

Mario Fischer & Urs Merkel

What's new? SEO-Tools für Profis

Wer im Bereich der Suchmaschinenoptimierung ernsthaft arbeitet, kommt in der Regel nicht um die Nutzung professioneller Tools herum. Sie nehmen zum einen wichtige Arbeiten ab und bringen zum anderen die Transparenz über die eigene Site und die der Mitbewerber, die man für die richtigen Entscheidungen benötigt. Pünktlich zu wichtigen Messen bauen die Anbieter oft neue und nützliche Features in ihre Tools ein. Da aktuell die dmexco in Köln ansteht, haben wir uns rechtzeitig vorher für Sie umgehört, was es Neues gibt bzw. geben wird.



AdvancedWebRanking

Die neue Version von AWR 10.0 des Anbieters Caphyon ermöglicht es, das Ranking der zu überwachenden Keywords nun auch online in der Cloud tracken zu lassen. Mittels einer Verknüpfungsmöglichkeit mit einem Google-Analytics-Account berücksichtigt das Tool auch, über welche Keywords der meiste Traffic kommt. Es wurden mehrere neue Ansichten integriert, insbesondere auch das wichtige Thema Social Media. Wer umfangreiche Keyword-Datenbanken zur Überprüfung

hinterlegt hat, wird sicherlich die Möglichkeit schätzen, dass man nun auch Teil-Updates anstoßen kann, wenn nicht der komplette Datenbestand erneuert werden muss bzw. soll.

Bereits seit der Vorversion 9.5 ist es möglich, die [API*](#)

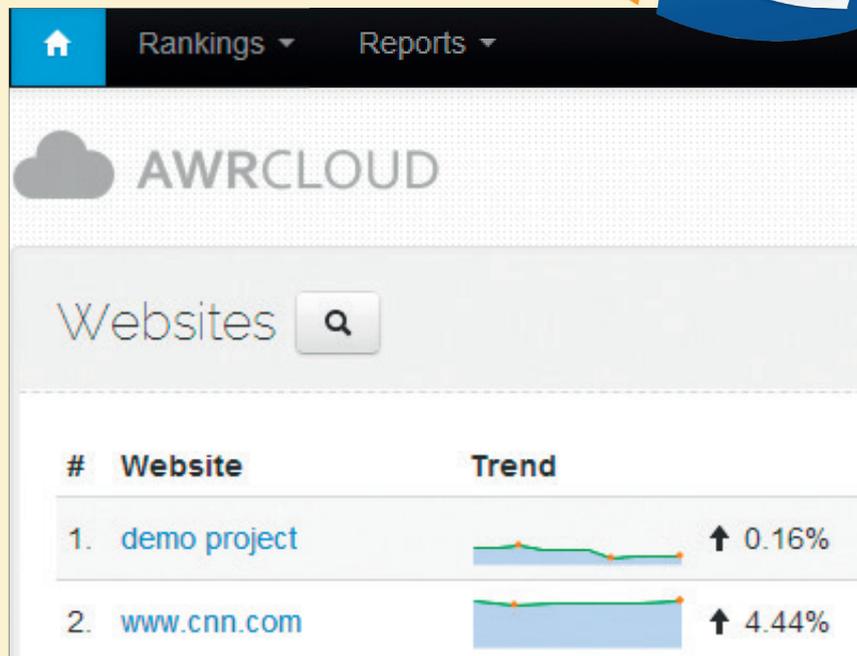


Abb. 1: AWR ist nun auch online in der Cloud nutzbar

von Majestic SEO einzubinden, sofern man dafür einen Key besitzt. Dadurch erhöht sich die Zahl der zur Bewertung verwendbaren Metriken beträchtlich. Ebenso nützlich dürfte für die meisten Nutzer die neue Möglichkeit sein, sich bei stärkeren Veränderungen der eigenen Rankings in den Suchergebnissen automatisch mit einem Alert benachrichtigen zu lassen.

AdvancedWebRanking kann 30 Tage kostenfrei getestet werden. Der Funktionsumfang ist dabei hinsichtlich der wählbaren Suchmaschinen eingeschränkt. Die monatlichen Preise für die uneingeschränkte Nutzung reichen von 49,- bis zu 499,- US\$. Dabei gewährt der Anbieter eine Geld-zurück-Garantie für 30 Tage.

Tool	Seite
AdvancedWebRanking	40
Axandra	41
Linkbird	41
Linkbutler	41
LinkResearchTools	42
Majestic SEO	42
OnPage.org	43
Screaming Frog	44
Searchmetrics	45
SEMRush	45
SEOlytics	46
Sistrix	47
Xovi	47

*siehe Online-Glossar unter www.websiteboosting.com



Abb. 2: Axandra bietet für Agenturen eine White-Label-Lösung an

Axandra

Beim SEOprofiler wurde vor allem die Keyword-Basis für die Recherche aufgestockt. Nach Angaben des Anbieters kann man auf über 790 Mio. Keywords aus 25 Ländern zugreifen. Zusätzlich werden für die einzelnen Keywords (standardisierte) Tipps für die Optimierung der eigenen Seite gegeben. Dazu gibt es eine ganze Reihe weiterer Informationen, wie z. B. die Klickgebote für einzelne Keywords in den unterschiedlichen Ländern.

Agenturen werden die Möglichkeit des neuen White-Labeling zu schätzen wissen. Damit kann man die eigenen Kunden auf Reports im Web zugreifen lassen, ohne dass das Tool sichtbar wäre. In diese Reports lässt sich dann recht einfach das eigene Logo einbinden. Für Kunden kann man sie auch auf die eigene Website mit einbinden. Profis kann man damit freilich nicht beeindrucken, denn wie bei allen Tools erkennt man bei etwas Marktkenntnis in der Regel am Aufbau immer sofort, welcher Anbieter dahintersteckt. Daher sollte man sich davor hüten, ein großes

