SCHALL AI

Schall AI SEO Suite

Benutzerhandbuch

> Das SEO-System, das Ihre Website versteht, die Daten selbst sammelt und Ihnen sagt, was als Nächstes zu tun ist – mit einer KI, die jede Zahl belegen muss.

Version 0.93 · Oktober 2026

Inhalt

1. Was die AI SEO Suite ist 3
2. Voraussetzungen 4
3. Installation und Lizenz 5
4. Die Einrichtung 6
5. KI-Anbieter 8
6. Google Search Console verbinden 9
7. Besucherzahlen und weitere Datenquellen 11
8. Im Alltag 14
9. Chat und Fragen 22
10. Demo, Lizenz und Updates 23
11. Datenschutz und Deinstallation 25
12. Hilfe bei Problemen 26
13. Tipps und Tricks zur AI SEO Suite 28

Glossar 46

Stichwortverzeichnis 49

1. Was die AI SEO Suite ist

Die Schall AI SEO Suite ist ein SEO-Controller für WordPress. Sie sammelt Daten, versteht Ihre Website, erkennt Chancen, ordnet sie nach Wichtigkeit und bereitet Entscheidungen vor. Sie arbeitet vollständig in der WordPress-Verwaltung; Besucherinnen und Besucher Ihrer Website bemerken von ihr nichts.



> Die Abbildungen stammen aus einer Demo-Website der erfundenen Firma Nordwind Logistik mit Beispieldaten.

- **Einsicht statt Datenflut:** Die Suite zeigt nicht hundert Kennzahlen, sondern die wenigen Chancen, die sich jetzt lohnen – jede mit der Regel, die sie gefunden hat, und den Zahlen dazu.
- **Belegpflicht:** Jede Zahl, die die KI nennt, stammt aus Ihren Daten. Ursachen behauptet sie nicht: Sie zeigt, was gemessen wurde, und trennt Befund und Empfehlung.
- **Mehrsprachig von Grund auf:** Mit TranslatePress wertet die Suite jede Sprachfassung als eigenen Markt aus.
- **Kein Ersatz für Yoast oder Rank Math:** Sitemaps, Meta-Tags und strukturierte Daten bleiben bei diesen Plugins. Die Suite ändert nichts an Ihrer Website, ohne dass Sie es veranlassen.

2. Voraussetzungen

WordPress	Version 6.9 oder neuer, als Einzelsite oder Multisite
PHP	Version 8.1 oder neuer
Datenbank	MySQL oder MariaDB
KI	Ein eigener Schlüssel für Anthropic, OpenAI, DeepSeek oder Ollama Cloud – oder Ollama auf Ihrem Server bzw. über den Schall AI Local Connector auf Ihrem eigenen Computer. Die KI-Kosten rechnet Ihr Anbieter direkt mit Ihnen ab.
Google	Zugriff auf Ihre Website in der Google Search Console und ein kostenloses Projekt in der Google Cloud Console
Optional	TranslatePress für mehrsprachige Websites, Independent Analytics, Google Analytics 4 oder Matomo für Besucherzahlen, ein Schlüssel von Serper.dev für die Recherche

> Ohne KI arbeitet die Suite ebenfalls: Sie sammelt Daten und findet Chancen nach festen Regeln. Es fehlen dann der Entwurf des Websiteprofils, die Erläuterungen zu den Chancen und der Chat.

3. Installation und Lizenz

1. Nach dem Kauf erhalten Sie eine E-Mail mit der Adresse des Schall-Lizenzbereichs. Dort melden Sie sich mit derselben E-Mail-Adresse über einen Anmeldelink an, laden die ZIP-Datei der Suite herunter und kopieren den Lizenzschlüssel.
2. In WordPress unter Plugins › Plugin hinzufügen › Plugin hochladen die ZIP-Datei der Suite wählen und installieren.
3. Das Plugin aktivieren. Die Suite beginnt sofort im Hintergrund, Ihre Inhalte zu erfassen, und öffnet die Einrichtung (Kapitel 4).
4. Die Lizenz aktivieren: Einstellungen › Schall AI › **SEO Suite** › **Lizenz**, den Schlüssel in das Feld **Lizenzschlüssel** eintragen und **Lizenz aktivieren** wählen.

Der Lizenzschlüssel wird einmal direkt an den Schall-Lizenzdienst gesendet und nie in WordPress gespeichert. Ohne Lizenz arbeitet die Suite als Demo mit vollständiger Einsicht und begrenzter Arbeit (Kapitel 10). Wo die Demo eine Grenze zieht, führt **Schlüssel eingeben** direkt zu diesem Feld.

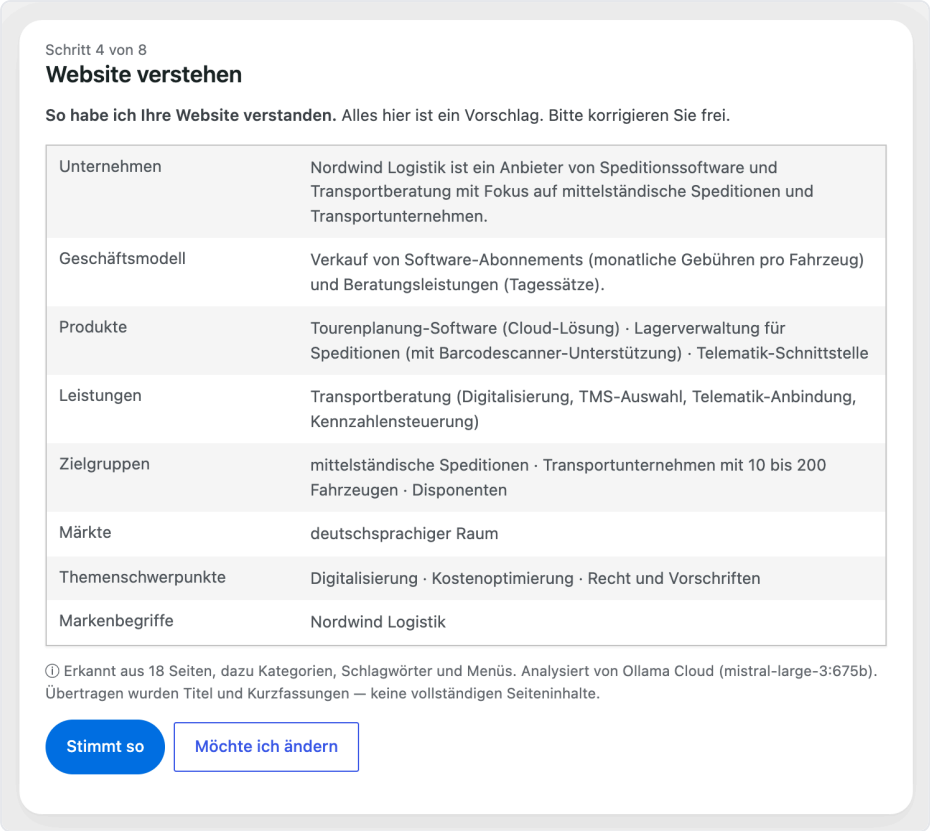
Mehrere Websites und Testumgebungen

Eine Lizenz gilt je nach Tarif für eine, drei oder beliebig viele Websites. Eine Staging-Kopie Ihrer Website und bis zu drei lokale Entwicklungsinstallationen belegen keinen zusätzlichen Platz. Eine Multisite zählt als eine Installation.

4. Die Einrichtung

Die Einrichtung steht ganz oben im Menü unter **AI SEO Suite** › **Einrichtung**. Eine farbige Markierung zeigt, ob noch etwas fehlt. Sie dauert rund zehn Minuten; jeder Schritt außer der Erfassung lässt sich überspringen und später nachholen.

Willkommen	Was die Suite tut und was nicht. Mit **Einrichtung beginnen** geht es los.
KI-Anbieter	Wahl zwischen einem KI-Anbieter und Ollama auf Ihrem Server – oder **Ohne KI fortfahren**. Einzelheiten in Kapitel 5.
Inhalte erfassen	Die Suite liest Beiträge und Seiten in allen Sprachen und die Links zwischen ihnen. Das dauert je nach Größe wenige Minuten. Neue und geänderte Beiträge erfasst sie danach beim Speichern.
Website verstehen	Die KI entwirft aus Titeln und Kurzfassungen ein Websiteprofil: Geschäftsmodell, Positionierung, Zielgruppen, Angebot, Ziele und Märkte. Sie bestätigen mit **Stimmt so** oder korrigieren mit **Möchte ich ändern**.
Kurzes Interview	Fünf bis zehn Fragen, eine nach der anderen. Zu jeder zeigt die Suite, was sie schon vermutet; Sie bestätigen oder korrigieren. Jede Frage lässt sich überspringen.
Search Console	Die Verbindung zu Google (Kapitel 6). Danach holt die Suite die Historie der letzten 16 Monate.
Keywords auswählen	Die Suite sammelt die Suchanfragen, für die Ihre Website gefunden wird, bewertet sie und schlägt Keywords zum Verfolgen vor.
Fertig	Ab jetzt arbeitet die Suite im Hintergrund. Die Übersicht finden Sie unter **Heute**.



Schritt **Website verstehen**: Die KI hat aus Titeln und Kurzfassungen ein Profil entworfen. Sie bestätigen es mit **Stimmt so** oder korrigieren es.

> Das Websiteprofil bestimmt, welche Seiten und Suchanfragen als wichtig gelten. Es lohnt sich, den Entwurf sorgfältig zu prüfen. Ändern können Sie ihn jederzeit unter **AI SEO Suite** › **Websiteprofil**.

5. KI-Anbieter

Die KI-Einstellungen stehen unter Einstellungen › Schall AI › **SEO Suite** › **KI-Anbieter**.

Betriebsart

Günstig	Kleine, schnelle Modelle. Analysen bleiben oberflächlicher.
Ausgewogen	Starke Modelle für Analysen, günstige für Massenaufgaben. Die Vorgabe.
Beste Qualität	Durchgehend die stärksten verfügbaren Modelle, mit höheren Kosten.
Nur lokal	Ausschließlich Ollama auf Ihrem Server. Keine KI-Anfrage verlässt das Haus; Analysen fallen einfacher aus.

Anbieter und Schlüssel

Tragen Sie beim gewünschten Anbieter den API-Schlüssel ein, wählen Sie **Modelle laden** und danach **Verbindung prüfen**. Der Schlüssel wird verschlüsselt gespeichert. Unter **Datenschutz & Daten** kann die Suite mit **Zugangsdaten teilen** die Schlüssel anderer Schall-Plugins mitverwenden.

Modell je Aufgabe und Budget

Wer mag, legt für jede Aufgabe ein festes Modell fest; sonst wählt die Betriebsart. Das **Tagesbudget** begrenzt in Zeichen, wie viel täglich an die KI geht. Ist es aufgebraucht, ruht die KI-Arbeit bis zum nächsten Tag; alle übrigen Auswertungen laufen weiter.

KI auf Ihrem eigenen Computer

Mit dem Schall AI Local Connector wird die Suite Ollama auch auf Ihrem eigenen Mac oder Windows-PC nutzen können – Ende-zu-Ende verschlüsselt und ohne Portfreigabe. Der Connector folgt; sobald er zum Download bereitsteht, nennt ein Update der Suite seine Adresse unter Einstellungen › Schall AI › Lokale KI. Voraussetzung wird eine aktive Lizenz sein.

> Größere Modelle liefern bessere Profile und Antworten. Kleine lokale Modelle beantworten Fragen zu Ihren Daten spürbar schlechter.

6. Google Search Console verbinden

Die Search Console ist die wichtigste Datenquelle: Sie liefert als einzige echte Suchdaten – Suchanfragen, Impressionen, Klicks und Positionen. Die Verbindung steht unter **AI SEO Suite** › **Verbindungen**. Es gibt zwei Wege; die Suite liest nur und schreibt nichts in die Search Console.

Weg 1: Anmeldung über Google

1. In der Google Cloud Console ein Projekt anlegen oder ein vorhandenes wählen.
2. Unter „APIs und Dienste“ die „Google Search Console API“ aktivieren.
3. Den OAuth-Zustimmungsbildschirm einrichten (in neueren Konsolen „Google Auth Platform“): Mit Google Workspace den Nutzertyp „Intern“ wählen, sonst „Extern“ und die App danach veröffentlichen (Status „In Produktion“).
4. Unter „Anmeldedaten“ eine OAuth-Client-ID vom Typ „Webanwendung“ anlegen und als Weiterleitungsadresse die Adresse eintragen, die die Suite unter **Verbindungen** anzeigt.
5. Client-ID und Client-Geheimnis in der Suite speichern (**Anwendungsdaten speichern**) und **Bei Google anmelden** wählen – mit dem Konto, das in der Search Console Zugriff auf die Website hat.
6. Die Property Ihrer Website wählen und **Property übernehmen**.

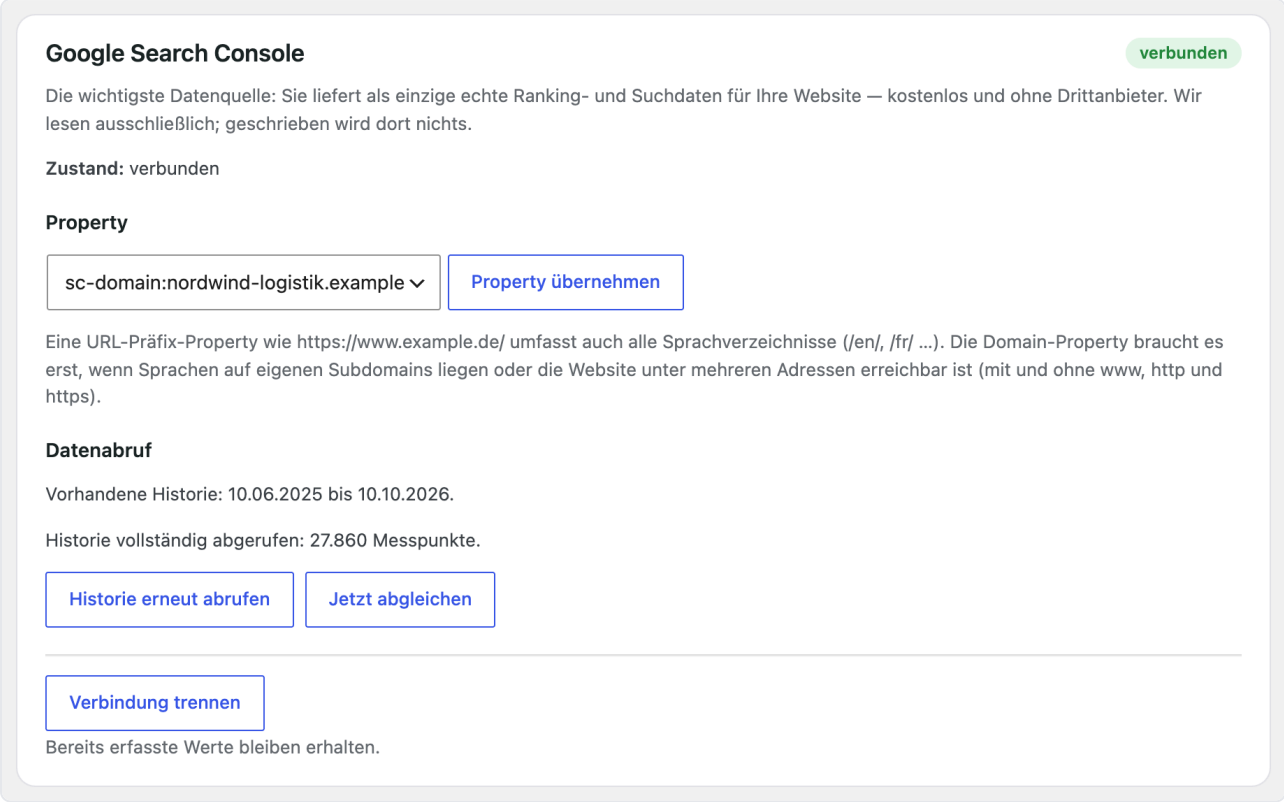
> Bei einer App im Status „Test“ endet die Anmeldung nach sieben Tagen. Veröffentlichen Sie die App deshalb. Der Hinweis „Google hat diese App nicht überprüft“ bei der Anmeldung ist bei einer eigenen App normal: Über „Erweitert“ geht es weiter.

Weg 2: Dienstkonto

1. In der Google Cloud Console die „Google Search Console API“ aktivieren (wie oben).
2. Unter „IAM und Verwaltung“ › „Dienstkonten“ ein Dienstkonto anlegen und einen Schlüssel im Format JSON erstellen.
3. Den Inhalt der JSON-Datei in der Suite einfügen und **Dienstkonto speichern** wählen.
4. In der Search Console unter „Einstellungen“ › „Nutzer und Berechtigungen“ die angezeigte Adresse des Dienstkontos als Nutzer hinzufügen.
5. Die Property wählen und **Property übernehmen**.

