

M E D I A C O M 8 7

Export Google

Produktfeeds für Google Merchant Center

PrestaShop-Modul • Kompatibel mit PrestaShop 1.6.0.4 bis 9.x

Benutzerhandbuch • Mediacom87

Inhaltsverzeichnis

1. Überblick und Voraussetzungen

2. Installation

3. Länder, Sprachen, Währungen und Versanddienstleister einrichten

4. Exportierte Produkte auswählen und Google-Kategorien zuordnen

5. Die Optionen des Feeds

6. Benutzerdefinierte Etiketten für Google Ads

7. Feeds erzeugen und die URLs im Merchant Center hinterlegen

8. Automatisierung per CRON

9. Ihre Feeds absichern

10. Der Angebotsfeed

11. Der Tab „Diagnose“

12. Häufige Probleme lösen

13. Lizenz und Support

So lesen Sie dieses Dokument Die Bezeichnungen in Anführungszeichen entsprechen den Beschriftungen, die das Modul anzeigt. Die Tabs finden Sie in der linken Spalte der Konfigurationsseite. Die Abläufe sind nummeriert: Führen Sie die Schritte der Reihe nach aus.

1. Überblick und Voraussetzungen

1.1 Was das Modul leistet

Export Google erstellt aus Ihrem PrestaShop-Katalog die Produktfeeds, die Google Merchant Center erwartet. Das Modul erzeugt einen Feed je Kombination aus Land und Sprache und hält ihn per CRON automatisch aktuell.

Preise, Steuern, Versanddienstleister, Kategorien und optionale Attribute stellen Sie Land für Land ein. Jede Land-Sprach-Kombination erhält eine eigene XML-Datei und eine eigene CRON-URL.

1.2 Geografische Abdeckung

- **71 Länder:** alle Länder, in denen Google Shopping offiziell verfügbar ist.
- Jedes Land erhält die Google-Produkttaxonomie seiner eigenen Sprachregion.
- Ein Land kann mehrere Sprachen führen. Beispiele: Belgien auf Französisch, Niederländisch und Deutsch; die Schweiz auf Französisch, Deutsch und Italienisch.

Hinweis Angeboten werden nur Länder, in denen Google Shopping tatsächlich betrieben wird. Ein Feed für ein Land, das Google nicht bedient, würde im Merchant Center abgelehnt.

1.3 Kompatibilität

Element	Unterstützt
PrestaShop	1.6.0.4 bis 9.x, ThirtyBees eingeschlossen
PHP	5.6 bis 8.3 und neuer
Multishop	Ja. Konfiguration, Feeds und CRON-URLs je Shop
Sprachen der Oberfläche	18: Deutsch, Englisch, Bulgarisch, Dänisch, Spanisch, Estnisch, Finnisch, Französisch, Griechisch, Ungarisch, Italienisch, Japanisch, Niederländisch, Polnisch, Portugiesisch, Rumänisch, Slowakisch, Schwedisch

Das Modul erkennt Ihre PrestaShop-Version selbsttätig und passt seine Templates und Skripte daran an.

1.4 Voraussetzungen

- Ein Konto bei **Google Merchant Center**. Dieses Modul erzeugt und veröffentlicht die Feeds; die Einrichtung des Merchant-Center-Kontos selbst bleibt Ihre Aufgabe.
- Die Währungen und Versanddienstleister, die Sie Ihren Ländern zuordnen möchten, müssen in Ihrer PrestaShop-Konfiguration aktiv sein.
- Die gewünschten Sprachen müssen unter *International* → *Lokalisierung* → *Sprachen* installiert und aktiv sein.
- Eine Möglichkeit, eine geplante Aufgabe auszulösen: die Crontab des Servers, Ihr Hosting-Panel oder ein WebCron-Dienst.

1.5 Die Tabs des Moduls

Die Konfiguration ist in 14 Tabs gegliedert.

Tab	Aufgabe
Länder	Zielländer, danach je Land: Sprache(n), Währung, Versanddienstleister, Steuern
Konfiguration	Inhalt des Feeds, Bilder, Dateiname, Sicherheit, Komprimierung, Exportpaket
Optionale Elemente	Zusätzliche Attribute, die an Google gesendet werden (GTIN, Marke, Gewicht, Versandkosten, UTM)
Benutzerdefinierte Etikettenattribute	Benutzerdefinierte Etiketten 0 bis 4 für Google Ads
Kategorien	Kategorien ein- oder ausschließen, Zuordnung zur Google-Taxonomie
Feed	Manuelle Erzeugung, URL für Google, Download, Schlüsselerneuerung
Cron	URLs und fertige Befehle zum Kopieren für die automatische Erzeugung
Angebote	Separater Feed für Rabattgutscheine
Diagnose	Prüfung der Produktbilder, Bericht zur Feed-Qualität, Datenbankindizes
FAQ	42 Fragen in 9 Themenbereichen, alle Antworten ohne Aufklappen sichtbar
Informationen und Unterstützung	Version, Kompatibilität, Schaltfläche „Kontakt“
Lizenz	Registrierung und Status der Mediacom87-Lizenz
Sicherheitsrichtlinie	Die Sicherheitszusagen des Moduls
Changelog	Versionsverlauf, übersetzt

Hinweis Die Tabs **Feed** und **Cron** erscheinen erst, sobald mindestens ein Land eingerichtet und gespeichert ist. Der Tab **Benutzerdefinierte Etikettenattribute** erscheint nur, wenn Ihr Shop mindestens ein Produktmerkmal besitzt.

2. Installation

2.1 Das Modul installieren

1. Öffnen Sie im Backoffice den Bereich **Module**.
2. Klicken Sie auf **Modul hochladen** (je nach PrestaShop-Version auch **Neues Modul hinzufügen**).
3. Wählen Sie das ZIP-Archiv des Moduls aus und starten Sie den Upload.
4. Klicken Sie auf **Installieren**.
5. Klicken Sie auf **Konfigurieren**, um die Modulseite zu öffnen.

2.2 Was die Installation tut - und was nicht

- **Keine native PrestaShop-Tabelle wird verändert.** Das Modul legt eigene Tabellen an.
- **Kein Aufruf eines Drittanbieterdienstes aus dem Backoffice.** Die Tabellenbibliothek ist im Modul enthalten: Das Backoffice funktioniert ohne Internetzugang, und nichts wird bei Dritten abgefragt.
- Im Exportverzeichnis des Moduls wird eine Datei `.htaccess` angelegt. Sie verhindert die Auflistung des Verzeichnisses und den Zugriff auf Feeds, die gerade geschrieben werden.

2.3 Der Einrichtungsweg in Kürze

1. Tab **Länder**: Zielländer auswählen, Sprache, Währung, Versanddienstleister und Steuern einstellen, dann speichern.
2. Tab **Konfiguration**: Inhalt und Format des Feeds festlegen, bei Bedarf URL-Schutz und Komprimierung aktivieren.
3. Tab **Optionale Elemente**: die für Ihren Katalog nützlichen Zusatzattribute aktivieren.
4. Tab **Kategorien**: Kategorien ausschließen, die nicht exportiert werden sollen, und die Google-Taxonomie zuordnen.
5. Tab **Feed**: einen ersten Feed erzeugen und dessen URL notieren.
6. Diese URL in Google Merchant Center als geplanten Abruf hinterlegen.
7. Tab **Cron**: die automatische Erzeugung einrichten.

