

SEO für Online Shops

SEO für Online Shops

Mit Ihrem Online Shop in Google #1

Suchmaschinenoptimierung (SEO) ist ein wichtiger Faktor für den Erfolg eines Online Shops. Im E-Commerce sind daher **effektive SEO-Strategien unerlässlich**, um die Sichtbarkeit Ihrer Produkte zu erhöhen und mehr qualifizierten Traffic auf Ihre Website zu lenken. SEO beinhaltet daher alle Maßnahmen, die darauf abzielen Ihren Online Shop in den organischen Suchergebnissen zu positionieren.

Mit diesem Ratgeber zum Thema SEO speziell für Online Shops möchten wir Ihnen **praktische Tipps** an die Hand geben, welche sich von Online Shop Betreibern **schnell und einfach umsetzen** lassen. Dabei gehen wir zunächst auf grundlegende SEO-Paktiken im Onpage-Bereich ein, welche dann spezifischer werden. Auch zum Thema Offpage-SEO für Online Shops geben wir praxisnahe Tipps.

Inhaltsübersicht zum Thema E-Commerce SEO

Grundlagen von SEO für Online Shops

Unterschiede zwischen allgemeinem SEO und E-Commerce SEO

Während die Grundprinzipien von SEO universell sind, gibt es bei E-Commerce-Websites spezifische Herausforderungen und Chancen. Im Gegensatz zu allgemeinem SEO, wo es oft um Informationssuche geht, fokussiert E-Commerce SEO auf die Conversion. Dies bedeutet, dass Ihre SEO-Strategie nicht nur darauf abzielen sollte, Traffic zu generieren, sondern auch Besucher in Käufer umzuwandeln. Produktseiten, Kategorien und Nutzererfahrungen müssen daher speziell für den Einkaufsprozess optimiert werden.



Verschiedene Content-Arten im E-Commerce

Im E-Commerce ist es wichtig, eine Vielfalt an Content zu bieten. Neben den klassischen Produktbeschreibungen sollten Sie auch Blogbeiträge, Ratgeber, FAQs und vielleicht sogar Videoinhalte berücksichtigen. Dieser vielfältige Content kann nicht nur Ihre SEO verbessern, sondern auch dazu beitragen, Ihre Marke als Autorität in Ihrem Bereich zu etablieren und Kundenbindung zu fördern.

Integration in die Google Search Console

Ein unverzichtbares Werkzeug für jeden Online Shop ist die Google Search Console. Diese ermöglicht es Ihnen, Ihre Website aus der Perspektive von Google zu sehen. Sie können nachvollziehen, wie Ihre Seiten indexiert werden, welche Suchanfragen Traffic generieren und ob es irgendwelche Probleme mit der Website gibt, die Ihre Platzierung beeinflussen könnten.

Checkliste der SEO-Grundlagen für Online Shops

- SSL-Zertifizierung: Sicherheit und Vertrauen
- Diverse Zahlungsoptionen: Flexibilität für Kunden
- Produktbilder: Hochwertig und ansprechend
- Einzigartige Produktbeschreibungen: Vermeidung von Duplikaten

- Ansprechende Meta-Beschreibungen und Titel: Klare und prägnante erste Kontakte
- Mobiloptimierung: Zugänglichkeit auf allen Geräten
- Benutzerfreundliche Navigation: Einfache Bedienbarkeit
- SEO-freundliche URLs: Klar und beschreibend
- Schnelle Ladezeiten: Optimierung der Performance
- Strukturierte Daten: Verbesserung der Sichtbarkeit in Suchergebnissen
- Qualitativ hochwertiger Content: Mehr als nur Produktbeschreibungen

Inhalte der Produktbeschreibung:

- Preis und Materialinformationen
- Produktdetails wie Inhaltsstoffe, Farben und Anwendungen
- Nutzungsinformationen und Montagehinweise
- Zertifizierungen und Sicherheitsstandards
- Garantiebedingungen und verfügbares Zubehör
- Zielgruppenempfehlungen und Eignung
- Vorteile des Produkts und Verlinkungen zu ähnlichen Artikeln

On-Page SEO Strategien

Optimierung von Produkt- und Kategorieweiten

Bei der Optimierung von Produkt- und Kategorieweiten für Online-Shops ist es entscheidend, sowohl für Suchmaschinen als auch für Benutzer zu optimieren. Hier einige Schlüsselstrategien:

Produktseiten:


- **Titel und Beschreibungen:** Jede Produktseite benötigt einen eindeutigen und aussagekräftigen Titel sowie eine detaillierte Beschreibung. Nutzen Sie relevante Keywords, aber achten Sie darauf, dass der Text natürlich und benutzerfreundlich bleibt.
- **URL-Struktur:** Verwenden Sie sprechende URLs, die relevanten Keywords enthalten und die Struktur Ihres Shops widerspiegeln.
- **Bilder und Videos:** Hochwertige Bilder und Videos können nicht nur das

Benutzererlebnis verbessern, sondern auch die Verweildauer auf der Seite erhöhen.

