

Productsup¹

Die neuen Regeln des Feed-Managements für Agentic Commerce

Perfektionieren Sie Ihre Produktfeeds für Commerce-Erfolg



Inhaltsverzeichnis

Einleitung	3
<hr/>	
Commerce – das große Ganze	5
<hr/>	
4 Commerce-Trends, die das Feed-Management verändern	7
• KI wird zum Käufer	
• Die Zukunft ist Omnichannel	
• Nachhaltiges Einkaufen ist die neue Norm	
• Discovery ist social, visuell und findet überall statt	
<hr/>	
Agiles Feed-Management für eine agentische Zukunft	12
<hr/>	
Tipps und Tricks für besseres Feed-Management	14
• Titel für Maschinen gestalten, nicht nur für Menschen	
• Ereignisbasierte und inkrementelle Katalog-Updates nutzen	
• Gegen Channel-Schemata validieren, nicht nur Zeichenlimits	
• Sichtbarkeit durch Zielkanal- und Intent-basiertes Labeling steuern	
• Produktfeeds an sich entwickelnde Commerce-Protokolle und - Standards anpassen	
• Produktinhalte visuell und skalierbar anreichern	
<hr/>	
3 Schritte zum gesamtheitlichen Commerce-Erfolg	22
<hr/>	
Productsup: Die umfassendste Feed-Management-Plattform	24

Einleitung

Jedes Jahr verfolgen Unternehmen dasselbe übergeordnete Ziel – mehr Produkte verkaufen (und das möglichst effizient). Doch das Wo, Wer und Wie bei der Erreichung dieses Ziels verändert sich ständig, da die Technologie voranschreitet, neue Commerce-Modelle entstehen und sich das Verbraucherverhalten weiterentwickelt.

Diese vorhersehbare Ungewissheit macht den Commerce-Bereich so spannend – aber auch so komplex. Die Produktentdeckung findet heute über LLMs, Marktplätze, Social-Media-Plattformen, Suchmaschinen und mehr statt, oft bevor Käufer überhaupt einen markeneigenen Touchpoint erreichen.

Mit vollständiger Kontrolle über alle [Produktcontent-Journeys](#) durch intelligentes Feed-Management können Sie neue Kanäle erschließen, Conversions steigern und letztendlich mehr Produkte verkaufen.



Dieser Leitfaden führt Sie durch einige der bedeutendsten Veränderungen im [Produktfeed-Management](#) sowie durch die Commerce- und Verbrauchertrends, die diese Entwicklungen vorantreiben.

The screenshot displays the Productsup interface. The 'Export Channels' section lists various platforms: Google, Instagram, ChatGPT, Amazon, TikTok, Gemini, and Perplexity, each with a plus sign for selection. The 'AI powered mapping' section shows a visual mapping of product attributes: ID to GTIN and EAN-8, Title to Name and Product title, and Description to Label, Product_category, Category, and Size. A 'Powering Performance' sidebar on the right shows KPI trends: Revenue (+21%), ROAS (+142%), CTR (+20%), Impressions (+30%), and Cart value (+11%).

Commerce – das große Ganze

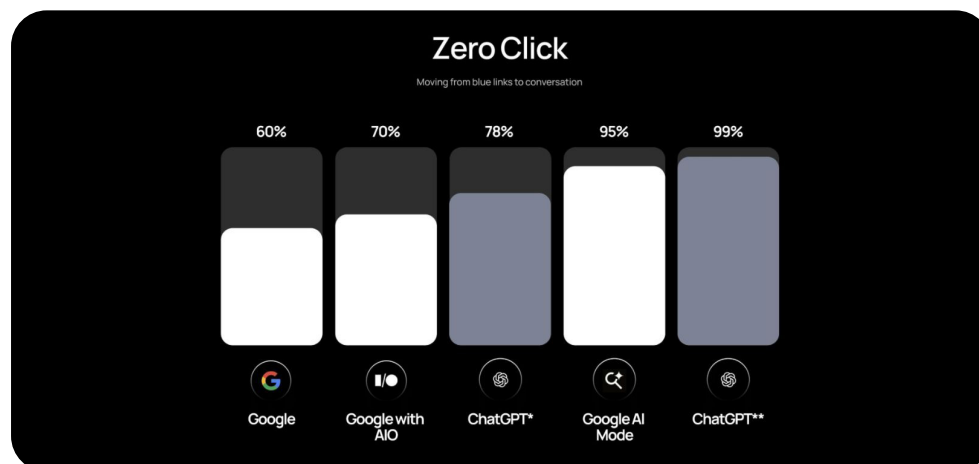
4 Commerce-Trends, die das Feed-Management verändern

