.1 .54 | Yes (robots.txt horoito | JWII) 500 | eran rischen nu | Website Boosting | | F1 | 142 | show | AT JM |
| Vahaa | http://www.s | e 1. | ue/biog/ | 2 | 26,000 | 05.13.14 | Yes (noronowi) | DE Ma | io-uniteu.ue » 5 | N/A Wahaita Dasatina | | -4 | 201 | show | N/A N/A |
| Yahoo | http://www.e | 15 EI | nung | 2 | 20,992 | 05.13.14 | Yes (robots.txt horolio | JWII) ME | elliung: website | Medisite Boosting | | 94 | 194 | SHOW | N/A N/A |
| Vahoo | http://www.s | francial | s.ue/0 | 2 | 008 542 | 85 13 13 | Ver | 50 | abactian Ericch - | dae Manazin Wah | 6 | 20 | 150 | chow | N/A V |
| | Keymor | d | | | * | apphor found | | | Domain | # 6 | bund | | | Total (%) | |
| | add kouwor | u de | | | | anchor roana | | 6000 | Domain | #10 | 2 | | 0.00 | 0.7(2.00) | |
| oin cask kartoff | Add Neywor | us | | | | 0 (0.0%) | | .com | | | 0 | | MVQ. | 0.7 (5 pg: | <u>/</u> |
| ein sack kartorr | ein | | | | | 0(0.0%) | | .eau | | | 0 | | PRU | 2 (66.7% | , |
| nenry foru | | | | | | 0 (0.0%) | | - gov | | | 4 | | PRI | 0 (0.0%) | |
| magazin magazin | | | | | | 13 (31.7%) | | net | | | 4 | | PRZ | 1 (33.3% | , |
| mario rischer | | | | | | 3 (7.3%) | | otners | | | 00 | | PR3 | 0 (0.0%) | |
| meister iampe | | | | | | 0 (0.0%) | | | | | | | PR9 | 0 (0.0%) | |
| seo | | | | | | 4 (9.8%) | | | | | | | PRS | 0 (0.0%) | |
| website boostin | ng | | | | | 35 (85.4%) | | | | | | | PR6 | 0 (0.0%) | |
| | | | | | | | | | | | | | PR/ | 0 (0.0%) | |
| | | | | | | | | | | | | | PR8 | 0 (0.0%) | |
| | | | | | | | | | | | | | PR9 | 0 (0.0%) | |
| | | | | | | | | | | | | | PR10 | U (0.0%) | |

Abb. 11: SEO Elite: Backlinkübersicht mit Kennzahlen und Keyword-Verteilung

| | URL/Domain | Source | Link Type | | Email address | Email found on | Domain PR | Alexa Rank | Status |
|-----|----------------|--------|----------------|-----|-----------------|---------------------------|-----------|------------|--------|
| bo | j.com | Google | Email campaign | x | | Found on bootsking.com | 1 | 9,212,983 | New |
| co | oots.de | Google | Email campaign | ha | atherstuff.de | Found on cowboyboots.de | 3 | 762,385 | New |
| CO | tiefel-shop.de | Google | Email campaign | inl | stiefel-shop.de | Guessed | 4 | 523,250 | New |
| kle | shop.ebay.de | Google | Email campaign | inl | i.shop.ebay.de | Guessed | 3 | 76 | New |
| ott | | Google | Email campaign | inl | | Guessed | 6 | 1,325 | New |
| sei | tore.de | Google | Email campaign | inl | store.de | Guessed | 2 | 5,595,400 | New |
| WE | welt.de | Google | Email campaign | inl | i-welt.de | Guessed | 2 | 1,330,138 | New |
| WE | tiefel.com | Google | Email campaign | inl | istiefel.com | Guessed | 3 | No data | New |
| WE | tiefel.de | Google | Email campaign | inl | istiefel.de | Guessed | 2 | 21,055,698 | New |
| Wie | ina.at | Google | Email campaign | of | -int.at | Found on /bekleidung1.php | 3 | 172,648 | New |

Abb. 12: Linkpartner mit SEO Elite finden

schenswert. Ermittelte Daten lassen sich mit dem Tool als formatierte HTMLoder CSV-Datei für eine weitere Verwendung speichern.

Eine sehr interessante Möglichkeit, die für das Tool auf der Website www.seoelite.com vorgestellt wird, konnten wir in der aktuellen Version 4.0 leider nicht entdecken, nämlich für ein Set von rankenden Domains (z. B. Mitbewerbern) gemeinsame Linkquellen (Hubs) zu finden. Ob diese Funktion in einer alten Version vorhanden war oder erst in einer neuen Version verfügbar sein wird, konnte bis zum Redaktionsschluss nicht geklärt werden. Die beschreibenden Screenshots auf der Website stimmen generell nicht unbedigt mit der aktuell verfügbaren Version überein.

Die Kontaktaufnahme mit thematisch passenden Websites wird durch SEO Elite hingegen gut unterstützt. Nach Eingabe von Keywords oder Keywordsets findet das Tool potenzielle Linkpartner.

Dazu wird auf den ermittelten Domains und auch in den Whois-Datenbanken nach verfügbaren Mailadressen gesucht (die genaue URL wird zur manuellen Prüfung mit angegeben) und diese werden zusammen mit einigen Kennzahlen ausgegeben. Findet SEO Elite keine Mailadresse, wird "info@" vermutet (Guessed) und dem Domainnamen einfach vorangestellt. Solche Adressen werden wohl in der Regel keinen so großen Kontakterfolg erzielen. Aber auch die anderen Ergebnisse (personalisierte Mailadressen) bedeuten nicht unbedingt, dass man die E-Mails des Webmasters gefunden hat. Ganz generell muss dieses in den USA durchaus übliche Vorgehen, über Tools automatisierte Linkanfragen zu stellen, für Deutschland im Hinblick auf geltendes Recht und den Datenschutz wohl eher kritisch gesehen werden.

Nach der Eingabe aller notwendigen Daten, auch derjenigen für den Zugang zum eigenen E-Mail-Server, kann das Tool dann recht komfortabel Anfragemails mit konfigurierbarem Text praktisch selbstständig versenden LS - TEIL 2

~

~

~

~

~

~

nicht notwendig.

Projektdateien Vorlagen

Analyse & Fehlererke... A

Analyse der Website Analysebericht Website-Bewertung

Schlüsselwortlisten Schlüsselwort-Tools

Ranking-Analyse

Schlüsselwörter

Suchmaschinen abfragen Ranking-Status

Werkzeuge

SEO-Checker Backlinks-Checker Site-Scanner Web-Robot-Simulator PageRank-Berechnung Sitemap-Generator **Robots-Generator** Link-Überprüfung HTML-Validator Ladezeit-Prüfung Code-Komprimierer Meta-Tag-Generator Automatische Anmeldung Manuelle Anmeldung Suche von duplizierten Inhalten Social Bookmark Manager Content kaufen

Berichte

Gesamtbericht

Recherche-Tools

Recherche-Tools

ihre SEO-Software (Hello Engines Professional) komplett überarbeitet und ihr auch einen neuen Namen gegeben: ASEOPS - Acebit SEO Professionals Suite. Nach dem Start prüft die Software, ob Updates verfügbar sind oder ob die Signaturdatenbank aktualisiert werden muss. Befremdlich wirkt dabei, dass man danach aufgefordert wird, den Rechner neu zu starten - und vor allem, alle Disketten aus den Laufwerken zu nehmen. Jüngere Webmaster werden wohl gar nicht mehr wissen, was Disketten überhaupt sind. Hinsichtlich des Funktionsumfangs der Software darf man über diesen kleinen Fauxpas schmutzeln. Ein Neustart ist übrigens

ie Softwareschmiede Acebit hat

ASEOPS kann durchaus als die derzeit umfangreichste SEO-Software für den Desktopeinsatz bezeichnet werden. Durch die prinzipiell unbegrenzte Anzahl anlegbarer Projekte ist sie sicher auch für Agenturen eine gute Option. Der Zugriff auf Ressourcen im Web ist bei ASEOPS ungewöhnlicherweise auch via ftp oder http mittels Benutzername und Kennwort möglich. Der Hersteller gibt an, dass Suchmaschinen-Updates zeitlich unbegrenzt ohne Nachzahlung geladen werden können. Die Software lehnt sich im Bedienungsablauf durchaus an die gebräuchlichen Vorgehensweisen bei der Optimierung von Websites an.

