

**OM3**

**REVIEWS**



# Briefing: SEO

Dezember 2021



## Marktüberblick

**Gutes SEO ist nicht schwierig. Gutes SEO ist aber komplex und nur so effektiv wie das analytische und systematische Vorgehen bei der Umsetzung. Hier braucht es Tools, die dabei helfen, die richtigen Keywords und Suchvolumen zu recherchieren, sowie Software, die bei der Analyse, dem Reporting und der Optimierung unterstützt. Der Markt der SEO-Tools ist riesig und fragmentiert. Dieses Briefing hilft dabei, einen Überblick über die Tool-Landschaft zu bekommen. Es zeigt die Lösungen, die in der OMR Community relevant sind. Also die, die in der Praxis erprobt sind und Berufskolleg:innen empfehlen können. Das Briefing ist die Basis für eine schnelle, aber nicht weniger solide Entscheidung für SEO-Tools. Es ist sozusagen die Abkürzung auf dem langen Weg der Recherche.**

Im Marketing-Mix spielt Suchmaschinenoptimierung (SEO) eine übergeordnete Rolle. Sie ist – im Gegensatz zu allen anderen Bereichen des Online Marketings – für (fast) jedes Business relevant. Ob Onlineshop, Publisher oder SaaS-Anbieter:innen – alle wollen bei Google gefunden werden. Die Nutzer:innen kommen – wir sprechen bei SEO vom Pull Marketing – bereits mit einem Interesse oder gar einer Kaufabsicht. Für Marketer sind sie daher sehr wertvoll. Damit nicht genug. Die ersten Treffer bekommen die wertvollen Klicks, für die bei Google, im Gegensatz zu Werbeanzeigen, nichts direkt bezahlt werden muss. Der generierte Website-Traffic ist organisch. Was SEO außerdem von anderen Disziplinen unterscheidet: Seine Relevanz erstreckt sich über beinahe die ganze Customer Journey, vom Upper Funnel bis zur Conversion.

Besonders wichtig ist, dass Ziele und Anforderungen an ein SEO-Tool klar definiert werden. Es gibt universelle Suite-Lösungen. Für tiefergehende Fragestellungen sind spezialisierte Tools unabdingbar. Welche Software die richtige ist, dieser Aufgabe hat sich OMR mit diesem Briefing gestellt. Dazu setzen wir auf die Schwarmintelligenz der Reviewer. Sie kennen die SEO-Tools aus der täglichen Arbeit. Das hier ist so etwas wie der gute Rat unter Kolleg:innen.

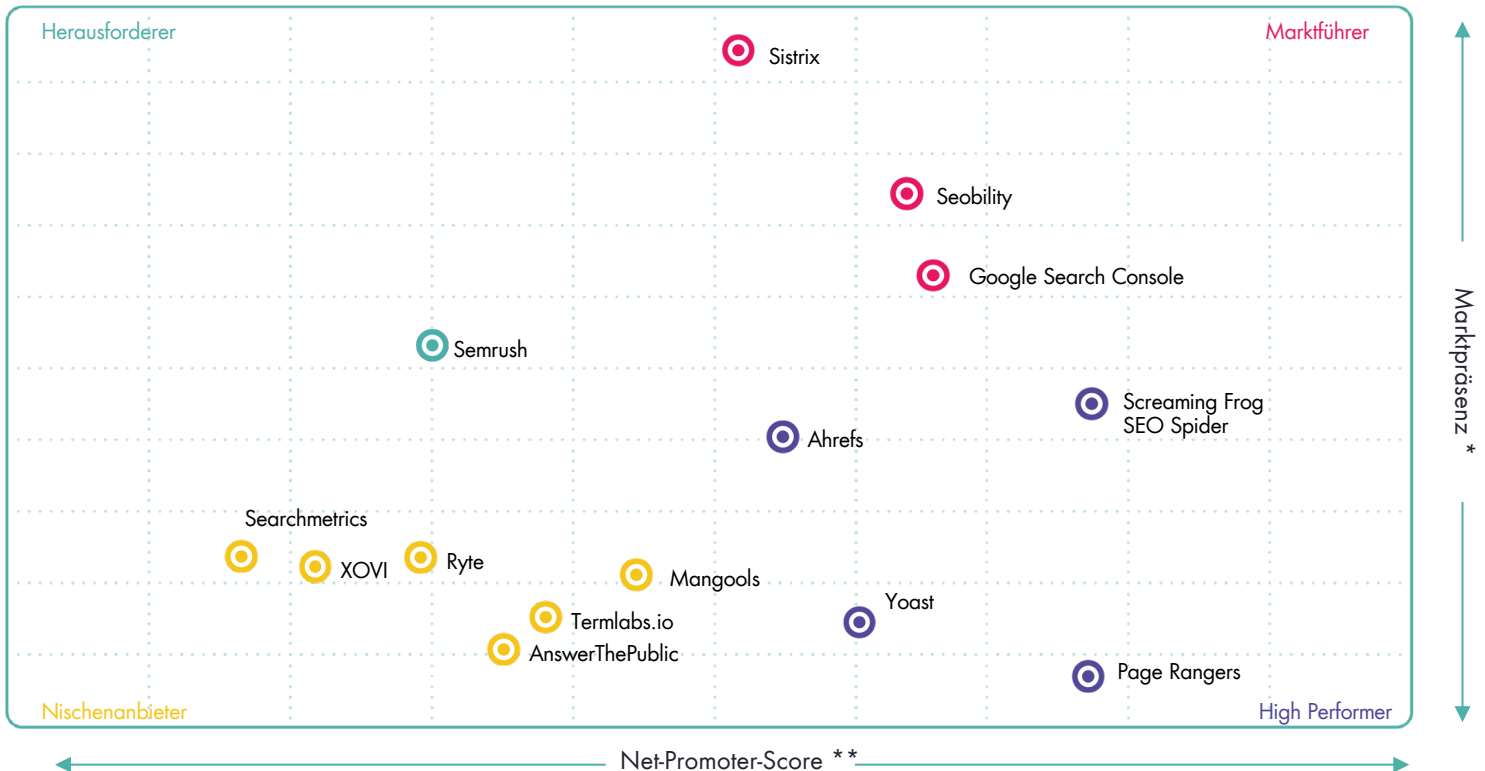
Im neuen SEO-Tool-Briefing findet Ihr das "OMR Reviews Grid" - eine graphische Übersicht aller SEO-Tools – sowie eine Hilfe bei der Toolauswahl, einen Toolvergleich, Auszüge aus ausgewählten Reviews, zwei Experteninterviews und eine detaillierte Funktionsübersicht der Tools. Alles zusammen bietet einen guten Überblick über die SEO-Tool-Landschaft aus Sicht der OMR Community.

Und jetzt: Viel Spaß und viel Erfolg bei der SEO-Tool-Recherche!  
Franzi, Magdalena, Christoph, Felix und Katharina

PS: Für das nötige Basis- und Profi-Wissen lohnt sich ein Blick in die OMR Reports ["Beginners Guide to SEO"](#) und ["SEO Pro"](#). Sie durchleuchten das Thema von der richtigen Strategie bis zur On- und Offpage-Optimierung.

# OMR Reviews Grid

## SEO-Tools auf einen Blick



14 SEO-Tools haben sich für Q4 mithilfe der OMR Community und durch die gewichtete Menge von über 1.000 abgegebenen Reviews für das SEO-Tool-Grid im Dezember 2021 qualifiziert. Unser Grid sortiert die Tools vertikal nach ihrer Marktpresenz und horizontal nach ihrem gewichteten durchschnittlichen Net-Promoter-Score (NPS). Für die Aufnahme werden mindestens 15 qualifizierte Reviews aus den letzten 12 Monaten und ein durchschnittlicher NPS von mindestens 7 vorausgesetzt.

