



Stephan Czysch

Die neuen

Bing-Webmaster-Tools

unter der Lupe

Egal ob Google, Bing oder Yandex – alle Suchmaschinen bieten kostenfreie Webmaster-Tools an, in denen Webmaster Daten über die eigene Website erhalten. Nachdem Google bereits vor einiger Zeit damit begonnen hat, die Google Search Console rundzuerneuern, zieht Bing nach und präsentiert bekannte und neue Funktionen der Bing-Webmaster-Tools in frischem Design. Da trotz aller Unterschiede in den Ranking-Algorithmen das Crawling einer Website für alle der genannten Suchmaschinen wichtig ist, sollte ein Blick in die unterschiedlichen Webmaster-Tools fast schon Pflicht sein. Erfahren Sie in diesem Beitrag des Experten Stephan Czysch, welche Funktionen der Bing-Webmaster-Tools Ihr Ranking auch bei Google steigern können und was das Tool zu bieten hat.

Aufgrund der starken Marktposition Googles für allgemeine Websuchen in Deutschland richten nur sehr wenige Webmaster den Blick auf die Suchmaschine von Bing. Dabei bietet die Suchmaschine aus dem Hause Microsoft hochwertige Suchergebnisse, wenngleich dies (noch?) nicht in der breiten Öffentlichkeit angekommen ist. Doch durch die regelmäßige Verzahnung mit anderen Microsoft-Angeboten wie vor allem dem Windows-Betriebssystem und der Cortana-Sprachsuche landen auch auf meinem Laptop immer wieder Suchanfragen bei Bing. Nicht zu vergessen sind zudem Unternehmen, die ihren Mitarbeitern keine freie Browserwahl erlauben und bei denen womöglich Bing als Standardsuchmaschine voreingestellt ist. Und wenn Sie sich fragen, woher der aktuell rege diskutierte Suchdienst Ecosia seine Daten bezieht: Ebenfalls von Bing!

Wenn dies noch nicht Grund genug ist, sich intensiver mit dem Bing-Universum auseinanderzusetzen, dann weiß ich auch nicht. Zumal es Bing der Google-Gemeinde sehr einfach macht, die Alternativprodukte aus dem Hause

Microsoft zu nutzen. Ob Bing Ads, Bing-Webmaster-Tools oder Bing Maps: Daten aus den Google-Diensten lassen sich mit wenig Aufwand importieren und so z. B. Werbekampagnen in beiden Suchmaschinen fahren.

Wenn selbst das Sie noch nicht überzeugt, dann möchte ich Ihnen ein weiteres Argument pro Bing an die Hand geben – wenngleich dies erst mal nur auf die Bing-Webmaster-Tools zutrifft. Für Bing und Google ist das Crawling von Website-Inhalten eine zentrale Komponente ihrer Suchmaschinen und beide haben dabei mit identischen Herausforderungen zu arbeiten, beispielsweise mit defekten Verlinkungen oder doppelten Inhalten. Beim Crawling einer Website fällt eine ganze Reihe von Daten an, die Ihnen die Suchmaschinen zur Verbesserung an die Hand geben wollen. Denn nicht nur Crawler profitieren von einer besseren Website, sondern auch und vor allem Ihre Besucher. Mehr Daten direkt von den Suchmaschinenbetreibern zu bekommen, ist doch die beste Datenquelle, oder? Also rein in die Bing-Webmaster-Tools.

DER AUTOR



Stephans Leidenschaft gilt besseren Websites. Seit seinem Abschied aus dem von ihm gegründeten Online-Marketing-Team von Dept (ehemals Trust Agents) unterstützt er Unternehmen und Inhouse-Teams auf Projektbasis. Stephan spricht regelmäßig auf Konferenzen zu Themen wie Online-Marketing-Strategien und datengetriebenes SEO. Sein Wissen können Sie in Form seiner Bücher konsumieren – oder besuchen Sie eines seiner Seminare.