Für eine Domain lässt sich eine recht detaillierte Fehleranalyse durchführen. Die Software prüft dabei

- » technische Faktoren (u. a. Codevalidität, Links, Ladezeit, robots.txt, Sitemaps),
- » den Site-Rank (PageRank, DMOZ- und Yahoo-Verzeichniseinträge und das Domainalter),
- » die Popularität der Site (anhand der Sichtbarkeit in den drei großen Such-

ASEOPS 7

maschinen und der Anzahl an Backlinks, die diese Suchmaschinen auf Anfrage auswerfen),

- » die Sichtbarkeit bei Suchmaschinen generell (bei welchen Suchmaschinen wird die Domain gelistet?),
- » Bookmarks f
 ür die Domain bei Mister Wong, LinkARENA und del.icio.us,
- » für einen primären Suchbegriff alle Platzierungen in den wichtigsten Suchmaschinen und
- » weitere wichtige SEO-Kennzahlen

Bei der Keyword-Ermittlung via Vorschläge kamen leider nur wenig brauchbare Empfehlungen. Für das Keyword "Notebook" wurde zwar kein "Laptop" vorgeschlagen, dafür aber jede Menge Unsinn. Das Keyword "Unterhose" förderte statt Begriffen wie Slip Vorschläge wie "unterhose german" oder "unterhose translate" zutage. Auch eine Änderung des Suchdienstes für Vorschläge brachte keinerlei Verbesserung. Egal ob Google (DE), Altavista oder Yahoo! ausgewählt wurde, die Vorschläge waren immer die gleichen. Der Versuch, Vorschläge über die angebotenen Webdienste wie Google Adwords zu holen, scheiterte ebenfalls. Zwar wurde rechts das Google Keywordtool als Frame direkt eingebunden und man konnte dort auch suchen. Der Button "Schlüsselwörter auslesen" blieb aber ausgegraut und somit konnten die gefundenen Keywords nicht in das Tool übernommen werden. Die Möglichkeit der Keywordextraktion von Mitbewerberseiten hat hingegen gut funktioniert und wirkt mit der Funktion "Auto-Auswahl ab:" auch gut durchdacht. Wer seine Hauptkeywords mit Longtail-Begriffen mischen möchte, wird das Kombinationstool lieben. Dort lassen sich bis zu drei Keywordlisten automatisch mischen.

Insgesamt kann die vorgesehene Funktionsvielfalt (auswählbare Vorschlagsdienste, Webdienste, Mitbewer-



Abb. 13: **ASEOPS** zeigt den PageRank der Backlinksseiten grafisch mittels einer Pyramide an

| 🔆 Schlüsselwörter erzeugen | Ausgang |
|----------------------------|------------|
| Erzeugte Schlüsselwörter | |
| notebook | |
| notebook computers | |
| notebook forum | |
| notebook hardware cor | ntrol |
| notebook movie | |
| notebook paper | |
| notebook quotes | |
| notebook quotes and s | ayings |
| notebook quotes from | the book |
| notebook quotes from | the movie |
| 🗹 notebook quotes i wan | t you ever |
| 🗹 notebook quotes not g | oing to be |
| | |

Abb. 14: Keyword-Vorschläge für "notebook" bei **ASEOPS**

ber plus Kombinationserzeugung für Longtail-Phrasen) nur als sehr vorbildlich bezeichnet werden. Die augenscheinlich noch vorhandenen Fehler in der Software gerade an dieser besonderen Stelle trüben diesen ansonsten beeindruckenden Funktionsumfang allerdings etwas ein. Hier sollte der Anbieter auf jeden Fall dringend nachbessern und wenn alles so funktioniert, wie die Oberfläche das andeutet, bleiben hier wohl kaum Wünsche mehr offen.

Rankingabfragen bei Suchmaschinen können entweder im sog. API-Modus durchgeführt werden (Google, Bing und Yahoo!) oder durch Parsen der Suchergebnisse. Für den letzteren Modus wurden die Suchmaschinen sauber nach Ländern getrennt (D, A, CH, F, NL, UK, SUA, ES, IR, IT, RU, CAN und "international"). Durchgeführte Abfragen bzw. die Positionen werden gespeichert und stehen für spätere Vergleiche und für grafische Auswertungen zur Verfügung. Rankingberichte lassen sich als CSV, XLS oder im Word-Format erzeugen.

ASEOPS wartet mit einer umfassenden Sammlung an SEO-Analysemodulen auf, deren ausführliche Erläuterung den hier verfügbaren Rahmen bei Weitem sprengen würde. Daher sollen nur einige dieser Module kurz angerissen werden. Die Onpage-Analyse (SEO-Checker) scannt zunächst eine Website mit allen Unterseiten und stellt dann für jede einzelne Seite einen umfassenden Bericht zur Verfügung, der wichtige Elemente bewertet und konkrete Optimierungsvorschläge nennt. Zusätzlich können via Klick auf Reiter auch der jeweilige Quelltext und eine Seitenansicht wie im Browser aufgerufen werden. Hilfreich ist dabei, dass alle Analysen nach Datum gespeichert werden und damit auch für spätere Vergleiche abgerufen werden können.

Der Backlinks-Checker prüft und sortiert eingehende Links für die betrachtete Domain und gibt tabellarisch neben einem Statuscode, dem Ankertext, der Anzahl abgehender Links der gefundenen Seiten, dem Linkattribut (z. B. nofollow), der IP-Adresse auch den PageRank der verlinkenden Seiten an. Die Analysetiefe (Anzahl zu prüfender Backlinks) kann dabei individuell festgelegt werden. 3.166 Backlinks (von etwas über 10.000) hat ASEOPS für die Testdomain gefunden, was im Vergleich als durchaus respektabel und brauchbar bezeichnet werden kann.

Als besonderes Highlight muss die grafisch aufbereitete Linkpyramide bezeichnet werden, in welcher die Backlinks nach PageRank einsortiert werden. Hier erhält man sofort einen Überblick, ob der Backlinkaufbau strukturell "gesund" ist.

