

Mario Träger

Google Search Console Beta – die Search Console rüstet auf

Seit einigen Monaten testete Google bereits die neue Search Console Beta mit einer ausgewählten Zahl an Nutzern. Nun wurde die neue Search Console für alle Nutzer freigegeben. Ein guter Grund, sich alle neuen Funktionalitäten der Search Console einmal genauer anzusehen sowie zu prognostizieren, welche neuen Funktionen im Laufe des Jahres dazukommen könnten.

Google schraubte in den letzten Jahren immer wieder sporadisch an der Search Console (ehemals Webmaster Tools) und fügte Funktionen hinzu, nahm andere weg. Nun folgt eine komplett überarbeitete Version der Search Console. Nachdem Google seine Search Console Beta in kleinem Kreis getestet hatte, wurde gegen Ende Januar damit begonnen, die neue (Beta-)Version des Tools an alle verifizierten Nutzer auszurollen.

Google war es hierbei sehr wichtig, das Feedback der Nutzer in die Verbesserung der Search Console einfließen zu lassen. Laut Google wurde hierfür das Feedback über drei

verschiedene Kommunikationskanäle gesammelt: Zum einen waren das die Wünsche der top-beitragenden Personen aus dem Google-Hilfeforum, zum anderen das Feedback, welches innerhalb der Search Console in den Feedback-Report eingetragen wurde, sowie das Search Console Panel, welches aus 400 zufällig ausgewählten Search-Console-Nutzern bestand.

Bereits in den letzten Wochen informierte Google per E-Mail, sobald man die neue Search Console nutzen konnte. Falls Sie noch nicht in den Genuss gekommen sind: Zu den neuen Funktionen der Search Console kommt man

DER AUTOR



Mario Träger ist Geschäftsführer und SEO-Experte der Agentur Webworks (www.webworks-agentur.de). Er unterstützt große und mittelständische Online-Shops im Bereich der Suchmaschinenoptimierung. Zuletzt war er bis 2014 Head of SEO der Witt-Gruppe (member of the otto group).

bequem über einen Link oberhalb der Navigation (siehe Abbildung 1).

Solange die neue Search Console nicht vollständig mit allen Funktionen eingerichtet wurde, kann man zwischen neuer und alter Version hin und her springen.

Die neuen Funktionen aus der Google Search Console Beta

Nun folgt ein kurzer Einblick in die neuen Features der Search Console Beta und wie diese bei der Optimierung Ihrer Webseite helfen können.

Dashboard

Das Dashboard der Google Search Console Beta zeigt das neue Design des Tools. Dies wirkt deutlich aufgeräumter und orientiert sich stark an der neuen Google-AdWords-Benutzeroberfläche (siehe Abbildung 2). Wie man bereits am Screenshot des Dashboards sehen kann, sind die Funktionalitäten jedoch noch recht überschaubar.

Leistung

Eine lang erwartete Neuerung ist der sogenannte Leistungsbericht. Im Grunde handelt es sich hierbei um eine überarbeitete Version der altbekannten Suchanalyse (siehe Abbildung 3).

Die große Neuerung: Daten werden nun nicht mehr nur 90 Tage zur Verfügung stehen, sondern ab jetzt ganze 16 Monate. Dies ermöglicht eine längerfristige Betrachtung und Auswertung bis hin zu Vorjahresvergleichen. Diese Funktion kommt wohl den meisten aktiven Nutzern der Search Console zugute und ist eine deutliche Verbesserung.

Die Abfrage der vollständigen Daten über die Search Console API ist bisher noch nicht umgesetzt, sollte laut Google jedoch schon sehr bald funktionieren.