Kategorieseiten:

- **Überschriften und Textinhalte:** Kategorieseiten sollten klare Überschriften und kurze Beschreibungen enthalten, die relevante Keywords einbeziehen.
- **Interne Verlinkung:** Stellen Sie sicher, dass Ihre Kategorieseiten gut vernetzt sind, sowohl untereinander als auch mit relevanten Produktseiten.

Bedeutung hochwertiger Produktbilder und -beschreibungen



The infographic is split into two vertical panels. The left panel has a light blue background and features a high-quality image of a coffee cup with a heart-shaped latte art on a light blue background. The right panel has a light yellow background and features a blurry, low-quality image of a coffee cup on a white saucer. In the center, a yellow circle with the text 'VS' separates the two panels. Below each image is a list of characteristics, with green checkmarks for the 'GUTE' side and yellow 'X' marks for the 'SCHLECHTE' side.

GUTE PRODUKPRÄSENTATION	VS	SCHLECHTE PRODUKPRÄSENTATION
✓ Scharfe und klare Bildqualität		✗ Unschärfe, die Details vermissen lässt
✓ Attraktive Präsentation des Produkts in verschiedenen Perspektiven		✗ Fehlende Attraktivität in der Darstellung
✓ Detaillierte und ansprechende visuelle Elemente		✗ Mangelnde Detailtreue im Bild
✓ Professionelle Beleuchtung, die das Produkt hervorhebt		✗ Schlechte Beleuchtung, die das Produkt unvorteilhaft zeigt
✓ Angemessener Hintergrund, der die Produktmerkmale unterstützt		✗ Ablenkender oder unpassender Hintergrund

Produktbilder und -beschreibungen sind nicht nur für die Conversion-Rate entscheidend, sondern auch für die SEO:

- **Qualität der Bilder:** Hochauflösende Bilder verbessern die Nutzererfahrung und können die Glaubwürdigkeit Ihres Online-Shops erhöhen. Stellen Sie auch sicher, dass Ihre Bilder suchmaschinenoptimiert sind (z.B. durch angemessene Dateigrößen und Alt-Texte).
- **Einzigartige Beschreibungen:** Vermeiden Sie Herstellerbeschreibungen. Schreiben Sie stattdessen einzigartige, keyword-optimierte-Texte, die den Nutzen des Produkts hervorheben.
- **Content-Qualität:** Hochwertige, informative und keyword-optimierte Inhalte, die den Nutzer ansprechen und ihm einen Mehrwert bieten, sind entscheidend für eine gute Platzierung.

Verbesserung der Website-Struktur

Eine gut strukturierte Website ist sowohl für Nutzer als auch für Suchmaschinen wichtig:

- **Navigation:** Eine intuitive und klar strukturierte Navigation hilft Benutzern und Suchmaschinen, sich auf Ihrer Website zurechtzufinden.
- **Mobile Responsiveness:** Eine mobiloptimierte Website ist unerlässlich, da immer mehr Nutzer über mobile Geräte auf Online-Shops zugreifen.
- **Ladezeiten:** Schnelle Ladezeiten verbessern das Nutzererlebnis und sind ein wichtiger Faktor für das Ranking bei Suchmaschinen. Optimieren Sie Bilder, reduzieren Sie die Größe von JavaScript- und CSS-Dateien und nutzen Sie Caching-Methoden.
- **Interne Verlinkung:** Eine kluge interne Verlinkungsstrategie kann die SEO-Leistung verbessern, indem sie hilft, die Linkautorität auf der gesamten Website zu verteilen und den Nutzern relevante Inhalte vorzuschlagen.