Nach der Verbindung

Die Suite holt einmalig die Historie der letzten 16 Monate und danach täglich die neuen Tage. Google liefert Daten mit zwei bis drei Tagen Verzögerung. Was Google nach 16 Monaten löscht, ist fort – je früher die Verbindung steht, desto mehr Geschichte bleibt erhalten.



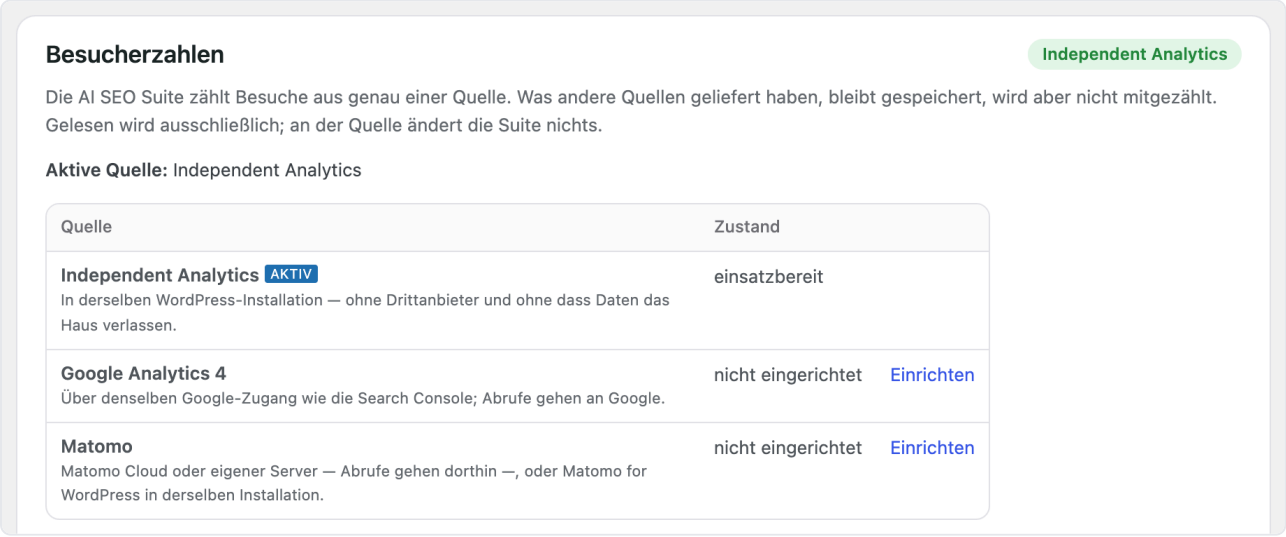
Verbindungen nach dem ersten Abruf: die gewählte Property und die vollständig abgerufene Historie.

7. Besucherzahlen und weitere Datenquellen

Besuche zählt die Suite aus genau einer Besucherquelle. Welche das ist und wie es um die anderen steht, zeigt **AI SEO Suite** › **Verbindungen** im Abschnitt **Besucherzahlen**. Die Suite liest dort nur; an der Quelle ändert sie nichts.

Independent Analytics	Ein Plugin in derselben WordPress-Installation, ohne Drittanbieter. Einzurichten ist nichts: Sobald es Besuche erfasst, übernimmt die Suite sie. Zielerreichungen liefert nur die Pro-Fassung.
Google Analytics 4	Über denselben Google-Zugang wie die Search Console. Zielerreichungen sind die Schlüsselereignisse, gezählt je Einstiegsseite.
Matomo	Matomo Cloud, ein eigener Matomo-Server oder das Plugin Matomo for WordPress in derselben Installation. Zielerreichungen sind die Matomo-Ziele, gezählt je Einstiegsseite.

Was eine andere Quelle geliefert hat, bleibt gespeichert, wird aber nicht mitgezählt. So verdoppeln sich Besuche nie, auch wenn zwei Quellen dieselben Tage kennen. Solange Sie nichts anderes wählen, zählt Independent Analytics, sobald es Besuche erfasst. Aus der Herkunft der Besuche zeigt die Suite unter **Seiten** › **KI-Besucher**, wie viele aus ChatGPT, Perplexity, Gemini, Copilot oder Claude kamen.



Besucherzahlen unter **Verbindungen**: Independent Analytics zählt; Google Analytics 4 und Matomo lassen sich mit **Einrichten** hinzunehmen.

Google Analytics 4 einrichten

Voraussetzung ist die Verbindung zur Search Console (Kapitel 6). Wählen Sie unter **Besucherzahlen** bei Google Analytics 4 **Einrichten**; die Suite zeigt drei Schritte:

1. Zugang freigeben. Mit Dienstkonto: dessen Adresse in Google Analytics unter Verwaltung › Property-Zugriffsverwaltung mit der Rolle „Betrachter“ hinzufügen und **Google Analytics einrichten** wählen. Mit Anmeldung über Google: **Bei Google anmelden und Google Analytics freigeben** wählen;

das Konto braucht in der Property ebenfalls die Rolle „Betrachter“.

2. In der Google Cloud Console die „Google Analytics Data API“ aktivieren, für die Auswahlliste der Properties zusätzlich die „Google Analytics Admin API“. Ohne sie tragen Sie die Property-ID von Hand ein.
3. Die Property wählen, festlegen, welche Schlüsselereignisse als Zielerreichung zählen, und **Speichern und prüfen** wählen.

> Die Property-ID ist eine Zahl, zu finden in Google Analytics unter Verwaltung › Property-Details – nicht die Mess-ID, die mit „G-“ beginnt. Mit Cookie-Banner zählt Google Analytics meist nur Besuche mit Einwilligung; seine Zahlen liegen deshalb oft unter denen einer Zählung ohne Cookies.

Matomo einrichten

Wählen Sie unter **Besucherzahlen** bei Matomo **Einrichten** und legen Sie den Weg fest:

Matomo for WordPress in dieser Installation	Die Suite liest die Berichte des Plugins direkt – ohne Zugangsdaten, und keine Daten verlassen den Server. Diese Wahl erscheint nur, wenn das Plugin aktiv ist.
Matomo Cloud oder eigener Matomo-Server	Die Adresse, unter der Matomo im Browser erreichbar ist, die Website-ID (in Matomo unter Administration › Websites › Verwalten) und ein Token (unter Administration › Persönlich › Sicherheit). Am besten gehört das Token einem eigenen Nutzer, der nur diese Website ansehen darf.

Danach **Speichern und prüfen**. Nach der ersten Prüfung lässt sich wählen, welche Ziele zählen; vorgegeben ist **Alle Ziele der Website**. Gezählt wird je Einstiegsseite, wie in Matomo unter Ziele › Einstiegsseiten.

> Das Token wird verschlüsselt gespeichert und nie wieder angezeigt; ein leeres Feld behält das gespeicherte. Matomo liefert nur, was es bereits archiviert hat. Ist die Archivierung im Browser abgeschaltet – bei Matomo for WordPress üblich –, erscheinen neue Tage erst nach dem nächsten Lauf des Zeitplaners von Matomo.

Prüfen, vergleichen, wechseln

Speichern und prüfen testet den Zugang Schritt für Schritt. Scheitert ein Schritt, nennt die Suite den Weg hinaus – etwa die fehlende Rolle, die abgeschaltete Schnittstelle samt Link oder ein abgelehntes Token. Gelingt die Prüfung, zeigt eine Vorschau die Besuche der letzten 28 Tage neben denen der aktiven Quelle, dazu **Davon einer Seite zugeordnet** und die häufigsten Einstiegsseiten. Liegt dieser Anteil deutlich unter 90 %, passen die Adressen der Quelle nicht zu Ihren Seiten.

Erst dann erscheint **Zu Google Analytics 4 wechseln** bzw. **Zu Matomo wechseln**. Nach dem Wechsel übernimmt die Suite die Historie der neuen Quelle im Hintergrund, rechnet Chancen und Sprachmärkte neu und vermerkt den Wechsel im **Verlauf**. Zehn Minuten lang macht **Rückgängig** ihn unge-

schehen; später führt **Als Quelle verwenden** zur bisherigen Quelle zurück.

> Jedes Werkzeug zählt anders – mit oder ohne Einwilligung, mit eigenen Regeln für Bots und Sitzungen. Nach einem Wechsel ändern sich die Besuchszahlen deshalb fast immer. Vergleichen Sie vorher in der Vorschau.

Daten einer Quelle löschen

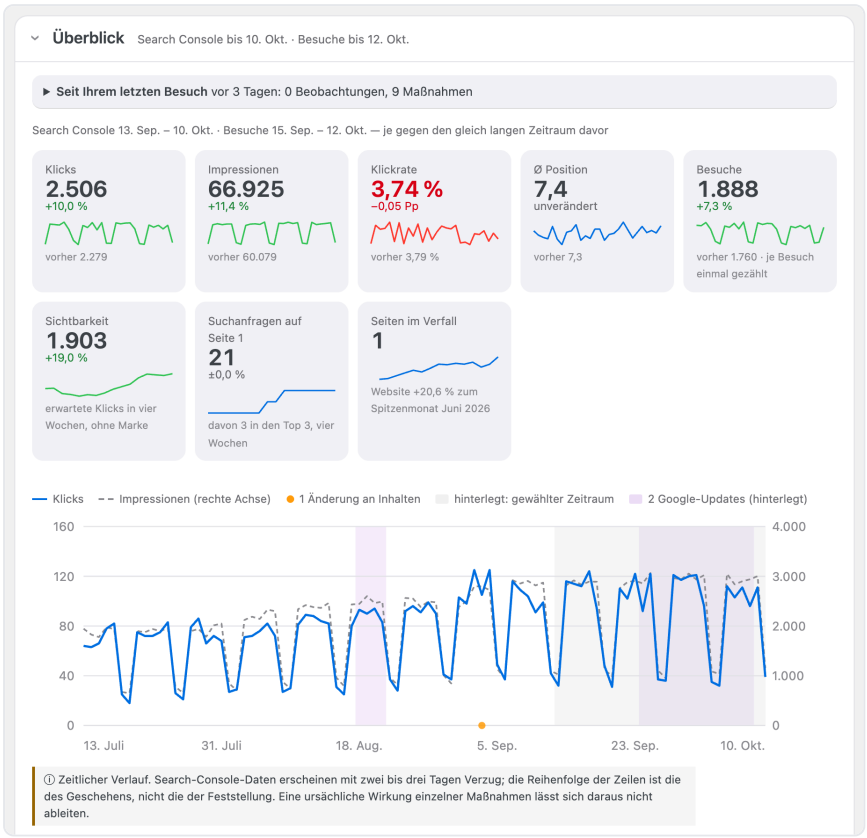
Was eine Quelle geliefert hat, die gerade nicht zählt, entfernt **Daten dieser Quelle löschen** aus der Suite. In der Quelle selbst bleibt alles erhalten, ebenso ihre Einstellungen; ein späterer Wechsel holt die Historie neu. Die Daten der aktiven Quelle lassen sich nicht löschen.

Weitere Datenquellen

TranslatePress	Die Suite erkennt die Sprachen selbst und wertet jede Sprachfassung als eigenen Markt aus (**Sprachmärkte**). WPML und Polylang werden nicht unterstützt. Besuche aus Independent Analytics gelten für alle Sprachen eines Beitrags, weil die Zählung je Beitrag nur eine Adresse führt.
Recherche	Mit einem Schlüssel von Serper.dev unter Einstellungen › Schall AI › **SEO Suite** › **Recherche** kann der Assistent Suchergebnisse und öffentliche Seiten Dritter einbeziehen. Auf Wunsch zeigt die Suite damit einmal die Woche, wer bei Ihren Keywords vor Ihnen steht (Keywords › Wettbewerber).
Schall Internal Links AI	Ist das Plugin installiert, kann die Suite für eine Seite Vorschläge für interne Links anfordern.
Schall AI Banner Studio	Ist das Plugin installiert, öffnet **Banner im Banner Studio erstellen** im Seitendossier einen neuen Banner mit dieser Seite als Ziel. Neuere Fassungen des Banner Studio füllen Texte, Thema und Sprache schon aus der Seite aus, ab 0.18.0 auch Kategorien, Schlagwörter und die stärksten Suchanfragen, und erstellen gleich drei KI-Entwürfe. Gespeichert wird erst dort.
Eigene Anwendungen	Unter **Verbindungen** legen Sie mit **Schlüssel anlegen** einen REST-Schlüssel für die **Schnittstelle für SchallOS** an.

8. Im Alltag

Die Arbeitsansichten stehen im Menü **AI SEO Suite**:



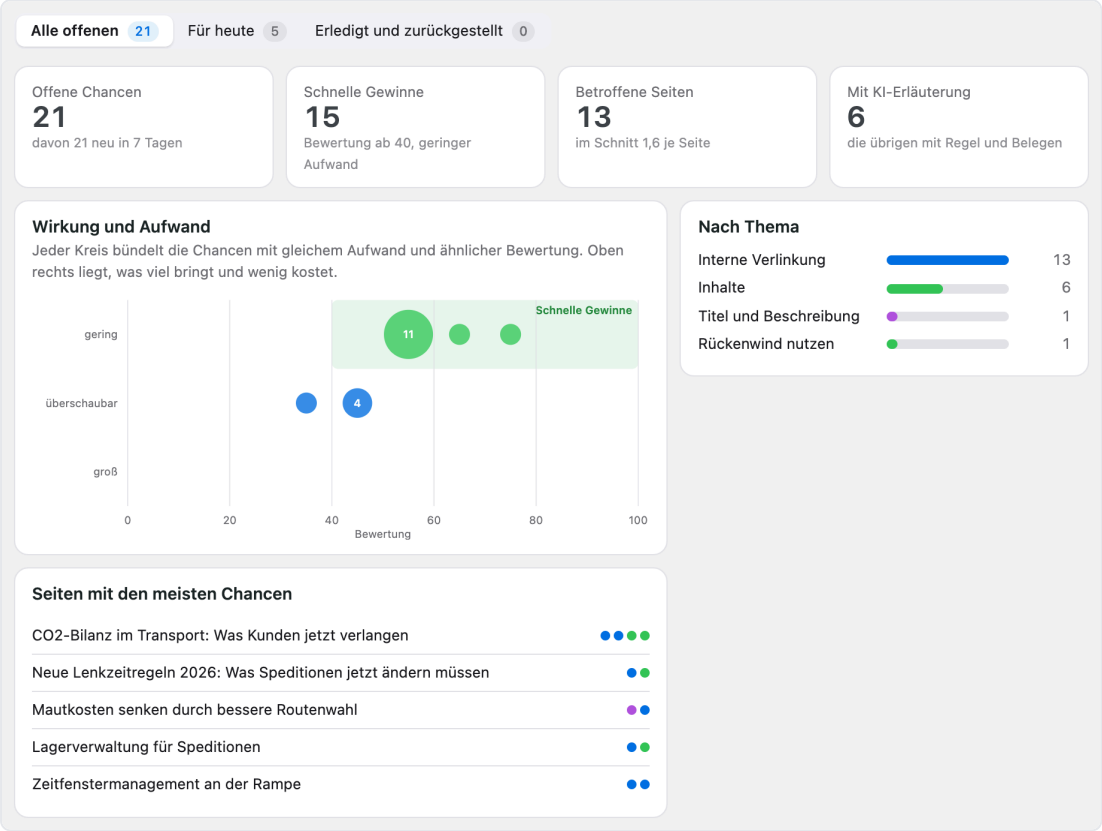
Heute: die Kennzahlen des gewählten Zeitraums im Vergleich zum Zeitraum davor, darunter der Verlauf. Der Punkt auf der Zeitachse markiert eine Änderung an Inhalten.

Heute	Der Überblick aus Kacheln: Kennzahlen, Diagramme und Listen zu Klicks, Impressionen, Besuchen, Sichtbarkeit, Chancen und Maßnahmen. Rechts oben wählen Sie den Zeitraum von 7 Tagen bis 16 Monaten. Mit **Anpassen** schalten Sie Kacheln ein oder aus, ordnen sie und legen fest, ob mit dem Zeitraum davor oder dem Vorjahr verglichen wird; **Standard wiederherstellen** holt die Vorgabe zurück.
Chancen	Nach festen Regeln gefundene Möglichkeiten mit Belegen, oft mit Klickgewinn, und einer Erläuterung der KI. **Alle offenen** zeigt sie als Liste mit Lagebild, Filtern und Suche, **Für heute** die fünf für heute gewählten, **Erledigt und zurückgestellt** den Rest. Mit **Erledigt** oder **Zurückstellen** halten Sie fest, was Sie damit tun – auch für viele auf einmal über die Häkchen und **Alle auswählen**; **Wieder öffnen** holt eine zurück. Unter der Liste speichern Sie sie mit denselben Filtern als CSV-Datei.

