# M0086

## Strukturierte Daten

**Der Gambio-Shop lässt Bilder, Varianten, Versandangaben etc. in den Google-Produktdaten aus. Dieses Modul ergänzt sie direkt in der vorhandenen Auszeichnung.**

Aktuellstes Release: 1.00
Kompatibel zu den Versionen: 4.6 bis 26.11

published
21.11.2026 16:06 Uhr

## Allgemeine Hinweise zu unseren Modulen

Beachten Sie bei geplanten Shop-Updates, dass auch das Modulframework und auch die eingebauten Module zur jeweiligen Shopversion kompatibel sein müssen und stellen Sie ggf. sicher, dass entsprechende Updates für das Modul-Framework und auch für alle genutzten Module zur Verfügung stehen bevor Sie mit der Aktualisierung des Shops beginnen oder diese beauftragen. Wenn Sie die Aktualisierung Ihres Shops durch uns durchführen lassen, aktualisieren wir auch immer vorhandene Xycons-Module und das Modul-Framework, wenn diese für die neue Shop-Version verfügbar sind.

Auf dem Server muss die Servererweiterung IonCube verfügbar sein!
Kontaktieren Sie bitte Ihren Hoster. falls Sie nach der Installation einen Hinweis erhalten, dass IonCube nicht zur Verfügung steht.
Weiterführende Hinweise finden Sie auf unserer Homepage www.xycons.de

Zur Selbstinstallation beachten Sie die beigefügte Installationsanleitung.

Bitte beachten Sie: mit der Installation des Modul-Frameworks werden die beigefügten Lizenzbestimmungen und Haftungsregelungen ausdrücklich zur Kenntnis genommen und anerkannt!
Das Framework und unsere Module dürfen nicht installiert und nicht betrieben werden, wenn Sie diese Regeln nicht in vollem Umfang anerkennen!

## Inhaltsverzeichnis


- M0086 Strukturierte Produktdaten für Gambio
- Inhalt

- 1. Was dieses Modul leistet
- 1.1 Die vier Lücken, die geschlossen werden
- 1.2 Ergänzen statt danebenstellen
- 2. Wo Sie das Modul im Backend finden
- 3. Einstellungen
- 3.1 Grundeinstellung
- 3.2 Korrekturen an der Ausgabe des Shopsystems
- 3.3 Versandangaben
- 3.4 Rücknahmebedingungen
- 3.5 Angaben zu Ihrem Unternehmen
- 4. Der Prüfbericht
- 4.1 Die Meldungen im Einzelnen
- 4.2 Seite bei Google und Schema.org prüfen
- 5. Was sich im Shop sichtbar ändert
- 6. Zusammenspiel mit der Ultimativen SEO-Suite
- 7. Texte ändern
- 8. Shopupdate
- 9. Häufige Fragen
- Muss ich den Schalter „Bild anzeigen“ bei meinen Artikeln jetzt einschalten?
- Google meldet weiterhin fehlende Felder. Woran liegt das?
- Warum gibt das Modul keine Versandkosten aus, obwohl ich den Schalter eingeschaltet habe?
- Ich führe Sperrgut mit abweichenden Versandkosten. Was soll ich tun?
- Verträgt sich das Modul mit anderen SEO-Erweiterungen?
- Das Modul ist ausgeschaltet. Bleibt etwas zurück?


---

# M0086 Strukturierte Produktdaten für Gambio

Handbuch

Stand: 2026-11 (Modulversion 1.00) · (c) Xycons GmbH & Co. KG - www.xycons.de

---

## Inhalt


1. Was dieses Modul leistet
2. Die vier Lücken, die geschlossen werden
3. Ergänzen statt danebenstellen
4. Wo Sie das Modul im Backend finden
5. Einstellungen
6. Grundeinstellung
7. Korrekturen an der Ausgabe des Shopsystems
8. Versandangaben
9. Rücknahmebedingungen
10. Angaben zu Ihrem Unternehmen
11. Der Prüfbericht
12. Die Meldungen im Einzelnen
13. Seite bei Google und Schema.org prüfen
14. Was sich im Shop sichtbar ändert
15. Zusammenspiel mit der Ultimativen SEO-Suite
16. Texte ändern
17. Shopupdate
18. Häufige Fragen


---

# 1. Was dieses Modul leistet

Google und andere Suchmaschinen lesen zu jedem Artikel einen unsichtbaren Datensatz aus Ihrer Seite – die sogenannten strukturierten Produktdaten. Aus ihnen entstehen die erweiterten Suchergebnisse mit Preis, Verfügbarkeit, Bewertung,

Versandkosten und Rückgabefrist. Je vollständiger dieser Datensatz ist, desto mehr davon wird angezeigt – und desto besser arbeitet auch das Google Merchant Center.

Gambio erzeugt diesen Datensatz bereits von sich aus. An einigen Stellen bleibt er jedoch unvollständig, und zwar unabhängig davon, wie sorgfältig Sie Ihre Artikel pflegen. Genau diese Stellen schließt dieses Modul.

