

## **Richtlinien für die Einstellung von Produktinformation bei Amazon.de**

### **Lebensmittel**

Die Produktinformationen, die Sie an Amazon übermitteln, erscheinen für alle Kunden sichtbar auf der Produktdetailseite des Artikels.

Da es beim Online-Einkauf nicht möglich ist, das Produkt physisch in die Hand zu nehmen, möchten wir dem Kunden so viele Informationen wie möglich zur Verfügung stellen, um damit das Beratungsgespräch zu ersetzen und den Kunden vom jeweiligen Produkt zu überzeugen. Aus unserer langjährigen Erfahrung wissen wir, dass eine informative Produktdetailseite das Verkaufen wesentlich besser fördert, als eine Seite, die nur wenig Inhalt bietet. Darüber hinaus vermag eine gute und ausführliche Artikelbeschreibung die Retourenquote zu verringern und kann Ihnen als Händler so helfen, die Kosten zu senken.

Umfassende Produktinformationen dienen auch dazu, dass die Seiten für Suchmaschinen besser und rascher gefunden werden. Je mehr Inhalt Sie auf Ihrer Produktseite darstellen, desto höher die Wahrscheinlichkeit, dass die Seite bei führenden Suchmaschinen im Ranking höher erscheint und somit von mehr Besuchern gefunden und angeklickt wird.

Bessere Bilder und Produktbeschreibungen = Mehr verkaufen

Bitte verwenden Sie für jede Produktkategorie die jeweils passende Produktvorlage (so genanntes Flat File), um Ihre Produktinformationen aufzuspielen. Alle Texte sollten immer auf Deutsch sein. Bitte lesen Sie die nachfolgenden Informationen aufmerksam durch und passen Ihre Angebotsdaten dementsprechend an.

#### **Aufbau des Titels**

Der Titel des Produktes ist das erste Detail, das der Kunde auf der Produktdetailseite sieht. Stellen Sie sich folgende Fragen: Versorgt der Titel den Kunden mit den richtigen Informationen über Ihr Produkt? Wird das Interesse des Kunden geweckt, sodass er sich Ihr Angebot weiter ansieht?

Amazon verwendet den Produkttitel, um Ihre Produkte in den Suchergebnissen zu zeigen. Ein präziser und relevanter Titel erzeugt Traffic auf Ihr Produkt. Überprüfen Sie die Titel auf Exaktheit und einheitliches Format. Befolgen Sie den Leitfaden, um Produkttitel zu erstellen, die dem Kunden einen guten ersten Eindruck vermitteln:

Tipps um einen erfolgreichen Titel zu erstellen:

Positive Aspekte	Negative Aspekte
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schreiben Sie den Anfangsbuchstaben jedes Wortes groß (Beachten Sie die Ausnahmen nebenan)</li> <li>• Benutzen Sie Zahlen (2 anstatt von zwei)</li> <li>• Im Falle eines Bundles (=Gebinde), geben Sie den Inhalt der Einzelartikel in Klammern an, wie z.B. (48 Kapseln)</li> <li>• Halten Sie den Titel kurz, aber geben Sie wichtige Informationen an</li> <li>• Maximal 50 Zeichen</li> </ul> <p>Anmerkung: Bitte benutzen Sie nur Standardzeichen. Type 1 High ASCII characters (®, ©, ™, etc.) oder andere spezielle Zeichen werden nicht unterstützt.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keine Angabe von Preisen und Mengen</li> <li>• Verwenden Sie KEINE Großbuchstaben (außer am Wortanfang)</li> <li>• Keine Informationen über den Verkäufer</li> <li>• Keine Verwendung von Werbebotschaften wie "Ausverkauf" oder "Versandkostenfreiheit" (nutzen Sie hierfür die Option „Werbeaktionen verwalten“)</li> <li>• Verwenden Sie nicht Ihren Verkäufernamen für Marken oder Hersteller, es sei denn Ihr Produkt ist eine Handelsmarke</li> <li>• Verwenden Sie keine Symbole in den Angeboten (z.B. ! * \$ ?)</li> <li>• Keine Verwendung von Kommentaren wie "Hot Item" oder "Best Seller"</li> </ul> <p>Anmerkung: Die Verwendung von Firmeninformationen oder Werbebotschaften kann negative Auswirkungen auf Ihr Verkäuferkonto haben.</p>