3. Länder, Sprachen, Währungen und Versanddienstleister einrichten

Alles beginnt im Tab **Länder**. Solange kein Land eingerichtet ist, kann kein Feed erzeugt werden.

3.1 Die Zielländer auswählen

1. Öffnen Sie den Tab **Länder**.
2. Markieren Sie in der Liste *Länder, in die Google Shopping exportiert werden soll* die gewünschten Länder.
3. Für jedes markierte Land erscheint in der seitlichen Tab-Spalte ein eigener Konfigurationsblock.
4. Klicken Sie auf **Einstellungen speichern**.

3.2 Jedes Land einstellen

Für jedes markierte Land sind vier Angaben zu machen.

Einstellung	Was Sie wissen sollten
Dem Feed zugeordnete Sprachen	Die Sprache oder Sprachen des Feeds für dieses Land. Jede Sprache erzeugt eine eigene XML-Datei und eine eigene CRON-URL.
Steuern	<i>Inklusive Steuer</i> oder <i>Ohne Steuer</i> . Die Einstellung muss dem entsprechen, was Ihr Shop den Besuchern aus diesem Land anzeigt.
Währung	Die Währung des Feeds für dieses Land. Sie muss in PrestaShop aktiv sein und dem entsprechen, was das Merchant Center erwartet.
Transportunternehmen	Der Versanddienstleister, über den die angegebenen Versandkosten berechnet werden. Inaktive Versanddienstleister sind in der Liste als „inaktiv“ gekennzeichnet.

3.3 Mehrere Sprachen für ein Land hinzufügen

Manche Länder verlangen Feeds in mehreren Sprachen, etwa Belgien.

1. Suchen Sie im Block des Landes die Auswahlliste für die Sprache.
2. Klicken Sie auf **Eine Sprache hinzufügen**, um eine Zeile anzulegen.
3. Wählen Sie die Sprache in der neuen Auswahlliste aus.
4. Wiederholen Sie das für jede weitere Sprache und speichern Sie anschließend.

Hinweis Zur Auswahl stehen nur Sprachen, die unter *International* → *Lokalisierung* → *Sprachen* installiert und aktiv sind. Fehlt eine Sprache, installieren Sie sie zuerst in PrestaShop.

Guter Reflex Prüfen Sie, ob Währung und Versanddienstleister in PrestaShop aktiv sind, bevor Sie sie hier auswählen. Eine inaktive Währung führt zu widersprüchlichen Preisen im Feed.

4. Exportierte Produkte auswählen und Google-Kategorien zuordnen

Alles Entscheidende geschieht im Tab **Kategorien**, der den vollständigen Baum Ihrer PrestaShop-Kategorien anzeigt.

4.1 Eine Kategorie ein- oder ausschließen

1. Öffnen Sie den Tab **Kategorien**.
2. In der Spalte *Zu exportieren* trägt jede Kategorie ein grünes Häkchen (wird exportiert) oder ein rotes Verbotsschild (ausgeschlossen).
3. Klicken Sie auf das Symbol, um die Kategorie von einem Zustand in den anderen zu schalten.

Auswahlregel: In den Feed gelangen nur Produkte, deren **Standardkategorie** exportiert wird. Ein Produkt folgt seiner Standardkategorie, nicht seinen Nebenkategorien.

Hinweis Die Spalte *Produkte* nennt die Anzahl der Produkte, die einer Kategorie standardmäßig zugeordnet sind. Ein orange dargestellter Kategorienname bedeutet, dass ihr kein Produkt standardmäßig zugeordnet ist: Sie taucht folglich im Feed nicht auf. Es empfiehlt sich dringend, die tiefste Kategorie als Standardkategorie eines Produkts zu verwenden, damit die treffendste Information übermittelt wird.

4.2 Die Google-Produkttaxonomie zuordnen

Die Spalte *Google-Kategorien* erscheint, sobald die Option **Google Produktkategorie** im Tab **Optionale Elemente** aktiviert und mindestens ein Land eingerichtet ist.

1. Öffnen Sie den Tab **Kategorien**.
2. Klicken Sie in der Zeile der betreffenden Kategorie auf die Landesflagge, um das Eingabefeld zu öffnen.
3. Tippen Sie den Namen der Google-Kategorie an: Eine Liste mit Vorschlägen erscheint.
4. Wählen Sie die passendste Kategorie aus und bestätigen Sie mit der Bestätigungsschaltfläche.

Sind mehrere Länder eingerichtet, schalten Sie die Anzeige der Spalte über einen Wahlschalter oberhalb der Tabelle von Land zu Land um. Jedes Land erhält die Google-Taxonomie seiner eigenen Sprachregion, die Zuordnung erfolgt daher Land für Land.

Empfehlung von Google Verwenden Sie die spezifischste verfügbare Kategorie. „Bekleidung & Accessoires > Bekleidung > Kleider“ ist einem schlichten „Bekleidung & Accessoires“ vorzuziehen.

4.3 Geschlecht und Altersgruppe bei Bekleidung

Wenn Sie im Tab **Konfiguration** die Option **Website für Kleidung** aktivieren, erscheinen im Tab **Kategorien** zwei zusätzliche Spalten: *Geschlecht* und *Altersgruppe*. Sie füllen diese Kategorie für Kategorie aus, indem Sie auf den angezeigten Wert klicken.

Diese Attribute sind für Bekleidungsartikel verpflichtend, die in die USA, nach Großbritannien, Deutschland, Frankreich und Japan ausgeliefert werden. Für andere Länder und Kategorien sind sie empfohlen.

Werte der Altersgruppe

Wert	Altersspanne
Neugeborenes	Bis 3 Monate
Säugling	3 bis 12 Monate
Kleinkind	1 bis 5 Jahre
Kinder	5 bis 13 Jahre
Erwachsene	Jugendliche und älter

4.4 Automatische Ausschlüsse

Unabhängig von den Kategorien wird ein Produkt aus dem Feed ausgeschlossen, wenn:

- es in PrestaShop deaktiviert ist;
- seine Standardkategorie vom Export ausgeschlossen ist oder der Wurzelkategorie des Shops entspricht;
- es weder Namen noch Beschreibung noch Bild besitzt;
- sein Preis null oder negativ ist;
- es nicht vorrätig ist und die Option **Produkte ohne Lagerbestand exportieren** deaktiviert ist;
- es im Multishop-Betrieb nicht dem aktuellen Shop zugeordnet ist.

Der Tab **Diagnose** zählt diese Ausschlüsse nach jeder Erzeugung Ursache für Ursache: siehe Kapitel 11.

4.5 Produkte einzeln ausschließen

Eine ganze Kategorie auszuschließen, um drei Produkte herauszunehmen, heißt eine einträgliche Abteilung zu opfern. Der Reiter **Produkte** löst diesen Fall: Er nimmt die Produkte, die Sie benennen, aus dem Feed, ohne an ihrer Sichtbarkeit im Shop etwas zu ändern.

1. Öffnen Sie den Reiter **Produkte**.
2. Suchen Sie das Produkt im Suchfeld nach Name, Artikelnummer, ID oder Kategorie.
3. Klicken Sie auf das Symbol in seiner Zeile: ein grüner Haken heißt exportiert, ein rotes Verbotssymbol heißt ausgeschlossen.

Das ausgeschlossene Produkt bleibt aktiv, bestellbar und in seinen Kategorien sichtbar. Nur der Feed lässt es weg, Ihre organischen Verkäufe bleiben unberührt. Genau darin liegt der Unterschied zu den beiden üblichen Behelfen: das Produkt zu deaktivieren oder „bestellbar“ abzuwählen nimmt es auch aus dem Shop, und seine Kategorie auszuschließen nimmt alle anderen Produkte dieser Kategorie gleich mit.

