

Stephan Czysch

Das perfekte Browser-Set-up für SEOs

Abseits vom Excel-Datengeschlebe findet die SEO-Arbeit in der Regel im Browser statt. Da sollte man es sich als SEO doch möglichst einfach machen, um SEO-relevante Informationen schnell zu bekommen, oder? Ist die Seite indexierbar? Wie lang ist der Seitentitel? Wie steht es um die Überschriftenstruktur der Seite? Solche Daten zieht man für einzelne Seiten direkt über den Browser und im großen Stil über Crawler.

Anstatt diese Informationen direkt im (gerenderten) Quelltext einer Seite zu suchen, können Browser-Erweiterungen die Daten deutlich schneller anzeigen. Die Seite steht auf „noindex“? Ein rotes Icon macht darauf aufmerksam. Die Canonical-URL zeigt auf eine andere URL? Das Icon leuchtet gelb.

Doch nicht nur solche (technischen) Aspekte können sichtbar gemacht werden, denn dank sogenannter Bookmarklets lässt sich eine URL direkt an SEO-Tools übergeben. Wie hoch ist der Sichtbarkeitswert der gerade besuchten Domain? Ein Klick – und die Domain wird im Tool ausgewertet! Durch solche kleinen Helferlein lässt sich die SEO-Arbeit deutlich beschleunigen.

Welche wirklich nützlichen Plug-ins und Bookmarklets es gibt, stellt Stephan Czysch in diesem Artikel vor.

Ein Thema vorab: Durch Plug-ins, egal ob für das Content-Management-System oder eben für den Browser, holt man sich nicht nur neue Funktionen, sondern auch fremden Quellcode ins Haus. Besonders für Erweiterungen für WordPress, TYPO3 und Co. gilt, dass dadurch auch potenzielle Sicherheitslücken Einzug halten (können).

Gerade erst hatte ich eine Anfrage von einem Unternehmen, bei dem durch eine Sicherheitslücke Hunderttausende Spam-Seiten auf der Website angelegt wurden. Das Problem konnten wir lösen und die Spam-Seiten verlassen nach und nach den Google-Index, doch es gibt Themen, mit denen man sich lieber beschäftigt.

Nicht nur das Ablegen von Spam-Inhalten auf oder das Abgreifen von (Kunden-)Daten von

Websites ist ein Thema, sondern auch das „Mitlesen“ von Nutzerdaten aus Browsern. Und das ist über Browser-Erweiterungen grundsätzlich möglich. Deshalb sollte man nicht jeder Erweiterung vertrauen. Wer sich fragt, worauf die Traffic-Schätzungen von Tools wie similarweb fußen: unter anderem auf (anonymen) Browser-Daten.

Speziell Plug-ins, die Daten von Dritt-Websites zur gerade besuchten Website anzeigen, seien es Sichtbarkeitswerte oder ob es gerade Gutscheine gibt, müssen natürlich wissen, auf welcher Website gesurft wird. Damit das funktioniert, wird die Domain an das entsprechende Tool übertragen und das Tool liefert die gewünschten Daten zurück. So lässt sich grundsätzlich nachvollziehen, wo sich ein Nut-

DER AUTOR



Stephan liebt es, schneller zum gewünschten Ergebnis zu kommen. Von daher ist er schon mal so frech und installiert auf fremden Rechnern ein paar Plug-ins und Bookmarklets. Dazu konzipiert er selbst Tools und Plug-ins. So arbeitet er an den SEO-Tools searchanalyzer.io sowie getindexed.io. Darüber hinaus berät und schult er Inhouse-Teams.

