

Nicht bei Google? Meist fünf Ursachen.

Ein fokussiertes Angebot für Shopware-Shops, bei denen nur die Startseite indexiert ist und die Produktseiten nirgends auftauchen.

Mithat Yildiran, Mitware | Stand August 2026

Auslöser	Typischer Befund	Ziel
Produktseiten fehlen im Index	Technische Signale blockieren, nicht die Qualität	Seiten kommen in den Index und bleiben drin

Warum ein Shopware-Shop nicht bei Google erscheint

Wenn ein Shopware-Shop nicht bei Google auftaucht, liegt es fast nie an fehlender Qualität, sondern an technischen Signalen: ein vergessenes noindex, eine Sitemap, die Google nicht abrufen kann, oder Seiten, die als zu dünn oder doppelt gewertet werden.

Google findet die Unterseiten dann gar nicht erst oder nimmt sie auf und wirft sie nach wenigen Tagen wieder aus dem Index. Beides sind lösbare Konfigurations- und Struktur-Themen, keine Grenzen der Plattform. Es ist selten eine große Ursache, meist mehrere kleine zusammen — deshalb hilft eine systematische Prüfung mehr als ein einzelner Handgriff.

Ihr Ergebnis: eine klare Liste der echten Blocker, behobene Ursachen und eine Indexabdeckung, die stabil bleibt statt nach Tagen wieder einzubrechen.

Für wen das Angebot gedacht ist

- **Betroffene Geschäftsmodelle:** Shopware-Shops, bei denen nur die Startseite indexiert ist und Produktseiten fehlen.
- **Hohe Relevanz:** Shops mit größerem Sortiment, bei denen hunderte Produktseiten auf „Gecrawlt, zurzeit nicht indexiert“ stehen.
- **Klare Verantwortung:** Betreiber, die wissen wollen, woran es liegt, statt einzelne URLs immer wieder neu einzureichen.

Manuelles Einreichen einzelner URLs in der Search Console ist kein Ersatz für die Ursachenbehebung — ohne behobene Blocker fällt eine eingereichte Seite oft nach kurzer Zeit wieder aus dem Index.

Die fünf häufigsten Ursachen

Wir prüfen den Shop gegen genau diese Ursachen. Ergebnis ist eine klare Liste der echten Blocker.

Arbeitsfeld	Was wir prüfen und umsetzen	Ihr Ergebnis
1 noindex aus der Entwicklung	Beim Live-Gang bleibt das Meta-Robots-Tag oft auf „noindex“ stehen.	robots-Meta auf index
2 Sitemap wird nicht abgerufen	Steht die Sitemap auf „konnte nicht abgerufen werden“, entdeckt Google die Unterseiten nie.	Abrufbare Sitemap
3 Gecrawlt, nicht indexiert	Google hat die Seite gesehen, aber als zu dünn oder zu ähnlich eingestuft.	Seiten aufwerten
4 Duplicate Content	Dasselbe Produkt unter mehreren URLs ohne sauberes Canonical.	Canonicals bereinigt
5 Schwache interne Verlinkung	Produktseiten, die von nirgends verlinkt sind, gelten für Google als unwichtig.	Verlinkung gestärkt

Der Ablauf

1. **Analyse.** Robots, Sitemap-Status, Indexabdeckung, Canonicals und interne Verlinkung geprüft.
2. **Behebung.** Technische Blocker am bestehenden Shop aufräumen, saubere Struktur bei Google einreichen. Kein Neubau, gezielte Eingriffe.
3. **Überwachung.** Indexabdeckung beobachten, bis die Seiten drin sind und bleiben. Fallen Seiten heraus, gehen wir der Ursache nach statt nur neu einzureichen.

Was Sie erhalten: eine Liste der tatsächlich greifenden Blocker, deren Behebung am bestehenden Shop und eine überwachte Indexabdeckung.

Realistische Erwartung: Nach dem Beheben der Ursachen und einer frischen Sitemap-Einreichung werden einzelne Seiten oft in wenigen Tagen aufgenommen, die volle Indexabdeckung eines größeren Shops kann Wochen dauern.

Beweis, kein Versprechen

Belegt an einem echten Shopware-6-Shop mit rund 2.500 Produkten, sechs Sprachen und internationalem Versand (RS Performance Lab, eigener Shop). Nach einem Google-Core-Update war der Shop in der Sichtbarkeit eingebrochen. Wir haben die technische Basis neu aufgebaut und die Auffindbarkeit zurückgeholt.

Die Zahlen sind gemessen, nicht geschätzt: organische Klicks von 154 zurück auf über 400 pro Tag nach der Erholung, DOM-Komplexität um rund 95 Prozent reduziert, Server-Antwortzeit bei 0,12 Sekunden. Gemessen in der Google Search Console.

Ergebnisse hängen vom Ausgangszustand des Shops ab und sind keine Garantie. Der Beleg zeigt, was möglich ist, nicht was für jeden Shop identisch eintritt.

Angebot & Investition

Der Umfang hängt davon ab, wie viele der fünf Ursachen bei euch greifen. Der Einstieg ist eine kostenlose Prüfung.

Paket	Leistungsumfang	Investition
Kostenlose Indexierungs-Prüfung	Shop gegen die fünf Ursachen geprüft, klare Liste der echten Blocker.	0 EUR
Behebung	Technische Blocker aufräumen, saubere Struktur einreichen.	individuell nach Prüfung beziffert
Überwachung	Indexabdeckung beobachten, bis die Seiten drin sind und bleiben.	optional auf Wunsch

Der wirtschaftliche Nutzen

Der Wert entsteht aus Produktseiten, die überhaupt erst gefunden werden können. Modellrechnung: Anzahl nicht indexierter Produktseiten mal geschätzten Besuchen pro Seite und Monat mal eurer Conversion-Rate mal durchschnittlichem Auftragswert ergibt den ungefähren Wert der Lücke. Ein Rechenrahmen mit euren eigenen Zahlen.

Warum dieses Modell überzeugt

- **Ursache statt Symptom:** Wir beheben die Blocker, statt URLs immer wieder neu einzureichen.
- **Kein Neubau:** Gezielte Eingriffe am bestehenden Shop.
- **Am eigenen Shop belegt:** Die Zahlen stammen aus echter Umsetzung, nicht aus Theorie.

Nächster Schritt: Kostenlose Indexierungs-Prüfung. Kontakt: kontakt@mitware.eu | Termin: mitware.eu/kontakt.html

Quellen: mitware.eu/leistungen/shopware-google-indexierung.html | mitware.eu/wissen/case-study-rs-performance-lab.html