Auf eine ganze Suche wirken. Geben Sie einen Begriff ins Suchfeld ein und verwenden Sie **Ganze Suche ausschließen** oder **Ganze Suche wieder aufnehmen**. Die Aktion betrifft alle passenden Produkte, nicht nur die angezeigte Seite, und eine Bestätigung nennt ihre Zahl. Bei leerem Suchfeld betrifft sie den ganzen Katalog.

Die Liste wird auf dem Server seitenweise geladen und durchsucht: Sie öffnet sich ohne Wartezeit, auch bei einem Katalog mit mehreren Zehntausend Artikeln.

Gut zu wissen:

- Die Ausschlüsse gehören im Multishop-Betrieb zum aktuellen Shop.
- Sie greifen bei der nächsten Feed-Erzeugung, manuell oder per CRON.
- Ein Produkt, das schon über seine Kategorie draußen ist, sagt es in seiner Zeile, damit Sie nicht nach dem Grund suchen, warum sich am Feed nichts geändert hat.
- An Ihrem PrestaShop-Katalog wird nichts geändert: Das Modul führt diese Ausschlüsse in einer eigenen Tabelle.

5. Die Optionen des Feeds

Zwei Tabs tragen die Feed-Einstellungen: **Konfiguration** für Inhalt, Bilder und Dateien, **Optionale Elemente** für die zusätzlichen Attribute, die an Google gesendet werden.

5.1 Textinhalt des Feeds

Option	Wirkung
Beschreibung des Produkts	Wählen Sie die Quelle der Beschreibung: <i>Kurzbeschreibung</i> (Zusammenfassung), <i>Lange Beschreibung</i> oder beide nacheinander.
META-Tags in den Vordergrund stellen	Verwendet Meta-Titel und Meta-Beschreibung anstelle von Produktname und Produktbeschreibung.
Unerwünschte Großbuchstaben entfernen	Google untersagt den massiven Einsatz von Großbuchstaben. Aktivieren Sie diese Option, wenn Sie Ablehnungen dieser Art erhalten.
Iso-Code hinzufügen	Hängt den ISO-Code der Exportsprache an die Produktkennung an, falls Sie Ihre Feeds unterscheiden müssen.
Produkte ohne Lagerbestand exportieren	Behält Produkte mit Bestand null im Feed.
Erwachsenen-Shop	Kennzeichnet die Artikel für alle Zielländer als nur für Erwachsene bestimmt.

5.2 Bilder

Option	Wirkung
Bildformat	Das PrestaShop-Format, das für die Bildlinks im Feed verwendet wird. Google empfiehlt das größte und am besten aufgelöste Bild, über das Sie verfügen, bis zu 4 MB je Datei.
Maximale Anzahl von Bildern pro Produkt	1 bis 20 Bilder je Produkt.
Das Titelbild nicht exportieren	Macht das zweite Bild beim Export zum Hauptbild. Nützlich, wenn Ihr Titelbild produktfremde Elemente enthält und deshalb Ablehnungen auslöst. Gilt nur für Produkte mit mehreren Bildern.

Bildfrist zum 31. Januar 2027 Google verlangt Produktbilder von mindestens 500x500 Pixeln und setzt diese Regel ab dem 31. Januar 2027 durch. Darunter werden die Produkte abgelehnt. Im Tab **Diagnose** spüren Sie die betroffenen Bilder auf: siehe Kapitel 11.

5.3 Steuern und Währungen

Die Wahl zwischen *Inklusive Steuer* und *Ohne Steuer* treffen Sie Land für Land im Tab **Länder**. Spezifische Preise und aktive Rabatte fließen in den exportierten Preis ein.

Währung in der Produkt-URL erzwingen

Wenn ein Feed eine andere als die Standardwährung des Shops verwendet, muss die Landingpage den richtigen Preis anzeigen. Das Modul hängt dann Parameter an die Produkt-URL an, etwa `?id_currency=2&SubmitCurrency=1`.

Die Falle in der robots.txt Viele Shops tragen in die `robots.txt` eine Regel ein, um die Indexierung von Währungsvarianten zu verhindern, etwa `Disallow: /*&id_currency=`. Google Shopping nutzt jedoch denselben Crawler wie die organische Suche: Ist die Produktseite blockiert, kann Google den Preis nicht prüfen, und Ihre Produkte werden im Merchant Center abgelehnt.

Einstellung	Verhalten
Option aktiviert	Die Währungsparameter werden an die URL angehängt. Das Modul setzt <code>id_currency</code> an die erste Stelle, damit eine Regel wie <code>Disallow: /*&id_currency=</code> , die das Präfix <code>&</code> voraussetzt, nicht mehr greift. Behalten Sie die Option bei, wenn Ihr Theme diesen Parameter für den richtigen Preis benötigt.
Option deaktiviert	Der Produktlink bleibt sauber, ohne Parameter. Preis und Währung stammen aus dem Feed selbst, der bei einem nach Land ausgerichteten Feed im Merchant Center maßgeblich ist.

Deaktivierung empfiehlt sich, wenn Sie einen nach Land ausgerichteten Feed nutzen und die Währungs-URLs in der `robots.txt` blockieren. Aktivierung empfiehlt sich, wenn Ihr Theme den Parameter braucht, um den Crawlern den richtigen Preis zu zeigen. Die auf Dauer sauberste Lösung bleibt ein eigener PrestaShop-Shop je Land im Multishop-Betrieb, jeweils mit eigener Standardwährung.

5.4 Datei, Komprimierung und Exportpakete

Option	Wirkung
Name der Datei	Das Präfix der Exportdatei. Land und gegebenenfalls Sprache werden automatisch angehängt.
Feed komprimieren (gzip)	Erzeugt einen Feed <code>.xml.gz</code> , ein Format, das das Merchant Center nativ liest. Die Datei ist um ein Vielfaches kleiner, das spart Bandbreite und

	beschleunigt den Abruf bei großen Katalogen.
Feed-URL schützen	Hängt einen geheimen Fingerabdruck an den Dateinamen an. Siehe Kapitel 9.
Exportbegrenzung	Anzahl der Produkte, die je Exportzyklus verarbeitet werden. Standardwert 2000. Senken Sie den Wert (500 oder 1000) bei Fehler 500 oder Zeitüberschreitungen; erhöhen Sie ihn, wenn Ihr Server genug Reserven hat.

Diese Optionen ändern die Feed-URL Den **Namen der Datei** ändern, **Feed komprimieren (gzip)** ein- oder ausschalten, **Feed-URL schützen** ein- oder ausschalten: Jede dieser Aktionen verändert die Adresse des Feeds. Generieren danach Ihre Feeds neu und hinterlegen Sie die neuen URLs in Google Merchant Center, sonst fragt Google weiterhin eine Adresse ab, die es nicht mehr gibt.

Der Export läuft paketweise, um Zeitüberschreitungen bei großen Katalogen zu vermeiden. Die Pakete folgen von selbst aufeinander: Sie müssen keinen Zyklus von Hand auslösen.

5.5 Optionale Elemente

Der Tab **Optionale Elemente** schaltet die zusätzlichen Attribute frei, die an Google gesendet werden.