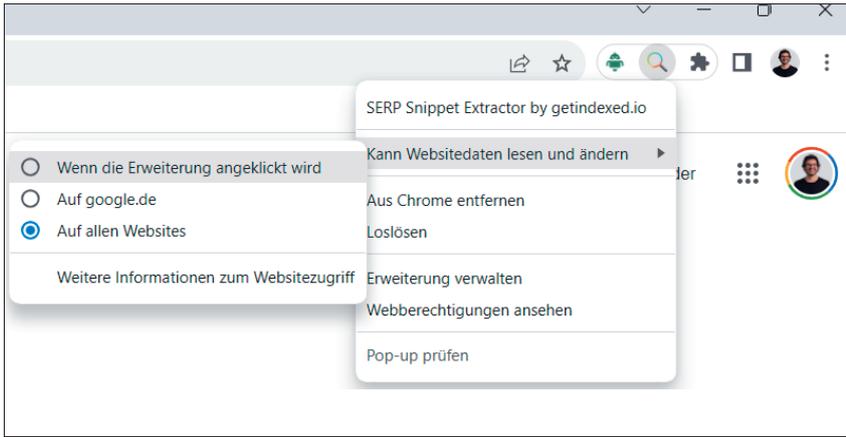


Abb. 1: Durch einen Rechtsklick auf ein Plug-in-Logo lässt sich festlegen, wann das Plug-in „aktiv“ ist. Über das Puzzle-Symbol lassen sich Plug-ins anheften und sind dadurch dauerhaft sichtbar.

zer gerade aufhält, welche Themen ihn interessieren und anderes mehr. Das sind nicht zwingend Daten, die man mit unbekanntem Dritten teilen möchte.

Zwar sollten Plug-ins nicht unter Generalverdacht gestellt werden, doch es ist wichtig, auf dieses mögliche Sicherheitsrisiko hinzuweisen. Bei bekannten Plug-ins ist man in der Regel auf der sicheren Seite und als zusätzliche Sicherheitsvorkehrung bietet der Chrome-Browser die Möglichkeit, nur durch bewusste Interaktion Daten abzufragen. Dazu muss nach der Installation des Plug-ins mit der rechten Maustaste auf das Logo geklickt und unter „Kann Website-Daten lesen und ändern“ die

Einstellung auf „Wenn die Erweiterung angeklickt wird“ geändert werden. Dadurch sind die jeweiligen Daten nicht mehr sofort sichtbar.

Was bei der Bewertung von Plug-ins ebenfalls hilfreich ist, ist ein Blick auf die vom Plug-in benötigten Freigaben. Diese werden nicht nur bei der Installation des Plug-ins angezeigt, sondern sind zudem in den Plug-in-Details unter „Erweiterungen (verwalten)“ im Browser zu sehen. Auch hier kann der „Websitezugriff“ eingestellt werden. Zusätzlich kann ein Blick auf die Datenschutzerklärung des Plug-ins Einblick geben, ob und in welchem Umfang Daten (anonymisiert) protokolliert werden.

Wer auf Nummer sicher gehen möchte, der schaut sich den Quellcode der jeweiligen Plug-ins einmal genauer an. „Red Flags“ sind unleserliche (codierte) Anweisungen, extern eingebundene Skripte oder der Aufruf von Dritt-Websites im Hintergrund. Der Plug-in-Quellcode ist auf Windows-Geräten unter „AppData\Local\Google\Chrome\User Data“ zu finden. Dort gibt es einen Ordner für das jeweilige Browser-Profil, in dem dann im Ordner „Extensions“ die einzelnen Plug-ins zu finden sind.

Meine Lieblings-SEO-Plug-ins für Chrome

Vorneweg: Es gibt unglaublich viele Plug-ins für ähnliche oder gar identische Anwendungsfälle. Für die klassischen SEO-Aufgaben reicht womöglich ein Allrounder-Plug-in komplett aus, da diese (fast) alle (wichtigen) Funktionen abdecken. In meiner Liste sind trotzdem ein paar „One-Trick Ponys“ mit dabei, also Plug-ins, die sich auf einen Anwendungsfall spezialisieren und diesen besser abdecken als die Allrounder.