Mit dem Social-Bookmark-Manager lassen sich accountbezogen Bookmarks (für den Backlinkaufbau) zu den verschiedenen Diensten hochladen. Praktisch ist auch die einfache Suche nach Duplicate Content (prozentuale Angabe) mittels der Funktion "Suche von duplizierten Inhalten". Weiterhin findet man in ASEOPS noch Tools zum automatischen und manuellen Anmelden in Webkatalogen bzw. -verzeichnissen, einen Meta-Tag-Generator, einen Code-Komprimierer (zum Beschleunigen des Seitenaufbaus), einen Sitemap- und robots.txt-Generator, einen HTML-Validator, ein Ladezeit-Prüfmodul, einen Simulator für Suchmaschinen-Robots (eine Webseite mit den Augen der Suchmaschine "sehen") und einen Site-Scanner. der alle von einer Domain verlinkten HTML-Seiten einliest. Für jede dieser URL kann man sich dann via Eigenschaften "verlinkt auf" und "verlinkt von" anzeigen lassen. Befindet sich ein Blogsystem auf der Domain, findet der Profi hier schnell interessante Einblicke.

Besonders hervorheben sollte man noch das Modul "PageRank-Berechnung".

Damit wird für eine Domain (nur) anhand der internen Verlinkung ein PageRank berechnet. Was auf den ersten Blick schulterzuckendes Kopfkratzen erzeugt, macht auf den zweiten Blick durchaus Sinn: Hier erkennt man, ob die internen Links sauber und richtig strukturiert sind und welche der eigenen Seiten durch diese Links als "wichtig" herausragen. Die Frage, die dieses Tool beantwortet, lautet: Gäbe es keine externen Links, wie würde Google die Wichtigkeit der einzelnen Seiten aufgrund der (von externen Einflüssen isolierten) internen Verlinkung berechnen? Fans des sog. PageRank-Scupltings dürften ihre helle Freude an diesem Modul haben.

Eine weitere Besonderheit ist das Modul "Content kaufen", das via Formular den einfachen Einfkauf von Text erlaubt, der nach Angaben des Herstellers von Profis verfasst wird. Als letztes Modul ist noch das "Recherche-Tool" verfügbar, bei dem es sich aber um ein externes Modul handelt, das monatlich 79.-€ kostet. Die Angaben zu diesem Tool sind mehr als vage gehalten. Für ein Abo, das fast 1.000 € im Jahr kostet, sollte man dort eigentlich mehr Informationen vorfinden, also nur zehn bis zwölf kurze Sätze – ohne jedes erklärende Beispiel. Da laut AceBIT, eine Trial des Recherche-Tools ... derzeit nicht verfügar" ist, muss man wohl erst kaufen um zu sehen, was man bekommt.

AceBIT bietet eine 30-Tage-Rückgabegarantie und somit die Möglichkeit, die Software im Hinblick auf die eigenen Belange ohne finanzielles Risiko ausgiebig zu testen. Ebenso kann man bereits vor dem Kauf das Benutzerhandbuch offen als PDF herunterladen. Ingesamt trüben Fehler im Keyword-Modul den ansonsten sehr guten Eindruck. Dies mag aber sicherlich der enormen Funktionsvielfalt der Software geschuldet sein. Gerade bei der Nutzung vielfältiger Schnittstellen zu externen Diensten, die ja nicht selten ihre Datenstrukturen unangekündigt verändern, können solche Probleme durchaus temporär und unerwartet auftreten. Das Support-Center von AceBIT, bei dem man solche Fehler als Ticket direkt einsenden kann, stimmt optimistisch, dass Programmfehler dieser Art wahrscheinlich recht schnell behoben werden. Weitere Informationen unter www.aseops.com

IBP – INTERNET BUSINESS PROMOTOR

xandra bietet seit etwa 15 Jahren Softwarewerkzeuge für Webmaster an und blickt daher bereits auf viel Erfahrung zurück. IBP liegt mittlerweile bereits in der Version 11 vor. Auf der Website "garantiert" Axandra mit IBP nach eigenen Angaben als einziges Programm Top-10-Platzierungen. Ansonsten bekämen Käufer ihr Geld zurück. Das sieht nach einem fairen Angebot aus, soll aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass nicht Top-10-Positionen garantiert werden, sondern (nur) die Geldrückgabe, falls man mit den Suchbegriffen nicht unter die Top 10 kommt. Bei welcher Suchmaschine die "Garantie" greift, lässt die Website allerdings offen. Bei der (plötzlich englischen) Bestellseite wird die auf den deutschen Seiten vorher unbeschränkte Garantie dann auch auf ein Jahr eingeschränkt. Innerhalb von 30 Tagen ist eine Rückgabe aber auch ohne Angabe von Gründen möglich.

Auch IBP wartet mit einem recht vollständigen SEO-Tool auf. Nach Eingabe

| Umsetzung der Suchmaschinen-P | latzierungsl | | |
|---|----------------------------|-----------------------|---|
| Platzierungskriterium-Wichti gkeit | Kriterien bestand en | Kriterien verfehlt | Platzierungskriterien |
| Essenziell (am stärksten gewichtet): | 1 | 10 | |
| Sehr wichtig: | 3 | 0 | |
| Wichtig: | 11 | 1 | |
| Mäßig wichtig: | 11 | 0 | |
| Weniger wichtig: | 6 | 2 | 32 Platzierungskriterien bestanden 13 Platzierungskriterien verfehlt |
| Insgesamt: | 32 | 13 | |

Abb. 15: Ausschnitt aus dem Optimierungsbericht von IBP

von Domaindetails, Keywords und den Suchmaschinen, bei denen man ranken möchte, läuft eine sehr intensive Analyse. Ergebnis ist ein umfassender Bericht, der alle wichtigen Parameter der Top-10-Treffer der Suchergebnisseite mit der entsprechenden eigenen Seite vergleicht. Hier wird dann auch die Philosophie deutlich, die hinter der "Top-10-Geld-Rückgabe-Garantie" steckt: Mach alles mindestens so gut, wie die aktuell besten zehn zu dem gewählten Keyword und schwupps, wird deine Seite dort auch gelistet. In der Tat gibt IBP auch dem Laien durch die Vergleiche der Kennzahlen der Top 10 wertvolle Optimierungshinweise und eine leicht verständliche Schritt-für-Schritt-Anleitung an die Hand.

Die Business-Version erlaubt übrigens ein fast vollständiges Anpassen der IBP-Berichte für Agenturen. Von der Logo-Einbindung bis hin zur Schrift- und Farbwahl ist so viel Individualisierung möglich, dass der Bericht dem eigenen Corporate Design entspricht.

Der Bericht selbst besteht aus 35 Einzelpositionen bzw. -vergleichen und wird sogar mit einem klickbaren Inhaltsverzeichnis produziert, wobei die einzelnen Kapitel nicht nur an- und abwählbar sind, sondern bei Bedarf auch in der Reihenfolge geändert werden können.

