



DATAFEEDWATCH

# Das ultimative Handbuch zum Google Merchant Center

So werden Ihre Produkte genehmigt und  
starten den Verkauf bei Google Shopping



## ÜBER DEN AUTOR



### MAGDALENA KICZEK

Spezialist für Feed-Marketing mit einer Affinität für digitale Kommunikation und Marketing in allen Formen – insbesondere inhaltlich. Sie ist als Marketing-Mitarbeiterin bei DataFeedWatch tätig.

DataFeedWatch ist ein internationales Unternehmen im Bereich Feed-Management und -Optimierung und hilft Online-Händlern ihre Produktanzeigen auf mehr als 1000 Kanälen in mehr als 50 Ländern zu optimieren.

Vor dem Start von DataFeedWatch arbeitete Magdalena mit Medien Kauf- und Kampagnenanalyse und -optimierung auf verschiedenen Plattformen wie DoubleClick, Google AdWords und BrightRoll.

In ihrer Freizeit ist sie begeisterte Reisende, liebt gerne Psychologiebücher und geht gerne ins Kino.



Google Shopping bietet Einzelhändlern auf der ganzen Welt eine großartige Möglichkeit neue Kunden in ihre Läden zu bringen. Aber, um diese Vorteile zu nutzen, musst du dich an die Google Regeln halten...

Der erste Schritt dazu?



Richtiger und optimierter Feed

## Warum ist der Feed so wichtig?

Im Gegensatz zu Google Such-Anzeigen, werden die Shopping Anzeigen nicht von deinen Keywords ausgelöst.

Die in deinem Feed enthaltenen Produktdaten helfen Google bei der Entscheidung, ob deine Anzeige geschaltet werden soll oder nicht.

Der Feed ist tatsächlich das Rückgrat deiner Google Shopping-Kampagne:

- es beeinflusst die Relevanz deiner Anzeige
- es ist die Basis für Kampagnen-Segmentierung

## Feed Probleme

Hast du dich jemals in deinem Google Merchant Center-Konto angemeldet und festgestellt, dass deine Produkte abgelehnt wurden?

Da die genaue Ursache nicht immer klar ist, bemühen sich viele Händler, ihre Produkte auf das Google Shopping-Karussell zu bringen.

Damit du deinen Feed optimal anpassen kannst, haben wir einen umfassenden Ratgeber erstellt, um einige der häufigsten Fehler im Google Merchant Center zu beheben.

Denn was deinen Feed nicht umbringt, macht ihn nur stärker.

# Inhaltsverzeichnis:

<b>Wie erkenne ich Feed-Probleme?</b>	<b>5</b>
DataFeedWatch - Feed Rezension	6
Google Merchant Center - Feed Upload	7
Google Merchant Center - Diagnose	7
<b>Fehler, Warnungen und Benachrichtigungen</b>	<b>8</b>
<b>Die häufigsten Google Merchant Center-Fehler</b>	<b>10</b>
#1 Fehlendes oder falsches erforderliches Attribut [Preis]	11
#2 Fehlende Versandinformationen	14
#3 Ungültiger oder fehlender GTIN-Wert	15
#4 Produktkennungen angegeben, aber fehlerhaftes "identifier_exists"	18
#5 Ungültiges oder fehlendes erforderliches Attribut [Farbe]	21
#6 Unbekannter Wert für "Google-Produktkategorie"	24
#7 Ungültiges oder fehlendes erforderliches Attribut: Verfügbarkeit	26
#8 Codierungsproblem in Attribut: Beschreibung	28
#9 Artikel aufgrund eines Verstoßes gegen die Richtlinie abgelehnt	29
<b>Ein exklusives Angebot für unsere eBook-Reader</b>	<b>30</b>
<b>Empfohlen weiter liest</b>	<b>31</b>



**Wie identifiziere  
ich Feed-  
Probleme?**

Das Erkennen und Beheben von Feed-Problemen kann manchmal recht umständlich sein. Es wird viel einfacher, wenn du bereits weißt, wo du nach den wichtigsten Informationen suchen musst.

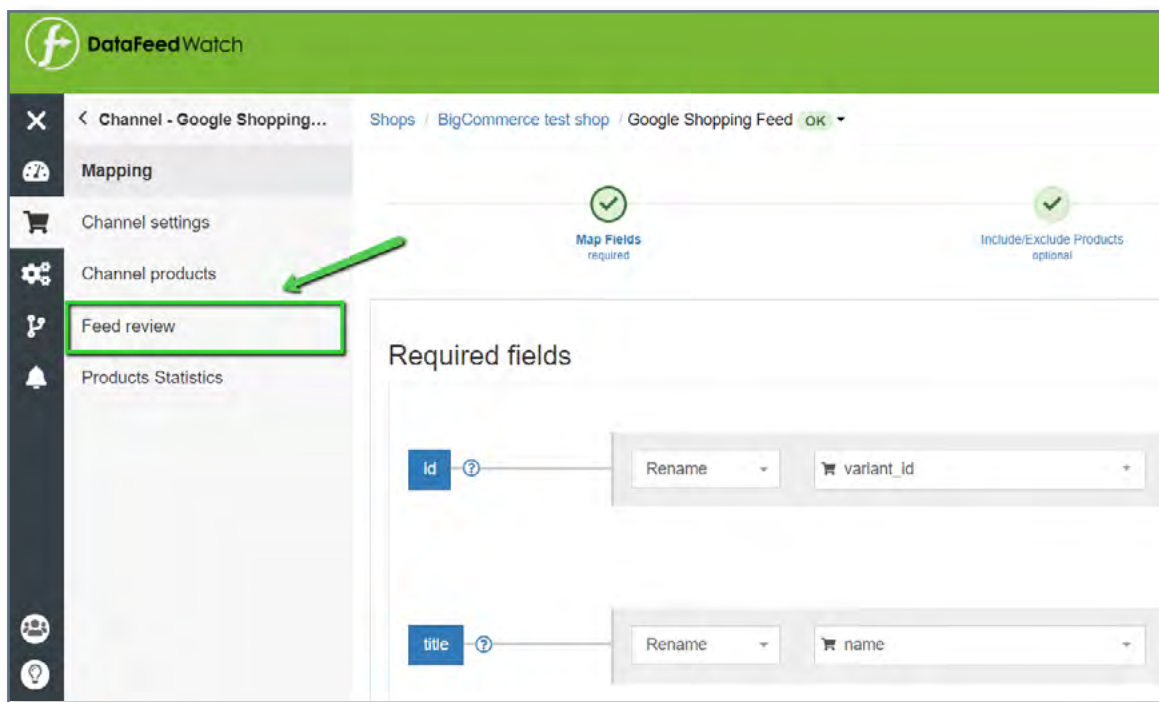
Schau dir einige Ressourcen an, die dir helfen, mit deinem Produkt-Feed auf die richtige Spur zu kommen:

## DataFeedWatch - Feed Bewertung

Aber warum sollte man die Google Merchant Center-Fehler beheben, wenn man sie vorher schon vermeiden kann?

Wenn du deinen Google Shopping-Feed vor dem [Einreichen von Produkten auf potenzielle](#) Fehler überprüfen möchtest, gehe wie folgt vor:

DataFeedWatch Feed Bewertung ist eine separate Registerkarte in deiner Channel-Mapping-Oberfläche. Fordere eine Channel-Feed-Überprüfung an und prüfe, ob die an Google Shopping zu sendenden Produktdaten vollständig sind.



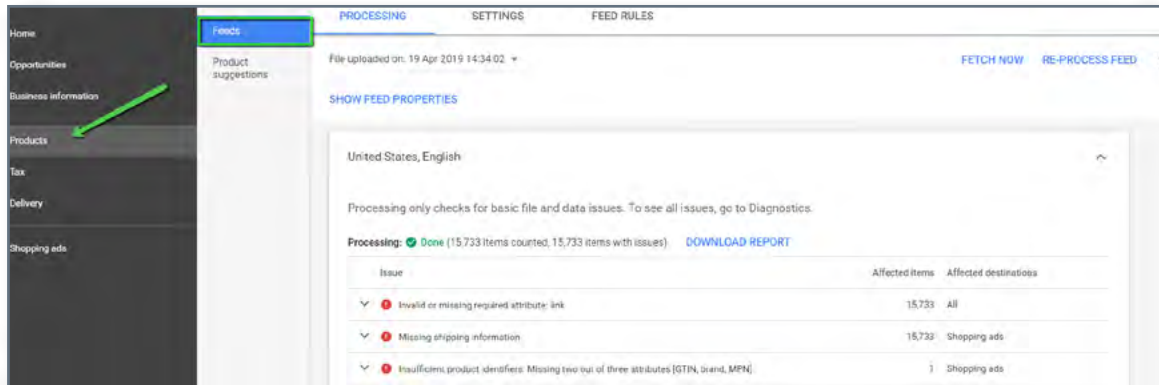
## Die Überprüfung kontrolliert deinen Feed folgendermaßen:

- **Fehlende Daten:**  
Sind die erforderlichen oder optionalen Felder mit Werten ausgefüllt?
- **Validator für vordefinierte Felder:**  
Überprüft, ob Felder mit vordefinierten Werten korrekt zugeordnet sind
- **Eindeutigkeitsprüfer:**  
Gibt es Duplikate deiner eindeutigen Kennungen (SKU, UPC)?
- **GTIN-Validator:**  
Überprüft, ob deine GTINs gültig sind

Für jedes potenzielle Problem wird eine Liste der betroffenen Elemente bereitgestellt. Zugänglich in Form einer Zusammenfassung und eines herunterladbaren Berichts.

## Google Merchant Center - Feed Upload

Nach dem Hochladen deines Feeds überprüft Google zunächst die Richtigkeit der grundlegenden Produktdaten. Wenn Probleme festgestellt werden, erhältst du einen **kurzen Bericht mit einer Zusammenfassung der Fehler**.



**Elemente, die erfolgreich die Überprüfung bestehen, gehen in die nächste Phase des Überprüfungsprozesses. In der zweiten Phase können Probleme gefunden werden, die erst nicht erkannt wurden.**

Eine vollständige Übersicht findest du im Abschnitt Diagnose.

## Google Merchant Center - Diagnose

Die "Diagnose" ist ein separater Bereich im Google Merchant Center, den du über die seitliche Navigationsleiste erreichen kannst. Es bietet detaillierte Fehlerberichte für dein Konto und deine Feeds.

In der Diagnose werden alle Fehler, Warnungen und Benachrichtigungen angezeigt, die behoben werden müssen, damit deine Produkte für Google Shopping zugelassen werden. Zusammen mit einem vollständigen Bericht über die betroffenen Objekte, den du als CSV herunterladen kannst.