Meine Plug-in-Empfehlungen lassen sich über den Plug-in-Namen im

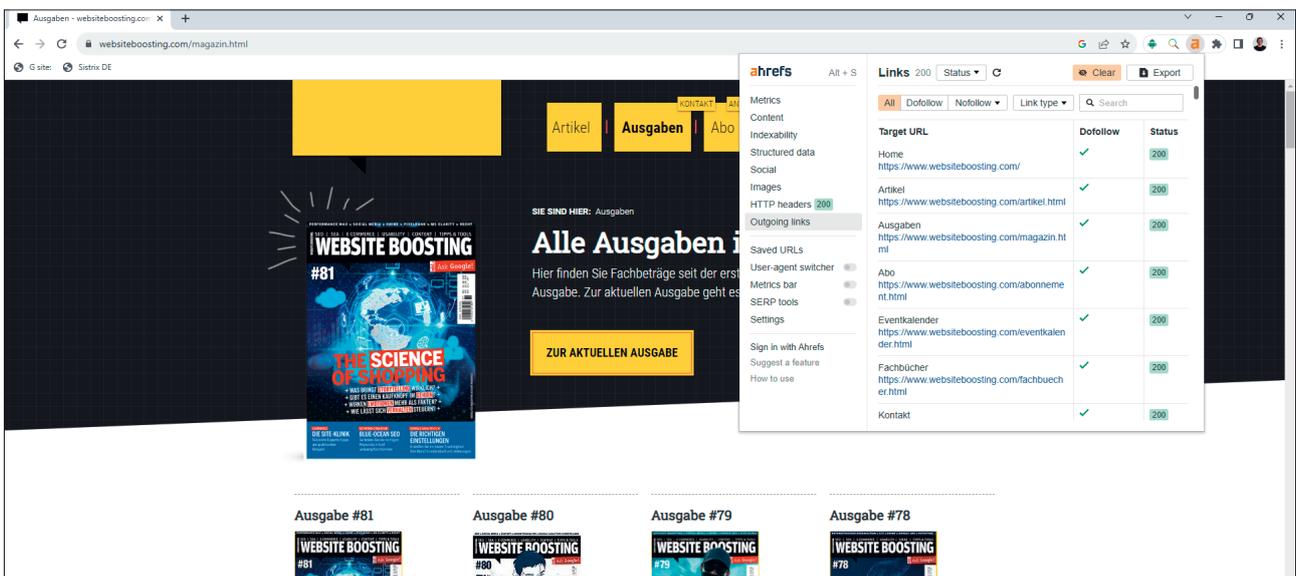


Abb. 2: Zusätzlich zu den klassischen SEO-Daten kann die ahrefs SEO-Toolbar unter anderem auch Verlinkungen auf Verfügbarkeit überprüfen und Links hervorheben.