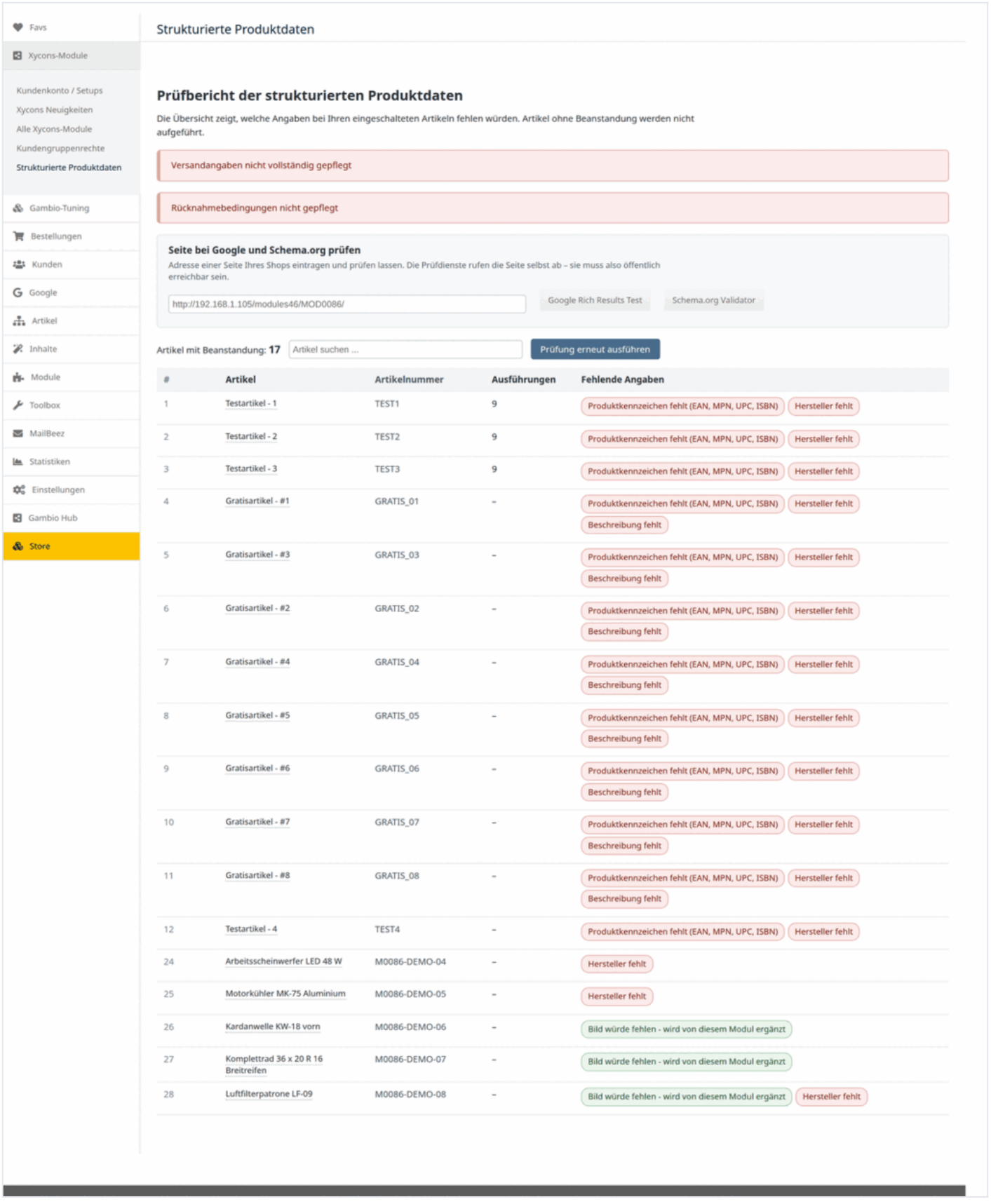
## 1.1 Die vier Lücken, die geschlossen werden

**Produktbilder, die nicht übergeben werden.** Ihr Shop übergibt das Produktbild nur dann an Suchmaschinen, wenn beim Artikel der Schalter „Bild anzeigen“ eingeschaltet ist – und er bricht dabei ab, bevor er die Bildergalerie überhaupt liest. Artikel stehen dadurch ganz ohne Bild in den strukturierten Daten, obwohl im Shop Bilder hinterlegt sind und auch angezeigt werden. Das Modul übergibt Haupt- und Galeriebilder unabhängig von diesem Schalter.

**Unvollständige Ausführungen.** Bei Artikeln mit Varianten gibt Ihr Shop für jede Ausführung einen eigenen Datensatz aus, lässt dort aber die Beschreibung weg und häufig auch das Bild. Bei einem Artikel mit zwanzig Ausführungen sind das zwanzig unvollständige Datensätze. Das Modul ergänzt sie.

**Fehlender Beginn der Angebotsgültigkeit.** Die Angabe, ab wann ein Angebot gilt, erzeugt Ihr Shop nicht. Das Modul ergänzt sie aus dem Erscheinungsdatum des Artikels, ersatzweise aus dem Anlagedatum.

**Fehlende Versand- und Rücknahmeangaben.** Beides wertet Google aus und zeigt es im Suchergebnis an. Ihr Shop erzeugt diese Angaben nicht. Im Modul hinterlegen Sie sie einmal zentral, danach stehen sie bei jedem Artikel.




Der Prüfbericht zeigt artikelweise, welche Angaben fehlen würden

## 1.2 Ergänzen statt danebenstellen

Ein Wort zur Arbeitsweise, weil sie den praktischen Unterschied ausmacht: Das Modul **ergänzt den Datensatz, den Ihr Shop ohnehin erzeugt**. Es stellt keinen zweiten, eigenen Datensatz daneben.

Das klingt nach einer Feinheit, ist aber entscheidend. Wird ein zweiter Datensatz erzeugt, enthält er zwangsläufig eigene Preise, eigene Verfügbarkeiten und eigene Bildadressen – und weicht damit früher oder später von dem ab, was Ihr Shop tatsächlich

anzeigt. Suchmaschinen sehen dann zwei einander widersprechende Angaben zu demselben Artikel. Weil dieses Modul stattdessen in die vorhandenen Daten hineinarbeitet, bleiben Preis, Verfügbarkeit, Bewertungen und Varianten genau das, was Ihr Shop ausweist.