# **Fehler, Warnungen und Benachrichtigungen**



Issue	Country	Affected items	% affected	% affected past clicks	
Invalid images	United States	500	4%	0%	<a href="#">Learn more</a>
Invalid url in attribute: adwords redirect	United States	142	1%	0%	<a href="#">Learn more</a>
Item from a designated brand is missing a GTIN	United States	35	<1%	0%	<a href="#">Learn more</a>
Automatic item disapprovals due to policy violation	United States	28	<1%	<1%	<a href="#">Learn more</a>
Images too small	United States	14	<1%	0%	<a href="#">Learn more</a>
Unexpected image processing error	United States	10	<1%	0%	<a href="#">Learn more</a>
Encoding problem (double UTF8 encoding) in attribute: description	United States	7	<1%	<1%	<a href="#">Learn more</a>
Invalid GTIN value	United States	3	<1%	0%	<a href="#">Learn more</a>
Temporary item disapprovals due to incorrect prices	United States	3	<1%	<1%	<a href="#">Learn more</a>
Unknown 'google product category' value	United States	1	<1%	0%	<a href="#">Learn more</a>
Incorrect product identifiers	United States	1	<1%	0%	<a href="#">Learn more</a>
Ambiguous GTIN code	United States	6	<1%	0%	<a href="#">Learn more</a>
Incorrect shipping costs	United States	6	<1%	2%	<a href="#">Learn more</a>
Low image quality	United States	4	<1%	0%	<a href="#">Learn more</a>
Long titles	United States	2.730	24%	20%	<a href="#">Learn more</a>
Missing microdata for condition	United States	474	4%	2%	<a href="#">Learn more</a>
Short descriptions	United States	27	<1%	0%	<a href="#">Learn more</a>
Capitalized titles	United States	7	<1%	0%	<a href="#">Learn more</a>

Source: Volusion

Um dir bei der Priorisierung von Problemen zu helfen, hat Google diese in **drei Arten** unterteilt:

## FEHLER

**Fehler weisen auf kritische Feed-Probleme hin.** Sie führen zu Produkt-Ablehnungen und verhindern daher, dass Anzeigen der betroffenen Artikel geschaltet werden. In manchen Fällen können Fehler zu einer Kontosperrung führen und deine Marketingbemühungen für einen längeren Zeitraum stören.

## WARNUNGEN

**Warnungen sind weitaus weniger schwerwiegend als Fehler** und führen in der Regel nicht dazu, dass Google deine Artikel ablehnt. Diese Probleme **wirken sich negativ auf die Feed-Qualität** aus und können die Leistung der betroffenen Artikel in deiner Einkaufskampagne beeinträchtigen.

Wenn Warnungen für längere Zeit nicht beachtet werden, können sie zu einem bestimmten Zeitpunkt auch zu einer Ablehnung des Produkts führen.

## BENACHRICHTIGUNGEN

**Tipps von Google**, mit denen Sie bessere Anpassungen vornehmen können. Händler müssen sie nicht lösen, aber warum sollten sie zu einem Vorschlag nein sagen, der direkt aus dem Maul des Pferdes kommt?



# Häufigste Fehler im Google Merchant Center

# #1 Fehlendes oder falsches erforderliches Attribut [Preis]

Der Preis spielt eine Schlüsselrolle in Produktlisten-Anzeigen - Du musst niemanden davon überzeugen ... Aber wie funktioniert das Preisattribut in deinem Feed richtig?

Wir werden dir **zwei mögliche Gründe** für diese Fehler aufzeigen:

- Keine Währung zugewiesen
- Falscher Preis angegeben / Kein Preis angegeben

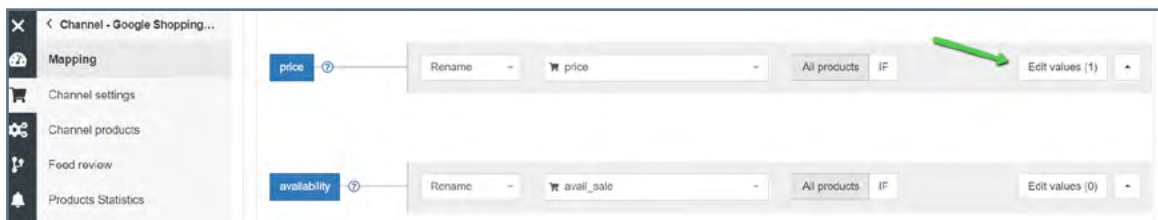
## Keine Währung zugewiesen

Wenn der Fehler "Fehlender Preis" von einem anderen Fehler begleitet wird: "Nicht unterstützte Währung im Attributpreis" – besteht eine hohe Wahrscheinlichkeit, dass beide Fehler ihre Ursache in fehlender Währung haben. Möglicherweise hast du die korrekten Preise übermittelt, aber die Angabe der Währung ist ebenso wichtig.

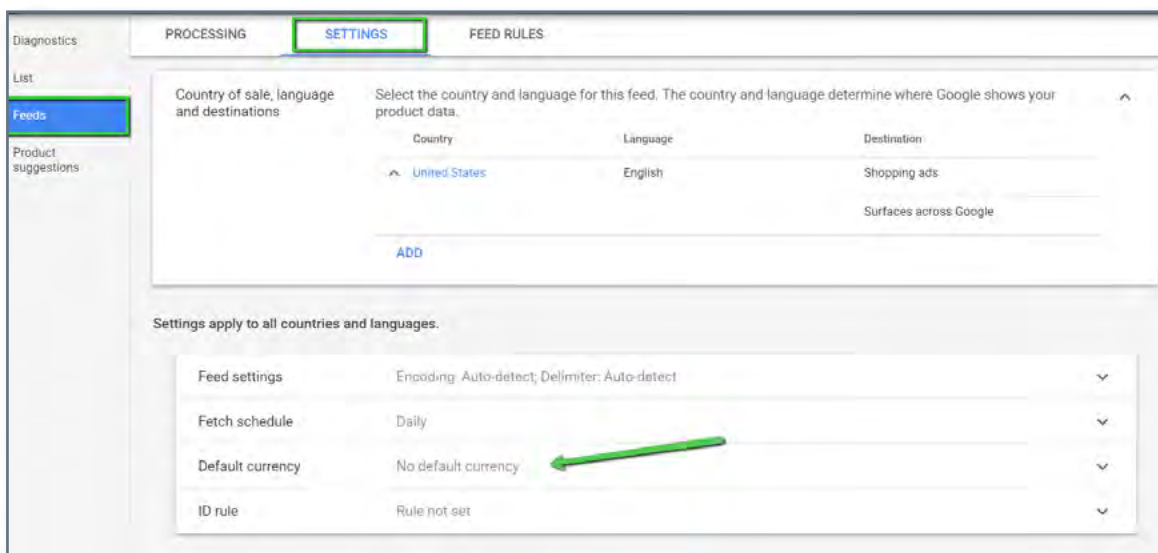


### Lösung: Währung angeben

Um dem Feed eine Währung hinzuzufügen, gehe zu "Werte bearbeiten" und nutze die Option "Suffix hinzufügen". Vergiss nicht, den Währungscode (USD) und das Vorzeichen (\$) anzugeben.