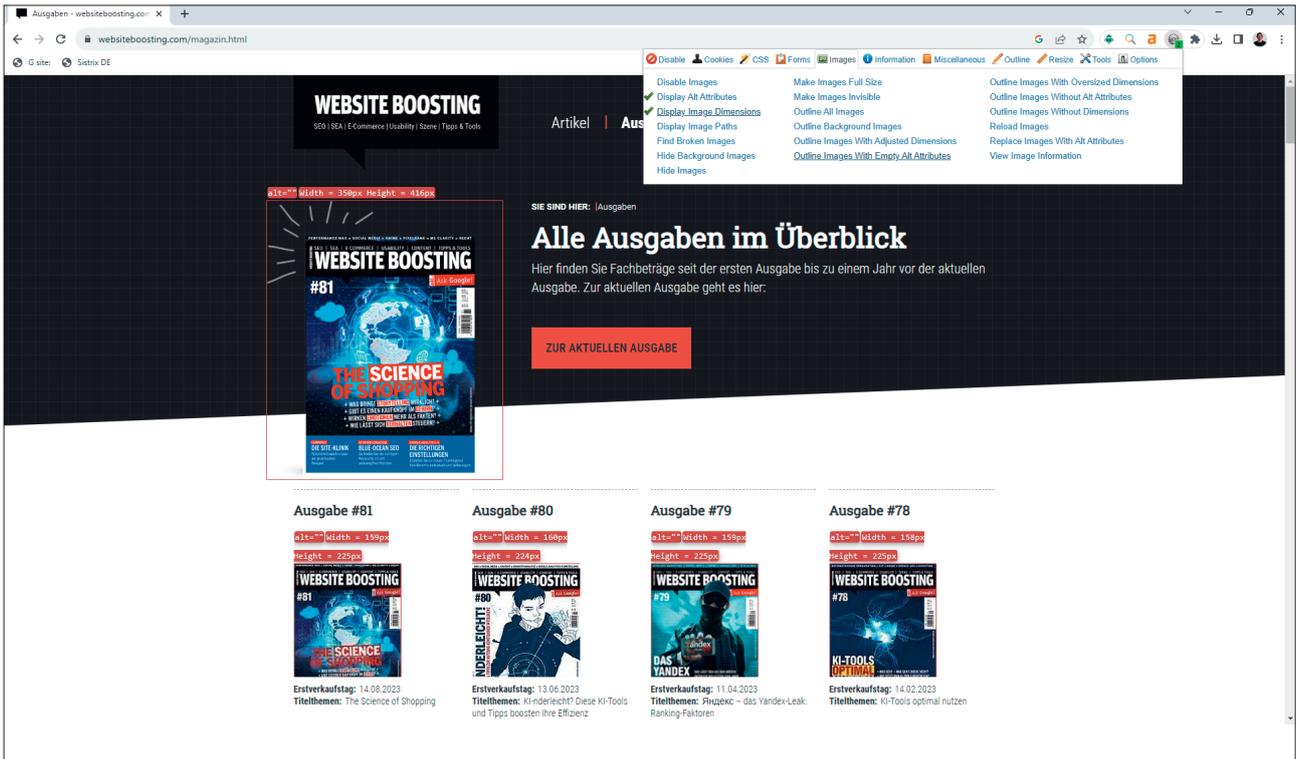


Abb. 3: Welche Abmessungen haben Bilder? Welche Alt-Texte sind vergeben? Das und vieles mehr zeigt die Webdeveloper Toolbar.

Chrome Web Store oder über meinen Artikel unter einfach.st/plugin532 finden. Dort sind auch die Bookmarklets sowie Alternativen für die Firefox-Fangemeinde zu finden.

ahrefs SEO-Toolbar: meine Wahl für den SEO-Allrounder

Besonders bei der Wahl des All-round-Tools gibt es viele verschiedene (exzellente) Kandidaten: SEO Meta in 1 Click, diva-e SEO Toolbar, Detailed SEO Extension, SEOquake ... Als ich nach der Umstellung von „SEO Minion“ zu einem bezahlten Plug-in nach einem Ersatz gesucht habe, ist es für mich die ahrefs SEO-Toolbar geworden.

Die Toolbar wird zwar vom gleichnamigen SEO-Tool angeboten, man benötigt allerdings kein ahrefs-Konto für die Standardfunktionen. Nur wer Werte des Tools in das Plug-in integrieren möchte, der kommt nicht um eine bezahlte Mitgliedschaft herum.

Warum habe ich mich für ahrefs entschieden? Das Plug-in kann zusätzlich zu den klassischen Funktionen eines SEO-Allrounders die aktuell

aufgerufene Seite auf nicht mehr funktionierende Verlinkungen überprüfen. Das ist keine Funktion, die ich häufig brauche, deshalb benötige ich dafür kein Spezial-Plug-in wie zum Beispiel „Check my Links“.

Robots Exclusion Checker: Crawling und Indexierungsangaben prüfen

Ohne Crawling keine (vollständige) Indexierung und damit auch kein gutes Ranking. Die Kontrolle von robots.txt, Meta- und X-Robots-Angaben sowie des (Header) Canonical-Tag gehören zu den Grundlagen eines technischen SEO-Checks.

Mein Plug-in der Wahl für diesen Anwendungsfall ist der Robots Exclusion Checker. Denn dieser unterstützt alle relevanten Bereiche für Crawling und Indexierung. Über das Roboter-Ampelsystem zeigt das Plug-in direkt, ob die gerade aufgerufene URL indiziert werden könnte oder nicht. Weitere Details werden beim Klick auf das Plug-in sichtbar.

Webdeveloper Toolbar: Bilder- und Linkinformationen darstellen

Die Webdeveloper Toolbar bietet viele Funktionen, die ich nicht missen möchte. Meine Lieblingsanalysen sind:

- » „Images“ => „View Image Information“, um alle Bildinformationen der aktuell aufgerufenen Seite anzusehen. Neben der Abmessung wird auch der Alt-Text angezeigt.
- » „Information“ => „View Link Information“, um mit einem Klick alle auf der Seite vorhandenen Verlinkungen zu extrahieren
- » „Information“ => „View Document Outline“, um die Überschriftenstruktur der Seite anzuzeigen. Denn das ist der einfachste SEO-Check: Die Überschriften sollten so gewählt sein, dass diese einen Rückschluss auf das Seitenthema/Keyword ermöglichen.
- » „Outline“ => „Outline Headings“, um die HTML-Überschriften auf der Seite sichtbar zu machen. Am besten sollte dazu auch „Show Element Tag Names“ aktiviert werden.