Aus demselben Grund wird nie ein vorhandener Wert überschrieben, sondern immer nur eine Lücke gefüllt. Und wo Angaben fehlen, die nur Sie kennen – etwa Ihre Versandkosten –, gibt das Modul lieber gar nichts aus, als etwas zu raten. Falsche Angaben in den strukturierten Daten können zu Beanstandungen bei Google führen; fehlende Angaben sind dagegen harmlos.

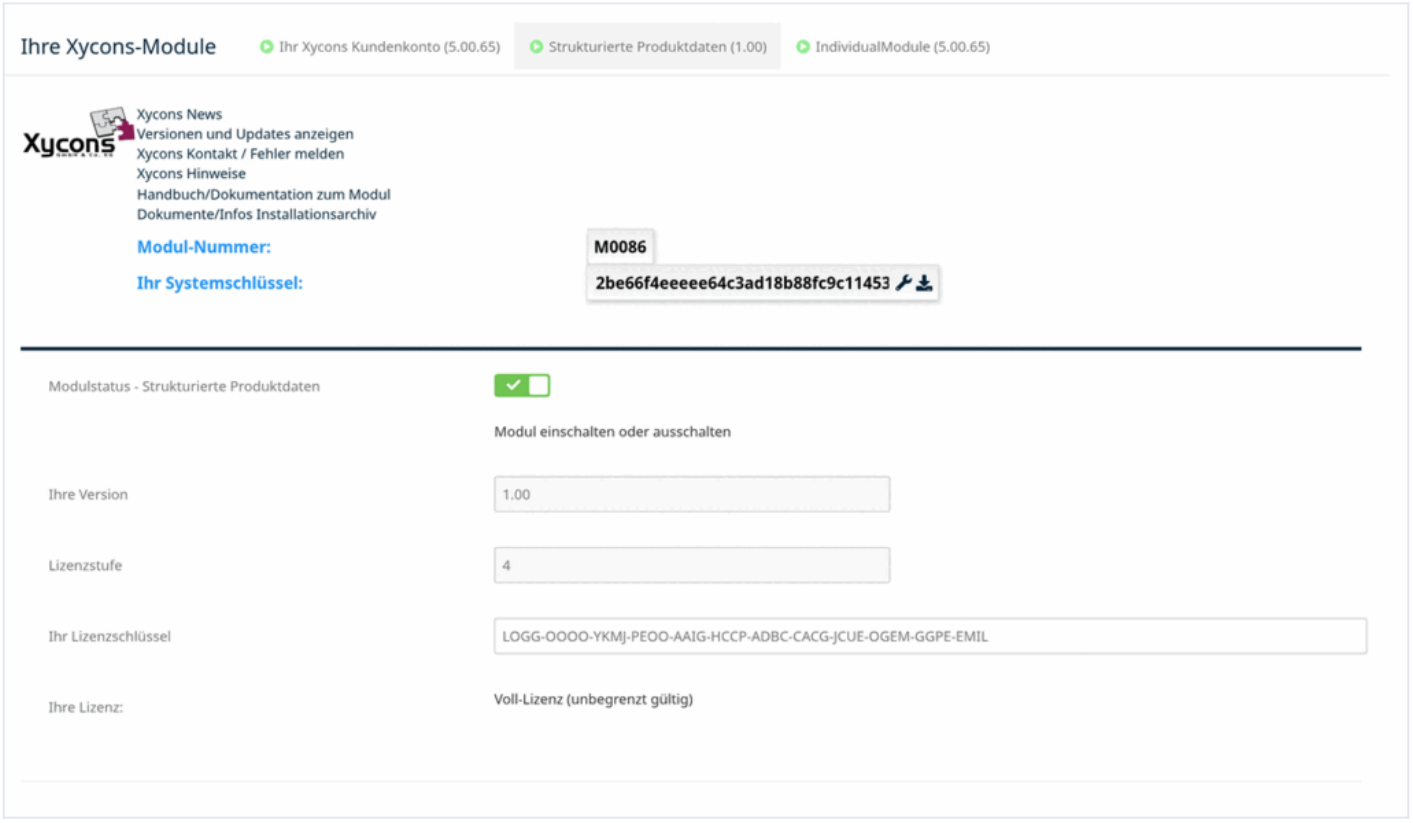
# 2. Wo Sie das Modul im Backend finden

Das Setup erreichen Sie über das Menü „Xycons-Module“ ► „Kundenkonto / Setups“ und dort über den TAB „Strukturierte Produktdaten“.

Den Prüfbericht finden Sie als eigenen Eintrag direkt im Menü „Xycons-Module“ ► „Strukturierte Produktdaten“.

# 3. Einstellungen

Richten Sie das Modul am besten in dieser Reihenfolge ein: erst einschalten, dann die drei Korrekturen belassen wie sie sind, und zuletzt die Angaben pflegen, die nur Sie kennen – Versand, Rücknahme und Ihre Unternehmensangaben.



