



GAMBIO PRAXIS-HANDBUCH

Band 5

SEO

Gambio-Shops technisch und inhaltlich für Suchmaschinen vorbereiten

Zielgruppe	Shopbetreiber, Redakteure, SEO-Verantwortliche und Administratoren
Ausrichtung	Gambio 5.x; selbstgehostete und Cloud-basierte Shops
Stand	06.08.2026
Herausgeber	Gambio-Tuning - Torsten Lewe

Eigenständig formulierte Arbeitshilfe. Keine offizielle Veröffentlichung der Gambio GmbH.

0 So ist dieses Handbuch aufgebaut

Gambio-Shops technisch und inhaltlich für Suchmaschinen vorbereiten

Dieser Band orientiert sich an der öffentlich sichtbaren Gliederung und an ausgewählten Funktionsbeschreibungen des Gambio Entwickler-Handbuchs. Die Texte wurden für den praktischen Einsatz neu formuliert, zusammengefasst und um eigene Prüf-, Sicherheits- und Arbeitsabläufe ergänzt. Dieser Band behandelt schwerpunktmäßig: Suchmaschinen, Gambio SEO Boost, Meta-Angaben, Robots-Datei, Sitemap, statische Seiten, Tracking-Codes, URL Rewrite und .htaccess.

VERSIONSHINWEIS: Menübezeichnungen und verfügbare Funktionen können je nach Shopversion, Theme, installierten Paketen sowie Cloud- oder Selbsthosting-Variante abweichen. Bei Unterschieden gilt die Bezeichnung in deinem aktuellen Gambio Admin.

Empfohlene Arbeitsweise

- | | |
|----------|---|
| 1 | Arbeitsschritt 1
Änderungen zuerst dokumentieren und bei kritischen Bereichen eine Sicherung anlegen. |
| 2 | Arbeitsschritt 2
Nur einen zusammengehörigen Bereich nach dem anderen bearbeiten. |
| 3 | Arbeitsschritt 3
Nach dem Speichern die Darstellung oder Funktion im Shopbereich prüfen. |
| 4 | Arbeitsschritt 4
Abhängigkeiten zu Modulen, Kundengruppen, Steuern, Versand und Cache beachten. |
| 5 | Arbeitsschritt 5
Die Abschlusscheckliste nutzen und offene Punkte schriftlich festhalten. |

PRAXIS: Bei produktiven Shops sollten Änderungen möglichst in einem ruhigen Zeitfenster oder zuerst in einer Testumgebung erfolgen.

Inhaltsübersicht

1. SEO-Ziele und Ausgangslage
2. Indexierbarkeit und Shopstatus
3. Gambio SEO Boost und lesbare URLs
4. Meta-Titel und Meta-Description
5. Kategorie- und Artikelinhalte
6. Statische Seiten und interne Verlinkung
7. Sitemap und Robots-Datei
8. URL Rewrite und Weiterleitungen
9. Technische Qualität und strukturierte Daten
10. Tracking, Kontrolle und SEO-Routine
11. **Abschlusscheckliste**
12. Schnellübersicht und Quellenhinweis

HINWEIS: Die Kapitel sind als eigenständige Arbeitsschritte aufgebaut. Bei umfangreichen Änderungen empfiehlt sich dennoch die Reihenfolge dieses Bandes.

1 SEO-Ziele und Ausgangslage

Suchmaschinenoptimierung verbindet Technik, Seitenstruktur, Inhalte und Nutzererfahrung. Die integrierten Gambio-Funktionen schaffen Voraussetzungen, garantieren aber weder Rankings noch Verkäufe.

Vor Beginn festlegen

- Welche Produkte und Kategorien wirtschaftlich wichtig sind
- Welche Suchbegriffe zur tatsächlichen Nachfrage passen
- Welche Seiten indexiert werden sollen
- Welche technischen Fehler zuerst behoben werden müssen
- Wie Erfolge gemessen und Änderungen dokumentiert werden

PRIORITÄT: Behebe Erreichbarkeits-, Indexierungs- und Duplicate-Content-Probleme vor umfangreichen Textoptimierungen.