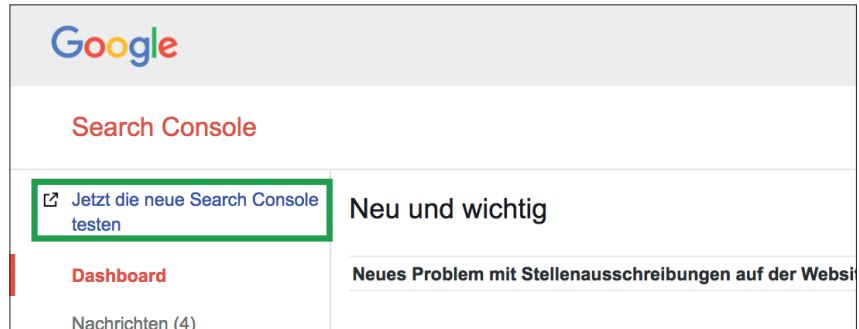


Abb.1: Link zur neuen Search Console

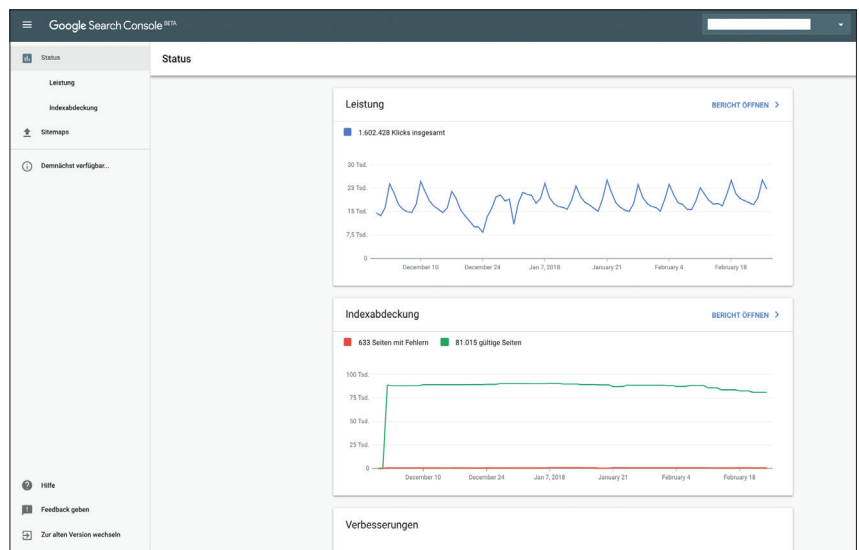


Abb.2: Dashboard der Search Console Beta

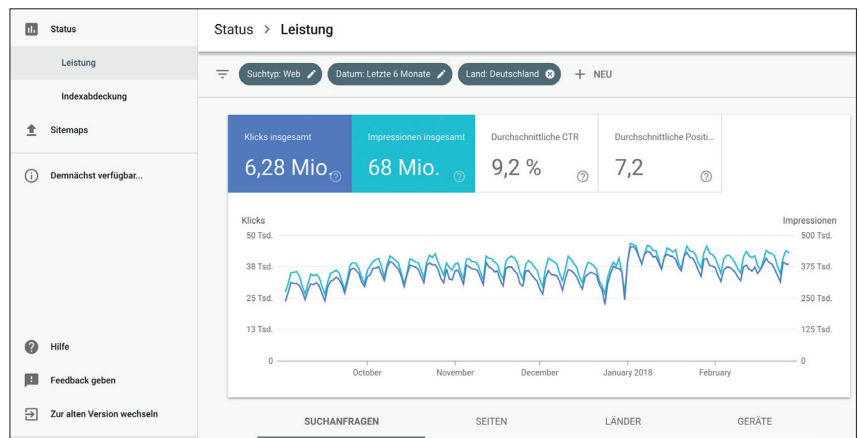


Abb.3: Leistungsbericht der Search Console Beta

Statusbericht zur Indexabdeckung

Die Indexabdeckung ist neben dem Leistungsbericht die neue Funktion in der Google Search Console. Bisher bekam man zum Thema Indexierung von Google recht wenig Einblick. Der neue Report gibt hingegen einen umfassenden Überblick über den Status der Indexierung einer Webseite

und zeigt Fehler an, welche die Indexierung von Seiten verhindern können. Somit hat man in Zukunft eine deutlich verbesserte Kontrolle und vor allem ein erweitertes Feedback direkt von Google (siehe Abbildung 4).

