WelfenAkademie Spotlights

Nr. 2/ 2018

10 kostenlose, nützliche „Web Optimization Tools“ - ein kleiner Ratgeber für Anfänger und Fortgeschrittene

Krischan Kuberzig

Dr. Clemens Boecker

Oktober 2018

Inhalt

Warum dieser kleine Ratgeber 1

Tools zur Optimierung der Performance 2

Google PageSpeed Insights (PSI) 2

WebPageTest 4

Tools zur Verbesserung der Suchmaschinenoptimierung 7

Google Search Console 7

Seitenreport.de 9

Backlink Checker 10

Key word density checker 11

Tools zur Verbesserung von Content und Darstellung 12

Google Optimize 12

Google SERP Snippet Optimization Tool 13

Deadlink Checker 14

Duplicate Content Checker 15

Die Autoren

Krischan Kuberzig

ist ein bundesweit anerkannter Experte für Online-Marketing und Dozent im Studiengang „Digital Marketing“ der WelfenAkademie. Krischan Kuberzig berät zahlreiche KMU und Großunternehmen zu Online-Marketing, E-Commerce und Social Media. Zu seinen Kunden zählen unter anderem Axel Springer, die Funke Mediengruppe, RTL und die Haspa Next.

Dr. Clemens Boecker

ist Dozent an der WelfenAkademie mit den Schwerpunkten Marketing, Digital Marketing und Data Analytics. Clemens Boecker war 11 Jahre als Unternehmensberater tätig und arbeitete mehrere Jahre in gehobenen Managementpositionen. Er hat Lehraufträge an der Universität Hannover und der FOM Hochschule.

Warum dieser kleine Ratgeber

Im Internet finden sich Tools zur Unterstützung des Online-Marketings wie Sand am Meer. Die Auswahl ist über alle Themenbereiche und Preisklassen immens.

Und manche Tools, wie etwa Google Analytics oder Google Ads, haben nicht nur eine weite Verbreitung, sondern stehen auch (weitgehend) kostenfrei zur Verfügung.

Was bringt dann so ein Ratgeber?

Zum einen gibt es viele nützliche Tools, die auf ganz spezielle Aufgaben zugeschnitten sind. Mit diesen lassen sich manche Aufgaben häufig sehr zielgerichtet und schnell erledigen.

Eben diese Fokussierung auf bestimmte Anwendungen hilft, wichtige Themen im Auge zu behalten und gezielt zu optimieren. Das ist natürlich für Einsteiger sehr hilfreich, da viele kleinere Tools recht einfach zu handhaben sind. Aber auch Profis machen hiervon Gebrauch, die neben den „großen“ Tools auch häufig mit ihren kleineren „Lieblingswerkzeugen“ arbeiten.

Und dann können solche Tools eine wirklich gute Unterstützung sein, wenn man das Online-Marketing nicht selber durchführt. Etwa im Bereich der Dienstleistersteuerung und Qualitätssicherung. Viele Tools ermöglichen es, schnell und einfach wichtige Qualitätskriterien oder KPIs, etwa die Geschwindigkeit des Onlineshops oder das Ranking in Suchmaschinen, im Auge zu behalten.

Die hier kurz vorgestellte Liste mit 10 kostenfreien Tools erhebt weder den Anspruch auf Vollständigkeit noch darauf, die absolut besten Tools aufzuführen. Wir möchten Ihnen ein paar Tools an die Hand geben, die uns gefallen, die wir selber gerne nutzen und von denen wir wissen, dass sie auch von anderen gerne eingesetzt werden.

Für Anregungen oder Vorschläge sind wir stets dankbar.

Die Autoren

Braunschweig im Oktober 2018

Tools zur Optimierung der Performance

Google PageSpeed Insights (PSI)

Nutzen

- Misst die Geschwindigkeit (Performance), mit der eine Website (Desktop und mobil) geladen bzw. angezeigt wird.
- Die Geschwindigkeit ist zum einen wichtig für das Nutzungserlebnis. Zum anderen lässt Google die Geschwindigkeit einer Webseite in sein Suchmaschinenranking einfließen.