2 Indexierbarkeit und Shopstatus

MENÜPFAD

Inhalte > Shop online/offline / Einstellungen > Suchmaschinenoptimierung

Suchmaschinen müssen die richtigen Seiten erreichen dürfen. Offline-Modus, Passwortschutz, Robots-Regeln und Canonical-Angaben können die Indexierung vollständig verhindern oder steuern.

Grundprüfung

1**Schritt 1**

Startseite und wichtige Kategorien ohne Anmeldung aufrufen.

2**Schritt 2**

HTTP-Status und HTTPS-Weiterleitung prüfen.

3**Schritt 3**

Robots-Datei auf unbeabsichtigte Sperren kontrollieren.

4**Schritt 4**

Quelltext auf noindex und Canonical-Verweise prüfen.

5**Schritt 5**

Sitemap aufrufen und Stichproben testen.

STAGING: Eine Testumgebung sollte nicht indexierbar sein. Nutze dafür Zugriffsschutz und passende Indexierungsregeln, nicht nur einen Hinweistext.

3 Gambio SEO Boost und lesbare URLs

MENÜPFAD

Einstellungen > Suchmaschinenoptimierung > SEO URLs

SEO-URLs erzeugen lesbare Adressen für Artikel und Kategorien. Die Funktion setzt eine passende Serverkonfiguration voraus und sollte vor dem Livegang vollständig getestet werden.

Nach Aktivierung prüfen

- ☐ Startseite und Unterseiten erreichbar
- ☐ Artikel- und Kategorie-URLs lesbar
- ☐ Warenkorb und Checkout funktionieren
- ☐ Keine Weiterleitungsschleifen
- ☐ Alte URLs werden sinnvoll weitergeleitet
- ☐ Caches wurden passend geleert

URL-STABILITÄT: Vermeide häufige Änderungen veröffentlichter URLs. Jede Änderung benötigt eine dauerhafte Weiterleitung und anschließende Kontrolle.

4 Meta-Titel und Meta-Description

MENÜPFAD

Artikel / Kategorien / Content bearbeiten > Meta-Angaben

Der Meta-Titel beschreibt die Seite für Suchmaschinen und Browser. Die Meta-Description kann als Suchergebnistext verwendet werden, wird aber von Suchmaschinen bei Bedarf ersetzt.

Praxisregeln

Bereich	Praxisregel
Meta-Titel	Eindeutig, wichtigstes Thema früh, Marke sinnvoll ergänzen
Meta-Description	Konkreter Nutzen, verständlich, zur Seite passend
Dubletten	Für wichtige Seiten individuell statt identischer Vorlagen
Keyword-Nutzung	Natürlich formulieren, keine Aneinanderreihung
Kontrolle	Suchergebnisdarstellung und tatsächlichen Seiteninhalt abgleichen

LÄNGE: Starre Zeichenlimits sind nur Richtwerte, weil Suchmaschinen nach verfügbarer Breite darstellen. Entscheidend sind Eindeutigkeit und Relevanz.

5 Kategorie- und Artikelinhalte

MENÜPFAD

Artikel > Artikel/Kategorien

Kategorien beantworten eine übergeordnete Such- und Kaufabsicht, Artikelseiten eine konkrete Produktentscheidung. Texte sollten Besucher unterstützen und nicht nur für Suchmaschinen geschrieben sein.

Inhaltliche Mindestqualität

- Eindeutige H1 beziehungsweise Seitenüberschrift
- Individuelle, nützliche Beschreibung
- Wichtige Eigenschaften und Anwendungsfälle
- Liefer-, Preis- und Varianteninformationen verständlich
- Interne Links zu passenden Kategorien oder Ratgebern
- Keine kopierten Herstellertexte ohne eigenen Mehrwert

DOPPELTE INHALTE: Identische Texte auf Varianten, Kategorien und Herstellerseiten erschweren die eindeutige Zuordnung. Fasse ähnliche Angebote sinnvoll zusammen oder differenziere den Inhalt.

