STORE2X STUDIE · SEO-REPORT

SEO-Setup der Shopsysteme 2026: Wie gut 34 Systeme im Standard aufgestellt sind

Strukturierte Daten, Canonical, Sitemap, Open Graph: Wie viel technisches SEO ein Shopsystem im Standard mitbringt.

KERNBEFUND

Gehostete Plattformen liefern technisches SEO fast vollständig im Standard, während die typischen Migrations-Quellen wie Magento, PrestaShop und ePages deutlich zurückhängen.

91,3 %
SEO-Setup-Score bei Shopify

15,0 %
strukturierte Daten bei Shopware

Veröffentlicht am 26. August 2026 · Datenbasis: HTTP Archive (custom metrics), August 2026
Von Richard Roth und Till Täubrich

AUF EINEN BLICK

Das Wichtigste in Kürze

91,3 % SEO-Setup-Score bei Shopify 706.482 ausgewertete Shops	**15,0 %** strukturierte Daten bei Shopware JTL nur 18,7 %	**47,4 %** bei Magento / Adobe Commerce PrestaShop 49,9 %, OpenCart 51,8 %
0,5 % JSON-LD bei ePages, dem Schlusslicht SEO-Setup-Score nur 25,7 %	**99,7 %** beim Spitzenreiter Squarespace gehosteter Baukasten	**34** ausgewertete Shopsysteme Stichmonat August 2026

Wie gut ist ein Shop für Suchmaschinen aufgestellt, bevor jemand auch nur eine Zeile optimiert, allein durch das gewählte System? Für diesen Report haben wir für 34 gängige Shopsysteme gemessen, wie viele ihrer Shops im Standard die technischen SEO-Grundlagen mitbringen: strukturierte Daten (JSON-LD), ein Canonical-Tag, eine in der robots.txt deklarierte Sitemap und Open-Graph-Auszeichnung. Grundlage ist die Startseite echter Shops aus dem HTTP Archive, Stand August 2026. Das Ergebnis zeigt, wie unterschiedlich viel Arbeit ein System einem abnimmt, und wo Händler nach einem Wechsel technisch besser dastehen.

