

Feed Rules

geschrieben von Tobias Hager | 4. November 2025



Feed Rules: Die geheime Steuerzentrale für strukturierte Datenfeeds

Feed Rules sind die unsichtbaren Strippenzieher in jedem modernen Datenfeed – egal ob für Google Merchant Center, Facebook Catalogs, Preisvergleichsportale oder Marktplätze. Sie ermöglichen es, große Mengen Produktdaten automatisiert, intelligent und regelbasiert aufzubereiten, zu transformieren und zu optimieren. Ohne Feed Rules wäre produktives Feedmanagement ein mühsamer, fehleranfälliger Albtraum. Dieser Glossar-Artikel nimmt Feed Rules technisch auseinander, zeigt dir ihre Bedeutung im Performance Marketing und erklärt, wie sie in der Praxis funktionieren – ganz ohne Weichspüler, aber mit maximaler Expertise.

Autor: Tobias Hager

Feed Rules: Definition, Funktionsweise und ihre Rolle im Datenfeed-Management

Feed Rules (auch Feed-Regeln oder Datenfeed-Regeln genannt) sind vordefinierte Anweisungen, mit denen du Felder und Inhalte eines Produktdatenfeeds nach bestimmten Kriterien automatisch anpassen kannst. Sie sind essenziell, wenn Produktdaten aus dem Shop- oder ERP-System nicht 1:1 den Anforderungen der Zielplattform entsprechen – was in 99 % der Fälle so ist.

Mit Feed Rules kannst du zum Beispiel:

- Produkte filtern (z. B. nur bestimmte Lagerbestände exportieren)
- Texte und Felder transformieren (z. B. „Gratis Versand“ bei bestimmten Produkten einfügen)
- Attribute zusammenführen, splitten oder neu berechnen (z. B. Größen kombinieren, Preise anpassen)
- Fehlende Werte ergänzen oder Standardwerte setzen (z. B. wenn Hersteller fehlt)
- Fehlerhafte oder unvollständige Daten automatisch korrigieren

Die Funktionsweise ist simpel, aber mächtig: Feed Rules arbeiten mit IF-THEN-Logik (wenn-dann), Bedingungen, regulären Ausdrücken (Regex), Mapping und Transformationsregeln. Sie können als Teil von Feed-Management-Systemen (wie Productsup, Channable, DataFeedWatch) oder direkt in Plattformen wie Google Merchant Center eingesetzt werden.

Ohne Feed Rules wären dynamische Kampagnen, Sortimentssteuerung, Custom Labels oder die Einhaltung von Plattform-Policies praktisch nicht skalierbar möglich. Sie sind das, was die Automatisierung im Datenfeed-Ökosystem überhaupt erst ermöglicht.

Warum Feed Rules für Google Merchant Center, Facebook & Co. unverzichtbar sind

Jede Plattform hat eigene Anforderungen an Struktur, Felder, Werte und Formate von Datenfeeds. Google Merchant Center verlangt andere Attribute als Facebook oder Amazon. Wer glaubt, ein „Standard-CSV“ reiche für alle, hat das Online-Marketing-Prinzip nicht verstanden. Genau hier kommen Feed Rules ins Spiel: Sie machen aus deinem Rohdatenfeed einen maßgeschneiderten, plattformkonformen Superfeed.

Typische Einsatzszenarien für Feed Rules im Google Merchant Center:

- Anpassung von Produkt-Titeln für maximale Keyword-Relevanz
- Mapping fehlender GTINs oder MPNs (Global Trade Item Number / Manufacturer Part Number)
- Kategorisierung nach Google-Taxonomie über Custom Mapping
- Dynamische Generierung von Custom Labels zur Kampagnensteuerung (z. B. Margenklassen, Saisonware)
- Regelbasierte Aussteuerung von Sale-Preisen und Sonderaktionen
- Blacklist/Whitelist-Logik für Produkte, die (nicht) ausgespielt werden sollen

Auch Facebook Catalogs, Instagram Shopping, Pinterest, Idealo, billiger.de oder Criteo erwarten ganz eigene Feldformate, Wertebereiche und Validierungen. Feed Rules machen es möglich, einen zentralen Masterfeed per Regelwerk auf zig Kanäle auszuspielen – ohne manuell 20 verschiedene Excel-Listen zu pflegen. Fehlerquellen, Policy-Verstöße und Ablehnungen werden so drastisch minimiert.

Wer Feed Rules konsequent und intelligent einsetzt, hat einen massiven Wettbewerbsvorteil: Schneller Rollout neuer Sortimente, weniger Datenleichen, bessere Datenqualität, gezieltere Kampagnensteuerung. Kurz: Die Kontrolle über das eigene Feed-Chaos.