Element	Detail
GTIN-Code [gtin]	Internationale Artikelnummern. Sie wählen die PrestaShop-Variable, die sie trägt: EAN13, UPC, ISBN, MPN, Produkt-Referenz oder Lieferanten-Referenz. Ein Produkt ohne eindeutige Nummer lässt sich schwer einordnen und kann von bestimmten Shopping-Programmen ausgeschlossen werden.
Benutzerdefinierte Produkt-ID	Ersetzt die Produktkennung durch eine andere Variable. Mit Bedacht einzusetzen: Diese Kennung muss eindeutig sein und darf sich niemals ändern.
Marke [brand]	Die Marke des Produkts. Google verlangt mindestens zwei Attribute aus Marke, MPN und GTIN.
Hersteller-Referenz [mpn]	Die Herstellerteilennummer des Produkts.
Gewicht	Das Versandgewicht des Produkts, nützlich bei einer gewichtsabhängigen Versandregel.
Kosten für den Versand	Versandschätzung je Produkt. Sie hat Vorrang vor den globalen Einstellungen im Merchant Center.
Mindestmenge für Preise verwenden	Zu aktivieren, wenn bestimmte Produkte eine Mindestabnahmemenge haben und Ihre Produktseite den zu dieser Menge gehörenden Preis

	anzeigt.
Anschaffungspreis [cost_of_goods_sold]	Dient der Verfolgung der Bruttomarge in den Google-Berichten. Ein Umrechnungssatz lässt sich einstellen, damit nicht der tatsächliche Einkaufspreis übermittelt wird: 1 für den exakten Preis, 0,9 für 10 % weniger, 1,1 für 10 % mehr. Eine Option greift auf den Einkaufspreis des Produkts zurück, wenn der Preis der Kombination null ist.
Produktkategorie [product_type]	Ihr eigener Kategoriebaum, etwa „Startseite > Damen > Kleider“.
Google Produktkategorie [google_product_category]	Schaltet im Tab Kategorien die Spalte zur Zuordnung der Google-Taxonomie frei.
Analytics-Tagging	Hängt UTM-Parameter an alle Produkt-URLs an, für die Auswertung in Google Analytics oder einem vergleichbaren Werkzeug. Sie geben utm_campaign, utm_source und utm_medium ein.

5.6 Kombinationen und Bekleidungsartikel

Die Option **Kombinationen von Produkten exportieren** im Tab **Konfiguration** exportiert die Kombinationen als eigenständige Produkte. Google definiert eine Variante als Gruppe identischer Produkte, die sich nur durch Farbe, Material, Muster oder Größe unterscheiden. Für jede dieser Achsen benennen Sie das entsprechende PrestaShop-Attribut.

Die Option **Website für Kleidung** ergänzt die bekleidungsspezifischen Einstellungen. Falls Farbe, Größe, Material oder Muster bei Ihnen über Merkmale statt über Attribute geführt werden, benennen Sie diese hier ebenfalls.

5.7 Von Google erwartete Attribute

Attribut	Quelle im Modul
id	Produktkennung oder benutzerdefinierte Kennung
title	Produktname, oder Meta-Titel bei aktivierter Option
description	Kurze oder lange Beschreibung, je nach Einstellung
link	URL des Produkts in Ihrem Shop
image_link	Titelbild im gewählten Format
availability	Abhängig vom Lagerbestand
price	Produktpreis mit den geltenden Steuern

Dringend empfohlene Attribute: brand, gtin, mpn, google_product_category, condition.

Für Bekleidungsartikel zusätzlich erforderlich in Frankreich, Deutschland, Großbritannien, den USA und Japan: `gender` , `age_group` , `color` , `size` .

Der Feed folgt der Spezifikation RSS 2.0 mit den Google-Shopping-Erweiterungen.

6. Benutzerdefinierte Etiketten für Google Ads

Die benutzerdefinierten Etiketten `custom_label_0` bis `custom_label_4` gruppieren Ihre Produkte in Google-Ads-Kampagnen nach Kriterien, die Sie selbst bestimmen. Google Ads nutzt sie anschließend als Segmentierungsachsen.

6.1 Die Etiketten einrichten

1. Öffnen Sie den Tab **Benutzerdefinierte Etikettenattribute**.
2. Wählen Sie für jeden der fünf Plätze, *Benutzerdefinierte Etikettenattribute 0 bis 4*, das PrestaShop-Produktmerkmal aus, das ihn füllen soll.
3. Klicken Sie auf **Einstellungen speichern**.

Hinweis Dieser Tab erscheint nur, wenn Ihr Shop mindestens ein Produktmerkmal besitzt. Legen Sie Ihre Merkmale zuerst unter *Katalog* → *Merkmale* an und tragen Sie sie dann bei Ihren Produkten ein.

6.2 Beispiele für die Segmentierung

Etikett	Mögliche Werte
Saison	Frühling, Sommer, Herbst, Winter
Marge	Hoch, Mittel, Niedrig
Ausverkauf	Ja, Nein
Bestseller	Ja, Nein

6.3 Die URL für soziale Netzwerke

Neben den Produktmerkmalen kann jeder Platz den Wert **URL für soziale Netzwerke** erhalten. Dabei handelt es sich um eine vereinfachte URL, die die Links Ihrer Anzeigen auf Facebook oder anderen Netzwerken speisen soll.

7. Feeds erzeugen und die URLs im Merchant Center hinterlegen

7.1 Einen Feed aus dem Backoffice erzeugen

1. Vergewissern Sie sich, dass mindestens ein Land mit Sprache, Währung und Versanddienstleister eingerichtet und gespeichert ist.
2. Öffnen Sie den Tab **Feed**.
3. Suchen Sie die Zeile der gewünschten Kombination aus Land und Sprache.
4. Klicken Sie auf **Generieren**.
5. Warten Sie das Ende der Verarbeitung ab. Danach erscheinen in der Zeile das Datum der letzten Aktualisierung und die URL für die Übermittlung an Google Merchant Center.

Hinweis Erscheint anstelle der Schaltfläche die Meldung „Überprüfen Sie die Konfiguration für dieses Land, bevor Sie den Feed erstellen können“, kehren Sie in den Tab **Länder** zurück und speichern Sie die Konfiguration dieses Landes.

7.2 Die Feed-Tabelle

Spalte	Inhalt
Land	Das Zielland
Sprache	Die Sprache des Feeds
Generieren	Startet eine sofortige Erzeugung
Datum der letzten Aktualisierung	Zeitstempel der zuletzt erzeugten Datei
URL für die Übermittlung an Google Merchant Center	Die Adresse, die Sie im Merchant Center hinterlegen
Herunterladen	Holt die Datei zur Prüfung aus dem Backoffice

7.3 Wohin die Datei geschrieben wird

Die Datei wird im Stammverzeichnis des Shops oder im Exportverzeichnis des Moduls abgelegt. Der Name besteht aus dem von Ihnen gewählten Präfix, gefolgt vom Land und, bei mehreren Sprachen, von der Sprache.

- Eine Sprache: `praefix_land.xml`

- Mehrsprachig: `prefix_land-sprache.xml`

Bei aktivierter gzip-Komprimierung lautet die Endung `.xml.gz`. Bei aktiviertem URL-Schutz kommt ein geheimer Fingerabdruck zum Namen hinzu.

Atomares Schreiben Jeder Export wird in eine temporäre Datei geschrieben und nach Abschluss in einem einzigen Schritt an seinen Platz verschoben. Google lädt daher immer entweder den vollständigen alten oder den vollständigen neuen Feed, niemals eine abgeschnittene Datei, selbst wenn der Abruf während einer Erzeugung erfolgt.