In IBP ist mittlerweile auch der Link-Manager von Axandra enthalten, der früher gesondert unter dem Namen "Arelis" vertrieben wurde. Auf den ambitionierten Linkbuilder warten umfassende Filter- und Verwaltungsmöglichkeiten, die eigentlich keine Wünsche mehr offen lassen dürften. Sogar Begriffsausschlüsse wie z. B. "Download" oder URL-Muster können als unerwünscht hinterlegt werden, was die Anzahl an "Fehltreffern" nach einer Experimentierphase deutlich reduzieren kann. Die Funktionen zur Verwaltung aller Arten von Links sind so umfassend, dass die Bezeichnung "Link-Manager" durchaus gerechtfertigt erscheint. Unter anderem lassen sich finden:

- » Link-Anmeldeformulare
- » Seiten, die zu (hinterlegten) Mitbewerbersites linken
- » Themenverwandte Blogs
- » Themenrelevante Webseiten



Abb. 16: Über Vergleiche der eigenen Domain mit den Top 10 lassen sich Optimierungshinweise ableiten

Zusätzlich lassen sich noch Links von Webverzeichnissen, Linkquellen aus anderen Projekten, manuell erstellte Listen oder solche, die von anderen Tools erstellt wurden, importieren. Allen gefundenen Linkmöglichkeiten können unterschiedliche Status oder Kategorien zugewiesen werden, z. B. für eine spätere Filterung. Per Mausklick kann man prüfen, ob als echte Backlinkquellen klassifizierte Seiten auch tatsächlich noch aktive Backlinks enthalten. Weiterhin lassen sich über geschickte Filtermechanismen automatisch oder halbautomatisch Websites in Suchmaschinen und Verzeichnisse eintragen. Ganz generell wartet IBP

an viele Stellen mit recht umfassenden Parametrisierungsmöglichkeiten auf, die Experten durchaus zu schätzen wissen.

IBP hält noch einige andere Werkzeuge bereit, die für die Online-Marketing-Arbeit durchaus nützlich sind. Damit lassen sich losgelöst vom großen SEO-Modul schnell einzelne Analysen wie z.B. nach der Keyword-Dichte oder fehlerhaften Links fahren.

Alles in allem macht IBP einen sehr aufgeräumten und stabilen Eindruck. Die tatsächliche Funktionsfülle erschließt sich dabei allerdings erst beim zweiten Blick und nach einiger Zeit. Weitere Informationen unter *www.axandra.de*.

ie SEO PowerSuite besteht eigentlich aus vier verschiedenen Tools, die einzeln oder im Paket erworben werden können. Es handelt sich dabei um: Rank Tracker, Web-Site Auditor, SEO Spyglass und Link Assistant. Die Suite gibt es in der Professional- und eine Enterprise-Version. Bei Letzterer kann man die Daten auch exportieren, Reports für Kunden gestalten und zeitgesteuert per Mail automati-

siert an den Kunden versenden oder ins Web stellen. Damit ist die Zielgruppe relativ klar abgesteckt: Die Professsional-Version eignet sich vornehmlich für die Inhouse-SEO-Arbeit, während die Enterprise-Version wohl für SEO-Agenturen besser geeignet ist. Die automatisierund konfigurierbaren Berichte können viel Zeit sparen und wirken zudem professionell (Hinweis: Erst im Berichtskonfigurator werden die Textvorlagen

SEO POWERSUITE

dann plötzlich deutsch). Die Preisgestaltung der Module ist identisch. Es gibt jeweils eine Professional- (je 99,75 €) und eine Enterprise-Version (je 249,75 €). Der Erwerb der kompletten Suite mit allen vier Modulen ist dazu im Verhältnis insgesamt gesehen deutlich günstiger (Professional 249.- € und Enterprise 599.- €). Für Agenturen und zahlengetriebene SEOs ist wahrscheinlich interessant, die Analyseergebnisse

57

nicht nur in den gängigen Formaten ausgeben zu können, sondern auch per XML und eine SQL-Datei zur Integration in eine eigene Datenbank. Die Oberflächen der Suite sind zum größten Teil in Deutsch, aber bei einzelnen Funkionen tauchen immer wieder englische Masken auf.

Rank Tracker

Zur Auswertung der eigenen Keyword-Positionen in unterschiedlichen Suchmaschinen dient Rank Tracker. Hier kann man nach Ländern filtern und sich dann die interessanten Suchmaschinen auswählen. Für Deutschland stehen Google, Bing, Yahoo!, AOL, Altavista, Ask.com, Fireball, Freenet und Web.de zur Verfügung. Rank Tracker erlaubt es ebenfalls, Mitbewerberdomains mit zu hinterlegen und diese dann auf Knopfdruck im Vergleich zu den eigenen Rankings darzustellen. Über das Datum werden alle Abfragen abgelegt und somit lassen sich später wertvolle Hinweise aus dem Vergleich der Suchpositionen. Rank Tracker hält auch ein Keyword-Ermittlungs-Tool bereit und berechnet auf Wunsch für jedes Keyword auch gleich den sog. KEI (Keyword Effectiveness Index = Anzahl Suchanfragen zum Quadrat geteilt durch Anzahl der Suchergebnisse). Über die Eingabe eines Google-Analytics-Accounts verbindet sich Rank Tracker damit und ordnet Besuche auf der Website den einzelnen Keywords und ihrem Ranking zu. Dies erhöht die Transparenz deutlich und lässt mit der Zeit erkennen, wie sich Rankingänderungen tatsächlich auf die Anzahl der Klicks bzw. Besuche pro Keyword ändern. Ebenso ließe sich das Tool mit einem Google-Adwords-Account verbinden, damit die Captchas durch die direkte API-Abfrage umgangen werden können – falls man diese Daten und das Kennwort dazu einer Software anvertrauen möchte. Zur schnellen Abfrage von Suchmaschinen und Diensten können bis zu sechs API-Keys hinterlegt

🖌 Konkurrenz prüfen jedes Mal, wenn Sie KEI überprüfen Konkurrenz in dieser Suchmaschine herausfinden: Google.de (Das Web) (Germany) Da die verschiedenen Suchmaschinen evtl. unterschiedliche Seiten sehen, kann der Konkurrentenwert ebenfalls abweichen. Um bessere Ergebnisse zu erzielen, wählen Sie die Suchmaschine, die für Sie am wichtigsten ist. Use advanced operators while determining competition "keyword" intext: "keyword" inanchor: "keyword" intext: "keyword" inurl: "keyword" inurl:"keyword" inanchor:"keyword" intitle keyword intext t: key intitle: "keyword" inurl: "keyword" inanchor: "keyword intitle:"keyword" intext:"keyword" inurl:"keyword" intext: "keyword" inurl: "keyword" inanchor: "keyword" intitle: "keyword" intext: "keyword" inurl: "keyword" inancho

Abb. 17: **Rank Tracker:** Profis werden die ausgefeilten Sonderabfragemöglichkeiten zu schätzen wisssen

Sie verwenden nun das Google Adwords Keyword Tool für die Keywordermittlung. Um Spamming zu vermeiden, werden Sie aufgefordert, einen CAPTCHA einzugeben. Wenn Sie den CAPTCHA überspringen, werden Sie keine Daten für Ihre Keywords erhalten.



Sie können CAPTCHAs manuell eingeben, oder einen speziellen CAPTCHA Erkennungsschlüssel erhalten.