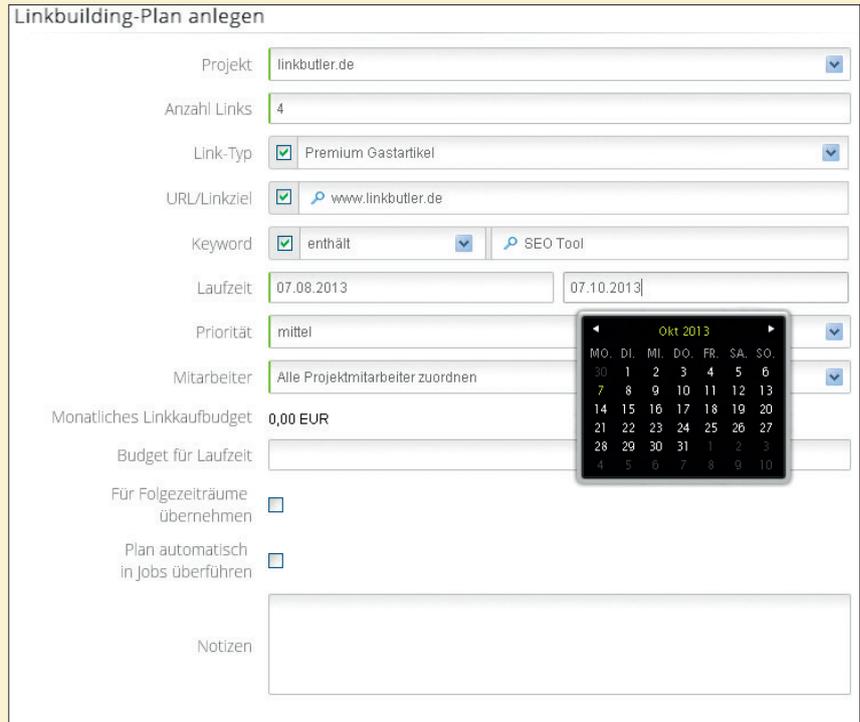


Abb. 3: Der Linkbuilding-Plan: Aufgaben einlasten bei Linkbutler

Geheimnis darum zu machen oder gar so zu tun, als würden diese Daten mit eigenen Tools erstellt.

Auch der SEOprofiler unterstützt mittlerweile eine Datenverknüpfung mit Google Analytics. Beim Website-Audit-Tool wurden die Darstellung der Fehler, Warnungen und Hinweise sowie die Hilfen, was genau zu ändern/optimieren wäre, weiter verbessert. Die Preise reichen je nach Anforderungen von 49,- € bis 999,- € pro Monat. Die Smart-Version (99,- €) wird im August als Sonderaktion im ersten Monat nur mit 1,- € in Rechnung gestellt.

Linkbird

Völlig neu ist „linkbird Ultimate“. Hier hat der Anbieter den Toolaufbau konsequent an die notwendigen Schritte beim Linkaufbau angelehnt. Das Tool unterstützt bei der Planung, der Suche nach Linkgebern, der Kontaktaufnahme, der Linkverwaltung und am Ende auch bei der Erfolgsanalyse. Gesetzte Backlinks prüft das Tool regelmäßig und warnt, wenn ein Link wieder entfernt wurde. Schon bestehende Links werden

laut Anbieter gefunden und lassen sich zur weiteren Überwachung einfach in die Verwaltung in linkbird Ultimate aufnehmen.

Neu ist ebenfalls ein PDF-Generator, mit dem man flexibel Reports für Kunden erstellen und diese bei Bedarf auch automatisiert verschicken kann. Pünktlich zur dmexco hat der Anbieter eine Reihe weiterer neuer Features angekündigt, die u. a. das Radar zur Sitesuche noch stark erweitern.

Die monatlichen Preise gehen von 29,- € bis hin zu 69,- € für die neue Ultimate-Version. Für die jährliche Zahlung räumt der Anbieter einen Rabatt ein. Aktuell kann die neue Ultimate-Version für 14 Tage kostenlos getestet werden.

Linkbutler

Bei Linkbutler wurde u. a. ein Taskmanagement integriert. Das gezielte Vergeben von Aufgaben an Mitarbeiter wird dabei durch die Möglichkeit von Anhängen und Notizen erleichtert. Die Auswertungen des Taskmanagements geben einen guten Überblick über die erreichten Ziele und die noch offenen



Abb. 4: CDOX setzt das Backlinkprofil in Beziehung zu Mitbewerbern – hier bestünde Handlungsbedarf

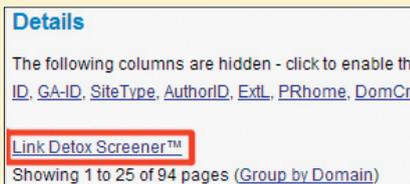


Abb. 5: Prüfmöglichkeit für Verdachtsmomente – der Link Detox Screener

Aufgaben. Ebenfalls neu ist, dass über hinterlegte Pläne zeitgesteuert definierte URLs* und Keywords in das Linkbuilding einfließen können. Die Projektmanager definieren z. B., dass für eine URL www.abc.de fünf Links aufgebaut werden sollen. Linkbutler legt dann automatisch fünf Jobs an, die Mitarbeitern zugeordnet werden können. Wird ein Link mit den vorab definierten Bedingungen als gebaut eingetragen, wird der Job auf erledigt gesetzt und Plan und Ziele werden entsprechend angepasst. Dies erhöht die Transparenz für die Projektmanager. Neu ist ebenfalls die Möglichkeit, die Content-Marketing-Kampagnen auszuwerten.

Linkbutler ist ab 16,15 € bis hin zu 254,15 € pro Monat buchbar und kann für 30 Tage kostenlos getestet werden.

LinkResearchTools

Der Anbieter der auf Linkanalysen spezialisierten Toolbox hat der bisherigen Sammlung eine weitere kryptische Abkürzung hinzugefügt: CDOX. Das C steht für „Competitive“ und ergänzt das bisherige DTOX-Modul, mit dem man die Backlinkstruktur auf unerwünschte Quellen untersuchen lassen kann. Anders als bei der domainbezogenen Einzelanalyse lassen sich damit nun bis zu

zehn Mitbewerber in die Analyse mit einbeziehen. Das neue Tool wertet im Kern aus und visualisiert, wie sich – hinsichtlich des Risikos – das Backlinkprofil über alle im Vergleich, aber eben gerade auch der Top 5 und Top 3 beim Ranking im Vergleich zum eigenen Profil darstellt.

Diese Gegenüberstellung gibt sehr viel mehr her als die Ausgabe eines einzelnen Wertes, weil nun erstmalig ein vernünftiger Vergleichsmaßstab zur Verfügung steht. Wenn die Top 3 bei Google z. B. eine Messzahl von 400 haben, der Durchschnitt bei 500 liegt und man selbst 450 ausgewiesen bekommt – dann kann man sehr viel sicherer einschätzen, ob Handlungsbedarf besteht. Ganz nebenbei fallen bei dieser Gegenüberstellung durch die Detaildaten natürlich – filterbar – die besonders guten und vertrauenswürdigen Backlinks der Mitbewerber ab, die man ggf. als Basis für einen gezielten Linkaufbau nutzen könnte. Sich von guten Quellen verlinken zu lassen, ist in der Regel niemals ein Fehler.