Ergebnisse

Es werden zwei Kennzahlen ermittelt:

1. First Contentful Paint (FCP): misst die Zeit, bis zu der irgendein Inhalt der Website angezeigt wird.
2. DOMContentLoaded (DCL): misst die Zeit, bis zu der das Ausgangs-HTML-Dokument komplett geladen wurde (ohne vollständigen Aufbau von design, Bildern etc.)

Für mobile und Desktop-Anwendungen wird die Geschwindigkeit der gemessenen Website in drei Kategorien eingestuft.

Als Bewertungsmaßstab dienen die im „Chrome User Experience Report“ (CrUX) ermittelten, reellen Geschwindigkeiten teilnehmender Anwender des CrUX (weitere Infos unter https://developers.google.com/web/tools/chrome-user-experience-report/)

- Langsam: wenn mindestens eine der beiden Kennzahlen im langsamsten Drittel der CrUX Vergleichswerte liegt.
- Schnell: wenn beide Kennzahlen im Bereich des schnellsten Drittels der CrUX Vergleichswerte liegen.
- Mittel: alle anderen Kombinationen.

Der PSI Bericht gibt für beide Anwendungen Empfehlungen aus, wie sich die Geschwindigkeit erhöhen lässt.

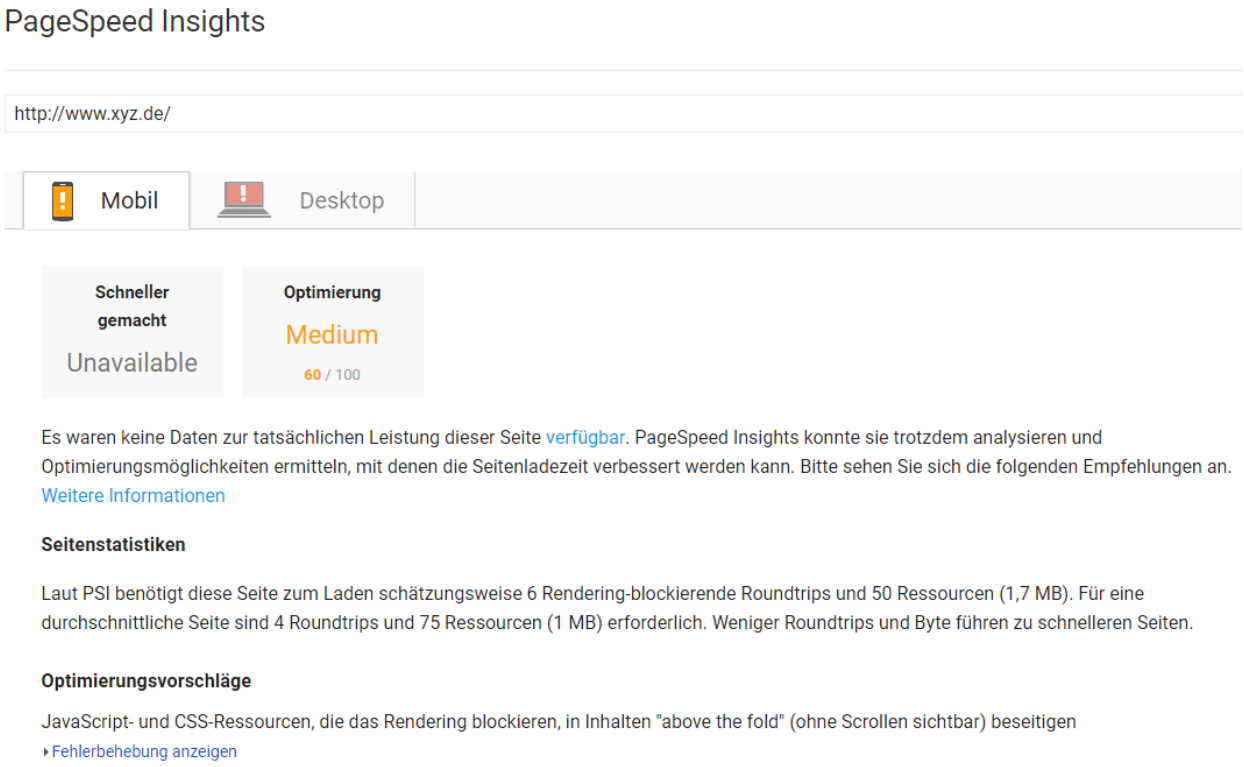


Abbildung 1: „PageSpeed Insights“ Ergebnisbericht

Einschränkungen

Keine

URL https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?hl=de

WebPageTest

WebPageTest steht, verglichen mit PSI, eher am anderen Ende des Kontinuums, da der Test sehr detaillierte Ergebnisse auswirft. Um diese komplett nachvollziehen und damit arbeiten zu können, muss man sich tiefer in die Details der Website-Programmierung begeben. Eine weitere Stärke dieses Tests ist, dass individuelle Einstellungen, wie etwa der Browsertyp, der zugrunde gelegt wird, oder die geografische Position des Anwenders, vorgenommen werden können.