Die guten bis sehr guten Bewertungen der im Briefing aufgeführten Tools zeigen, dass es derzeit für SEO-Tools eine gute Auswahlmöglichkeit aus sehr soliden Lösungen gibt. Die Analyse der Reviews ergibt nichtsdestotrotz eine Spitzengruppe, die "Marktführer". \* Die Marktführer in Q4 2021 sind:



Der Markt für SEO-Tools ist in steter Veränderung – und das Grid stellt eine Momentaufnahme dar. Wenn das von Euch genutzte Tool noch nicht dabei ist, Ihr bessere oder auch schlechtere Erfahrungen mit einem der Tools gemacht habt und Ihr das Grid fürs nächste Mal mitgestalten möchtet...

...werdet Teil der Community und gebt eine Review ab >

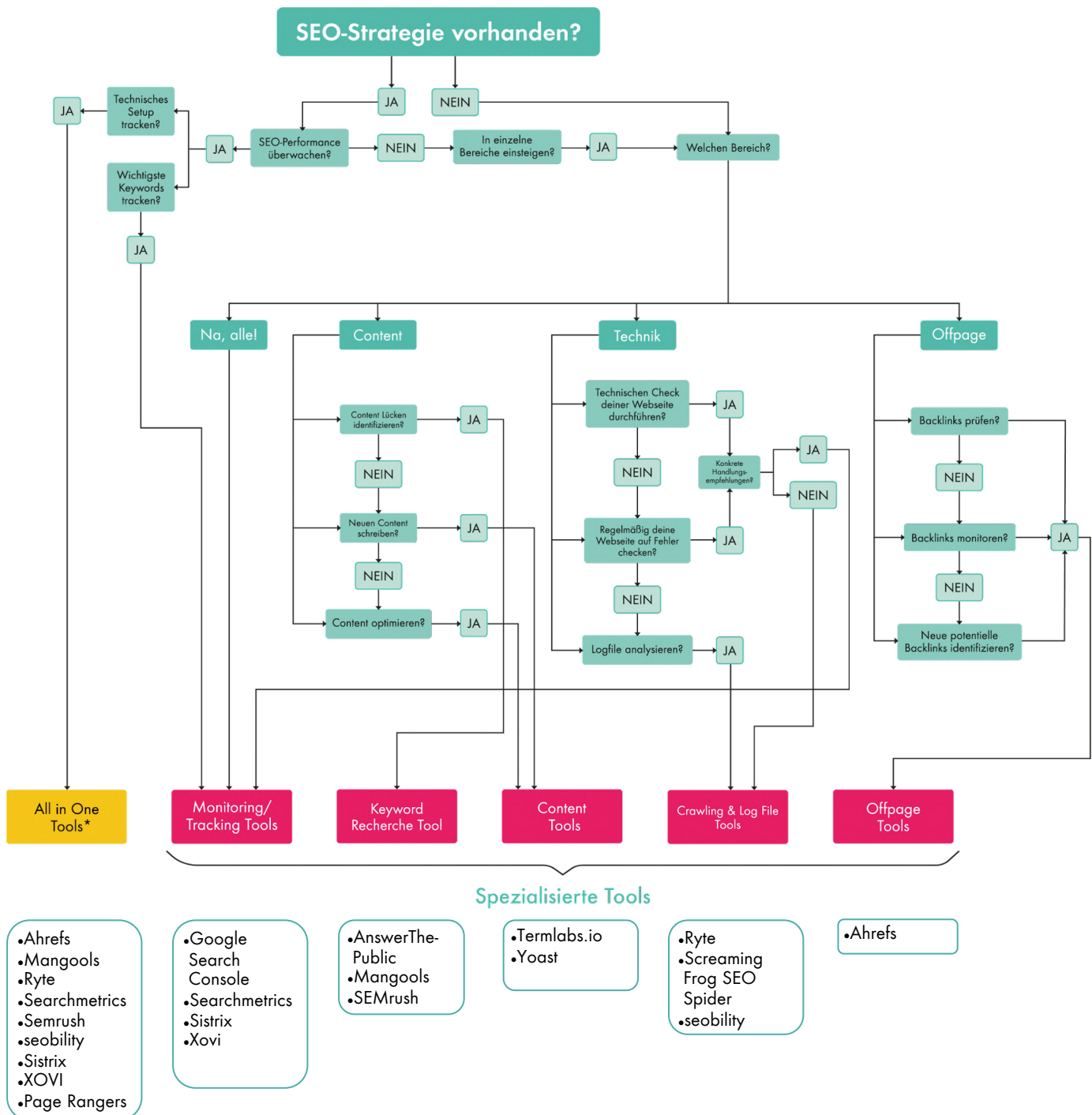
\* Marktpresenz: Anzahl der Reviews und öffentlich verfügbaren Informationen.

\*\* Net-Promoter-Score (NPS, hier: 7,5 – 10) der Reviews, gewichtet nach Zeitpunkt der Abgabe, Qualität der Reviews und Quelle der Reviews.

Reviews, die bis zum 06.12.2021 abgegeben und verifiziert wurden, konnten berücksichtigt werden.

# Toolauswahl

Es gibt also viele gute SEO-Tools - aber welches ist das Richtige für meine Bedürfnisse? Neben mehreren Suite-Lösungen gibt es auch einige Spezial-Tools mit sehr dedizierten Einsatzzwecken auf dem Markt. Mit Hilfe ein paar einfacher Fragen versuchen wir Orientierung zu geben, um die Wahl der richtigen Tool-Kategorie zu erleichtern. Ein großes Dankeschön geht an die SEO-Experten von [Claneo](#), die uns hierbei unterstützt haben.



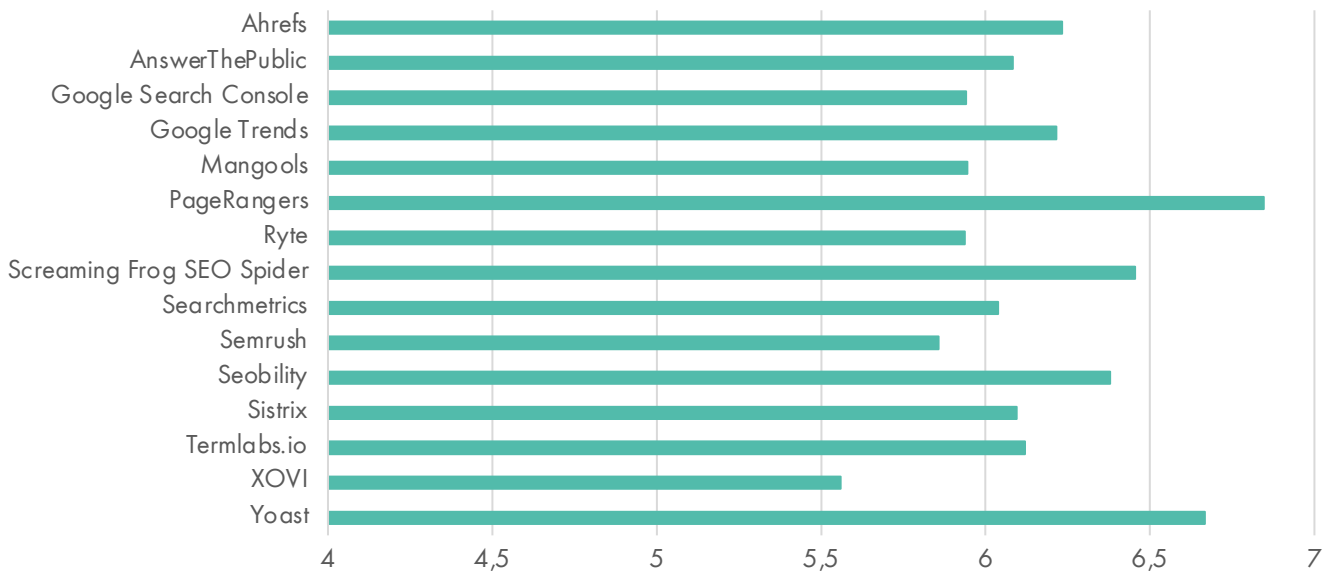
\*All in One Tools umfassen prinzipiell (fast) alle SEO-Funktionen.

