

von Rechtsanwalt **Nicolai Amereller**

## Google Shopping künftig mit kostenlosen Listings für Händler – riesige Chance für eigene Onlineshops?

Google teilte kürzlich mit, dass die Produktsuche Google Shopping in Kürze umgestaltet wird und kostenlose Listings von deren Angeboten im eigenen Onlineshop ermöglicht werden. Damit bläst Google zum Frontalangriff gegen Amazon und eBay. Dies könnte zudem für Händler einen guten Anlass bieten, endlich mit einem eigenen Onlineshop zu starten, um unabhängiger von den Verkaufsplattformen zu werden.

### Worum geht es?

Die Preissuchmaschine Google Shopping fristet in Anbetracht der Marktmacht Googles eher ein Schattendasein.

Obwohl bereits im Jahr 2002 in den USA gelauncht und dann 2008 in Deutschland – damals noch unter dem Namen „Froogle“ - eingeführt und später in „Google Produktsuche“ umbenannt stehen andere Preissuchmaschinen wie billiger.de oder geizhals.de weit mehr in der Gunst der Schnäppchenjäger als Google Shopping.

Doch dies könnte sich bald ändern.

Wohl auch um sich gegen die enorme Marktmacht Amazons zu positionieren, hat Google nun weitreichende Anpassungen bei Google Shopping angekündigt.

Werden bisher nur bezahlte Angebote in Google Shopping gelistet, für welche der Händler zugleich auch kostenpflichtige Anzeigen bei Google schaltet, startet Google aktuell in den USA mit kostenfreien Produktlistings bei Google Shopping.

Diese Möglichkeit der kostenfreien Einträge soll dann bis Jahresende global verfügbar sein. Wann genau die kostenfreien Listings in Deutschland starten, ist derzeit noch nicht klar.

Damit soll insbesondere auch Einzelhändlern in Zeiten der Corona-Krise die Möglichkeit eingeräumt werden, online besser auffindbar zu sein und so die Umsatzausfälle im stationären Handel zu verringern.

## Enormes Potential von Google Shopping

Da wohl nahezu jede Produktsuche bzw. -recherche online mit einer Google-Suche starten dürfte, hat die von Google selbst betriebene Preissuchmaschine eigentlich ein enormes Potential.

Man muss sich fast schon verwundert die Augen reiben, wie stiefmütterlich der Technikgigant Google Shopping bisher behandelt hat.

Vermutlich brechen aufgrund der Corona-Krise aktuell aber die bislang wesentlich lukrativeren Google Ads-Buchungen ein, so dass man künftig verstärkt auf die hauseigene Preisvergleichsrubrik setzen möchte.

Dieses Potential dürfte künftig deutlich stärker ausgeschöpft werden, wenn bei Google Shopping die „Schnäppchendichte“ steigt, weil die Händler künftig kostenlos dort listen können.

Spricht sich dies bei Interessenten rum bzw. bewirbt Google die Shoppingrubrik stärker, könnte Google Shopping den etablierten Preisvergleichsportalen schnell den Rang ablaufen.

Davon können auch die Shopbetreiber stark profitieren.

## Das Grundproblem des eigenen Onlineshops

Wer als Händler in heutigen Zeiten mit einem eigenen Onlineshop startet, hat meist ein Problem:

Mangelnde Bekanntheit und demzufolge nur geringer Traffic auf den eigenen Seiten führen zu geringen Konversionen.

Denn: Verbraucher sind bequem. Wer ein Produkt online kaufen möchte bzw. sich dazu online informieren möchte, benutzt primär Google bzw. Preissuchmaschinen oder sucht direkt auf den größten Plattformen wie Amazon oder eBay nach der ersehnten Ware.

Neben diesem eng kanalisiertem Suchverhalten ist auch das jeweilige Listing in den Suchtreffern ausschlaggebend: Nur die wenigsten Interessenten machen sich die Mühe, auch die hinteren Ränge zu betrachten. Auch hier siegt meist die Bequemlichkeit, und nur wenige der ganz vorne gelisteten Treffer finden Beachtung. Kaum ein Interessent betrachtet die hinteren Ränge.

Mit anderen Worten: Wer bei den großen Suchmaschinen, zuvorderst natürlich Google, oder den großen Verkaufsplattformen nicht prominent vertreten ist, der hat es schwer, neue Kunden in seinen Shop zu holen.

Um in der Google-Suche auf den erfolgreichen vorderen Plätzen zu erscheinen, muss ein Shop entsprechend etabliert sein. Dies ist aber bei „Anfängern“ meist nicht der Fall und teure SEO-Maßnahmen bringen in vielen Fällen auch keinen durchschlagenden Erfolg.

Bleibt für neue Shops meist nur, viel Budget in bezahlte Werbung bei Google zu stecken, um so über zu Suchanfragen gezielt generierte Werbung Besucher in den eigenen Shop zu bekommen.

Dies ist teuer, ähnlich wie die auf großen Verkaufsplattformen wie Amazon oder eBay anfallenden, saftigen Verkaufsprovisionen. Aber nicht nur, dass Händler dort ein nicht unerhebliches Stück des

Umsatzkuchens abgeben müssen. Vielmehr herrscht auf diesen Plattformen auch ein doch sehr rauhes Klima in Bezug auf die „Verkäuferperformance“.