Erfahrene Suchmaschinenoptimierer werden die neuen Möglichkeiten der Vergleiche zu schätzen wissen. So lassen sich beispielsweise alle Links aus dem oben genannten Pool nach dem Grad der „Verdächtigkeit“ oder auch „Giftigkeit“ darstellen. Über Säulengrafiken erkennt man schnell, ob und wie sich die eigene Site vom Durchschnitt oder den besonders gut rankenden Sites unterscheidet.

Neu ist ebenfalls der sog. Link Detox Screener. Damit blättert man

praktisch mit „vor“ und „zurück“ durch die verdächtigen Backlinkquellen und kann sich dabei gleich neben einem Kopf mit Kennzahlen die Seite ansehen, von der der Backlink kommt. Ganz besonders praktisch sind dabei die Hot-Keys. Mit den Tasten W, A und D kann man Links für die Disavow-Liste markieren, mit den Cursortasten lässt sich blättern. Das geht angenehm schnell und man muss nicht ständig zwischen Maus und Tastatur hin- und herspringen. Die in der Disavow-Liste gesammelten Links lassen sich anschließend exportieren und ggf. zur Entwertung über die Webmastertools direkt bei Google einreichen.

Die Preise reichen von 99,- € pro Monat für Link Detox Pro bis hin zu 1.999,- € für die Enterprise-Version.

Majestic SEO

Das Team von Majestic SEO war wohl der Ansicht, dass die Usability im Site Explorer ein paar Verbesserungen nötig hatte. Da die meisten Nutzer zu Beginn einer Analyse eine Übersicht über den aktuellen Stand einer Website erhalten möchten, wurde dieser Tab als Erstes platziert. Die restlichen folgen jetzt, in absteigender Reihenfolge, der bisherigen Nutzungsintensität von Kunden. Hier hat man sich konsequent am Nutzerverhalten orientiert. Wem das noch immer nicht individuell genug ist, der kann die Reihenfolge der Tabs nun auch selbst festlegen. Zusätzlich werden in der Übersicht bereits weitere Basisdaten wie Website-Titel oder z. B. die Anzahl an Backlinks bereitge-

*siehe Online-Glossar unter www.websiteboosting.com

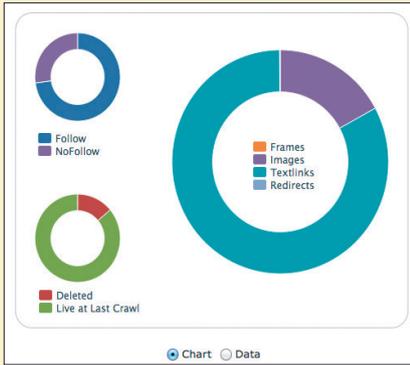


Abb. 6: Daten lassen sich bei Majestic SEO als Charts oder als Daten ausgeben

stellt. Die Darstellung in Diagrammen soll zukünftig beim ersten „Check“ unterstützen.

Nach Angaben des Anbieters wollten die Nutzer von Majestic SEO auch mehr Informationen zu nicht erreichbaren Seiten erhalten. Daher wird nun im Site Explorer der Status einer URL mit ausgegeben. Ist eine URL bisher noch nicht gecrawlt, erhält sie „Not Crawled“. „Failed To Decompress“ bedeutet dagegen, dass die URL für den Majestic-Crawler nicht erreichbar war oder „HTTP 404 Not Found“, dass der Server beim Crawl mit einem 404-Fehlercode antwortete. Hat der Crawler von Majestic SEO die URL erreicht, wird für diese „Downloaded Successfully“ ausgegeben. Zusätzlich erhält der Nutzer die Information, wenn eine URL per robots.txt geblockt wurde, es Serverprobleme gab oder ein Time-out.

Wer bei Majestic SEO einen kostenlosen Account besitzt, erhält ab jetzt auch Analysen über das Site-Explorer-Modul. Nötig ist dafür nur die Authentifizierung der eigenen Website über ein einzubauendes Meta-Tag. Informationen dazu findet man auf der Website des Anbieters. Im Free-Account erhält man nun auch Daten darüber

- » woher die stärksten Links kommen mit Crawl-Datum, Majestic-Flow-Metriken und [Ankertexten*](#),
- » woher und welche neuen Links hinzu-

*siehe Online-Glossar unter www.websiteboosting.com

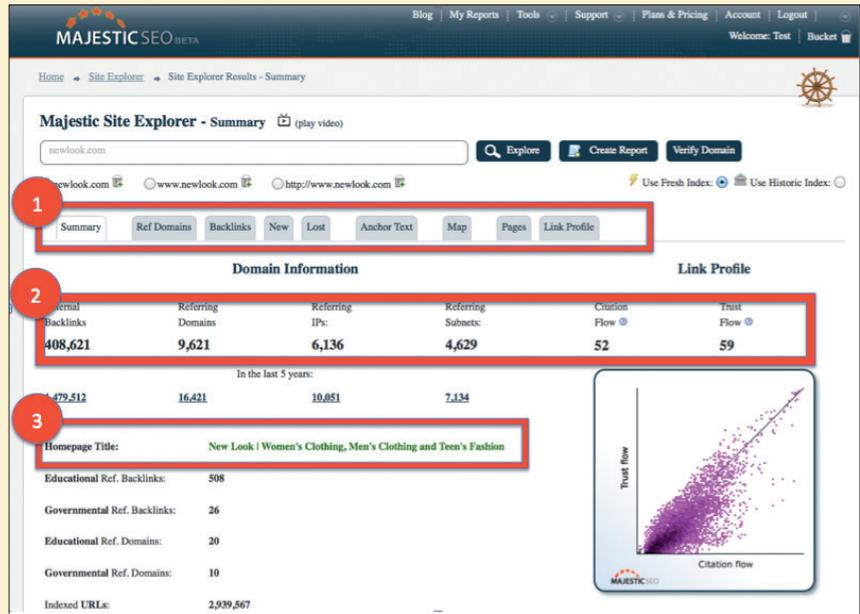


Abb. 7: Der Site Explorer bei Majestic SEO wurde nach Kundenwünschen umgestaltet

kommen und ob Links verloren wurden, » aus welchen Regionen die Top 1.000 verlinkenden Domains kommen – über eine Landkarte visualisiert, » eine detailliertere Auflistung der Ankertexte mit den jeweiligen Backlinks.

Limitiert wird der kostenlose Site Explorer in der Anzahl an Abfragen. Man kann also die Daten seiner Domain pro Monat nur begrenzt updaten. Wie oft man dies genau tun kann, darüber schweigt der Anbieter und informierte uns, dass man die Abfragen so lange nicht einschränke, wie sie in einem anständigen Rahmen blieben.