All in One Tools mit besonderen Schwerpunkten haben wir zusätzlich in den entsprechenden Spezialkategorien genannt.

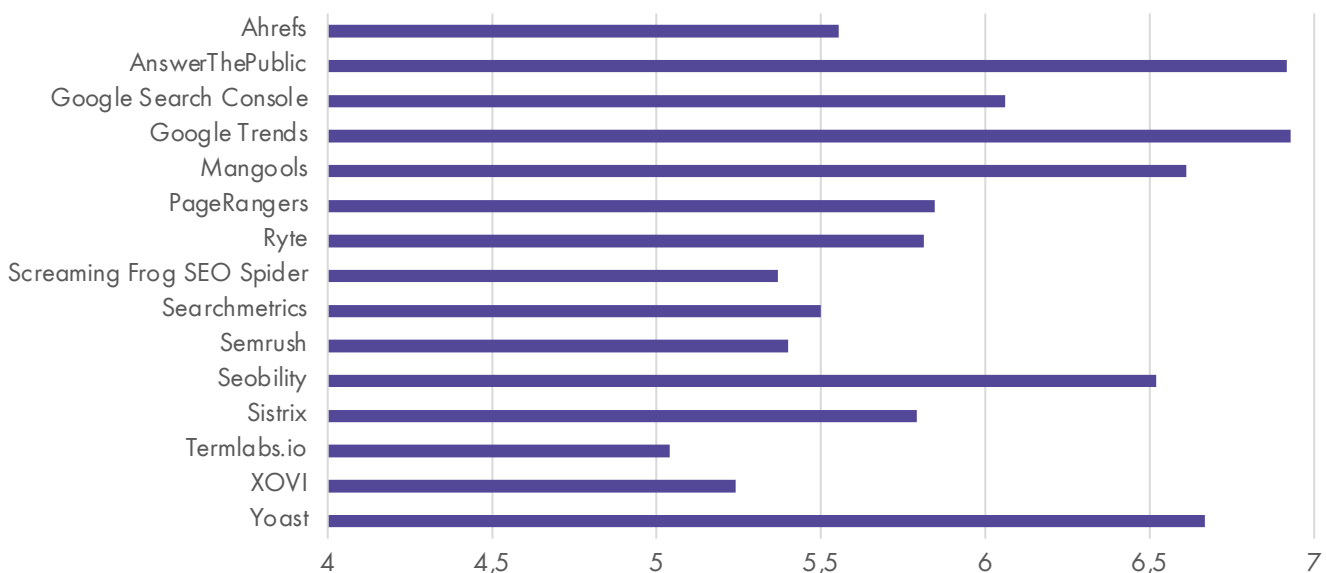
# Toolbewertungen

Die SEO-Tools im Vergleich: Wir zeigen Euch, was unsere Reviewer im Detail über die Tools denken. Entwickelt sich das Tool in die richtige Richtung? Wie sieht es mit dem Kundensupport aus? Wie einfach war die Einrichtung des Tools und vor allem: Erfüllt das Tool auch alle Anforderungen? Unsere Reviewer haben abgestimmt!

## Erfüllt meine Anforderungen



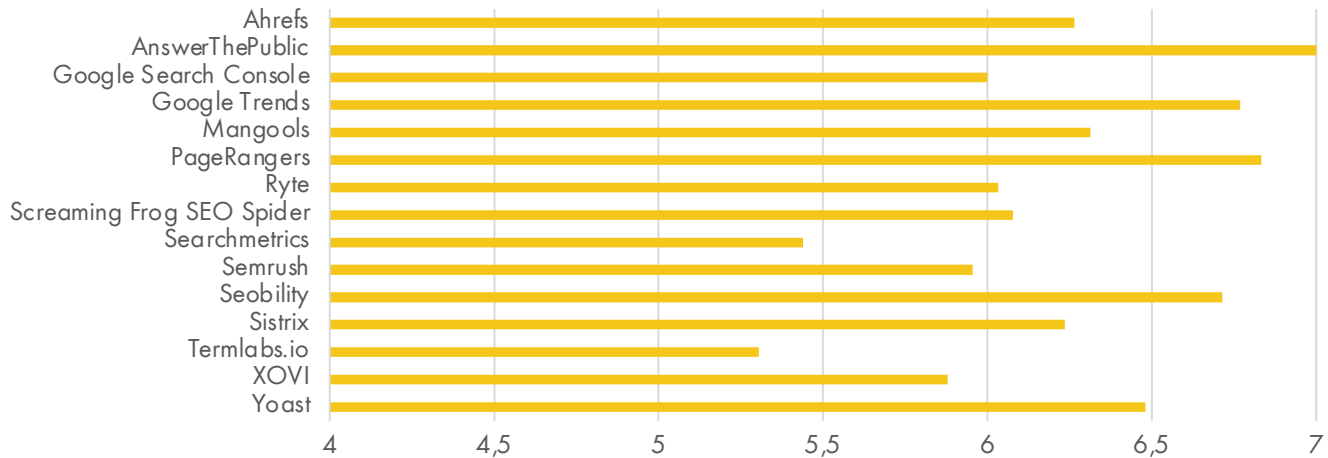
## Lässt sich einfach bedienen



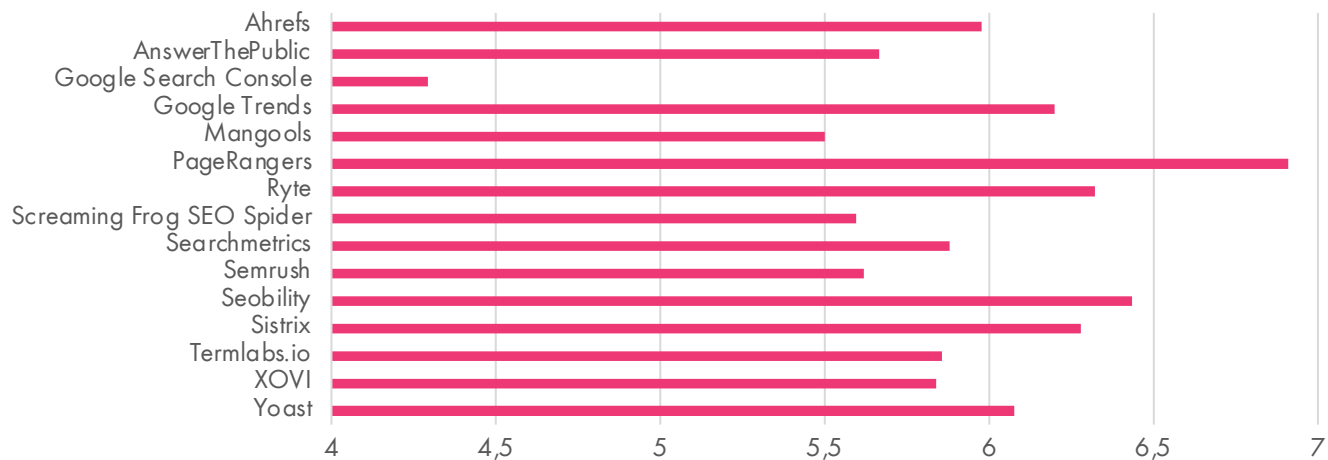
Die Angaben aus den Balkendiagrammen beziehen sich auf die Bewertungen unserer Plattform, gewählt werden konnte jeweils von 1 bis 7, dabei war 7 die bestmögliche Antwort. Zum Zweck der besseren Differenzierung und Sichtbarkeit sind nur die Score-Ranges von 4 – 7 dargestellt.