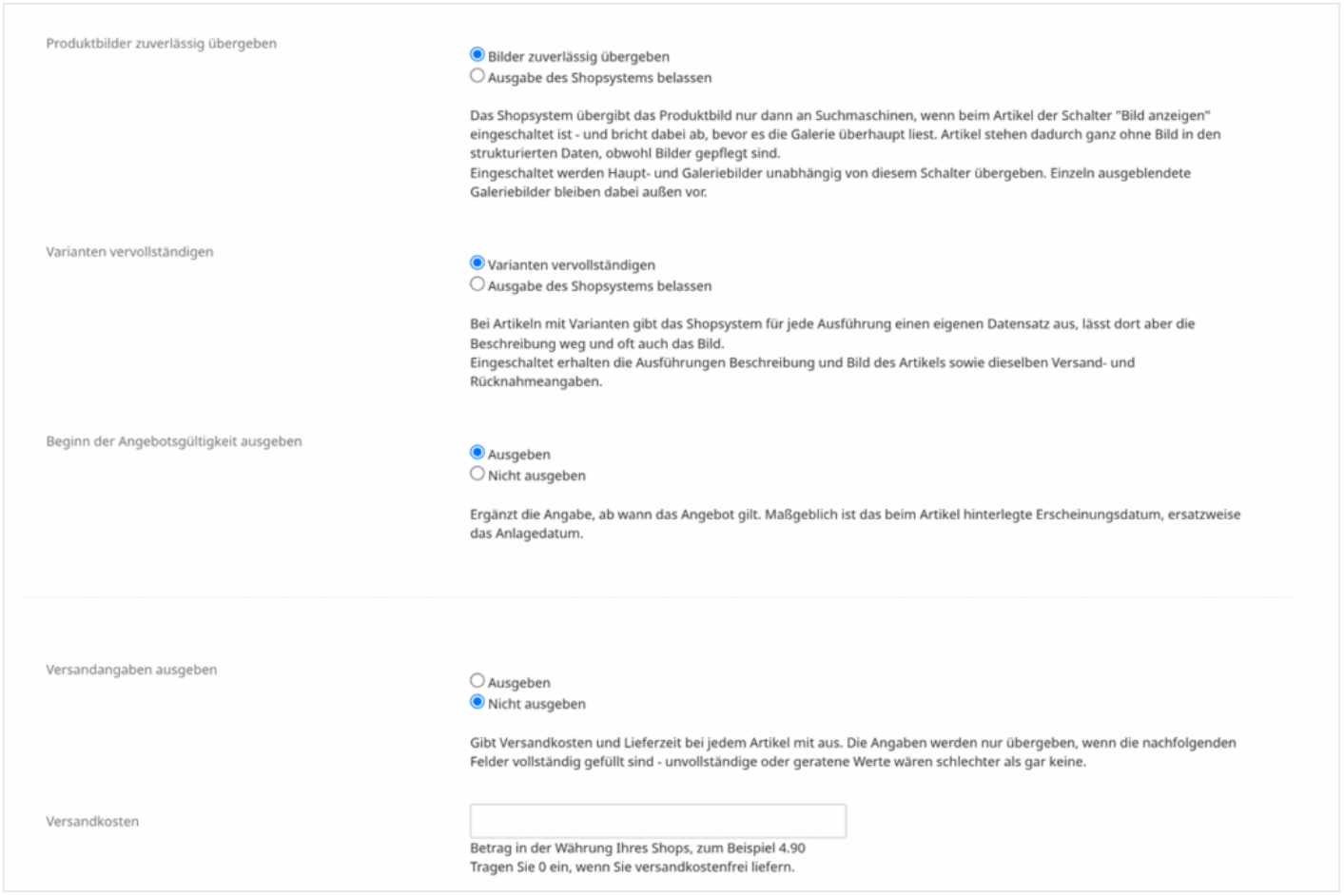

Das Setup, oberer Teil: Modulstatus und Lizenz

## 3.1 Grundeinstellung

| Einstellung | Bedeutung |
|---|---|
| Modulstatus - Strukturierte Produktdaten | Schaltet das Modul ein oder aus. Ausgeschaltet verhält sich Ihr Shop exakt so wie ohne das Modul. *(Standard: Ausgeschaltet)* |
| Ihre Lizenz: | Zeigt an, welcher Lizenztyp erkannt wurde. Reine Information. |

## 3.2 Korrekturen an der Ausgabe des Shopsystems

Diese drei Schalter beheben die Lücken aus Kapitel 1. Sie sind ab Werk eingeschaltet, weil sie ausschließlich Daten übergeben, die in Ihrem Shop ohnehin hinterlegt sind. Es entsteht kein Pflegeaufwand.




Die drei Korrekturen und der Beginn der Versandangaben

| Einstellung | Bedeutung |
|---|---|
| Produktbilder zuverlässig übergeben | Übergibt Haupt- und Galeriebilder unabhängig vom Artikelschalter „Bild anzeigen“. Einzeln ausgeblendete Galeriebilder bleiben außen vor – diese Entscheidung haben Sie bewusst getroffen und sie wird respektiert. *(Standard: Bilder zuverlässig übergeben. Empfehlung: eingeschaltet lassen)* |
| Varianten vervollständigen | Gibt den einzelnen Ausführungen die Beschreibung und das Bild des Artikels mit, dazu dieselben Versand- und Rücknahmeangaben. *(Standard: Varianten vervollständigen)* |
| Beginn der Angebotsgültigkeit ausgeben | Ergänzt, ab wann das Angebot gilt. Maßgeblich ist das beim Artikel hinterlegte Erscheinungsdatum, ersatzweise das Anlagedatum. *(Standard: Ausgeben)* |