Wer sich nicht strikt an die Vorgaben der jeweiligen Plattform hält bzw. schwierige Kunden hat, der ist seinen Verkaufaccount ganz schnell wieder los, oftmals über Nacht ohne hinreichende Begründung.

## Wunsch nach eigenem Onlineshop weit verbreitet

Der Wunsch vieler Onlinehändler, einen eigenen Onlineshop erfolgreich neben einem bestehenden Plattformgeschäft zu betreiben, ist weit verbreitet und auch sehr gut nachvollziehbar.

Zum einen fallen im eigenen Shop keine den Gewinn schmälernde Verkaufsprovisionen wie beim Plattformverkauf an. Zum anderen werden die Händler dort nicht durch oftmals kaum noch zu beherrschende und zum Teil mittels willkürlicher Vorgehensweisen kontrollierte Vorgaben drangsaliert, deren Nichtbeachtung bzw. ungewollte Verletzung schnell den Ausschluss vom Marktplatz zur Folge haben kann.

Wer Teile des Umsatzes als Händler also auf einen eigenen Onlineshop verlagern kann, macht sich ein Stück weit unabhängig vom Plattformgeschäft und verschafft sich so dauerhaft wirtschaftliche Freiheit und neue Umsatzpotentiale.

Doch der Start ist meist nicht einfach, bleiben die Besucher im eigenen Shop aus.

## Mehr Besucher durch Listings in Preissuchmaschinen

Neben einem guten Listing in den Suchergebnissen haben Listings in Preissuchmaschinen ebenfalls gewichtigen Einfluss darauf, ob ein Shop Besucher bekommt.

Preissuchmaschinen wie Billiger.de, Geizkragen.de, Guentiger.de, Idealo.de und nicht zuletzt Google Shopping haben inzwischen eine gewichtige Stellung im Onlinemarketing.

Denn sei es durch Werbung dieser Preissuchmaschinen selbst (etwa im Radio oder Fernsehen) bzw. durch von diesen bezahlte Anzeigen bei Google & Co. bzw. weit vorne positionierte Suchtreffer ziehen diese viele Interessenten in ihre Portale.

Diese gelangen dann über die Sortierung von Händlerangeboten nach Preisen bzw. ggf. auch durch dazwischen platzierte, bezahlte Werbung der Händler auf die Shop-Seiten des jeweiligen Händlers. So hat der Händler die Chance auf einen erfolgreichen Abschluss.

Wer als Händler erfolgreich in Preissuchmaschinen gelistet wird, muss jedoch auch hierfür Kosten einkalkulieren. Diese fallen in aller Regel nicht „erfolgsbasiert“ an, sondern meist rein klickbasiert.

Gelangt ein Interessent über ein Listing in einer Preissuchmaschine in den Shop des Händlers, fällt dafür ein „Klickentgelt“ an, unabhängig davon, ob der Interessent letztlich beim Händler kauft.

Auch hier muss als in der Regel ein nicht unerhebliches Marketingbudget eingeplant werden, welches nicht selten durch bloße „Klicks“ ohne Konversion „verpufft“. Frustrierend für die Händler.

Umso interessanter wäre eine reichweitenstarke, kostenfreie Preissuchmaschine.

## Lichtblick Google Shopping

Insbesondere wenn Google die Google Shopping Rubrik bzw. dortige Listings noch prominenter darstellt, könnte dies zum durchschlagenden Erfolg für Shopbetreiber werden.

Betreiber eigener Onlineshops haben dadurch künftig die Möglichkeit, kostenlos und bei enormer Reichweite Interessenten anzusprechen, die – stimmen die Rahmenbedingungen – dann schnell zu Kunden werden könnten.

Obwohl Google Shopping neben den kostenlosen Listings weiterhin auf kostenpflichtige Programme setzen wird, werden die kostenfreien Listings ein effektives Sprungbrett für Betreiber kleinerer, bis dato eher unbekannter eigener Onlineshops sein.

## Fazit

Die „Öffnung“ von Google Shopping für kostenfreie Listings von Shopbetreibern könnte ein echter Beschleuniger für Betreiber eigener Onlineshops werden.

Gerade jetzt in Krisenzeiten womöglich ein Glücksgriff für stationäre Händler, die ohnehin wegen der Schließungen der Ladenlokale mit einem eigenen Onlineshop liebäugeln.

Jedenfalls haben Händler bei einer Nutzung dieses neuen, reichweitenstarken Marketingkanals nichts zu verlieren – ist die Sache doch kostenlos. Händler sollten also am Ball bleiben, wann es auch in Deutschland mit den kostenlosen Listings losgeht...

Sie möchten mit einem neuen, eigenen Onlineshop vom stationären Handel in den Ecommerce starten bzw. sich mittels eines eigenen Onlineshops unabhängiger von Verkaufsplattformen machen?

Wir [sichern Ihren Onlineshop ab](#) – damit Sie rechtssicher und abmahnfrei verkaufen.

Autor:

**RA Nicolai Amereller**

Rechtsanwalt