6 Statische Seiten und interne Verlinkung

MENÜPFAD

Inhalte > Content Manager

Ratgeber, Service- und Informationsseiten können Suchanfragen abdecken, die nicht direkt auf eine Produktseite führen. Sie sollten klar in die Shopstruktur eingebunden sein.

Seite veröffentlichen

1	Schritt 1 Thema und Suchabsicht eindeutig festlegen.
2	Schritt 2 Überschriften logisch strukturieren.
3	Schritt 3 Nützlichen, eigenständigen Inhalt erstellen.
4	Schritt 4 Passende Kategorien und Produkte intern verlinken.
5	Schritt 5 Meta-Angaben, URL und Indexierung prüfen.
6	Schritt 6 Seite in Navigation, Footer oder Content-Hub sinnvoll einordnen.

RECHTSTEXTE: Impressum, Datenschutz, AGB und ähnliche Pflichtseiten sind keine SEO-Landingpages. Verändere rechtlich geprüfte Texte nicht für Keyword-Zwecke.

7 Sitemap und Robots-Datei

MENÜPFAD

Einstellungen > Suchmaschinenoptimierung > Sitemap / Robots

Die XML-Sitemap unterstützt Suchmaschinen beim Auffinden wichtiger URLs. Die Robots-Datei steuert den Zugriff von Crawlern, entfernt aber keine bereits indexierten Seiten aus dem Suchindex.

Kontrollpunkte

Bereich	Praxisregel
Sitemap	Nur gültige, bevorzugte und indexierbare URLs
Robots	Keine wichtigen CSS-, Bild- oder Inhaltsressourcen blockiert
Statische Seiten	Aufnahme bewusst je Seite festlegen
Fehlerseiten	Nicht als reguläre Sitemap-URL enthalten
Weiterleitungen	Ziel-URL statt umgeleiteter Ausgangs-URL

ENTFERNUNG: Für das Entfernen einer Seite aus dem Index sind Statuscode, noindex, Zugriff und interne Verlinkung gemeinsam zu betrachten. robots.txt allein reicht nicht.

8 URL Rewrite und Weiterleitungen

MENÜPFAD

Toolbox > Weiterleitungsregeln / Artikel und Kategorien > URL Rewrite

URL Rewrite legt sprechende Pfade fest. Weiterleitungsregeln bewahren Signale und Nutzerzugriffe, wenn Seiten dauerhaft verschoben oder entfernt werden.

URL-Änderung

1	Schritt 1 Alte und neue URL dokumentieren.
2	Schritt 2 Neue URL kurz und dauerhaft wählen.
3	Schritt 3 Dauerhafte Weiterleitung von alt nach neu einrichten.
4	Schritt 4 Ziel ohne weitere Weiterleitung aufrufen.
5	Schritt 5 Interne Links und Sitemap aktualisieren.
6	Schritt 6 Nach einigen Tagen Fehlerlogs und Suchkonsole prüfen.
KETTEN: Vermeide Weiterleitungsketten. Alte URL sollte möglichst direkt auf die endgültige Zielseite zeigen.	

9 Technische Qualität und strukturierte Daten

Schnelle, stabile und maschinenlesbare Seiten erleichtern Crawling und Nutzung. Strukturierte Daten müssen mit dem sichtbaren Inhalt übereinstimmen.

Technikprüfung

- ☐ HTTPS ohne gemischte Inhalte
- ☐ Mobile Darstellung und Bedienbarkeit
- ☐ Optimierte Bilder und sinnvolle Größen
- ☐ Keine wiederkehrenden 404- oder 500-Fehler
- ☐ Canonical-Verweise korrekt
- ☐ Product-, Offer-, Breadcrumb- und Organization-Daten plausibel
- ☐ Keine widersprüchlichen Preise oder Verfügbarkeiten

PRAXISERGÄNZUNG: Strukturierte Daten und Performance sind ergänzende moderne SEO-Themen. Sie gehen über die reine Bedienbeschreibung der älteren Handbuchkapitel hinaus.

10 Tracking, Kontrolle und SEO-Routine

MENÜPFAD Einstellungen / Module > Tracking und Analyse

Messung sollte datenschutzkonform und zielgerichtet erfolgen. Rankings allein sagen wenig über Umsatz, Anfragen oder technische Probleme aus.

