

Die Google Shopping Onboarding Checklist fasst die am häufigsten nicht beachteten Anforderungen zusammen, die Händler vor dem Start mit Google Shopping erfüllen müssen. Das Ziel ist es, den Start ins Shopping zu erleichtern und Händlern zu ermöglichen, proaktiv die häufigsten Gründe für Suspendierungen zu überprüfen.

Bereit anzufangen?

Prüfen Sie Ihre Webseite gegen diese Kriterien, damit alle Anforderungen erfüllt werden:



1. Sicheres & vollständiges Checkout



Sicheres Checkout: Bezahltransaktionen, Zahlungsverarbeitung und das Sammeln personenbezogener Daten muss über eine SSL-verschlüsselte Domain stattfinden (die URL beginnt mit https://)

Beispiele persönlicher Information (keine vollständige Liste): Vor- und Nachname, Adresse, Telefonnr., Kredit- oder Bankdetails, Bankkonten, Banküberweisungen, Nationalität, Login E-Mail oder Passwort, Steuernummer, Gesundheitskarte, Führerschein oder Sozialversicherungsnummer



Vollständiges Checkout: Stellen Sie sicher, dass jeder User den kompletten Checkout Prozess abschließen kann ohne für eine Mitgliedschaft zahlen zu müssen oder zusätzliche Artikel zu kaufen.

- ☐ Mindestbestellwert oder Warenkorbwerte sind nicht erlaubt
- ☐ Sie können den Versand auf die Regionen begrenzen, die sie in der Shoppingkampagne adressieren, der Checkout Prozess muss aber dennoch von überall abzuschließen zu sein
 - ☐ Händler sollten den Kauf nicht nur Geschäftskunden ermöglichen



2. Kontaktinformation



Kontaktinformation: Bitte machen Sie mindestens zwei der nachfolgenden drei Daten einfach auf der Webseite sichtbar:

- ☐ Physische Adresse (keine Postfächer)
- ☐ Telefonnummer
- ☐ Kontakt E-Mail Adresse (nur ein "Kontaktieren Sie uns" Formular reicht nicht aus)



3. Zahlungsmethoden / Zahlungsbedingungen



Zahlungsmethoden: Stellen Sie sicher, dass die akzeptierten Zahlungsmethoden dem Nutzer vor Beginn des Zahlungsprozesses gezeigt werden

Eine häufig genutzte Methode ist es, die Bilder der akzeptierten Methoden in der Fußzeile der Seite zu zeigen



Zahlungsbedingungen: Die Zahlungsbedingungen sollten klar sichtbar auf der Seite zu sehen sein

DISCLAIMER: Diese Informationen wurden von unseren langjährigen Support Spezialisten unter Verwendung von Informationen gesammelt, die zum Zeitpunkt der Veröffentlichung extern verfügbar waren. Obwohl wir davon überzeugt sind, dass diese Informationen zutreffend sind, können wir keine Garantie dafür übernehmen. Wenn Sie einen Fehler in diesem Artikel finden, bitten wir um eine Benachrichtigung über die Support Hotline.



4. Widerrufsrecht



Widerrufsrecht: Ihr Widerrufsrecht muss klar formuliert und einfach vom Nutzer zu finden sein. Es sollte die folgenden Punkte enthalten:

- ☐ Was ist der Zeitrahmen des Rückgaberechts? [14 Tage](#), [30 Tage](#), [unbegrenzt](#), etc.
- ☐ Wie ist die Richtlinie für defekte Artikel?
- ☐ Wie ist die Richtlinie für Artikel, die Nutzer zurückgeben wollen oder nicht länger kaufen wollen? [Es ist erlaubt keine Rückgabe von Artikeln, die nicht kaputt oder falsch geliefert wurden, zu erlauben, sofern dieses klar in den Rückgaberichtlinien beschrieben wird.](#)
- ☐ Wer zahlt für die Rücksendung der Artikel: Der Nutzer oder der Händler?
- ☐ Wie startet der Nutzer den Rückgabe-/Rückerstattungsprozess? [Email](#), [Anruf](#), [Online Formular](#), etc.
- ☐ Liegt das Rückgaberecht in der offiziellen Landessprache des Landes, auf das der Feed ausgerichtet ist, vor? [Falls Sie mehrere Länder mit dem selben Feed abdecken, stellen Sie sicher, dass das Widerrufsrecht in allen dementsprechenden Landessprachen vorliegt.](#)



5. Bilder



Bilder:

- ☐ Keine Wasserzeichen, Overlays, keine Werbetexte jeglicher Art sollten auf den Bildern sein. Zudem sollten die Bilder keinen Rahmen haben
- ☐ Die empfohlene Bildgröße für die beste Nutzererfahrung sind min. 800x800 Pixel



6. Voraussetzungen für die Zielseite:



Voraussetzungen für die Zielseite:

- ☐ Die Schlüsselattribute des Produktes (Titel, Beschreibung, Bild, Preis, Währung, Verfügbarkeit, Kauf-Button) müssen auf der Zielseite klar ersichtlich sein
 - ☐ Stellen Sie sicher, dass Ihre Zielseiten nicht generisch sind (also z.B. auf die Startseite führen)
- ☐ Ihre Seite und die jeweiligen Zielseiten sollten von allen Standorten und aus allen Browsern erreichbar sein
- ☐ Falls es von einem Produkt Varianten gibt (Farbe, Größe, Muster, Material, etc.), empfehlen wir, dass die jeweilige Zielseite die korrekte vorausgewählte Variante wie im Feed zeigt
 - ☐ Des Weiteren sollte jede Produktvariante, die Sie bewerben möchten separat mit allen Spezifikationen im Feed gelistet werden
- ☐ Ihre Zielseite muss identische Produktdaten wie die Produktaufistung in Ihrem Feed haben
- ☐ Die Produkte, Zielseiten, Richtlinien, etc. sollten in der offiziellen Landessprache mit der offiziellen Landeswährung im Feed eingepflegt sein

DISCLAIMER: Diese Informationen wurden von unseren langjährigen Support Spezialisten unter Verwendung von Informationen gesammelt, die zum Zeitpunkt der Veröffentlichung extern verfügbar waren. Obwohl wir davon überzeugt sind, dass diese Informationen zutreffend sind, können wir keine Garantie dafür übernehmen. Wenn Sie einen Fehler in diesem Artikel finden, bitten wir um eine Benachrichtigung über die Support Hotline.



7. Voraussetzungen für Versand & Lieferung



Voraussetzungen für Versand & Lieferung:

- ☐ Die Versandkosten, die im Merchant Center genannt werden sollten die Kosten für den Versand direkt zum Konsument sein
- ☐ Versandkosten für eine Lieferung zu einem Laden sind im Merchant Center nicht erlaubt
- ☐ Die Versandkosten im Merchant Center müssen mit denen auf Ihrer Zielseite übereinstimmen
 - ☐ Es ist okay, wenn Ihr Merchant Center höhere Versandkosten anzeigt als die Zielseite
- ☐ Sie dürfen einschränken, wohin innerhalb Ihres Ziellandes Sie Artikel versenden, allerdings müssen Ihre Shoppingkampagnen diese Ausrichtung reflektieren



8. Preis



Preis:

- ☐ Für alle Länder außer den USA, Kanada, Indien **muss** der Artikelpreis inklusive Mehrwertsteuer (MwSt.) im Feed und auf der Zielseite angegeben werden
- ☐ Die Währung der Preise **muss** gem. [ISO 4217 Standard](#) angegeben werden
- ☐ Für reduzierte Produkte empfehlen wir die Nutzung des Feed Attributs 'sale price' nebst der Angabe des regulären Preises (ohne Sale) im 'price' Attribut
 - ☐ In diesem Fall muss der reduzierte Preis klar auf der Zielseite ersichtlich sein
- ☐ Jeder User sollte in der Lage sein, das in Shopping gezeigte Produkt für den genannten Preis und die Lieferung ins beworbene Zielland kaufen können, ohne weitere Produkte kaufen zu müssen
- ☐ Für Produkte, die als Set verkauft werden, muss der gesamte Preis für die kleinste zu kaufende Produktanzahl im Feed angegeben werden
 - ☐ Die Zielseite kann des weiteren auch die Mindestmenge und den Stückpreis anstatt den Gesamtpreises für die kleinste zu verkaufende Menge enthalten

Alle Voraussetzungen erfüllt? Starten Sie [hier](#) mit Google Shopping!

Weitere Infos über die Google Shopping Richtlinien [hier](#)!

DISCLAIMER: Diese Informationen wurden von unseren langjährigen Support Spezialisten unter Verwendung von Informationen gesammelt, die zum Zeitpunkt der Veröffentlichung extern verfügbar waren. Obwohl wir davon überzeugt sind, dass diese Informationen zutreffend sind, können wir keine Garantie dafür übernehmen. Wenn Sie einen Fehler in diesem Artikel finden, bitten wir um eine Benachrichtigung über die Support Hotline.