# Toolbewertungen

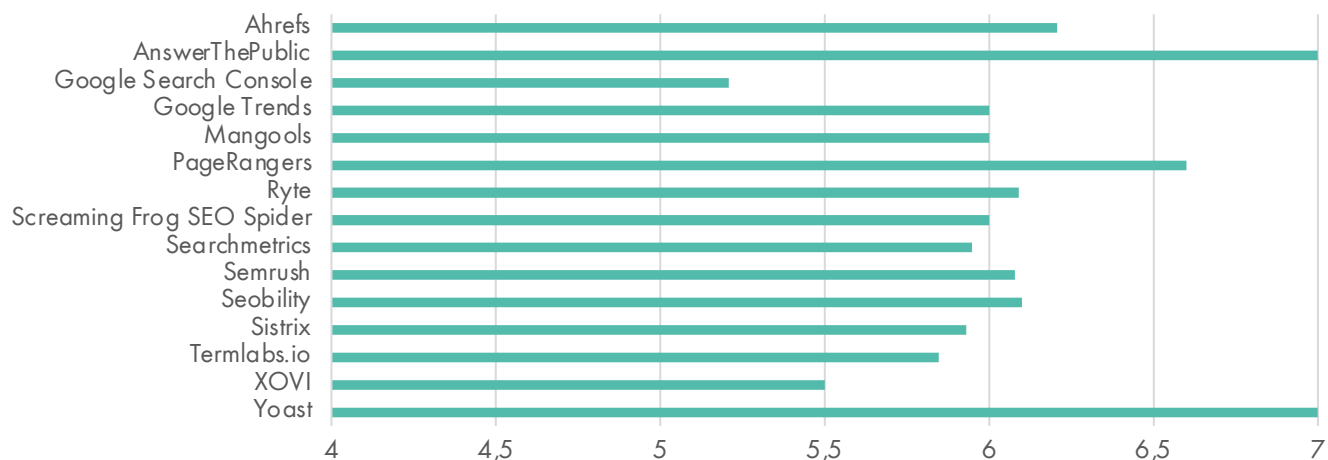
## Ließ sich einfach einrichten



## Hilfreicher Kundensupport



## Entwickelt sich in die richtige Richtung



Die Angaben aus den Balkendiagrammen beziehen sich auf die Bewertungen unserer Plattform, gewählt werden konnte jeweils von 1 bis 7, dabei war 7 die bestmögliche Antwort. Zum Zweck der besseren Differenzierung und Sichtbarkeit sind nur die Score-Ranges von 4 – 7 dargestellt.



# Reviewers Voices

Frank Meyer | Theim Kommunikation

SCORE 10/10 [FULL REVIEW >](#)



„**Seobility** ist intuitiv nutzbar und erklärt auch unerfahrenen Nutzern die einzelnen Details der Website-Analyse und wie und was zu optimieren ist. Aber auch für erfahrene SEOler bietet das Tool alle wichtigen Einblicke und Daten, die es braucht um gute Webseiten noch besser zu machen, ohne dabei essenzielle Punkte zu vergessen. Bis zu 3 parallele Crawler arbeiten schnell und können in der Arbeitsweise ausreichend konfiguriert werden. Die Backlinkanalyse ist für die meisten Zwecke völlig ausreichend und vollständig.“

Nele Hilgenstock | wambo marketing

SCORE 08/10 [FULL REVIEW >](#)



„Bei **Sistrix** bekommt man sehr viele Insights zu der SEO Performance von Kunden und Wettbewerbern. Wir nutzen Sistrix vorallem bei Erstanalysen und Gegenüberstellungen mit Wettbewerbern. Durch die Keywords und ihre Rankingveränderungen können häufig auf einen schnellen Blick, die ersten Erfolge identifiziert werden. Auch für Einsteiger ist Sistrix geeignet, denn überall gibt es kleine Fragezeichen und Hilfestellungen, die einem die KPIs oder die Datenerhebung noch einmal erklären. Alles in allem ein tolles Tool für die wichtigsten SEO KPIs.“

Nicolas Perez-Diehl | rank365

SCORE 10/10 [FULL REVIEW >](#)



„An **Ahrefs** gefällt mir besonders die Tool-Oberfläche, die trotz des enormen Funktionsumfangs sehr übersichtlich und logisch aufgebaut ist. Natürlich muss man sich als blutiger Anfänger in das Tool einarbeiten (für welches Profi-Tool gilt das nicht?). Auch ich war noch relativ neu im SEO-Bereich, als ich vor etwas mehr als zwei Jahren angefangen habe, Ahrefs zu nutzen. Dennoch fiel mir der Einstieg sehr leicht - im Gegensatz zu einigen Konkurrenz-Tools. – Die Backlink-Reports sind in der Regel unschlagbar gut.“

Rico Melzer | Dept

SCORE 09/10 [FULL REVIEW >](#)



„Am besten gefallen mir bei **Ryte** die GSC-Features, um die Daten aus der Google Search Console aufzubereiten, dauerhaft zu speichern und mit erweiterten Analysen anzureichern. Damit wird das Web-Interface der GSC überflüssig und die Fallstricke bei der Auswertung der Daten werden umgangen. Hier sei nur kurz auf die unterschiedliche Aggregation auf Domain- und auf URL-Ebene verwiesen. So kann man mit Ryte einfach die Underperformer und die Kannibalisierungen aus GSC-Daten ermitteln.“

Serhat Kaya | XPERIENTS

SCORE 10/10 [FULL REVIEW >](#)



„Mir gefällt an **Semrush** am besten das Einsehen der Top Keywords der Wettbewerber und Ihrer Backlinks. Außerdem gibt es hilfreiche SEO Audits & Reports mit Erklärungen für den Laien und eine Keyword Gap Analyse, die Schnittmengen in den Keywords von verschiedenen Webseiten darstellt. Darüber hinaus gefällt mir das SEO Content Template, welches Empfehlungen für zu verwendende Keywords, Backlink Quellen, Textlänge und vieles mehr liefert.“

Werdet Teil der Community und gebt eine Review ab >

# Die Expertin

Die Weisheit der Vielen ist eine gute Orientierung bei der SEO-Tool-Auswahl. Die Perspektive von Fachleuten ist aber nicht weniger wertvoll. Magdalena Mues ist Gründerin und Geschäftsführerin von Claneo, einer Berliner Search- und Content-Marketing-Agentur. Sie beschäftigt sich tagtäglich mit allen SEO-Themen und der dazugehörigen Tool-Landschaft.



**Magdalena Mues**  
Claneo

## 1 Wie wähle ich das richtige SEO-Tool für mich aus?

Es gibt viele und gute Tools im Bereich SEO, die ihre unterschiedlichen Stärken und Schwächen haben und für diverse Zielgruppen ausgerichtet sind. Folgende Fragen sollte man sich vor der Tool-Auswahl stellen:

1. Welche Fragen soll mir das Tool beantworten, welche Daten benötige ich?
2. In welchen SEO-Bereichen bin ich aktiv (z. B. Onpage, Content, ...) und wie tief ist mein Know-how?
3. Benötige ich ein SEO-Tool, das mehrere Länder abdecken muss und wenn ja welche sind das?
4. Ist mein Wettbewerbsumfeld kompetitiv, muss ich regelmäßig Wettbewerbsanalysen durchführen?
5. Brauche ich die Daten visuell aufbereitet?
6. Muss ich bei der Tool-Auswahl Legacy-Richtlinien einhalten?
7. Arbeite ich mit einer Agentur zusammen, die über ein Tool-Set verfügt und mir Daten aus einzelnen Tools zuliefern kann?

Es ist grundsätzlich sehr sinnvoll, sich für potenzielle SEO-Tools zunächst einen Testzugang anzulegen und das Tool in der Testphase gründlich auszuprobieren.

## 2 Welche Fähigkeiten, wie viel Zeit und wie viel Geld sollten die Nutzer:innen mitbringen?

So pauschal lässt sich die Frage leider nicht beantworten. Sowohl die nötigen Fähigkeiten als auch die Zeit, die man mit einem Tool verbringen kann, und das Geld, das man investieren muss, variieren stark von Tool zu Tool.

Unserer Erfahrung nach werden für Spezial-Tools wie Screaming Frog, Deepcrawl oder auch Botify beim Crawling ein gutes Verständnis benötigt, um die SEO-Tools korrekt nutzen zu können. Auch die Auswertung der Daten und die Ableitung von konkreten To-dos kann bei diesen Tools erfahrungsgemäß lange dauern. Tool-Suiten sind in der Regel so aufgebaut, dass Daten und Ergebnisse schneller aufgenommen und ausgewertet werden können. Die Daten sind häufig optisch gut aufbereitet, man kann innerhalb weniger Klicks alle Infos ablesen.



# Die Expertin



**Magdalena Mues  
Claneo**

## 3 Welche typischen Fehler gibt es beim Einsatz von Tools?

Unserer Erfahrung nach kommt es häufiger vor, dass die Daten zu wenig hinterfragt werden. Ein Beispiel sind automatisch generierte Reports von SEO-Tools, die Fehler und Verbesserungspotenziale reporten. In dem Report steht dann, dass bei 3.000 URLs der Title zu lang ist. Dies kann als ein wichtiges Thema eingestuft werden. In Wirklichkeit handelt es sich bei den URLs aber vielleicht um Produktseiten, deren Title automatisch durch den Produktnamen generiert wird. Der Aufwand einer manuellen Überarbeitung würde den Nutzen nicht rechtfertigen.

Ein zweiter typischer Fehler ist, dass die Herkunft und Aussage der Daten nicht vollständig verstanden werden. Klassischerweise passiert dies bei den Sichtbarkeitsindizes (SI). Jedes Tool nutzt eine individuelle Datenbasis. Dadurch sind die SI verschiedener Tools kaum zu vergleichen. Die Toolanbieter:innen verändern von Zeit zu Zeit den Datensatz (also das Keyword-Set), auf dessen Basis die Webseiten eingestuft werden. Ausschläge im SI können also manchmal nicht dem eigenen Bemühen, sondern einer neuen Datenbasis zugeschrieben werden.

Leider haben wir des Öfteren gesehen, dass SEO-Tools in Unternehmen angeschafft wurden, aber nicht nachhaltig genutzt wurden. Es ist deswegen unglaublich wichtig ein initiales Training im Umgang mit den SEO-Tools zu bekommen. Teilweise bieten hier die Tool-Anbieter:innen Schulungen oder Webinare an.

## 4 Was ist Dein Favoriten-Tool und warum?

Wir arbeiten bei Claneo mit vielen Tools und setzen pro Bereich oder auch Fragestellung immer das SEO-Tool ein, welches unserer Erfahrung nach die besten Daten liefert. Daher fällt es mir schwer, mich nur auf ein Favoriten-Tool festzulegen.

Wenn ich mich allerdings für ein SEO-Tool entscheiden müsste, dann würde ich mich aktuell für Ahrefs entscheiden, da sich das Tool in den letzten Jahren sehr gut weiterentwickelt hat und mittlerweile sowohl im Bereich Offpage, aber auch für Onpage-Themen und die Content-Optimierung gute Funktionen und Daten bietet. Natürlich hat auch Ahrefs seine Schwächen, aber die Vielseitigkeit und die Datenbasis bzw. Zuverlässigkeit der Daten ist schon über viele Bereiche sehr gut.

# Der Experte



**Christoph Burseg**  
BCDC GmbH

Christoph Burseg ist Unternehmer und beschäftigt sich seit bald 20 Jahren mit dem "Suchschlitz" und man hat nicht den Eindruck, dass ihm dabei langweilig geworden ist. Er ist ein national und international gebuchter Experte in Sachen SEO – und ein guter Freund des Hauses.

## 1 Wie wähle ich das richtige Tool für mich aus?

Lege erst Deine Aufgaben fest und gehe dann nach einem SEO-Tool shoppen. Sonst landest Du bei einem Tool, das 100 Funktionen hat, Du aber nur einige davon wirklich brauchst. Ist ein bisschen wie beim Lebensmittel-Einkauf: Gehe nie hungrig in den Supermarkt, mach Dir vorher einen Einkaufszettel.

Leider werden Tools oft nur zum Reporting verwendet – und zu selten zum Ableiten von konkreten Handlungsempfehlungen. Lege vorher fest, wie wichtig Reporting Euer Business beeinflusst und wie wichtig das Lernen vom Wettbewerb und das Erstellen von Handlungsempfehlungen ist. Achte darauf, was mit den Tool-Analysen und Reports wirklich gemacht werden kann. Mir ist wichtig: Was kann ich mit dem Output des Tools wirklich an meiner Website ändern. Und zwar nicht nur einmalig initial, sondern Woche für Woche.

## 2 Welche Fähigkeiten, wie viel Zeit und wie viel Geld sollten die Nutzer:innen mitbringen?

Ein SEO-Tool muss sich jeden Monat beweisen und seine Kosten erarbeiten. In meiner Erfahrung lösen sehr günstige Tools sehr einfache Probleme. Am anderen Ende der Skala stehen Tools zu hohen Kosten, deren Added Business Value aber selten in der Praxis gehoben wird. Die besten Tools sind im mittleren Preisniveau angesiedelt.

Als Daumenregel gilt: Mindestens ein:e Mitarbeiter:in muss wöchentlich mindestens eine Stunde mit dem Tool arbeiten. Aus jeder Stunde Tool-Arbeit sollten wenigstens 8 Stunden Handlungsanweisungen abgeleitet werden – gern mehr. Falls das nicht der Fall ist, gibt es noch viel Luft nach oben in der Effektivität der Nutzung des Tools.

# Der Experte



**Christoph Burseg**  
BCDC GmbH

## 3 Welche typischen Fehler gibt es beim Einsatz von Tools?

Der größte Fehler ist es, ohne SEO-Tools zu arbeiten. Man kann von erfolgreichen Wettbewerber:innen so viel lernen, dass es unverantwortlich wäre, diese Datenquelle nicht zu nutzen. Der zweitgrößte Fehler ist es, ein Tool zu kaufen, das nicht jeden Monat seine Kosten mehrfach an Value zurück verdient. Wer nicht umsetzt, braucht kein Tool. Der nächste Fehler ist es, nur nach dem Preis zu gehen, die Qualität der Daten ist super wichtig. Ich kenne Beispiele bei denen günstige SEO-Tools scheinbar ähnliche Daten produzieren, diese Daten in der Realität aber ungenau sind. Ich bin kritisch gegenüber den Daten, die ich in zu günstigen Tools sehe. In der Bedienung der Tools muss man sich Zeit zum Verstehen der Funktionen nehmen. Die Toolanbieter:innen helfen dabei mit kostenlosen Seminaren und Videos. Das ist wertvolle SEO-Fortbildung. Ein wichtiger Hinweis: Das Tool bildet eine Outside-In-Sicht ab! Wenn ich z. B. vermeintlich Rankings verliere, aber mein Business gut läuft, kann womöglich alles gesund sein. Optimiert auf den Erfolg im Business – nicht auf die Sichtbarkeit eines Tools!