Die vier unterschiedlichen Status des Berichts können einzeln oder gemeinsam ausgewählt werden, um detaillierte Fehlergründe zu erhalten:

Fehler (rot): Seiten, die schwerwiegende Fehler aufweisen, welche es nicht ermöglichen, die Seiten zu indizieren. Diese Seiten werden von Google daher nicht in den Suchergebnissen angezeigt. Unter dem Status „Fehler“ findet man vor allem die bereits bekannten Crawling-Fehler aus der aktuellen Search Console. Neu in dem Bericht hingegen sind die Gründe, welche mit „Gesendete URL ...“ beginnen. Hier fasst Google alle URLs zusammen, welche über die XML-Sitemap an Google gesendet wurden, jedoch nicht indiziert werden können. Gründe hierfür können bspw. 404-Fehler oder Seiten mit Noindex-Status innerhalb der Sitemap sein. Um die Fehler möglichst kleinzuhalten, ist es demnach unumgänglich, die eigene XML Sitemap so sauber wie möglich zu halten.

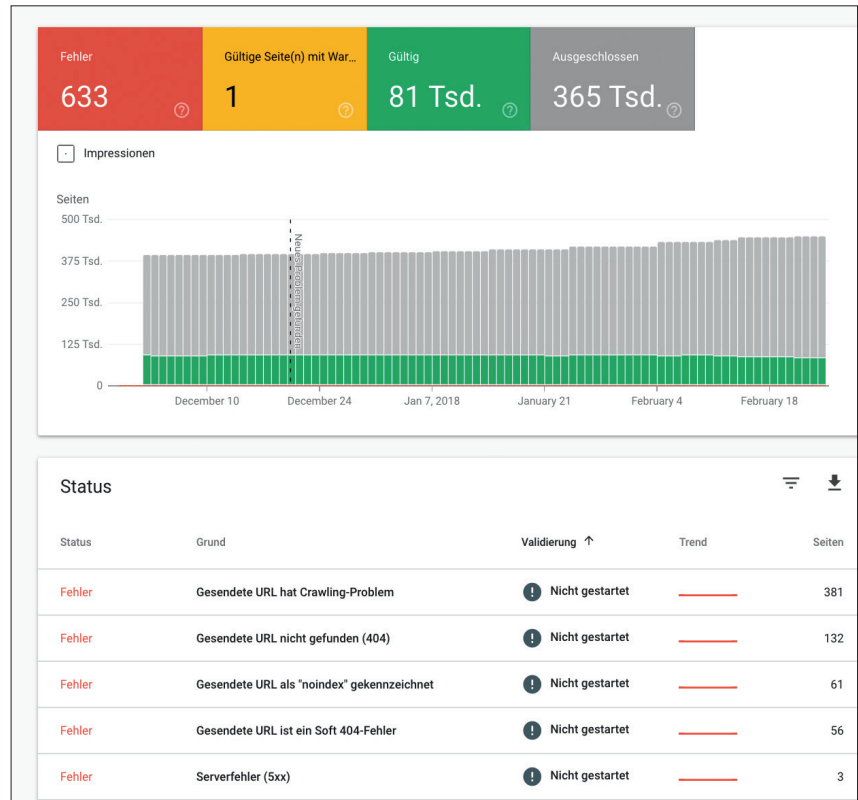


Abb.4: Bericht zur Indexabdeckung

Ultraschnelles
High-Performance
SSD-Webhosting mit nginx



Seiten mit Warnungen (orange):

Indexierte Seiten, die Probleme aufweisen. Das könnten z. B. Hinweise darauf sein, dass diese gar nicht indexiert werden sollten.

Hier findet sich vor allem der beliebte Fehler, dass Inhalte per robots.txt blockiert werden, Google jedoch diese Seiten aufgrund ihrer internen Verlinkung trotzdem indexiert. Möchte man dies verhindern und die Seiten trotzdem aus dem Index fernhalten, sollte man die Seiten auf noindex setzen und die Regelung aus der robots.txt entfernen.