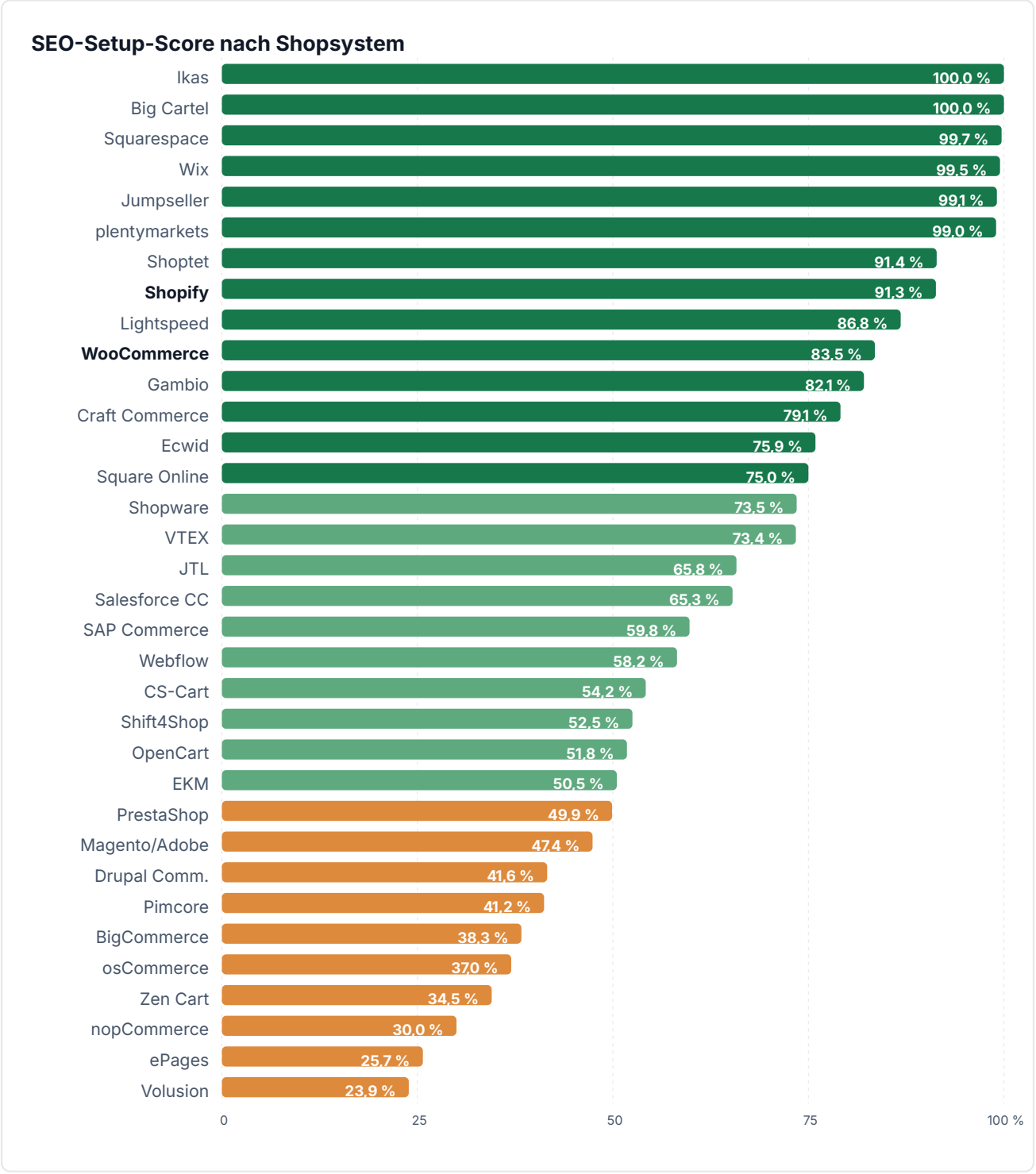
ERGEBNISSE

Die wichtigsten Ergebnisse

- Gehostete Baukästen und SaaS-Plattformen liefern technisches SEO nahezu vollständig im Standard: Squarespace (99,7 %), Wix (99,5 %) und Shopify (91,3 %) bringen strukturierte Daten, Canonical, Sitemap und Open Graph fast durchgängig mit.
- Die typischen Migrations-Quellen hängen deutlich zurück: Magento / Adobe Commerce (47,4 %), PrestaShop (49,9 %) und OpenCart (51,8 %) erreichen nicht einmal die Hälfte dessen, was hostet Plattformen im Standard liefern.
- DACH-Blindstelle strukturierte Daten: Shopware bringt nur bei 15,0 % der Shops JSON-LD mit, JTL nur bei 18,7 %. Ausgerechnet die maschinenlesbaren Daten, die Google für Rich Results und KI-Systeme für Antworten brauchen, fehlen im Standard fast völlig.
- ePages ist mit einem SEO-Setup-Score von 25,7 % Schlusslicht unter den bekannten Systemen: JSON-LD nur bei 0,5 % der Shops, Canonical bei 41,7 %.
- Shopify ist nicht die theoretische Nummer eins (winzige SaaS-Anbieter wie Ikas oder Big Cartel erreichen 100 %), liefert sein vollständiges Setup aber verlässlich über mehr als 706.000 Shops, ohne dass Händler dafür etwas tun.
- WooCommerce steht mit 83,5 % gut da, aber das ist Plugin-Verdienst: Ohne ein SEO-Plugin wie Yoast oder RankMath bringt WordPress diese Signale nicht von selbst mit.