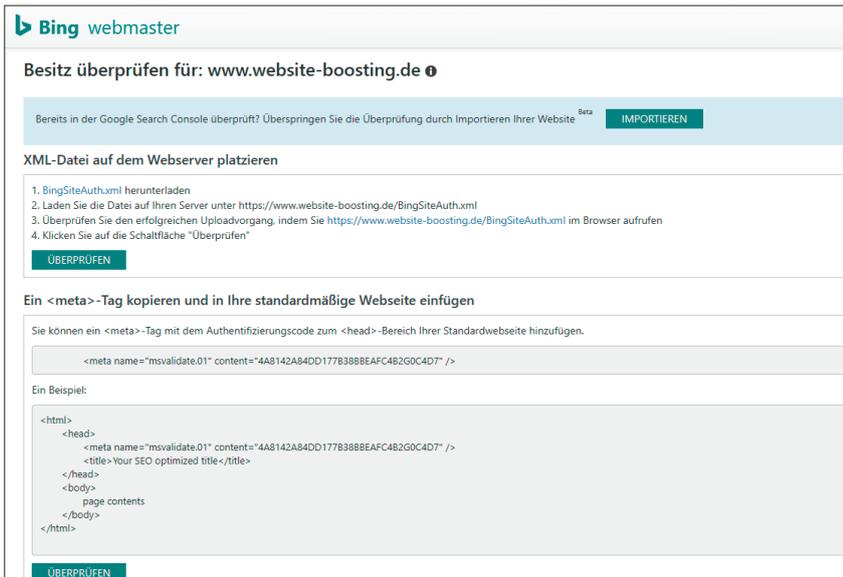


Abb. 1: Um Zugriff auf die Bing-Webmaster-Tools zu erhalten, muss entweder ein Verifizierungsschlüssel auf der Website eingefügt werden oder ein Import von Google-Search-Console-Daten erfolgen



Abb. 2: Um zur Beta-Version der Bing-Webmaster-Tools zu gelangen, müssen Sie den Links bei bereits migrierten Funktionen folgen

Bevor es losgehen kann: Die eigene Website in Bing Webmaster Tools verifizieren

Analog zu der Nutzung der Google-Services benötigen Sie zur Nutzung von Bing ein eigenes Nutzerkonto. Mittlerweile ist es möglich, sich bei Bing mit einem bestehenden Google- oder gar dem Facebook-Konto anzumelden. Wählen Sie einfach die Variante, die für Sie am besten passt.

Da in den Webmaster-Tools einige mächtige Funktionen warten, sollen nur berechnigte Personen auf die Daten zugreifen können. Um dies zu gewährleisten, ist die Integration eines persönlichen Verifizierungsschlüssels oder alternativ ein Datenimport aus der Google Search Console erforderlich.

Um eine einzelne Website zu bestä-

tigen, müssen Sie deren Adresse auf der Startseite der Bing-Webmaster-Tools unter www.bing.com/toolbox/webmaster eintragen. Anschließend gelangen Sie zu der in Abbildung 1 zu sehenden Bestätigungsseite.

Egal ob bereits auf der Startseite der Bing-Webmaster-Tools oder in der Einzelbestätigung: Den wenigsten Aufwand dürfte der Import der bestätigten Websites aus der Google Search Console verursachen. Dadurch erhalten Sie ohne die Integration des Bing-Verifizierungsschlüssels Zugriff auf die Daten der Domains.

Nach erfolgter Verifizierung können Sie direkt loslegen. Durch die Auswahl einer bestätigten Website auf der Startseite der Webmaster-Tools gelangen Sie zunächst zu den klassischen Bing-Webmaster-Tools. Bisher gibt es zur Beta-

Version außerhalb der einzelnen bereits aktualisierten Tools keine präsente Verlinkung.

Wechseln Sie beispielsweise zu „SEO-Berichte“ unter „Berichte & Daten“, dann verweist Bing auf die neue Beta-Version. Teilweise sind bisherige Funktionen wie beispielsweise „Site-maps“ unter „Meine Site konfigurieren“ vollständig abgeschaltet, teilweise können wie unter „SEO-Berichte“ die alte und neue Version parallel verwendet werden.

Aktuell finden Sie in der neuen Version der Bing-Webmaster-Tools die folgenden Funktionen:

- » Search Performance zur Analyse von Suchanfragen und Einstiegsseiten
- » Sitemaps zur Überprüfung und Einreichung von (XML-)Sitemaps
- » URL Submission, um bis zu 10.000 URLs täglich direkt von Bing (neu) indexieren zu lassen
- » Backlinks zur Analyse von Links zur eigenen oder auch Dritt-Websites
- » Schlüsselwort-Recherche für die Recherche von Keyword-Suchvolumina bei Bing
- » SEO Reports für das Aufspüren von Onpage-Optimierungspotenzialen
- » Site Scan für das Starten eines Crawls mit bis zu 10.000 URLs
- » Crawlsteuerung, um die eigene Website von Bing z. B. in der Nacht häufiger crawlen zu lassen
- » URLs blockieren, um einzelne Seiten oder Verzeichnisse schnell zu deindexieren
- » Verify Bingbot, um zu überprüfen, ob ein Zugriff über den Bingbot User-Agent wirklich von Bing kommt oder nicht

Schauen wir uns einzelne Funktionen der Bing-Webmaster-Tools Beta nun genauer an.