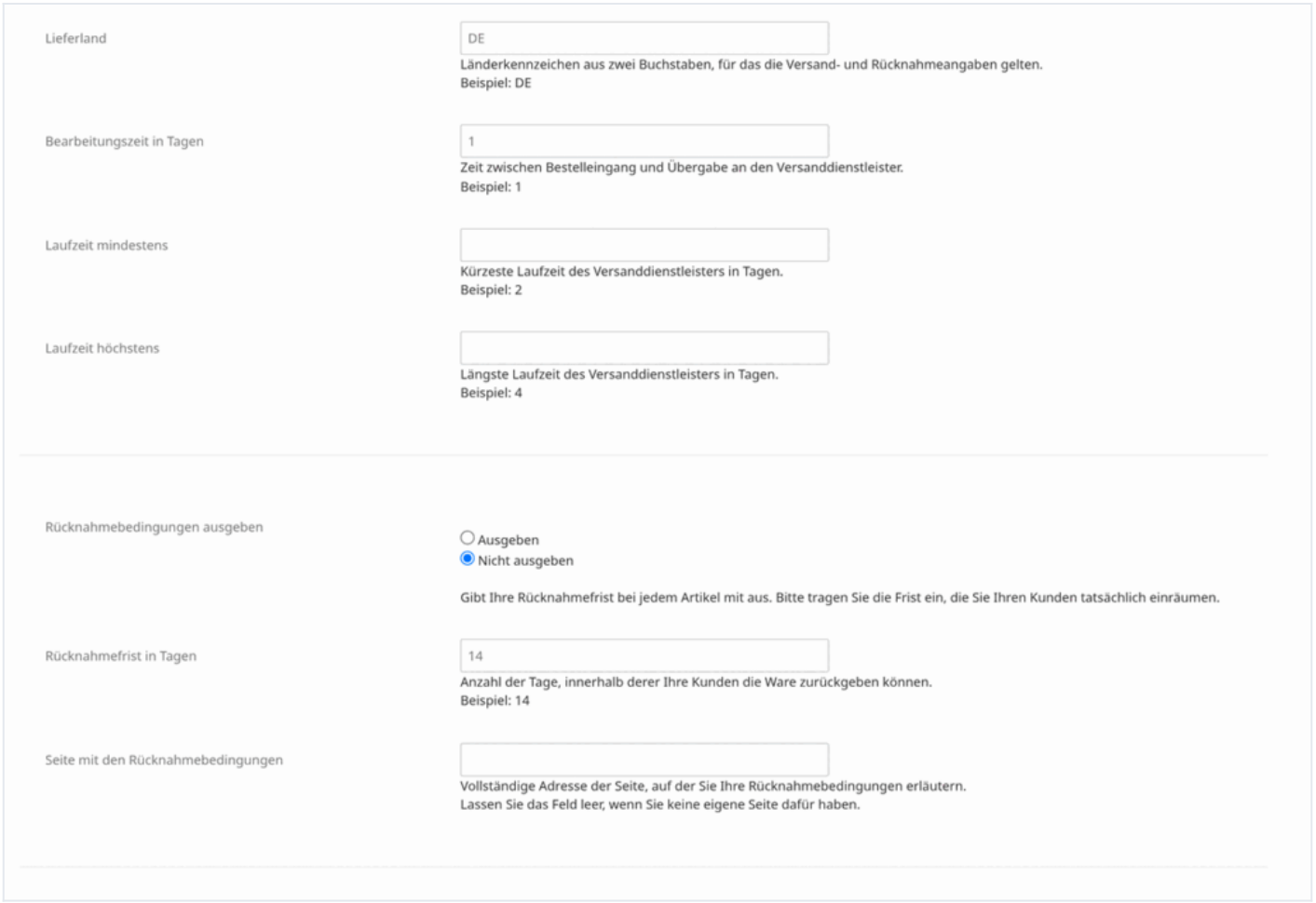
## 3.3 Versandangaben

Diese Angaben kennt nur Sie. Solange die Felder nicht vollständig gefüllt sind, gibt das Modul gar keine Versandangabe aus – eine halbe Angabe wäre schlechter als keine.

| Einstellung | Bedeutung |
|---|---|
| Versandangaben ausgeben | Schaltet die Ausgabe von Versandkosten und Lieferzeit ein. *(Standard: Nicht ausgeben)* |
| Versandkosten | Betrag in der Währung Ihres Shops, zum Beispiel 4.90. Tragen Sie 0 ein, wenn Sie versandkostenfrei liefern. |
| Lieferland | Länderkennzeichen aus zwei Buchstaben, für das Versand- und Rücknahmeangaben gelten, zum Beispiel DE. *(Standard: DE)* |
| Bearbeitungszeit in Tagen | Zeit zwischen Bestelleingang und Übergabe an den Versanddienstleister. *(Standard: 1)* |
| Laufzeit mindestens | Kürzeste Laufzeit des Versanddienstleisters in Tagen, zum Beispiel 2. |
| Laufzeit höchstens | Längste Laufzeit in Tagen, zum Beispiel 4. Liegt der Wert unter der Mindestlaufzeit, wird die Mindestlaufzeit verwendet. |

**Wichtig bei abweichenden Versandkosten.** Die Angabe gilt pauschal für alle Artikel. Wenn Sie Sperrgut, Speditionsware oder stark abweichende Versandkosten führen, geben Sie hier besser nichts aus – eine Versandangabe, die vom tatsächlichen Preis abweicht, kann im Google Merchant Center zu Beanstandungen führen.

## 3.4 Rücknahmebedingungen




Rücknahmebedingungen und Unternehmensangaben

| Einstellung | Bedeutung |
|---|---|
| Rücknahmebedingungen ausgeben | Schaltet die Ausgabe Ihrer Rücknahmefrist ein. *(Standard: Nicht ausgeben)* |
| Rücknahmefrist in Tagen | Anzahl der Tage, innerhalb derer Ihre Kunden die Ware zurückgeben können. Bitte tragen Sie die Frist ein, die Sie tatsächlich einräumen. *(Standard: 14)* |
| Seite mit den Rücknahmebedingungen | Vollständige Adresse der Seite, auf der Sie Ihre Rücknahmebedingungen erläutern. Leer lassen, wenn Sie keine eigene Seite dafür haben. |