7.4 Die URL in Google Merchant Center hinterlegen

1. Melden Sie sich in Ihrem Google-Merchant-Center-Konto an.
2. Öffnen Sie *Produkte* → *Feeds* und klicken Sie auf die Schaltfläche zum Hinzufügen eines Feeds.
3. Wählen Sie Zielland und Zielsprache aus.
4. Wählen Sie **Geplanter Abruf** als Eingabemethode.
5. Fügen Sie die URL ein, die der Tab **Feed** des Moduls anzeigt.
6. Legen Sie Häufigkeit und Uhrzeit des Abrufs fest.

Google lädt Ihre Datei dann zur angegebenen Uhrzeit automatisch herunter. Achten Sie darauf, dass Ihr CRON vor dieser Uhrzeit läuft.

7.5 Wie oft aktualisieren

Google empfiehlt mindestens eine tägliche Aktualisierung. Bewegt sich Ihr Katalog häufig, etwa bei Preisen oder Beständen, erhöhen Sie die Taktung.

Kataloggröße	Richtwert für die Taktung
Weniger als 5.000 Produkte	2- bis 4-mal täglich ohne Schwierigkeiten
5.000 bis 50.000 Produkte	1- bis 2-mal täglich
Mehr als 50.000 Produkte	1-mal täglich, zu verkehrsarmen Zeiten

7.6 Bearbeitungszeiten auf Google-Seite

- **Verarbeitung:** Ein neuer Feed wird in der Regel innerhalb weniger Stunden verarbeitet, mitunter dauert es bis zu 3 Werktage.
- **Prüfung:** Ein neues Konto kann einer gründlicheren Erstprüfung unterzogen werden, die bis zu einige Wochen dauert.
- **Aktualisierungen:** Ist der Feed einmal etabliert, werden Aktualisierungen üblicherweise innerhalb weniger Stunden berücksichtigt.

Den Verarbeitungsstatus sehen Sie im Merchant Center unter *Produkte* → *Diagnose*.

7.7 Den Feed auf anderen Plattformen angeben

Der Feed folgt der Spezifikation von Google Merchant Center, und dieselbe Spezifikation wird von Meta (Facebook und Instagram), Pinterest, TikTok und Snapchat als RSS-2.0-Datenquelle akzeptiert: die vom Modul veröffentlichte Datei kann dort unverändert angegeben werden. TikTok kann einen Google-Merchant-Center-Katalog auch direkt importieren, allerdings nur, wenn dieser per geplantem Abruf gespeist wird, was genau der Veröffentlichungsweise dieses Moduls entspricht. Microsoft Advertising verwendet ein eigenes Dateiformat und bietet stattdessen einen Import aus dem Merchant Center an.

Achtung Jede Plattform behält ihre eigenen Anforderungen (Feldlängen, Kategorien, Pflichtattribute). Die Datei wird akzeptiert, abgelehnte Produkte sind jedoch auf jeder Plattform einzeln zu prüfen.

8. Automatisierung per CRON

Die Schaltfläche **Generieren** und der CRON erstellen exakt dieselbe XML-Datei. Nur der Auslöser unterscheidet sich. Für einen Produktivshop ist der CRON die empfohlene Methode.

8.1 Die CRON-URL abholen

1. Öffnen Sie den Tab **Cron**.
2. Suchen Sie das Feld der gewünschten Kombination aus Land und Sprache: Es gibt ein Feld je Feed.
3. Wählen Sie den Reiter Ihrer Methode: WebCron, curl, wget, PHP oder cPanel / Plesk.
4. Klicken Sie auf **In die Zwischenablage kopieren**, um die URL oder den Befehl zu übernehmen.

8.2 Die fünf angebotenen Methoden

Methode	Einsatz
WebCron	Sie fügen die URL einfach in einen externen WebCron-Dienst ein. Kein Serverzugang nötig.
curl	Eine Zeile für die Crontab des Servers, per SSH oder über das Hosting-Panel.
wget	Alternative zu curl, nach demselben Prinzip.
PHP	Für Hosters, die nur PHP-Aufgaben erlauben. Liegt <code>php</code> nicht im PATH, geben Sie den vollständigen Pfad an.
cPanel / Plesk	Schritt-für-Schritt-Anleitung für beide Panels, mit dem einzufügenden Befehl.

8.3 Einen Cron-Ausdruck verstehen

Ein Cron-Ausdruck besteht aus 5 Feldern, gefolgt vom auszuführenden Befehl: Minute (0 bis 59), Stunde (0 bis 23), Tag des Monats (1 bis 31), Monat (1 bis 12), Wochentag (0 bis 7).

Ausdruck	Bedeutung
<code>0 4 * * *</code>	Jeden Tag um 4:00 Uhr
<code>0 */6 * * *</code>	Alle 6 Stunden
<code>0 3,15 * * *</code>	Zweimal täglich, um 3:00 und 15:00 Uhr
<code>30 2 * * 1</code>	Jeden Montag um 2:30 Uhr

8.4 Empfehlungen

- Planen Sie mindestens einen Export pro Tag, einige Minuten vor der in Google Merchant Center festgelegten Abrufzeit.
- Wählen Sie bei großen Katalogen verkehrsarme Zeiten, zum Beispiel zwischen 2:00 und 6:00 Uhr.
- Ab 50.000 Produkten kann der Export mehrere Minuten dauern: Prüfen Sie, ob die `max_execution_time` Ihres Servers ausreicht.

Achtung Die CRON-URL enthält einen geheimen Schlüssel. Veröffentlichen und teilen Sie sie nicht. Wenn Sie den Sicherheitsschlüssel erneuern (Kapitel 9), ändern sich die CRON-URLs: Sie müssen dann Ihre geplanten Aufgaben aktualisieren.

9. Ihre Feeds absichern

9.1 Warum die Feed-URL schützen

Standardmäßig setzt sich der Name der Feed-Datei aus dem von Ihnen eingestellten Namen und dem Ländercode zusammen. Die URL ist damit vorhersehbar. Wer die Adresse Ihres Shops kennt, kann die Datei herunterladen und sämtliche Artikelnummern, Preise und Lagerbestände abgreifen. Der Tab **Feed** zeigt denn auch eine Warnung an, solange der Schutz nicht aktiviert ist.

9.2 Den Schutz aktivieren

1. Öffnen Sie den Tab **Konfiguration**.
2. Aktivieren Sie die Option **Feed-URL schützen**.
3. Klicken Sie auf **Einstellungen speichern**.
4. Kehren Sie in den Tab **Feed** zurück und erzeugen Sie jeden Feed neu.
5. Notieren Sie die neuen URLs und hinterlegen Sie sie in Google Merchant Center.

Das Modul hängt dann einen geheimen Fingerabdruck an den Dateinamen an, der aus Ihrem Sicherheitsschlüssel abgeleitet wird. Damit lässt sich die URL nicht mehr erraten.

Überspringen Sie Schritt 5 nicht Diese Option zu aktivieren oder zu deaktivieren ändert die Feed-URL. Hinterlegen Sie die neue URL nicht, fragt Google weiterhin eine Adresse ab, die es nicht mehr gibt, und meldet einen Fehler der Datenquelle.

9.3 Was der Schutz nicht ändert

Die Datei bleibt eine öffentliche statische Datei, die Ihr Webserver mit voller Geschwindigkeit und ohne Authentifizierung ausliefert. Nur ihr Name wird unbekannt. Google ruft die von Ihnen hinterlegte URL genau wie zuvor ab: Der Schutz hindert Google in keiner Weise daran, den Feed zu lesen.