Du kannst die Währung auch direkt im Google Merchant Center im Bereich Feed-Einstellungen eingeben:



## Falsche Preise angegeben / Kein Preis angegeben

Es ist ein häufiger Irrtum, dass Google diesen Fehler aufgrund von Abweichungen zwischen den angegebenen und den in deinem Online-Shop gefundenen Preisen anzeigt.

In Wahrheit handelt es sich um eine der ersten Fehlermeldungen, die beim Hochladen deines Feeds angezeigt werden. Das hängt damit zusammen, dass die grundlegenden Anforderungen von Google für das Preisattribut nicht erfüllt werden.

### Nicht unterstützte Preiswerte:

✗ 0.00; ✗ freies Feld; ✗ falsches Eingabefeld verwendet, um die Preise abzubilden

## Erster Schritt – Überprüfe den Bericht auf betroffene Elemente und überprüfe deine aktuelle Zuordnung.

➔ **Wenn der Feed Artikel enthält, die in deinem Geschäft kostenlos angeboten werden, besteht die Lösung darin, diese auszuschließen.**

Das kannst du im Abschnitt "[Produkte einschließen / ausschließen](#)" tun, indem du eine auf dem Preis basierende Regel festlegst:



### Lösung: Korrigiere die Zuordnung für das Preisattribut



Wenn du keine kostenlosen Produkte anbietest, hast du möglicherweise das falsche Eingabefeld verwendet.

Das Preisattribut kann je nach Einkauf einen anderen Namen tragen, abhängig von der Shopping Cart, auf dem Ihr Geschäft basiert. Einige Plattformen funktionieren sogar mit mehreren Preisfeldern wie:



In DataFeedWatch kannst du alle von deinem **Shop heruntergeladenen Preisfelder** im Bereich "Produkte anzeigen" überprüfen und das Feld mit dem korrekten Preis auswählen.

Shop - BigCommerce test s...

Source: BigCommerce test shop

Search: Basic Advanced

Searched text in added\_to\_dfw

Clear Search

Customize columns

☑ CALCULATED_PRICE	☑ COST_PRICE	☑ PRICE	☑ RETAIL_PRICE	☑ SPECIAL_PRICE
99.0000	0.0	99.0	0.0000	Empty
229.0000	0.0	229.0	0.0000	Empty
39.0000	0.0	39.0	0.0000	Empty
496.0000	0.0	496.0	0.0000	Empty
112.0000	0.0	112.0	0.0000	Empty
39.0000	0.0	39.0	0.0000	Empty

Weise dann im Kartenfenster das ausgewählte Preisfeld zu.

# #2 Fehlende Versandinformationen

Wenn du diese Fehlermeldung erhalten hast, dann hast du es einfach versäumt, deine Versandkosten an Google weiterzugeben. Das ist ein erforderliches Attribut für alle Händler, unabhängig vom Standort. Das gilt auch für Einzelhändler, die kostenlosen Versand anbieten.



## Lösung: Versanddetails hinzufügen

Fehlende Versandprobleme **können leicht behoben werden** und es gibt einige Möglichkeiten, das zu tun

**Du kannst in deinem Feed in DataFeedWatch schnell Versandinformationen hinzufügen. Navigiere zu "Feed bearbeiten" und gehe zum Abschnitt "Versand". Gib dann den Ort und die Gebühr an.**

Wenn du kostenlosen **Versand anbietest, gib 0,00 in das Preisfeld** ein, da nur numerische Werte akzeptiert werden.

**Für den Fall, dass du beispielsweise komplexere Versandkonfigurationen benötigst – die Versandkosten hängen vom Gewicht des Produkts ab und:**

**A.** Die Gebühren werden von dir selbst bestimmt: Du kannst die Regel anpassen, indem du IF-Anweisungen hinzufügst

**B.** Die Preise werden vom Versandunternehmen berechnet: Richte die Versandinformationen direkt in deinem Händlerkonto ein (siehe unten).

**Im Google Merchant Center gibt es eine separate Registerkarte, die den Versandeinstellungen gewidmet ist. Du findest es in der seitlichen Navigationsleiste direkt unter "Steuern".**

Um einen Versand hinzuzufügen, klicke auf das + -Zeichen und führe die erforderlichen Schritte aus.

Hier findest du weitere Anweisungen von Google zu diesem Vorgang

**Tipp:**

Denke in diesem Fall daran, das Attribut "shipping\_weight" in deinem Feed aufzunehmen (in "Optionale Felder").



## #3

## Ungültiger oder fehlender GTIN-Wert

Nur für den Fall, dass du dich fragst, was **GTIN** ist und wie du es bekommen kannst – hier ist ein [Artikel für dich](#).

Bis vor kurzem forderte Google die GTIN für alle neuen Produkte an, denen die GTIN vom Hersteller zugewiesen wurde.