Gültige Seiten (grün):

Seiten, die keine Fehler oder Probleme vorweisen und von Google indexiert wurden. Hier findet man seine aktuell indexierten Seiten bei Google. Bei den Gründen für eine Indexierung unterscheidet Google nun zwischen „Gesendet und indexiert“ und „Indexiert, nicht in Sitemap gesendet“. Insbesondere der letzte Punkt ist sehr interessant, da mithilfe der Daten Stück für Stück die eigenen XML-Sitemaps vervollständigt werden können. Dies sind nämlich Seiten, welche von Google wahrscheinlich zu Recht indexiert werden, jedoch noch nicht in der eigenen Sitemap enthalten sind.

Ausgeschlossene Seiten (grau):

Absichtlich von der Indexierung ausgeschlossene Seiten. Laut Google werden im letzten Reiter alle höchstwahrscheinlich beabsichtigt von der Indexierung ausgeschlossenen Seiten gesammelt. Die Gründe sollte man sich jedoch auf jeden Fall genau ansehen.

Unter anderem findet man hier den Grund „Duplikat aber ohne kanonisches Tag“. Hier nennt Google also selbst Duplicate Content, welcher bisher vom Webseitenbetreiber nicht als solcher ausgewiesen wurde. Auch gibt es den Grund „Google hat eine andere Seite als der Nutzer als kanonische Seite bestimmt“. Hier wurde im Grunde eine URL von mehreren