Elemente, die verwendet werden können (wenn verfügbar):

[Marke]+[Artikelname]+[Größe/Geschmack/Farbe]+[Menge]

Beispiele für Produkttitel:

Marke	Artikelname	Größe/Farbe/Geschmack	Menge
Nescafé	Dolce Gusto	Caffè Crema Grande	3er Pack (48 Kapseln)
Jacobs	Tassimo	Caffè Crema XL	5er Pack (80 Discs)

Gutes Beispiel:

**Nescafé Dolce Gusto Caffè Crema Grande, 3er Pack (48 Kapseln)**  
 von [Nescafé](#)  
 ★★★★★ (10 Kundenrezensionen) Mehr zu diesem Artikel

Preis: **EUR 13,49** (EUR 0,28 / Kapsel) **Kostenlose Lieferung ab EUR 20 Bestellwert. Alle Bücher und Blu-rays versandkostenfrei.** [Details](#)

**Auf Lager.**  
 Verkauf und Versand durch Amazon.de. Geschenkverpackung verfügbar.  
**Lieferung bis Freitag, 23. April:** Bestellen Sie in den nächsten 1 Stunde und 43 Minuten und wählen Sie **Overnight-Express** an der Kasse. [Siehe Details.](#)  
**1 neu ab EUR 13,49**

Schlechtes Beispiel:

**BESTE Auswahl: Probierset Espresso 'Gourmet', gemahlen**  
[Business-Coffee GmbH](#)  
 Noch keine Kundenrezensionen vorhanden: [Schreiben Sie die erste!](#) [Mehr zu diesem Artikel](#)

Preis: **EUR 24,95**  
**Auf Lager.**

### Marke & Hersteller

Informationen über die Marke erlauben dem Kunden sich auf ein Modell und eine Marke festzulegen. Dieses Feld erhöht die Genauigkeit der Suche zu Ihren Angeboten und hilft dem Kunden Ihre Artikel zu finden. Der Erfahrung nach bietet die Marke die beste Identifikation eines Produktes, mitunter spielt aber auch der Hersteller eine bedeutende Rolle spielt. Wir empfehlen Ihnen daher beide Felder auszufüllen.

Marke	Hersteller
<p>Einzigartige und identifizierbare Merkmale (Symbol, Verbindung, Name oder Handelsmarke) helfen sich zwischen konkurrierenden Produkten zu entscheiden Ein Name wird dazu genutzt ein Produkt von Wettbewerbern abzugrenzen; dieser kann sich auf einen einzelnen Artikel, eine Produktlinie oder ein Unternehmen beziehen</p> <p>Ein Name oder Symbol wird zur Identifizierung von Produkten oder Services eines Verkäufers genutzt und grenzt diese von Ihren Wettbewerbern ab</p> <p>Beispiel: Nescafé</p>	<p>Ein Gewerbe beschäftigt sich mit der Herstellung eines Produktes. Jemand der etwas produziert.</p> <p>Beispiel: Nestlé</p>

## Hauptmerkmale des Produktes - Highlights

Die Highlights des Produktes auf der Detailseite stellen dem Kunden mehr Informationen über Ihr Produkt zur Verfügung und können die Kaufentscheidung maßgeblich beeinflussen.

- Weisen Sie auf die fünf Schlüsselmerkmale Ihres Artikels hin
- Behalten Sie eine konsequente Ordnung bei. Wenn das erste Produktmerkmal den Geschmack des Produktes beschreibt, behalten Sie diese Ordnung für alle anderen Produkte bei
- Wiederholen Sie wichtige Informationen von Titel und Beschreibung
- Beginnen Sie jedes Highlight mit einem Großbuchstaben
- Schreiben Sie alle Zahlen aus
- Trennen Sie die Phrasen mit Semikolons bei Highlights mit mehreren Phrasen
- Kürzen Sie Größenangaben wie z.B. Milliliter oder Zentimeter wie folgt ab:
  - Meter: m
  - Dezimeter: dm
  - Zentimeter: cm
  - Millimeter: mm
  - Liter: l
  - Deziliter: dl
  - Zentiliter: cl
  - Milliliter: ml
- Vermeiden Sie Satzzeichen wie Bindestriche, Symbole, Punkten und Ausrufezeichen Vermeiden Sie die Verwendung von vagen Andeutungen; verwenden Sie möglichst eindeutige Produktmerkmale
- Verwenden Sie keinerlei Preis- und Werbeinformationen
- Vermeiden Sie Versand- und Firmeninformationen. Die Informationen von Amazon beinhalten diese Angaben bereits
- Die Beschreibung hilft dem Kunden das Produkt zu bewerten, sodass fehlende wichtige Informationen negative Auswirkungen auf Ihren Umsatz haben