Abb. 18: Site Audit meldet Captchas an den Benutzer

| | Suchmaschinen-Faktor | Besch |
|---------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------|
| e 🗸 🧁 1 | Interne Seitenranking-Faktoren | |
| 🖌 | Seiten-Info | Seiten-Info (Titel, Metabeschreit |
| 🗸 | Gesamtzahl Links | Gesamtzahl Links auf der Seite |
| ••••• 🖌 | Externe Links | Anzahl der Links von der Seite a |
| 🛓 🔽 🧀 I | Externe Seitenranking-Faktoren | |
| ····· | Google PageRank der Seite | Google PageRank der Seite |
| 🖌 | Seite Yahoo! Popularity | Yahoo! Link-Popularity der Webs |
| ÷ 🗹 🧁 🤅 | Social media | |
| · · · · · · · · · · · · · · · · · · · | Bookmarks der Seite auf Delicious | Anzahl der Bookmarks auf Delicio |
| 🖌 | Aufrufe der Seite in StumbleUpon | Anzahl der Seitenaufrufe, die die |
| 🖌 | Bookmarks der Seite in Diigo | Anzahl der Bookmarks in Diigo, d |
| 🗸 | Page Popularity in Social Mention | Die Anzahl der Seiten mit Links z |
| 🗸 | Nennungen der Seite bei Twitter | Nennungen der Seite, die bei Tw |
| | Nennungen der Seite auf Google Buzz | Anzahl der Nennungen der Seite |
| 🗸 | Popularity der Seite auf Facebook | Zeigt an, wie oft der Inhalt der S |
| ė 🔽 🗁 ۱ | Verschiedene Seiten-Faktoren | |
| 🖌 | Robots.txt Anleitungen | Die in der Datei robots.txt entha |
| ••••• 🖌 | Validierungsfehler | Anzahl der mit dem W3C Markup |
| 🖌 | HTTP Status Code | Der vom Web-Server zurückgeg |
| 🖌 | Defekte Links | Anzahl der defekten Links auf de |
| 🖌 | Content Type | Der Content Type der Seite |
| 🖌 | Charset Type | Der Charset Type der Seite |
| 🖌 | HTML-Code Größe | Größe der HTML-Code-Datei der |
| 🖌 | Seitengröße | Die Gesamtgröße der Seite mit a |
| 🗸 | Nofollow-Links | Anzahl der Links auf dieser Seite |

Abb. 19: Die Einstellmöglichkeiten für die Datenabfrage beim Website Auditor

| Datei Voreinstellungen Fenster Hilfe | | | | | | | | | | | |
|--|---|----------|------------|---------|---|-----------|--|--|--|--|--|
| 🗅 Neu 📙 Öffnen 👻 鹶 Speichern 👻 🛣 Schließen 👻 | | | | | | | | | | | |
| Webseite \Webseitenbericht Webseiten | | | | | | | | | | | |
| Analysieren 💥 Schließen | | | | | | | | | | | |
| Keywords \ Webseitenber | Keywords \setminus Webseitenbericht \setminus Seiten-Elemente \setminus | | | | | | | | | | |
| Bericht Wiederherstellen | Bericht Wiederherstellen | | | | | | | | | | |
| # Keyword | Total | Körper | Titel | M. Desc | | H1 | | | | | |
| 1 magazin | 10,4% (7) | 5,9% (3) | - | - | - | 33,3% (2) | | | | | |
| 2 kaufen | 6,0% (4) | 3,9% (2) | - | - | - | 33,3% (2) | | | | | |
| 3 einzelverkauf | 4,5% (3) | 2,0% (1) | 100,0% (1) | - | - | - | | | | | |
| 4 online | 4,5% (3) | 3,9% (2) | - | - | - | 16,7% (1) | | | | | |
| 5 offline | 3,0% (2) | 2,0% (1) | - | - | - | 16,7% (1) | | | | | |
| 6 boosting | 4,5% (3) | 2,0% (1) | - | - | - | - | | | | | |

Abb. 20: Der **Website Auditor** wartet mit sechs unterschiedlich gestalteten Ebenen auf

werden (Google, Bing, Yahoo!, Yandex, Wordtracker und SEMRush).

Reportings können individuell konfiguriert werden, sind allerdings durch die aufteilenden Blöcke leider nicht so übersichtlich wie ein schlankes Tabellenformat. Die Möglichkeit, alle ermittelten Rankingdaten incl. Mitbewerber und Historie in eine SQL-Datenbank zu exportieren, schafft eine leicht zu beherrschende Schnittstelle in ggf. vorhandene eigene Systeme.

Website Auditor

Mit dem Website Auditor lassen sich Domains bzw. Webseiten nach vom Tool ermittelten Kennzahlen beurteilen. Bei der Emulation menschlichen Verhaltens bietet das Tool die meisten Einstellmöglichkeiten. Sogar die Möglichkeit der Proxy-Rotation ist vorgesehen. Damit lassen sich die Anfragen auf verschiedene IP-Adressen verteilen. Sicher ebenfalls nützlich ist die Funktion, bei sog. Captchas (das sind die abzutippenden, zerplatzt aussehenden, nervigen Buchstabenfolgen, an denen selbst kreative Menschen oft verzweifeln) ein Popup generieren zu lassen, um das Captcha-Rätsel manuell zu lösen, damit die Sicherheitsabfrage einer Website oder Suchmaschine überwunden werden kann. Wie in Abbildung 18 zu sehen ist, nützt das leider nicht immer etwas. Es besteht aber auch die Möglichkeit,

einen automatisierten Captcha-Breaker zu integrieren, der dies automatisiert macht oder zumindest versucht.

Zusätzlich lassen sich für schnellere Abfragen noch API-Keys von Google, Yahoo!, Bing und Yandex eintragen. Die Abfrage einer kompletten Site oder auch eine Aktualisierung der Daten nimmt, wie bereits erwähnt, oft viel Zeit in Anspruch. Für dieses grundsätzliche Problem hält das Tool eine recht gute Lösung parat, indem man gezielt nur einzelne Seiten oder den sichbaren zusammengestellen Arbeitsbereich aktualisiert. Auch welche Daten für ein Projekt abgefragt werden sollen, lässt sich übersichtlich einstellen.

Das Tool wartet über die Berichte auch mit einer allerdings nicht zu umfangreichen Interpretation der ermittelten Daten auf. Diese bekommt man jedoch erst zu Gesicht, nachdem man einen solchen Bericht mittels einer Vorlage generiert hat.

Der generierbare Bericht gibt neben allgemeinen Daten zur analysierten Website wie Alter, IP, PageRank, DMOZ-Listung u. a. auch die Popularität in Social-Media-Plattformen (Digg, Delicious, Twitter, Google Buzz und Facebook), die Anzahl indizierter Seiten in Google, Yahoo! und Bing, eine PageRank-Linkstatistik sowie eine Linkwert-Statistik, Linkziele, Einzelseiten mit eingehenden und ausgehenden (externen) Links, eine Follow-/Nofollow-Verteilung, Status-Codes und HTML-Validität und eine Analyse der Title-Texte und der Meta-Descriptions aus. Solche Berichte lassen sich auch nach Eingabe von Keywords auf Einzelseitenebene durchführen. Diese und weitere nützliche Funktionen erschließen sich allerdings nicht immer auf den ersten Blick, denn die Menüführung ist etwas eigenwillig gestaltet.

Trotz der umfassenden Einstellmöglichkeiten beim Scannen wurde der Website Auditor als einziger in unserem Test leider immer wieder von Suchmaschinen blockiert. Auch der Wechsel der IP-Adresse konnte dieses Problem nicht lösen. Zu solchen Problemen kann es kommen, wenn unerfahrene Nutzer eines Tools dieses unbedacht einsetzen und es zu schnell laufen lassen. Erzeugt dieses Tool dann gleichzeitig ein bestimmtes Muster, das eine Suchmaschine oder ein Webdienst eindeutig erkennen kann, werden IP-Adressen, die mit genau diesen Mustern Abfragen starten, leider häufig gesperrt. In der Regel erkennen dies die Toolhersteller allerdings schnell und sorgen per Update dafür, dass sich die Abfragemuster ändern oder nicht mehr so leicht identifizerbar sind.