## 4 Was ist Dein Favoriten-Tool und warum?

Ich habe es in den letzten zwölf Jahre nie bereut, die Sistrix Toolbox zu nutzen. Sistrix ist für mich der Gold-Standard im SEO. Habe ich eine Frage zum Tool, wird das Ticket in wenigen Minuten bearbeitet. Sistrix CEO Johannes Beus hat keinen Wachstumsdruck von Investoren, ist absoluter SEO-Experte, entwickelt Sistrix kontinuierlich weiter und macht keine aufgeregten Produktentscheidungen. In der Welt der geheimen Algorithmen ist diese Art der Arbeit angenehm down-to-earth. Für spezielle Aufgaben nutze ich ergänzend andere Tools.

# Tools im Vergleich

Welches SEO-Tool kann eigentlich was? Wir haben die Funktionen der verschiedenen Tools genau unter die Lupe genommen und eine Übersicht für Euch erstellt. Ein großes Dankeschön geht an Franziska Schneider von Claneo, die uns in der Konzeption dieser Tabellen unterstützt hat.

|                                                                       | Ahrefs       | Google Search Console | Page-Rangers | Ryte    | Screaming Frog SEO Spider | Search-metrics                     | Semrush       | Seobility | SISTRIX | termlabs.io  | XOVI           | Yoast                                     |
|-----------------------------------------------------------------------|--------------|-----------------------|--------------|---------|---------------------------|------------------------------------|---------------|-----------|---------|--------------|----------------|-------------------------------------------|
| Tool-Art                                                              | Suite        | Monitoring            | Suite        | Suite   | Crawler                   | Suite                              | Suite         | Suite     | Suite   | Content Tool | Suite          | WordPress Plugin                          |
| Free Version                                                          | ✓            | ✓                     | ✗            | ✓       | ✓                         | ✗                                  | ✓             | ✓         | ✓       | ✗            | ✗              | ✓                                         |
| Free Trial                                                            | ✗            | ✗                     | ✓            | ✓       | ✗                         | ✗                                  | ✓             | ✓         | ✓       | ✓            | ✓              | ✓                                         |
| Startpreis der kostenpflichtigen Versionen (pro Monat und Benutzer)   | 99\$         | Dauerhaft kostenlos   | 50€          | 75€     | 149 £ (pro Jahr)          | Auf Anfrage                        | 99\$          | 39,90€    | 100€    | 119€         | 99€            | 89€ (pro Jahr)                            |
| Modulare Preisgestaltung                                              | ✓            | ✗                     | ✓            | ✓       | ✗                         | Individuell                        | ✓             | ✓         | ✓       | ✗            | ✗              | ✓                                         |
| Vertragsmindestlaufzeit                                               | 1 Monat      | ✗                     | 1 Monat      | 1 Monat | 12 Monate                 | 12 Monate                          | ✗             | 1 Monat   | 1 Monat | 1 Monat      | 1 Monat        | 12 Monate (1 Monat für den Plugin Bundle) |
| Serverstandort                                                        |              |                       |              |         | Lokale Installation       |                                    |               |           |         |              |                | Keine Angabe                              |
| Offene API oder andererweitiger Systemzugang                          | ✓            | ✓                     | ✗            | ✓       | ✗                         | ✓                                  | ✓             | ✓         | ✓       | ✓            | ✗              | ✓                                         |
| Datenbasis (Woher kommen die Daten für Rankings/Traffic-Schätzungen?) | Keine Angabe | Google                | Google       | Google  | Tool-APIs                 | Google und Meta Daten der Anbieter | Drittanbieter | Google    | Google  | -            | Eigene Crawler | Keine Angabe                              |
| Persönlicher Ansprechpartner?                                         | Keine Angabe | ✗                     | ✓            | ✓       | ✗                         | ✓                                  | ✓             | ✓         | ✓       | ✓            | ✗              | ✗                                         |
| Support                                                               |              | ✗                     |              |         |                           |                                    |               |           |         |              |                |                                           |
| Einarbeitung                                                          |              |                       |              |         |                           |                                    |               |           |         |              |                |                                           |
| Sichtbarkeitsmetrik                                                   |              |                       |              |         |                           |                                    |               |           |         |              |                |                                           |
| Allgemein                                                             | ✓            | ✓                     | ✓            | ✓       | ✗                         | ✓                                  | ✗             | ✓         | ✓       | ✗            | ✓              | ✗                                         |
| Nur für ausgewähltes Keyword-Set                                      | ✓            | ✓                     | ✓            | ✓       | ✗                         | ✓                                  | ✓             | ✓         | ✓       | ✗            | ✓              | ✗                                         |
| Traffic-Schätzung                                                     | ✓            | ✓                     | ✓            | ✓       | ✗                         | ✓                                  | ✓             | ✗         | ✓       | ✗            | ✗              | ✗                                         |

| Key-words                                             | Ahrefs       | Google Search Console | Page-Rangers                                            | Ryte                         | Screaming Frog SEO Spider | Search-metrics  | Semrush   | Seobility                | SISTRIX                  | termlabs.io | XOVI      | Yoast        |
|-------------------------------------------------------|--------------|-----------------------|---------------------------------------------------------|------------------------------|---------------------------|-----------------|-----------|--------------------------|--------------------------|-------------|-----------|--------------|
| SERP-Overview                                         | ✓            | ✓                     | ✓                                                       | ✓                            | ✗                         | ✓               | ✓         | ✓                        | ✓                        | ✗           | ✓         | ✗            |
| Monitoring                                            | ✓            | ✓                     | ✓                                                       | ✓                            | ✗                         | ✓               | ✓         | ✓                        | ✓                        | ✗           | ✓         | ✗            |
| Recherche /Key-word-Ideen                             | ✓            | ✓                     | ✓                                                       | ✓                            | ✗                         | ✓               | ✓         | ✓                        | ✓                        | ✗           | ✓         | ✗            |
| Suchvolumen / CPCs                                    | ✓            | ✓                     | ✓                                                       | ✓                            | ✗                         | ✓               | ✓         | ✓                        | ✓                        | ✗           | ✓         | ✗            |
| Lokalisierung                                         | ✓            | ✓                     | ✓                                                       | ✓                            | ✗                         | ✓               | ✓         | ✓                        | ✓                        | ✗           | ✓         | ✗            |
| Desktop Rankings                                      | ✓            | ✓                     | ✓                                                       | ✓                            | ✗                         | ✓               | ✓         | ✓                        | ✓                        | ✗           | ✓         | ✗            |
| Mobile Rankings                                       | ✓            | ✓                     | ✓                                                       | ✓                            | ✗                         | ✓               | ✓         | ✓                        | ✓                        | ✗           | ✓         | ✗            |
| Ranking-entwicklung                                   | ✓            | ✓                     | ✓                                                       | ✓                            | ✗                         | ✓               | ✓         | ✓                        | ✓                        | ✗           | ✓         | ✗            |
| Ranking-Veränderungen (Vergleich)                     | ✓            | ✓                     | ✓                                                       | ✓                            | ✗                         | ✓               | ✓         | ✓                        | ✓                        | ✗           | ✓         | ✗            |
| Ranking-verteilung                                    | ✓            | ✓                     | ✓                                                       | ✓                            | ✗                         | ✓               | ✓         | ✓                        | ✓                        | ✗           | ✓         | ✗            |
| Gibt es historische Daten?                            | ✓            | ✓                     | ✓                                                       | ✓                            | ✗                         | ✓               | ✓         | ✗                        | ✓                        | ✗           | ✓         | ✗            |
| Wenn es historische Daten gibt, für welchen Zeitraum? | Keine Angabe | Letzten 16 Monate     | Ab Anlegung (selbst angelegte KW), seit 2017 (Explorer) | Grenzenlose Datenspeicherung | -                         | Letzten 5 Jahre | Seit 2012 | Ab Anlegung der Keywords | Seit 2008 (SI, Keywords) | -           | Seit 2009 | Keine Angabe |
| Seitenstruktur                                        |              |                       |                                                         |                              |                           |                 |           |                          |                          |             |           |              |
| Stärkste URLs                                         | ✓            | ✓                     | ✓                                                       | ✓                            | ✓                         | ✓               | ✓         | ✓                        | ✓                        | ✗           | ✓         | ✗            |
| Verzeichnisanalysen                                   | ✓            | ✓                     | ✗                                                       | ✓                            | ✓                         | ✓               | ✓         | ✗                        | ✓                        | ✗           | ✓         | ✗            |
| Hostnamen                                             | ✓            | ✓                     | ✗                                                       | ✓                            | ✗                         | ✓               | ✓         | ✗                        | ✓                        | ✗           | ✓         | ✗            |
| SERP Features                                         |              |                       |                                                         |                              |                           |                 |           |                          |                          |             |           |              |
| Suchintention                                         | ✗            | ✗                     | ✓                                                       | ✓                            | ✗                         | ✓               | ✓         | ✗                        | ✗                        | ✗           | ✗         | ✗            |
| Featured Snippets                                     | ✓            | ✗                     | ✓                                                       | ✗                            | ✗                         | ✓               | ✓         | ✓                        | ✗                        | ✗           | ✓         | ✗            |
| Universal Search                                      | ✗            | ✓                     | ✗                                                       | ✗                            | ✗                         | ✗               | ✓         | ✗                        | ✗                        | ✗           | ✓         | ✗            |

| Wettbewerber                                         | Ahrefs | Google Search Console | PageRangers | Ryte | Screaming Frog SEO Spider | Searchmetrics | Semrush | Seobility | SISTRIX | termlabs.io | XOVI | Yoast |
|------------------------------------------------------|--------|-----------------------|-------------|------|---------------------------|---------------|---------|-----------|---------|-------------|------|-------|
| Konkurrierende Domains                               | ✓      | ✗                     | ✓           | ✗    | ✗                         | ✓             | ✓       | ✓         | ✓       | ✗           | ✓    | ✗     |
| Konkurrierende URLs                                  | ✓      | ✗                     | ✓           | ✗    | ✗                         | ✓             | ✓       | ✓         | ✓       | ✗           | ✓    | ✗     |
| Gemeinsame Keywords                                  | ✓      | ✗                     | ✓           | ✗    | ✗                         | ✓             | ✓       | ✓         | ✓       | ✗           | ✓    | ✗     |
| Sichtbarkeitsvergleich                               | ✓      | ✗                     | ✓           | ✗    | ✗                         | ✓             | ✓       | ✓         | ✓       | ✗           | ✓    | ✗     |
| Traffic-Vergleich                                    | ✓      | ✗                     | ✗           | ✗    | ✗                         | ✓             | ✓       | ✗         | ✓       | ✗           | ✗    | ✗     |
| Backlinks                                            | ✓      | ✗                     | ✓           | ✗    | ✗                         | ✓             | ✓       | ✓         | ✓       | ✗           | ✓    | ✗     |
| Offpage                                              |        |                       |             |      |                           |               |         |           |         |             |      |       |
| Backlink-Analyse                                     | ✓      | ✓                     | ✓           | ✓    | ✗                         | ✓             | ✓       | ✓         | ✓       | ✗           | ✓    | ✗     |
| Entwicklung: Neue und verlorene Backlinks            | ✓      | ✗                     | ✓           | ✗    | ✗                         | ✓             | ✓       | ✓         | ✓       | ✗           | ✓    | ✗     |
| Broken Links                                         | ✓      | ✗                     | ✓           | ✓    | ✗                         | ✓             | ✓       | ✓         | ✓       | ✗           | ✓    | ✗     |
| Referring Domains                                    | ✓      | ✓                     | ✓           | ✓    | ✗                         | ✓             | ✓       | ✓         | ✓       | ✗           | ✓    | ✗     |
| Referring Ips                                        | ✓      | ✗                     | ✓           | ✗    | ✗                         | ✓             | ✓       | ✗         | ✗       | ✗           | ✓    | ✗     |
| Anker-texte                                          | ✓      | ✓                     | ✓           | ✓    | ✗                         | ✓             | ✓       | ✓         | ✓       | ✗           | ✓    | ✗     |
| Analyse Backlinks Wettbewerber                       | ✓      | ✗                     | ✓           | ✗    | ✗                         | ✓             | ✓       | ✓         | ✓       | ✗           | ✓    | ✗     |
| Export-möglichkeit der Backlinkdaten (z.B. als .csv) | ✓      | ✓                     | ✓           | ✓    | ✗                         | ✓             | ✓       | ✓         | ✓       | ✗           | ✓    | ✗     |
| Technisches Setup tracken (Site Audit Feature)       |        |                       |             |      |                           |               |         |           |         |             |      |       |
| Check von vordefinierten Onpage-Metriken             | ✓      | ✗                     | ✓           | ✓    | ✓                         | ✓             | ✓       | ✓         | ✓       | ✗           | ✓    | ✗     |
| Website regelmäßig automatisch auf Fehler überprüfen | ✓      | ✓                     | ✓           | ✓    | ✓                         | ✓             | ✓       | ✓         | ✓       | ✗           | ✗    | ✗     |