Nutzen

- Schneller Überblick über die größten Optimierungspotenziale, unterteilt in 6 Bereiche (z. B. Textkompression, Bildkompression, Browser-Caching) jeweils klassifiziert von A bis D.
- Ausführliche Testmetriken und Verlaufsanalysen, grafische Darstellung als Wasserfallberichte
- Individuelle Testeinstellungen, wie Browsertyp oder Region.
- Simulation eines erstmaligen und wiederholten Besuchs der Website.

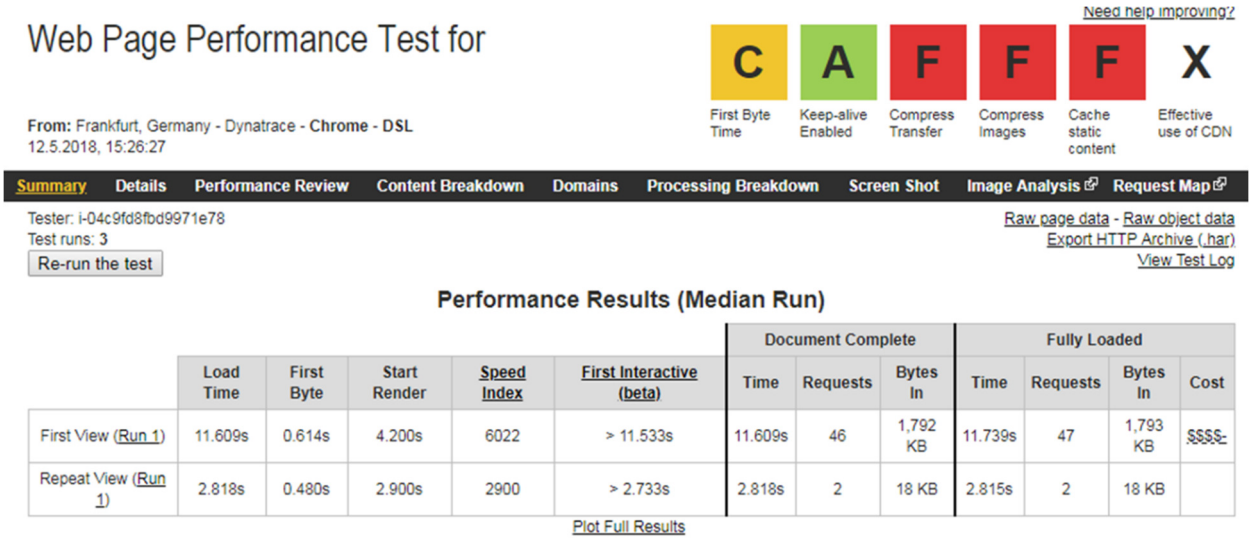
Ergebnisse

WebPageTest stellt zunächst einen Überblick zur Verfügung, der folgende Metriken enthält:

Eine kategoriale Bewertung (A bis D) von sechs wesentlichen Performancetreibern (s. Abb. 2):

1. Time To First Byte (die Zeitspanne bis der Browser die erste Reaktion vom Server erhält)
2. Keep-Alive Verbindungen (Einstellung im http-Protokoll, die verhindert, dass viele einzelne Verbindungen aufgebaut und wieder beendet werden müssen)
3. Compress Transfer (verbessert die Datenübertragungsrate)
4. Compress Images (prüft die Kompressionsrate verwendeter Bilder)
5. Cache Statistic Content (bezieht sich auf das Vorhalten statischer Inhalte im Browser Cache des Besuchers, um bei wiederholtem Besuch erneutes Laden zu vermeiden)
6. Effective Use of CDN (Nutzung eines “Content Distribution Network”, zur Vermeidung langer Datentransferzeiten zwischen Besucher und Originalserver)

Weiter zeigt der Überblick die Ergebnisse des ersten wiederholten Seitenbesuchs. Dieser Vergleich drückt die Leistung der obigen Performancetreiber, bei Erst- und Zweitbesuch einer Website, in Ladezeiten aus.



