



Latori GmbH



GEO-CHECKLISTE FÜR SHOPIFY-NUTZER (GENERATIVE ENGINE OPTIMIZATION)

Diese Checkliste hilft, Inhalte in deinem Shopify-Shop so zu gestalten, dass sie von generativen KI-Suchsystemen wie Google SGE, Bing Copilot & Perplexity erkannt, verwendet und zitiert werden können.

1 GEO-optimierte Content-Formate

- ☐ „Was ist ...?“-Seiten im Blog oder als eigene Info-Seite (z. B. „Was ist Klarna?“)
- ☐ Vergleichsartikel wie „Shopify vs WooCommerce“
- ☐ Produkt-Glossar oder E-Commerce-Begriffe als separate Seiten oder Sektionen
- ☐ FAQ-Bereiche zu Versand, Zahlungen, Retouren (auch KI-relevant!)
- ☐ Anleitungen („Wie funktioniert ...?“ oder „So nutzt du ...“)

Platzieren kannst du diese Inhalte z. B. unter:

- ▲ Blogposts
- ▲ CMS-Seiten (unter „Online-Shop > Seiten“)
- ▲ Unterhalb von Produktseiten als Infobox (z. B. via Apps oder Sections Everywhere)

2 Klarer & hilfreicher Inhalt

- ☐ Beantwortet der Inhalt eine konkrete Nutzerfrage? (z. B. „Was ist Dropshipping?“)
- ☐ Ist der Text sachlich, informativ und vertrauenswürdig?
- ☐ Verwendest du Beispiele oder Begriffe, die relevant für deine Zielgruppe im E-Commerce sind?
- ☐ Gibt es eine klare Aussage pro Abschnitt?

3 Struktur & Formatierung im Shopify-Blog

- ☐ Nutzt du klare H2- und H3-Überschriften in Shopify-Blogposts?
- ☐ Ist der Text in kurze Absätze (3–5 Sätze) unterteilt?
- ☐ Verwendest du Bullet Points oder nummerierte Listen, um Infos leicht konsumierbar zu machen?

- ☐ Gibt es eine Zusammenfassung am Anfang (Meta-Summary oder kurzer Überblick)?
- ☐ Ist jeder Abschnitt modular aufgebaut, also in sich verständlich?

TIPP: Nutze im Shopify-Editor die HTML-Ansicht, um H-Tags korrekt zu setzen (H2, H3, etc.)

4 Einzigartige Kategoriebeschreibungen (Collection Pages)

Shopify Kategorie Seiten (Collections) werden oft bei der Pflege oft vernachlässigt, sind aber für GEO und SEO enorm wichtig. Sie sind oft Linkziel für Externe Seiten, die viele relevante Produkte bündeln.

- ☐ Meta-Title & Description in Shopify gepflegt (Hauptkeyword ganz vorne? USPs & CTA in der Description?)
- ☐ H1 enthält das Hauptkeyword?
- ☐ FAQ Bereich unterhalb der Produkte oder eine Verlinkung zur FAQ-Seite vorhanden?
- ☐ Optional kann auf diesen Seiten auch ein kurzer Einführungstext oberhalb der Produkte gesetzt werden. 3-4 Sätze in denen vielleicht auf Besonderheiten hingewiesen wird.
 - ☐ Was bietet diese Kategorie?
 - ☐ Für wen sind die Produkte gedacht?
 - ☐ Was ist der USP dieser Auswahl?

5 GEO für Produktdetailseiten (PDPs)

Vermeide generische Texte die keinen Mehrwert bieten ("Toller Pullover aus Baumwolle) nutze stattdessen KI-freundliche Sprache.

- ☐ Was macht das Produkt besonders? Nutze USPs
- ☐ Welche Materialien wurden verwendet
- ☐ Woher kommt das Produkt (Herkunft)?
- ☐ Welche Werte stehen dahinter?
- ☐ Wer ist die Zielgruppe?

TIPP: Schreibe besser etwas wie "Dieser Pullover besteht aus zertifizierter Bio-Baumwolle und wird fair in Portugal produziert". Ideal für Menschen, die nachhaltige Mode ohne Kompromisse suchen.
→ Hilft der KI zu verstehen, was du wirklich anbietest

6 Technische & semantische Optimierung in Shopify

- ☐ Meta-Titel & -Beschreibung enthalten eine klare Hauptfrage oder Definition
- ☐ Die URL ist kurz, sprechend und keywordbasiert (z. B. shop.com/blog/was-ist-dropshipping)
- ☐ ALT-Texte für Bilder enthalten relevante Begriffe oder Definitionen
- ☐ Inhalte sind mobilfreundlich und schnell ladend
- ☐ Nutzt du strukturierte Daten / FAQ-Snippets (z. B. über Shopify SEO-Apps)?