| Monitoring/<br>Reporting                              | Ahrefs                                                                                              | Google<br>Search<br>Console | Page-<br>Rangers | Ryte            | Screaming<br>Frog SEO<br>Spider | Search-<br>metrics                                                            | Semrush         | Seobility | SISTRIX                                                       | termlabs.io | XOVI            | Yoast           |
|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|------------------|-----------------|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------|---------------------------------------------------------------|-------------|-----------------|-----------------|
| E-Mail<br>Reporting                                   | ✓                                                                                                   | ✓                           | ✓                | ✓               | ✗                               | ✓                                                                             | ✓               | ✓         | ✓                                                             | ✗           | ✓               | ✗               |
| E-Mail<br>Alerts                                      | ✓                                                                                                   | ✓                           | ✓                | ✓               | ✗                               | ✓                                                                             | ✓               | ✓         | ✓                                                             | ✗           | ✓               | ✓               |
| White-<br>label-<br>Reports<br>mit<br>eigenem<br>Logo | ✓                                                                                                   | ✗                           | ✓                | ✓               | ✗                               | ✓                                                                             | ✓               | ✓         | ✓                                                             | ✗           | ✓               | ✗               |
| Content                                               |                                                                                                     |                             |                  |                 |                                 |                                                                               |                 |           |                                                               |             |                 |                 |
| Duplicate<br>Content<br>Ermittlung                    | ✗                                                                                                   | ✓                           | ✓                | ✓               | ✓                               | ✓                                                                             | ✓               | ✓         | ✓                                                             | ✗           | ✓               | ✗               |
| Ermittlung<br>von<br>Seiten mit<br>wenig<br>Inhalt    | ✗                                                                                                   | ✗                           | ✓                | ✓               | ✓                               | ✓                                                                             | ✓               | ✓         | ✓                                                             | ✗           | ✓               | ✓               |
| Kanniba-<br>lisierung<br>erkennen                     | ✓                                                                                                   | ✗                           | ✓                | ✓               | ✗                               | ✓                                                                             | ✓               | ✓         | ✓                                                             | ✗           | ✓               | ✗               |
| Content<br>Gaps                                       | ✓                                                                                                   | ✗                           | ✓                | ✗               | ✗                               | ✓                                                                             | ✓               | ✗         | ✗                                                             | ✓           | ✓               | ✗               |
| Content-<br>Analyse                                   | ✗                                                                                                   | ✗                           | ✓                | ✓               | ✗                               | ✓                                                                             | ✓               | ✓         | ✓                                                             | ✓           | ✓               | ✓               |
| Internationalisierung                                 |                                                                                                     |                             |                  |                 |                                 |                                                                               |                 |           |                                                               |             |                 |                 |
| Unter-<br>stützte<br>Länder<br>Keywords               | ✓                                                                                                   | ✓                           | ✓                | ✓               | ✗                               | ✓                                                                             | ✓               | ✓         | ✓                                                             | ✗           | ✓               | ✗               |
| Unter-<br>stützte<br>Länder<br>Sichtbar-<br>keit      | ✗                                                                                                   | ✗                           | ✗                | ✓               | ✗                               | ✓                                                                             | ✓               | ✓         | ✓                                                             | ✗           | ✓               | ✗               |
| Unter-<br>stützte<br>Suchma-<br>schinen               | Google,<br>Youtube,<br>Amazon,<br>Bing,<br>Yahoo,<br>Yandex,<br>Baidu,<br>Daum,<br>Naver,<br>Seznam | Google                      | Google           | Google,<br>Bing | -                               | Google<br>Bing<br>Yandex<br>Baidu<br>Naver<br>Seznam<br>Qihoo<br>Soso<br>Sogo | Google,<br>Bing | Google    | Google,<br>Optimizer:<br>Google,<br>Bing,<br>Yahoo,<br>Yandex | -           | Google,<br>Bing | Keine<br>Angabe |
| Ads<br>Integra-<br>tion                               | ✓                                                                                                   | ✗                           | ✗                | ✗               | ✗                               | ✓                                                                             | ✓               | ✗         | ✓                                                             | ✗           | ✗               | ✗               |

# Methode

## Die Plattform

OMR Reviews ist eine digitale Plattform, auf der User Software-Tools in verschiedenen Kategorien bewerten können. Im Mai 2020 haben wir damit begonnen, für OMR Reviews Bewertungen anzufragen, seit September 2020 ist die Plattform live. Tools wurden initial von uns ausgewählt, später dann auch von den Nutzer:innen vorgeschlagen. Alle Reviews und Reviewer werden anhand verschiedener Kriterien geprüft. So garantieren wir, dass ausschließlich werthaltige Reviews von echten Nutzer:innen auf der Plattform erscheinen.

## Datenbasis

Die in den Briefings dargestellten Daten basieren rein auf den Nutzerbewertungen, die zwischen dem 2. Mai 2020 und dem 06. Dezember 2021 abgegeben wurden. Insgesamt wurden mehr als 14.000 Reviews abgegeben. Damit sich ein Tool für dieses Briefing qualifiziert, ist eine Mindestanzahl an Bewertungen erforderlich. Dabei werden nur Bewertungen berücksichtigt, die von uns verifiziert worden sind und die nicht älter als zwölf Monate sind. Die Briefing-Reihe wird fortgesetzt und im Halbjahres-Rhythmus aktualisiert.

## SEO-Tools im Briefing

### Ahrefs

[omr.com/de/reviews/product/ahrefs](https://omr.com/de/reviews/product/ahrefs)

### AnswerThePublic

[omr.com/de/reviews/product/answerthepublic](https://omr.com/de/reviews/product/answerthepublic)

### Google Search Console

[omr.com/de/reviews/product/google-search-console](https://omr.com/de/reviews/product/google-search-console)

### Mangools

[omr.com/de/reviews/product/mangools](https://omr.com/de/reviews/product/mangools)

### PageRangers

[omr.com/de/reviews/product/pagerangers](https://omr.com/de/reviews/product/pagerangers)

### Ryte

[omr.com/de/reviews/product/ryte](https://omr.com/de/reviews/product/ryte)

### Screaming Frog SEO Spider

[omr.com/de/reviews/product/screaming-frog-seo-spider](https://omr.com/de/reviews/product/screaming-frog-seo-spider)

### Searchmetrics

[omr.com/de/reviews/product/searchmetrics](https://omr.com/de/reviews/product/searchmetrics)

### Semrush

[omr.com/de/reviews/product/semrush](https://omr.com/de/reviews/product/semrush)

### Seobility

[omr.com/de/reviews/product/seobility](https://omr.com/de/reviews/product/seobility)

### Sistrix

[omr.com/de/reviews/product/sistrix](https://omr.com/de/reviews/product/sistrix)

### Termlabs.io

[omr.com/de/reviews/product/termlabs-io](https://omr.com/de/reviews/product/termlabs-io)

### XOVI

[omr.com/de/reviews/product/xovi](https://omr.com/de/reviews/product/xovi)

### Yoast

[omr.com/de/reviews/product/yoast](https://omr.com/de/reviews/product/yoast)

# Imprint & Autoren



**Philipp Westermeyer**  
Gründer OMR

“Danke, dass Ihr Euch die Zeit genommen habt, dieses Briefing zu lesen. Hoffentlich liefert es etwas mehr Übersicht. Unser wichtigstes Ziel mit der gesamten “OMR Reviews“-Plattform ist es nämlich, mehr Transparenz in den Software-Markt zu bringen und Entscheider:innen in Unternehmen dabei zu helfen, sich das richtige Tool auszusuchen. Maßgeblich dafür sind natürlich die Bewertungen und Texte auf der Plattform, aber wir werden in regelmäßigen Abständen diese kurzen Briefings veröffentlichen, um Erkenntnisse zu heben, die so auf der Plattform (noch) nicht sichtbar sind.

Wie immer freuen wir uns über Feedback, Anregungen und Kritik und natürlich über Eure Reviews!”

**Feedback zum Briefing?**  
**Immer her damit!**

## Ein Produkt von



**Ramp106 GmbH**  
Lagerstraße 36  
20357 Hamburg  
omr.com

## Das Autoren-Team



**Philipp Westermeyer**  
Gründer OMR  
philipp@omr.com  
[linkedin.com/in/philipp-westermeyer-omr/](https://www.linkedin.com/in/philipp-westermeyer-omr/)



**Magdalena Mues**  
Geschäftsführerin Claneo  
magdalena.mues@claneo.com  
[linkedin.com/in/magdalena-mues/](https://www.linkedin.com/in/magdalena-mues/)



**Franziska Schneider**  
Senior SEO Analystin Claneo  
franziska.schneider@claneo.com  
[linkedin.com/in/franziskagrunke/](https://www.linkedin.com/in/franziskagrunke/)



**Christoph Burseg**  
Gründer BCDC  
christoph.burseg@gmail.com  
[linkedin.com/in/christophburseg/](https://www.linkedin.com/in/christophburseg/)



**Katharina Iken**  
Content Management OMR Reviews  
katharina.iken@omr.com  
[linkedin.com/in/katharina-iken/](https://www.linkedin.com/in/katharina-iken/)



**Felix Rahlmeyer**  
Business Development OMR Reviews  
felix.rahlmeyer@omr.com  
[inkedin.com/in/felixrahlmeyer/](https://www.linkedin.com/in/felixrahlmeyer/)