Neben dem kostenlosen Account berechnet Majestic SEO für die professionellen Zugänge pro Monat von 39,99 bis hin zu 299,99 US\$.

OnPage.org

Der Crawler von OnPage.org hat sein bisher größtes Update erhalten und ermöglicht nun nach Angaben des Anbieters qualitativ deutlich bessere Ergebnisse, die zudem durch Parallelisierung auch spürbar schneller vorliegen. Ganz generell hat man bei der Hardware durch ein Upgrade auch die

Geschwindigkeit des Front-Ends spürbar steigern können. Auch manuell angestoßene Prozesse wie z. B. WDF*IDF-Analysen laufen jetzt schneller ab. Der neue Parser kann nun auch komplexere Sachverhalte besser verstehen und darstellen. Sehr positiv ist, dass man ab sofort die Crawler-Steuerung selbst vornehmen und z. B. entscheiden kann, ob der Crawler die robots.txt-Datei befolgen soll oder nicht. Das Ignorieren von Bildern oder der Sitemap ist in der neuen Versionen manuell über die Einstellungen möglich.

Ein oft von Kunden gewünschtes Feature, nämlich das konkrete Analysieren (nur) einzelner Verzeichnisse, wurde auch umgesetzt und wird bald freigeschaltet. Somit wird das Filtern und Kategorisieren der Daten deutlich einfacher und übersichtlicher.

Ein weiteres neues Feature ist das Code-/Snippet-Tracking. Man kann nun ein Text- oder Code-Fragment eingeben und den Quellcode der Website nach genau diesem Ausdruck durchsuchen. OnPage.org überprüft dann alle HTML-Dokumente der Domain auf das Vorhandensein dieser Code-Fragmente und zeigt sie in übersichtlichen Graphen an – inkl. der Position im

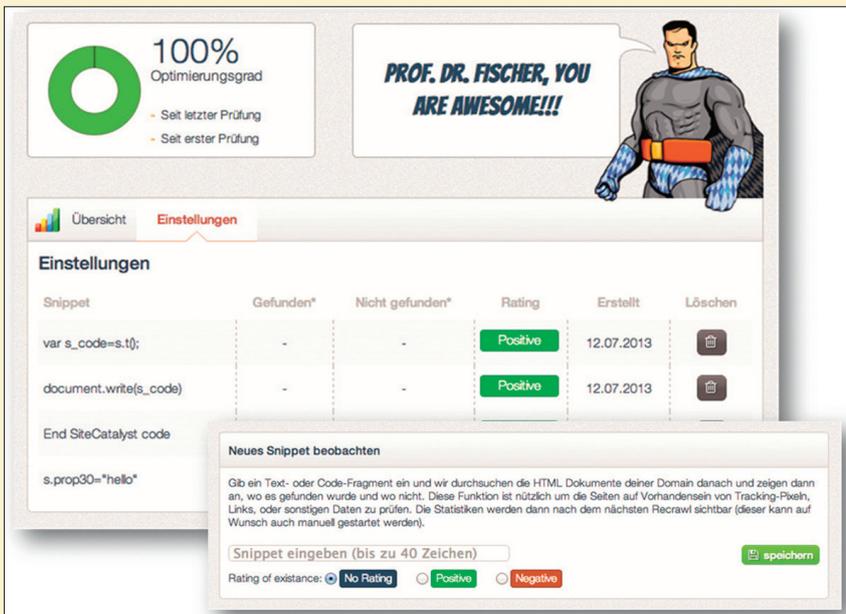


Abb. 8: Testsnippets auswerten – OnPage.org spart nicht mit Lob, wenn etwas gut läuft

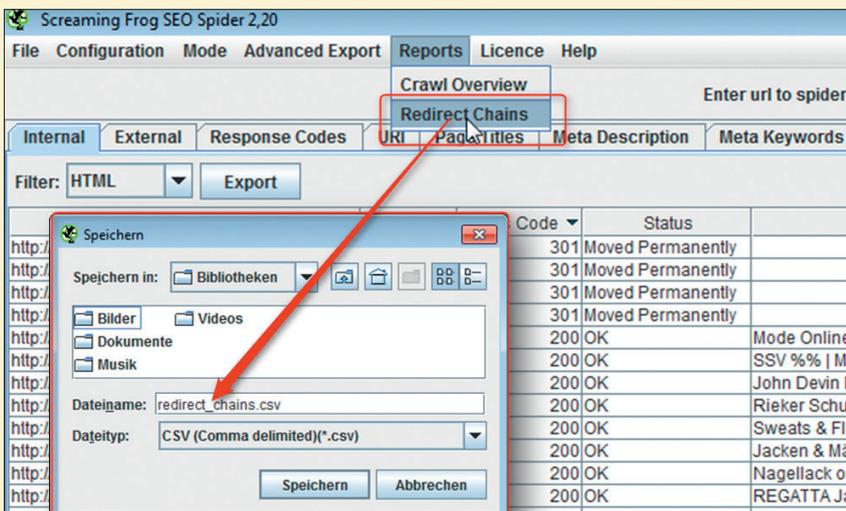


Abb. 9: Screaming Frog analysiert nun auch Weiterleitungsketten

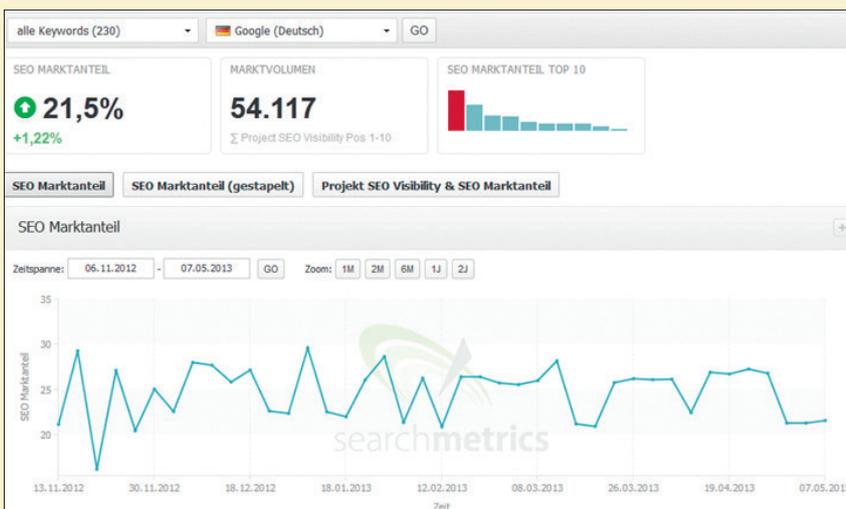


Abb. 10: Neu bei Searchmetrics – der eigene SEO-Marktanteil

Quelltext der Seite. Diese Funktion ist besonders nützlich, um die Seiten auf das Vorhandensein von Tracking-Pixeln, Links, bestimmter Schlagwörter oder sonstiger Daten zu prüfen wie z. B. die Suche nach einem Impressumslink innerhalb der Domain. Diese Anregung hatte übrigens Website Boosting beim letzten Test des Tools gegeben und wir freuen uns, dass es vom Anbieter so schnell verbaut werden konnte. Die Daten werden bei jedem Recrawl automatisch mit aktualisiert.