Technisches SEO für Online Shops

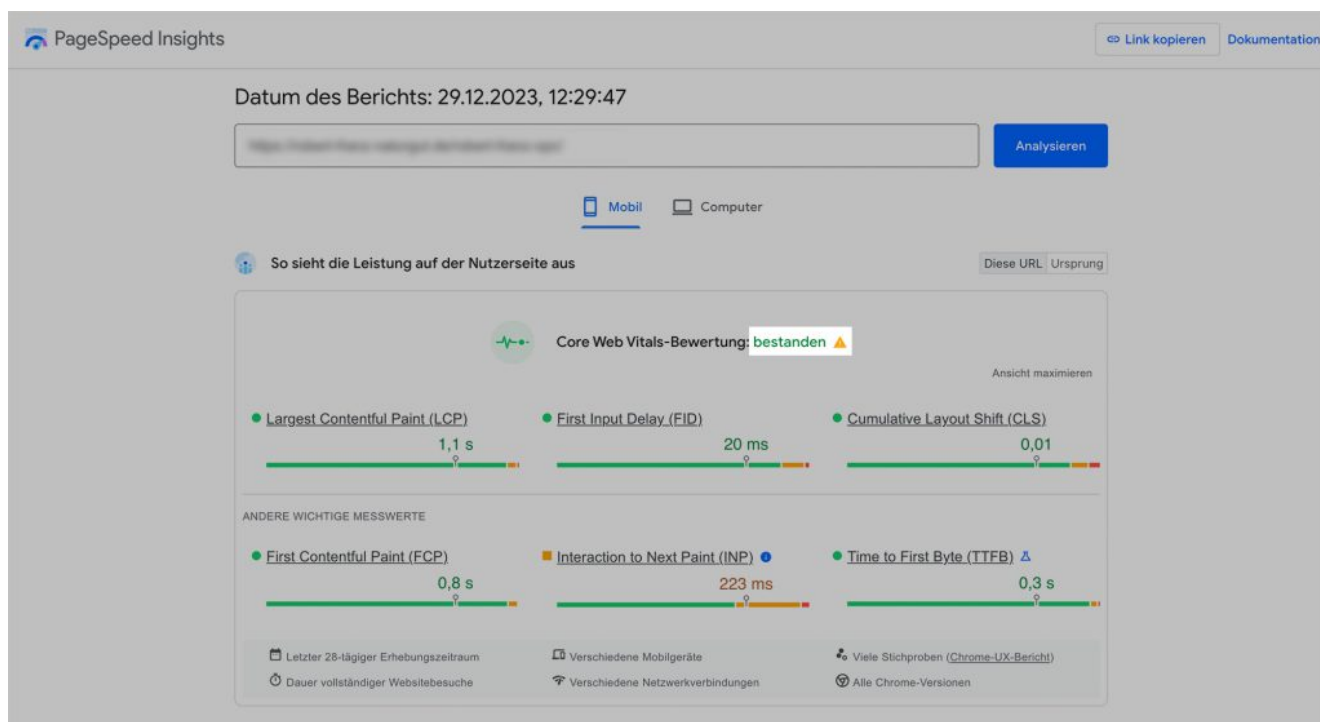
Wichtigkeit der Website-Geschwindigkeit und Mobilfreundlichkeit

Eine optimale Ladegeschwindigkeit und Mobilfreundlichkeit sind entscheidend

für den Erfolg eines Online-Shops. Ein **schnelles Laden verbessert das Nutzererlebnis** und senkt die Absprungrate, was sich positiv auf das SEO auswirkt. Walmart berichtet, dass eine Sekunde schnelleres Laden die Conversion-Rate um 2 % steigern kann. Mobiloptimierung ist ebenso wichtig, da der Zugriff über mobile Geräte zunimmt. Ein mobilfreundlicher Online-Shop trägt zur Nutzerzufriedenheit bei und ist indirekt ein wichtiger Rankingfaktor für Suchmaschinen.

Erläuterung der Core Web Vitals und ihrer indirekten Auswirkungen auf das Ranking

Die Core Web Vitals sind eine Reihe von Metriken, die von Google zur Bewertung der Benutzererfahrung auf Websites verwendet werden. Dazu gehören Ladezeit **LCP** (Largest Contentful Paint), Interaktivität **FID** (First Input Delay) und visuelle Stabilität **CLS** (Cumulative Layout Shift). Obwohl diese Metriken keine direkten Rankingfaktoren sind, beeinflussen sie die Nutzererfahrung, was sich indirekt durch schlechte Nutzersignale auf das Ranking in Google und anderen Suchmaschinen auswirken kann.