SEO Spyglass

Nach der Eingabe eines Keywords, für das man ranken möchte, oder einer (Mitbewerber-)URL, mit der man sich selbst vergleichen will, wählt man aus einer großen Anzahl von Suchmaschinen diejenige aus, für die man die Analyse machen möchte. Im dritten Schritt gibt man noch eine Suchmaschine an, von der die Backlinkdaten bezogen werden. SEO Spyglass geht dann auf die Suche und sammelt zu dem angegebenen Keyword Backlinkseiten ein. Das ist in der Regel recht schnell passiert. Schon deutlich länger dauert dann der nächste notwendige Schritt. Zu jeder URL werden (einstellbare) Kennzahlen

| | Suchm | aschinenda | ten \ SE | E <mark>O Be</mark> i | richt 🔪 | | | | | | | | | | | | |
|---|---------|---|----------|---|---------|------------|-----|------------------|----------------|------------|----------------|------------------|-----------|------|--------------------|-----------|--------------|
| | Bericht | Image: | | | | | | | | | | | | | | | |
| | # Su | Ichmaschine | 🔺 Ba | acklink : | Seite | Titel | Mit | Ankertext | Anker-URL | Seiten-PR | Externe Links | Gesamtzahl Links | Linkwert | Dom | Domain IP | Domain PR | DMOZ Listing |
| | 10 | AltaVista | http:// | d | le/bl | SEO-Text | Ja | Mario Fischer | http://www | PR: 2 | 37 | 126 | 0,013 | http | 84 7 | PR: 3 | Neir |
| / | 2 🕑! | Yahoo.de | http:// | d | le/bl | Blog Step | Ja | Mario Fischer | http://www | PR: | 41 | 121 | 0,000 | http | 84 7 | PR: 3 | Neir |
| | 3 🕑! | Yahoo.de | http:// | | de/2 | Not applic | Nei | Not applicable | Not applicable | PR: 1 | Not applicable | Not applicable | Not appli | http | 88.1 . | PR: 2 | Neir |
| | 4 🚱! | Yahoo.de | http:// | fi | m/o | Magazinb | Ja | Website Boosti | http://www | PR: 0 | 7 | 74 | 0,000 | http | 80.2 . | PR: 4 | Neir |
| | 5 🚱! | Yahoo.de | http:// | fi | m/p | andre.fm | Ja | Website Boosti | http://www | PR: | 29 | 213 | 0,000 | http | 80.2 . | PR: 4 | Neir |
| | 6 🕑! | Yahoo.de | http:// | d. | .de/ | Sponsore | Ja | | http://www | PR: | 38 | 90 | 0,000 | http | 82. 9 🚃 | PR: 4 | Neir |
| | 7 😵 ! | Yahoo.de | http:/ | in | nag | » 1984 Na… | Ja | Und hier die Ver | http://www | P.R.: | 29 | 252 | 0,000 | http | 87.: | PR: 4 | Neir |
| | 8 😳! | Yahoo.de | http:// | In | nag | » Golem N | Ja | Und hier die Ver | http://www | PR: | 28 | 212 | 0,000 | http | 87.: . | PR: 4 | Neir |
| | 9 🚱! | Yahoo.de | http:// | e | xan | Online Ma | Ja | Magazins Websi | http://www | PR: 3 | 80 | 82 | 0,031 | http | 80 7 | PR: 3 | Neir |
| | 10 😳! | Yahoo.de | http:// | a | ger | Noch nicht | Noc | Noch nicht gepr | Noch nicht g | Noch nicht | Noch nicht g | Noch nicht gepr | Noch nic | http | Noch nicht geprüft | Noch nich | Noch nicht |
| | 11 0 | AltaVista | http:// | ar | rtne | Noch nicht | Noc | Noch nicht gepr | Noch nicht g | Noch nicht | Noch nicht g | Noch nicht gepr | Noch nic | http | Noch nicht geprüft | Noch nich | Noch nicht |
| | 12 🕑! | Yahoo.de | http:// | De | eich | Noch nicht | Noc | Noch nicht gepr | Noch nicht g | Noch nicht | Noch nicht g | Noch nicht gepr | Noch nic | http | Noch nicht geprüft | Noch nich | Noch nicht |
| | 13 🕑! | Yahoo.de | http:// |)e | eich | Noch nicht | Noc | Noch nicht gepr | Noch nicht g | Noch nicht | Noch nicht g | Noch nicht gepr | Noch nic | http | Noch nicht geprüft | Noch nich | Noch nicht |
| | 14 😡 | Yahoo.de | http:/ | in the second | neco | Noch nicht | Noc | Noch nicht gepr | Noch nicht a | Noch nicht | Noch nicht a | Noch nicht gepr | Noch nic | http | Noch nicht geprüft | Noch nich | Noch nicht |

Abb. 21: SEO Spyglass holt auch einzeln Kennzahlen zur Analyse ein

ermittelt wie z. B. der PageRank, das Alter der zugehörigen Domain, die Anzahl eingehender Links auf diese URL und einige weitere Kennzahlen. Hier können je nach Umfang der URL-Liste schon einige Stunden vergehen. Geht es nur um die Prüfung einzelner Backlinkseiten, lassen diese sich auch mit der rechten Maustaste einzeln aktualisieren. Durch Gedrückthalten der STRG-Taste können auch mehrere URL-Zeilen hierfür markiert werden. Wer also schon einmal vorab selektiert, spart ordentlich an Analysezeit ein, weil nicht alles einzeln vermessen bzw. mit Daten aus dem Web angereichert werden muss.

Nach der Analyse kann ein umfassender Optimierungsbericht erzeugt werden, der darauf eingeht, wie für bestimmte Keywords optimiert werden kann, wie man seinen PageRank verbessern kann, wie man Linkpartner findet, über Artikel Backlinks generiert, Trafficquellen findet, soziale Medien nutzt und einiges mehr. Dabei werden in Standardtexte die jeweiligen Daten aus der Analyse in den Bericht eingespielt. "Entreißen Sie Ihrem Konkurrenten die größten Trafficquellen" (die 1:1-Übersetzung der US-Marketingsprache lässt grüßen) heißt es da z. B. im Abschnitt "Trafficquellen finden" und anschließend werden die ermittelten URLs angezeigt, die laut Analyse über viel Traffic verfügen. Dabei sollte man sich nicht darüber wegtäuschen lassen, dass diese

Schätzungen wahrscheinlich über den Alexa-Toolbarwert kommen und im Zweifelsfall genauso richtig wie falsch sein können. Grundsätzlich ist diese Art der Zusammenstellung und Sortierung der möglichen Link- bzw. Trafficquellen durchaus sinnvoll und nützlich. Allerdings erscheinen die vorbereiteten und, wie bereits erwähnt, "nur" übersetzen Formulierungen für einen Bericht an einen Kunden in Deutschland doch wenig tauglich und sollten individuell überarbeitet werden. Wenn Sie jedoch einmal einen SEO-Bericht in die Hände bekommen, der mit den Sätzen "Aber es ist auch aufregend und erfüllend, wenn Sie es in den Suchmaschinen ganz nach oben schaffen und Ihre Mitbewerber überflügeln! Und wir sorgen dafür, dass dieser Prozess noch einfacher wird und die Früchte Ihrer Arbeit noch zufriedenstellender" endet, dann hat sich die Agentur wohl diese Arbeit nicht gemacht.