Web Page Performance Test for

From: Frankfurt, Germany - Dynatrace - Chrome - DSL
12.5.2018, 15:26:27

Need help improving?

C	A	F	F	F	X
First Byte Time	Keep-alive Enabled	Compress Transfer	Compress Images	Cache static content	Effective use of CDN

Summary | Details | Performance Review | Content Breakdown | Domains | Processing Breakdown | Screen Shot | Image Analysis | Request Map

Tester: i-04c9fd8fbd9971e78
Test runs: 3
Re-run the test

Raw page data - Raw object data
Export HTTP Archive (.har)
View Test Log

Performance Results (Median Run)

	Load Time	First Byte	Start Render	Speed Index	First Interactive (beta)	Document Complete Time	Document Complete Requests	Document Complete Bytes In	Fully Loaded Time	Fully Loaded Requests	Fully Loaded Bytes In	Cost
First View (Run 1)	11.609s	0.614s	4.200s	6022	> 11.533s	11.609s	46	1,792 KB	11.739s	47	1,793 KB	$$$$-
Repeat View (Run 1)	2.818s	0.480s	2.900s	2900	> 2.733s	2.818s	2	18 KB	2.815s	2	18 KB	

Plot Full Results

Abbildung 2: Übersichtsseite des WebPageTests

WebPageTest stellt eine Reihe von Detailanalysen zur Verfügung, die erfahrenen Webdesignern und Serveradministratoren bei der Performanceverbesserung unterstützen. Abb. 3 beispielsweise zeigt einen Wasserfallbericht, der die Teilschritte beim Aufbau einer Website, von der ersten Anforderung bis zum vollständigen Laden der Website zeigt.