Die Messung kann mit dem kostenlosen [Google PageSpeed Insights](#) Tool durchgeführt werden. Als Ergebnis sollte „bestanden“ bei der Beurteilung stehen. *Sofern Ihr Online Shop diesen Test nicht besteht, ist es wichtig die*

Ladegeschwindigkeit des Online Shops zu verbessern. Die Gründe für ein nicht bestehen sind vielseitig und meist technischer Natur.

Empfehlung, nicht verfügbare Produkte umzuleiten statt zu löschen

Anstatt nicht verfügbare Produkte von Ihrer Website zu entfernen, sollten Sie sie auf ähnliche Produkte oder Kategorien umleiten (301 Redirect). Dies hilft, den Wert der aufgebauten SEO zu bewahren und bietet eine bessere Benutzererfahrung, indem Besucher zu relevanten Alternativen geführt werden.

Anleitung zur Nutzung strukturierter Daten und wichtiger Markups

Strukturierte Daten und Markups sind essenziell, um Suchmaschinen **detaillierte Informationen über Ihre Produkte** zu liefern. Dies umfasst die Verwendung von Schema.org-Vokabular für Produktinformationen, Bewertungen, Preise und Verfügbarkeit. Die richtige Implementierung strukturierter Daten kann dazu beitragen, dass Ihre Produkte in den Suchergebnissen auffälliger und informativer dargestellt werden. Die am gängigen Shop-Systeme wie zum Beispiel: Shopware 6, Shopify, (WordPress) WooCommerce, Magento und Gambio verfügen standardmäßig über die korrekte und wichtige Auszeichnung der wichtigsten Markups.

Content-Marketing und SEO

Content-Marketing ist ein mächtiges Werkzeug im SEO-Bereich, besonders für Online-Shops. Es geht darum, wertvollen Content zu erstellen, der über die standardmäßigen Produktbeschreibungen hinausgeht und sowohl für Suchmaschinen als auch für Nutzer ansprechend ist.

Tipps zur Erstellung von wertvollem, SEO-

optimiertem Content

- **Zielgruppenfokus:** Verstehen Sie Ihre Zielgruppe genau und erstellen Sie Inhalte, die deren Fragen beantworten und Bedürfnisse ansprechen.
- **Keyword-Recherche:** Nutzen Sie Keyword-Recherche-Tools, um Themen zu finden, die Ihre Zielgruppe interessieren und bei Suchmaschinen beliebt sind.
- **Qualität über Quantität:** Konzentrieren Sie sich auf die Erstellung hochwertiger Inhalte, die echten Mehrwert bieten, statt auf Keyword-Stuffing oder massenhafte, minderwertige Beiträge.
- **Multimedia-Einsatz:** Binden Sie Bilder, Videos und Infografiken ein, um Ihre Inhalte ansprechender und verständlicher zu gestalten.

Vorschläge für Blog- oder Ratgeberthemen zur Generierung von Traffic

- **How-to-Guides:** Erstellen Sie detaillierte Anleitungen oder Tutorials, die zeigen, wie man Ihre Produkte am besten nutzt.
- **Branchentrends:** Schreiben Sie über aktuelle Trends in Ihrer Branche und wie Ihre Produkte dazu passen.
- **Kundenfallstudien:** Präsentieren Sie Fallstudien von Kunden, die erfolgreich Ihre Produkte genutzt haben.
- **FAQs:** Beantworten Sie häufig gestellte Fragen Ihrer Kunden in ausführlichen Blogposts.

Geben Sie einfach die URL Ihrer Website ein. Innerhalb weniger Sekunden erhalten Sie eine Übersicht der Suchbegriffe (Keywords), für die Ihre Webseite aktuell in den Suchergebnissen erscheint.

Geben Sie Ihre Website ein: SEO Live Check starten

Backlink-Aufbau im E-Commerce SEO

Strategien für den Aufbau qualitativ hochwertiger Backlinks

Der Aufbau von Backlinks ist essentiell für die Stärkung Ihrer Online-Präsenz. Ein starkes Backlink-Profil erhöht die Glaubwürdigkeit Ihrer Website bei Suchmaschinen und verbessert Ihr SEO-Ranking. Hier sind einige nutzerfreundliche Methoden:

- **Inhaltsgetriebenes Linkbuilding:** Erstellen Sie interessanten und wertvollen Content, der von anderen gerne geteilt und verlinkt wird, wie Infografiken, detaillierte Leitfäden oder einzigartige Studien. Um die Backlinks auf relevante Seiten zu lenken, können Sie diese Inhalte auch auf den Kategorie-Seiten publizieren, wenn sie passend zu den Produkten sind.
- **Netzwerkaufbau:** Knüpfen Sie Kontakte zu Influencern und Branchenexperten. Gegenseitiges Empfehlen und Teilen von Inhalten kann zu wertvollen Backlinks führen.
- **Social Media Engagement:** Nutzen Sie soziale Netzwerke, um Ihre Inhalte zu teilen und Diskussionen zu fördern, was wiederum zu natürlichen Backlinks führen kann.