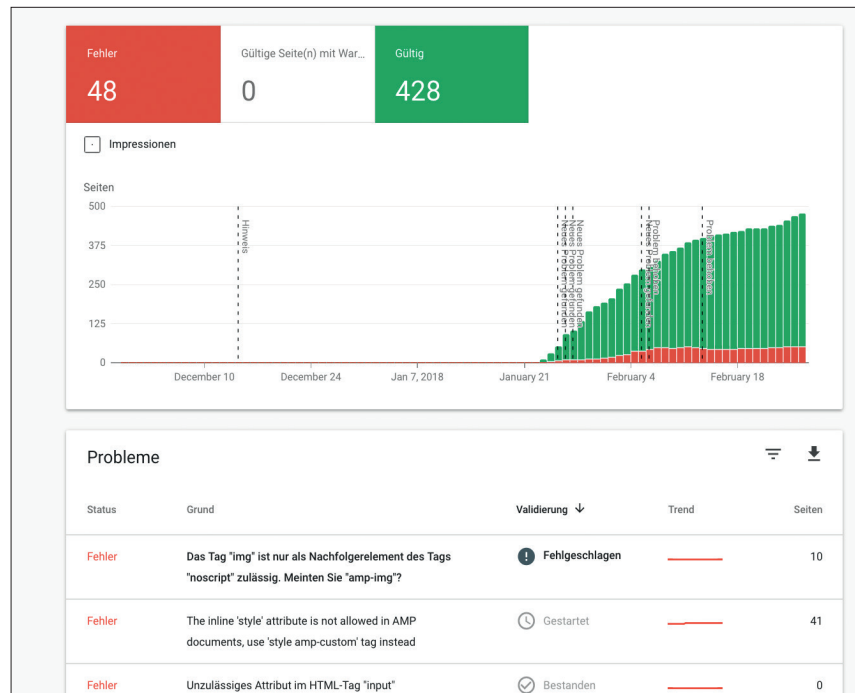


Abb.5: Fehlerbericht für AMP-Seiten

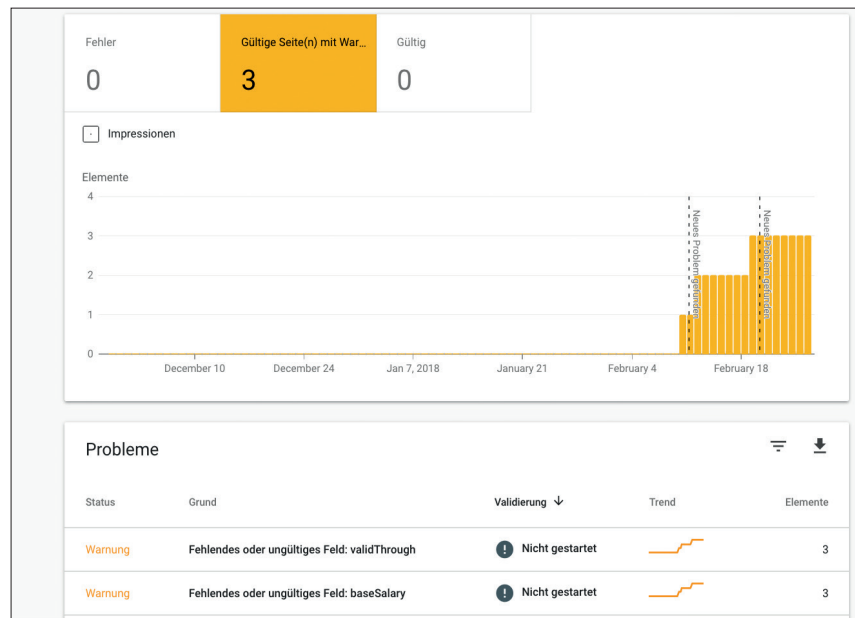


Abb.6: Fehlerbericht für Stellenanzeigen

Status > Indexabdeckung > Gesendete URL nicht gefunden (404) TEILEN

Alle bekannten Seiten Zuletzt aktualisiert: 24.02.18

Gesendete URL nicht gefunden (404)
Erstmals erkannt am: 20.12.2017 Status: Fehler

WEITERE INFORMATIONEN

Fehlerbehebung fertig? FEHLERBEHEBUNG ÜBERPRÜFEN

Abb.7: Fehlerreports teilen und Fehlerbehebung überprüfen als neue Funktionen

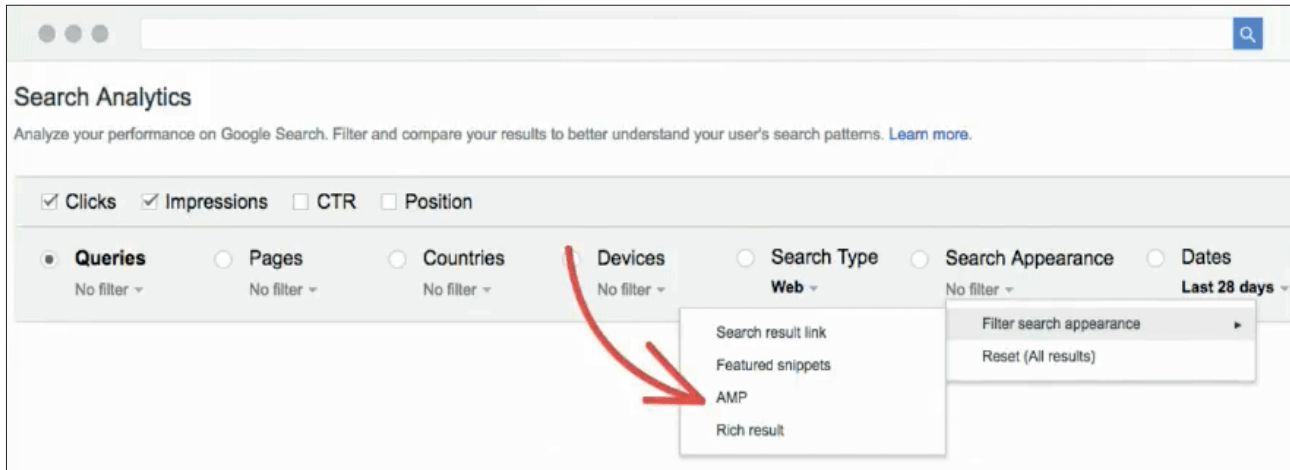


Abb.9: Filtermöglichkeit nach Featured Snippets innerhalb der Search Console

Seiten als kanonische URL gekennzeichnet, es zeigen demnach mehrere Canonical-Tags auf die betroffene URL. Aus Sicht von Google eignet sich jedoch eine andere URL als kanonische URL. Klickt man bei den betroffenen Seiten auf den Link „Als Suchergebnis