VISUALISIERUNG

Die Zahlen im Überblick



DATENTABELLE

Alle Werte im Detail

Shopsystem	SEO-Setup-Score	Strukturierte Daten (JSON-LD)	Canonical	Sitemap in robots.txt	Open Graph	Shops (n)
Ikas	100,0 %	100,0 %	100,0 %	99,8 %	100,0 %	4.547
Big Cartel	100,0 %	100,0 %	100,0 %	99,9 %	100,0 %	2.471
Squarespace	99,7 %	99,0 %	99,9 %	99,7 %	100,0 %	237.340
Wix	99,5 %	98,6 %	99,9 %	99,7 %	99,8 %	281.109
Jumpseller	99,1 %	98,3 %	99,6 %	99,7 %	98,8 %	3.366
plentymarkets	99,0 %	99,6 %	99,6 %	97,1 %	99,8 %	1.034
Shoptet	91,4 %	66,4 %	99,4 %	99,8 %	100,0 %	14.697
Shopify	91,3 %	77,1 %	96,6 %	95,0 %	96,7 %	706.482
Lightspeed	86,8 %	47,2 %	100,0 %	99,9 %	100,0 %	5.425
WooCommerce	83,5 %	75,6 %	97,9 %	83,3 %	77,1 %	986.946
Gambio	82,1 %	92,3 %	98,5 %	41,5 %	96,2 %	3.181
Craft Commerce	79,1 %	66,5 %	85,7 %	73,2 %	91,1 %	847
Ecwid	75,9 %	39,4 %	91,9 %	92,4 %	80,0 %	7.969
Square Online	75,0 %	0,9 %	99,9 %	99,3 %	99,9 %	23.907
Shopware	73,5 %	15,0 %	99,1 %	80,4 %	99,5 %	12.385
VTEX	73,4 %	77,9 %	94,2 %	39,9 %	81,7 %	3.528
JTL	65,8 %	18,7 %	83,1 %	79,4 %	82,1 %	5.227
Salesforce CC	65,3 %	57,4 %	78,7 %	76,3 %	48,8 %	3.981
SAP Commerce	59,8 %	40,8 %	71,6 %	77,9 %	48,8 %	2.249
Webflow	58,2 %	32,2 %	37,8 %	68,6 %	94,1 %	15.377
CS-Cart	54,2 %	29,1 %	93,9 %	40,7 %	53,0 %	4.022
Shift4Shop	52,5 %	8,1 %	99,1 %	99,9 %	2,9 %	1.616
OpenCart	51,8 %	48,7 %	50,1 %	43,1 %	65,1 %	31.945
EKM	50,5 %	2,1 %	100,0 %	0,0 %	99,7 %	1.107
PrestaShop	49,9 %	57,0 %	40,3 %	44,5 %	57,9 %	74.248
Magento/Adobe	47,4 %	48,6 %	45,5 %	58,9 %	36,7 %	43.964
Drupal Comm.	41,6 %	14,6 %	88,8 %	20,1 %	43,1 %	973
Pimcore	41,2 %	28,9 %	41,9 %	39,0 %	55,0 %	3.345
BigCommerce	38,3 %	22,1 %	98,0 %	23,0 %	10,0 %	16.906
osCommerce	37,0 %	23,9 %	53,8 %	37,8 %	32,4 %	2.536
Zen Cart	34,5 %	15,7 %	76,2 %	31,1 %	15,0 %	952
nopCommerce	30,0 %	7,7 %	12,0 %	91,0 %	9,3 %	5.270
ePages	25,7 %	0,5 %	41,7 %	49,7 %	10,8 %	4.551
Volusion	23,9 %	5,9 %	82,4 %	4,0 %	3,4 %	1.308

SEO-Setup-Score = Durchschnitt aus vier technischen Signalen (JSON-LD, Canonical, Sitemap in robots.txt, Open Graph), jeweils Anteil der Shops. Startseite, mobil, HTTP Archive August 2026.

Ergebnisse im Detail

Warum das SEO-Setup im Standard über Sichtbarkeit entscheidet

Bevor jemand ein einziges Keyword recherchiert, entscheidet das Shopsystem bereits über die technische Ausgangslage. Vier Signale bilden dabei das Fundament: strukturierte Daten (JSON-LD)

machen Inhalte für Google und KI-Systeme maschinenlesbar, ein Canonical-Tag verhindert Duplicate Content, eine in der robots.txt deklarierte Sitemap hilft beim Crawling, und Open Graph steuert, wie Links in sozialen Netzwerken und Messengern erscheinen.