**Ab dem 30. September 2019 wurde eine neue Richtlinie in Bezug auf UPIs (Unique Product Identifiers) eingeführt, die Folgendes ermöglicht: Händler können ihre Produkte unabhängig von der Übermittlung des GTIN-Attributs in Google Shopping platzieren.**

Auch im Lichte der neuen Richtlinien wird dringend empfohlen, Google GTINs zur Verfügung zu stellen für Händler. Erfahren Sie [hier](#) mehr über die neuen Regelungen

**Google verwendet GTIN, um deine Produkte besser zu verstehen und zu klassifizieren. So werden deine Anzeigen für relevantere Suchanfragen geschaltet, was einer höheren Conversion-Rate entspricht.**

Und das Sahnehäubchen auf dem GTIN-Kuchen? :)

**Das trägt zu einem höheren Qualitätsfaktor bei, wodurch du im Ergebnis CPC-Einsparungen erzielen kannst.**

Nachdem wir die Vorteile geklärt haben, gehen wir auf die möglichen Ursachen und Lösungen des GTIN-Fehlers ein:

## A. Ungültiges GTIN-Problem

Google überprüft alle übermittelten GTINs und benachrichtigt dich, wenn sie nicht korrekt sind. Es können fehlende oder zusätzliche Zeichen im Code vorhanden sein. Das lässt sich nur durch Überprüfen des Fehlerberichts herausfinden.

Wenn die GTINs fehlerfrei scheinen, wende dich an den Hersteller, um eine aktuelle Liste der GTINs anzufordern.



### Lösung: Anpassen der GTIN-Zuordnung

Verschiedene Mapping-Funktionen in DataFeedWatch können dir helfen, deine GTINs-Probleme zu beheben.

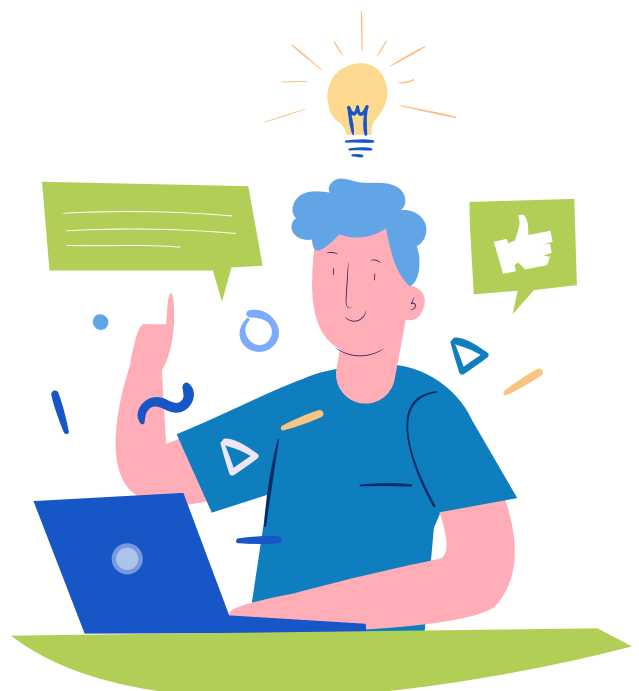
Das sind die 2 häufigsten Beispiele:

**Beispiel 1:** Wenn **GTINs zusätzliche Zeichen enthalten**, z. Buchstaben, die nicht enthalten sein sollten - entferne sie unter "**Werte bearbeiten**".

Gib die genauen Zeichen ein, die du entfernen möchtest, oder verwende gegebenenfalls einen regulären Ausdruck.

Die obige Regel entfernt alle Buchstaben aus dem GTIN-Feld.

**Beispiel 2:** **Dreizehnstellige EAN-Codes beginnen in der Regel mit einer 0.** Vielleicht fehlt sie bei einigen Produkten? Du könntest jeder GTIN, die nicht mit einer 0 beginnt, ein Präfix hinzufügen:





## B. Fehlende GTIN

Die GTINs wurden nicht im Feed bereitgestellt? Fülle dieses Feld aus!



**Lösung: fülle das GTIN-Attribut aus**

So kannst du GTINs in den Feed aufnehmen:



**Ordne dem GTIN-Feld ein entsprechendes Attribut aus deinem Geschäft zu.** Abhängig von deinem Einkaufswagen kann es sich um einen Barcode, ein Upc, eine GTIN oder etwas anderes handeln. Eine einfache Umbenennungsregel reicht aus.

The screenshot shows a configuration bar for the 'gtin' attribute. It includes a 'Rename' dropdown menu currently set to 'barcode', a 'All products' button, an 'IF' button, and an 'Edit values (0)' button.



**Deine Quelldatei enthält keine GTINs?**

Kein Problem, du kannst sie über die Nachschlagetabelle bereitstellen:

Fülle in einer **CSV-Datei** oder in einer **Google-Tabelle** zwei Spalten aus:

- Die erste Spalte sollte ein Attribut enthalten, das zur Artikelidentifizierung in DataFeedWatch verwendet werden kann. Gute Wahlmöglichkeiten könnten
  - variant\_id;
  - SKU;
  - mpn sein.
- Die 2. Spalte enthält die GTIN

Verbinde die vorbereitete Datei mit DataFeedWatch und gib an, welches Attribut du zur Identifizierung von Produkten ausgewählt hast. Voila!



The screenshot shows the 'Use lookup table' configuration for the 'gtin' attribute. The 'Use lookup table' dropdown is set to 'sku'. Below it, there is a text box containing the URL 'https://docs.google.com' and a button labeled 'Add from url'. Two green callout boxes highlight the 'sku' dropdown as 'attribute used for item identification' and the URL text box as 'link to the file with GTINs'.

## #4

## Product identifiers verfügbar, aber 'identifier\_exists' ist auf FALSE gesetzt

Für diejenigen von Ihnen, die mit "identifier\_exists" nicht vertraut sind:

Das Attribut "Identifier\_exists" gibt an, ob Google universelle Kennzeichen (Marke, GTIN & MPN) für Ihre Produkte verfügbar sind. Akzeptierte vordefinierte Werte sind: "falsch" / "nein" und "wahr" / "ja".



Möglicherweise wirst du in deinem Feed nicht auf dieses Attribut stoßen ...

### Warum?

Das ist ein optionales Feld, welches nur eingeschlossen werden muss, wenn es auf "false" gesetzt ist. Bei Nichteinreichung wird von Google der Standardwert "TRUE" angenommen.