Inhalt	Beispiel:
1. Highlight	Glutenfrei
2. Highlight	Hergestellt in Deutschland
3. Highlight	Für Vegetarier geeignet
4. Highlight	100% biologische Herstellung
5. Highlight	Im Original-Steinofen gebacken

## **Informationen für Allergiker und besondere Inhaltsstoffe**

Geben Sie jegliche relevanten Informationen für Allergiker oder besondere Inhaltsstoffe an, worauf Kunden besonders achten, wie z.B. „Dieses Produkt kann Spuren von Nüssen enthalten“. Diese Informationen helfen Kunden, auch bei besonderen Ernährungsbedürfnissen die richtigen Produkte auszuwählen. Geben Sie diese Informationen genauso, wie auf der Produktverpackung ausgezeichnet, an.

## **Inhaltsstoffe**

Die Inhaltsstoffe müssen so angegeben werden, wie sie auf der Produktverpackung zu finden sind. Geben Sie bitte alle „Big Eight“ an. Die Inhaltsstoffe werden nur dann auf der Detailseite angezeigt, wenn alle notwendigen Werte (Brennwert, Fettgehalt, Eiweißgehalt, Kohlenhydrate, Zuckergehalt, Ballaststoffgehalt, Natriumgehalt, Gesättigte Fettsäuren) ausgefüllt wurden. Jeder der Inhaltsstoffe muss entweder pro 100 g oder 100ml angegeben werden.

## **Welche Werte sollten Sie zur Verfügung stellen?**

Der Energiegehalt sollte pro 100 g oder 100 ml in KJ (Kilojoule) angegeben werden. Amazon rechnet den Wert in kcal (Kilokalorien) um. Im Feld „serving size“ der Produktvorlage geben Sie daher bitte stets „100“ als Wert an.

## **Hinweise (Directions)**

Wenn verfügbar, geben Sie bitte Anwendungs- und Gebrauchshinweise Ihres Produktes an.

## **Biologische Zertifizierung (Organic Certification)**

Kennzeichnen Sie biologisch zertifizierte Produkte (Feld frei lassen, wenn Ihr Produkt keine biologische Zertifizierung besitzt).

## **Grundpreisangabe**

Durch Umsetzung einer EU-Richtlinie in Deutschland müssen alle Produkte, die nach Gewicht, Volumen oder Länge angeboten werden, mit dem Grundpreis ausgezeichnet werden. Wenn Sie zum Beispiel 200g Kaffee für 4 EUR anbieten, muss ein Grundpreis von 2 EUR / 100g angezeigt werden. Um den Grundpreis korrekt darzustellen, benötigt Amazon von Ihnen das Gewicht, Volumen oder die Länge des Produktes.

Bitte beachten Sie, dass bei der Grundpreis-Berechnung die Felder in der angegebenen Reihenfolge bearbeitet werden. Sofern Sie mehrere Felder angeben sollten, wird das erste

gefundenen Feld verwendet. Daher werden, wenn Sie z.B. display-weight ausgefüllt haben, alle darauffolgenden Grundpreis-Felder ignoriert. Geben Sie daher stets nur die preisrelevante Dimension an.

display-weight	Das Gewicht des Produktes, ggf. Abtropfgewicht
display-weight-unit-of-measure	Die Maßeinheit des zuvor angegebenen Produktvolumens
display-volume	Das Volumen des Produktes
display-volume-unit-of-measure	Die Maßeinheit des zuvor angegebenen Produktvolumens

### Produktbeschreibung

In der ausführlichen Produktbeschreibung haben Sie Gelegenheit, näher auf die Vorteile und Eigenschaften Ihres Produkts einzugehen. Hier findet das „Beratungsgespräch“ mit Ihrem Kunden statt. Eine genaue Beschreibung des Artikels hilft dem Kunden, den Artikel besser beurteilen und einschätzen zu können. Nutzen Sie die Produktbeschreibung, um Ihren Artikel positiv von vergleichbaren Artikeln auf dem Markt abzuheben.