KI wird zum Käufer

Verbraucher erwarten hochwertige, detaillierte Produktinhalte, die in Echtzeit auf jedem Kanal ihrer Wahl aktualisiert werden. Klingt einfach? Vielleicht für die Roboter. Feed-Manager, die sich noch auf manuelle Prozesse verlassen, um mit diesem Tempo Schritt zu halten, sind weit davon entfernt, diese Erwartungen zu erfüllen. Künstliche Intelligenz ist nicht länger „die Zukunft des Commerce“ – sie ist die Gegenwart.

Dieser Wandel wird oft als **Agentic Commerce** bezeichnet, bei dem KI-Systeme Käufer nicht nur unterstützen, sondern aktiv beeinflussen, welche Produkte entdeckt, verglichen und ausgewählt werden. Dieses Verhalten ist bereits **Mainstream**.

- **66%*** der Vielkäufer nutzen regelmäßig KI-Assistenten wie ChatGPT bei Kaufentscheidungen.
- **60%*** der Nutzer verlassen sich inzwischen auf KI-Tools wie ChatGPT, Claude, Perplexity usw., um konsolidierte Produktrezensions-Zusammenfassungen zu erhalten, anstatt mehrere Seiten zu durchsuchen.



Intelligente Technologie kann auf verschiedene Weisen eingesetzt werden, um das Feed-Management zu verbessern und bessere Ergebnisse zu erzielen. KI-Tools können beispielsweise verwendet werden, um Produktdaten automatisch in einem bestimmten Format zu strukturieren und sie entsprechend verschiedener Channel-Templates zu mappen, die von Google Merchant Center, Amazon und anderen Exporten benötigt werden. Sie können auch zur Optimierung von Kampagnen eingesetzt werden, sobald diese live sind – etwa indem leistungsschwache Artikel automatisch aus Kanälen gefiltert werden, um Werbeausgaben zu reduzieren.

Da die KI-Fähigkeiten weiter reifen, verlagert sich das Feed-Management von der manuellen Pflege hin zur Versorgung intelligenter Systeme mit präzisen, strukturierten und kontinuierlich aktualisierten Produktdaten. Für Händler hat es oberste Priorität, Produkte für Large Language Models auffindbar zu machen. Titel und GTINs allein reichen nicht aus. Vollständige Attribute, klare Kategorisierung und aktuelle Informationen sind unerlässlich – denn Produkte, die KI nicht eindeutig verstehen kann, werden nicht angezeigt.

[*Yotpo, AI shopper behavior report](#)

“



Ihr Feed ist eine Produktdetailseite.
Mit Agentic Checkout sind Ihre
Daten die nächste Storefront.



Marcel Hollerbach
CIO, Productsup

”

Die Zukunft ist Omnichannel

Die Grenzen zwischen dem stationären und dem Online-Commerce verschwimmen zunehmend. Auf der einen Seite übernehmen traditionelle stationäre Händler vollständig hybride Commerce-Modelle, um ihre Marktposition zu behaupten. Auf der anderen Seite haben Online-Marken den Schritt in den stationären Handel gewagt. Während Unternehmen, die ursprünglich rein digital aufgestellt waren, davon ausgingen, dass ihre Online-Erfahrung ihnen einen Vorteil gegenüber klassischen Filialisten verschaffen würde, haben neue Marktplätze und andere boomende Kanäle wie [Social Commerce](#) bewiesen, dass es ein offenes Rennen ist. Verbraucher erwarten, dass hybrides Einkaufen eine natürliche Erweiterung sowohl des E-Commerce als auch des traditionellen Einzelhandels ist – und Unternehmen müssen sich anpassen, um dieser Nachfrage gerecht zu werden.

Für Marketing-Teams und Feed-Manager bedeutet die Nutzung dieser Chancen, deutlich vielfältigere Arten von Produktdaten zu exportieren. Es bedeutet auch eine exponentielle Zunahme der Anzahl an Produktfeeds, die sie erstellen und überwachen müssen. Und nicht zuletzt bedeutet es, dass sie konsistente, hochwertige Kundenerlebnisse über jeden Touchpoint hinweg schaffen müssen. Ohne intelligente, automatisierte Feed-Management-Lösungen würde dies eine manuelle Optimierung zahlreicher Produktfeeds erfordern – ohne Gewissheit, ob diese die richtigen Verbraucher dort erreichen, wo sie sich aufhalten.