Einschränkungen

keine

URL https://www.webpagetest.org

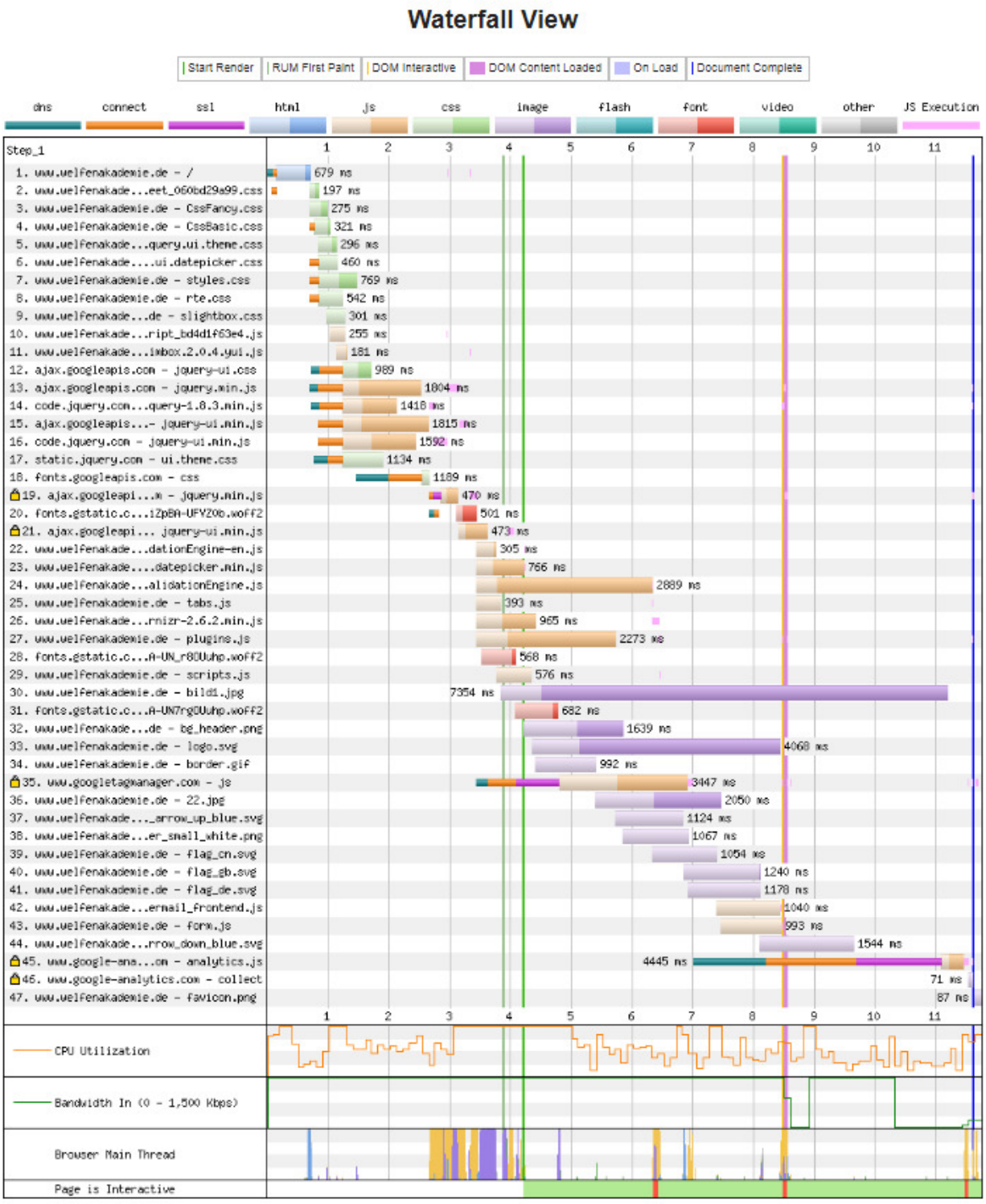


Abbildung 3: Wasserfallbericht des WebPageTests

Tools zur Verbesserung der Suchmaschinenoptimierung

Google Search Console

Die Search Console von Google ist eigentlich das Standardinstrument, mit dem Sie nicht nur Ihre Suchmaschinenoptimierung wirksam unterstützen, sondern auch viel Dienstleisterhonorar sparen können. Das Dienstleistungsangebot „wir reichen Ihre Seite bei Google ein“ können Sie mit der Funktion „Indexierung beantragen“ einsparen und selber durchführen. Auch für die SEO-Profis gehört die Search Console zu den zentralen Basisinstrumenten.

Nutzen

- Effiziente Unterstützung der Suchmaschinenoptimierung
- Ansatzpunkte zur Verbesserung der Nutzerfreundlichkeit
- Informationen zum Zugriff auf die Webseite durch Google (Indexierung und Crawling)
- Möglichkeit, überarbeitete Seiten zur Neuindexierung bei Google einzureichen
- Optimierung der Backlinks durch die Möglichkeit schädliche Links für ungültig zu erklären („Disavow Links Tool“)

Ergebnisse

- Darstellung der Ergebnisse in Google für verschieden Keyword-Suchen im Zeitverlauf, nach folgenden KPIs (s. Abb. 4):
    - Klicks
    - Impressionen
    - Klickrate (CTR)
    - Position (Rangliste der Darstellung in Google)
- Detailanalyse von Suchanfragen mit einzelnen Keywords
- Nutzerfreundlichkeit auf Mobilgeräten
- Google-Zugriffe auf die Website, z. B. Indexierungsstatus und Crawlingstatistiken
- Test, ob Google die Website abrufen kann und wie Google sie crawlt oder rendert.

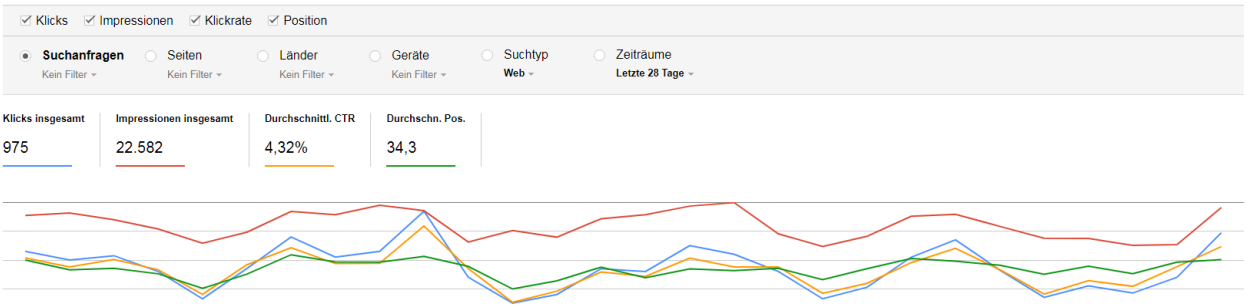


Abbildung 4: Suchanalyse in der Search Console

Einschränkungen

Um die Search Console nutzen zu können, müssen in Google Analytics ein Konto und eine Property angemeldet werden.