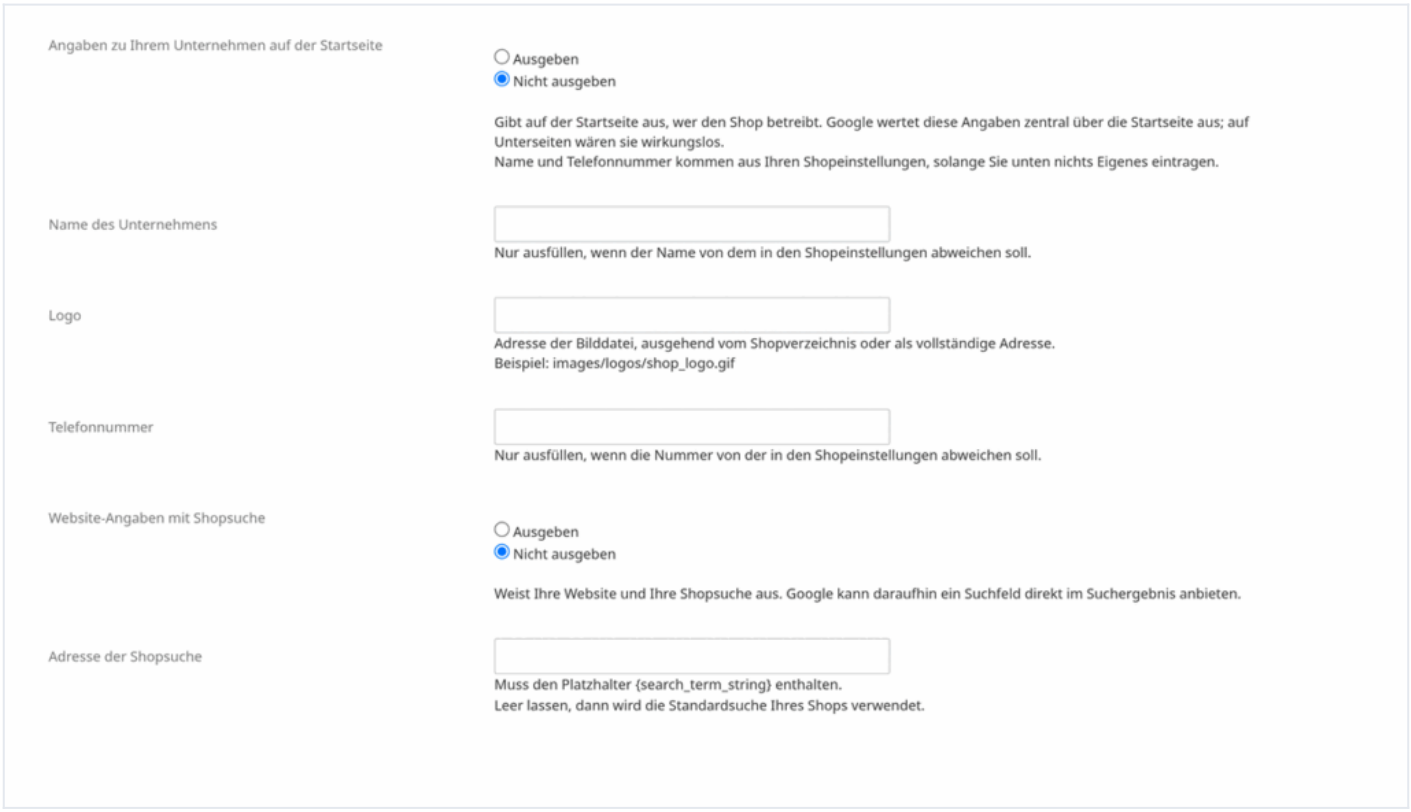
## 3.5 Angaben zu Ihrem Unternehmen

Diese Angaben erscheinen ausschließlich auf der Startseite. Google wertet sie zentral dort aus; auf Unterseiten wiederholt wären sie wirkungslos.

Name und Telefonnummer übernimmt das Modul aus Ihren Shopeinstellungen, solange Sie unten nichts Eigenes eintragen. Sie müssen also nichts doppelt pflegen.

| Einstellung | Bedeutung |
|---|---|
| Angaben zu Ihrem Unternehmen auf der Startseite | Gibt auf der Startseite aus, wer den Shop betreibt. *(Standard: Nicht ausgeben)* |
| Name des Unternehmens | Nur ausfüllen, wenn der Name von dem in Ihren Shopeinstellungen abweichen soll. |
| Logo | Adresse der Bilddatei, ausgehend vom Shopverzeichnis oder als vollständige Adresse, zum Beispiel images/logos/shop_logo.gif |
| Telefonnummer | Nur ausfüllen, wenn die Nummer von der in Ihren Shopeinstellungen abweichen soll. |
| Website-Angaben mit Shopsuche | Weist Ihre Website und Ihre Shopsuche aus. Google kann daraufhin ein Suchfeld direkt im Suchergebnis anbieten. *(Standard: Nicht ausgeben)* |

| | |
|---|---|
| Adresse der Shopsuche | Muss den Platzhalter {search_term_string} enthalten. Leer lassen, dann wird die Standardsuche Ihres Shops verwendet. |




Der untere Teil des Setups

# 4. Der Prüfbericht

Der Prüfbericht beantwortet die Frage, die sich bei strukturierten Daten immer stellt: Woran liegt es, wenn Google etwas bemängelt? Er zeigt artikelweise, welche Angaben fehlen würden – und zwar bevor Google es Ihnen Wochen später in der Search Console meldet.

Aufgeführt werden nur Artikel mit einer Beanstandung. Was vollständig ist, taucht nicht auf; eine leere Liste ist also die gute Nachricht.