Link Assistant

Mit dem Link Assistant komplettiert sich die SEO Suite rund um das Thema Backlinks. Nach Eingabe einer Domain bzw. einer URL werden verschiedene Projektinformationen hinterlegt (z. B. welcher Text auf eingehende Links gesetzt werden soll sowie eine kurze Beschreibung der Seiteninhalte und der eigenen Kontakt-E-Mail). Die Suchmaschinen, die für die Ermittlung der potenziellen Linkpartner herangezogen werden, lassen sich ebenso auswählen, wie die Scantiefe bzw. wie viele Linkadressen man ermitteln möchte. Eine solche Beschränkung empfiehlt sich auch dringend, denn ansonsten kann es wirklich passieren, dass Link Assistant mehrere Tage durchläuft. Für eine spätere Kontaktaufnahme sucht das Tool gleich nach verwertbaren E-Mail-Adressen auf den Webseiten.

Nach dem Analyselauf sucht man per Mausklick diejenigen Linkpartner aus, die man gerne kontaktieren möchte, und setzt ein entsprechendes Statuskennzeichen (z. B. "Linkanfrage senden"). Nun kann eine der vorgefertigen E-Mail-Vorlagen verwendet werden oder man nimmt eine Anpasssung vor. Hierfür stehen viele nützliche Variablen zur Verfügung, wie z. B. der PageRank-Wert der eigenen Website (für einen Linktausch) oder eine Vorschau, wie der Link später aussehen wird bzw. sollte. Damit lässt sich ein recht individuell wirkender Text basteln, der nicht schon beim Öffnen das Wort "Spam" ausdünstet. Jeder in der Branche kennt wohl die mehr als lästig wirkenden Standardtexte solcher Tools (Hallo, ich bin gerde auf Ihre phantastische Seite X gestoßen und wollte anfragen, ob wir uns nicht gegenseitig verlinken wollen?). Die Kunst eines erfolgreichen Linkaufbaus mittels solcher Tools liegt also wieder mal in der Intelligenz des Benutzers,

| # | Ausge | 🔺 Partr | er - Domain | Ank | ertext (Link | Be | schreibung | Google Popularity | Domain PR | (Partner) | Seiten-PR (Partner) | Domain Y | Alexa Rank | Part | tner E-Ma |
|----|-------|----------|-------------|------|--------------|------|------------|-------------------|-----------|-----------|---------------------|-----------|------------|------|-----------|
| 1 | | http://l | nut | ritc | | rito | ettau | 305 | PR: | 5 | PR: 5 | 71482 | 102388 | ma | omai |
| 2 | | http://l | and a date | Boi | t | gro | Foru | 6 | PR: | 6 | PR: 6 | 1776 | 55535 | | |
| 3 | ~ | http://i | 8.000 | Inf | | | | 576 | PR: | 6 | PR: 6 | 453237 | 958 | doı | :@in |
| 4 | | http://i | ter de | Sta | | inf | n.de | 50 | PR: | 4 | PR: 4 | 4954 | 1020354 | | |
| 5 | | http://: | | SE | · · · · · | | | 94 | PR: | 4 | PR: 4 | 8042 | 68450 | | |
| 6 | - | http://: | iopt | Su | n | Su | chine | 68 | PR: | 5 | PR: 5 | 27962 | 48512 | | |
| 7 | | http:// | | t3r | j | t3r | as Pri | 727 | PR: | 7 | PR: 7 | 360389 | 5938 | an: | n@t |
| 8 | | http:// | de | Am | in in | En | en, sh | 373 | PR: | 8 | PR: 8 | 204963767 | 102 | sat | bor |
| 9 | | http:// | le | @- | | Inf | ionen | 113 | PR: | 6 | PR: 6 | 13511 | 41585 | ifn | :-we |
| 10 | ~ | http:// | iull.de | Blo | - C | We | ⊐ber | 94 | PR: | 4 | PR: 4 | 9382 | 395087 | | |
| 11 | ~ | http:// | e e | CC | J | An | en un | 56 | PR: | 6 | PR: 6 | 141567 | 3510 | infi | osmiq |
| 12 | | http:// | rce | e-c | | E-(| erce, | 299 | PR: | 5 | PR: 5 | 61616 | 130762 | | |
| 13 | | http:// | de | Sh | | Nu | mpfe | 119 | PR: | 5 | PR: 5 | 1191610 | 10931 | infi | Jelig |
| 14 | - | http:// | - | eis | | Af | Marke | 248 | PR: | 4 | PR: 4 | 42667 | 26363 | | |
| 15 | | http:// | pr | Ge | B | | | 378 | PR: | 7 | PR: 7 | 49399 | 115229 | vzç | vs@ |
| 16 | | http:// | 1000.000 | htr | | htr | nilft H | 5 | PR: | 4 | PR: 4 | 2333 | 14123 | vin | Jyco |

Abb. 22: Link Tracker macht die Suche nach Linkpartnern und die Kontaktaufnahme relativ einfach

nicht im Tool selber. Link Assistant unterstützt diesen Prozess allerdings recht umfangreich durch gut organisiertes Datenmanagement. E-Mails werden direkt über das Tool verschickt und empfangen. Durch diese Integration behält man leichter den Überblick und spart durch mögliche Automatisierungen

(wenn ein Link wieder entfernt wird oder nicht gesetzt wurde, kann man z. B. entsprechende Mails anstoßen) sehr viel Zeit. Das Tool ist selbstvertändlich auch in der Lage, akquirierte Tauschoder einseitige Backlinks regelmäßig zu prüfen und auch –wie bei den drei anderen Tools – konfigurierbare Berichte zu erzeugen. Da wie die komlette Suite auch Link Assistant eine SQL-Exportschnittstelle hat, hat man relativ viel Sicherheit, bei einem eventuellen Toolwechsel in der Zukunft die bisher angefallenen, durchaus wichtigen Daten nicht zu verlieren.

» FAZIT

Ob man als SEO oder Agentur nun ein Online-Tool (siehe letzte Ausgabe) oder eines der in dieser Ausgabe vorgestellten Tools verwendet, bleibt Strategie- und Geschmacksfrage. Online-Tools haben den Vorteil, dass sie relativ fehlerfrei laufen, weil keine Installation auf unterschiedlichen Rechnerumgebungen nötig ist und der Anbieter ein Bugfixing im Prinzip in Echtzeit vornehmen kann. Weiterhin kann man von veschiedenen Rechnern und zum Teil auch in Gruppen auf die Analysedaten zugreifen, wenn diese online gehosted werden. Umgekehrt sind die Online-Tools oft etwas teurer und werden monatlich berechnet. Dafür sind aber in den meisten Fällen sowohl die Leistungsfähigkeit als auch die Geschwindigkeit bei den Analysen ungleich höher. Suchmaschinenoptimierern sagt man aber oft eine gewisse Portion Misstrauen nach. Die wertvollen Backlink- und Kunden-(Domain-) Daten möchte nicht unbedingt jeder einer externen Plattform frei Haus liefern, noch dazu, wenn es sich beim Betreiber am Ende noch selbst um eine SEO-Agentur handelt bzw. jemanden, der selbst auch SEO-Leistung anbietet.

