

Google Zertifizierte Händler

Seit etwas mehr als einem Jahr gibt es in den USA das Programm „Google Zertifizierte Händler“. Nun ist die Zertifizierung auch in Deutschland erhältlich – unter [seo-kueche.de](#) kann man sich anmelden.



Voraussetzungen

Nicht jeder Online-Shop kann ein zertifizierter Händler werden, die Hürden für die Aufnahme in das Programm sind für einige kleinere Shops vermutlich etwas hoch. Unter anderem muss der Shop:

- durchschnittlich 600 Bestellungen innerhalb von drei Monaten haben,
- 90% aller Lieferungen bis zum angekündigten Ausliefertermin ausliefern,
- mindestens 4,0 Sterne in Google Shopping aufweisen.

Die Anmeldung ist denkbar einfach,

- a) man erstellt ein Konto,
- b) integriert den Code für das Gütesiegel und das Bestellbestätigungsmodul in der Webseite,
- c) übersteht die Qualifikationsphase, an deren Ende man ein das Gütesiegel bekommt.

Technische Umsetzung

Der von Google bereitgestellte Java-Code muss auf jeder Webseite eingebunden werden, besonders auf den Seiten für den Warenkorb, der Kasse und der Bestellbestätigung. Der gesamte Shop muss auf einer Domain vorhanden sein, Einkaufswagen und Kasse dürfen also nicht von einem Drittanbieter gehostet werden. Falls dies doch der Fall sein sollte, bspw., wenn die Bezahlung über Paypal funktioniert, muss der Nutzer nach der Bezahlung wieder zum Shop zurückgeleitet werden. Das zumindest den Warenkorb, die Bezahlseite oder die Bestätigungsseiten mit SSL verschlüsselt sind,

sollte selbstverständlich sein.

Quelle und weitere Infos:

Die Qualifizierungsphase

Jetzt wird es spannend: Nachdem der Code integriert und die Bewerbung abgeschickt ist, kontrolliert Google mindestens 30 Tage lang, ob der Shop für Google Zertifizierte Händler geeignet ist. Die Grundvoraussetzungen sind, wie schon erwähnt, ein bestimmtes Bestellvolumen, korrekte Lieferzeiten und eine gute Bewertung bei Google Shopping. Zusätzlich darf der Shop bestimmte Produkte (Tabak, Waffen, etc..) nicht verkaufen, muss korrekte AGBs vorweisen, oder muss bei verspäteter Lieferung die Bestellung stornieren. Um an diese Daten zu kommen, benutzt Google eine ganze Reihe von Quellen, unter anderem den eingebundenen Java-Code, Bewertungen des Shops bei anderen Portalen oder Umfrageergebnisse unter den am Zertifizierten-Händler-Programm teilnehmenden Kunden. Auch nach der Aufnahme als Zertifizierter Händler überprüft Google den Shop: Werden bspw. zu viele Probleme mit Kunden gemeldet, kann die Zertifizierung zurückgezogen werden.

Übersteht man die Qualifizierungsphase, wird das Siegel mit dem schon integrierten Java-Code auf der Webseite eingebunden – damit ist ein Missbrauch des Siegels von Seiten des Shops praktisch ausgeschlossen.

Quelle und weitere Infos:

Käuferschutz

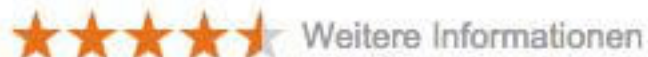
Ist die Qualifikationsphase abgeschlossen und der Shop im Programm, wird automatisch ein 1000€ schwerer Käuferschutz aktiviert. Dieser Betrag gilt für ein gesamtes Leben – im Gegensatz zu dem Käuferschutz von bspw. TrustedShops, bei dem 2500€ pro Einkauf abgesichert werden.

Integration in Google Ads

Interessant ist, dass das Siegel mit Google Ads verknüpft wird. Bedenkt man, dass es in Deutschland eigentlich schon zwei große Anbieter für Shop-Zertifizierungen gibt (eKomi und TrustedShops), ist das der Punkt, an dem Google einen Mehrwert bieten kann. Allerdings würde ich gerne Zahlen sehen, ob auf Anzeigen, die den Shop als zertifiziert ausweisen, häufiger geklickt wird....



fahrrad.de



Von Google zertifiziert

Bis zu 1.000 € Käuferschutz (Maximalbetrag im Laufe Ihres Lebens)

Unterstützung durch Google (falls erforderlich)

[Weitere Informationen zum Käuferschutz](#)

[Datenschutzerklärung](#) | [Überprüfen](#) |
[Über Google Zertifizierte Händler](#)

So sieht die Zertifizierung aus – Screenshot von fahrrad.de

Fazit

Google bietet Händlern eine recht einfache Integration des Siegels – und kann in Verbindung mit seinen anderen Produkten, in erster Linie Google Ads und die Suchmaschine, Vorteile für Händler bieten. Spannend bleibt die Frage, wohin sich die Zertifizierung entwickeln wird. Vor allem beim Käuferschutz ist noch viel Luft nach oben.