Über das Suchfeld schränken Sie die Liste ein. Ein Klick auf den Artikelnamen öffnet die Artikelstammdaten in einem neuen Tab – die Liste bleibt dabei erhalten, Sie können also eine Lücke nach der anderen abarbeiten.

## 4.1 Die Meldungen im Einzelnen

| Meldung | Bedeutung und was zu tun ist |
|---|---|
| Bild würde fehlen – wird von diesem Modul ergänzt | Grün hinterlegt, weil Sie nichts tun müssen. Beim Artikel ist „Bild anzeigen“ ausgeschaltet; ohne das Modul stünde er ganz ohne Bild in den strukturierten Daten. Das Modul übergibt das Bild trotzdem. |
| Kein Bild hinterlegt | Beim Artikel ist überhaupt kein Bild vorhanden. Hier hilft nur, eines zu hinterlegen. |
| Produktkennzeichen fehlt (EAN, MPN, UPC, ISBN) | Google ordnet Ihr Angebot über solche Kennzeichen zu. **Eines genügt.** Haben Sie eine Herstellernummer gepflegt, erscheint die Meldung nicht – auch ohne EAN. |
| Artikelnummer fehlt | Beim Artikel ist kein Modell beziehungsweise keine Artikelnummer hinterlegt. |
| Hersteller fehlt | Dem Artikel ist kein Hersteller zugeordnet und es ist kein eigener Markenname hinterlegt. Eines von beidem genügt. |
| Beschreibung fehlt | Der Artikel hat keine Beschreibung. Sie ist für die Darstellung im Suchergebnis wichtig. |
| Kein verwertbares Datum für den Angebotsbeginn | Beim Artikel fehlt sowohl ein Erscheinungs- als auch ein brauchbares Anlagedatum. Tritt selten auf, meist bei importierten Altbeständen. |

| | |
|---|---|
| Versandangaben nicht vollständig gepflegt | Erscheint als Hinweis über der Liste, nicht je Artikel – es ist eine zentrale Einstellung. Siehe Kapitel 3.3. |
| Rücknahmebedingungen nicht gepflegt | Ebenfalls ein zentraler Hinweis. Siehe Kapitel 3.4. |

## 4.2 Seite bei Google und Schema.org prüfen

Über dem Bericht können Sie eine beliebige Seite Ihres Shops unmittelbar prüfen lassen. Tragen Sie die Adresse ein und wählen Sie einen der beiden Dienste; die Prüfung öffnet sich in einem neuen Tab.



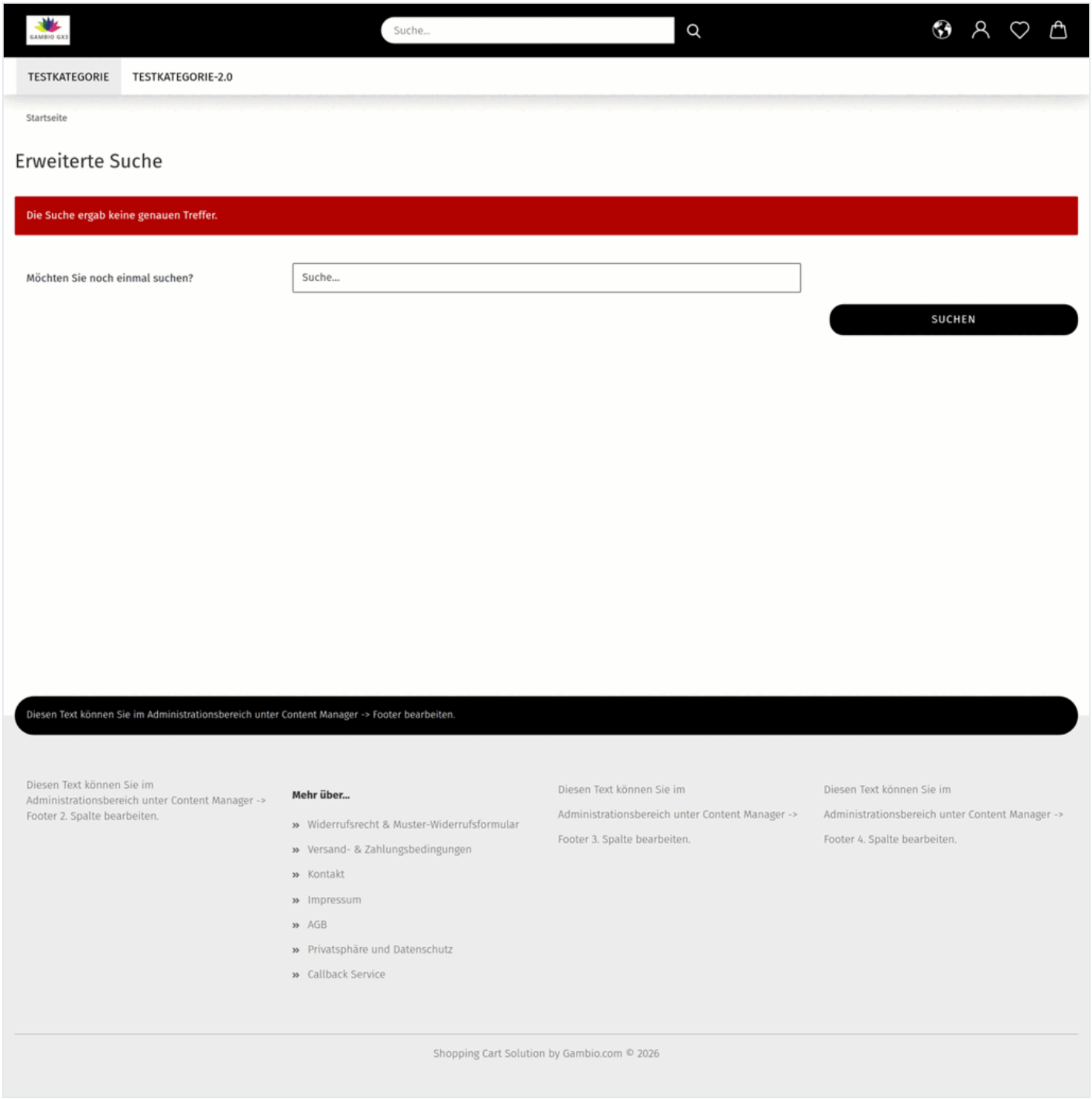

Die Live-Prüfung über dem Bericht

Beide Dienste rufen die Seite selbst von außen ab. Die Seite muss also öffentlich erreichbar sein – ein Shop im Wartungsmodus oder hinter einem Passwortschutz lässt sich so nicht prüfen.

# 5. Was sich im Shop sichtbar ändert

Nichts. Und das ist beabsichtigt.

Strukturierte Daten sind für Besucher unsichtbar – sie richten sich ausschließlich an Suchmaschinen. Ihre Artikelseiten sehen nach der Installation exakt so aus wie vorher, Layout und Theme bleiben unberührt.




Die Artikelseite bleibt unverändert – die Arbeit des Moduls ist unsichtbar

Sichtbar wird die Wirkung erst in den Suchergebnissen, und dort mit dem zeitlichen Verzug, den Google für das erneute Einlesen Ihrer Seiten braucht. Rechnen Sie je nach Shopgröße mit einigen Tagen bis wenigen Wochen. Wer sofort sehen möchte, dass die Daten vollständig sind, nutzt die Live-Prüfung aus Kapitel 4.2.

# 6. Zusammenspiel mit der Ultimativen SEO-Suite

Setzen Sie zusätzlich unsere Ultimative SEO-Suite ein, müssen Sie nichts weiter beachten. Die Suite beherrscht alles, was dieses Modul leistet, und darüber hinaus erheblich mehr. Sie hat deshalb den Vorrang.

Beide Module stimmen sich selbsttätig ab: Was die Suite bereits übernimmt, lässt dieses Modul unangetastet. Es entstehen keine doppelten Angaben, und Sie müssen nichts umstellen oder abschalten.

Die Abstimmung erfolgt dabei für jede Angabe einzeln. Haben Sie in der Suite zum Beispiel die Versandangaben nicht gepflegt, springt dieses Modul dort weiterhin ein. Es geht also nichts verloren, wenn Sie die Suite später hinzunehmen.

# 7. Texte ändern

Modultexte können Sie – wie bei allen Modulen von uns – über die Shopfunktion „Texte ändern“ im Admin-Bereich an eigene Bedürfnisse anpassen, etwa die Beschriftungen im Prüfbericht.

# 8. Shopupdate

Bitte prüfen Sie **vor** einem Shopupdate auf unserer Seite, ob das Modul für die neue Shopversion freigegeben ist.

Installieren Sie beim Shopupdate **immer** auch die neuesten Versionen des Moduls **und** der Modulumgebung – nicht nur den Shop allein. Ein Modul passt sich einer neuen Shopversion nicht von selbst an; wer nur den Shop aktualisiert, sucht einen Fehler anschließend an der falschen Stelle.

# 9. Häufige Fragen

## Muss ich den Schalter „Bild anzeigen“ bei meinen Artikeln jetzt einschalten?

Nein. Genau das sollen Sie nicht müssen. Der Schalter steuert die Darstellung auf der Artikelseite – das ist Ihre gestalterische Entscheidung. Das Modul übergibt das Bild unabhängig davon an die Suchmaschinen.

## Google meldet weiterhin fehlende Felder. Woran liegt das?

Google liest Seiten nicht sofort neu ein. Prüfen Sie zunächst mit der Live-Prüfung aus Kapitel 4.2, ob die Angaben auf der Seite tatsächlich stehen. Ist das der Fall, brauchen die Meldungen in der Search Console nur noch Zeit.

## Warum gibt das Modul keine Versandkosten aus, obwohl ich den Schalter eingeschaltet habe?

Weil eines der Felder leer ist. Versandkosten, Lieferland sowie Mindest- und Höchstlaufzeit müssen alle gefüllt sein. Eine unvollständige Angabe wäre für Google schlechter als gar keine. Der Prüfbericht weist Sie oben darauf hin.

## Ich führe Sperrgut mit abweichenden Versandkosten. Was soll ich tun?

Lassen Sie die Versandangaben in diesem Fall ausgeschaltet. Eine pauschale Angabe, die für einen Teil Ihres Sortiments nicht stimmt, kann im Google Merchant Center zu Beanstandungen führen. Alle übrigen Korrekturen des Moduls wirken unabhängig davon.

## Verträgt sich das Modul mit anderen SEO-Erweiterungen?

Mit unserer Ultimativen SEO-Suite stimmt es sich selbsttätig ab, siehe Kapitel 6. Bei Erweiterungen anderer Anbieter kommt es darauf an, wie diese arbeiten: Erweiterungen, die einen eigenen, zweiten Datensatz neben den des Shops stellen, können zu widersprüchlichen Angaben führen. Das ist kein Problem dieses Moduls, sondern eine Folge dieser Bauweise – sprechen Sie uns im Zweifel an.

## Das Modul ist ausgeschaltet. Bleibt etwas zurück?

Nein. Ist das Modul ausgeschaltet, verhält sich Ihr Shop exakt so wie ohne das Modul. Es werden keine Daten verändert und keine Reste hinterlassen.

---

Xycons GmbH & Co. KG

## Wir wünschen viel Erfolg beim Einsatz unseres Moduls!

Stand: 2026-11-21 16:06:19