Mit solchen Überlegungen oder gar Ängsten fühlt man sich bei Tools, die man auf dem eigenen Rechner installieren kann, vielleicht deutlich wohler, wobei natürlich auch ein solches Tool prinzipiell nach Hause funken könnte. Die Wahrscheinlichkeit ist aber recht gering, denn das bliebe sicher nicht lange geheim und würde wohl das Aus für den Anbieter bedeuten. Die "Offline"-Tools leisten ingesamt eine durchaus gute Arbeit – und das zu günstigen Preisen und in der Regel auch ohne Beschränkungen hinsichtlich der Anzahl von Analysen oder Domains. Rechenzeit, Speicherplatz und Übertragungsvolumen gehen schließlich auf die Kappe des Käufers – was bei Online-Tools durchaus völlig anders ist. Die Möglichkeiten der Onpage-Analysen sowie das Berichtswesen sind bei den Offline-Tools im Schnitt etwas umfangreicher, ebenso erscheinen sie für Einsteiger und Anfänger etwas besser geeignet, sich in die SEO-Welt einzuarbeiten. Mit HMTL 5 werden aber auch die Anbieter von Online-Tools recht schnell mehr Möglichkeiten zur Konfiguration kundenindividueller Berichte bereitstellen. Eines wurde allerdings ganz deutlich: Wer echte Profileistung rund um das Thema Links und Linkaufbau braucht und für den hierfür die Kosten nur eine untergeordnete Rolle spielen, sollte wahrscheinlich doch eher auf die Online-Varianten schielen. Beim Thema Onpage-Optimierung leisten die Desktoptools jedoch zum Teil recht gute Arbeit.

| KE) WO | /- RDS | MAN | NAGE- NT LINKS | | | | | RANKING | | | | | | | ONPAGE | | | | | | | | | | ÜBERSICHT | | | | | | | | | | | | |
|----------------------|---------------------------------|------------------------------------|----------------------|---------------------|-----------------------------|--------------------------------|------------------------------------|--------------------------|--------------------|--------------------------------|--------------------------|-----------------------------|----------------------|-----------------------------|----------------------|----------------------|--------------------------------|-----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------|-----------------------------|----------------------|----------------------------|----------------------|----------------------------|-----------------------------------|------------------------|-----------------------------|-----------------------------|--------------------------------|-------------------------------|----------------------------------|------------------------------|---------------------|----------------------|----------------------------------|
| Keyword Vorschläge | aus Website/-Seite extrahierbar | Verwaltung gekaufter/gemiet. Links | Linktauschmanagement | Backlinküberwachung | Linkpartner Suchmöglichkeit | automatisierte Katalogeinträge | Backlinkstrukturen/-arten sichtbar | Ankertexte für Backlinks | Backlinks abrufbar | Simulation menschl. Verhaltens | bildet eigene Kennzahlen | Berichte individualisierbar | Berichte generierbar | alte Positionen speicherbar | Anzahl Suchmaschinen | Positionsüberprüfung | Scan-/Analysetiefe einstellbar | Seiten auch offline prüfbar | bildet eigene Kennzahlen | findet Duplicate Content | to do Listen | Berichte individualisierbar | Berichte generierbar | Interne Verlinkung prüfbar | Optimierungshinweise | Prüfung wichtiger Faktoren | Besonderheiten | Sprache der Oberfläche | Proxy-Server nutzbar | Dokumentation / Hilfesystem | Test-/Demoversion | automatische Updates | verschiedene Versionen | Preis | Website | Anbieter | |
| nur Pro/Ult. Version | ja | ja | ja | ja | Ja, nach Keyword | ja, einige | ja | ja | ja | ja | nein | nein | nein | ja | Google, Bing, Yahoo | ja | ja | nein | ja | ja | ja | nein | ja, einfaches Format | ja | ja | ja | Buch zum Tool | deutsch | ja | ja, auch eigenes Buch | ja | ja, nach 1 Jahr ab 49,95 € | ja, drei | 89,95 € bis 595 € | databecker.de | Data Becker | SEO Traffic Booster |
| nein | nein | nein | nein | nein | nein | nein | nein | nein | nein | nein | nein | nein | nein | nein | nein | nein | ja | ja | nein | ja | nein | nein | nein | ja | nein | ja | Mengenrabatt | englisch | ja | ja | ja, auf 500 URLs beschränkt | ja | nein | 99 Pfund/Jahr (ca. 113 €) | screamingfrog.co.uk | Screamingfrog | Screaming Frog SEO Spider |
| nein | nein | nein | ja | ja | ja | ja | nein | ja | ja | ja | nein | nein | ja | ja | Google, Bing, Yahoo | ja | nein | nein | nein | nein | nein | nein | nein | nein | nein | nein | 8 Wochen Rückgabe | englisch | nein | ja | nein | keine Angaben | nein | 167 US\$ (ca. 120 €) | www.seoelite.com | Bryxen Software Inc. | SEO Elite 4 |
| ja | nein | nein | nein | nein | nein | ja | ja | ja | ja | ja | nein | ja | ja | ja | 17 | ja | ja | ja | ja | ja | ja | ja | ja | ja | ja | ja | 30 Tage Rückgabe | deutsch | ja, 30 Tage | ja | ja, 30 Tage | ja | nein | 348 € | aseops.com | AceBIT | ASEOPS |
| ja | nein | teilweise | teilweise | ja | ja | ja | nein | nein | nein | ja | nein | ja, sehr umfassend | ja | nein | 494 | ja | ja | nein | ja | nein | ja | ja, sehr umfassend | ja | ja | ja | ja | Geld-zurück-Garantie | deutsch | ja | ja | ja | ja | ja, Standard / Business | 249 € / 499 € | axandra.de | Axandra | IBP |
| umfassend | ja | ja | ja | ja | ja | nein | nein | ja | ja | ja | nein | ja, umfassend | ja | ja | 60 | ja | ja | nein | nein | ja | nein | ja, umfassend | ja | ja | ja | ja | Mengenrabatt, 30 Tage Rüclgabe | deutsch, teil. engl | ja, incl. Proxy-Rotation | ja | ja | ja | ja, Professional / Enterprise | 249 € / 599 € | | | SEO PowerSuite (4 Tools) |
| | | ja | ja | ja | ja | nein | nein | ja | ja | | | | | | | | | | | | nein | | | | | | dto. | dto. | dto. | dto. | dto. | dto. | dto. | 99,75 € / 249,75 € | × | keinerl | Link Assistant |
| umfassend | ja | | | | | | | | | ja | nein | ja, umfassend | ja | ja | 60 | ja | | | | | nein | | | | | | dto. | dto. | dto. | dto. | dto. | dto. | dto. | 99,75€/249,75€ | /ww.seopowersuite.d | ei Angaben auf der W | Einzelmodule vor Rank Tracker |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | nein | | | | | | dto. | dto. | dto. | dto. | dto. | dto. | dto. | 99,75 € / 249,75 € | Ð | 'ebsite | SEO PowerSuite |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | ja | nein | nein | ja | nein | ja, umfassend | ja | ja | ja | ja | dto. | dto. | dto. | dto. | dto. | dto. | dto. | 99,75 € / 249,75 € | | | WebSite Auditor |