



**Pressekontakt:**

ABAKUS Internet Marketing  
Gesine Knauer  
Blumenauer Str. 1  
30449 Hannover

+49 (0)511 - 4 73 81 54

presse@abakus-im.de

www.abakus-internet-marketing.de

## Web-Tool: Bing Webmaster-Center

**Wer seine Website gut optimieren will, benötigt dazu vor allem Informationen über die Qualität der Lesbarkeit für die Suchmaschinen. Mittels Webmastertools können hierzu z. B. ein- und ausgehende Verlinkungen überprüft werden, die ein wichtiges Kriterium für die Lesbarkeit darstellen. Während Domain-Inhaber in der Regel die Webmastertools von Google kennen, ist den meisten von ihnen weniger bekannt, dass es bei der neue Suchmaschine BING ebenfalls einen solchen Bereich gibt. Das sogenannte Webmaster-Center von BING ([www.bing.com/webmaster](http://www.bing.com/webmaster)) bietet neben ähnlichen Informationen wie Google auch neue, wie z. B. die Bewertung der Seiten, ausgehende Links oder auch Malware-Inhalte. Im nachfolgenden Beitrag möchten wir auf die Einrichtung des Zugangs und die einzelne Inhalte eingehen.**

### **Anmelden und Domains hinzufügen**

Zur Anmeldung beim Bing Webmaster-Center braucht man eine Windows Live ID. Dabei kann es sich um jede beliebige Mailadresse handeln, die zunächst durch einen Klick auf einen Link in einer Bestätigungsmail zu verifizieren ist. Nachdem man sich eingeloggt hat, landet man auf der Startseite des Webmaster-Centers, auf der man direkt seine Domains hinzufügen kann. Diese Seite ist aktuell nur in englisch verfügbar.

Um auf Daten des Webmaster-Centers für die jeweilige Domain zugreifen zu können, muss für jede Domain ein Authentifizierungscode hinterlegt werden. Ähnlich wie bei den Google Webmastertools gibt es dafür zwei Möglichkeiten: Entweder man platziert einen speziellen Meta-Tag mit dem Authentifizierungs-Code in der <head>-Sektion der Webseiten, z. B.:

```
<meta name="msvalidate.01" content="79CE3AD1030B1A177A8E79B1BBA8F0D7" />
```

Oder man hinterlegt im Hauptverzeichnis der jeweiligen Domain eine spezielle Datei. Während die Authentifizierungs-Datei bei Google jeweils einen speziellen Namen (und beliebige Inhalte) hat, ist der Name bei Bing immer gleich und muss **LiveSearchSiteAuth.xml** lauten. Deren Inhalt ist sehr einfach aufgebaut und lautet zum Beispiel:

```
<?xml version="1.0"?>
<users>
<user>79CE3AD1030B1A177A8E79B1BBA8F0D7</user>
</users>
```

Will man als Domain-Inhaber einem weiteren User (z. B. seiner Web-Agentur) Zugriff auf das Bing Webmaster-Center gewähren, so braucht man in dieser Datei nur eine weitere <user>-Zeile mit dem entsprechenden Authentifizierungs-Code einzufügen.

## Inhalte

Das Bing Webmaster-Center ist die Bereiche Summary, Profile, Crawl Issues, Backlinks, Outbound Links, Keywords und Sitemaps eingeteilt.

### 1. Summary

Auf der Übersichtsseite (Summary) finden sich neben der Gesamtzahl der indextierten Seiten sowohl für die Domain als auch die TOP 5 Seiten ein Domain-Score bzw. Page-Score. Dieser kann maximal 5 Punkte erreichen und ist ein Maß dafür, welche Autorität Bing der Domain bzw. Seite zumisst. Für die Seiten sind außerdem die Sprach- und Länderzuordnung und das Datum der letzten Indizierung angegeben. Außerdem ist dort ggfs. ein Hinweis zu finden, wenn die Domain / Seite wegen eines Verstoßes gegen die Webmaster-Richtlinien blockiert ist und nicht in den Suchergebnissen erscheint.

### 2. Profile

Auf der Profilsseite kann man optional die Sitemap-Adresse der Domain hinterlegen, eine E-Mail-Empfangsadresse für diese Domain sowie den Webmaster-Newsletter angeben. Zudem kann man hier Art der Verifikation ändern.

### 3. Crawl Issues

Auf dieser Seite finden sich alle Informationen zu Problemen, die beim Crawlen oder Indizieren der Domain aufgetreten sind:

- Seiten, die nicht aufgerufen werden konnten (404-File Not Found)
- Seiten, die durch die robots.txt, einen Metatag oder ein Header-Attribut von der Indizierung ausgeschlossen wurden (Blocked By REP)
- lange dynamische Seitennamen, deren Parameter-Variationen zu einer Crawler-Endlosschleife oder Duplicate Content führen (Long Dynamic Url)
- Seiten mit potentiellem Schadcode, für die nach Entfernung der Malware ein re-evaluation Request gestellt werden sollte (Malware infected)
- Seiten mit einem Content-Type, der von Bing nicht unterstützt wird und die somit nicht im Index auftauchen (Unsupported Content-Type)

All diese Informationen lassen sich jeweils auch als CSV-Datei herunterladen.

### 4. Backlinks

Hier finden sich die internen und externen Backlinks zur Domain, wobei für jede zur Domain linkende Seite auch der Page-Score sowie die Sprach- und Regionseinstellung angegeben sind. TLDs, Domains, Subdomains und sogar Unterverzeichnisse können in dieser Liste jeweils ein- oder ausgeschlossen werden und je Suche lassen sich bis zu 1.000 Ergebnisse als CSV-Datei exportieren.

5. Outbound Links  
Ähnlich wie bei den Backlinks finden sich hier die ausgehenden Links der Site, die auch ähnlich selektiert und bei Bedarf auch als CSV-Datei heruntergeladen werden können. Die angelinkten Zielseiten werden mit einem Page-Score bewertet. Außerdem ist es möglich, nur die Links anzuzeigen, die auf Seiten mit Schadcode / Malware zeigen.
6. Keywords  
Unter Keywords befindet sich ein Formular, in das Keywords oder Phrasen eingegeben werden können. Als Resultat erhält man eine Liste der für die Suchphrase relevantesten Seiten der Domain, für die jeweils Page-Score, Sprach- und Regionszuordnung sowie Datum letzten Crawler-Besuches angegeben sind.
7. Sitemaps  
Auf dieser Seite lässt sich die Adresse der zur Domain gehörigen Sitemap hinterlegen. Um den zu Bing gehörenden MSNBot zu benachrichtigen, dass man eine existierende Sitemap geändert oder eine neue hinzugefügt hat, kann man auch direkt folgende URL anpingen:  
`http://www.bing.com/webmaster/ping.aspx?siteMap=[sitemap web address]`

## **Fazit**

Das Bing Webmaster-Center liefert über die eigenen Domains wertvolle Informationen. Einige von Ihnen, wie z. B. die URLs von mit Malware infizierten Dateien, sind nach einem Hacker-Abgriff ohne das Webmaster-Center nur mit viel größerem Aufwand herauszubekommen. Durch den Page-Score, der bei den Link-Informationen aufgelisteten Seiten lassen sich wertvolle Hinweise für die weitere Optimierung finden. Es lohnt sich daher für jeden Domaininhaber, nicht nur bei Google, sondern auch bei *bing.com* einen Webmaster-Account für die eigenen Domains einzurichten.