Empfohlene Apps:

- ▲ Plug In SEO
- ▲ Yoast for Shopify
- ▲ JSON-LD for SEO

7 Fragen & Nutzerintention erkennen

- ☐ Hast du echte Nutzerfragen recherchiert (z. B. mit AlsoAsked, Perplexity, Google Search Console)?
- ☐ Sind im Text oder auf der Seite Fragen als H2/H3-Überschriften eingebaut?
- ☐ Gibt es mehrere Varianten derselben Frage (Synonyme, alternative Formulierungen)?
- ☐ Wird die Nutzerintention klar bedient (informativ vs. transaktional)?

TIPP: Erstelle eine Globale FAQ-Seite ODER baue FAQs unter Kategorien/Produkten ein. Verwende auch hier H2-Tags für die strukturierte Lesbarkeit und markiere die FAQs mit strukturierten Daten.
Beispiele:
→ Wo werden eure Pullover produziert? In einem zertifizierten Werk in Portugal
→ Sind eure Produkte vegan? Ja, xy% unserer Kollektion sind vegan und PETA-approved

8 Vertrauenssignale & Aktualität

- ☐ Ist der Artikel mit Veröffentlichungs- oder Änderungsdatum versehen?
- ☐ Gibt es Verweise auf seriöse Quellen oder eigene Shopdaten (z. B. Erfahrungswerte)?
- ☐ Wird klar kommuniziert, wer der Autor / das Unternehmen ist?
- ☐ Wurde der Inhalt innerhalb der letzten 6–12 Monate überarbeitet?

9 Shopify Features sinnvoll verwenden:

Shopify bietet bereits ohne erweiterungen und zusätzliche Apps die Möglichkeit den Shop oder Blog für KI zu optimieren:

- ☐ Tags & Metafelder: Nutze Sie für zusätzliche Kontextinfos z.B. zu Materialien, der Herkunft oder zur Nachhaltigkeit
- ☐ Sammlungen statt reine Filter: KIs verlinken eher auf richtige URLs wie /collections/vegane-sneaker als auf dynamische Filter
- ☐ Eigene "Beratungsseite": z.B. "Nachhaltigkeit bei uns", "Geschenkideen" oder "Unsere Produktionsstätten"
→ KIs lieben solche strukturierten Inhaltsseiten.

BONUS: H- Überschriften richtig setzen

Wenn du Inhalte in Shopify schreibst - z.B. im Blog Bereich unter: unter **Online-Shop > Blogposts** – hast du im Editor zunächst nur grundlegende Formatierungsoptionen (Fett, Kursiv, Listen, Link, etc.). Viele Nutzer übersehen dabei, dass Überschriften-Tags (H2, H3, H4) für GEO und SEO enorm wichtig sind.

Warum? Weil KI-Suchmaschinen (wie Google SGE, Bing Copilot, Perplexity) und auch Google selbst strukturierte Texte besser verstehen können – besonders, wenn sie in übersichtliche semantische Abschnitte gegliedert sind.

So setzt du H-Überschriften im Shopify-Blog korrekt ein:

1. Öffne den Blogartikel oder eine Seite im Editor

Gehe zu: **Online-Shop > Blogposts > Artikel bearbeiten**

2. Wähle die Überschrift aus, die du markieren willst

Beispiel: Du hast eine Zwischenüberschrift wie „Was ist Dropshipping?“ geschrieben

3. Klicke auf „Format“ oder „Formatvorlage“

In vielen Themes oder Editoren heißt das Dropdown „Normal“, „Absatz“, „Titel“, „Überschrift 2“, etc.

4. Wähle „Überschrift 2 (H2)“ oder „Überschrift 3 (H3) aus

▲ Für Hauptabschnitte: **H2**

▲ Für Unterpunkte darunter: **H3**

Regel:

▲ Pro Artikel nur 1 H1 (der Titel – wird automatisch gesetzt von Shopify)

▲ Danach nutzt du mehrere H2, ggf. H3 für Untergliederungen

Warum das für GEO entscheidend ist:

▲ Generative KI liest nach Struktur, nicht nur nach Keywords

▲ H2-Überschriften helfen der KI, einzelne Sinnabschnitte zu identifizieren

▲ Eine Frage wie „Was ist ...?“ in einer H2-Zeile wird oft direkt zitiert oder verwendet

▲ Sprechende H2s helfen auch, dass dein Inhalt als Featured Snippet oder Antwortkasten erscheint