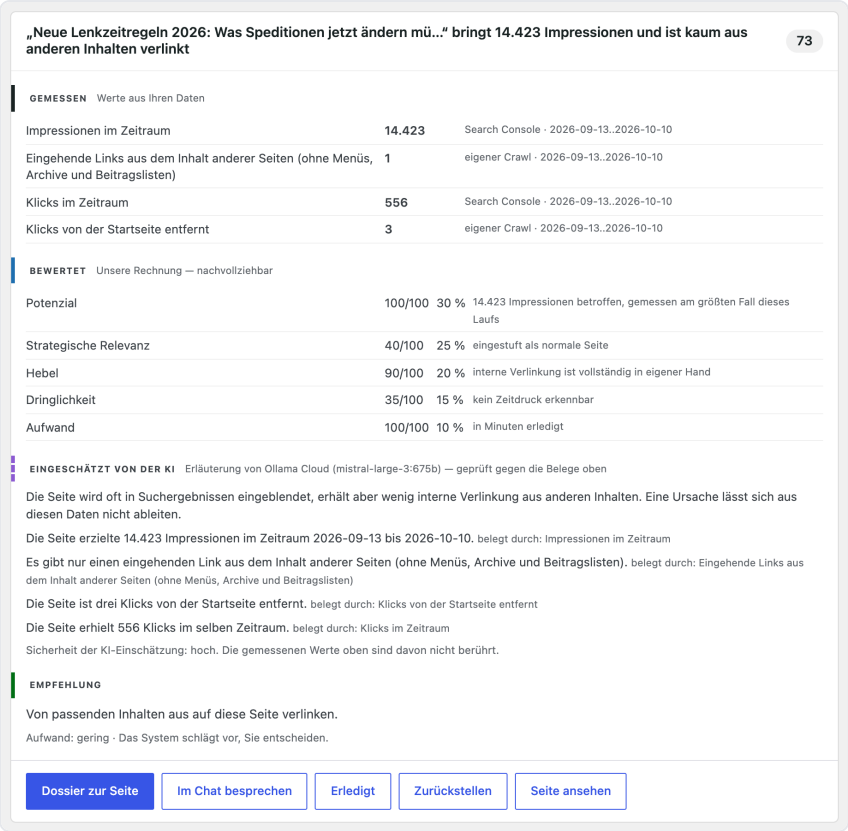
Seiten	Alle erfassten Seiten mit Kennzahlen und dem Verlauf der letzten 16 Wochen; **verliert seit 3 Monaten** markiert drei Monate Rückgang in Folge. Ein Klick öffnet das **Seitendossier** mit 16 Monaten Verlauf samt Vorjahr, Suchanfragen, Sprachfassungen und Links.
Beobachten	Ein Reiter unter **Seiten**, nur mit Content Radar: eigene Seiten, deren Thema sich zu beobachten lohnt, jede mit Wichtigkeit und den gemessenen Gründen. **Zur Beobachtung übergeben** legt in Content Radar einen Entwurf an; gesucht wird erst, wenn Sie ihn dort freigeben. Die wichtigsten offenen Vorschläge stehen auch auf **Heute**; **Nicht mehr hier zeigen** blendet einen dort aus.
Keywords	Alle Suchanfragen im Wochenverlauf — Positionsgruppen, Sichtbarkeit, Klickrate je Position, Marke, Kannibalisierung, Wettbewerber, Gewinner und Verlierer — dazu verfolgte Keywords und Kandidaten. Unter **Alle Suchanfragen** wählen Sie die Sprache direkt an der Liste.
Links	Die interne Verlinkung: redaktionelle und strukturelle Links, Seiten ohne Links aus Inhalten und die Klicktiefe; dazu die Reiter **Videos** mit allen eingebetteten Videos und **Broken Links** mit den defekten Links.
Sprachmärkte	Der Vergleich der Sprachfassungen mit dem Anteil jedes Marktes an allen Klicks je Monat. Nur bei mehrsprachigen Websites.
Verlauf	Die Zeitachse aus Messungen und Maßnahmen mit Klickkurve; an jeder Maßnahme die Klicks 28 Tage davor und danach. Eigene Maßnahmen halten Sie als Notiz fest.
Berichte	Monatsbericht mit KI-Zusammenfassung, als PDF oder per E-Mail.
Websiteprofil	Das Profil Ihrer Website und das Interview.
Zustand	Der technische Zustand: Datenbank, Warteschlange, KI-Anbieter und Datenquellen.

Im **Cockpit** unter Einstellungen › Schall AI zeigt die Suite ihre offenen Chancen und bestätigten Linkdefekte. Unter **Braucht Sie** meldet sie einen Einbruch in der Google-Suche, eine unvollständige Einrichtung, defekte Links, empfohlene Chancen mit wenig Aufwand und eine abgelaufene Anmeldung

bei Google; ein Klick führt zur passenden Seite. Unter **Läuft gerade** stehen ihre laufenden und wartenden Aufträge mit dem Grund des Wartens; mehrteilige Läufe wie die Übernahme der Search-Console-Historie erscheinen als ein Auftrag mit Fortschritt.



Chancen mit dem Reiter **Alle offenen**: das Lagebild über der Liste – offene Chancen, schnelle Gewinne, betroffene Seiten, Wirkung und Aufwand, Themen und die Seiten mit den meisten Chancen. Ein Klick auf einen Teil filtert die Liste darunter.



Eine Chance unter **Chancen**: die gemessenen Werte mit ihrer Quelle, die nachvollziehbare Bewertung, die Erläuterung der KI und die Empfehlung.

> Die Suite nennt keine Ursachen. Sinken die Klicks, während zugleich ein Titel geändert wurde, stehen beide Ereignisse im Verlauf nebeneinander – ob das eine das andere bewirkt hat, entscheiden Sie.

Wettbewerber

Mit einem Schlüssel von Serper.dev (Kapitel 7) fragt die Suite einmal je Woche für jedes verfolgte Keyword ab, wer bei Google vor Ihnen steht – von einem Standort im Land der Sprache, ohne Anmeldung. Eingeschaltet wird das unter Keywords › Wettbewerber mit **Einschalten**. Die Abfragen verteilen sich auf die Tagesläufe der Woche, mit einem Tageslimit und Platz für andere Schall-Plugins im gemeinsamen Kontingent; eine Abfrage kostet bei Serper.dev etwa 0,1 US-Cent, die Kosten der Woche stehen in der Statustafel. **Wer vor Ihnen steht** nennt die Domains mit ihrem Anteil an den Top 10 und der Veränderung zur Vorwoche. Gehört eine Domain zu Ihnen, etwa eine zweite Website, nimmt **Ausnehmen** sie heraus – auch rückwirkend; alle stehen unter **Ausgenommene Domains**.

Listen sortieren und Favoriten

Jede Liste sortiert ein Klick auf den Titel einer Spalte; ein zweiter Klick kehrt die Reihenfolge um, ein Pfeil zeigt die Richtung. Zeilen ohne Wert stehen in beiden Richtungen unten, Listen mit mehreren Seiten sortieren über alle Seiten. Unter Keywords › **Verfolgt** markiert der Stern ☆ einer Zeile ein Keyword als Favorit: Ein kleines Fenster zeigt die Kategorien als Emojis, gestrichelt umrandet den Vorschlag – **Marke**, in den Top 3 **Verteidigen**, auf Platz 4 bis 15 **Sprungbrett**, sonst nach der Absicht **Geschäft**,

Ratgeber oder **Sonstige**. Die Leiste über der Tabelle zeigt nur **Favoriten** oder eine Kategorie; unter der Tabelle ändern Sie mit **Kategorien der Favoriten bearbeiten** Emoji und Namen und legen eigene an. Favoriten gelten für alle Benutzer der Website.

Videos

Unter Links › **Videos** führt die Suite alle eingebetteten Videos Ihrer Website: YouTube mit Shorts, Live und Playlists, Vimeo, ARTE, ARD, ZDF und 3sat, eigene Videodateien, andere Player in einem iFrame und Einbettungen über WP YouTube Lyte. Jedes Video steht einmal in der Liste, auch wenn es in mehreren Beiträgen vorkommt; **Verwendet** zählt seine Stellen. Eingeschaltet wird das Modul unter Einstellungen › Schall AI › **SEO Suite** › **Videos** mit **Videos erfassen**; danach liest die Suite alle veröffentlichten Beiträge und Seiten einmal im Hintergrund und später jeden Beitrag, der gespeichert wird.

Den Titel eines Videos holt die Suite zusammen mit dem Kanal bei YouTube und Vimeo; sonst nimmt sie ihn aus der Nachweiszeile darunter, etwa „Titel | Sendung | Kanal“, oder aus der Bildunterschrift eines Embed-Blocks – die Angabe aus dem Beitrag bleibt erhalten, auch wenn das Video eines Tages verschwindet. Ein Klick auf den Titel zeigt jede Verwendungsstelle mit der Überschrift davor und dem Text um das Video. **Bewusst so lassen** markiert Videos, die so bleiben sollen; **Als CSV herunterladen** speichert die gefilterte Liste. Beiträge verändert die Suite dabei nicht.

Die Spalte **Vorschau** zeigt das offizielle Vorschaubild von YouTube oder Vimeo. Die Suite holt es im Hintergrund, legt es in zwei Größen im Upload-Ordner ab und frischt es wöchentlich auf; Ihre Besucher laden davon nichts bei YouTube. Darunter steht die Herkunft: „offiziell“, „Standbild“ oder „kein Bild“. In der Detailansicht zeigt **Live ansehen** erst auf Klick den echten Player – so sehen Sie, ob das Video heute spielt; **Vorschau aktualisieren** holt Bild und Titel sofort neu. Für eigene Videodateien erzeugt **Standbild erzeugen** ein Vorschaubild aus dem Video. Wer keine Anfragen an YouTube und Vimeo möchte, nimmt unter Einstellungen › Schall AI › **SEO Suite** › **Videos** den Haken bei **Titel und Vorschaubilder von YouTube und Vimeo holen**.

Ob ein Video noch spielt, prüft die Suite im Hintergrund in einem festen Abstand, ab Werk wöchentlich: YouTube und Vimeo fragt sie über oEmbed, eigene Videodateien sucht sie im Upload-Ordner. Die Spalte **Status** zeigt „verfügbar“, „problematisch“ – das Video spielt nicht für alle, etwa weil das Einbetten nicht erlaubt ist –, „verschwunden“ – gelöscht, privat oder entfernt – oder „noch nicht eindeutig“. Einen negativen Befund übernimmt die Suite erst, wenn eine zweite Prüfung frühestens 20 Stunden später dasselbe ergibt; bis dahin steht in der Liste „Bestätigung läuft“. Die Detailansicht nennt den Grund, die letzten Prüfungen und alle Wechsel; **Neu prüfen** fragt sofort nach. Haben Sie das Video mit **Live ansehen** abgespielt, halten Sie mit **Spielt** oder **Spielt nicht** fest, was Sie gesehen haben. Der Reiter **Prüfprotokoll** zeigt, wie viele Prüfungen heute gelaufen sind, und die letzten Wechsel aller Videos; **Fällige jetzt prüfen** stößt die nächste Runde sofort an. Verschwundene und eingeschränkte Videos meldet der Verlauf unter „Seit Ihrem letzten Besuch“, und unter Links › **Broken Links** stehen sie im Abschnitt **Defekte Videos**.

Unter Einstellungen › Schall AI › **SEO Suite** › **Videos** schalten Sie die Prüfung mit **Videos regelmäßig prüfen** ein oder aus und wählen **Prüfabstand** und **Prüfungen am Tag**. Reicht das Tagesbudget nicht, um alle Videos im gewählten Abstand zu prüfen, nennen diese Seite und die Statusseite das nötige Budget; fällige Bestätigungen verschwundener Videos kommen immer zuerst an die Reihe. Ohne

Schlüssel kann die Suite bei YouTube nicht unterscheiden, ob ein Video privat ist oder das Einbetten verboten wurde. Mit einem kostenlosen Schlüssel aus der Google Cloud Console – YouTube Data API v3 aktivieren, einen API-Schlüssel anlegen und auf diese API beschränken – nennt sie den genauen Grund und prüft 50 Videos mit einem Abruf. Sie tragen ihn unter **Schlüssel der YouTube Data API** ein; gespeichert wird er verschlüsselt und nie wieder angezeigt. Daten Ihrer Besucher gehen dabei nicht hinaus.

Vorschau im Frontend

Unter Einstellungen › Schall AI › **SEO Suite** › **Videos** › **Vorschau im Frontend** ersetzt die Suite die Player von YouTube und Vimeo in Ihren Beiträgen durch ihr Vorschaubild mit einem Play-Knopf – so, wie es WP YouTube Lyte tut. Das Bild kommt aus dem Upload-Ordner Ihrer Website; erst ein Klick lädt den Player, YouTube über youtube-nocookie.com. Vorher geht keine Verbindung zu YouTube, Google oder Vimeo. Erkannt werden normale iFrames, Adressen allein in einer Zeile, Embed-Blöcke und die Schreibweisen von Lyte, also `httpv://`-Zeilen und der Shortcode `[lyte]`. Ein verschwundenes Video zeigt **Dieses Video ist nicht mehr verfügbar.**, ein Video, das sich nicht einbetten lässt, wird ein Link zum Anbieter. Im Feed steht das Bild mit einem Link auf den Beitrag, in Auszügen fehlt das Video.

Ab Werk ist die Vorschau aus. Im Probebetrieb sehen nur angemeldete Administratoren sie, alle anderen Besucher sehen die Videos wie bisher – so vergleichen Sie an echten Beiträgen. Läuft WP YouTube Lyte, übernimmt die Suite bei jedem Aufruf mit ihrer Vorschau dessen Arbeit; Lyte selbst und seine Einstellungen bleiben unberührt. Sehen die Videos richtig aus, schalten Sie die Vorschau für alle ein, leeren den Seiten-Cache und deaktivieren danach Lyte. Unter **Hinweis unter dem Video** steht ein kurzer Datenschutzhinweis; ist in WordPress eine Datenschutzerklärung hinterlegt, folgt ein Link darauf. Ihren bisherigen Text aus Lyte holen Sie mit **Hinweis aus WP YouTube Lyte übernehmen und speichern**.

Lyte-Einbettungen umstellen

WP YouTube Lyte speichert Videos als `httpv://`-Zeile oder als Shortcode `[lyte]`. Die Vorschau der Suite versteht beides auch ohne Lyte – würde aber eines Tages auch die Suite entfernt, stünde im Beitrag nur Text. Gibt es solche Stellen, erscheint unter Links › **Videos** der Reiter **Lyte umstellen**. Der **Probelauf** zeigt für jeden Beitrag jede Stelle alt → neu: Im Blockeditor wird ein Absatz-, Shortcode- oder HTML-Block, der nur die Lyte-Zeile trägt, zum Embed-Block, im klassischen Editor wird sie zur YouTube-Adresse auf eigener Zeile; Startzeit und Playlist bleiben. Stellen mitten im Text und reine Ton-Einbettungen (`httpa://`) bleiben, wie sie sind. Erst **Gewählte Beiträge umstellen** ändert die gewählten Beiträge – im Hintergrund und vorher je Beitrag mit einer Revision –, und der Verlauf hält „Lyte-Einbettungen umgestellt“ fest. Für Besucher ändert sich nichts.

Mediatheken

Videos von ARTE, aus der ARD Mediathek, vom ZDF und von 3sat prüft die Suite über die Auskunft der Sender: ob ein Video abrufbar und einbettbar ist, ob es nur abends läuft oder eine Anmeldung verlangt – und bis wann es verfügbar bleibt. Die Liste zeigt „bis …“, die Detailansicht **Verfügbar bis** und die **Bedingungen** der Sender: Einbetten nur nicht-kommerziell und nur mit ihrem unveränderten Code. Vierzehn Tage vor dem Ablauf meldet der Verlauf das Video, damit Sie rechtzeitig Ersatz suchen können. Titel und Vorschaubild holt die Suite ebenfalls beim Sender; die Vorschau im Frontend steht auch vor ihren Playern, und der Klick lädt den unveränderten Player des Senders, den Sie dann noch einmal

starten. Unter Einstellungen › Schall AI › **SEO Suite** › **Videos** › **Mediatheken (Beta)** schalten Sie jeden Sender einzeln. Die Schnittstellen der Sender sind nicht dokumentiert: Antwortet einer dreimal hintereinander in unbekannter Form, ruht seine Prüfung bis zum nächsten Update.

Ersatz für verschwundene Videos

Ist ein Video verschwunden oder eingeschränkt, zeigt seine Detailansicht den Bereich **Ersatz**. **Ersatz suchen** lässt die KI zuerst bestimmen, welche Rolle das Video im Artikel spielt – etwa Interview, Rede oder Anleitung – und was ein Ersatz erhalten muss. Dann sucht die Websuche der Recherche (Serper.dev) auf YouTube, ARTE, ARD und ZDF, die Suite prüft jeden Treffer wie ein eingebettetes Video, und die KI beurteilt, ob er die Rolle übernehmen kann. Die besten fünf stehen als Vorschläge da: mit Vorschaubild, Kanal, Datum, Länge, Sprache, einer Punktzahl von 100 in fünf Teilen und der Begründung. Warnungen nennen, was Sie vor dem Übernehmen prüfen sollten, etwa einen anderen Kanal als beim Original oder ein Ablaufdatum in der Mediathek. Eine Suche braucht bis zu drei Websuchen und zwei KI-Anfragen; sie läuft nie von selbst, in der Demo einmal am Tag. Mehrere Videos auf einmal wählen Sie in der Liste, alle offenen Vorschläge zeigt der Reiter **Ersatzvorschläge**.