Ein Account bei OnPage.org kostet pro Monat 99,- €. Umfangreichere Pakete sind auf Anfrage beim Anbieter möglich.

Screaming Frog

Das Desktop-Tool Screaming Frog bringt in der neuen Version 2.2 einen neuen Report für „Redirect Chains“. Darin erhält man eine Auflistung ggf. vorhandener Redirect-Ketten. Für jede Kette werden die ursprüngliche URL, die Ziel-URL und die Anzahl an dazwischenliegenden Redirects sowie deren HTTP-Status-Code ausgegeben. Für eine OnSite-Optimierung ist dies eine wichtige Informationsquelle. Wer schon immer einmal nachvollziehen wollte, wie der „Frog“ crawlt, der kann sich über den „Crawl Path Report“ für eine URL die einzelnen Ebenen, die der Crawler auf dem Weg zu dieser URL durchläuft, zur Analyse exportieren. Im Export wird die Start-URL als oberste Ebene erfasst. Danach werden die verschiedenen Wege, die der Crawler zur Ziel-URL gegangen ist, Ebene für Ebene aufgelistet. Den Export kann der Nutzer über einen Rechtsklick auf die gewünschte URL, „Export > Crawl Path Report“, starten.

Das Tool gibt in der neuen Version zu einer URL praktischerweise jetzt auch die HTML-Elemente rel = „next“ und rel = „prev“ mit aus, sofern diese vorhanden sind. So lässt sich leicht prüfen, ob die für Google wich-

tige Paginierungsinformation korrekt aufgebaut wurde. Über die vom Benutzer einstellbaren Filter lässt sich jetzt beispielsweise auch nach Google-Analytics-IDs oder einer bestimmten Phrase suchen.

Ebenfalls neu ist ein weiterer im Menü-Tab „Reports“ verfügbarer Bericht, der Crawl Overview Report“. Wie der Name vermuten lässt, erhält der Nutzer hier eine Übersicht zu den Eckdaten des Crawls. Enthalten sind Informationen wie die „Gesamtanzahl an gecrawlten URLs“, „Gesamtanzahl der durch die robots.txt geblockten URLs“ sowie die Anzahl an gecrawlten internen oder externen URLs und der entsprechenden Datei-Typen.

Searchmetrics

Bei Searchmetrics gibt es jede Menge neuer Funktionen. Neben weiteren Ländern wie Norwegen und Finnland betreffen einige Neuerungen auch das Erzeugen von betriebswirtschaftlich nutzbaren Steuerungskennzahlen. Die Möglichkeit der Traffic- oder Conversion-Prognosen, verbunden mit einem nachvollziehbaren SEO-„Wert“, wird vor allem Nutzer in größeren Unternehmen begeistern und auch diejenigen, die ihrem Chef oder Kunden mehr als die üblichen Klickzahlen vorlegen müssen bzw. möchten. Nach einer Verknüpfung mit Zielwerten zeigt Searchmetrics dann auch den jeweiligen Zielerreichungsgrad an.

Ebenfalls neu ist die Möglichkeit, sich den eigenen SEO-Marktanteil berechnen zu lassen. Über definierte Keyword-Sets werden Marktvolumen und -wert berechnet, so werden echte Benchmarks auf Knopfdruck möglich.

Searchmetrics hat auch auf die Zunahme lokaler Suchen sowie die vermehrte Nutzung mobiler Endgeräte reagiert und die Analysemöglichkeiten entsprechend bis auf Städteebene (für große Städte) angepasst. Nun las-

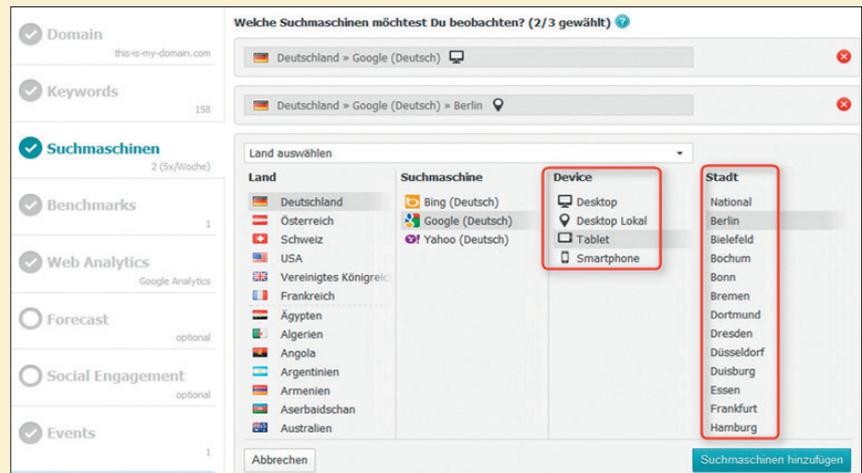


Abb. 11: Auswertungen via Endgerät auf Städteebene bei Searchmetrics

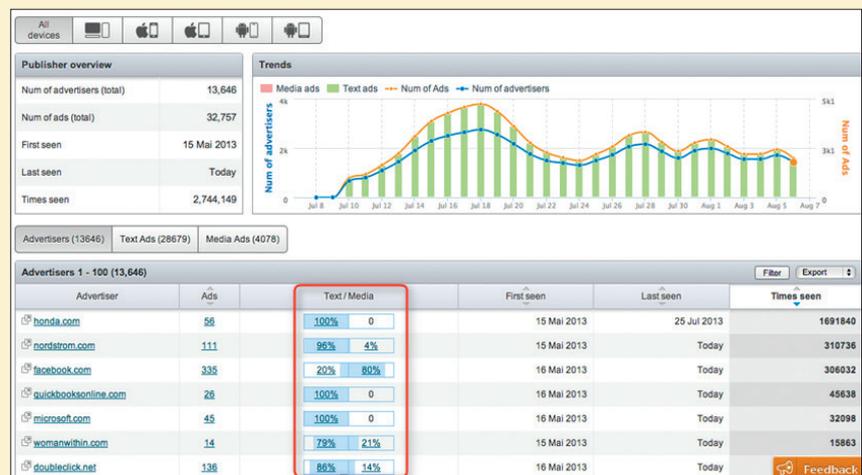


Abb. 12: SEMRush zeigt die Verteilung von Text- und Mediaanzeigen an

sen sich auch mobile Rankings, deren Keywords, Trends, Positionen sowie Traffic-Daten gezielt für eine Optimierung ausweisen.