9.4 Den Sicherheitsschlüssel erneuern

Wurde eine Feed-URL versehentlich weitergegeben oder vermuten Sie ein Leck, erneuern Sie den Schlüssel.

1. Öffnen Sie den Tab **Feed**.
2. Scrollen Sie bis zum Bereich **Feed-Sicherheit**.
3. Klicken Sie auf **Sicherheitsschlüssel erneuern** und bestätigen Sie.
4. Generieren alle Ihre Feeds neu.
5. Aktualisieren Sie die URLs in Google Merchant Center, Produktfeeds ebenso wie Angebotsfeeds.
6. Aktualisieren Sie Ihre CRON-Aufgaben mit den neuen URLs.

Sofortige Wirkung Die Erneuerung löscht alle erzeugten Dateien und macht die alten URLs sofort ungültig, Produktfeeds ebenso wie Angebotsfeeds und CRON-URLs. Planen Sie ein, unmittelbar danach die Schritte 4 bis 6 auszuführen.

9.5 Die weiteren Schutzmaßnahmen des Moduls

- Datei `.htaccess` im Exportverzeichnis: keine Verzeichnisauflistung, kein Zugriff auf Feeds, die gerade geschrieben werden.
- Atomares Schreiben: Ein abgeschnittener Feed kann nicht ausgeliefert werden, auch nicht während einer Erzeugung.
- Download aus dem Backoffice, authentifiziert über einen Schlüsselvergleich in konstanter Zeit.
- Kein Aufruf eines Drittanbieterdienstes aus dem Backoffice.

9.6 Die gzip-Komprimierung

Die Option **Feed komprimieren (gzip)** im Tab **Konfiguration** erzeugt einen Feed `.xml.gz`. Dieses Format liest Google Merchant Center nativ. Die Datei ist um ein Vielfaches kleiner: Das spart Bandbreite und beschleunigt den Abruf bei großen Katalogen.

Hinweis Die Komprimierung ein- oder auszuschalten ändert ebenfalls die Feed-URL. Generieren Ihre Feeds nach dieser Änderung neu und hinterlegen Sie die URLs im Merchant Center erneut.

10. Der Angebotsfeed

10.1 Streichpreise und Rabattgutscheine: zwei verschiedene Dinge

Zwei Begriffe werden häufig verwechselt.

Fall	Wo das geschieht
Aktionspreise, also Ihre Streichpreise	Sie reisen bereits im Produktfeed mit. Das Modul sendet den reduzierten Preis und dessen Gültigkeitsdaten, Google zeigt den Streichpreis an. Hier ist nichts einzurichten.
Rabattgutscheine der Art „20 % Rabatt mit dem Code SUMMER“	Sie erfordern einen separaten Angebotsfeed, den das Merchant Center unter <i>Angebote</i> deklariert erwartet.

10.2 Voraussetzungen auf Google-Seite

Zwei Bedingungen

1. Sie müssen zunächst in Google Merchant Center den Zugang zum Programm **Merchant Promotions** beantragen. Google prüft den Antrag manuell, anschließend wird jedes Angebot vor der Auslieferung geprüft.
2. Ihr Code muss für **alle Besucher** funktionieren. Google testet die Codes tatsächlich: Ein Code, der nicht für jeden funktioniert, führt zur Ablehnung des Angebots und kann dem Konto schaden.

10.3 Den Feed aktivieren und befüllen

1. Legen Sie Ihre Rabattgutscheine unter *Katalog* → *Warenkorbregeln* an, falls noch nicht geschehen.
2. Öffnen Sie den Tab **Angebote** des Moduls.
3. Aktivieren Sie **Angebotsfeed aktivieren**.
4. Setzen Sie in der Tabelle in der Spalte *Export* für jede zu veröffentlichende Warenkorbregel das Häkchen.
5. Füllen Sie die Spalte *Öffentlicher Titel* (max. 60 Zeichen) aus.
6. Klicken Sie auf **Einstellungen speichern**.

10.4 Die geprüften Warenkorbregeln

Jede Warenkorbregel wird geprüft, bevor sie angeboten wird. Regeln, die Google nicht gefahrlos ankündigen kann, werden mit einer rot dargestellten Begründung blockiert.

Grund der Blockierung	Bedeutung
-----------------------	-----------

Einem einzelnen Kunden vorbehalten	Die Regel ist namentlich gebunden und für Google-Besucher damit unbrauchbar
Abgelaufen	Das Enddatum ist überschritten
Auf bestimmte Produkte beschränkt	Google kündigt ein Angebot für die Bestellung an, nicht für eine Auswahl
Rabatt auf ein bestimmtes Produkt	Derselbe Grund
Für dieses Land ausgeschlossen	Die Regel gilt nicht für das Land des Feeds
Währungsumrechnung nicht möglich	Der Betrag lässt sich nicht in der Währung des Feeds ausdrücken
Kein von Google ausdrückbarer Rabatt	Die Rabattart hat keine Entsprechung bei Google
Fehlender Titel	Google verlangt eine öffentliche Bezeichnung

Andere Regeln sind veröffentlichbar, tragen aber einen orangefarbenen Hinweis: automatisches Angebot ohne Code, wenige Verwendungen übrig, Beschränkung auf bestimmte Kundengruppen oder Transportunternehmen, nicht kombinierbar, Beschränkung nach Land, kostenloser Versand wird nicht angekündigt, Betrag ohne Steuern, teilweise Nutzung erlaubt, Titel wird gekürzt.

10.5 Die erkannten Angebotsarten

- Rabatt in Prozent
- Rabatt als Betrag
- Kostenloser Versand
- Gratisgeschenk

Mindestbestellwert und Gültigkeitsdaten werden aus der Warenkorbregelel übernommen.

10.6 Der öffentliche Titel

Der interne Name einer Warenkorbregelel eignet sich selten für Käufer. In der Spalte *Öffentlicher Titel* schreiben Sie den Satz, den die Käufer lesen werden, zum Beispiel „20 % Rabatt auf Ihre Bestellung mit dem Code SUMMER“. Das Feld ist, wie von Google gefordert, auf 60 Zeichen begrenzt.

Hinweis Der Titel wird je Sprache gespeichert, eine je Sprache Ihrer Feeds: Dieselbe Aktion kann im französischen Feed „-20 % auf Ihre Bestellung mit dem Code SUMMER“ und im deutschen „20% Rabatt auf Ihre Bestellung mit dem Code SUMMER“ lauten. Der Reiter bietet nur die Sprachen Ihrer konfigurierten Feeds an. Eine leer gelassene Sprache fällt auf den Namen der Warenkorbbregel zurück, den PrestaShop bereits übersetzt, und das Feld zeigt diesen Namen als Platzhalter. Eine Aktion ohne Titel und ohne Warenkorbbregelnamen in der Sprache eines Feeds bleibt aus diesem Feed heraus, denn Google verlangt eine öffentliche Bezeichnung.

10.7 Angebotsfeeds erzeugen und hinterlegen

Der Bereich **Generierte Angebotsfeeds** listet einen Feed je Land und Sprache auf, jeweils mit eigener URL.

1. Klicken Sie in der gewünschten Zeile auf **Generieren**, um diesen Feed sofort zu aktualisieren.
2. Notieren Sie die angezeigte URL.
3. Hinterlegen Sie diese URL in Google Merchant Center unter *Angebote*, getrennt von Ihren Produktfeeds.

