

SEO-TIPPS FÜR DEINEN ONLINE-SHOP 2026



Für mehr Umsatz im E-Commerce

DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE



STRUKTUR

Klare Shop-Struktur mit logischen Kategorien und interner Verlinkung.



SUCHINTENTION

Verstehe, was deine Kunden suchen – und liefere die beste Antwort.



PRODUKTDATEN

Nutze strukturierte Daten und Merchant Center für reichhaltige Suchergebnisse.



CONTENT

Hochwertige Texte auf Kategorien, Produkten und Ratgeberseiten.



TECHNIK

Saubere Technik, schnelle Ladezeiten und fehlerfreie Indexierung.



CONVERSION

Bessere Nutzererfahrung führt zu mehr Vertrauen und mehr Verkäufen.

1. SHOP-STRUKTUR: SO VERSTEHT GOOGLE DEINEN SHOP



Flache Hierarchie

Wichtige Seiten sollten in max. 3 Klicks von der Startseite erreichbar sein.



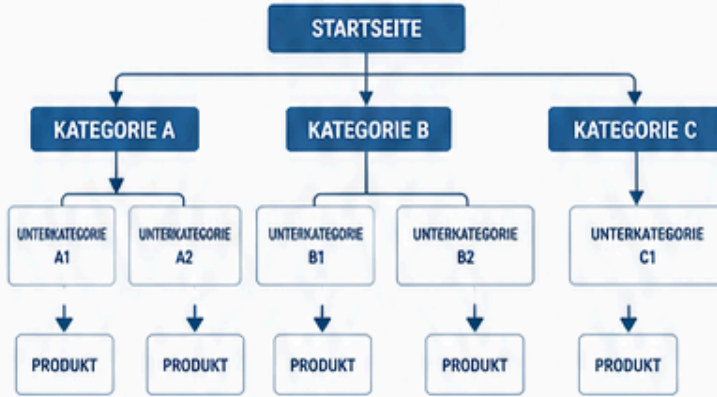
Klare Navigation

Kategorien, Unterkategorien und wichtige Seiten über echte Links verlinken.



Interne Verlinkung

Verlinke relevante Kategorien, Bestseller und Ratgeber strategisch miteinander.



TIPP

Google bewertet die Bedeutung einer Seite stark über interne Links. Verlinke deine wichtigsten Seiten häufiger und sinnvoll kontextualisiert.



2. SUCHINTENTION TREFFEN

Ordne Seiten der passenden Suchintention zu und liefere genau das, was Nutzer erwarten.



KAUFEN

Produktseiten, Kategorieseiten für konkrete Produkte & Modelle
z. B. „Gaming Monitor 144 Hz“



VERGLEICHEN

Ratgeber, Vergleichsseiten, Kaufberatungen
z. B. „Bester Gaming Monitor Vergleich“



INFORMIEREN

Ratgeber, Anleitungen, Guides, Tipps & Trends
z. B. „Wie finde ich den richtigen Monitor?“

3. PRODUKTDATEN & STRUCTURED DATA

Saubere Daten = bessere Sichtbarkeit in Suchergebnissen.

- ✓ Nutze strukturierte Daten für Produkte, Varianten und Bewertungen.
- ✓ Implementiere ProductGroup für Varianten (z. B. Größe, Farbe).
- ✓ Halte Preis, Verfügbarkeit und Versandinformationen aktuell.
- ✓ Verknüpfe deinen Shop mit dem Google Merchant Center.
- ✓ Erhöhe die Chance auf Rich Results (Preis, Bewertung, Verfügbarkeit etc.).



gaming monitor 144 hz



Gaming Monitor 144 Hz
24 Zoll, 1ms, IPS, HDR

★★★★★ (128)

199,99 €

Auf Lager

📦 Kostenloser Versand

4. CONTENT, DER VERKAUFT

Guter Content beantwortet Fragen und nimmt Kaufzweifel.



KATEGORIESEITEN

Sortiment erklären, Unterschiede aufzeigen, Auswahlhilfe bieten, interne Links setzen.



PRODUKTSEITEN

Nutzen, Features, technische Daten, Anwendungsfälle, FAQs, Vertrauen aufbauen.



RATGEBER & FAQs

Nutzerfragen beantworten, Topical Authority aufbauen und interne Links stärken.

5. TECHNIK: DIE GRÖSSTEN HEBEL

- ✓ Indexiere nur wichtige Seiten (keine Filter-, Such- oder Sortierungsseiten).
- ✓ Nutze Canonicals, um doppelte Inhalte zu vermeiden.
- ✓ Sorge für schnelle Ladezeiten (Core Web Vitals).
- ✓ Mobile Optimierung ist Pflicht.
- ✓ Saubere URLs & HTTPS verwenden.
- ✓ XML-Sitemap aktuell halten und in der Google Search Console einreichen.

6. FILTER, VARIANTEN & FACETTEN

Filter sind für Nutzer wichtig – für SEO aber riskant. So behältst du die Kontrolle.

- ✓ Indexiere nur Filterkombinationen mit echter Suchnachfrage.
- ✓ Nutze Canonical oder noindex für irrelevante Filterseiten.
- ✓ Vermeide Parameter-Chaos & endlose URL-Ketten.
- ✓ Varianten mit ProductGroup sauber auszeichnen.

DEIN 90-TAGE E-COMMERCE SEO-PLAN

PHASE 1 (0–30 TAGE) ANALYSE & BASIS

- ✓ Technisches SEO Audit
- ✓ Indexierbarkeit prüfen
- ✓ URL-Typen & Filter analysieren
- ✓ Top-Kategorien & Umsatzseiten identifizieren
- ✓ Interne Verlinkung prüfen



PHASE 2 (31–60 TAGE) OPTIMIEREN

- ✓ Top-Kategorien optimieren
- ✓ Produktdaten & strukturierte Daten umsetzen
- ✓ Filter- & Variantenprobleme beheben
- ✓ Snippets (Title, Meta, Schema) verbessern
- ✓ Interne Links gezielt ausbauen



PHASE 3 (61–90 TAGE) AUSBAUEN

- ✓ Ratgeber & Content-Hubs ausbauen
- ✓ FAQ- & Vergleichsseiten erstellen
- ✓ Weitere Kategorieseiten optimieren
- ✓ Backlinks & digitale PR aufbauen
- ✓ Daten messen & weiter optimieren



HÄUFIGE FRAGEN

Wie lange dauert E-Commerce SEO?

Erste Verbesserungen nach einigen Wochen, stabile Ergebnisse meist nach 3–6 Monaten – je nach Wettbewerb & Shopgröße.



Brauche ich für jedes Produkt einen eigenen Text?

Für wichtige & umsatzstarke Produkte: ja. Für Long-Tail-Artikel nicht immer – aber Priorisierung ist entscheidend.



Ist E-Commerce SEO wichtiger als Google Ads?

Beides hat seinen Platz: SEO baut nachhaltige Sichtbarkeit auf, Ads liefert sofort Reichweite. Die beste Strategie kombiniert beides.



Welche Seiten bringen am meisten?

In der Regel Kategorieseiten, wichtige Unterkategorien und starke Produktseiten mit hoher Nachfrage & Kaufintention.



TOP 5 QUELLEN

1. Google Search Central – SEO-Best-Practices für E-Commerce-Websites
2. Google Search Central – Help Google understand your ecommerce website structure
3. Google Search Central – Product variant structured data (ProductGroup, Product)
4. Google Search Central – Merchant listing structured data
5. Search Engine Land – Ecommerce SEO Guide



ZUSÄTZLICHE TIPPS

- Regelmäßig Daten prüfen (GSC, GA4, Merchant Center)
- Wettbewerber beobachten
- Saisonale Trends frühzeitig nutzen
- Nutzerfeedback & Bewertungen integrieren



E-COMMERCE SEO IST KEIN EINMALIGES PROJEKT, SONDERN EIN KONTINUIERLICHER PROZESS. FOCUSSIERT, STRATEGISCH UND NUTZERORIENTIERT – DANN KOMMEN DIE RANKINGS UND DER UMSATZ.