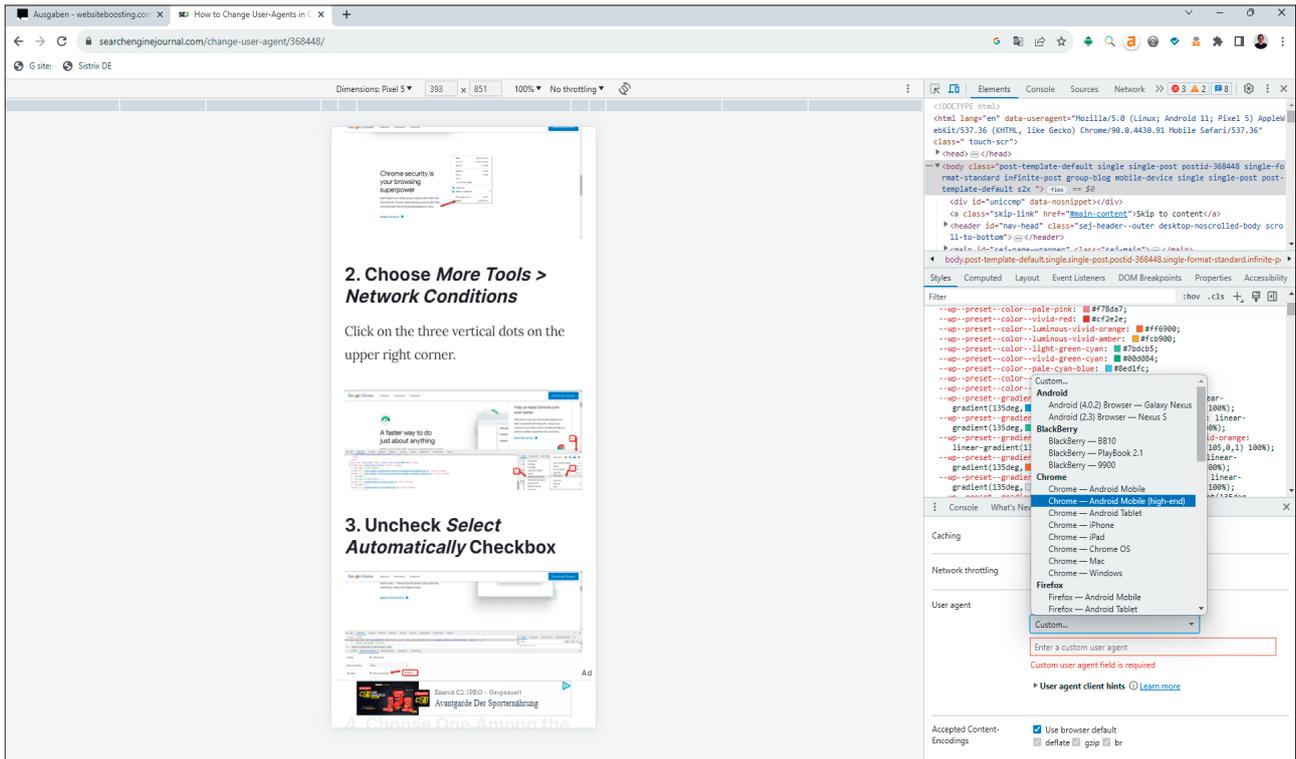


Abb. 4: Über die Chrome DevTools (Rechtsklick „Untersuchen“ oder F12 drücken) lässt sich über das kleine Geräte-Icon (im Screenshot blau hinterlegt, links von „Elements“) der User-Agent ändern. Die im Text beschriebene Alternativvariante ist unten rechts zu sehen.

» „Images“ => „Display ALT-Attributes“, um die Alt-Attribute der Bilder anzuzeigen

Die Webdeveloper Toolbar kann allerdings noch viel mehr, vom Setzen oder Löschen von Cookies über die Möglichkeit, das Browser-Fenster auf eine bestimmte Pixelgröße zu setzen (zum Beispiel für Screenshots für Präsentationen!), hin zur Hervorhebung von externen Links. Schauen Sie sich die einzelnen Funktionen doch einmal an.