Der Angebotsfeed benötigt keinen eigenen CRON: Er wird zusammen mit dem Produktfeed desselben Landes und derselben Sprache neu erstellt, außerdem bei jedem Speichern des Tabs **Angebote**. Er folgt denselben Sicherheits- und Komprimierungseinstellungen wie Ihre Produktfeeds.

Die Datei wird immer veröffentlicht Auch ohne jedes Angebot wird die Datei veröffentlicht: Sie ist dann ein gültiges Dokument ohne Eintrag. Die Datei zu löschen würde aus einer für den geplanten Abruf hinterlegten URL einen 404-Fehler machen, den das Merchant Center als Fehler der Datenquelle meldet.

Ein Angebot beenden Ein Angebot aus dem Feed zu entfernen beendet es bei Google nicht: Ein genehmigtes Angebot läuft bis zu seinem Enddatum. Um es früher zu beenden, beenden Sie es auf der Seite *Angebote* im Merchant Center.

11. Der Tab „Diagnose“

Der Tab **Diagnose** vereint drei Analysen.

11.1 Prüfung der Produktbilder

Google verlangt Produktbilder von mindestens 500x500 Pixeln und setzt diese Regel ab dem 31. Januar 2027 durch. Darunter werden die Produkte abgelehnt.

1. Öffnen Sie den Tab **Diagnose**.
2. Klicken Sie im Bereich **Prüfung der Produktbilder** auf **Meine Produktbilder analysieren**.
3. Lesen Sie die Ergebnistabelle und anschließend die Beispielliste.
4. Bei großen Katalogen arbeitet die Prüfung mit Stichproben: Starten Sie sie erneut, um die Analyse fortzusetzen.

Hinweis Die Prüfung misst die Originaldatei, die Sie hochgeladen haben, und nicht die von Ihrem Theme erzeugten Miniaturbilder, denn Google ruft genau diese Originaldatei ab.

Kennzahl	Was sie zählt
Letzte Analyse	Datum der Prüfung
Analysierte Produkte	Anzahl der analysierten Produkte am Gesamtbestand, gegebenenfalls mit Hinweis auf die Stichprobe
Bilder unter 500x500	Die vorrangig zu korrigierenden Bilder
Produkte ohne Titelbild	Diese Produkte können nicht exportiert werden
Fehlende oder nicht lesbare Bilddateien	Auf dem Server fehlende oder beschädigte Dateien
Konforme Bilder	Keine Maßnahme erforderlich

11.2 Bericht zur Feed-Qualität

Nach jeder Erzeugung hält das Modul fest, warum Produkte aus dem Feed ausgeschlossen wurden und welche exportierten Produkte eine Ablehnung riskieren. Der Bericht wird Feed für Feed mit seinem Datum dargestellt.

Ursache	Was ist zu tun?
---------	-----------------

Ausgeschlossen: leere Beschreibung	Geben Sie die Kurz- oder Langbeschreibung oder die Meta-Beschreibung an.
Ausgeschlossen: kein Bild	Fügen Sie dem Produkt mindestens ein Bild hinzu.
Ausgeschlossen: leerer Titel	Geben Sie den Produktnamen an oder dessen Meta-Titel, wenn Sie META-Tags bevorzugen.
Ausgeschlossen: Standardkategorie ist die Wurzelkategorie	Legen Sie eine echte Standardkategorie fest, die nicht die Wurzelkategorie des Shops ist.
Gefährdet: keine Marke	Weisen Sie einen Hersteller zu. Google verlangt die Marke, sobald das Produkt eine besitzt.

Zu jeder Ursache gehören bis zu 50 Beispiele betroffener Produkte mit Kennung und Namen, damit Sie direkt im Katalog nachbessern können.

Hinweis Erscheint kein Bericht, erzeugen Sie zuerst einen Feed: Der Bericht entsteht am Ende der Erzeugung. Der Hinweis „Generierung unvollständig“ kennzeichnet einen Export, der nicht zu Ende gelaufen ist.

11.3 Prüfung der Datenbankindizes

Fehlende Indizes können den Export bei großen Katalogen erheblich verlangsamen, etwa ab 250.000 Produkten. Der Bereich **Prüfung der Datenbankindizes (Leistung)** listet die empfohlenen Indizes auf, ob sie vorhanden sind und warum sie wichtig sind.

1. Öffnen Sie den Tab **Diagnose** und scrollen Sie bis zu diesem Bereich.
2. Suchen Sie die Zeilen mit rotem Verbotsschild: Dort fehlt der Index.
3. Klicken Sie auf **Index erstellen**, um ihn anzulegen. Die zugehörige SQL-Abfrage wird unter der Schaltfläche angezeigt.

Achtung Führen Sie Strukturveränderungen dieser Art stets in einer verkehrsarmen Zeit durch und vergewissern Sie sich, dass Sie über eine Sicherung Ihrer Datenbank verfügen.

12. Häufige Probleme lösen

12.1 Die Erzeugung schlägt fehl oder liefert einen Fehler 500

Das tritt meist bei großen Katalogen auf, wenn dem Server Zeit oder Arbeitsspeicher fehlt.

1. Senken Sie den Wert **Exportbegrenzung** im Tab **Konfiguration**: Versuchen Sie 500 oder 1000.
2. Bitten Sie Ihren Hoster, die `max_execution_time` zu erhöhen, empfohlen sind 300 oder mehr.
3. Bitten Sie ihn ebenso, das `memory_limit` zu erhöhen, empfohlen sind 256M oder mehr.
4. Bevorzugen Sie die CRON-Methode gegenüber der Schaltfläche im Backoffice: CRON-Aufrufe unterliegen in der Regel weniger Beschränkungen.
5. Prüfen Sie die Datenbankindizes im Tab **Diagnose**.

12.2 Datum und URL werden nach der Erzeugung nicht aktualisiert

1. Prüfen Sie, ob das Exportverzeichnis beschreibbar ist (`chmod 755` oder `775`).
2. Stellen Sie sicher, dass die XML-Datei nicht von einem anderen Prozess gesperrt wird.
3. Prüfen Sie, ob auf dem Server genügend Speicherplatz frei ist.
4. Öffnen Sie die Konsole Ihres Browsers (F12, Reiter *Konsole*) und suchen Sie nach einem JavaScript-Fehler.

12.3 Im Feed fehlen Produkte

Sehen Sie sich die Liste der automatischen Ausschlüsse aus Kapitel 4.4 an und öffnen Sie dann den Tab **Diagnose**: Er zählt die Ausschlüsse der letzten Erzeugung Ursache für Ursache und zeigt damit, welche Regel Ihre Produkte entfernt hat.

Denken Sie auch an den Reiter **Produkte**: Das Produkt wurde vielleicht einzeln ausgeschlossen, siehe Kapitel 4.5.

12.4 Die CRON-URL liefert eine leere Seite oder einen Fehler

1. Öffnen Sie die CRON-URL direkt im Browser: Eine etwaige Fehlermeldung nennt die Ursache.
2. Prüfen Sie, ob der in der URL enthaltene Sicherheitsschlüssel dem vom Modul erzeugten Schlüssel entspricht. Eine Neuinstallation des Moduls setzt den Schlüssel zurück.
3. Nutzen Sie einen WebCron-Dienst, vergewissern Sie sich, dass Ihr Server die entsprechenden eingehenden HTTP-Anfragen annimmt.
4. Prüfen Sie, ob `mod_rewrite` (Apache) oder das entsprechende Gegenstück (Nginx) für suchmaschinenfreundliche URLs aktiv ist.