Übernehmen … zeigt für jeden Beitrag und jede Stelle, was sich ändert; Sie wählen die Stellen und ob die Nachweiszeile unter dem Video mit angepasst wird. Erst **Jetzt ersetzen** ändert den Beitrag: Ausgetauscht wird nur die Einbettung, ihre Form bleibt – ein iFrame bleibt ein iFrame, eine Lyte-Zeile eine Lyte-Zeile. Vorher sichert die Suite den bisherigen Stand als Revision, und der Verlauf hält „Video ersetzt“ fest. Sind für den Beitragstyp keine Revisionen eingeschaltet oder wurde der Beitrag seit der Erfassung geändert, ändert die Suite nichts. **Ablehnen** nimmt einen Vorschlag aus der Liste; eine neue Suche schlägt ihn nicht wieder vor.

Videos in der ganzen Suite

Auf „Heute“ lässt sich die Kachel **Videos** einblenden: verschwundene und eingeschränkte Videos als Zahl, darunter länger ungeprüfte und solche mit Ersatzvorschlägen; ein Klick führt ins Inventar. Unter „Chancen“ erscheinen Seiten mit einem Video, das nicht mehr spielt, als „Video ersetzen“ und Seiten mit Fehlern im VideoObject als „VideoObject berichtigen“, beide unter dem Thema **Videos**. Der Monatsbericht hat den Abschnitt **Wartung** mit den im Monat verschwundenen Videos, den Mediathek-Videos, die in den nächsten 30 Tagen ablaufen, und den neu defekten Links. Mit **Sofortmeldung der Wartung per E-Mail** unter „Berichte“ kommt eine E-Mail, sobald ein Video bestätigt verschwunden ist oder fünf Links neu defekt sind – höchstens eine am Tag.

Das Seitendossier zeigt im Abschnitt **Videos** jedes Video der Seite mit seinem Zustand und darunter, wie Google das Video sieht: Die Suite liest die Seite einmal in der Woche so, wie eine Suchmaschine sie abruft, und prüft das VideoObject – Pflichtfelder, Player-Adresse, Vorschaubild, Ablauf und ob es ein verschwundenes Video beschreibt. Ergänzt das Video einen längeren Text, steht dort, dass Google hier kein Video-Ergebnis zeigt und dass das normal ist. **VideoObject jetzt prüfen** wiederholt die Prüfung sofort. Die Seitenliste kennt die Spalte **Video-Hinweise**. Im Dashboard von WordPress zeigt ein Widget die Klicks des Zeitraums, den Sie zuletzt auf „Heute“ gewählt haben, Warnungen – oder **Alles in Ordnung** – und die drei **Wichtigsten Chancen**; es liest nur Vorberechnetes und fragt nichts nach außen. Im Chat beantwortet die Suite Fragen wie „Welche Videos sind verschwunden?“.

Broken Links

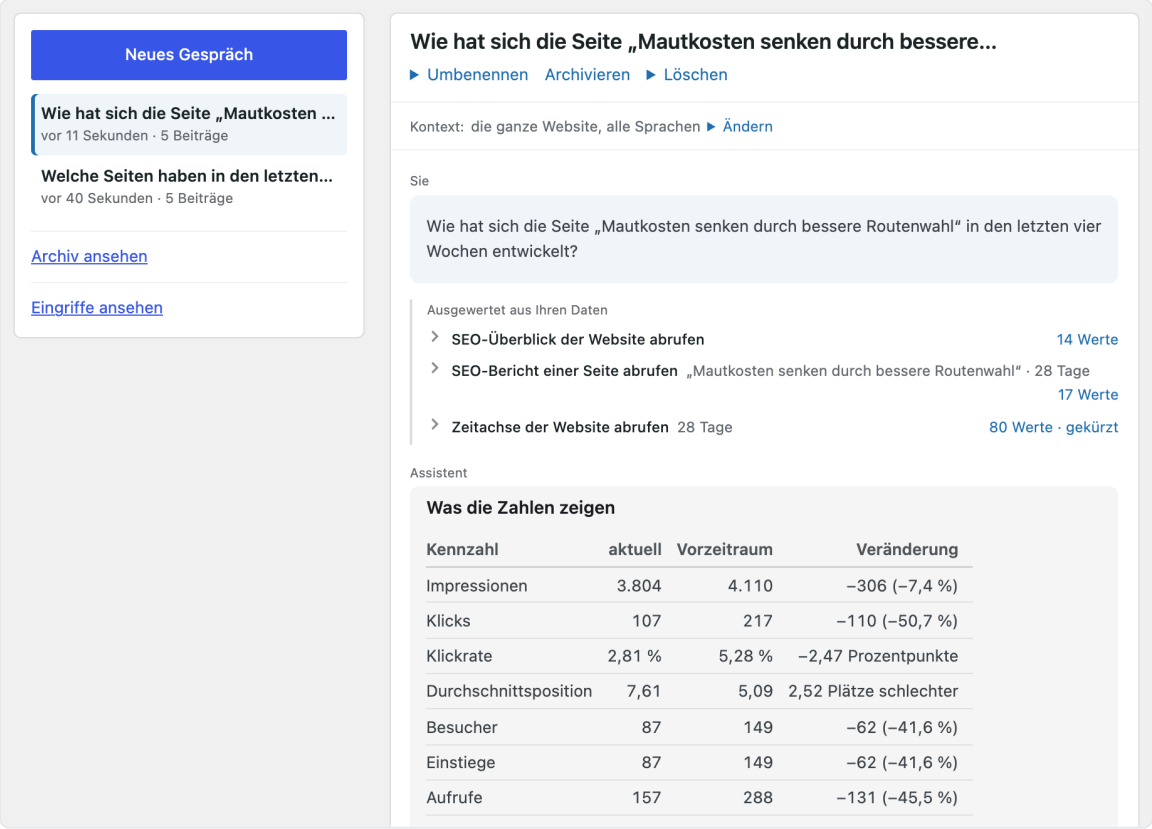
Unter Links › **Broken Links** prüft die Suite von selbst, ob die verlinkten Adressen noch erreichbar sind: gesunde Links alle 30 Tage, defekte und unklare alle 3 Tage, neue innerhalb einer Stunde nach dem Speichern. Jede Adresse steht einmal in der Liste, auch wenn sie in vielen Beiträgen und Sprachfassungen vorkommt. **Defekt** heißt bestätigt: Eine Seite, die nicht existiert, gilt erst, wenn eine zweite Prüfung frühestens 24 Stunden später dasselbe ergibt, ein Server ohne Antwort erst nach drei Tagen. Lässt ein Server automatische Abrufe nicht zu, steht die Adresse unter **Abgewiesen oder unklar** – öffnen Sie sie selbst und markieren Sie sie mit **Nicht defekt**, wenn sie funktioniert. **Weiterleitungen** funktionieren, das Ziel ist aber umgezogen; die neue Adresse steht darunter.

Unter **Gefunden in** stehen alle Beiträge mit dem Link. **Seite ansehen** und **Im Editor öffnen** öffnen einen neuen Tab. **Link entfernen** zeigt zuerst die Stellen mit dem Text davor und danach und nimmt nach der Bestätigung nur die Verknüpfung heraus, der Linktext bleibt; den bisherigen Stand sichert WordPress als Revision. **Link ändern** zeigt dieselben Stellen und setzt nach der Bestätigung eine neue Zieladresse ein; leitet der Link weiter, steht deren Ziel schon im Feld. Beides geht auch in Blöcken mit eigenem HTML, das Ändern zusätzlich in Button- und Bildblöcken. Nur wo ein Block die Adresse in seinen eigenen Einstellungen speichert, etwa eine Einbettung, ändern Sie sie im Editor. Unter Einstellungen › Schall AI › **SEO Suite** › **Linkprüfung** stellen Sie die Abstände ein, schalten die automatische Prüfung ab oder tragen unter **Nie prüfen** Domains ein, die nie abgerufen werden sollen.

9. Chat und Fragen

Unter **AI SEO Suite** › **Chat** sprechen Sie mit dem Assistenten über Ihre Website. Er ruft die Auswertungen der Suite ab und sagt bei jeder Antwort, worauf sie beruht: auf Ihren Daten, auf Fachwissen oder auf beidem.

- **Aus jeder Ansicht:** Die Schaltfläche **Im Chat besprechen** auf Heute, bei Chancen, im Seitendossier und bei den Links bereitet eine passende Frage vor. Abgeschickt wird sie erst, wenn Sie es tun.
- **Mit der Stimme:** Das Mikrofon am Eingabefeld nutzt die Spracherkennung Ihres Browsers.
- **Vorschlagen, nicht handeln:** Bitten Sie den Assistenten um eine Änderung – etwa ein Keyword zu verfolgen –, schlägt er sie vor. Ausgeführt wird sie erst mit **Ausführen**; mit **Verwerfen** bleibt alles, wie es ist. Alle Eingriffe zeigt **Eingriffe ansehen**.
- **Gespräche ordnen:** Gespräche lassen sich umbenennen, archivieren und löschen. Sie gehören dem Benutzerkonto, das sie geführt hat.



Eine Frage im **Chat**: Der Assistent ruft den Bericht der Seite ab und antwortet aus diesen Werten – erkennbar am Vermerk „aus Ihren Daten“.

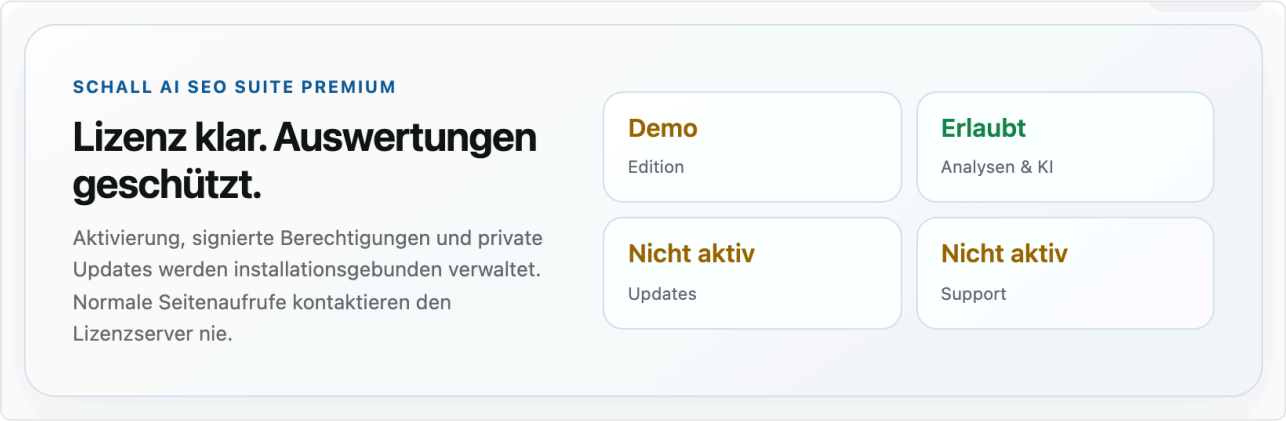
Unter **AI SEO Suite** › **Chat** › **Fragen** stehen acht fertige Fragen mit festem Ablauf, etwa welche Seiten an Sichtbarkeit verlieren oder für welche Suchanfragen Sie gefunden werden. Eigene Fragen sind dort ebenfalls möglich.

10. Demo, Lizenz und Updates

Ohne aktive Lizenz arbeitet die Suite als Demo: Sie zeigt alles, begrenzt aber die tägliche Arbeit und das, was über Wochen zusammenkommt.

Bereich	Demo	Mit Lizenz
Überblick, Seitenanalyse, Datenabgleich	vollständig	vollständig
Fragen an den Assistenten	5 am Tag	unbegrenzt
Erläuterungen zu Chancen	3 am Tag	alle
Verfolgte Keywords	10	200
Sprachmärkte	1	alle
Verlauf	letzte 14 Tage sichtbar	vollständig
Geprüfte Videos	10	alle
Videos mit Vorschau im Frontend	10	alle
Geprüfte Links	200	alle
Ersatzsuche für Videos	1 am Tag	unbegrenzt

Aufgezeichnet wird auch in der Demo alles; nach der Aktivierung steht der ganze Verlauf rückwirkend zur Verfügung. Gelöscht wird nichts. Wo die Demo eine Grenze zieht, führt **Lizenz kaufen** zur Produktseite. Daneben führt **Schlüssel eingeben** direkt zum Feld für den Lizenzschlüssel.



Kopf der Lizenzseite in der Demo: Analysen und KI sind erlaubt, Updates und Support nicht aktiv.

Updates

Mit aktiver Lizenz erscheinen Updates wie gewohnt unter Dashboard › Aktualisierungen. Jedes Paket ist signiert und wird vor der Installation geprüft. Automatische Updates sind für die Suite ausgeschaltet – Sie entscheiden, wann ein Update eingespielt wird.

Nach dem Ende der Laufzeit

Endet eine Jahreslizenz, arbeitet die zuletzt berechtigte Version ohne Demo-Grenzen weiter; neue Updates und Support enden. Eine Lifetime-Lizenz erhält dauerhaft Updates und zwölf Monate Support ab Kauf. Wird ein Kauf erstattet, arbeitet die Suite wieder als Demo; gesammelte Daten bleiben erhalten.

Lizenz umziehen

Mit **Lizenz auf dieser Website deaktivieren** geben Sie den Platz frei und aktivieren die Lizenz danach auf der neuen Website. **Lizenz jetzt prüfen** gleicht den Zustand sofort mit dem Lizenzdienst ab; sonst geschieht das einmal täglich im Hintergrund. Im Schall-Lizenzbereich sehen Sie alle belegten Websites und können einen Platz auch dort freigeben, etwa wenn die alte Website nicht mehr läuft. Dort stehen auch Lizenzschlüssel, Download und Rechnungen; in der Suite führt **Lizenzbereich öffnen** dorthin.

11. Datenschutz und Deinstallation

Die Suite erhebt keine Daten über Besucherinnen und Besucher und setzt keine Cookies. An den gewählten KI-Anbieter gehen Seitentitel, Kurzfassungen, Kennzahlen und Suchanfragen, dazu die Fragen an den Assistenten und die Antworten im Interview – keine vollständigen Seiteninhalte und keine Besucherdaten. Ist Google Analytics 4 oder ein eigener Matomo-Server die Besucherquelle, ruft die Website dort Besuchszahlen ab, zusammengefasst je Seite und Tag; mit Matomo for WordPress verlässt dabei nichts den Server. Die vollständige Aufstellung steht unter Einstellungen › Schall AI › **SEO Suite** › **Datenschutz & Daten**. E-Mails verschickt sie nur, wenn Sie unter **Berichte** den Monatsbericht oder den Einbruch-Alarm einschalten.

- **Datenschutzerklärung:** Einen Vorschlag für Ihre Datenschutzerklärung stellt die Suite in den Leitfaden zur Datenschutzerklärung von WordPress (Einstellungen › Datenschutz).
- **Auskunft und Löschung:** Gespräche, Interview-Antworten und Notizen einzelner Benutzer geben die Werkzeuge von WordPress heraus oder löschen sie (Werkzeuge › Personenbezogene Daten exportieren bzw. Personenbezogene Daten löschen).
- **Handbuch:** Unter Einstellungen › Schall AI › **SEO Suite** › **Dokumentation** steht dieses Handbuch als PDF in elf Sprachen. Ihr Webserver lädt es höchstens einmal am Tag von markus-schall.de und behält eine Kopie in den Uploads – ohne die Adresse der Website und ohne Daten von Personen. Die Deinstallation entfernt die Kopien immer.
- **Deinstallation:** Standardmäßig bleiben alle gesammelten Daten erhalten, denn Suchdaten, die älter als 16 Monate sind, lassen sich nicht erneut abrufen. Zugangsdaten – Google-Verbindung, Matomo-Token, Schlüssel der KI-Anbieter und REST-Schlüssel – entfernt die Deinstallation immer. Mit **Alle gesammelten Daten unwiderruflich löschen** unter **Datenschutz & Daten** wird alles gelöscht und eine aktive Lizenz abgemeldet.