Omnichannel-Wirkung auf einen Blick

89% Kundenbindung

30% höherer Customer Lifetime Value

3.5x schnelleres Umsatzwachstum

208% höhere Marketing-Umsätze

Quelle: The Martal Group

Nachhaltiges Einkaufen ist die neue Norm

Was als langsam beobachteter Trend begann, ist zu einer zentralen Verbraucheranforderung geworden. Der Wunsch, bei nachhaltigen Marken einzukaufen und ethische Produkte zu erwerben, ist heute Branchenstandard – insbesondere da diese Informationen für Verbraucher immer leichter zugänglich werden. Käufer haben heute die Möglichkeit, Produkte über ihren gesamten Lebenszyklus hinweg zu verfolgen – und das nicht nur in Bezug auf Materialien oder Herkunft. Aussagen zur CO₂-Neutralität oder zum fairen Handel lassen sich in Sekunden überprüfen. Greenwashing wird dankenswerterweise zur Vergangenheit. Immer mehr Verbraucher möchten den Unternehmen vertrauen, bei denen sie kaufen – und sich dabei gleichzeitig gut fühlen. Die Revolution des nachhaltigen Einkaufens beschränkt sich nicht auf die

Jeder dritte Online-Käufer bevorzugt nachhaltige Marken – insbesondere Millennials und Gen Z, die mit 27% höherer Wahrscheinlichkeit bei umweltbewussten Unternehmen kaufen. Tatsächlich verzeichneten Marken mit Nachhaltigkeitsfokus über einen Zeitraum von fünf Jahren ein Wachstum von 28%, verglichen mit 20% bei jenen ohne Nachhaltigkeitsstrategie.

Quelle: Hostinger

Materialien selbst – Verbraucher haben sie auf Herstellung, Logistik und Vertriebsprozesse ausgeweitet. Viele Käufer haben kein Interesse mehr daran, Bio-Produkte zu kaufen, wenn diese in Argentinien angebaut, in Thailand verpackt und in London verkauft werden.

Welche Rolle spielt das Feed-Management dabei? Eine der größten Herausforderungen für Marken im Bereich nachhaltiges Einkaufen ist der Aufbau von Verbrauchervertrauen. Um nachhaltige und zirkuläre Commerce-Modelle zu unterstützen, müssen Marken präzise, angereicherte Produktinformationen in großem Maßstab verwalten und verteilen. Dazu gehören ESG-Attribute, Lebenszyklus-Details, Zustandsangaben (neu, generalüberholt, Wiederverkauf) und Nachhaltigkeitszertifizierungen – allesamt konsistent über alle Kanäle hinweg bereitgestellt. Damit dies gelingt, müssen Feed-Manager angereicherte, hochwertige und transparente ESG-Produktdaten erfassen und exportieren, um Käufer schnell zu erreichen.

Erfahren Sie, wie [Productsup](#) es Marken leicht macht, ESG-Produktinformationen in ihre Produktfeeds zu integrieren.

Mehr als die Hälfte (52%) der Verbraucher gibt an, auf falsche oder irreführende Informationen über nachhaltige Maßnahmen von Marken gestoßen zu sein ([Kantar's Global Sustainability Sector Index](#)). Durch detailliertere Angaben im Produktcontent zu nachhaltigen Inhaltsstoffen und Verpackungen sowie zur ethischen Produktion lässt sich Greenwashing wirksam vorbeugen.

Discovery ist social, visuell und findet überall statt

Heutige Käufer warten nicht darauf, dass man ihnen sagt, wo sie suchen sollen – sie entdecken Produkte dort, wo sie ohnehin Zeit verbringen: in **Social Feeds, Kurzvideos, Creator-Content, AR-Anproben, Livestreams und immersiven visuellen Formaten**. Diese Discovery-Touchpoints verändern grundlegend, wie und wann Produkte gefunden werden – lange bevor ein Käufer eine PDP oder ein Suchergebnis aufruft.

Dieser Wandel wird durch einige klare Signale vorangetrieben. Plattformen priorisieren Kurzvideos und interaktive Inhalte, weil sie Nutzer länger binden und näher an den Kauf heranführen. Social Feeds verbinden Content und Commerce zu einem einzigen Erlebnis, bei dem Produkte entdeckt, bewertet und gekauft werden – ohne die Plattform zu verlassen. Gleichzeitig reduzieren AR- und immersive Erlebnisse Unsicherheiten, indem sie Käufern helfen, Produkte im Kontext zu sehen – vom Sofa im Wohnzimmer bis hin zum Aussehen eines Produkts am Körper.