Wenn der Fehler angezeigt wird, ist das Feld "identifier\_exists" auf "TRUE" gesetzt. Das heißt, dass Sie über die "Kennzeichnungen" verfügen und Google diese benötigt.

Der Fehler bedeutet, dass du mindestens eines der oben genannten Attribute übermittelt hast und Google darüber informiert hast, dass deinen Produkten Kennungen fehlen ("identifier\_exists" = false). Da dies widersprüchliche Informationen sind, siehst du diesen den Fehler.



### Lösung: adjust 'identifier\_exists' und relevante Attribute

wenn **identifiers** für deine Produkte **verfügbar sind**:

ändere **den Wert von "idetifier\_exists" in "TRUE"** und achte darauf, dass die entsprechenden Attribute korrekt ausgefüllt sind.

Wenn Produktkennungen für Ihre Artikel vorhanden sind, sollten Sie das Attribut 'identifier\_exists' als TRUE übergeben, auch wenn Sie die UPIs nicht zur Hand haben

Wenn Sie angeben, dass die UPIs nicht vorhanden sind, während Google dies überprüft, wird das Produkt abgelehnt.

Mögliche Kombinationen sind:

- Marke + GTIN
- Marke + mpn
- Marke + GTIN + mpn

DataFeedWatch einpflegen, indem du sie mit den entsprechenden Attributen aus deinem Geschäft abgleichst. Du findest das Feld "mpn" im Abschnitt "Optionale Felder".

identifier_ex...	Add static valu	TRUE	All products	IF	Edit values (0)
brand	Rename	u_brand	All products	IF	Edit values (0)
gtin	Rename	u_upc	All products	IF	Edit values (0)

### Wenn Marke, MPN oder GTIN versehentlich übermittelt wurden oder ungültige Informationen enthalten:

Entfernen Sie diese Felder aus Ihrem Feed, oder ändern den Zuordnungstyp in **"leave empty"**.

# Planen Sie eine Demo

Übernehmen Sie die Kontrolle über Ihren Datenfeed und verbessern Sie den ROI.

Wir werden besprechen, wie:

- › Um mehr Umsatz mit Ihren Produktfeeds zu erzielen
- › So optimieren Sie Ihre Produktzufuhr, um die Qualität zu verbessern Ihrer Inserate
- › Um die Conversion-Raten für Shopping-Kampagnen zu verbessern

Planen Sie noch heute Ihre Demo!



## #5

## Ungültiges oder fehlendes erforderliches Attribut [Farbe]:

Es kann **zwei Gründe** geben, warum du diesen Fehler siehst:

**A.** Google kann die Farbnamen nicht erkennen das kann vorkommen, wenn du nicht standardmäßige Farbnamen verwendest, z. B. "Basketball" anstelle von "Orange".



**B.** In bestimmten Ländern werden für Kleidungsstücke keine Farben bereitgestellt. Google benötigt das Farbattribut für alle Produkte, die in die Kategorie "Bekleidung und Accessoires" fallen

**So können wir es angehen:**

## A. Grund: Google kann den Farbnamen nicht erkennen

Laut einem lokalen Radiomoderator können Männer nur zwei Farben unterscheiden, und das sind: hübsch und hässlich ;)

Zum Glück für die Vermarkter, kann Google Farben recht gut erkennen.

**Kobalt, Indigo oder sogar Blaubeere sind ziemlich sichere Wahlen.** Aber lassen wir uns nicht von Kreativität hinreißen ... denn was ist "pomegranate passion"?

Nun, die ausgefallenen Farbnamen sind wahrscheinlich der Grund, warum du diesen Fehler siehst.



## Lösung: ersetze ungültige Farbnamen

Überprüfe den Google Merchant Center-Fehlerbericht auf eine Liste von Farbnamen, die verbessert werden müssen.

Navigiere im Mapping-Bereich zu "Werte bearbeiten", um die ungültigen Werte zu ersetzen.

Wenn du nur eine Handvoll Farben zum Ersetzen hast, kannst du "Einzelwert ersetzen" verwenden und ein paar Regeln erstellen, wie im folgenden Screenshot gezeigt:

The screenshot shows two mapping rules in the Google Merchant Center interface. Each rule has a 'Mapping type' dropdown set to 'Replace single value' and a 'use regexp' checkbox checked. The first rule has an 'input' field with 'basketball' and a 'with' field with 'orange'. The second rule has an 'input' field with 'juicy pomegranate' and a 'with' field with 'red'. Both rules have 'All products' and 'IF' buttons on the right.

Um viele Farben gleichzeitig zu ersetzen, wähle "Mehrere Werte ersetzen".

Du musst eine CSV-Datei oder eine Google-Tabelle bereitstellen. Füge die zurückgewiesenen Farbnamen in die erste Spalte und deine standardisierten Entsprechungen in die zweite Spalte ein.

## Anmerkung:

Wenn du eine Google-Tabelle bei DataFeedWatch hochlädst, achte darauf, dass du deinen freigegebenen Link nutzt und die Vertraulichkeit der Datei auf "Jeder mit dem Link kann den Inhalt anzeigen" einstellt.



## B. Grund: Keine Farben für Kleidungsstücke vorgesehen

Möglicherweise wird dieser Fehler auch in deinem GMC-Konto angezeigt, wenn du vergessen hast, das Farbattribut in deinem Feed aufzunehmen. Für bestimmte Länder (derzeit Brasilien, Frankreich, Deutschland, Japan, Großbritannien und die USA) benötigt Google zusätzliche Informationen wie Farbe, Altersgruppe, Geschlecht und Größe (letztere nur für Schuhe und Kleidung) für Kleidungsstücke.