ansetzen“, führt Google eine „info“-Abfrage durch und man erhält als Suchergebnis in vielen Fällen die für Google korrekte URL. Dies sind wichtige Informationen, die zur Verbesserung der eigenen Canonical-Regelungen beitragen können.

Auch interessant ist der neue Einblick in das Crawling verschiedener Seiten. Hier gibt es den Report „Gecrawlt – derzeit nicht indexiert“ und „Gefunden – zurzeit nicht indexiert“. Insbesondere beim letzten Punkt hat Google die Seite zwar

Ultraschnelles
High-Performance
SSD-Webhosting mit **nginx**

gefunden, konnte diese jedoch bspw. aufgrund einer Überlastung der Seite nicht indexieren. Dies könnte unter Umständen auch auf eine Überschreitung des Crawling-Budgets hinweisen. Laut Google wird hier das Crawling der Seiten neu geplant und zu einem anderen Zeitpunkt wiederholt. Sind die Seiten bei beiden Gründen recht hoch, sollte man sich hier auf jeden Fall intensiv damit auseinandersetzen, um möglichst alle Inhalte vollständig in den Index zu bekommen.

Sitemaps

Unter dem Menüpunkt „Sitemaps“ findet man wie gewohnt die Möglichkeit, eine oder mehrere XML-Sitemaps an Google zu geben. In dem Report selbst hat sich nicht viel geändert. Eine große Verbesserung gegenüber der alten Search Console ist jedoch, dass der Inhalt der jeweiligen XML-Sitemap im Statusbericht der Indexabdeckung analysiert werden kann. Somit kann man ab sofort bequem über die Search Console den Inhalt der XML-Sitemap auf Fehler überprüfen. Werden bspw. 404-Fehlerseiten oder Seiten, welche auf noindex gesetzt sind, per Sitemap an Google übergeben, wird dies bei der Indexabdeckung als Fehler ausgegeben. Wie bereits unter Indexabdeckung beschrieben, findet man diese Fehler unter dem Grund „Gesendete URL ...“.

Statusbericht zu AMP-Seiten

Speziell für AMP-Seiten gibt die neue Search Console nützliche Tipps, um Fehler bei der Implementierung vermeiden zu können. Wie im Bericht zur Indexabdeckung kann hier zwischen Fehlern, Warnungen und gültigen Seiten unterschieden werden.

Wurden auf Ihrer Webseite bisher keine AMP-Seiten implementiert, blendet Google den Punkt „AMP“ innerhalb der Navigation aus.

Statusbericht zu Stellenausschreibungen

Sobald mögliche Stellenausschreibungen mithilfe von schema.org ausgezeichnet wurden, zeigt Google den Menüpunkt „Stellenausschreibungen“ an (siehe Abbildung 6). Das Google ausgerechnet Stellenausschreibungen als ersten Punkt innerhalb der Rich Snippets in die neue Search Console übernahm, zeigt wohl auch, wie wichtig das Projekt „Google for Jobs“ und die Integration von Stellenanzeigen direkt in die Google-Suche aus Sicht der Suchmaschine wird. In den USA hatte Google bereits im Juni 2017 mit der direkten Integration von Jobs in die Suchergebnisse begonnen.

Weitere Funktionalitäten

Die einzelnen Menüpunkte wurden bereits angesprochen, was Google jedoch auch neu einführte, ist die Möglichkeit, Fehlerreports zu teilen sowie Fehlerbehebungen zu überprüfen (siehe Abbildung 7).