Um diesen Wandel zu unterstützen, müssen Produktfeeds:

- **Reichhaltigere visuelle Assets** enthalten, wie hochwertige Bilder, Video-Thumbnails und AR/3D-Modell-Links
- **Immersive Formate** mit Tags und Metadaten unterstützen, die AR-Filter und virtuelle Anproben ermöglichen
- Sich an die **Multi-Surface-Discovery** über Social Feeds, Livestreams, visuelle Suche und Creator-Storefronts anpassen

Ohne strukturierte, aktuelle Produktattribute und visuell aufbereitete Inhalte gehen Chancen in diesem Bereich unwiederbringlich verloren.

Was neu ist und Beachtung verdient



[Google integriert Kaufbuttons in die KI-Suche und Gemini](#) und ermöglicht es Nutzern, direkt innerhalb des KI-Erlebnisses zu stöbern und einzukaufen.



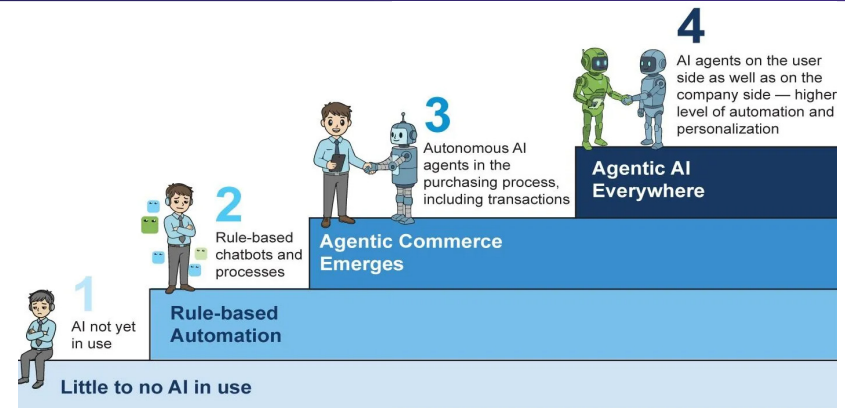
[Reddit führt Max-Kampagnen für KI-gestützte Ad-Performance](#) und einzigartige Zielgruppen-Insights ein (jetzt in Beta)



[Shopify erweitert seine KI-Funktionen](#) und ermöglicht es Händlern, direkt auf den KI-Plattformen von Google und Microsoft zu verkaufen.

Agiles Feed-Management für eine agentische Zukunft

Um von diesen E-Commerce-Trends zu profitieren, sind Unternehmen gut beraten, ihre Strategie neu zu bewerten und ihre zukünftigen Marketing-Aktivitäten mit einer skalierbaren und zentralisierten Feed-Management-Lösung wie [Productsup](#) zu untermauern – die kurzfristig Zeit und Ressourcen spart und gleichzeitig die Grundlage für langfristigen, nachhaltigen Erfolg schafft.



Source: DigitalLoop

Einfach

Vorgefertigte Channel-Templates und visuelle Drag-and-Drop-Dashboards erleichtern das Onboarding neuer Kanäle – einschließlich neuer und KI-gesteuerter Kanäle – ohne fortlaufende IT-Beteiligung.

Effizient

Importieren Sie Ihre Produktdaten aus beliebigen Quellen oder Formaten. Mit wenigen Klicks bereiten Sie diese für die gewünschten Zielkanäle auf und exportieren die Daten anschließend per automatisierter Syndizierung.

Stärkend

Gewinnen Sie die Kontrolle über Ihre Produkterlebnisse und Kampagnenplanung zurück – mit automatisierter KI-Optimierung, Fehlerbenachrichtigungen, sofortigen Kanal-Updates und performance-basiertem ROI-Management.

Zukunftsorientiert

Bereiten Sie Ihre Produktdaten für konversationelle und agentische Kanäle vor. Productsup ermöglicht es Teams, Produktfeeds für [ChatGPT](#), [Perplexity](#), Gemini, Co-pilot und andere KI-gestützte Discovery-Erlebnisse weiterzuentwickeln – ohne ihre Datengrundlage neu aufbauen zu müssen.