12. Hilfe bei Problemen

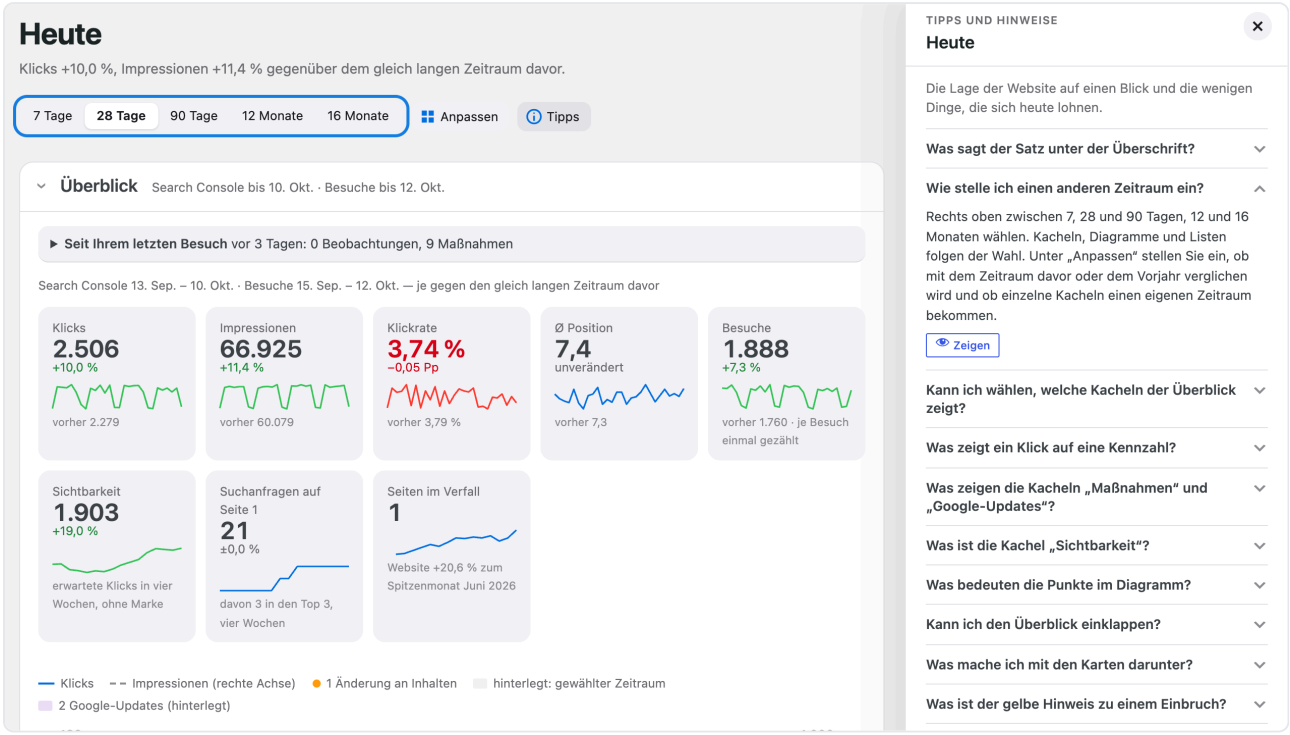
Beobachtung	Lösung
„Schall AI SEO Suite: Die Anmeldung bei Google ist beendet.“	Die eigene Google-Cloud-App steht vermutlich im Status „Test“. Veröffentlichen Sie sie und wählen Sie unter **Verbindungen Erneut bei Google anmelden**. Bisher gesammelte Werte bleiben erhalten.
Nach der Anmeldung erscheint keine Property.	Das angemeldete Konto oder das Dienstkonto hat in der Search Console keinen Zugriff auf die Website. Fügen Sie es dort unter „Nutzer und Berechtigungen“ hinzu.
Der Chat antwortet ohne Auswertungen.	Unter **Zustand** zeigt **Auswertungen für den Chat**, wo es hakt. Häufigste Ursache ist eine WordPress-Version vor 6.9.
Es erscheinen keine Besucherzahlen.	Unter **Verbindungen** › **Besucherzahlen** ist keine Quelle aktiv, oder die aktive meldet einen Fehler. Der Abschnitt zeigt den Zustand jeder Quelle und den Weg hinaus; eingerichtet wird nach Kapitel 7.
Die Prüfung von Google Analytics 4 meldet fehlende Rechte.	Das Dienstkonto bzw. das angemeldete Google-Konto braucht in der Property die Rolle „Betrachter“. Nach der Freigabe in Google erneut **Speichern und prüfen** wählen.
Matomo nimmt das Token nicht an.	Legen Sie in Matomo ein neues Token an und tragen Sie es ein. Der Nutzer des Tokens braucht für die Website mindestens das Recht „Ansehen“.
Die Besuche aus Matomo enden einige Tage vor heute.	Matomo hat die letzten Tage noch nicht archiviert. Prüfen Sie, ob der Zeitplaner von Matomo läuft (Cronjob für die Archivierung).
Nach dem Wechsel der Besucherquelle sind die Zahlen anders.	Das ist zu erwarten: Jedes Werkzeug zählt anders (Kapitel 7). **Rückgängig** oder **Als Quelle verwenden** führt zur bisherigen Quelle zurück.
Die KI arbeitet nicht mehr.	Meist ist das **Tagesbudget** aufgebraucht. Erhöhen Sie es oder warten Sie bis zum nächsten Tag. Mit **Verbindung prüfen** testen Sie Schlüssel und Anbieter.

Erfassung und Abgleich kommen nicht voran.	Die Suite arbeitet über den Zeitplaner von WordPress. Manche Hoster schalten ihn ab; richten Sie dann einen echten Cronjob ein. Die **Warteschlange** unter **Zustand** zeigt, was ansteht. Unter Einstellungen › Schall AI › **Aktivität** steht jeder Hintergrundprozess mit Zustand und Grund, etwa **Wartet** oder **Prüfen**. Unter **Warteschlange** steht dort jeder Auftrag einzeln; fehlgeschlagene lassen sich wiederholen.
„Alle Website-Plätze dieser Lizenz werden bereits verwendet.“	Deaktivieren Sie die Lizenz auf einer Website, die sie nicht mehr braucht, und aktivieren Sie sie erneut.
Updates erscheinen nicht.	Prüfen Sie unter **Lizenz**, ob die Lizenz aktiv ist, und wählen Sie **Lizenz jetzt prüfen**.
Das Menü zeigt keine Sprachmärkte.	Die Ansicht erscheint nur, wenn die Website mehrere Sprachen hat (TranslatePress).

Weitere Hilfe, Tarife und das Änderungsprotokoll finden Sie auf der Produktseite: *www.markus-schall.de/schall-seo/*

13. Tipps und Tricks zur AI SEO Suite

Dieselben Tipps finden Sie in der Suite hinter dem Knopf **Tipps** rechts oben auf jeder Maske; dort führt **Zeigen** direkt zur beschriebenen Stelle. Zuerst steht, was überall gilt, danach folgen die Masken in der Reihenfolge des Menüs.



Tipps auf **Heute**: Eine Frage ist aufgeklappt, **Zeigen** hebt die Wahl des Zeitraums hervor.

Überall in der Suite

Was auf jeder Maske gleich funktioniert.

Was bedeuten grüne und rote Prozentzahlen?
Grün heißt besser, rot schlechter als im Vergleichszeitraum. Bei der Position ist eine kleinere Zahl besser — eine Position von 8 auf 5 ist deshalb grün, obwohl die Zahl sinkt.

Womit wird verglichen?
Wenn nichts anderes dabeisteht, mit dem gleich langen Zeitraum direkt davor: 28 Tage mit den 28 Tagen davor. Der Verfall vergleicht mit dem Spitzenmonat, der Monatsbericht mit dem Vormonat und dem Vorjahresmonat. Reicht der Vergleich vor den Beginn der Daten, steht das dabei.

Warum endet die Search Console zwei, drei Tage vor heute?
Google liefert die Suchdaten mit zwei bis drei Tagen Verzug. Bis wann gemessen ist, steht jeweils unter den Zahlen. In Wochenverläufen können die erste und die letzte Woche angeschnitten sein — ihre Summe ist dann kleiner, ohne dass etwas eingebrochen ist.

Was ist die Ø Position?
Der Durchschnitt aller Ausspielungen laut Search Console, gewichtet mit den Impressionen. Eine Suchanfrage auf Ø 9,6 stand mal auf der ersten Seite, mal auf der zweiten — die Zahl zeigt die Richtung, nicht jede Platzierung.

Wie sortiere ich eine Liste?
Auf den Titel einer Spalte klicken; ein zweiter Klick kehrt die Reihenfolge um, ein Pfeil zeigt die Richtung. Zeilen ohne Wert stehen in beiden Richtungen unten. Listen mit mehreren Seiten sortieren über alle Seiten.

Wie lese ich ein Diagramm genau ab?
Mit der Maus über das Diagramm fahren: Die Werte des Tages oder der Woche erscheinen daneben, dazu die Zahl der Änderungen an Inhalten und von Google bestätigte Updates. Alle Werte stehen zusätzlich in einer Tabelle für Bildschirmleser.

Wie wechsle ich die Sprache?
Auf mehrsprachigen Websites steht rechts oben das Sprachmenü. Es gilt für die ganze Maske; „Sprachen vergleichen“ öffnet die Sprachmärkte nebeneinander.

Wer hat diese Zahl gerechnet — die KI?
Nein. Gezählt und gerechnet wird ohne KI, nach festen Regeln aus Ihren Daten. Die KI erläutert und formuliert; ihre Texte sind als solche gekennzeichnet und gegen die Belege geprüft. Ursachen behauptet die Suite nicht — sie zeigt, was gemessen wurde.

Wie frage ich nach, wenn mir etwas unklar ist?
„Im Chat besprechen“ öffnet ein Gespräch, das den Zusammenhang dieser Maske schon kennt — Seite, Sprache, Zeitraum. Der Assistent sagt bei jeder Zahl, woher sie stammt.

Wo sehe ich, ob alles läuft?
Unter „Zustand“: Datenquellen, KI-Anbieter, Warteschlange und die tägliche Pflege. Steht dort etwas in Rot, steht der Weg hinaus gleich daneben.

Heute

Die Lage der Website auf einen Blick und die wenigen Dinge, die sich heute lohnen.

Was sagt der Satz unter der Überschrift?
Er fasst die Lage in einem Satz zusammen — gerechnet aus denselben Zahlen wie die Kacheln, nicht geschrieben von einer KI.

Wie stelle ich einen anderen Zeitraum ein?
Rechts oben zwischen 7, 28 und 90 Tagen, 12 und 16 Monaten wählen. Kacheln, Diagramme und Listen folgen der Wahl. Unter „Anpassen“ stellen Sie ein, ob mit dem Zeitraum davor oder dem Vorjahr verglichen wird und ob einzelne Kacheln einen eigenen Zeitraum bekommen.

Kann ich wählen, welche Kacheln der Überblick zeigt?
Ja, mit „Anpassen“ rechts oben. Dort schalten Sie jede Kachel ein oder aus und ordnen sie mit den Pfeilen; sichtbar sind höchstens 12 Kennzahlen und 12 Diagramme und Listen. Die Auswahl gilt nur für Ihren Benutzer, „Standard wiederherstellen“ holt die Vorgabe zurück.

Was zeigt ein Klick auf eine Kennzahl?
Klicks, Impressionen, Klickrate, Position und Besuche lassen sich anklicken: Der Verlauf zeigt dann nur diese Linie, gestrichelt dazu den Vergleich. Ein zweiter Klick oder „Zurück zu Klicks und Impressionen“ zeigt wieder beide.

Was zeigen die Kacheln „Maßnahmen“ und „Google-Updates“?
„Maßnahmen“ nennt die jüngsten Änderungen an Ihrer Website mit Klicks und Impressionen 28 Tage davor und danach, „Google-Updates“ die ganze Website 28 Tage vor dem Beginn und nach dem Ende der letzten bestätigten Updates. Die Zahlen stehen nur nebeneinander: Was dazwischen sonst geschah, steht nicht darin. Einschalten lassen sich beide unter „Anpassen“.

Was ist die Kachel „Sichtbarkeit“?
Die Klicks, die Ihre Impressionen auf ihren Positionen erwarten lassen — mit der Klickrate, die Ihre Website dort sonst erreicht, ohne Suchanfragen mit Ihrer Marke. Sinkt sie, haben Sie Positionen oder Nachfrage verloren; sinken nur die Klicks, wird seltener geklickt.

Was bedeuten die Punkte im Diagramm?
Jeder Punkt markiert einen Tag mit Änderungen an Inhalten. So sehen Sie, ob nach einer Überarbeitung etwas geschah — und ob nicht. Einzeln aufgeführt stehen die Änderungen unter „Verlauf“.

Kann ich den Überblick einklappen?
Ja, mit einem Klick auf „Überblick“. Die Suite merkt sich das für Ihren Benutzer; darunter bleiben die Aufgaben des Tages stehen.

Was mache ich mit den Karten darunter?
Sie sind nach Rang geordnet: das Wichtigste zuerst. „Ansehen“ führt zur Stelle, „Erledigt“ und „Zurückstellen“ räumen die Karte weg. Neues entsteht von selbst, sobald sich die Daten ändern.

Was ist der gelbe Hinweis zu einem Einbruch?
Er erscheint, wenn eine Woche deutlich unter dem Schnitt der vier Wochen davor liegt — bei Klicks ab 30 %, bei Impressionen ab 40 %. Unter „Berichte“ lässt sich derselbe Alarm per E-Mail einschalten.

Einrichtung

Die Schritte, die die Suite zum Arbeiten braucht, und wie weit sie sind.

Muss ich alle Schritte erledigen?
Nein. Außer der Erfassung der Inhalte lässt sich jeder Schritt überspringen und später nachholen. Ohne Search Console fehlen allerdings die meisten Chancen.

Was bedeutet die Ampel oben?
Rot: noch nicht eingerichtet. Gelb: fast fertig — welche Punkte fehlen, steht daneben und in der Liste darunter mit dem Weg dorthin. Grün: alles Nötige ist eingerichtet.

Kann ich die Einrichtung wiederholen?
Ja, jederzeit mit „Von vorn durchgehen“. Ihre Angaben bleiben dabei erhalten.

Chat › Gespräche

Sprechen Sie mit Ihrer Website: Der Assistent kennt Ihre Daten und sagt, woher jede Zahl stammt.

Woran erkenne ich, ob eine Antwort aus meinen Daten stammt?
Jede Antwort ist gekennzeichnet: „aus Ihren Daten“, „aus Fachwissen, nicht aus Ihren Daten“ oder „aus Ihren Daten und aus Fachwissen“.

Wie grenze ich ein Gespräch auf eine Seite oder Sprache ein?
Über „Kontext“ oben im Gespräch: „Ändern“ wählt Sprache und Zeitraum. Wer über „Im Chat besprechen“ von einer Seite oder Chance kommt, bringt sie als Kontext schon mit.

Wie frage ich zu einem Vorschlag genauer nach?
Schlägt der Assistent mehrere Schritte vor, steht darunter je Schritt ein Knopf wie „Schritt 1 vertiefen“. Ein Klick fragt gezielt nach: wie vorgehen, worauf achten, woran die Wirkung zu erkennen ist.

Ändert der Assistent etwas an meiner Website?
Nur nach Ihrer Freigabe. Ein Eingriff erscheint als Vorschlag mit „Ausführen“ und „Verwerfen“; bis Sie freigeben, geschieht nichts. Alle Vorschläge stehen unter „Eingriffe ansehen“.

Kann ich diktieren?
Ja, mit dem Mikrofon neben dem Eingabefeld. Die Spracherkennung macht Ihr Browser; abgeschickt wird erst, wenn Sie es tun.

Wo finde ich alte Gespräche?
Links in der Liste, mit Suche. Archivierte Gespräche liegen unter „Archiv ansehen“ und lassen sich zurückholen.

Chat › Fragen

Feste Auswertungen auf Fragen — ohne Gespräch, mit Belegen.

Was ist der Unterschied zum Gespräch?
Hier führt jede Frage hinterlegte Auswertungen aus und zeigt deren Ergebnis; die KI formuliert nur den Text dazu. Die Beispielfragen funktionieren auch ganz ohne KI-Anbieter.

Was passiert mit einer frei gestellten Frage?
Ein Modell ordnet sie der passenden Auswertung zu; gerechnet wird trotzdem hier. Mit kleinen Modellen wird sie der ähnlichsten Beispielfrage zugeordnet.

Chancen

Was sich an Ihrer Website lohnt — gefunden nach festen Regeln, bewertet und belegt.

Wo sehe ich alle Chancen?
Unter „Alle offenen“: als Liste mit Suche, Thema, Aufwand und Sortierung. „Für heute“ zeigt die fünf, die das System für heute auswählt, „Erledigt und zurückgestellt“ Ihre Entscheidungen — dort lässt sich jede wieder öffnen.

Kann ich viele Chancen auf einmal zurückstellen?
Ja: in der Liste die Häkchen setzen und unten „Zurückstellen“ oder „Erledigt“ wählen; „für alle Treffer dieser Auswahl“ nimmt alle, die die Filter zeigen, nicht nur die Seite. Für viele auf einmal passt meist „Zurückstellen“ — der Monatsbericht zählt „Erledigt“ als getane Arbeit.