Angekündigt hat Searchmetrics weitere Erweiterungen bei der Marktanalyse (Market Insight) und dort möglicher Wettbewerbervergleiche. Hier werden künftig z. B. Benchmarks mit den jeweiligen Top 10 in Portfoliodarstellung möglich.

Auch beim Keyword-Finder wird aufgestockt. Dieser zeigt dann genau an, welche Keywords man nutzen sollte, um mehr Erfolg zu haben. Man bekommt also eine qualitative Empfehlung, welche und vor allem warum man bestimmte Keywords aus SEO-Sicht (aus-)wählen sollte.

Bekanntlich hat Searchmetrics vor Kurzem seine Preisstrukturen umgestellt. Daher gibt es nur noch die Starter-Edition für 399,- € pro Monat mit einer Mindestlaufzeit von sechs Monaten zum Festpreis. Die Preise der anderen Versionen erhält man jeweils auf Anfrage.

SEMRush

Bisher konnte ein Nutzer von SEMrush die Performance seiner AdWords-Kampagnen, bezogen auf die verschiedenen Anzeigen, Anzeigentexte sowie Zielseiten und Display-URLs analysieren. Nun ist dies auch für Mobile-Ads möglich. Dabei werden die Performedaten einer Kampagne nach Betriebssystem (iOS oder Android) aufgeteilt. Man erhält somit auch Informa-

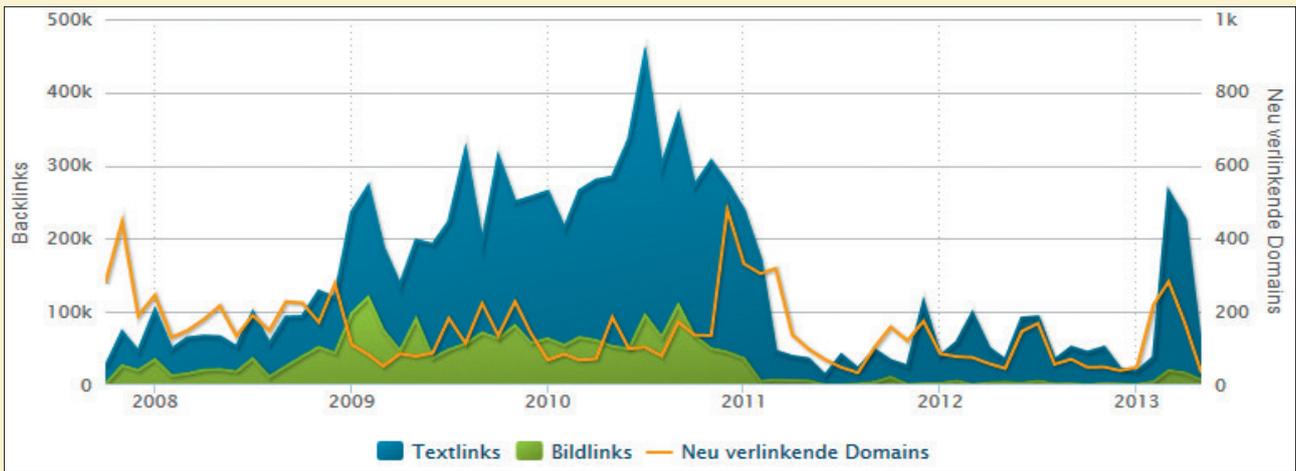


Abb. 13: Die Backlinkhistorie einer Domain im Zeitverlauf bei SEOlytics

tionen, für welche Endgeräte die Wettbewerber Kampagnen schalten.

Seit Neustem ist es im AdSense-Report nun auch möglich, zwischen Textanzeigen und Bildanzeigen zu differenzieren. In dem neuen Bericht wird in einer grafischen Prozentverteilung angezeigt, wie groß der Anteil des jeweiligen Anzeigenformats für einen Advertiser an dessen Gesamtanzeigen ist und wie dieser sich in Text- und Mediaanzeigen aufteilt.

Durch die Erweiterungen können Publisher leichter und schneller entscheiden, bei welchem Advertiser sie welches Anzeigenformat schalten lassen, da man hier einen tieferen Einblick in die Performance des jeweiligen Anzeigenformats hat. Erleichtert wird diese Entscheidung durch neue Filtermöglichkeiten von Publishern und Advertisern nach Domains, Anzeigenformaten und der Gesamtanzahl der Anzeigen.

Die monatlichen Kosten gehen von 79,95 € bis 149,95 für die „Guru“-Version.

SEOlytics

Bei SEOlytics hat man erst vor Kurzem die Visualisierung der Daten verbessert und neue Auswertungsmöglichkeiten geschaffen. In den Charts lässt sich für gezielte Analysen per Click and Drag in Daten bzw. Spikes einzoomen.



Abb. 14: Die neue Platzhaltersuche bei SEOlytic

Wer viel unterwegs ist, wird die Anpassung an Tabletdisplays schätzen, mit denen sich das Tool nun ebenfalls bedienen lässt.

Besonders hervorheben muss man die neuen Visualisierungs- und Auswertungsfunktionen im Backlinkbereich. SEOlytics hat bei der Neugestaltung nach eigenen Angaben besonders darauf geachtet, dass Abbildungen nicht nur modern und professionell wirken, sondern auch, dass diese z. B. auf Beamerbildern besonders gut dargestellt werden. Damit trägt man dem Umstand Rechnung, dass viele SEO-Agenturen diese direkt für Präsentationen beim Kunden verwenden. Nur konsequent scheint es daher, dass nun zum Download der Abbildungen auch das Vek-

torformat zur Verfügung steht. Damit lassen Abbildungen sich praktisch beliebig verlustfrei vergrößern oder auch für Printmedien verwenden ;-)

In den Profi-Modulen wird jetzt auch bei hinterlegtem eigenem Logo auf das Wasserzeichen von SEOlytics in den Abbildungen verzichtet. Es wirkt wie eine Kleinigkeit, aber auch die folgende Änderung erleichtert zukünftig den Umgang mit dem Tool: Statt der Angabe von KW (Kalenderwochen) wird nun das konkrete Datum angegeben. Das ist gut so, denn wir Menschen haben eine intuitive Vorstellung von Angaben wie „15. August“ – aber eben nicht zwangsweise davon, in welchem Monat oder gar in welche Woche „KW 33“ fällt.