Mit der Feed-Management-Lösung von Productsup hat der globale DIY-Händler [Leroy Merlin](#) 5 Millionen SKUs exportiert, wodurch die Anzahl seiner **Google Shopping SKUs von 100.000 auf 600.000 gesteigert** werden konnte. Seit der Zusammenarbeit mit Productsup verzeichnet der Händler zudem einen Anstieg des durchschnittlichen **Warenkorb-Werts auf Pinterest um 11%**.



[Erfahren Sie, wie Productsup Agentic Commerce unterstützt](#)

Tipps und Tricks für besseres Feed-Management



1. Titel für Maschinen gestalten, nicht nur für Menschen

Produkttitel fungieren zunehmend als strukturierte Signale für KI-Systeme, Marktplätze und Vergleichsmaschinen. Beziehen Sie stabile, entscheidungsrelevante Attribute in einer konsistenten Reihenfolge ein, damit Produkte programmatisch geparkt, verglichen und empfohlen werden können.

Beispiel:

Statt:
Laufschuhe

Besser:
Nike Air Zoom Pegasus 40 | Herren | Größe 42 | Schwarz |
Straßenlaufschuhe


So hilft Productsup:

Nutzen Sie **Custom Prompts** und **AI Data Services**, um SEO-optimierte Titel aus Produktattributen zu generieren, und wenden Sie anschließend **Rule Boxes** und **Twig-Templates** an, um optimierte Titel automatisch über gesamte Kataloge zu skalieren

BEFORE

Product title
Sneakers


Description
Comfortable shoes



AFTER

Product title
Streetwise Kicks - White Leather Lifestyle Sneaker

Description
Experience ultimate comfort and classic style with our Streetwise Kicks. These premium white leather sneakers feature a cushioned sole and clean design, making them the perfect everyday choice for a polished look.







2. Ereignisbasierte und inkrementelle Katalog-Updates nutzen

Vollständige Feed-Aktualisierungen verlangsamen Updates, erhöhen das Fehlerrisiko und stören die Reporting-Kontinuität. Moderne Commerce-Umgebungen erfordern nahezu Echtzeit-Updates für Preise, Verfügbarkeit und Lagerbestand.

So hilft Productsup:

Die **Stream API** unterstützt inkrementelle, ereignisbasierte Updates und ermöglicht es, Änderungen einzelner SKUs sofort und in großem Maßstab zu übertragen. So bleiben Produktfeeds aktuell, wenn sich Lagerbestand, Preise oder Aktionen ändern – selbst bei Millionen von Produkten. Die Stream API ist horizontal skalierbar, was bedeutet, dass sie mit Ihrem Unternehmen wächst – egal ob Sie 100.000 oder 100.000.000 Produkte verkaufen.

The screenshot shows the 'streamapi up' configuration interface. At the top, it says 'Connect to Productsup through the Stream API to upload your product data. The Stream API replaces the product upload endpoint from the Platform API.' Below this, there is a 'Stream' dropdown menu, a 'Description (optional)' text input field containing 'Productsup Stream API', and a note: 'If you provide a description it will be displayed instead of the Source URL in the list of data sources.' At the bottom, there are 'Save' and 'Cancel' buttons.