Mithilfe der Möglichkeit, Fehlerreports zu teilen, kann man bspw. dem Ansprechpartner in der Technikabteilung über einen öffentlichen Link einen gesonderten Fehlerpunkt freigeben mit der Bitte, das Problem schnellstmöglich zu beheben.

Nach erfolgreicher Behebung des jeweiligen Problems kann mit Klick auf „Fehlerbehebung überprüfen“ die Überprüfung seitens Google neu gestartet werden. Somit hat man die Möglichkeit, immer aktuelle Fehlerberichte von Google zu erhalten. Die jeweiligen Seiten werden von Google mit höherer Priorität gecrawlt und neu verarbeitet. Innerhalb des Fehlerberichts zu Stellenanzeigen und AMP-Seiten wird bei Klick auf „Fehlerbehebung überprüfen“ sogar ein Soforttest gestartet, welcher innerhalb weniger Sekunden ein direktes Feedback zur Fehlerbehebung gibt.

Zudem hat man in der Beta-Variante der Google Search Console innerhalb

der Fehlerberichte die Möglichkeit, für jede einzelne Seite die genaue Zeitangabe des letzten Crawlings einzusehen. Auch kann man direkt über den Fehlerbericht einzelne Seiten an den Index senden oder auch die Funktion „Abruf wie durch Google tätigen“. Dies hilft dabei, die Ursache des Problems schnellstmöglich zu erkennen (siehe Abbildung 8).

Welche Funktionen kommen in Zukunft dazu?

Noch nicht alle Funktionen aus der aktuellen Google Search Console wurden in die Beta-Version umgezogen. Auch ist noch offen, ob einige alte Funktionen wegfallen und auch komplett neue Funktionalitäten dazukommen. Dies bedeutet, dass es wahrscheinlich noch ein wenig dauern wird, bis Google mit der neuen Search Console endgültig fertig ist. Für uns heißt dies aber auch, dass wir uns noch auf einige überarbeitete und vielleicht auch neue Funktionen freuen dürfen:

Strukturierte Daten/Rich Cards/Data Highlighter

In den Suchergebnissen zeigt Google immer mehr sogenannte Rich Snippets an und wird daher die Funktionen „Strukturierte Daten“ sowie „Rich Cards“ auf keinen Fall entfernen. Der Statusbericht „Stellenausschreibungen“ wurde bereits in die Beta Version implementiert und wird angezeigt, sobald semantische Informationen zu Jobs auf der Seite zu finden sind. Es ist davon auszugehen, dass Google dies mit weiteren Auszeichnungen wie Produkten, Rezepten oder Veranstaltungen auch so umsetzt. Auch John Mueller selbst hatte dies bereits in einem englischen Webmaster Hangout vom 20.02.2018 angesprochen. Demnach sollen ähnliche Funktionen wie der Report für strukturierte Daten, Rich Cards, aber auch Rich Results zusammengefasst werden, da sie sich alle um

ein ähnliches Thema bewegen.

Der „Data Highlighter“ sollte eigentlich dabei helfen, Inhalte ohne Programmieraufwand auszeichnen zu können. Nur tat er dies in den seltensten Fällen wirklich, aus diesem Grund kann vermutet werden, dass die Funktion wahrscheinlich nicht mehr in der neuen Version zu finden sein wird.

HTML-Verbesserungen

Der Report über HTML-Verbesserungen wurde von Google seit Langem nicht mehr angepackt und hat dadurch sehr viel Luft nach oben. Bisher zeigt die Funktion Probleme mit dem Title Tag und der Meta Description an. Neben fehlenden Inhalten informiert Google auch über doppelte, zu lange und zu kurze Inhalte. Google wird zwar immer besser dabei, die fehlenden Informationen in Snippets selbst zu ersetzen, trotzdem sollte Google an sinnvollen Title Tags und Meta Descriptions direkt vom Seitenbetreiber viel liegen. Bisheriges Problem mit den HTML-Verbesserungen waren die oftmals veralteten Daten. Daher dauerte es auch längere Zeit, bis überarbeitete Inhalte wirklich aus der Fehlerliste verschwanden. Dies könnte man jedoch über die in der neuen Search Console bestehende Funktion „Fehlerbehebung überprüfen“ elegant lösen.