Diese Grundlagen sind kein Nice-to-have. Fehlt das Canonical, konkurrieren Varianten derselben Seite gegeneinander; fehlen strukturierte Daten, entgehen dem Shop Rich Results und Erwähnungen in KI-Antworten. Wie viel davon ein System im Standard mitbringt, ist deshalb bares Geld an Sichtbarkeit.

Gehostete Plattformen nehmen die Arbeit ab

An der Spitze stehen gehostete Baukästen und SaaS-Systeme. Squarespace (99,7 %), Wix (99,5 %) und, bei einer sehr großen Stichprobe, Shopify (91,3 %) liefern die vier Signale nahezu durchgängig, ohne dass Händler etwas konfigurieren.

Der Grund ist strukturell: Wenn eine Plattform Templates, Auslieferung und Meta-Erzeugung zentral kontrolliert, kann sie strukturierte Daten, Canonical und Sitemap für alle Shops erzwingen. Der Nachteil geringerer Freiheit wird hier zum Vorteil, es gibt schlicht keine Möglichkeit, die Basis kaputtzukonfigurieren.

Die Migrations-Quellen im Detail: Magento, PrestaShop, OpenCart

Bei den klassischen self-hosted Systemen, von denen Händler regelmäßig wegmigrieren, klaffen Lücken. Magento / Adobe Commerce kommt auf einen SEO-Setup-Score von 47,4 %, PrestaShop auf 49,9 %, OpenCart auf 51,8 %. Besonders auffällig: Canonical ist bei Magento nur bei 45,5 % der Shops gesetzt, bei PrestaShop bei 40,3 %, und Sitemaps werden längst nicht überall deklariert.

Das sind genau die Signale, deren Fehlen zu Duplicate Content und ineffizientem Crawling führt. Die Systeme können all das, aber sie setzen es nicht im Standard, sondern überlassen es Extensions, Entwicklern und der Sorgfalt des Betreibers. In der Breite bleibt viel davon ungenutzt.

DACH-Blindstelle: Shopware und JTL bei strukturierten Daten

Ein eigener Fall sind die im DACH-Raum verbreiteten Shopware und JTL. Beide bringen sauberes Canonical (Shopware 99,1 %) und Open Graph mit, liefern aber kaum strukturierte Daten: JSON-LD findet sich nur bei 15,0 % der Shopware-Shops und 18,7 % der JTL-Shops.

Das wiegt gerade jetzt schwer. Strukturierte Daten sind die Grundlage für Rich Results in Google und dafür, dass KI-Systeme Produkte und Inhalte überhaupt verlässlich verstehen. Ein System, das sie im Standard nicht ausliefert, verschenkt genau die Maschinenlesbarkeit, die in der KI-Suche über Sichtbarkeit entscheidet.

WooCommerce: gut, aber auf Plugins gebaut

WooCommerce erreicht mit 83,5 % einen guten Score, deutlich besser als die anderen self-hosted Systeme. Der Grund liegt aber weniger an WooCommerce selbst als am WordPress-Ökosystem: Der Großteil der Shops nutzt ein SEO-Plugin wie Yoast oder RankMath, das Canonical, Sitemap und strukturierte Daten nachrüstet.

Das ist ein wichtiger Unterschied zur gehosteten Welt. Das gute Setup ist bei WooCommerce nicht garantiert, sondern hängt an der richtigen Plugin-Wahl und deren Pflege. Wer ohne SEO-Plugin

startet, steht technisch deutlich schlechter da, als der Durchschnittswert vermuten lässt.

Was Shopify auszeichnet

Shopify ist nicht die theoretische Nummer eins. Winzige, stark standardisierte SaaS-Anbieter wie Ikas oder Big Cartel erreichen 100 %, weil sie praktisch keine Freiheitsgrade lassen. Der eigentliche Punkt ist die Verlässlichkeit über die Masse: Shopify liefert seinen Score von 91,3 % bei über 706.000 Shops, der mit Abstand größten Stichprobe im Feld.

Entscheidend ist auch hier das "out of the box": Strukturierte Daten, Canonical, Sitemap und Open Graph sind gesetzt, ohne dass Händler Plugins wählen, Server konfigurieren oder Entwickler beauftragen. Nach einer Migration ist die technische SEO-Basis damit ab Tag eins solide, und die Optimierung kann bei Inhalt und Strategie ansetzen statt bei der Reparatur der Grundlagen.