### Lösung: weise Kleidungsstücken Farben zu

Wenn du das Farbfeld in deiner Quelldatei / deinem Quellspeicher nicht angegeben hast, kannst du eine der folgenden Optionen austesten:

Verwende **"Statischen Wert hinzufügen"**

#### Werden Farben in Titeln, Beschreibungen, Tags oder einem anderen Feld erwähnt?

Du kannst diese Felder nutzen, um eine Regel zu erstellen, die den entsprechenden Elementen die von dir angegebenen Farben zuweist.

Hier ist **ein Beispiel**, wie die Regel aussehen könnte:

Verwende **'Extract from'**

"Extract\_from" ist eine weitere Funktion, mit der du **bestimmte Informationen aus verschiedenen Feldern extrahieren kannst**.

Gib zuerst das Feld an, das die Farbinformationen enthält (A), und gib dann eine Liste der Farben in einer CSV-Datei oder mithilfe einer Google-Tabelle an.

## #6

## Unbekannter Wert für "Google-Produktkategorie"

**Je mehr Möglichkeiten du nutzt, um Google zu erklären, was dein Produkt ist - desto besser!** Das Einreichen der relevanten "google\_product\_category" für deine Produkte ist mit Sicherheit der richtige Weg. Obwohl das kein erforderliches Attribut ist, gibt es Vorteile für diejenigen, **die sich ein wenig mehr Mühe geben und diese Kategorien ausfüllen.**

## Vorteil?

Wir haben dieses Thema in einem unserer vorherigen Beiträge ausführlich erklärt – [Zuweisen von Google-Produktkategorien](#)

**Kurz gesagt:** Mit der Produktkategorie von Google bekommst du relevantere Zugriffe auf deine Anzeigen, was zu einer höheren Klickrate und einer verbesserten Conversion-Rate führt.

## Was ist nun mit dem Fehler?

Das kann nur heißen, dass die übermittelte Kategorie keinem der in der [Google-Taxonomie](#) aufgeführten vordefinierten Werte entspricht.

Wenn du also nicht genau dieselbe Taxonomie in deinem Geschäft implementiert hast, wird die Verwendung des Felds "product\_type" für die Google-Kategorie nicht zu einer Kürzung führen.



## Lösung: verwende Kategorien aus der Google-Taxonomie

Zum Glück gibt es eine einfache Möglichkeit, deine Kategorien in DataFeedWatch oder 2 zuzuweisen:

## A. Kategorisierung über automatisch generierte Regeln:

The screenshot shows the 'Mapping' section of the Google Merchant Center interface. On the left, there is a sidebar with navigation options: 'Mapping', 'Channel settings', 'Channel products', 'Feed review', and 'Products Statistics'. The main area is titled 'Channel - Google Shopping...' and contains a 'Default category' search box. Below this, there are three tabs: 'Add rules manually', 'Auto generated rules', and 'Map Bulk Categories'. The 'Auto generated rules' tab is active, showing a rule for 'product\_type\_0' with '+ Generate' and '- Remove all' buttons. A green arrow points to the 'product\_type\_0' dropdown. Below the rule, there is a table with columns 'Categories' and 'Condition'. A green box highlights the first row, which has 'product\_type\_0' in the 'Condition' column and 'is equal to' followed by 'Dresses' in the 'Categories' column. Below this table, there is a list of categories with a search box. A green arrow points to the selected category: 'Apparel & Accessories > Clothing > Dresses'.



Wir haben ein System erstellt, **mit dem jeder Produkttyp sekundenschnell der am besten geeigneten Google-Unterkategorie zugeordnet werden kann:**

**1**

Wähle ein Feld in deinem Geschäft aus, das Informationen zum Produkttyp enthält.

**2**

Gib ein Schlüsselwort ein und Sie erhalte eine Liste mit verfügbaren Kategorien.

**3**

Wähle für jede Artikelgruppe eine geeignete Google-Kategorie aus.

## B Kategorisierung über manuelle Regeln

Praktisch, wenn in deinem Quell-Feed ein Feld fehlt, auf dem die Kategorien basieren. Um eine Kategorie hinzuzufügen, gehe wie folgt vor:

1. Gib ein Schlüsselwort ein und wähle die beste Kategorie aus der Liste aus.
2. Erstelle Regeln, um die Produkte anzugeben, auf die die Kategorie angewendet werden soll

**Beispiel:** Du kannst Kategorien basierend auf bestimmten Schlüsselwörtern zuweisen, die in Titeln oder Beschreibungen enthalten sind:

### Die richtige Kategorie

Jetzt, da das "How-to" nicht mehr im Weg steht, bleibt uns nur noch eine Frage: "Was ist die richtige Kategorie für mein Produkt?"

### Die Antwort:

Die relevanteste. Alles in allem – das ist eine Ermessensfrage.

### Tipp:



Tauche in die Unterkategorien ein und sei so genau wie möglich. Mit über 6.000 eindeutigen Google-Kategorien ist es häufig möglich, eine genaue Übereinstimmung zu finden. Wenn nicht, gilt als Faustregel die beste Übereinstimmung.

## #7

## Ungültiges oder fehlendes erforderliches Attribut: Verfügbarkeit

**Bestimmte Attribute** im Einkaufs-Feed haben nur **vordefinierte Werte**. Das Feld "Verfügbarkeit" ist eines davon.

- Auf Lager
- Ausverkauft
- Vorbestellen

### Das sind die 3 Möglichkeiten.

Wenn du einen anderen Wert eingibst, z. B. "Verfügbar" / "Nicht verfügbar" oder "Ja" / "Nein", gerätst du in Schwierigkeiten. Du wärst überrascht, wie viele Händler in diese Falle getappt sind.

### Häufige Ursache?

Mehrere Einkaufswagen generieren Verfügbarkeitsfelder mit Werten, die nicht mit den Richtlinien von Google kompatibel sind. Beispielsweise können einige Plattformen Produkte mit "true" oder "false" im Feld "is\_available" kennzeichnen.