Regelmäßige Kennzahlen

Bereich	Praxisregel
Indexierung	Gültige Seiten, ausgeschlossene Seiten und Fehler
Sichtbarkeit	Impressionen, Suchanfragen und Positionen
Nutzung	Einstiege, Warenkorb, Checkout und Conversion
Technik	404, Serverfehler, Ladezeiten und mobile Probleme
Inhalte	Seiten mit sinkender Nachfrage oder veralteten Angaben

ÄNDERUNGSPROTOKOLL: Dokumentiere Datum, Seite, Änderung und erwartete Wirkung. Ohne Protokoll lassen sich spätere Entwicklungen kaum bewerten.

11 Abschlusscheckliste

Nutze die folgende Liste nach der Bearbeitung dieses Bandes. Ergänze in der rechten Spalte Ergebnisse, Abweichungen oder notwendige Nacharbeiten.

Nr.	Prüfpunkt	Ergebnis / Notiz
1	Wichtige Seiten sind ohne Anmeldung erreichbar	
2	Testumgebung ist zuverlässig von Indexierung ausgeschlossen	
3	HTTPS und Weiterleitungen funktionieren	
4	SEO-URLs wurden vollständig getestet	
5	Veröffentlichte URLs bleiben möglichst stabil	
6	Meta-Titel sind eindeutig	
7	Meta-Descriptions passen zum Seiteninhalt	
8	Kategorien haben eigenständigen Nutzen	
9	Artikeltexte sind vollständig und nicht kopiert	
10	Interne Links unterstützen die Navigation	
11	Statische Seiten sind sinnvoll eingeordnet	
12	Rechtstexte wurden nicht für SEO verändert	
13	Sitemap enthält bevorzugte URLs	
14	Robots-Datei blockiert keine wichtigen Inhalte	
15	Entfernte Seiten haben passende Behandlung	
16	Weiterleitungen führen direkt zum Ziel	
17	404- und Serverfehler werden überwacht	
18	Mobile Darstellung wurde geprüft	
19	Strukturierte Daten stimmen mit sichtbaren Angaben überein	
20	SEO-Änderungen und Ergebnisse werden dokumentiert	

12 Schnellübersicht und Quellenhinweis

Wichtige Menüpfade

Aufgabe	Menüpfad / Bereich
SEO-Einstellungen	Einstellungen > Suchmaschinenoptimierung
SEO-URLs	Einstellungen > Suchmaschinenoptimierung > SEO URLs
Meta-Angaben Artikel	Artikel > Artikel/Kategorien > Artikel bearbeiten
Meta-Angaben Kategorie	Artikel > Artikel/Kategorien > Kategorie bearbeiten
Statische Seiten	Inhalte > Content Manager
Sitemap	Einstellungen > Suchmaschinenoptimierung > Sitemap
Robots	Einstellungen > Suchmaschinenoptimierung > Robots
URL Rewrite	Artikel / Kategorie bearbeiten > URL Rewrite
Weiterleitungen	Toolbox > Weiterleitungsregeln
Cache	Toolbox > Cache

Bearbeitungsgrundlage

Dieses Praxis-Handbuch orientiert sich an der öffentlich zugänglichen Struktur des Gambio Entwickler-Handbuchs, insbesondere an den Bereichen Suchmaschinen, Gambio SEO Boost, Meta-Angaben, Robots-Datei, Sitemap, statische Seiten, Tracking-Codes, URL Rewrite und .htaccess. Abrufdatum: 06.08.2026.

Quelle: developers.gambio.de/manual.html

URHEBERRECHT: Die Inhalte dieses Praxis-Handbuchs wurden eigenständig formuliert. Original-Screenshots und längere Originalpassagen des offiziellen Gambio-Handbuchs wurden nicht übernommen. Das offizielle Handbuch ist urheberrechtlich geschützt.

Kontakt Gambio-Tuning

Gambio-Tuning

Telefon: 02954 - 977 90 40
E-Mail: bestellung@gambio-tuning.de
Web: www.gambio-tuning.de

Ende Band 5 - SEO