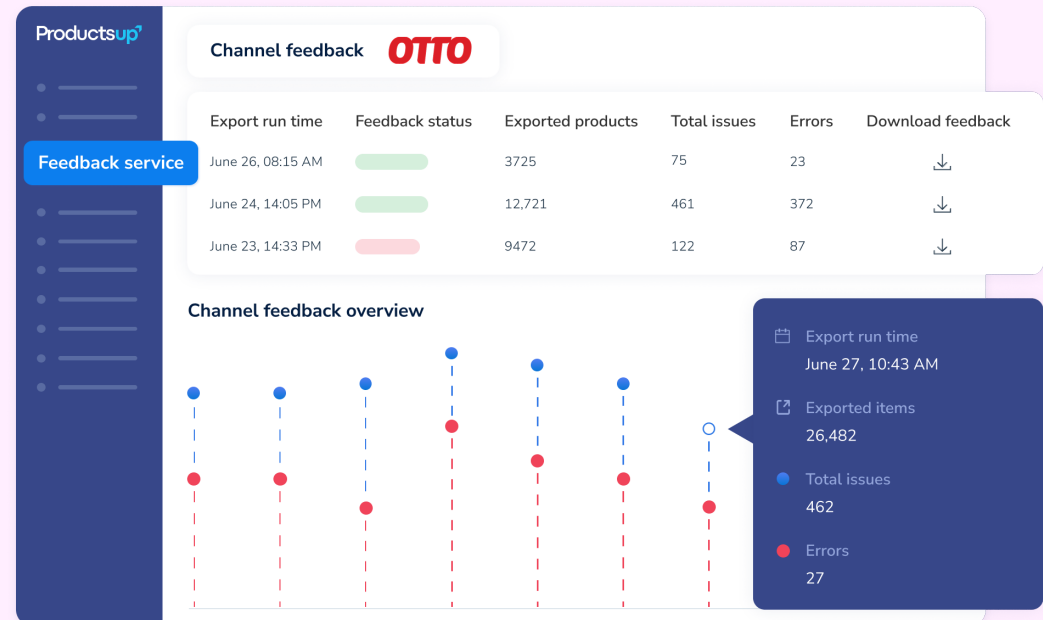


3. Gegen Channel-Schemata validieren, nicht nur Zeichenlimits

Zeichenlimits sind nur eine Ebene der Compliance. Kanäle wenden Schema-Regeln für erforderliche, empfohlene und bedingte Attribute an, die sich direkt auf Berechtigung und Sichtbarkeit auswirken.

So hilft Productsup:

Channel Readiness kennzeichnet Schema-Probleme vor dem Export, während **Channel Feedback** Ablehnungen und Fehler direkt aus den Kanälen meldet – so können Feed-Teams Probleme proaktiv beheben, anstatt erst zu reagieren, wenn Listings nicht mehr sichtbar sind.





4. Sichtbarkeit durch Zielkanal- und Intent-basiertes Labeling steuern

Da ein Produktfeed mehrere Oberflächen bedient, muss die Sichtbarkeit auf SKU-Ebene gesteuert werden. Labels sollten den Intent (Discovery vs. Conversion), das Fulfillment-Modell und die Kanal-Eignung widerspiegeln.

So hilft Productsup:

Nutzen Sie **Rule Boxes**, um Zielkanal-Labels dynamisch anzuwenden, ausgeschlossene Ziele zu steuern und die Sichtbarkeit über Google Shopping, kostenlose Listings, lokale Inventaranzeigen und andere Placements hinweg anzupassen – ohne Produktfeeds zu duplizieren.

The screenshot displays the Productsup interface. On the left is a sidebar with a list of items. The main area shows a 'Data View' table with columns for 'Select', 'Title', 'Description', 'Price', and 'Image'. Three product rows are visible:

Select	Title	Description	Price	Image
<input type="checkbox"/>	Classic Black T-Shirt	Soft, breathable cotton T-shirt with a relaxed fit.	\$19.99	
<input type="checkbox"/>	Retro Blue Fanny Pack	Durable nylon waist bag with adjustable strap and multiple compartments.	\$24.50	
<input type="checkbox"/>	Minimalist White Sneaker	Sleek low-top sneaker made from vegan leather with cushioned insole.	\$59.00	

On the right, a 'Rules' panel is open, listing several rules:

- $f(x)$ Append/prepend value if not empty
- $f(x)$ Remove HTML tags from attributes
- $f(x)$ Convert special characters
- $f(x)$ Set value if list match (string)
- $f(x)$ Discount percentage
- $f(x)$ Extract value from JSON
- $f(x)$ Whitelist row if value not in

Blue arrows indicate that the 'Classic Black T-Shirt' row is associated with the 'Append/prepend value if not empty' rule, and the 'Retro Blue Fanny Pack' row is associated with the 'Discount percentage' rule.



5. Produktfeeds an sich entwickelnde Commerce-Protokolle und - Standards anpassen

KI-native Discovery, konversationelles Shopping und neue Commerce-Protokolle basieren auf strukturierten, maschinenlesbaren Produktdaten – nicht nur auf formatierten Listings. Die Feed-Logik muss flexibel bleiben, da sich die Anforderungen kontinuierlich weiterentwickeln.

So hilft Productsup:

Zentralisierte Transformationen und wiederverwendbare Regeln ermöglichen es, Produktfeeds an neue Schemata, Endpunkte und KI-gesteuerte Kanäle anzupassen – ohne jedes Mal die Datengrundlage neu aufbauen zu müssen, wenn sich Standards ändern.

The screenshot shows the Productsup interface for Agentic Commerce. At the top, there are logos for ChatGPT, perplexity, Gemini, and Copilot. The chatbot's question is: "I'm training for a marathon in 6 months. I'm a male runner with flat feet. What are the best running shoes for support and long-distance comfort?". Below the chat input, three product cards are displayed:

Product Name	Current Price	Original Price	Rating	Action
StrideFlow Max Support	€99,99	€139,99	★★★★★	Buy now
EnduraKnit 3000	€74,99	€109,99	★★★★★	Buy now
AeroMotion Stability Pro	€89,99	€114,99	★★★★★	Buy now

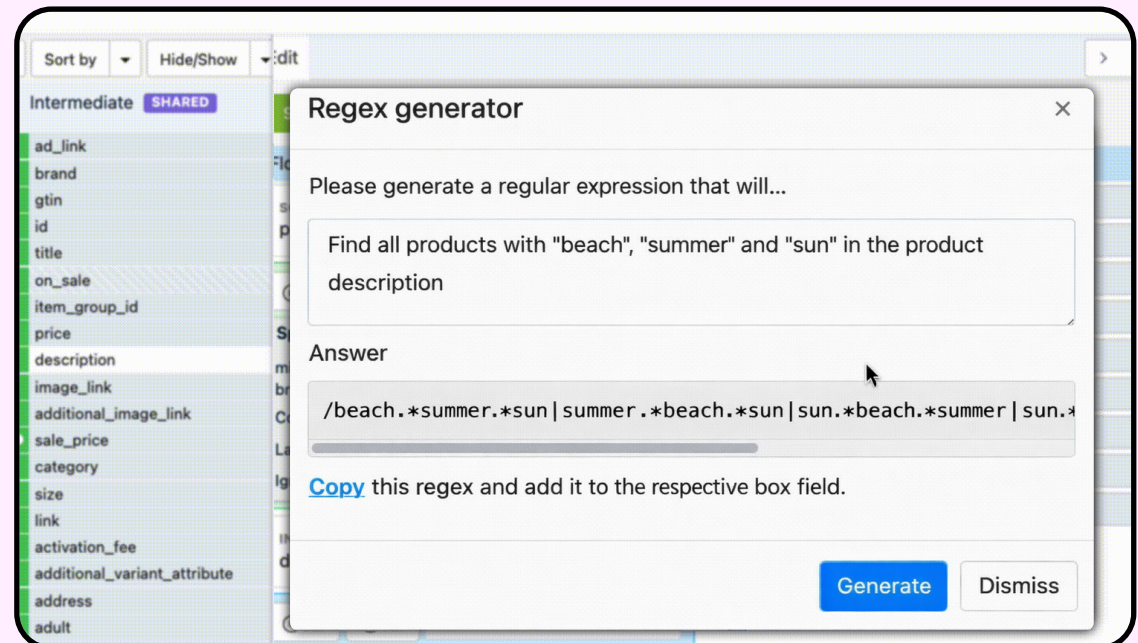


6. Produktinhalte visuell und skalierbar anreichern

Discovery ist zunehmend visuell geprägt. Hochwertige Bilder, Varianten und dynamische Creatives spielen eine wachsende Rolle dabei, wie Produkte über Social Media, Retail Media und KI-gestützte Erlebnisse ausgespielt und ausgewählt werden.

So hilft Productsup:

Der **Image Designer** ermöglicht es Teams, Produktvisuals in großem Maßstab zu verbessern und anzupassen, während **Regex-Tools** und **Twig-Templates** dabei helfen, Produktattribute automatisch zu extrahieren, zu strukturieren und anzureichern.



Dies sind nur einige grundlegende Beispiele. Weitere Beispiele finden Sie, indem Sie unser [Team kontaktieren](#) oder [eine Plattform-Demo buchen](#). Auch wenn Feed-Management zunehmend komplex geworden ist, muss Ihre Lösung es nicht sein. Die Productsup-Plattform weist auf fehlende Channel-Anforderungen hin und unterstützt Feed-Teams mit klaren Fehlermeldungen, Best Practices und Echtzeit-Bearbeitungsoptionen.

“

THULE[®]
SWEDEN

Productsup bietet uns ein multidimensionales Tool mit einer großartigen, intuitiven Benutzeroberfläche und hoher Flexibilität. Die Integration der Productsup-Plattform in unsere komplexe Tool-Landschaft war unkompliziert. In Verbindung mit dem stets herausragenden Kundensupport ist Productsup die perfekte Lösung für unsere Anforderungen.