Nutzung von Partnerschaften und Influencer Marketing

Partnerschaften und Influencer Marketing sind effektive Wege, um qualitativ hochwertige Backlinks zu erlangen und gleichzeitig Ihre Marke zu stärken:

- **Hersteller:** Kontaktieren Sie Hersteller, die es bevorzugen, repräsentative Online-Shops auf ihrer Website zu verlinken. Überzeugen Sie sie davon, auch Ihren Shop aufzunehmen.
- **Kooperationen mit anderen Unternehmen:** Arbeiten Sie mit ergänzenden Marken zusammen, um gegenseitig Inhalte zu teilen und Ihre Reichweite zu vergrößern.
- **Influencer-Beziehungen:** Engagieren Sie Influencer, die Ihre Zielgruppe ansprechen und authentisch Ihr Produkt oder Ihre

Dienstleistung repräsentieren können.

Erstelle einen Google Unternehmensprofil-Eintrag

Mit einem Google Unternehmensprofil können sie weitere Sichtbarkeit erzeugen und die Reputation Ihrer Webiste fördern.

×

Hinweis ausblenden.

Kostenlose Messung und Analyse von SEO-Erfolg

Vorstellung von SEO-Überwachungstools

Um den Erfolg Ihrer SEO-Bemühungen effektiv zu messen und zu analysieren, können Sie verschiedene Tools nutzen, die sowohl kostenlose als auch kostenpflichtige Optionen bieten. Die einfachsten und wichtigsten Tools für Online Shop Betreiber sind:

- **Google Analytics (Kostenlos):** Bietet Einblicke in Website-Traffic und Nutzerverhalten.
- **Google Search Console (Kostenlos):** Zeigt an, wie Ihre Website in Google-Suchergebnissen erscheint.
- **Ahrefs (Kostenpflichtig):** Fortgeschrittene Backlink-Analysen und Keyword-Recherchen.

Anleitung zur Dateninterpretation und Strategieanpassung

Das Sammeln von Daten ist nur der erste Schritt. Entscheidend ist, wie Sie diese Daten interpretieren und darauf basierend Ihre Strategien anpassen:

- **Verständnis der KPIs:** Konzentrieren Sie sich auf wichtige Leistungsindikatoren wie organischen Traffic, Absprungrate und Konversionsraten.

- **Analyse der Daten:** Beobachten Sie, wie sich Änderungen auf Ihrer Website auf die KPIs auswirken.
- **Strategieanpassung:** Passen Sie Ihre SEO-Strategie basierend auf den gewonnenen Erkenntnissen an, um die Effektivität zu maximieren.

SEO für Online-Shops: Outsourcen oder Selber Machen?

Als Besitzer eines Online-Shops stehen Sie vor der Entscheidung, SEO-Aktivitäten selbst zu übernehmen oder auszulagern. Beide Ansätze haben ihre spezifischen Vor- und Nachteile.

Vor- und Nachteile des Outsourcings von SEO

Vorteile:

- **Expertise:** SEO-Agenturen und Freelancer bringen spezialisierte Kenntnisse und Erfahrungen mit.
- **Zeitersparnis:** Outsourcing spart Ihnen Zeit, die Sie in andere Geschäftsbereiche investieren können.
- **Aktuelle Kenntnisse:** Experten bleiben in der Regel auf dem neuesten Stand der SEO-Trends und -Algorithmen.

Nachteile:

- **Kosten:** Professionelle SEO-Dienstleistungen können teuer sein.
- **Kontrollverlust:** Weniger Kontrolle über die genauen SEO-Praktiken und -Strategien.
- **Risiko von Black-Hat-Techniken:** Mögliche Anwendung riskanter SEO-Techniken durch den Dienstleister.

Quellen:

1

URL:

<https://www.cloudflare.com/learning/performance/more/website-performance-conversion-rates/>

Inhalte downloaden: