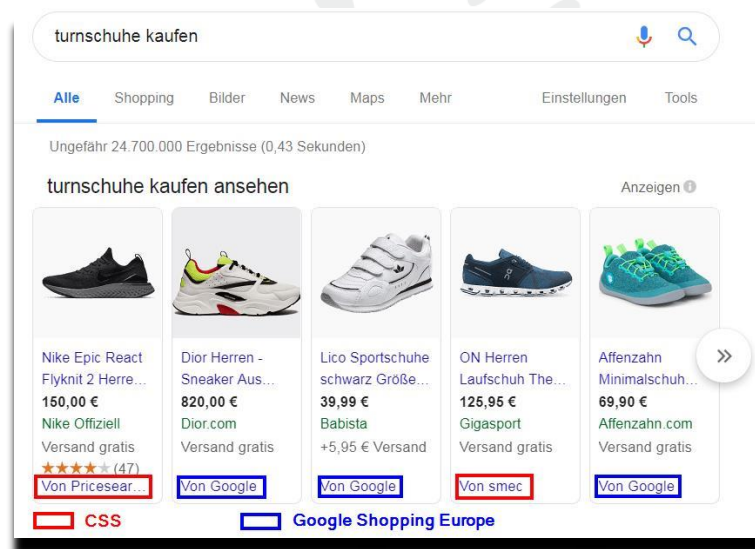


## Google Shopping CSS: Warum Sie wechseln sollten

### Was ist ein CSS?

Die Abkürzung CSS steht für **Comparison Shopping Services**. Es handelt sich dabei um Preisvergleichsdienste, die allen voran in der Google Hauptsuche ausgespielt werden. Zunächst hatte Google nur seinen eigenen Dienst, Google Shopping, beworben – weil die EU-Kommission darin einen Verstoß gegen das Kartellrecht sah, musste das Unternehmen reagieren. Inzwischen werden auch sogenannte CSS-Partner angezeigt.



### Welche Vorteile bietet ein Umstieg auf CSS-Partner?

- **Mehr für's Geld**  
 Google Shopping Europe (GSE) behält etwa 15-20 Prozent des maxCPS-Gebots als Marge ein. Heißt: Bei einem Einsatz von einem Euro gehen nur etwa 80 Cent in die Auktionen um die Anzeigenplätze in der Google Hauptsuche ein. Andere CSS machen das nicht.
  - ➔ Gebote gehen in voller Höhe ein
  - ➔ mit gleichem maxCPC-Gebot mehr gewonnene Auktionen
  - ➔ mehr Traffic
- **einfacher Umzug**  
 Der CSS-Partner Ihrer Wahl schickt einen vorgefertigten Text mit Ihren Informationen an Google und beantragt so die Freischaltung Ihres Merchant Center Accounts. Für die Migration des Accounts gibt es zwei Optionen:



**Full** bedeutet, dass ihr Merchant Center Account in den des CSS-Partners integriert wird. Das hat zur Folge, dass sich ihre gewohnten Google Shopping Einstellungen ändern. Zudem gewähren Sie dem CSS-Partner je nach Vertragsinhalt bestimmte Zugriffsrechte.

**Association** bedeutet, dass Ihr Merchant Center Account nicht in den des CSS-Partners integriert wird. Es erfolgt lediglich eine Verknüpfung. An Ihren Google Shopping Einstellungen ändert sich nichts, und Sie behalten die uneingeschränkte Kontrolle über Ihren Account.

### **Strategie: Bleiben, Beides oder nur CSS?**

Ihr Shop läuft derzeit über Google Shopping Europe? Dann haben Sie jetzt drei Optionen:

#### **1. Sie bleiben bei Google Shopping Europe**

**Vorteil:** Unter ihrem Produkt wird in der Hauptsuche nach wie vor „von google“ angezeigt. Das wirkt auf Nutzer in der Regel sehr seriös.

**Nachteil:** Aufgrund der oben genannten Marge (ca. 15-20 Prozent), die Google Shopping Europe erhebt, erwarten Sie im Vergleich zum Wechsel zu einem CSS-Partner Verluste in Sachen Performance.

#### **2. Sie nutzen Google Shopping Europe und CSS**

**Vorteil:** Durch unterschiedliche Gebote für die Google Hauptsuche und den Shopping Tab mit einem Partner-Netzwerk können sich Performance-Vorteile ergeben – allerdings nur dann, wenn diese beiden Stellen enorm viele Klick produzieren. Das trifft jedoch nur in Ausnahmefällen zu.

**Nachteil:** Zwei Accounts, zweifache Arbeit. Durch die Doppelnutzung von Google Shopping Europe und CSS verdoppelt sich auch der Pflegeaufwand. Hinzu kommt, dass jede Artikel-ID nur einmal ausgespielt werden kann. In der Regel ergibt sich deshalb kaum ein merklicher Traffic-beziehungsweise Performance-Zuwachs.

#### **3. Sie vollziehen den Komplett-Umzug**

Obwohl für Sie kein nennenswerter Aufwand entsteht, profitieren Sie von sämtlichen Vorteilen, die ein CSS zu bieten hat. Weder für den Nutzer, noch für Sie als Anbieter ändert sich etwas – schließlich bleiben Ihre Kampagnen-Einstellungen erhalten. Gleichzeitig sparen Sie sich aber im Vergleich zu Google Shopping Europe die Marge und bekommen so mehr für Ihre Gebote.

**-> Unsere Empfehlung !**