Jamal TarakjiProduct Owner SaaS, [Thule Sweden](#)

”

3 Schritte zum gesamtheitlichen Commerce-Erfolg



1. Kennen Sie Ihre Käufer auf allen Kanälen

Angesichts der Vielzahl an Kanälen und Anzeigenformaten, die so viel Zeit in Anspruch nehmen, ist es leicht zu vergessen, dass nahezu das gesamte Marketing heute performance-basiert ist. Granulare Segmentierung ist entscheidend für erfolgreiche Kampagnen. Sie müssen Ihre Zielgruppe auf jedem Kanal kennen und in der Lage sein, jede Kampagne schnell anhand von Echtzeit-Verbraucher-Feedback anzupassen. Die Bereitstellung hochgradig zielgerichteter und personalisierter Produktinhalte für Kunden erfordert, dass Sie Produktinformationen basierend auf Kundenpräferenzen, dem Browsing-Verlauf und demografischen Merkmalen anpassen.



2. Glokal denken und wachsen

Personalisierung im Feed-Management erstreckt sich auch auf die Lokalisierung. Sie müssen Produktfeeds für verschiedene Regionen, Sprachen und kulturelle Besonderheiten anpassen. Eine Feed-Management-Plattform wie Productsup gibt Ihnen die Freiheit, Kampagnen in großem Maßstab zu lokalisieren, ohne für jeden neuen Kanal oder jede neue Region dedizierte Teams einsetzen zu müssen. So lassen sich beispielsweise Produktdaten problemlos in mehrere Sprachen übersetzen sowie Währungen, Größen und Gewichte in lokalisierte Einheiten umrechnen.



3. Hören Sie auf, einzelne Kanäle zu optimieren

Nachhaltiger Omnichannel-Erfolg beginnt mit der Automatisierung möglichst vieler manueller Aufgaben. Entlasten Sie Ihr Team, damit es sich auf die Anreicherung Ihrer Produktdaten, die Erschließung neuer Kanäle oder Märkte sowie das Experimentieren mit Anzeigen- und Datenformaten konzentrieren kann. E-Commerce beginnt mit Ihren Produktcontent-Feeds. Eine zentrale Plattform ermöglicht es Ihnen, über einzelne Kanäle und Regionen hinaus zu denken und Ihr Commerce-Potenzial voll auszuschöpfen.



**Productsup:
Die umfassendste
Feed-Management-Plattform**

Bereits über 1.000 führende Marken nutzen die Productsup-Plattform, um ihre Reichweite zu maximieren und Commerce-Komplexität zu ihrem Vorteil zu nutzen. Bekannte Namen wie ALDI, Sephora und L'Oréal vertrauen bereits auf unsere Lösungen, um auf mehr als 2.500 Kanälen zu werben und zu verkaufen.

Mit der Productsup-Plattform können Sie:

- Die meisten grundlegenden Feed-Management-Aufgaben automatisieren
- Regelbasierte Optimierungen, A/B-Tests und ROI-gesteuerte Strategien in großem Maßstab anwenden
- Über 250 Optimierungsfunktionen nutzen, um Produktfeeds schneller vorzubereiten und zu verfeinern
- Neue kanalspezifische Export-Feeds in Sekundenschnelle erstellen
- Umsetzbare Insights auf Basis von Echtzeit-Kundenfeedback bereitstellen
- Ihre Produkterlebnisse auf über 2.500 Kanäle ausweiten
- Schnellen Support, integrierte Optimierungen und einsatzbereite Templates bereitstellen
- Den KI-Zugriff auf Produktdaten mit LLM.txt steuern und so private, strukturierte Produktfeeds für KI-Agenten ermöglichen – ohne öffentliches Crawling
- Mit konversationellen Discovery-Plattformen wie [ChatGPT](#), [Perplexity](#), Gemini und Copilot integrieren und Produktfeeds für agentischen und chat-basierten Commerce vorbereiten

“ Boozt

Datenfeed-Management ist eines der am meisten unterschätzten Assets im Online-Marketing – es ist entscheidend für den Geschäftserfolg. Feed-basiertes Marketing ist zu unserem Kerngeschäft geworden. Ohne Productsup würden wir möglicherweise 10% des Traffics einbüßen, weil wir unsere Datenfeeds nicht effizient optimieren könnten.

Jesper Jensen

Media & Online Marketing Director, [Boozt Fashion](#)

Mehr über Productsup erfahren

Demo buchen

Kontakt aufnehmen

Productsup[↑]

Connecting commerce. Powering performance.

Nehmen Sie noch heute Kontakt auf!

hello@productsup.com | www.productsup.com