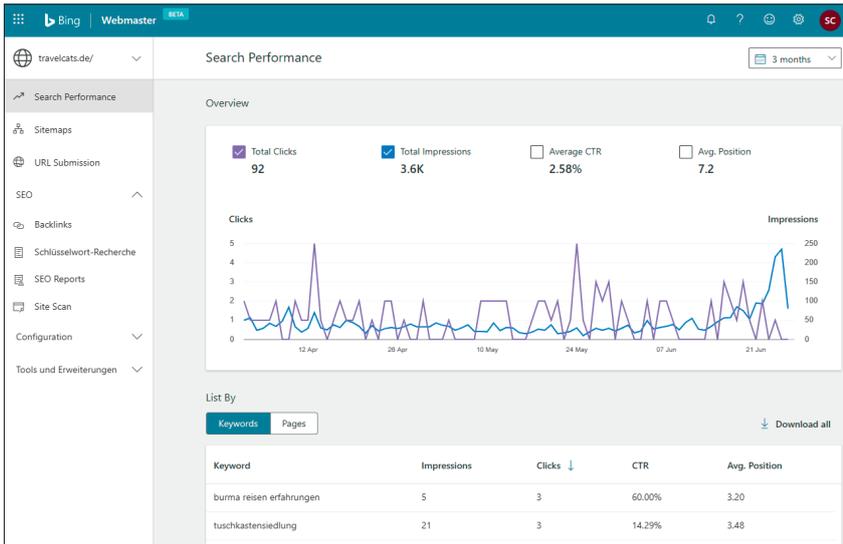


Abb. 3: Mit Search Performance können Sie die Keywords und Einstiegsseiten über die organische Bing-Suche im Zeitraum der letzten sechs Monate analysieren

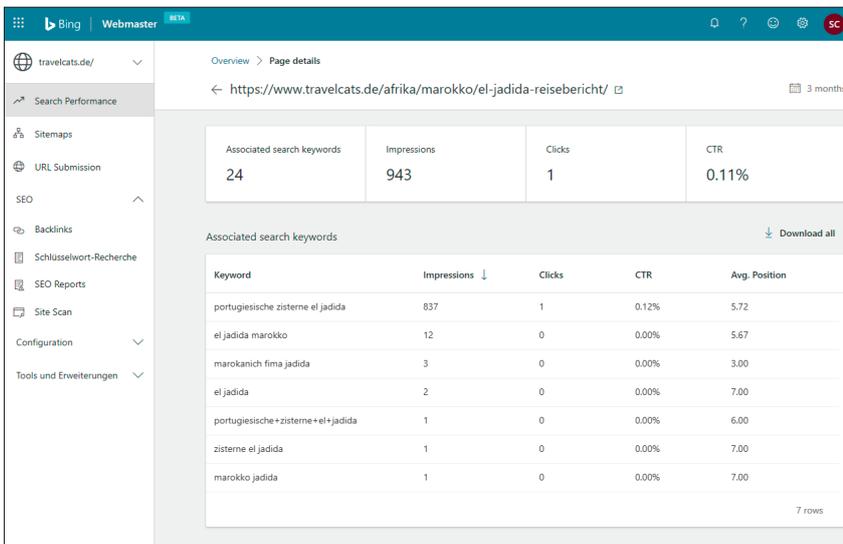


Abb. 4: Durch Auswahl einer URL unter Pages sehen Sie die Suchanfragen, für die die URL in den Bing-Suchergebnissen erschienen ist

Mit Search Performance aktuelle Rankings analysieren

Für welche Suchanfragen Ihre Website gefunden wird und auf welchen Unterseiten ein Nutzer einsteigt, können Sie mit dem Bericht Search Performance analysieren. Der Funktion ist das

TIPP

Mehr über das Thema (Neu-)Indexierung von Inhalten finden Sie im Artikel von Stephan in der Website Boosting 55 – diese Ausgabe können Sie im Archiv unter websiteboosting.com kostenfrei nachlesen.

Äquivalent zum Leistungsbericht in der Google Search Console.

Aufgrund des Bing-Marktanteils in Deutschland sehen Sie für Ihre Website vermutlich deutlich weniger Klicks und Suchanfragen als bei Google. Es ist dennoch spannend zu analysieren, wie Ihre Website bei Bing abschneidet – eventuell entdecken Sie ja neue Keywords, zu denen Sie bei Google bisher nicht gefunden werden?

Im Vergleich zur Google-Variante des Berichts fällt die Bing-Version deutlich spartanischer aus. So gibt es keine Möglichkeit, die Daten z. B. nach Gerät oder Land zu segmentieren. Wer sich

intensiv mit der Google Search Console auseinandersetzt (das gilt sicher auch für Sie, oder!?!), der wird diese Segmentierungsmöglichkeiten lieben. Zudem sucht man Vergleichs- und Filtermöglichkeiten im Tool vergeblich. Die Analyse der Daten ist einzig nach den Dimensionen Keywords oder Pages (Seiten) möglich.

In der Kopfleiste können Sie den Datenzeitraum anpassen. Bing erlaubt es, jeden beliebigen Zeitraum innerhalb der letzten sechs Monate auszuwählen. Leider ist die Download-Funktion noch nicht sonderlich ausgereift – diese wirbt zwar sehr offensiv mit „Download all“, allerdings sind gar nicht alle Zeilen im Export enthalten. Dabei wird immer die aktuell angezeigte Tabelle heruntergeladen. Hier wird Microsoft sicher noch Hand anlegen.

Wenn Sie zur Betrachtung der Pages (Abbildung 4) wechseln, dann können Sie durch die Auswahl einer Adresse die Suchanfragen sehen, für die die Adresse in den Suchergebnissen angezeigt wurde.

Durch URL-Submission Inhalte schnell (neu) indizieren lassen

Egal ob Bing oder Google – es kann durchaus einige Zeit dauern, bis besonders geänderte Seiteninhalte erkannt wurden. Während die Indexierung von neuen Inhalten durch z. B. eine gute interne Verlinkung oder einen Eintrag in die XML-Sitemap in aller Regel sehr schnell abläuft, sieht das bei aktualisierten Inhalten regelmäßig anders aus. Zwar können auch hier Angaben wie das <lastmod>-Datum in einer XML-Sitemap helfen, wer allerdings auf Nummer sicher gehen möchte, der nutzt die Möglichkeit zur direkten Einreichung von URLs bei Suchmaschinen.

Bing bietet seit einiger Zeit die sogenannte Submission-API an, über die neue oder veränderte Inhalte direkt an Bing gesendet werden können.

Durch die Schnittstelle lassen sich automatisierte Prozesse wie „Wenn ein neuer Artikel online gestellt wurde, dann über die API bei Bing einreichen“ erstellen.

Die manuelle Variante hierzu ist die Nutzung von URL Submission in den Webmaster-Tools von Bing. Im Gegensatz zu Google unterstützt das Tool das Einreichen mehrerer URLs gleichzeitig. Das Limit liegt bei 10.000 Adressen pro Tag – für die meisten Websites sollte dies mehr als ausreichend sein.

Mit Backlinks eigene und fremde Links analysieren

Backlinks sind nach wie vor ein wichtiger Bereich der Suchmaschinenoptimierung und es gibt kaum etwas Schöneres, als eingehende Links aus regelmäßig gelesenen Beiträgen zu haben. Denn diese bringen nicht nur Verweis-Besucher, sondern werden Ihrem Suchmaschinenranking zusätzlich Gutes tun.

Das spannende am Bereich Backlinks der Bing-Webmaster-Tools ist gar nicht, dass Sie die Links auf Ihrer eigenen Website analysieren können, sondern dass das Tool zur Linkrecherche verwendet werden kann. Einfach die Domain eines Wettbewerbers angeben und schon sehen Sie Verlinkungen auf dessen Website.

Insgesamt befinden sich drei Bereiche innerhalb des Tools:

- » **All links** zur Analyse der eigenen Backlinks nach Domains, Linkziel oder Ankertext
- » **Similar Sites** zur Backlink-Recherche und zum Vergleich mit beliebigen Fremdwebsites
- » **Disavow-Tool** zur Entwertung von Links

Wer kein Backlink-Tool sein Eigen nennt (Mein Tipp: Werfen Sie in diesem Fall einen Blick auf das kostenlose Tool OpenLinkProfiler unter <https://openlink-profiler.org/>), der kann mit den Bing-Webmaster-Tools auf Linkrecherche

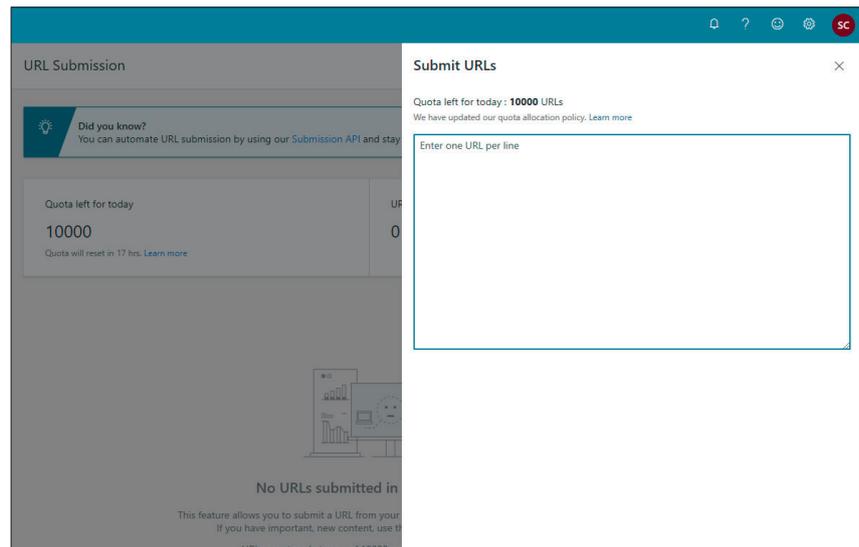


Abb. 5: Mittels URL-Submission kann Bing über geänderte und neue Inhalte informiert werden – dadurch liegt die aktuelle Version einer Seite in Windeseile im Index vor

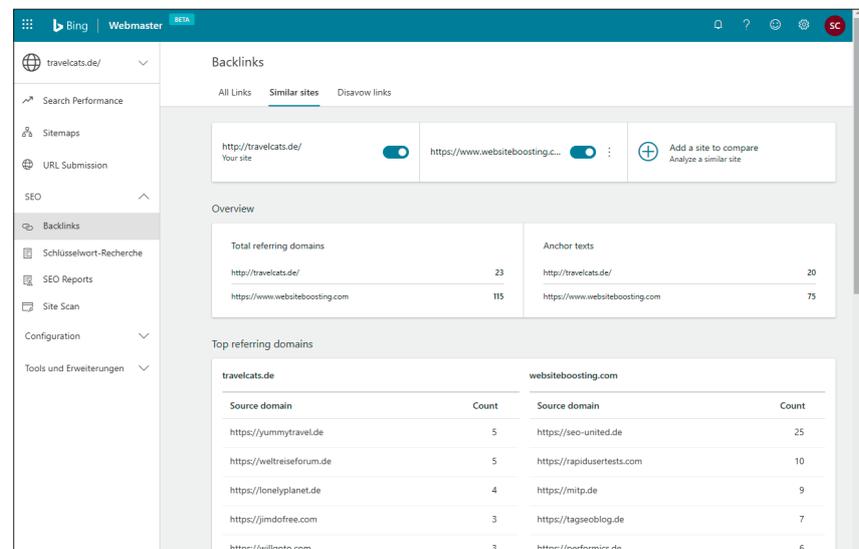


Abb. 4: Durch Auswahl einer URL unter Pages sehen Sie die Suchanfragen, für die die URL in den Bing-Suchergebnissen erschienen ist

gehen. Unter Similar Sites kann jede beliebige Website als Vergleich herangezogen werden (siehe Abbildung 6).

Sie können sich sehr tief durch die Daten wühlen und gelangen auf der kleinsten Ebene zu den genauen Linkquellen. Dazu müssen Sie „View Detailed Report“ aufrufen.

Ein Wort zum Datenumfang: Wenn Sie die Daten von Bing mit denen anderer Tools vergleichen, dann werden Sie teilweise deutliche Abweichungen feststellen. So wurden für die Website travelcats.de Verlinkungen von 23 verschiedenen Domains gefunden, während das kostenlose Tool OpenLink-

Profiler insgesamt 124 verschiedene Domains und Sistrix sogar eine Domain-Popularität von 178 anzeigt. Auch für websiteboosting.com ergibt sich mit 115 (Bing), 543 (OpenLinkProfiler) und 804 (Sistrix) eine deutliche Differenz. Meist ist es allerdings so, dass durch Kombination der Daten verschiedener Tools erst ein aussagekräftiges Gesamtbild entsteht. In anderen Ländern, speziell den USA, wird die Differenz zwischen den Daten sicher geringer sein. Denn hier kennt Bing einfach mehr Websites und steckt mehr Ressourcen in den Markt.

Neue Keywords entdecken mit der Schlüsselwort-Recherche

Direkt nach dem Aufruf der Schlüsselwort-Recherche zeigt Ihnen Bing ein paar Keywords an, die den Suchanfragen ähneln, zu denen Ihre Website aktuell gefunden wird. Die Daten lassen sich dabei segmentieren nach:

- » Land
- » Sprache
- » Gerät

Wer sich intensiv mit den Daten des Google Keyword Planer auseinandergesetzt hat, der wird mitbekommen haben, dass Google zuletzt für Keywords rund um Covid-19 keine Suchvolumina anzeigte – anders hier Bing. Natürlich können Sie mit dem Bing-Tool keine Suchvolumina bei Google identifizieren, einen Anhaltspunkt bieten die Bing-Daten dennoch. Wer mehr über das Thema erfahren möchte, der findet im Rytte-Magazin unter <http://einfach.st/ryte61> einen Beitrag meines geschätzten Kollegen Darius Erdt von Dept zu diesem Thema.

Interessant sind die Bing-Daten auch deshalb, weil Sie nicht nur die aktuellen organischen Top-10-Ergebnisse direkt im Tool darstellen, sondern gleichzeitig (manchen) Seiten Themen zuordnen. Dies klappt aktuell allerdings nur für englische Suchanfragen zuverlässig. Bei deutschsprachigen Ergebnissen bzw. Suchanfragen sind die Themen häufig leer.

Mit den SEO Reports Optimierungspotenziale entdecken

Bereits in den alten Bing-Webmaster-Tools lieferte Ihnen Bing sehr konkrete Onpage-Optimierungsvorschläge für einzelne Adressen. Dies wird nun in neuem Gewand fortgeführt. Die unter **SEO Reports** genannten Fehlergruppen geben einen Einblick, was zumindest für Bing bei der Bewertung

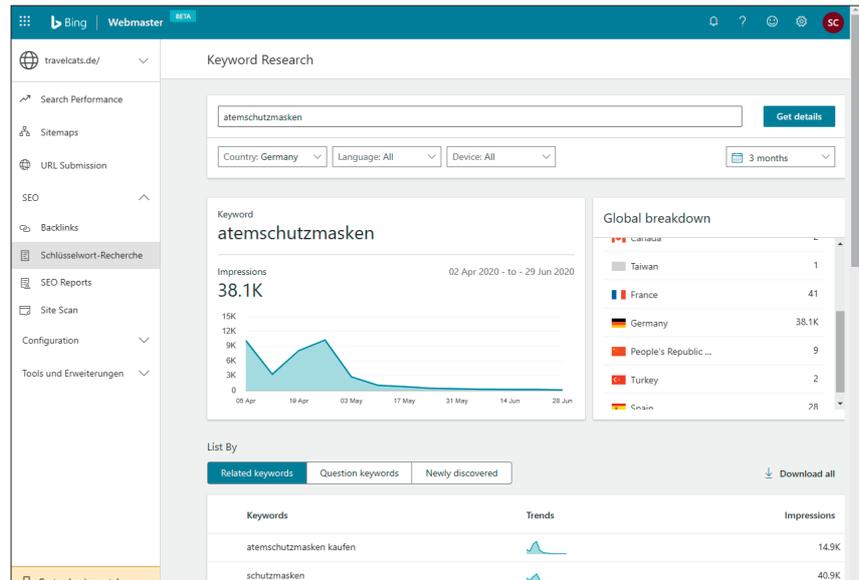


Abb. 7: Bing zeigt nicht nur ähnliche Suchanfragen, sondern neben Frage-Keywords und neuen Suchanfragen auch die aktuellen Top-10-Ergebnisse für die Suchanfrage an (siehe Abbildung 8)

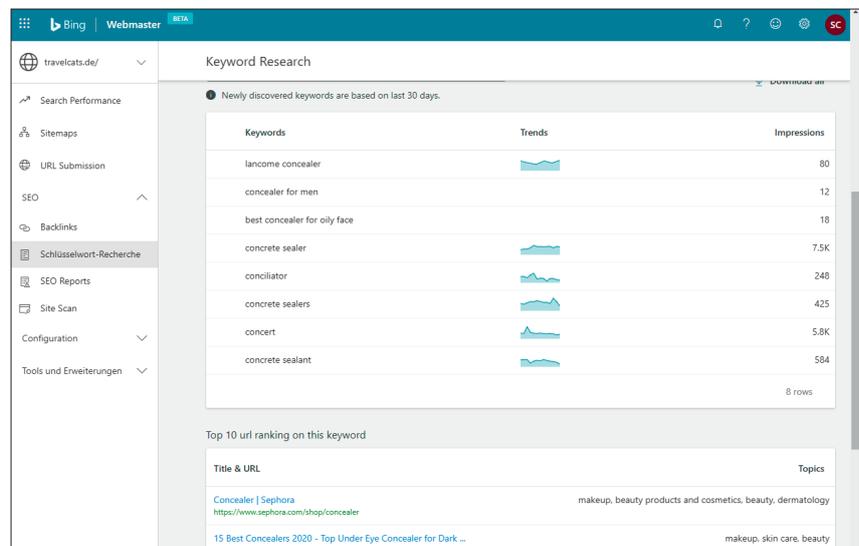


Abb. 8: Bing zeigt zu den Top-10-Ergebnissen für die Suchanfrage Seitenthemen an

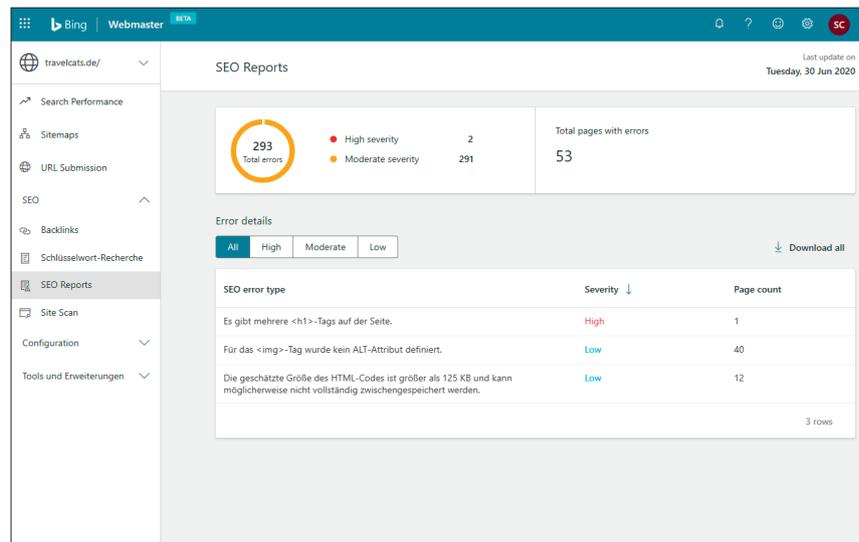


Abb. 9: Beim Crawling festgestellte SEO-Potenziale gibt Ihnen Bing unter SEO Reports aus

von Websites wichtig ist.

Wenn Sie sich durch einen der „SEO error type“ – also SEO-Fehler – durchklicken, dann listet Ihnen Bing die betroffenen Adressen auf. Die Bandbreite der möglichen Fehler umfasst unter anderem mehrfach verwendete H1-Überschriften, fehlende Meta-Descriptions, zu große Dokumente oder auch zu lange Seitentitel. Die Daten werden regelmäßig neu erfasst und bieten so ein automatisches Monitoring Ihrer Website.

Mit dem Site Scan die Website auf SEO-Best-Practices untersuchen

Bisher bot Bing „nur“ den SEO-Analysator, mit dem einzelne URLs auf SEO-Probleme untersucht werden konnten. Mit dem Site Scan geht Bing einen Schritt weiter und integriert einen Crawler in die Webmaster-Tools. Bis zu 10.000 URLs können in diesem konfigurierbaren Crawl untersucht werden.

Die Konfiguration ist recht umfangreich, erlaubt Sie doch beispielsweise das Crawlen anhand einer Startadresse, einer URL-Liste oder durch die Abfrage einer XML-Sitemap als Datenquelle. Dazu können auf Wunsch robots.txt-Anweisungen ignoriert werden. Die robots.txt ist nach wie vor ein Instrument der technischen Suchmaschinenoptimierung, von dem zu wenige Webmaster Gebrauch machen. Die anschließend nach dem Crawl ausgewiesenen Fehlergruppen sind identisch mit den SEO Reports, die Bing unabhängig vom Site Scan automatisch für Sie erstellt.