### Lösung: vordefinierte Werte verwenden

Du kannst das **Verfügbarkeitsfeld in deinem Geschäft** mit nur **einer kleinen Änderung** weiter verwenden...

Gehe bei dem Attribut "Verfügbarkeit" zu "Werte bearbeiten" und **tausche die Werte aus**. So könnte eine Beispielregel aussehen:

### Tipp:



Wenn du dir nicht sicher bist, welche Werte ursprünglich in deinem Verfügbarkeitsfeld enthalten waren, überprüfe die Registerkarte "Shop-Produkte" (in der seitlichen Navigationsleiste).



### Change values for "availability"

**Mapping type:** Replace single value

**Input:** True

with

In stock

use regexp

**and**

**Mapping type:** Replace single value

**Input:** False

with

Out of stock

use regexp

Eine **alternative Methode zum Einrichten der Verfügbarkeit:**

Verwende das Eingabefeld "Menge" und erstelle die entsprechenden bedingten Anweisungen – Beispiel unten:

availability

Add static valu - in stock - All products IF Edit values (0)

**IF**

quantity is greater thar 0

+ OR + AND

+ OR + AND

OR Add rule

ELSE Add static valu - out of stock -

## #8

## Codierungsproblem in Attribut: Beschreibung

Diese Codierungsfehlermeldung bedeutet, dass einige deiner Beschreibungen mindestens ein Zeichen enthalten, das in deinen aktuellen Codierungseinstellung als ungültig angesehen wird.

Laut den Hilfeseiten von Google unterstützt das Google Merchant Center die Codierungstypen **UTF-8**, **UTF-16**, **Latin-1** und **ASCII**. Der erste ist der beliebteste.

### Schlechte Nachrichten?

Google weist nur auf Produkte hin, mit denen der Fehler zusammenhängt. Sie wollen dir die ungültigen Zeichen nicht auf einem Silbertablett liefern.

Es liegt an dir, das Problem zu finden.

### Gute Nachrichten?

Wir haben etwas für dich :)



### Lösung: ungültige Zeichen entfernen / ersetzen

## 1

Wenn du die betroffenen Produkte gefunden hast, lies deren Beschreibungen auf der Seite "Produkte einkaufen".

## 2

Die Standardeinstellung für die Codierung in DataFeed-Watch ist UTF-8, sodass du diese Ungenauigkeiten mit bloßem Auge erkennen können solltest.

## 3

Fahre dann mit dem Abschnitt "Zuordnung" fort und entferne / ersetze die unerwünschten Zeichen im Abschnitt "Werte bearbeiten", um eine Beschreibung zu erhalten.



## #9

## Der Artikel wurde aufgrund eines Verstoßes gegen die Richtlinie abgelehnt

Im Gegensatz zu den anderen Fehlern, die wir in diesem Artikel beschrieben haben, **zeigt dir dieser, was mit deinem Feed nicht stimmt**. Wenn es eine Schlussfolgerung aus dieser Nachricht gibt:



Es könnte sein, **dass die Google-Algorithmen Elemente in deinem Feed** (oder in deinem Online-Store) gefunden haben, die nicht den **Google Shopping-Richtlinien** entsprechen.

**Welche Elemente?** Das bleibt ein Rätsel, bis ...



**Lösung: du kontaktierst Google**

Um dieses Problem zu lösen, musst du zunächst die Antwort auf die grundlegendste Frage finden: **"Wie habe ich gegen die Richtlinien verstoßen?"**

Sobald du den genauen Grund für die Ablehnung kennst, ist es an der Zeit, den Feed zu korrigieren (sofern das Problem darin besteht). Oder nimm die Veränderungen in deinem Online-Shop vor.

**Das Korrigieren des Feeds hat je nach Verstoß unterschiedliche Auswirkungen.** Das könnte beinhalten:

- Produkte aus dem Feed entfernen
- Ersetzen oder Entfernen von verbotenen Wörtern aus Titeln oder Beschreibungen
- Bilder wechseln

Und vieles mehr...

**Du bist nicht sicher, was die Lösung für dich sein könnte? Kontaktiere uns jederzeit!;**



# Holen Sie sich Ihre kostenlose Feed-Beratung

Solider Produkt-Feed ist der Schlüssel zum Aufbau einer erfolgreichen Google Shopping-Kampagne. Kontaktieren Sie unsere Feed-Experten und:

- Feeds schnell und einfach optimiert werden können;
- die Leistung Ihrer Einkaufskampagne verbessern;
- mehr zufriedene Kunden in Ihren E-Shop bringen.

Fordern Sie jetzt Ihre KOSTENLOSE Beratung an

**EIN EXKLUSIVES  
ANGEBOT FÜR UNSERE  
EBOOK-LESER:**

**Erweiterte einmonatige  
kostenlose Testversion mit  
DataFeedWatch.**

**Starten Sie jetzt und optimieren  
Sie Ihre Feeds und Verkäufe  
in kürzester Zeit!**

Lösen Sie das Sonderangebot ein: Nachdem Sie Ihr kostenloses DataFeedWatch-Testkonto erstellt haben, wenden Sie sich bitte an Ihren Onboarding Manager (der Ihnen bei der Konto-Erstellung zugewiesen wird) und fordern an, die erweiterte kostenlose Testversion einzulösen.



## Weitere empfohlene Links

[Vier erfolgreiche Gebotsstrategien bei Google Shopping](#)

[Verbessere deinen Umsatz mit Facebook und Google Ads](#)

[PPC-Strategien für Google AdWords und Facebook \[+ Tipps, um 542% ROAS zu erreichen\]](#)

[7 Tipps zur Optimierung des Google Shopping-Feeds \[EXPERT Level\]](#)

[14 Starke Optimierungen für deinen Google Shopping-Feed \[mit Expertenwissen\]](#)





**Vielen Dank!**