URL https://www.google.com/webmasters/

Seitenreport.de

Nutzen

- Sehr umfassende Analysen der eigenen Website (und Unterseiten) geben einen schnellen und guten Überblick über die aktuelle Performance der Seite und die höchsten Optimierungspotenziale.
- Es können Seitenreport-Buttons in die Website eingebettet werden.

Ergebnisse

In folgenden Kategorien werden Ergebnisse ausgewiesen:

- Technische Struktur (z. B. HTML-Fehler, CSS-Fehler, Language-Key, Applet, Frameset…)
- SEO-Analyse (indexierte Seiten, Backlinks, Verhältnis Content zu Quelltext, Links, Meta-Description…)
- Keywords
- Social Media (Anm.: nur fragmentarisch)
- Performance und Datentransfer
- Benutzerfreundlichkeit (Title Attribute, Alt-Attribute bei Bildern, individuelle Fehlerseite…)
- Inhalte
- Sicherheit und Datenschutz (Google Analytics, Facebook Plugin, https…)
- Web of Trust
- Server- und Domaindaten

Einschränkungen

keine

http://www.seitenreport.de/

Backlink Checker

Nutzen

- Linkbuilding ist ein wichtiger Bestandteil der Suchmaschinenoptimierung.
- Themenrelevante Backlinks mit unterschiedlichen Linktexten verbessern die Suchmaschinenergebnisse
- Nicht Richtlinien-konformes Linkbuilding („Black-Hat-SEO“) wird von Suchmaschinen jedoch wie Betrug gewertet.

Ergebnisse

1. Anzahl der Seiten, die auf die eigene Seite verweisen.
2. Verschiedene qualitative Kriterien, wie z.B.
    - „Follow“ oder „No-Follow“-Tag
    - Alexa-Rank
    - Eine eigene Qualitätsbewertung der Seite
    - Anzahl weiterer, externer Links auf der Website

(Erläuterungen hierzu finden Sie unter http://www.backlinktest.com/hilfe.html)

Einschränkungen

keine

http://www.backlinktest.com/

Key word density checker

Nutzen

- Der Text der eigenen Website sollte solche Schlüsselbegriffe enthalten, die von Interessenten als Suchbegriffe verwendet werden.
- Der Google-Webcrawler lässt die Häufigkeit (Dichte) dieser Schlüsselbegriffe in die Bewertung von Websites einfließen. Sowohl eine zu hohe Dichte (over-optimizing) als auch eine zu geringe Dichte (under-optimizing) verringern die Wahrscheinlichkeit, in den Suchergebnissen angezeigt zu werden.
- Für die Dichte von Schlüsselbegriffen existieren keine offiziellen, „harten" Zahlen, sondern lediglich Empfehlungen, die je nach Seite etwas variieren.
- Übergreifend lässt sich die Empfehlung aussprechen, dass die Dichte der Schlüsselbegriffe im Bereich zwischen 2% und 3% liegen sollte. Werte über 5% gelten als zu hoch, da hierdurch eine Abwertung der Seite erfolgen kann. Manche Toolanbieter unterscheiden noch zwischen primären (2% bis 3% Dichte) und sekundären Schlüsselbegriffen (1% bis 2%).