*siehe Online-Glossar unter www.websiteboosting.com

Für Mitte September hat SEOlytics weitere umfangreiche Verbesserungen angekündigt. So soll eine internationale Keyword-Recherche mit einer Live-Abfrage für über 30 Länder angeboten werden. Die Anzahl der Vorschläge wird offenbar ebenfalls stark aufgebohrt. Bis zu 1.500 Ergebnisse pro Keyword-Abfrage (Longtail, Lifestyle und E-Commerce) verspricht der Anbieter und dass diese aus verschiedenen Quellen und eben nicht einfach nur aus Google Suggest stammen. Neue „Merklisten“ helfen dabei, den Überblick über recherchierte Keyword-Cluster zu behalten. Auch bei SEOlytics hat man ein Herz für eine noch intensivere Unterstützung der Prozessabläufe im SEO-Geschäft und will daher den Workflow noch stärker unterstützen.

Neu und sicherlich auch nützlich ist in der angekündigten Keyword-Recherche die Platzhaltersuche. Der Platzhalter kann dabei vorn, mittig oder auch nachgestellt platziert werden. Erfahrene SEOs wissen mit einer solchen Funktion bei der Erstellung von Content sehr viel anzufangen. Es gelingt damit leichter, Content so auszurichten, dass er für möglichst viele Suchfragen passend ist, und vor allem so, dass die meisten Besucher ihr Informationsbedürfnis auf der entsprechenden Seite auch stillen können und damit die wichtige [Bounce-Rate](#)* (die Rücksprungrate zu Google per Backbutton) in der Regel entsprechend niedrig bleibt.

SEOlytics bietet eine vom Umfang her gesehen vergleichsweise respektable kostenlose Starter-Edition an. Daneben gibt es für höhere Ansprüche die Pro-Version (99,- €) und die Elite-Version (339,- €), jeweils pro Monat.

Sistrix

Zum fünfjährigen Geburtstag der Sistrix-Toolbox im Oktober planen die Bonner unter dem Projektnamen „SISTRIX Next“ eine vollkommen run-

TIPP

Immer wieder gehen bei uns E-Mails mit der Frage ein, welches SEO-Tool denn am besten wäre. So verständlich diese Frage ist, so falsch ist sie gestellt. Ein Tool kann immer nur bestens für definierte Anforderungen sein, niemals losgelöst davon. Welcher Arzt ist der beste? Welches Auto ist das beste, welcher Computer, welches Grundstück, welche Nagelfeile? Solche Fragen lassen sich immer nur individuell beantworten. Daher verzichten wir auch regelmäßig auf das dumme Zählen von Funktionen, um sie mit dem Preis in Relation zu setzen, damit am Ende etwas wie ein „Preis-Leistungs-Faktor“ herauskommt. Das funktioniert eigentlich auch bei Fotoapparaten, Handys oder Lautsprecherboxen nicht – nur merkt das offenbar niemand. Überlegen Sie sich in Ruhe und objektiv, was Sie *wirklich* brauchen. Wollen Sie den Stand der eigenen Website im Vergleich zu Mitbewerbern schnell, häufig und ohne Mühe ungefähr messen oder ehrlich und mit etwas mehr Aufwand? Brauchen Sie oft schnell einen Überblick über eine Domain? Sind Backlinks für Sie ein wichtiges Thema und haben Sie einen Plan, ob und wie sie diese weiter ausbauen wollen? Soll die eigene Site aus (Suchmaschinen-)Sicht mit technischer Perspektive mal richtig feucht durchgewischt werden? Und überhaupt: Betreiben Sie eher eine Agentur, einen Shop, eine Affiliate-Site oder gar eine ganz „normale“ Website, die einfach nur gefunden werden soll? Es gibt kein Tool, das alles kann. Mit einer Hilti-Bohrmaschine kann man schließlich auch keine Nägel einschlagen. Das sollten Sie am besten auch nicht versuchen, auch wenn diese Hilti Testsieger wäre.

derneuerte Version der Toolbox. Dem Vernehmen nach wird die Toolbox von Grund auf neu programmiert und setzt auf einer völlig neuen Infrastruktur auf. Die Nutzer können sich daher auf ein wahrscheinlich frischeres User-Interface und sicher auch auf eine schnellere Performance freuen. Die verbesserte Infrastruktur soll dann auch neue Analysen und weitere Funktionen ermöglichen.

Bei Sistrix hält man sich derzeit noch mit offiziellen Aussagen bedeckt

und möchte damit wohl vor allem Mitbewerbern nicht zu früh Einblick in die neuen Ideen geben. Auf ein so großes Update darf man aber auf jeden Fall sehr gespannt sein und wir werden darüber natürlich in der nächsten Ausgabe berichten.

XOVI

„Turning Visions into Reality“ – Bei Xovi hat man das Motto der diesjährigen dmexco ernst genommen und wird dort eine vollständig neue SEO-Controlling- & Online-Marketing-Suite präsentieren. Das neue Design soll aufgeräumter, intuitiver und kompakter sein und für Einsteiger wird ein Wizard die Einstellungen erleichtern.

Durch die neue Ausrichtung Xovis als „SEO-Controlling- & Online-Marketing-Suite“ wurden diverse CRM-Funktionen eingebaut. Dementsprechend findet man auch komplett neue Features wie einen Kalender für Notizen und To-dos sowie eine Kontaktverwaltung. Auch das integrierte Onpage-Tool soll eine komplette Überarbeitung erfahren.

Doch auch an der aktuell bestehenden Version gab es einige Neuerungen. So hat Xovi u. a. das Reporting-Tool rundum erneuert und eine bequeme Drag-and-Drop-Steuerung ermöglicht. Einige Optimierungen betreffen auch direkt das Back-End. Beim Reporting ist nun der vollständige Datenbestand von Xovi abbildbar, eingeschlossen sind dabei das Monitoring, der Linkmanager und das Onpage-Modul. Auf der dmexco will Xovi die neue Suite im Detail vorstellen.

Der Preis für die komplette Xovi-Suite liegt bei monatlich 99,- €.

*Alle genannten Preise beruhen auf Angaben der Anbieter und sind in der Regel zzgl. der gesetzlichen MwSt.

