











DataNerds™

GMC PRODUCT DISAPPROVAL

Disapproved producten in Google Merchant Center: wat is er aan de hand en hoe los je het op?

Wanneer producten worden afgekeurd (disapproved) in Google Merchant Center, kan dat zorgen voor stress, frustratie en directe omzetverliezen.

Producten die niet zijn goedgekeurd, worden immers niet vertoond in Google Shopping of Performance Max-campagnes.

Zichtbaar	Status	Afbeelding	Titel	Product-ID	Prijs	Voorbestelde uitverkoopprijs	Beschikbaarheid	Gegevensbron	Laatste update
	Niet goedgekeurd		dames oestreeet oilet met korte mouwen Oranje / L/XL	shopify_ZZ_101 98400794966_5 262795957896 6	€ 52,99	-	Op voorraad	Shopify App API	3 mrt 2026 22:09:49
	Niet goedgekeurd		dames oestreeet oilet met korte mouwen Oranje / L/XL	shopify_ZZ_101 98400794966_5 262795957896 6	€ 52,99	-	Op voorraad	Shopify App API	3 mrt 2026 14:52:01
	Niet goedgekeurd		dames oestreeet oilet met lange mouwen Blauw / S/M	shopify_ZZ_101 98399582550_5 262795633493 4	€ 59,99	-	Op voorraad	Shopify App API	3 mrt 2026 14:51:27
	Niet goedgekeurd		dames ballonbroek met hoge taille en wijde pijpen Lichtroze / M	shopify_ZZ_101 98434251094_5 262808222959 0	€ 79,99	-	Op voorraad	Shopify App API	3 mrt 2026 13:36:17

Disapprovals zijn vrijwel altijd oplosbaar.

Met de juiste structuur, kennis en werkwijze los je deze problemen systematisch op én voorkom je dat ze terugkeren.

In deze Blueprint lezen we meer over:

- waarom disapprovals ontstaan
- de verschillende soorten Merchant Center-fouten
- de meest voorkomende oorzaken
- het proces om afgekeurde producten structureel te fixen

Google Shopping werkt fundamenteel anders dan gewone Google Ads. Voordat producten kunnen worden geadverteerd, moet Google ze begrijpen, verifiëren en vertrouwen.

Dat betekent dat je:

- een Merchant Center-account nodig hebt
- een productfeed moet aanleveren (of koppelen via Shopify / andere platformen)
- voldoen volgens strikte productspecificaties
- moet wachten op goedkeuring vóórdat advertenties actief kunnen worden getoond op Google.

Google controleert:

- je productdata (feed)
- je website (landingspagina's)

en de consistentie tussen die twee

Door de hoeveelheid regels, vereisten en uitzonderingen is het logisch dat veel webshops fouten maken, zeker in het begin. Dit gebeurt niet alleen bij beginners, maar ook bij ervaren e-commerce teams.

Het goede nieuws is dat dit bekende, veelvoorkomende problemen zijn en dat Google meestal duidelijk aangeeft wat er precies mis is.

Soorten Merchant Center-issues (en waarom dit belangrijk is)

Google deelt feedproblemen in op basis van ernst. Dit helpt je om prioriteiten te stellen.

1. Notificaties (blauw)

Dit zijn aanbevelingen en geen fouten. Bijvoorbeeld suggesties om je productbeschrijvingen te verbeteren. Ze hebben geen directe impact op je zichtbaarheid en zijn dus optioneel, maar kunnen wel helpen om je performance te verbeteren.

2. Waarschuwingen (geel)

Waarschuwingen blokkeren je advertenties nog niet, maar:

- verlagen de kwaliteit van je feed
- kunnen leiden tot slechtere prestaties
- worden vaak later echte errors

Voorbeeld:

Afbeelding van lage kwaliteit

-> Negeer je deze te lang, dan loop je performance mis.

3. Fouten / errors (rood)

Dit is code rood: producten worden afgekeurd, advertenties stoppen en in extreme gevallen kan je account zelfs geschorst worden.

Voorbeelden:

- ongeldige GTIN
- ontbrekende verzendinformatie
- prijs- of beschikbaarheidsverschillen

-> deze issues moet je altijd direct oplossen.

Meest voorkomende oorzaken van product disapprovals

1. Onjuiste productbeschikbaarheid

Google wil exact weten of een product:

- op voorraad is
- uitverkocht is
- alleen via pre-order beschikbaar is

Als je feed zegt “in stock”, maar je website toont “uitverkocht”, dan volgt een disapproval.

2. Ongeldige of slechte afbeeldingen

Google stelt hoge eisen aan productafbeeldingen:

- hoge resolutie (minimaal $\pm 1000 \times 1000$ px)
- duidelijke productweergave
- geen logo's, tekst of watermerken
- correcte afbeeldingslink (direct naar de afbeelding, niet naar een pagina)

slechte of irrelevante afbeeldingen leiden snel tot waarschuwingen of afkeuringen.

3. Verkeerde prijs of valuta

De prijs in je feed moet exact overeenkomen met:

- de prijs op de productpagina
- de juiste valuta
- eventuele sale prices

Zelfs kleine afwijkingen kunnen al tot disapprovals leiden.

4. Onjuiste landingspagina (URL-problemen)

Veelvoorkomende fouten:

- 404-pagina's
- verkeerde productpagina
- lege of geblokkeerde pagina's

-> Elke advertentie klik moet leiden naar een werkende, relevante productpagina.