Ryte Structured data helper: strukturierte Datenauszeichnungen der Seite analysieren

Wer wissen möchte, welche strukturierten Datenauszeichnungen auf der gerade geöffneten Seite im Einsatz sind, der greift am besten zum Ryte Structured data helper. Denn das ist viel schneller, als entweder im Quelltext zu suchen oder die Seite an das Test-Tool von Google zu übermitteln.

User-Agent Switcher and Manager: (bestimmte) Websites (automatisch) mobil ansurfen

Während die SEO-Arbeit in der Regel am Desktop stattfindet, sucht die Zielgruppe in vielen Branchen mobil – und sieht deshalb womöglich eine (etwas) andere Website. Zwar sind wichtige Elemente wie Seitentitel und Co. in der Regel identisch, doch speziell die interne Verlinkung kann anders sein. Von den SERP-Layouts bei Google ganz zu schweigen. Deshalb ist es wichtig, die Website so zu sehen, wie sie die meisten Besucher sehen: nämlich mobil.

Um die mobile Ansicht zu erhalten, lässt sich mit dem User-Agent Switcher und Manager der User-Agent für (einzelne) Domains (dauerhaft) verändern. Wie das geht, habe ich in meinem Artikel unter einfach.st/scplugin beschrieben. Der User-Agent ist übrigens die Nutzererkennung, die jedes Gerät mitsendet. Damit die mobile Ansicht geladen wird, muss sich der PC entsprechend als Mobilgerät ausgeben.

Um es nicht zu verheimlichen: Auch die in den meisten Browsern eingebau-

ten Developer-Tools bieten die Möglichkeit, eine mobile Ansicht anzuzeigen. Dazu müssen die DevTools aktiviert werden, zum Beispiel durch Rechtsklick und „Untersuchen“ oder per F12-Taste, und anschließend kann über das kleine Device-Icon ein anderes Gerät emuliert werden. Auch über die drei gestapelten Punkte => „More Tools“ => „Network Conditions“ kann zum Beispiel im Chrome-Browser der User-Agent geändert werden.

SERP Keyword Extractor: Keyword-Vorschläge direkt aus den Suchergebnissen extrahieren

Google und Bing zeigen in den Suchergebnissen verschiedene Suchvorschläge an. Und diese unterscheiden sich zudem je nach Suchraum, also zum Beispiel zwischen der Shopping-, Web- oder Bildersuche. Mit dem von mir erdachten Plug-in SERP Keyword Extractor lassen sich die Keywords mit einem Klick extrahieren und danach zum Beispiel in ein Tabellenkalkulations-Tool einfügen. Keyword-Recherche war selten einfacher.

Chrome DevTools: für den Detailblick in den Quelltext

Direkt im Chrome-Browser mitgeliefert werden die Chrome DevTools, mit denen der Quelltext analysiert und unter anderem verändert werden kann. Wie würde die Seite zum Beispiel mit einer anderen Hauptüberschrift aussehen? Oder, wie beschrieben, in der mobilen Ansicht? Oder wie lautet der XPath des Elements, um dieses mit einem Crawler zu extrahieren?

Die Developer Toolbar kann über die F12-Taste oder durch einen Rechtsklick gefolgt von „Untersuchen“ geöffnet werden.

SERP Snippet Extractor: das tatsächlich angezeigte Snippet (und die Suchergebnisse) extrahieren

Title und Description auf das (Haupt-)Keyword ausrichten und fertig ist die Snippet-Optimierung. So einfach ist es leider nicht, denn sowohl Titel als auch Description werden häufig von Google angepasst (siehe dazu meinen Artikel in der Website Boosting #81).

Um das tatsächlich angezeigte Snippet aus den Suchergebnissen zu extrahieren, kann der SERP Snippet Extractor genutzt werden. Zudem lassen sich die Daten zum Beispiel für die Offpage-Optimierung nutzen. Einfach nach passenden Keywords recherchieren und die für die Suchanfrage rankenden Seiten kontaktieren.