Technische Umsetzung von Feed Rules: Von der IF-THEN-Logik bis zu Regex-Zauberei

Feed Rules sind längst keine „Wenn-dann-Spielereien“ für Bastler mehr. Moderne Feed-Management-Systeme bieten komplexe Regel-Engines, mit denen sich praktisch jede denkbare Transformation abbilden lässt. Hier ein Einblick in die wichtigsten Technik-Bausteine:

- Bedingungen (Conditions): Prüfen, ob ein Feld einen bestimmten Wert hat, leer ist, einen bestimmten String enthält, etc.
- Aktionen (Actions): Feldinhalt ersetzen, Text anfügen, Wert berechnen, Feld leeren, Default setzen.
- Mapping: Feldwerte automatisch umsetzen (z. B. interne Kategorien auf Google-Produktkategorien mappen).
- Reguläre Ausdrücke (Regex): Hochflexibles Matching und Extrahieren von Teilstrings, nützlich etwa für Größen, Farben oder EAN-Codes.
- IF-ELSE-Ketten: Mehrstufige Entscheidungslogik, um auch komplexe Sachverhalte abzubilden.
- Bulk-Processing: Automatisierte Massenverarbeitung von Tausenden Produkten in Sekunden.

Die meisten Tools setzen auf eine visuelle, regelbasierte Oberfläche – Drag & Drop, Dropdowns, Bedingungsfelder. Fortgeschrittene Anwender können oft auch

eigene Skripte oder Expressions ergänzen, um maximale Flexibilität zu erreichen.

Wichtig: Feed Rules werden in einer festen Reihenfolge (Rule-Order) abgearbeitet. Wer hier unsauber arbeitet, riskiert widersprüchliche oder ungewollte Ergebnisse. Best Practice ist ein sauber dokumentiertes, versioniertes Regelwerk, das regelmäßig getestet und optimiert wird.

Best Practices für Feed Rules: Fehler vermeiden, Performance maximieren

Wer glaubt, Feed Rules seien ein One-Shot-Setup, hat das Prinzip nicht verstanden. Datenfeeds sind dynamisch, Produkte wechseln, Plattform-Policies ändern sich. Damit Feed Rules nicht zur Fehlerfalle werden, braucht es Disziplin und Know-how. Hier die wichtigsten Best Practices aus der Praxis:

- Regelmäßiges Monitoring: Feed-Diagnosen, Fehlermeldungen der Zielplattformen, Datenvalidierungen – alles regelmäßig kontrollieren.
- Testumgebungen nutzen: Neue Regeln nie „live“ aktivieren, sondern mit Testfeeds und Sandbox-Accounts prüfen.
- Regel-Hierarchien sauber planen: Abhängigkeiten und Reihenfolge dokumentieren, um Seiteneffekte zu vermeiden.
- Fallbacks und Defaults setzen: Für alle kritischen Felder sinnvolle Standardwerte definieren, um Ablehnungen zu vermeiden.
- Versionskontrolle und Protokollierung: Jede Regeländerung dokumentieren, um Fehlerquellen nachvollziehen zu können.
- Datentransparenz schaffen: Klar definierte Regeln für Datenherkunft, Mapping und Transformation, am besten in einem zentralen Regelwerk.

Die Performance steht und fällt mit der Datenqualität. Wer hier schlampt, riskiert fehlerhafte Ausspielungen, Policy-Verstöße und teure Ablehnungen. Professionelles Feed-Management ist kein Hobby für Excel-Fans, sondern eine technische Disziplin mit direktem Einfluss auf die Kampagnenperformance und Conversion-Rate.

Fazit: Feed Rules sind Pflichtprogramm im datengetriebenen Marketing

Feed Rules sind das Rückgrat jeder skalierbaren Datenfeed-Strategie. Sie machen aus rohen, oft chaotischen Produktdaten einen performanten, plattformgerechten Superfeed – und sind damit die Voraussetzung für erfolgreiche Shopping-Kampagnen, Dynamic Ads und Marktplatz-Listings. Wer sie

ignoriert, zahlt mit Ablehnungen, Chaos und verlorener Reichweite. Wer sie meistert, gewinnt Kontrolle, Geschwindigkeit und Datenqualität.

Die Zukunft des datengetriebenen Marketings ist regelbasiert, automatisiert und granular steuerbar. Feed Rules sind dabei das entscheidende Werkzeug, mit dem du komplexe Anforderungen, wechselnde Plattform-Policies und schnelllebige Sortimente in den Griff bekommst – ohne den Verstand zu verlieren. Wer sie richtig einsetzt, macht aus Daten echtes Marketing-Gold.