5. Problemen met GTIN, MPN of merk

Google gebruikt Unique Product Identifiers (UPI's) om producten:

- te herkennen
- te vergelijken
- correct te tonen in Shopping-resultaten
- ontbrekende of foutieve GTIN's zijn één van de grootste oorzaken van afkeuringen.

Best practice:

gebruik een geldige GTIN als die bestaat
of gebruik brand + mpn
of geef expliciet aan: `identifier_exists = no`

Correcte identifiers verbeteren niet alleen approvals, maar ook zichtbaarheid en conversies.

6. Ontbrekende verzend- of belastinginformatie

Google vereist volledige transparantie over de kosten en voorwaarden:

- Verzendkosten: Vermeld altijd duidelijk wat de verzendkosten zijn, ook als de verzending gratis is.
- Verzendlanden: Zorg dat de landen waar je naartoe verzendt correct zijn ingesteld in zowel Merchant Center als je website.
- Belastinginstellingen: Stel de juiste BTW-tarieven in die overeenkomen met de berekeningen op je website.

Als deze informatie ontbreekt of niet overeenkomt met je website, volgt een error.

7. Verboden of beperkte producten

Google staat bepaalde productcategorieën niet toe, zoals:

- wapens
- drugs
- tabak
- namaakproducten

Deze worden altijd afgekeurd, ongeacht de kwaliteit van je feed.

Het proces om disapproved producten te fixen

-> Ga naar Diagnostiek in Merchant Center

Bekijk per issue de exacte foutmelding

Bepaal of het probleem zit in:

- je feed
- je website
- de productstructuur

Pas de juiste oplossing toe zonder te gokken. Controleer alles opnieuw en dien daarna je feed opnieuw in.

Wacht op herbeoordeling (meestal binnen 24–48 uur)

-> Door dit proces meerdere keren te doorlopen, bouw je routine op en worden toekomstige fixes steeds sneller.

Tot slot

Als je er echt voor kiest om te adverteren op Google en structureel met Google te werken, stel jezelf dan een eerlijke vraag: wil ik dit op lange termijn doen en ben ik bereid hier tijd en moeite in te steken?

Succesvol adverteren via Google vraagt nu eenmaal tijd, geduld en expertise. Wie bereid is om die investering te maken, bouwt aan een stabiel en schaalbaar verkoopkanaal.

Google Merchant Center is streng, maar niet onredelijk. De regels zijn er niet om het moeilijk te maken, maar om gebruikers een correcte, duidelijke en betrouwbare shopervaring te geven.

Wie die logica begrijpt en respecteert, zal merken dat goedkeuringen vlotter verlopen en campagnes stabielere presteren.

Wie zijn DataNerds?

Binnen het complexe Google-ecosysteem zijn configuratieproblemen, afkeuringen en compliance-uitdagingen vaak de grootste barrières voor eCommerce groei.

DataNerds, beheerd door LOOX, is het enige platform in België en Nederland dat deze technische diepgang en praktijkervaring rondom online advertising documenteert en deelt.

Wij geloven in het ontsluiten van deze kennis voor de Benelux-markt via onze vrij toegankelijke database. Echter, de realiteit leert dat sommige blokkades te complex of bedrijfskritisch zijn om zelf op te lossen. Voor situaties waarin standaardoplossingen tekortschieten, bieden wij de mogelijkheid om een van onze specialisten in te huren voor gestructureerde begeleiding.

Waarom bestaat DataNerds?

DataNerds is niet ontstaan vanuit theorie, maar vanuit ervaring.

We zijn gestart in e-commerce met een sterke overtuiging in de toekomst van digitale handel en online adverteren.

We investeerden meer dan €6.000 in opleidingen en expertise, in de verwachting dat we duidelijke begeleiding zouden krijgen rond hoe Google-advertising écht werkt. De realiteit was anders.

- Strenge Google-richtlijnen.
- Merchant Center-afkeuringen.
- Opschorting van onze Workspace.
- Geblokkeerde accounts.
- Geen omzet.
- Een business die stilviel.

Wat we merkten, was geen gebrek aan inzet, maar een gebrek aan duidelijke, gestructureerde kennis rond de technische basis van het Google-ecosysteem. Daarom zijn we beginnen graven. Niet om alles te weten, maar om één domein grondig te begrijpen: hoe Google Merchant Center, Ads-infrastructuur, metingen en compliance in de praktijk functioneren.

In België en Nederland zien we dat veel bedrijven actief zijn binnen Google, vaak met een Business Profile en Workspace maar dat de technische configuratie niet correct of onvolledig is. Adverteren is toegankelijk, maar de onderliggende structuur wordt vaak onderschat. We geloven dat strenge regels rond google een functie hebben: consumenten beschermen en professionaliteit verhogen. Ons doel is niet om die systemen te omzeilen, maar om ze correct te begrijpen en anderen te helpen er juist mee te werken.

Onze passie ligt bij data.
Data liegt niet.

Met de juiste configuratie zorgen data en metrics voor duidelijkheid in plaats van verwarring.

We geloven dat echte expertise niet betekent dat je alles weet. Expertise betekent dat je zelf in de praktijk staat, analyseert, test, observeert en verbanden legt om gericht te achterhalen waar het werkelijk fout loopt. Niet vertrekken vanuit snelle antwoorden, maar vanuit een grondig begrip van het probleem en van daaruit een doordachte oplossing uitwerken.

Volg ons op social media
LinkedIn [DataNerds](#)
Instagram [DataNerds.be](#)

Info@datanerds.be
www.datanerds.be

DataNerds handelend onder LOOX bv
BE10 3140 1097