Kann ich die Liste exportieren?
Ja, mit dem Knopf unter der Liste als CSV — mit denselben Filtern wie die Liste, getrennt mit Semikolon, sodass Excel, Numbers und LibreOffice die Datei direkt öffnen.

Wie entsteht die Bewertung von 0 bis 100?
Aus fünf gewichteten Anteilen: Potenzial, strategische Relevanz der Seite, Hebel, Dringlichkeit und Aufwand. Der Abschnitt „Bewertet“ jeder Karte zeigt die Rechnung; fehlt ein Wert, werden die übrigen Anteile neu verteilt, ohne die Punktzahl zu senken.

Was ist der mögliche Klickgewinn?
Eine Schätzung, wie viele Klicks im Monat die Umsetzung bringen könnte — mit den Klickraten, die Ihre Website auf diesen Positionen sonst erreicht. Wo dafür noch Daten fehlen, steht „geschätzt mit einer Branchenkurve“ dabei.

Wie lese ich eine Karte?
Von oben nach unten: „Gemessen“ sind Ihre Daten, „Bewertet“ unsere Rechnung, „Eingeschätzt von der KI“ die Erläuterung, ganz unten die Empfehlung. Was gemessen ist, ändert die KI nicht.

Was tun mit einer erledigten Chance?
„Erledigt“ wählen. Der Monatsbericht zählt erledigte Chancen mit, und der Verlauf zeigt, ob sich danach etwas bewegt hat. „Zurückstellen“ blendet eine Chance vorerst aus.

Warum steht die Erläuterung in der Sprache der Website?
Überschriften, Belege und Erläuterungen entstehen im Hintergrund, bevor jemand die Seite öffnet — deshalb in der Sprache der Website, nicht in Ihrer.

Seiten › Übersicht

Alle Inhalte mit ihren Kennzahlen, je Sprache.

Wie finde ich schnell die Sorgenkinder?
Die Kachel „Rückläufig“ oder „Nur rückläufige“ zeigt Seiten, die seit drei Monaten in Folge Klicks oder Impressionen verlieren.

Kann ich Spalten aus- und einblenden?
Ja, über „Spalten“ über der Tabelle. Die Auswahl gilt für Ihren Benutzer.

Wie sortiere ich?
Mit einem Klick auf eine Spaltenüberschrift; ein zweiter Klick kehrt die Richtung um.

Was steht im Dossier einer Seite?
Ein Klick auf den Titel öffnet es: Verlauf über 16 Monate mit Vorjahr, Suchanfragen, Links, Sprachfassungen, Chancen und die Einschätzung der KI.

Seiten › Verfall

Seiten, die weit unter ihrem besten Monat liegen.

Wann gilt eine Seite als im Verfall?
Wenn sie in ihrem Spitzenmonat mindestens 30 Klicks hatte und jetzt höchstens die Hälfte bekommt. Spitzenmonat ist der stärkste ganze Monat der letzten 16 Monate, jetzt sind die letzten 28 Tage — beide auf 30 Tage gerechnet.

Was sagt die Spalte „Art“?
„seltener gefunden“: Auch die Impressionen sind gefallen — Position oder Nachfrage gingen verloren. „seltener geklickt“: Die Seite wird noch fast so oft gezeigt, aber seltener angeklickt; dann lohnen Titel

und Beschreibung.

Ist jeder Verfall ein Problem?
Nein. Saisonale und tagesaktuelle Themen fallen naturgemäß. Den Vergleich mit dem Vorjahr zeigt das Dossier der Seite.

Seiten › KI-Besucher

Besuche, die aus ChatGPT, Perplexity, Gemini, Copilot oder Claude kamen.

Warum sind die Zahlen eine Untergrenze?
Gezählt wird, was die Besucherzählung als Herkunft führt. Wer eine Adresse aus einer Antwort kopiert oder eine App ohne Herkunftsangabe nutzt, kommt als direkter Besuch.

Woher stammen die Zahlen?
Aus der Besucherzählung unter „Verbindungen“: Independent Analytics, Google Analytics 4 oder Matomo. Die Suite liest bis zu 16 Monate zurück.

Was lese ich aus den Einstiegsseiten?
Welche Ihrer Inhalte KI-Assistenten in ihren Antworten verlinken. Dort lohnt es, Fakten aktuell und gut zitierbar zu halten.

Seiten › Erfassung

Wie vollständig die Suite Ihre Inhalte und Adressen kennt.

Muss ich die Erfassung neu starten?
Selten. Neue und geänderte Beiträge folgen beim Speichern von selbst; neu erfassen lohnt sich nur nach größeren Umbauten.

Was sind offene URLs?
Adressen aus den Messdaten, die sich noch keiner Seite zuordnen ließen. Die Suite rät nicht; sie führt sie offen. Archive, Feeds und Mediendateien sind bewusst ausgenommen.

Ist eine Lücke in der Sprachabdeckung ein Fehler?
Nicht zwangsläufig — manche Inhalte sollen nur in einer Sprache erscheinen. Die Abdeckung zeigt jede Sprache gegen die Ausgangssprache.

Seiten › Beobachten

Eigene Seiten, die sich mit Content Radar zu beobachten lohnen.

Wie entsteht die Wichtigkeit?
Aus Reichweite, Bewegung in der Suche, Zeitbezug der Suchanfragen, Alter des Inhalts und offenen Chancen. „Wie die Vorschläge entstehen“ nennt die Punkte im Einzelnen.

Was passiert beim Übergeben?
Content Radar legt eine Beobachtung mit Suchanfragen als Entwurf an. Gesucht wird erst, wenn Sie den Entwurf dort freigeben; an Ihren Inhalten ändert sich nichts.

Keywords › Suchanfragen

Alle Suchanfragen, für die Google Ihre Website zeigt — aus dem wöchentlichen Schnappschuss der Search Console.

Was zeigen die Positionsgruppen?
Wie viele Suchanfragen je Woche auf Platz 1–3, 4–10 und weiter hinten stehen. Wächst die obere Gruppe, gewinnt die Website an Boden — auch wenn die Klicks es noch nicht zeigen.

Was verrät die Kurve „Klickrate nach Position“?
Wie oft Ihre Website auf jeder Position tatsächlich angeklickt wird, neben dem Branchenwert. Liegt Ihre Kurve darunter, lohnen Titel und Beschreibungen. Sie ist zugleich die Erwartung für Sichtbarkeit und Klickgewinn.

Wozu Marke gegen Nicht-Marke?
Klicks über Ihren Namen kommen von Menschen, die Sie schon kennen; die übrigen von denen, die Sie über Ihre Themen finden. Die Markenbegriffe stehen im Websiteprofil.

Wie finde ich eine bestimmte Suchanfrage?
In „Alle Suchanfragen“ suchen, nach Marke filtern und nach Klicks, Impressionen, Klickrate, Position oder Veränderung sortieren.

Warum fehlen manche Suchanfragen?
Google nennt seltene Suchanfragen nicht einzeln. Gezählt werden Suchanfragen ab drei Impressionen in der Woche; wie viel der Klicks dahinter stehen, steht unter den Kacheln.

Keywords › Kannibalisierung

Suchanfragen, für die Google zwei Ihrer Seiten in Erwägung zieht.

Wann gilt eine Suchanfrage als geteilt?
Wenn in derselben Sprache mindestens zwei Seiten je mindestens ein Fünftel ihrer Impressionen haben und höchstens 15 Plätze auseinanderliegen — ohne Ihre Marke.

Was ist der Gesundheitswert?
Der Anteil der Suchanfragen, die nur eine Seite trägt. 100 % heißt: keine Überschneidung.

Was tue ich mit einem Seitenpaar?
Entscheiden, welche Seite das Thema tragen soll, und die andere darauf verlinken, abgrenzen oder zusammenlegen. Geteilt heißt nicht geschadet — erst die Entscheidung macht es eindeutig.

Keywords › Wettbewerber

Wer bei Ihren wichtigsten Keywords vor Ihnen steht.

Was brauche ich dafür?
Verfolgte Keywords und einen Schlüssel von Serper.dev unter Einstellungen › Schall AI › Recherche. Dann hier „Einschalten“.

Warum weicht der Platz von der Search Console ab?
Die Abfrage ist ein Schnappschuss: einmal Google, von einem Standort im Land der Sprache, ohne Anmeldung. Die Search Console mittelt über alle Ausspielungen.

Was kostet das?
Eine Abfrage je Keyword und Woche. Die Suite hält ein Tageslimit ein und lässt im gemeinsamen Kontingent Platz für andere Schall-Plugins; die Kosten der Woche stehen in der Statustafel.

Meine zweite Website steht als Wettbewerber da — was tun?
„Ausnehmen“ in ihrer Zeile, oder unten unter „Ausgenommene Domains“ eintragen, eine je Zeile. Sie zählt dann nicht mehr als Wettbewerber, auch nicht in vergangenen Wochen; Ihr eigener Platz bleibt.

Keywords › Verfolgt

Die Begriffe, deren Positionen die Suite täglich abruft.

Wie füge ich ein Keyword von Hand hinzu?
Über „Keyword hinzufügen“: einen Begriff eintragen oder mehrere durch Komma getrennt, Sprache wählen. Die Historie der letzten 16 Monate holt die Suite im Hintergrund.

Wie bearbeite ich viele auf einmal?
Zeilen anhaken oder „Alle auswählen“, dann unter „Mit Auswahl“ die Aktion wählen.

Was sagt die Bewertung?
Wie gut ein Keyword zu Ihrem Unternehmen passt — nach Nachfrage, Suchabsicht und Nähe zum Websiteprofil. „Herleitung“ zeigt die Rechnung.

Verbraucht jedes Keyword Kontingent?
Ja, der tägliche Abruf je Keyword. Was Sie nicht mehr brauchen, mit „Nicht mehr verfolgen“ zurück zu den Kandidaten legen.

Wie markiere ich ein Keyword als Favorit?
Auf den Stern ☆ der Zeile klicken und eine Kategorie wählen. Gestrichelt umrandet ist der Vorschlag: Marke, in den Top 3 „Verteidigen“, auf Platz 4 bis 15 „Sprungbrett“, sonst nach der Absicht. Die Leiste über der Tabelle zeigt nur Favoriten oder eine Kategorie.

Kann ich die Kategorien ändern?
Ja, unter der Tabelle mit „Kategorien der Favoriten bearbeiten“: Emoji und Name ändern, eigene anlegen, nicht gebrauchte entfernen. Die Favoriten einer entfernten Kategorie wandern nach „Sonstige“. Die Favoriten gelten für alle Benutzer der Website.

Keywords › Kandidaten

Mögliche Keywords aus Search Console, Inhalten, Websiteprofil und SEO-Plugins.

Was ist der Unterschied zwischen „Vorschläge“ und „Alle Kandidaten“?
„Vorschläge“ sind die, die die KI für strategisch relevant hält; „Alle Kandidaten“ zeigt jeden gesammelten Begriff.

Wie kommen neue Kandidaten dazu?
Mit „Erneut sammeln“ oben rechts. Die Sammlung läuft im Hintergrund; neue Begriffe ordnet die KI anschließend ein.

Was heißt „Nicht relevant“?
Der Begriff wandert zu „Ignoriert“ und kommt in keine Vorauswahl mehr. Von dort lässt er sich jederzeit zurückholen.

Keywords › Ignoriert

Begriffe, die nicht verfolgt und nicht vorgeschlagen werden.

Warum steht hier etwas, das ich nie ignoriert habe?
Suchanfragen, die erkennbar nicht von Menschen stammen — mit Suchoperatoren wie „site:“ oder als ganzer Auftrag formuliert —, sortiert die Suite von selbst hierher.

Wie hole ich einen Begriff zurück?
Mit „Wieder als Kandidat führen“ in seiner Zeile.

Keywords › Abweichende Absicht

Keywords, für die eine andere Seite rankt als vorgesehen.

Woher weiß die Suite, welche Seite vorgesehen ist?
Aus den Fokus-Keywords von Yoast oder Rank Math. Ohne sie und ohne Daten der Search Console bleibt diese Liste leer.

Ist das ein Fehler?
Nicht immer — manchmal passt die rankende Seite besser. Häufig ist es aber ein Zeichen, dass zwei Seiten um denselben Begriff konkurrieren; dann hilft auch der Reiter „Kannibalisierung“.

Links › Intern

Wie Ihre Seiten untereinander verlinkt sind.

Warum zählen redaktionelle Links mehr als Menüs?
Navigation und Footer stehen auf jeder Seite und sagen nichts darüber, was zusammengehört. Ein Link aus dem Text heraus ist eine Aussage — deshalb ist er die aussagekräftige Zahl.

Was mache ich mit Seiten ohne redaktionelle Links?
Bei wichtigen Seiten aus passenden Inhalten darauf verlinken. Ist Internal Links AI aktiv, sucht „Linkvorschläge“ dort nach geeigneten Stellen; gesetzt wird erst nach Ihrer Prüfung.

Was ist die Klicktiefe?
Wie viele Klicks eine Seite von der Startseite entfernt ist, über erfasste Links. Archive und Beitragslisten des Themes zählen nicht mit — darüber kann eine Seite trotzdem erreichbar sein.

Links › Extern

Links auf fremde Websites und ihre Prüfung.

Warum dauert die Prüfung so lange?
Sie läuft absichtlich langsam, mit mindestens einer Sekunde Abstand je Server, damit weder Ihr Server noch fremde belastet werden. Sie lässt sich unter Broken Links anhalten und fortsetzen.

Muss ich die Prüfung starten?
Nein. Seit Version 1.10 prüft die Suite von selbst: gesunde Links alle 30 Tage, defekte und unklare alle 3 Tage, neue kurz nach dem Speichern. Die Abstände stehen unter Einstellungen › Schall AI › SEO Suite › Linkprüfung.

Links › Videos

Alle eingebetteten Videos Ihrer Website — je Video eine Zeile mit allen Stellen, an denen es steht.

Welche Videos findet die Suite?
YouTube mit Shorts, Live und Playlists, Vimeo, ARTE, ARD, ZDF und 3sat, eigene Videodateien und andere Player in einem iFrame — gleich, ob als Embed-Block, Adresse auf eigener Zeile, iFrame, Shortcode oder über WP YouTube Lyte eingebettet. Links auf Videos stehen mit dabei, als „nur verlinkt".

Was bedeuten die Zustände?
Verfügbar heißt, das Video spielt. Problematisch heißt, es spielt nicht für alle — etwa Einbetten nicht erlaubt, gesperrt in Ihren Ländern oder altersbeschränkt. Verschwunden heißt gelöscht, privat oder entfernt. Noch nicht eindeutig heißt, der Anbieter antwortet nicht oder widersprüchlich; die Suite prüft weiter.

Warum steht ein Video nur einmal da, obwohl es in mehreren Beiträgen vorkommt?
Jedes Video ist ein Eintrag; „Verwendet" zählt seine Stellen. Ein Klick auf den Titel zeigt alle Beiträge mit der Überschrift davor und dem Text um das Video.

Woher kommt der Titel eines Videos?
Von YouTube oder Vimeo, sobald die Vorschau geholt ist; sonst aus der Nachweiszeile unter dem Video, etwa „Titel | Sendung | Kanal", oder aus der Bildunterschrift eines Embed-Blocks. Die Angabe aus dem Beitrag bleibt erhalten, auch wenn das Video eines Tages verschwindet.

Woher kommen die Vorschaubilder?
Es sind die offiziellen Vorschaubilder von YouTube und Vimeo, im Hintergrund geholt, in zwei Größen auf Ihrem Server abgelegt und wöchentlich aufgefrischt. Darunter steht ihre Herkunft. Ein Bildschirmfoto des Players ist es nie — automatische Aufnahmen erlaubt YouTube nicht.

Was zeigt „Live ansehen"?
In der Detailansicht eines Videos den echten Player des Anbieters, erst auf Klick und in einem eigenen Fenster. So sehen Sie, ob ein Video heute spielt. Für eigene Videodateien macht „Standbild erzeugen" ein Vorschaubild aus dem Video.

Verändert die Erfassung meine Beiträge?
Nein. Gelesen wird nur der gespeicherte Inhalt; nichts wird geändert. Für Titel und Vorschaubilder fragt die Website bei YouTube und Vimeo nach — Ihre Besucher laden davon nichts dort.

Was heißt „Bewusst so lassen"?
Sie markieren ein Video, das so bleiben soll, wie es ist. Es bleibt in der Liste und lässt sich dort ausfiltern.

Links › Videos › Prüfprotokoll

Wie die Prüfung der Videos läuft und welche zuletzt ihren Zustand gewechselt haben.

Wie oft prüft die Suite?
Im eingestellten Abstand, ab Werk wöchentlich, verteilt über die Tage. Neue Videos prüft sie innerhalb einer Stunde, „Fällige jetzt prüfen" sofort, und das Tagesbudget begrenzt die Zahl.

Warum steht ein Video noch auf dem alten Zustand?
Ein negativer Befund gilt erst, wenn eine zweite Prüfung frühestens 20 Stunden später dasselbe ergibt; bis dahin steht dort „Bestätigung läuft“. Sofort gilt er nur, wenn zwei unabhängige Belege übereinstimmen, etwa wenn YouTube das Video nicht kennt und auch sein Vorschaubild fehlt.

Was heißt „Pause bei“ einem Anbieter?
Der Anbieter hat Anfragen abgewiesen, meist weil es in kurzer Zeit zu viele waren. Die Suite wartet die genannte Zeit, und der Zustand der Videos bleibt, wie er war.

Was ändert ein YouTube-Schlüssel?
Mit Schlüssel fragt die Suite bis zu 50 Videos auf einmal bei der YouTube Data API ab und nennt den genauen Grund: privat, gelöscht, Einbetten nicht erlaubt, gesperrt in Ihren Ländern oder altersbeschränkt. Ohne Schlüssel prüft sie über oEmbed und kann privat und nicht einbettbar nicht unterscheiden.

Wo erscheinen verschwundene Videos noch?
Im Verlauf unter „Seit Ihrem letzten Besuch“, im Reiter Broken Links und in der Detailansicht des Videos mit seiner Zeitleiste.

Links › Videos › Ersatzvorschläge

Für verschwundene und eingeschränkte Videos sucht die Suite auf Knopfdruck einen gleichwertigen Ersatz — ersetzt wird erst, wenn Sie einen Vorschlag übernehmen.

Wie sucht die Suite einen Ersatz?
Die KI liest, was über das Original bekannt ist und an welcher Stelle es im Artikel steht, und bestimmt seine Rolle — etwa Interview, Rede oder Anleitung. Dann sucht die Websuche auf YouTube, ARTE, ARD und ZDF, die Suite prüft jeden Treffer wie ein eingebettetes Video, und die KI beurteilt, ob er die Rolle übernehmen kann.

Wie kommt die Punktzahl zustande?
Aus fünf Teilen: Rolle im Artikel (35), Bedeutung erhalten (25), Sprache (15), verfügbar und einbettbar (15) und Datum (10). Die KI liefert die Teilurteile, die Zahl rechnet die Suite. Ein Interview, eine Rede oder ein Nachrichtenbeitrag von einem anderen Anlass erreicht höchstens 40 Punkte, ein nicht einbettbares Video höchstens 50.

Was bedeuten die Warnungen?
Sie zeigen, was Sie vor dem Übernehmen prüfen sollten: ein anderer Kanal als beim Original (die Rechte sind dann unklar), eine deutlich andere Länge, ein Reaktionsvideo oder Zusammenschnitt, ein Ablaufdatum in der Mediathek oder die Bedingungen der Sender.

Was passiert beim Übernehmen?
Sie sehen je Beitrag und Stelle, was sich ändert, und wählen die Stellen. Ausgetauscht wird nur die Einbettung, ihre Form bleibt; auf Wunsch auch die Nachweiszeile darunter. Vorher sichert die Suite den Stand als Revision, und der Verlauf hält die Maßnahme fest.

Was kostet eine Suche?
Bis zu drei Websuchen aus dem gemeinsamen Kontingent der Recherche und zwei Anfragen an Ihren KI-Anbieter. Gesucht wird nie von selbst; in der Demo einmal am Tag.

Links › Videos › Lyte umstellen

Mit WP YouTube Lyte gespeicherte Videos stehen als „httpv://“-Zeile oder [lyte]-Shortcode im Beitrag. Hier schreiben Sie sie in Einbettungen um, die WordPress selbst versteht — erst ein Probelauf, dann je Beitrag mit Revision.

Warum umstellen, wenn die Vorschau doch funktioniert?
Die Vorschau der Suite versteht Lyte-Zeilen auch ohne Lyte. Würde aber eines Tages auch die Suite entfernt, stünde im Beitrag nur „httpv://…“ als Text. Nach der Umstellung bettet WordPress die Videos selbst ein.

Was wird woraus?
Im Blockeditor wird ein Absatz-, Shortcode- oder HTML-Block, der nur die Lyte-Zeile oder den [lyte]-Shortcode trägt, zum Embed-Block. Im klassischen Editor wird die Zeile zur YouTube-Adresse auf eigener Zeile. Startzeit und Playlist bleiben erhalten.

Was bleibt, wie es ist?
Lyte-Zeilen mitten im Text (eine Einbettung braucht eine eigene Zeile), reine Ton-Einbettungen (httpa://) und Beiträge, deren Beitragstyp keine Revisionen hat. Der Probelauf nennt bei jeder Stelle den Grund.

Wie hole ich den alten Stand zurück?
Vor dem Ändern sichert die Suite jeden Beitrag als Revision und hält die Umstellung im Verlauf fest. Über die Revisionen des Beitrags stellen Sie den alten Stand wieder her; beim Speichern erfasst die Suite die Videos neu.

Links › Broken Links

Defekte Links und Videos — je Adresse einmal, mit den Beiträgen, in denen sie stehen.

Wann gilt ein Link als defekt?
Wenn die Seite nicht existiert (404 oder 410) und eine zweite Prüfung frühestens 24 Stunden später dasselbe ergibt, wenn die Domain nicht mehr auffindbar oder das Zertifikat ungültig ist, oder wenn ein Server drei Tage lang nicht oder nur mit Fehlern antwortet. Bis dahin steht dort „Bestätigung läuft“.

Was heißt „abgewiesen“?
Der Server lässt automatische Abrufe nicht zu — etwa ein Bot-Schutz oder „Zugriff verweigert“. Das ist kein Defekt: Öffnen Sie das Ziel selbst. Funktioniert es, markieren Sie es als „Nicht defekt“.

Wie korrigiere ich einen defekten Link?
Unter „Gefunden in“ steht jeder Beitrag mit dem Link. „Link ändern“ setzt nach einer Bestätigung eine neue Zieladresse ein; leitet der Link weiter, ist deren Ziel schon vorgeschlagen. „Link entfernen“ nimmt nur die Verknüpfung heraus, der Text bleibt. Der bisherige Stand liegt jeweils als Revision vor.

Warum steht eine Adresse nur einmal da, obwohl sie oft vorkommt?
Geprüft und gezeigt wird jede Adresse einmal. „Gefunden in“ zählt die Beiträge; Sprachfassungen desselben Beitrags zählen nicht extra, sie stehen als Hinweis dabei.

Was ist eine Weiterleitung?
Der Link funktioniert, aber das Ziel ist umgezogen. Besser ist ein Link direkt auf die neue Adresse — sie steht unter der alten. „Nur über https erreichbar“ heißt: Ändern Sie http:// in https://.

Sprachmärkte

Ihre Sprachen nebeneinander, gemessen an der Ausgangssprache.

Was steht unter „Was auffällt“?
Märkte, die gegenüber der Ausgangssprache deutlich abweichen — etwa schwächer verlinkt oder weiter hinten. Gezählt und gerechnet; woran ein Unterschied liegt, sagen die Zahlen nicht.

Was zeigt der Anteil an Klicks?
Welchen Teil aller Klicks jede Sprache bringt, je Monat über 16 Monate. Wächst ein Markt, sieht man es hier zuerst.

Warum ist die Tabelle leer?
Die Sprachmärkte werden aus Tageswerten verdichtet. „Jetzt verdichten“ unten holt das nach.

Verlauf

Klicks und Änderungen auf einer Zeitachse — was geschah, und was danach kam.

Was ist der Unterschied zwischen Maßnahme und Beobachtung?
Maßnahmen haben Sie oder ein Plugin getan, etwa einen Beitrag überarbeitet. Beobachtungen hat die Suite gemessen, etwa einen deutlichen Rückgang. Bestätigte Updates von Google liegen als hinterlegte Bänder im Diagramm.

Was heißt „28 Tage davor und danach“?
Bei einer Änderung stehen die Klicks der 28 Tage vorher und nachher nebeneinander. Das zeigt einen zeitlichen Zusammenhang, keine Ursache.

Wie trage ich etwas ein, das außerhalb von WordPress geschah?
Unten unter „Etwas eintragen, das hier fehlt“: Datum, was geschah, und auf Wunsch die betroffene Seite. Ein Serverumzug oder eine Kampagne steht dann in derselben Zeitachse.

Berichte

Der Monatsbericht und die E-Mails der Suite.

Wann entsteht der Monatsbericht?
Von selbst, sobald die Search Console einen Monat ganz gemessen hat — wenige Tage nach Monatsende. Mit „Jetzt erstellen“ geht es sofort.

Wie bekomme ich ein PDF?
„Als PDF sichern“ öffnet den Druckdialog des Browsers; dort „Als PDF sichern“ wählen. Menüs und Knöpfe bleiben dabei weg.

Wer bekommt die E-Mails?
Die Empfänger unter „Per E-Mail“, mehrere durch Komma getrennt. Leer heißt: die E-Mail-Adresse der Website. Kommt nichts an, fehlt WordPress oft ein Versanddienst.

Ist die Zusammenfassung von der KI?
Ja, und als solche gekennzeichnet. Die Zahlen darunter sind gemessen und gerechnet; die Zusammenfassung lässt sich neu schreiben, ohne dass sich an ihnen etwas ändert.

Seitendossier

Alles über eine Seite an einem Ort.

Wie lese ich den Verlauf?
Klicks und Impressionen je Woche über 16 Monate; die blasse blaue Linie zeigt die Klicks des Vorjahres. So trennen Sie Saison von echtem Verlust.

Was bedeutet „neu“ bei einer Suchanfrage?
Die Suchanfrage hatte in den zwölf Wochen davor keine Impression auf dieser Seite. Neue Suchanfragen zeigen, wofür Google die Seite gerade entdeckt.

Warum unterscheiden sich Auswertung und Ereignisse?
Beide vergleichen verschieden lange Zeiträume. Das ist kein Widerspruch; welche Zeiträume es sind, steht jeweils dabei.

Kann ich die KI um eine neue Einschätzung bitten?
Ja, mit „Neu einschätzen lassen“. Die gemessenen Werte und die Auswertung darüber bleiben davon unberührt.

Websiteprofil › Profil

Was die Suite über Ihr Unternehmen weiß — die Grundlage jeder Bewertung.

Warum lohnt sich ein gepflegtes Profil?
Es bestimmt, welche Keywords und Seiten als wichtig gelten. Je genauer Angebot, Zielgruppen und Ziele stimmen, desto treffender sind Vorschläge und Chancen.

Was ist der Unterschied zwischen Vorschlag und Bestätigt?
Vorschläge stammen aus der Analyse. Was Sie bestätigen oder ändern, bleibt stehen und wird von künftigen Analysen nicht überschrieben.

Wo trage ich meine Markenbegriffe ein?
In der Gruppe „Marke“. Mit ihnen trennt die Suite Suchanfragen nach Ihrem Namen von allen anderen.

Websiteprofil › Interview

Ein kurzes Gespräch über das, was sich aus der Website nicht ablesen lässt.

Muss ich alle Fragen beantworten?
Nein, jede Frage lässt sich überspringen, und Sie können jederzeit mit den bisherigen Antworten abschließen.

Was passiert mit meinen Antworten?
Vor der Übernahme sehen Sie sie noch einmal. Beim Übernehmen ordnet die KI sie den passenden Angaben zu; was Sie gesagt haben, hat Vorrang vor der Analyse.

Websiteprofil › Versionen

Jede Änderung am Profil als eigene Fassung.

Kann ich eine alte Fassung zurückholen?
Ja, mit „Wiederherstellen“. Dabei entsteht eine neue Fassung mit dem alten Stand — nichts geht verloren.

Verbindungen

Woher die Suite ihre Daten bekommt.

Welcher Weg zu Google ist der richtige?
Die Anmeldung über Google ist bequemer. Das Dienstkonto ist umständlicher, dafür läuft kein Anmeldevorgang über fremde Server. Beide liefern dieselben Daten.

Warum sollte ich die Historie gleich abrufen?
Die Search Console liefert rund 16 Monate rückwirkend. Was jetzt nicht geholt wird, ist danach fort — je früher, desto mehr bleibt.

Welche Besucherzählung soll ich nehmen?
Gezählt wird aus genau einer Quelle. Independent Analytics bleibt im Haus; Google Analytics 4 zählt mit Einwilligungsbanner meist nur einen Teil der Besuche. Ein Wechsel lässt sich rückgängig machen.

Wozu die Schnittstelle für SchallOS?
Eine übergeordnete KI darf damit Ihre Auswertungen lesen — nur lesend und nur mit einem Schlüssel, den Sie hier anlegen und widerrufen.

Zustand

Ob alles läuft, und wenn nicht, woran es hängt.

Die Warteschlange bewegt sich nicht — was tun?
Die Suite arbeitet über den Zeitplaner von WordPress. Ist WP-Cron abgeschaltet, muss ein Systemdienst ihn regelmäßig auslösen; sonst bleibt alles stehen.

Warum antwortet der Chat ohne meine Zahlen?
Unter „Auswertungen für den Chat“ steht, was fehlt — häufig eine WordPress-Version vor 6.9.

Was macht die tägliche Pflege?
Sie räumt alte Aufträge und Ereignisse auf und verdichtet alte Tageswerte zu Wochen, damit die Datenbank schlank bleibt.

Einstellungen › Übersicht

Die Einstellungen der Suite unter Einstellungen › Schall AI.

Warum liegen die Einstellungen nicht im Menü der Suite?
Alle Schall-Plugins teilen sich eine Einstellungsseite: KI-Anbieter, Schlüssel und Recherche richten Sie dort einmal für alle ein. Die Auswertungen bleiben im Menü „AI SEO Suite“.

Einstellungen › KI-Anbieter

Welche KI rechnet und wie viel sie darf.

Welche Qualität soll ich wählen?
Aktiv ist immer genau ein Anbieter; die Suite wählt je Aufgabe ein passendes Modell. „Sparsam“ nimmt kleine, schnelle Modelle, „Beste Qualität“ die stärksten — „Ausgewogen“ liegt dazwischen und passt meist.

Kann ich einer Aufgabe ein bestimmtes Modell geben?
Ja, unter „Je Aufgabe“: etwa ein schnelles Modell für Keywords und Auswahl im Chat, ein starkes für Chancen, Dossiers und Antworten. „Modelle messen“ zeigt, wie schnell jedes antwortet.

Was geschieht, wenn das Tagesbudget aufgebraucht ist?
Die KI-Läufe pausieren bis zum nächsten Tag; das Sammeln von Daten und alle Rechnungen laufen weiter.

Was überträgt die Suite an einen KI-Anbieter?
Titel, Kurzfassungen und Kennzahlen — keine vollständigen Seiteninhalte und keine Besucherdaten. Mit der Lokalen KI über den Schall AI Local Connector verlässt nichts das Haus.

Einstellungen › Recherche

Websuche und Seitenabruf für alle Schall-Plugins.

Wofür braucht die Suite einen Serper.dev-Schlüssel?
Für die Wettbewerber unter „Keywords“. Ein Schlüssel gilt für alle Schall-Plugins dieser Website, mit einem gemeinsamen Tageskontingent.

Kann der Schlüssel aus der Datenbank bleiben?
Ja: in der wp-config.php als Konstante gesetzt, wird ein hier eingegebener Schlüssel nicht verwendet.

Einstellungen › Inhaltsverzeichnis

Ein Inhaltsverzeichnis aus den Überschriften Ihrer Beiträge.

Wie setze ich ein Inhaltsverzeichnis?
[toc] an die gewünschte Stelle im Beitrag schreiben. Automatisch erscheint es nur, wenn Sie es hier für Inhaltstypen einschalten; ein [toc] im Text hat immer Vorrang.

Wie nehme ich eine Überschrift heraus?
Mit der CSS-Klasse no-toc an der Überschrift. Was andere Plugins beim Ausgeben einfügen, etwa Beitragstitel von Display Post Types, bleibt ohnehin draußen.

Was zeigt die Vorschau-Darstellung?
Anfangs zu: die ersten Einträge, dann „… alle anzeigen“. Wie viele es sind, stellen Sie unter „Einträge in der Vorschau“ ein.

Wie nehme ich einzelne Seiten aus?
Unter „Ohne Inhaltsverzeichnis“ die Seite anhaken; Beiträge als Adresse, Titel oder ID eintragen, je Zeile einer. Neben jeder Seite steht, wie viele Überschriften sie hat. Die Startseite bekommt nie von selbst ein Verzeichnis; ein [toc] im Text wirkt immer.

Einstellungen › Linkprüfung

Wie oft die Suite Links prüft und welche Adressen nie.

Was geht bei der Prüfung hinaus?
Je verlinkter Adresse ein Abruf. Die Zielserver sehen die Adresse Ihres Servers und Ihrer Website, keine Daten Ihrer Besucher. Zwischen zwei Abrufen beim selben Server liegt mindestens eine Sekunde.

Wofür ist „Nie prüfen“?
Für Domains, die automatische Abrufe nicht mögen oder nie erreichbar sind, etwa ein internes Netz. Diese Links ruft die Suite nicht ab; sie stehen als „ausgenommen“ in der Liste.

Wie viel prüft die Suite am Tag?
Was fällig ist, höchstens 3.000 Abrufe am Tag. Gesunde Links verteilen sich über ihren Abstand, damit nicht alle am selben Tag fällig werden.

Einstellungen › Videos

Das Video-Modul, seine Vorschaubilder, die Prüfung und die Vorschau im Frontend einstellen.

Was passiert beim Einschalten?
Die Suite liest alle veröffentlichten Beiträge und Seiten einmal im Hintergrund und danach jeden Beitrag, der gespeichert wird. Die Liste steht unter AI SEO Suite › Links › Videos.

Was passiert beim Ausschalten?
Die Erfassung hält an, das Inventar bleibt gespeichert. Wer wieder einschaltet, bekommt es auf den neuesten Stand gebracht.

Wie oft werden die Videos geprüft?
Im Prüfabstand, ab Werk wöchentlich. Die Prüfungen verteilen sich über den Zeitraum, und das Tagesbudget begrenzt sie; was darüber hinausgeht, kommt am nächsten Tag an die Reihe.

Brauche ich einen YouTube-Schlüssel?
Nein, aber er macht die Prüfung genauer: Er nennt den Grund, warum ein Video nicht spielt, und prüft 50 Videos mit einem Abruf. Der Schlüssel wird verschlüsselt gespeichert und nie wieder angezeigt.

Was geht für die Vorschaubilder hinaus?
Je Video eine Anfrage an YouTube bzw. Vimeo nach Titel, Kanal und Bild, danach einmal in der Woche. Die Anbieter sehen die Adresse Ihres Servers und die Kennung des Videos, keine Daten Ihrer Besucher. Ohne den Haken bleibt das Inventar, nur ohne Bilder und Titel der Anbieter.

Was zeigt die Vorschau im Frontend?
Statt des Players von YouTube oder Vimeo das Vorschaubild vom eigenen Server mit einem Play-Knopf. Erst ein Klick lädt den Player; vorher geht keine Verbindung zum Anbieter. Das gilt auch für iFrames, httpv://-Zeilen und [lyte] aus WP YouTube Lyte.

Was prüft die Suite bei ARTE, ARD, ZDF und 3sat?
Ob das Video abrufbar und einbettbar ist und bis wann es in der Mediathek bleibt. Vierzehn Tage vor dem Ablauf meldet der Verlauf das Video, damit Sie rechtzeitig Ersatz suchen können. Jeder Sender hat einen eigenen Schalter.

Wann kann ich WP YouTube Lyte abschalten?
Schalten Sie zuerst den Probebetrieb ein und sehen Sie sich als angemeldeter Administrator einige Beiträge an. Sehen die Videos richtig aus, stellen Sie auf „Ein“, leeren den Seiten-Cache und deaktivieren danach Lyte. Seine Schreibweisen versteht die Vorschau weiter.

Einstellungen › Datenschutz & Daten

Was Ihren Server verlässt und was beim Deinstallieren geschieht.

Werden meine Daten beim Deinstallieren gelöscht?
Nur, wenn Sie es hier einschalten — Standard ist aus, denn Zeitreihen lassen sich nicht wiederherstellen. Zugangsdaten entfernt die Deinstallation immer.

Was schreibe ich in die Datenschutzerklärung?
Einen Vorschlag stellt die Suite in den Leitfaden zur Datenschutzerklärung von WordPress.

Einstellungen › Lizenz

Edition, Updates und die Bindung an diese Website.

Kontaktiert die Suite bei jedem Seitenaufruf den Lizenzserver?
Nein. Geprüft wird einmal täglich im Hintergrund; fällt der Dienst aus, gilt der letzte bestätigte Zustand bis zu 14 Tage weiter.

Wo finde ich meinen Lizenzschlüssel?
Im Schall-Lizenzbereich, zusammen mit Download, Website-Plätzen und Rechnungen. Der Schlüssel wird beim Aktivieren nicht in WordPress gespeichert.

Ich ziehe auf eine neue Website um — was tun?
Hier „Lizenz auf dieser Website deaktivieren“ wählen; der Platz wird frei, gesammelte Daten bleiben. Dann auf der neuen Website aktivieren.

Einstellungen › Dokumentation

Dieses Handbuch als PDF, in elf Sprachen.

In welcher Sprache erscheint das Handbuch?
In der Sprache Ihres WordPress-Profils, wenn es das Handbuch darin gibt, sonst auf Englisch. Die Auswahl über dem Handbuch wechselt nur das Handbuch, nicht die Oberfläche.

Wie behalte oder drucke ich das Handbuch?
„PDF herunterladen“ speichert die Datei; sie öffnet sich dann in Ihrer Standard-App für PDFs. „In neuem Tab öffnen“ zeigt es in voller Größe im Browser, dort lässt es sich auch drucken.

Woher kommt das Handbuch?
Ihr Webserver lädt das aktuelle Handbuch höchstens einmal am Tag von markus-schall.de und behält eine Kopie; Daten von Personen gehen dabei nicht hinaus. Ist markus-schall.de nicht erreichbar, erscheint die letzte Kopie.

Glossar

Die wichtigsten Begriffe der Suite und ihrer Datenquellen, kurz erklärt.

Beleg	Ein gemessener Wert mit Quelle und Zeitraum, etwa die Impressionen einer Seite aus der Search Console. Chancen und Erläuterungen der KI stützen sich ausschließlich auf Belege.
Besuche	Aufrufe Ihrer Website laut der aktiven Besucherquelle, je Besuch einmal gezählt. Anders als Klicks umfassen sie alle Wege auf die Website, nicht nur die Google-Suche.
Besucherquelle	Das Werkzeug, aus dem die Suite Besuche und Zielerreichungen übernimmt: Independent Analytics, Google Analytics 4 oder Matomo. Es zählt immer genau eine (Kapitel 7).
Betriebsart	Legt fest, welche Modelle die Suite für welche Aufgabe wählt – von günstig bis zur besten Qualität oder ausschließlich lokal (Kapitel 5).
Chance	Eine nach festen Regeln gefundene Möglichkeit, die Website zu verbessern – mit Belegen, nachvollziehbarer Bewertung, Erläuterung der KI und Empfehlung (Kapitel 8).
Demo	Die Suite ohne aktive Lizenz: Sie wertet alles aus, begrenzt aber die tägliche KI-Arbeit und den sichtbaren Verlauf (Kapitel 10).
Dienstkonto	Ein Google-Konto für Programme statt für Personen. Einer der beiden Wege, die Search Console zu verbinden; es wird dort als Nutzer mit Lesezugriff eingetragen (Kapitel 6).
Eingriffe	Änderungen, die der Assistent im Chat vorschlägt, etwa ein Keyword zu verfolgen. Wirksam werden sie erst, wenn Sie sie ausführen; jeder Eingriff wird protokolliert (Kapitel 9).
Einstiegsseite	Die Seite, auf der ein Besuch beginnt. Ihr ordnet die Suite Besuche und Zielerreichungen zu.
Google Analytics 4	Der Dienst von Google für Besucherstatistik. Die Suite liest daraus Besuche und Schlüsselereignisse über denselben Google-Zugang wie die Search Console (Kapitel 7).
Google Search Console	Googles kostenloser Dienst mit den Suchdaten Ihrer Website: Suchanfragen, Impressionen, Klicks und Positionen. Die wichtigste Datenquelle der Suite (Kapitel 6).
Impressionen	Wie oft eine Seite in den Google-Suchergebnissen angezeigt wurde – unabhängig davon, ob jemand sie angeklickt hat.
Independent Analytics	Ein WordPress-Plugin für datenschutzfreundliche Besucherzählung. Die Suite übernimmt daraus die Besuche (Kapitel 7).

Inhaltsverzeichnis	Eine Liste der Überschriften eines Beitrags mit Sprungmarken. Mit [toc] im Text setzt die Suite es an diese Stelle; Darstellung und automatisches Einfügen stellen Sie im Reiter Inhaltsverzeichnis der Einstellungen ein. Was andere Plugins beim Ausgeben einfügen, bleibt draußen. Einzelne Seiten und Beiträge nehmen Sie dort unter „Ohne Inhaltsverzeichnis“ aus; die Startseite bekommt nie von selbst eins.
Interview	Fünf bis zehn Fragen in der Einrichtung, mit denen Sie das Websiteprofil bestätigen oder schärfen (Kapitel 4).
Kannibalisierung	Zwei eigene Seiten derselben Sprache erscheinen für dieselbe Suchanfrage und teilen sich ihre Impressionen. Die Suite zeigt solche Paare unter Keywords › Kannibalisierung, mit einem Gesundheitswert.
Keyword	Ein Suchbegriff. Verfolgte Keywords beobachtet die Suite täglich samt Historie; Kandidaten sind Vorschläge aus den Suchanfragen Ihrer Website. Eigene fügen Sie unter Keywords › Verfolgt hinzu.
KI-Anbieter	Der Dienst, der die Sprachmodelle bereitstellt: Anthropic, OpenAI, DeepSeek oder Ollama Cloud mit eigenem API-Schlüssel, Ollama auf Ihrem Server oder über den Local Connector auf Ihrem Computer (Kapitel 5).
Klickrate	Der Anteil der Impressionen, die zu einem Klick geführt haben: Klicks geteilt durch Impressionen, in Prozent.
Klicks	Wie oft jemand in den Google-Suchergebnissen auf eine Seite Ihrer Website geklickt hat.
Klicktiefe	Wie viele Klicks eine Seite von der Startseite entfernt ist. Tief liegende Seiten werden seltener gefunden.
Linkgesundheit	Der Zustand der Links Ihrer Website: Verweise auf nicht mehr erreichbare Ziele und andere Fehler, die Besucher ins Leere führen.
Maßnahme	Eine Änderung an der Website, etwa ein neuer Titel. Im Verlauf steht sie neben den Messungen; eigene Maßnahmen halten Sie als Notiz fest.
Matomo	Eine quelloffene Besucherstatistik, früher Piwik – als Matomo Cloud, auf einem eigenen Server oder als Plugin Matomo for WordPress (Kapitel 7).
OAuth	Das Anmeldeverfahren von Google. Damit geben Sie der Suite Lesezugriff auf die Search Console, ohne ein Passwort weiterzugeben (Kapitel 6).
Ollama	Software, die Sprachmodelle ausführt – auf einem eigenen Server, auf Ihrem Computer oder als Dienst Ollama Cloud.
Position	Die durchschnittliche Platzierung einer Seite in den Google-Suchergebnissen. 1 ist der oberste Treffer; ein kleinerer Wert ist besser.
Property	Eine Website in der Google Search Console, eingetragen als Domain oder als Adresspräfix (URL-Präfix).

REST-Schlüssel	Ein Zugangsschlüssel, mit dem eigene Anwendungen wie SchallOS die Auswertungen der Suite lesen (Kapitel 7).
Schall AI Local Connector	Eine App für Mac und Windows, mit der die Suite Ollama auf Ihrem eigenen Computer nutzt – Ende-zu-Ende verschlüsselt und ohne Portfreigabe (Kapitel 5).
Schlüsselereignis	In Google Analytics 4 eine Aktion, die als Erfolg zählt, etwa ein gesendetes Formular. Früher hieß sie Conversion.
Seitendossier	Die Detailansicht einer Seite: Entwicklung, Suchanfragen, Sprachfassungen, Links und offene Chancen.
Sichtbarkeit	Die Klicks, die die Impressionen einer Woche auf ihren Positionen erwarten lassen – gerechnet mit der Klickrate, die Ihre Website dort sonst erreicht. Sie sinkt, wenn Positionen oder Nachfrage nachlassen.
Sprachmarkt	Eine Sprachfassung der Website, die die Suite wie einen eigenen Markt auswertet. Gibt es nur bei mehrsprachigen Websites.
Suchanfrage	Der Wortlaut, den jemand bei Google eingegeben hat, als Ihre Seite in den Ergebnissen erschien.
Tagesbudget	Die Obergrenze in Zeichen, wie viel Text täglich an die KI geht. Ist sie erreicht, ruht die KI-Arbeit bis zum nächsten Tag.
Verfall	Eine Seite bekommt höchstens noch die Hälfte der Klicks ihres Spitzenmonats aus den letzten 16 Monaten – sie wird seltener gefunden oder seltener geklickt (Seiten › Verfall).
Verlauf	Die Zeitachse Ihrer Website aus Messungen und Maßnahmen. Sie zeigt, was nacheinander geschah – nicht, was was bewirkt hat.
Warteschlange	Die Aufgaben, die die Suite im Hintergrund abarbeitet, etwa Datenabgleich und Erläuterungen der KI. Den Stand zeigt Zustand.
Websiteprofil	Die Beschreibung Ihrer Website – Geschäftsmodell, Zielgruppen, Angebot, Ziele und Märkte –, auf der Bewertungen und KI aufbauen (Kapitel 4).
Zielerreichung	Ein erreichtes Ziel, etwa ein gesendetes Formular – aus Independent Analytics (Pro), den Schlüsselereignissen von Google Analytics 4 oder den Zielen von Matomo, gezählt je Einstiegsseite.

Stichwortverzeichnis

Kursive Seitenzahlen verweisen auf das Glossar.

A

Als Quelle verwenden 13, 26
Anwendungsdaten speichern 9
Auswertungen für den Chat 26

B

Beleg 5, 14, 24, 29, 31–32, 38, *46*
Besuche 3, 11–14, 18–19, 25–26, 29, 33, 37, 42–44, *46*
Besucherquelle 11, 25–26, *46*
Besucherzahlen 11–12, 26
Betriebsart 8, *46*

C

Chance 3–4, 12, 14–17, 20, 22–23, 30–33, 41, 43, *46*
Chat 22

D

Daten dieser Quelle löschen 13
Datenschutz & Daten 8, 25
Demo 3, 5, 20, 23–24, 38, *46*
Dienstkonto 9, 11, 26, 42, *46*
Dienstkonto speichern 9

E

Eingriffe 22, 31, *46*
Einrichtung 6
Einstiegsseite 11–12, 33, *46*
Erneut bei Google anmelden 26

F

Fragen 22

G

Google Analytics 4 4, 11–12, 25–26, 33, 42, *46*
Google Search Console 4, 6, 9, 11, 26, 28, 30, 34–36, 40, 42, *46*

H

Heute 6, 14–15, 28

I

Im Chat besprechen 22
Impressionen 9, 14, 28–30, 32, 34, 41, *46*
Independent Analytics 4, 11, 13, 33, 42, *46*
Inhaltsverzeichnis 43, *47*
Interview 6, 15, 20, 25, 38, 41, *47*

K

Kannibalisierung 15, 34, 36, *47*
Keyword 6, 13, 15, 17, 22–23, 34–36, 41, 43, *47*
KI-Anbieter 6, 8, 15, 25, 29, 31, 38, 42–43, *47*
Klickrate 15, 29–30, 32, 34, *47*
Klicks 9, 14–15, 17, 20, 29–30, 32, 34, 36, 40–41, *47*
Klicktiefe 15, 36, *47*

L

Linkgesundheit *47*
Lizenz 5, 27
Lizenz auf dieser Website deaktivieren 24
Lizenz jetzt prüfen 24, 27
Lizenz kaufen 23

M

Maßnahme 14–15, 30, 38, 40, *47*
Matomo 4, 11–12, 25–26, 33, *47*
Modelle laden 8

O

OAuth 9, *47*
Ollama 4, 6, 8, *47*

P

Position 9, 15, 28–30, 32, 34–35, *47*
Property 9–12, 26, *47*
Property übernehmen 9

R

Recherche 13
REST-Schlüssel 13, 25, *48*
Rückgängig 12, 26

S

Schall AI Local Connector 4, 8, 43, *48*
Schall Internal Links AI 13
Schlüssel anlegen 13
Schlüsselereignis 11–12, *48*
Schnittstelle für SchallOS 13
Seiten 11, 15
Seitendossier 13, 15, 20, 22, 41, *48*
Serper.dev 4, 13, 17, 20, 34, 43
Sichtbarkeit 14–15, 22, 30, 34, *48*
Speichern und prüfen 12, 26
Sprachmarkt 12–13, 15, 23, 27, 29, 40, *48*
Suchanfrage 6–7, 9, 13, 15, 22, 25, 28, 30, 32–34, 36, 41, *48*

T

Tagesbudget 8, 18, 26, 37, 43–44, *48*
TranslatePress 3–4, 13, 27

V

Verbindungen 9–11, 13, 26
Verbindung prüfen 8, 26
Verfall 28, 32–33, *48*
Verlauf 12, 14–15, 17–20, 23, 29–30, 32, 38–41, 44, *48*

W

Warteschlange 15, 27, 29, 42, *48*
Websiteprofil 4, 6–7, 15, 34–35, 41, *48*
Website verstehen 7

Z

Zielerreichung 11–12, *48*
Zugangsdaten teilen 8
Zustand 26–27