Ergebnisse

- Ermittelt die Dichte der eingegebenen Keywords für die ausgewählte Webseite
- Gibt somit Hinweise zum Optimierungsbedarf des Webseiten-Contents im Hinblick auf SEO

Einschränkungen

keine

www.seitenreport.de/tools/seo-tools/keyword-density.html

Tools zur Verbesserung von Content und Darstellung

Google Optimize

Nutzen

- Ermöglicht das Testen der Leistung von Webseiten gegeneinander anhand einer zuvor definierten Testgruppe der Webseitenbesucher
- Der Prozentsatz der Nutzer, die am Test teilnehmen, kann selbst definiert werden
- Das zu testende Ziel bzw. die Messwerte (z.B. Conversions) für den Test können selbst festgelegt werden
- Aktualisierungen über den Status des Tests können über E-Mail abgerufen werden

Ergebnisse

- Zeigt die Performance der getesteten Websites bzgl. des zuvor definierten Testmesswerts
- Ermöglicht die Identifikation von Best und Worst Performer Landing Pages und bildet so die Grundlage für die Selektion der richtigen Variante je Marketingkampagne

Einschränkungen

basierend auf Google Analytics

https://optimize.google.com/optimize/home/

Google SERP Snippet Optimization Tool

Nutzen

- Google greift bei der Darstellung der Suchergebnisse auf die im Quellcode der Website hinterlegten meta-tags (title, descriptions und keywords) zurück.
- Das Tool hilft die Darstellung im Google-Ergebnisfenster zu optimieren.

Ergebnisse

- Simuliert die Ausgabe des Darstellung des Suchergebnisses in Google (search engine results pages = SERPs.
- Durch Eingabe des Titels , der meta description und URL der Website erhält man ein simuliertes Darstellungsergebnis

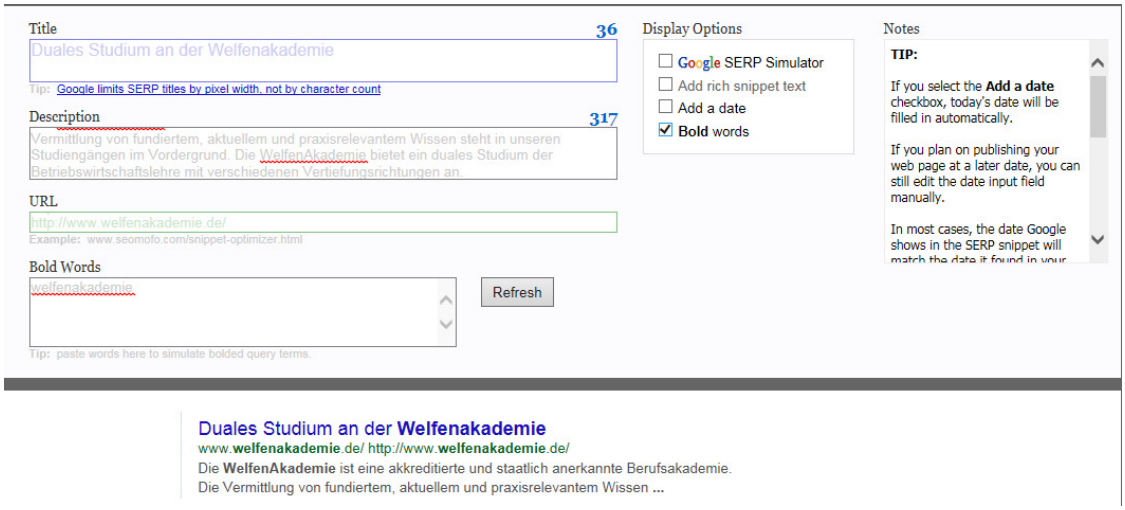


Abbildung 5: Snippet Optimization Tool

Einschränkungen

keine

URL http://www.seomofo.com/snippet-optimizer.html

Deadlink Checker

Nutzen

- Externe Links, auf die nicht (mehr) zugegriffen werden kann, verringern die Qualität der Website.

Ergebnisse

- Ausgabe der externen Links, zu denen keine Verbindung aufgebaut werden konnte.
- Hinweis: Die Links sollten manuell überprüft werden. Den Meldungen können auch systemtechnische Gründe zugrunde liegen.

Einschränkungen

keine

http://www.backlinktest.com/

Duplicate Content Checker

Nutzen

- Identischer Content auf verlinkten Websites, führt zu Bewertungsabschlägen durch den Google-Webcrawler. Hierdurch verringern sich die Chancen auf gute Platzierungen in Google.

Ergebnisse

- Ausgabe der internen und verlinkten Websites, auf denen identischer Content gefunden wurde.
- Anzeige der betroffenen Textpassagen.

Einschränkungen

keine

http://www.copyscape.com/