12.5 Die Preise im Feed stimmen nicht mit dem Shop überein

Häufige Ursache	Prüfung
Steuereinstellung	Die Wahl <i>inklusive</i> oder <i>ohne Steuer</i> muss für jedes Land dem entsprechen, was Ihr Shop den Besuchern dieses Landes anzeigt.
Währung	Die dem Land zugeordnete Währung muss die sein, die Google Merchant Center erwartet.
Spezifische Preise und Rabatte	Das Modul exportiert den aktuellen Preis, einschließlich aktiver Rabatte und spezifischer Preise.
Preise nach Kundengruppe	Exportiert wird der Preis, den die Kundengruppe „Besucher“ sieht.

Generieren den Feed nach der Korrektur neu und warten Sie, bis Google ihn erneut abruft.

12.6 Meine Produkte werden im Merchant Center abgelehnt

Gemeldetes Problem	Lösungsansatz
GTIN oder Barcode fehlt	Füllen Sie bei Ihren Produkten das Feld EAN13 oder UPC aus und aktivieren Sie dann GTIN-Code im Tab Optionale Elemente .
Preisabweichung zwischen Feed und Website	Prüfen Sie die Währungs- und Steuereinstellungen und erzeugen Sie den Feed nach jeder Preisänderung neu.
Bild zu klein oder mit Wasserzeichen versehen	Verwenden Sie ausreichend große Bilder und vermeiden Sie eingetragenen Werbetext. Starten Sie die Bildprüfung im Tab Diagnose .
Beschreibung fehlt oder ist zu allgemein	Schreiben Sie einzigartige, beschreibende Texte von mindestens 50 Zeichen.
Zu viele Großbuchstaben	Aktivieren Sie Unerwünschte Großbuchstaben entfernen im Tab Konfiguration .
Produktseite nicht erreichbar	Prüfen Sie, ob das Produkt aktiv und die URL erreichbar ist. Kontrollieren Sie Weiterleitungen und 404-Fehler. Blockieren Sie die Währungsparameter in der <code>robots.txt</code> , lesen Sie Kapitel 5.3 erneut.

12.7 Die Gültigkeit eines Feeds prüfen

1. Laden Sie den Feed im Tab **Feed** über die Schaltfläche **Herunterladen** herunter.
2. Öffnen Sie ihn in einem Texteditor oder im Browser, um die XML-Struktur zu kontrollieren.
3. Öffnen Sie in Google Merchant Center *Produkte* → *Feeds*, klicken Sie auf Ihren Feed und dann auf den Reiter zur Verarbeitung, um Fehler und Warnungen zu lesen.

12.8 Einzelne Texte des Moduls sind nicht übersetzt

Übersetzen Sie sie unter *International* → *Übersetzungen*, indem Sie „Übersetzungen der installierten Module“ und anschließend dieses Modul wählen. Der Inhalt des Feeds selbst stammt immer aus Ihren Produktdaten, in der für das Land eingestellten Sprache.

13. Lizenz und Support

13.1 Das Modul funktioniert ohne Lizenz

Wichtig Die Feed-Generierung, der CRON, der Angebotsfeed und die Diagnosen funktionieren **ohne Lizenz**. Registrieren Sie Ihre Lizenz, schaltet das Update-Benachrichtigungen und prioritären Support frei.

Die Mediacom87-Lizenz ist kostenlos für jeden Kunden eines auf Addons oder PrestatoolBox gekauften Moduls.

Funktion	Ohne Lizenz	Mit aktiver Lizenz
Export des Google-Shopping-XML-Feeds	Ja	Ja
Mehrere Länder und Sprachen	Ja	Ja
CRON-Automatisierung	Ja	Ja
Google-Taxonomie und Kombinationen	Ja	Ja
Angebotsfeed und Diagnosen	Ja	Ja
Automatische Update-Benachrichtigungen	Nein	Ja
Benachrichtigungen über Major-Upgrades	Nein	Ja
Prioritärer Support	Nein	Ja

13.2 Eine Lizenz anfordern

1. Öffnen Sie den Tab **Lizenz**.
2. Tragen Sie im Block **Neue Lizenz anfordern** Ihre E-Mail-Adresse, die Kaufplattform, die Bestellnummer und die Domain Ihres Shops ein.
3. Klicken Sie auf **Lizenzanfrage senden**.

Mediacom87 prüft Ihre Bestellung manuell. Die Lizenz wird innerhalb weniger Werktage aktiviert.

13.3 Einen vorhandenen Schlüssel registrieren

Wurde Ihnen bereits ein Schlüssel übermittelt oder ziehen Sie Ihren Shop von einer anderen Domain um, tragen Sie ihn im Block **Ich habe bereits einen Lizenzschlüssel** ein und klicken Sie auf **Diesen Schlüssel validieren**.

Ist der Schlüssel auf einer anderen Domain registriert, bietet das Modul das Formular **Domain weicht ab - Migration anfragen** an: Geben Sie die neue Domain und den Grund an, zum Beispiel einen Shop-Relaunch, einen Domainwechsel oder ein neues Hosting. Mediacom87 prüft die Anfrage manuell.

13.4 Den Lizenzstatus verfolgen

Der Block **Lizenzstatus** zeigt den aktuellen Status, den Schlüssel, den Plan, das Ablaufdatum, die hinterlegte Domain und das Datum der letzten Serverprüfung. Die Schaltfläche **Jetzt prüfen** erzwingt eine sofortige Prüfung.

Mögliche Status sind: aktiv, wartet auf Validierung durch Mediacom87, abgelehnt, widerrufen, abgelaufen, ungültig oder nicht registriert. Bei einer Ablehnung wird der Grund angezeigt.

13.5 Aktualisierungen

Das Modul prüft selbsttätig, ob eine neue Version vorliegt, und blendet in diesem Fall oben auf seiner Konfigurationsseite ein Banner ein. Diese Prüfung setzt eine aktive Lizenz voraus.

Der Tab **Changelog** zeichnet den Versionsverlauf nach, übersetzt in die Sprache Ihres Backoffice.

13.6 Den Support kontaktieren

Öffnen Sie den Tab **Informationen und Unterstützung** und klicken Sie auf **Kontakt**.

Bei den direkt vertriebenen Versionen öffnet die Schaltfläche ein Formular in einem modalen Fenster: Sie geben Ihre E-Mail-Adresse für die Antwort und Ihre Nachricht ein. Eine serverseitig ermittelte Übersicht Ihrer Installation wird dem Versand automatisch beigefügt, und die Nachricht wird über das Mailsystem des Shops versendet. Bei den auf Addons gekauften Versionen führt die Schaltfläche zum Formular des Marktplatzes.

Hinweis Der Support bezieht sich auf das Modul. Die Einrichtung von Google Merchant Center selbst, die Prüfung Ihrer Produkte und die Entscheidungen über die Genehmigung liegen bei Google.

13.7 Integrierte Hilfe

Zwei Tabs beantworten die meisten Fragen, ohne dass Sie das Backoffice verlassen müssen:

- **FAQ:** 42 Fragen in 9 Themenbereichen, alle Antworten ohne Aufklappen sichtbar.
- **Sicherheitsrichtlinie:** die Sicherheitszusagen des Moduls.

Mediacom87 Export Google - Benutzerhandbuch - Mediacom87