Mittels Page Depth gibt Ihnen Bing zudem einen Einblick in die Struktur der Website. Ein Wert von 2 bedeutet, dass die Seite mit zwei Klicks von der Startseite aus erreichbar ist. Was das Tool nicht bietet, ist ein Einblick, wie viele einzelne Links zu einer bestimmten Adresse führen. So macht es für die Erreichbarkeit einer Website natürlich

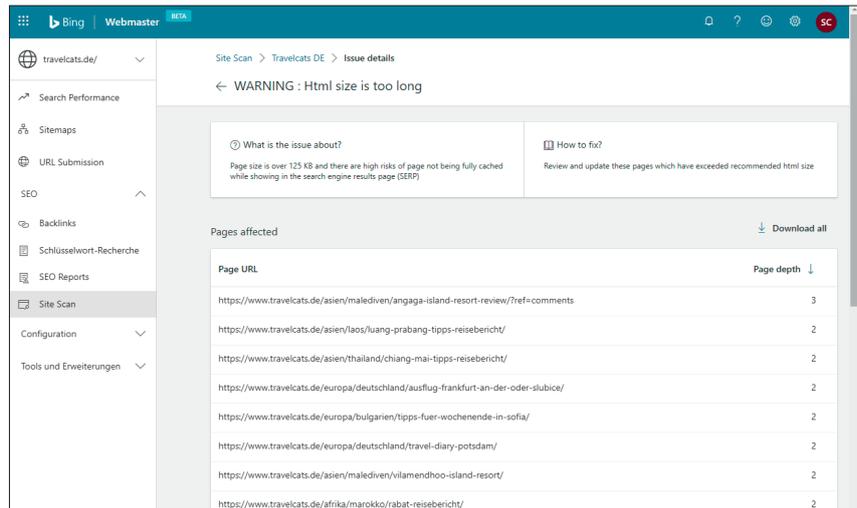


Abb. 10: Wie gewohnt können Sie sich durch die Datentabellen navigieren – zu sehen sind hier Adressen, deren HTML mehr als 125 KB groß ist

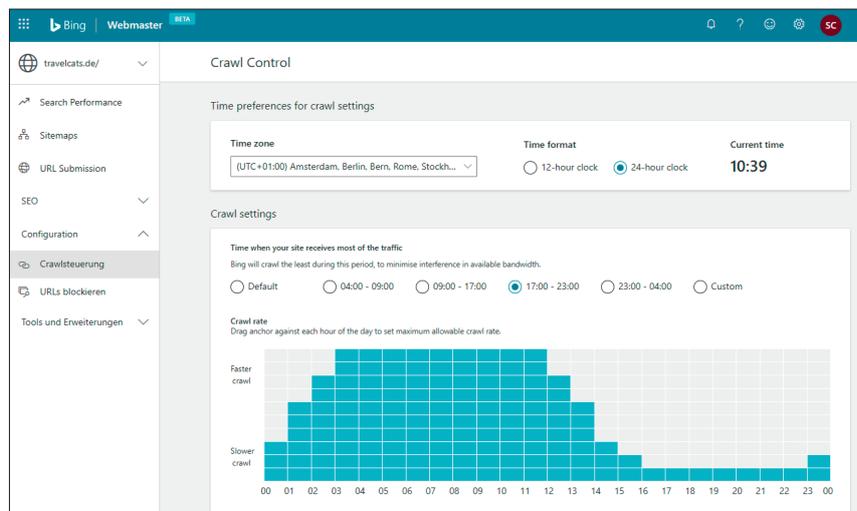


Abb. 10: Wie gewohnt können Sie sich durch die Datentabellen navigieren – zu sehen sind hier Adressen, deren HTML mehr als 125 KB groß ist

einen gravierenden Unterschied, ob diese nur einmal oder z. B. von jeder Seite aus erreichbar ist.

Die Crawling-Geschwindigkeit beeinflussen

Egal ob ein Zugriff auf eine Website von einem Nutzer oder einer Suchmaschine erzeugt wird: Es werden dadurch Serverkapazitäten gebunden. Um mit der zur Verfügung stehenden Bandbreite verantwortungsvoll umzugehen, passen Crawler wie die von Bing und Google ihr Crawling bereits automatisch an.

Innerhalb der Bing-Webmaster-Tools steht mit der **Crawlsteuerung** ein Tool zur Verfügung, mit dem Sie in

diesen Prozess zusätzlich eingreifen können. Sie können Zeitfenster festlegen, an denen Bing häufiger auf Ihre Website zugreifen darf.

Nun los: Nutzen Sie die Bing-Webmaster-Tools

Wenn Sie überrascht sind, was die Bing-Webmaster-Tools alles bieten, dann habe ich mein Ziel erreicht. Neben den vorgestellten Funktionen warten darüber hinaus sowohl in der Beta- als auch in der Standardversion einige weitere Funktionen, die Sie sich einmal genauer anschauen sollten. Also dann: Machen Sie sich daran, die Bing-Webmaster-Tools zu erkunden. Es lohnt sich definitiv!