Language Tool: Rechtschreibung direkt im Browser überprüfen lassen

Wer viel im Browser schreibt, der ist über eine zusätzliche Rechtschreibprüfung froh. Zusätzlich zur Standard-Rechtschreibprüfung nutze ich gerne das Plug-in von Language Tool.

Hinweis: Die Überprüfung findet dabei nicht lokal, sondern beim Anbieter statt. Dazu wird der Text verschlüsselt an das Tool übermittelt.

Weitere Plug-ins in der Kurzübersicht

- » **Linkparser:** Dieses Plug-in kann Links auf der Website getrennt nach intern, extern und Subdomain zählen und optisch hervorheben.
- » **View Rendered Source:** Zwischen dem Quelltext und dem gerenderten Quelltext (hier ist JavaScript ausgeführt) können Unterschiede bestehen. Welche dies sind, zeigt das Plug-in.
- » **PlePer Local SEO Tools:** Das Plug-in extrahiert Daten zu Google-Unternehmensprofilen und hilft bei der lokalen Suchmaschinenoptimierung.
- » **Linkclump:** Dies ist ein kleines Produktivitätstool, mit dem sich zum Beispiel mehrere Links auf einmal öffnen oder kopieren lassen.
- » **Redirect Path:** Das Plug-in zeigt direkt an, ob die ursprünglich aufgerufene Seite weitergeleitet wurde.

Mit Bookmarklets Arbeitsschritte vereinfachen

Eine regelmäßige SEO-Aufgabe ist die Überprüfung einzelner Webseiten oder ganzer Domains in SEO-Tools, sei es das SEO-Tool der Wahl oder ein Test-Tool von Google. Durch Bookmarklets kann die gerade aufgerufene Webseite an das gewünschte Tool mit einem Klick übergeben werden. Auch das Zerlegen der Adresse, um beispielsweise den Domainnamen zu extrahieren, ist möglich.

Nehmen wir Sistrix: Unter <https://de.sistrix.com/domain.tld> ist die Domain-Übersicht für Deutschland zu finden. Anstatt also zu Sistrix zu gehen und dort die zu analysierende Adresse einzutippen oder hineinzukopieren, kann über das Bookmarklet

```
javascript:void(window.open(%27https://de.sistrix.com/%27+document.domain.replace(%27www.%27,%27%27),%27blank%27));
```

die gerade aufgerufene Webseite direkt im Tool geöffnet werden.

Was hier passiert, ist Folgendes: Mittels JavaScript wird aus der gerade im Browser geöffneten URL die Domain ausgelesen (`document.domain`) und dazu wird die Zeichenfolge „www.“ durch nichts ersetzt. Dieser dynamische Teil wird mit der fest definierten Adressstruktur von Sistrix verknüpft und diese Adresse wird in einem neuen Fenster geöffnet (letzte Anweisung „blank“).

Schauen wir noch einmal auf ein anderes Bookmarklet:

```
javascript:void(window.open(%27https://search.google.com/search-console?resource_id=%27+window.location.protocol+%27/%27+window.location.hostname,%27blank%27));
```

Was passiert hier? Hier werden über eine etwas andere Methode sowohl das Protokoll (`window.location.protocol`, also http oder https) und der Hostname der Adresse (zum Beispiel `www.stephan-czysch.de`) ausgelesen und mit der URL-Struktur der Google Search Console zusammengesetzt. Nach einem Klick wird also die Domain in der Google Search Console aufgerufen.

Nach diesem Muster sind direkte Einsprünge an unterschiedlichen Stellen von Webseiten möglich. Mit nur einem Klick die verlinkenden Domains in SEMrush auswerten? Check. Die aktuell aufgerufene Adresse mit dem „Test für Rich-Suchergebnisse“ von Google prüfen? Check. Eine site:-Abfrage bei Google ausführen? Check. Oder die Suchanfragen einer Seite in der Google Search Console analysieren? Check.

Alles, was Sie zur Erstellung Ihrer eigenen Bookmarklets tun müssen, ist a) die Adressstruktur des Tools verstehen und dann b) die gewünschten Teile oder die vollständige Adresse übermitteln. Unter seobuch.net/bookmarklet sind die von mir verwendeten Bookmarklets zum direkten Hinzufügen zu Ihrem Browser aufgelistet.