What's new? SEO-Tools für Profis

Name	AdvancedWebRanking	Axandra (SEProfiler)	Linkbird	Linkbutler	LinkResearchTools	Majestic SEO
Domain	advancedwebranking.com	seoprofiler.com	linkbird.de	linkbutler.de	linkresearchtools.de	majesticseo.com
Kernausrüstung	Ranking Monitoring	SEO Monitoring	Linkbuilding Projektmanagement	Linkbuilding Projektmanagement	Linkanalyse, -building und Monitoring	SEO Monitoring
Kernausrüstung / wichtige Features	Ranking Monitoring, Competitor-Analysis	Ranking Monitoring, Keyword Research, Backlink Monitoring, Link Research, PPC Research, Competitor-Analysis	Ranking Monitoring, Backlink Monitoring, Kontaktverwaltung	Ranking Monitoring, Backlink Monitoring, Linkbuildingplan Mailingfunktion	Backlink Monitoring, Link Research, Keyword Research Competitor-Analysis	Keyword Research, Backlink Monitoring,
Web-Applikation / Desktop	Web Desktop	Web	Web	Web	Web	Web
Projektverwaltung	ja	ja	ja	ja	ja	ja
Datenbasis Suchbegriffe	projektabhängig	15 Mio. (viele Sprachen)	-	-	-	-
Datenbasis Links	-	mehrere TByte große Datenbank	>45 Mrd. Links	-	Zusammenführung aus 23 unterschiedl. Linkquellen	2 Billionen Links
Aktualisierungsintervall	pro Abfrage	wöchentlich	täglich	täglich	pro Abfrage	täglich
Suchmaschinen	Google, Yahoo, Bing, Yandex, Baidu und viele weitere	Google, Yahoo, Bing	Google	Google	unzutreffend	unzutreffend
Mehrsprachigkeit (Interface)	Englisch	Deutsch, Englisch	Deutsch, Englisch	Deutsch, Englisch	Deutsch, Englisch	Deutsch, Englisch, Spanisch, Französisch, Italienisch, Portugiesisch, Russisch, Chinesisch, Polnisch
API vorhanden	nein	nein	ja	ja	ja	ja
Anzahl an Exporten	unbegrenzt	unbegrenzt	unbegrenzt	unbegrenzt	creditbasierend	unbegrenzt
kostenloser Testaccount	ja (30 Tage)	ja	ja (14 Tage)	ja (30 Tage)	ja (7 Tage, funktionell eingeschränkt)	ja (funktionell eingeschränkt)
Preis kleinstes Paket	\$ 49.- / Monat	24.- € / Monat	29.- € / Monat	19.- € / Monat	99.- € / Monat	39,99 € / Monat
Preis größtes Paket	\$ 499.- / Monat	999.- € / Monat	69.- € / Monat	299.- € / Monat	1.299.- € / Monat	1.199,96 € / Monat
Rabatt bei Jahreszahlung	keine Angabe	ja	ja	ja	ja	ja
Geld-zurück-Garantie	30 Tage	30 Tage	keine Angabe	nein	30 Tage	7 Tage
Wunschlösungen für Kunden	nein	nein	ja	ja	ja	nein

Nach Angaben der Anbieter

Name	OnPage.org	Screaming Frog	Searchmetrics	SEMRush	SEOlytics	Sistrix	XOVI
							
Domain	onpage.org	screamingfrog.co.uk	searchmetrics.com	semrush.com	seolytics.de	sistrix.de	xovi.de
Kernausrüstung	OnSite-Analyse und Monitoring	Site-Analyse	universell	SEM Monitoring	universell	universell	universell
Kernausrüstung / wichtige Features	Ranking Monitoring, On-Page Monitoring, Author Ranking, WDF* IDF Assistent u. a.	Desktopprogramm mit eigenem Crawler und Strukturausport	Ranking Monitoring, Keyword Research, Backlink Monitoring, PPC Research, Wettbewerbsanalysen, Social Media Monitoring u. a.	Ranking Monitoring, Keyword Research, Backlink Monitoring, PPC Research, Affiliate Research	Ranking Monitoring, Keyword Research, Backlink Monitoring, PPC Research, Wettbewerbsanalysen u. a.	Ranking Monitoring, Keyword Research, Backlink Monitoring, PPC Research, Wettbewerbsanalysen u. a.	Ranking Monitoring, Keyword Research, Backlink Monitoring, PPC Research, Wettbewerbsanalysen, Affiliate Research, WDF*IDF Assistent
Web-Applikation / Desktop	Web	Desktop	Web	Web	Web	Web	Web
Projektverwaltung	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
Datenbasis Suchbegriffe	-	-	100 Mio. (viele Sprachen)	95 Mio. (viele Sprachen)	22 Mio. (deutsch)	16 Mio. (deutsch)	20 Mio. (deutsch)
Datenbasis Links	-	-	über 150 Mrd. Links	-	ca. 347 Mrd. Links	19 TByte große Datenbank	15 TByte große Datenbank
Aktualisierungsintervall	4x pro Monat / individuell	pro Abfrage	1x bis 5x pro Woche	1x pro Woche	täglich	täglich bis 1x pro Woche	täglich bis 1x pro Woche
Suchmaschinen	unzutreffend	unzutreffend	Google, Yahoo, Bing, Yandex, Baidu, Naver, Seznam	Google, Bing	Google, Yahoo, Bing, Yandex	Google	Google, Yahoo, Bing, Yandex, Baidu
Mehrsprachigkeit (Interface)	Deutsch	Englisch	Deutsch, Englisch	Deutsch, Englisch	Deutsch, Englisch	Deutsch	Deutsch (derzeit via Google Translate mehrere andere)
API vorhanden	nein	nein	ja	ja	ja	ja	ja
Anzahl an Exporten	unbegrenzt	unbegrenzt	creditbasiert	creditbasiert	unbegrenzt	creditbasiert	unbegrenzt
kostenloser Testaccount	nein	ja (funktional eingeschränkt)	ja (14 Tage, funktional eingeschränkt)	ja (funktional eingeschränkt)	ja (funktional eingeschränkt)	ja (14 Tage)	ja (14 Tage)
Preis kleinstes Paket	99,90 € / Monat	£ 99.- / Jahr	399.- € / Monat	\$ 69,95 / Monat	0.- € / Monat	0.- € / Monat	99.- € / Monat
Preis größtes Paket	899,90 € / Monat	keine Angabe	auf Anfrage	\$ 149,95 / Monat	339.- € / Monat	699.- € / Monat	149.- € / Monat
Rabatt bei Jahreszahlung	keine Angabe	nein	ja	keine Angabe	ja	nein	ja
Geld-zurück-Garantie	keine Angabe	keine Angabe	keine Angabe	7 Tage	nein	nein	30 Tage
Wunschlösungen für Kunden	ja	nein	ja	nein	ja	keine Angabe	ja

Nach Angaben der Anbieter