Grenzen der Auswertung

Gemessen wird die Startseite jedes Shops, daher bewerten wir startseitentypische strukturierte Daten wie Organization, WebSite und BreadcrumbList. Produkt-Markup, das auf Detailseiten sitzt, fließt bewusst nicht ein. Der SEO-Setup-Score ist eine transparente Hilfsgröße, der Durchschnitt aus vier Signalen, und ersetzt keine vollständige SEO-Bewertung.

Die Zuordnung, welche Domain welches System nutzt, stammt aus der automatischen Technologie-Erkennung des HTTP Archive und ist nicht in jedem Einzelfall perfekt. Systeme mit sehr kleiner Stichprobe sind ausgeschlossen. Alle Werte sind eine Momentaufnahme aus August 2026 und ändern sich mit neuen Crawls.

Was das für deinen Shop bedeutet

Für die Plattformwahl heißt das: Ein großer Teil der technischen SEO-Basis ist eine Frage des Systems, nicht des Budgets. Gehostete Plattformen setzen strukturierte Daten, Canonical und Sitemap im Standard, self-hosted Systeme überlassen das dem Betreiber, seinen Plugins und seiner Agentur.

Für die Systeme, von denen die meisten Händler wechseln, ist die Lage eindeutig: Magento, PrestaShop und OpenCart lassen im Standard bei Canonical und Sitemap Lücken, die zu Duplicate Content und schlecht gecrawlten Shops führen. Und die im DACH-Raum verbreiteten Shopware und JTL bringen zwar sauberes Canonical mit, liefern aber kaum strukturierte Daten, die für Rich Results und KI-Antworten zunehmend entscheidend sind.

Nach einem Wechsel auf eine gehostete Plattform wie Shopify sind diese Grundlagen ab Tag eins gesetzt. Das ersetzt keine SEO-Strategie, aber es entfernt die technischen Baustellen, an denen sonst zuerst Sichtbarkeit verloren geht.

Methodik

Grundlage ist eine eigene Auswertung der HTTP-Archive-Daten (Stand August 2026, mobile Crawls, jeweils die Startseite eines Shops). Wir haben für jede erfasste Shop-Domain aus den custom metrics ausgelesen, ob strukturierte Daten als JSON-LD vorhanden sind, ob ein Canonical-Tag gesetzt ist, ob

in der robots.txt eine Sitemap deklariert wird und ob Open-Graph-Auszeichnung vorliegt. Der SEO-Setup-Score ist der Durchschnitt dieser vier Anteile je System. Die Systemzuordnung stammt aus der Technologie-Erkennung des HTTP Archive. Wir werten nur Systeme mit mindestens 300 erfassten Shops aus; Baukästen fließen in ihrer eCommerce-Variante ein. Gemessen wird die Startseite, daher bewerten wir startseitentypische strukturierte Daten (z. B. Organization, WebSite, BreadcrumbList) und nicht das Produkt-Markup, das auf Detailseiten sitzt. Alle Werte sind eine Momentaufnahme.

Quellen

- HTTP Archive – Technologie-Erkennung & custom metrics
- Google: Einführung in strukturierte Daten (JSON-LD)
- Google Search Central: Canonical-URLs

Diese Studie zitieren

Diese Studie darf kostenfrei genutzt werden, auch von Medien und in kommerziellen Beiträgen. Wir bitten nur darum, Store2x namentlich zu nennen und auf die Originalstudie zu verlinken.

Store2x (2026): SEO-Setup der Shopsysteme 2026: Wie gut 34 Systeme im Standard aufgestellt sind. https://store2x.com/studien/seo-setup-shopsysteme/

Lizenz: CC BY 4.0 (creativecommons.org/licenses/by/4.0)

Über store2x

store2x migriert Onlineshops zu Shopify, ohne Daten- und Ranking-Verlust, und optimiert sie für Performance und SEO. Diese Studie wurde von Richard Roth und Till Täubrich erstellt.

Kostenlose Analyse: store2x.com