Links zu Ihrer Website/ interne Links

Über aktualisierte und verbesserte Linkdaten würden sich wohl einige Webseitenbetreiber freuen. Daher werden auch die Reports zu externen sowie internen Links höchstwahrscheinlich erhalten bleiben.

Internationale Ausrichtung

Besonders für internationale Webseiten nützlich ist der Fehlerbericht „Internationale Ausrichtung“. Auch diesen wird Google in die neue Search

Console übertragen, da Sie auf eine saubere „hreflang“-Implementierung angewiesen sind. Diese Implementierung hilft Google dabei, Länder- und Sprachvarianten korrekt zu erkennen und diese in den Suchmaschinen auszuliefern.

Nutzerfreundlichkeit auf Mobilgeräten

Sehr spannend wird der neue Report für „Nutzerfreundlichkeit auf Mobilgeräten“. Google rückt den Fokus mit Einführung des Mobile-First-Index ja zukünftig vor allem auf die mobile Variante einer Webseite. Daher sollte auch der Report an sich eine verbesserte Datenbasis erhalten.

Weitere Funktionen

Eine weitere spannende Funktion innerhalb des Leistungsberichtes wäre es, direkt anzuzeigen, über welche Elemente ein Besucher innerhalb der Google-Suche auf die eigene Webseite kam. John Mueller hatte bereits in einem englischen Google Webmaster Hangout vom 11.03.2016 darauf hingewiesen, dass solch eine Funktion in Zukunft kommen könnte und im Webmaster Hangout vom 20.02.2018 auch den Begriff „Rich Results Report“ aufgegriffen. Demnach hätte man direkt die Möglichkeit zu sehen, ob Klicks bspw. über Featured Snippets oder AMP-Einbindungen kommen. In der alten Search Console konnte man zumindest seit einiger Zeit bereits unter „Darstellung der Suche“ nach AMP-Seiten und Ergebnissen mit Rich Snippets (Rich Media) filtern. Dies wurde bisher aber nicht in die neue Version mit aufgenommen. Wann diese Zusatzfunktion kommt, steht bis jetzt noch nicht fest. Unter anderem konnte man bereits 2016 bei einer Präsentation des Google-Mitarbeiters Richard Gingras den Screenshot in Abbildung 9 sehen (*Quelle: <http://einfach.st/sel9>*):

Die würde insbesondere die

Optimierung von Featured Snippets deutlich erleichtern. Hierzu muss man aktuell noch auf Dritt-Tools wie Sistrix zurückgreifen, um überhaupt sehen zu können, zu welchen Ergebnissen Google eine Antwortbox einbindet.

Auch muss man aktuell noch auf die mobile Version der neuen Search Console sowie auf die neue Search Console API warten. Google wird hier jedoch wie gewohnt informieren, sobald diese Funktionen bereitstehen.

Fazit

Google hat mithilfe des Nutzer-Feedbacks eine deutlich verbesserte Version der Google Search Console veröffentlicht. Bisher fehlen zwar noch etliche Funktionen aus der gewohnten Version, die zusätzlichen Features der Search Console greifen jedoch einige lang erwartete Verbesserungen auf. Insbesondere die Möglichkeit, Daten mithilfe des Leistungsreports über 16 Monate hinweg einsehen zu können, verbessert die Funktionalität enorm. Auch der neue Report der Indexabdeckung beschert bisher noch nicht da gewesene Einblicke in das Crawling und daraus resultierende Probleme mit der eigenen Seite. Die Funktion „Fehlerbehebung überprüfen“ wird zudem das Problem oftmals veralteter Daten aus der bisherigen Search Console lösen. Abzuwarten bleibt, wann Google alle Funktionen überträgt. Auf neue Funktionalitäten im Laufe des Jahres kann man sich somit freuen und mit der Unterstützung von Google zukünftig die eigene Webseite noch gezielter optimieren. ¶