Positive Aspekte	Negative Aspekte
<p>Beschreiben Sie die wichtigsten Merkmale und geben Sie Informationen über Art des Weines, Winzer, Geschmack, Lagerung und ggf. Servierhinweise</p> <p>Schreiben Sie knapp und präzise, wobei alle wichtigen Informationen enthalten sein sollen</p> <p>Verwenden Sie korrekte Grammatik, Groß- und Kleinschreibung sowie vollständige Sätze</p> <p>Machen Sie nur fundierte, wahrheitsgemäße Angaben</p>	<p>Vermeiden Sie die Nennung des Verkäufersnamens, E-Mail-Adressen, Websites oder weitere firmenspezifische Informationen</p> <p>Beschreiben Sie nur das Produkt, das zum Verkauf steht; dies ist Ihre Gelegenheit dem Kunden mitzuteilen, was genau er kauft</p> <p>Keine Verwendung von Werbebotschaften wie "Ausverkauf" oder "Versandkostenfreiheit" (verwenden Sie hierfür das „Promotion Manager Tool“)</p>

**Gute Beschreibung:**

*Diese starke Röstung hat durch eine zwei Minuten längere Röstung einen kräftigeren Geschmack als die Normalröstung. Der Geschmack ist vielfältig und reicht von Haselnüssen über Fruchtaromen bis hin zu angenehmen Holznoten. Der Nachgeschmack ist rund, elegant und lang anhaltend.*

*Die Kaffeebohnen werden aus Steinfrüchten verschiedener Pflanzenarten aus der Familie der Rubicae gewonnen. Die beiden wichtigsten Arten der Kaffeepflanze sind Coffea arabica (Arabica-Kaffee) und Coffea canephora (Robusta) mit vielen Sorten/Varietäten. Die Zusammensetzung dieses Produktes ist: 70 % Arabica & 30 % Robusta.*

**Bitte beachten Sie, die Angabe Ihres Händlernamens oder von URL in der Produktbeschreibung ist nicht vorgesehen.**

**Mehrfachpackungen (Bundles oder Gebinde) / Anzahl der Einheiten pro Paket (Item Package Quantity oder IPQ)**

Informationen über Mehrfachpackungen (Gebinde) geben dem Kunden Auskunft über die Anzahl der Einheiten pro Paket (IPQ) in einem Angebot. Stellen Sie unbedingt sicher, dass Sie die richtige IPQ in den Datenpool eingegeben haben und dies korrekt auf der Detailseite angezeigt wird.

Hinweis: Manche Hersteller vergeben EANs für einzelne Artikel und verkaufen diese als Set (z.B. „2 für 1“). Einige Verkäufer brechen diese Sets auf und verkaufen die Einzelartikel. Um die Fehlerquote auf den Detailseiten und die Verwirrung des Kunden zu minimieren, ist es wichtig, dass Sie die IPQ des Artikels entweder im Set oder als Einzelprodukt angeben.

Produkt	Anzahl der Einheiten pro Paket (IPQ)	Warum?
Lindt: Nostalgie-Geschenkdose mit 100g Pralinen	1	Den Kunden erreichen 100g Pralinen in einer Blechdose.
Columela Extra Feines Olivenöl aus Spanien 750 ml Flasche	2	Den Kunden erreichen zwei 750ml Flaschen.

Hinweis: Geben Sie die Anzahl der Artikel, die Sie verkaufen, in Ihre Produktdatei ein. Dies sollte verhindern, dass unterschiedliche Angaben desselben Produktes auf der Detailseite zu finden sind.

Bitte beachten Sie die Angabe der Stückzahl Ihrer Produkte. Eine ASIN können Sie jeweils für nur

eine Stückzahl verwenden. Möchten Sie das Produkt in einer anderen Stückzahl anbieten, benötigen Sie hierfür eine separate ASIN. Bundles mit mehreren identischen Artikeln müssen mit der EAN des Herstellers des einzelnen Artikels eingetragen, und die angebotene Menge im Feld „Item Package Quantity“ hinterlegt werden.

## Produktabbildungen

Gute und vielfältige Produktabbildungen spielen bei der Kaufentscheidung insbesondere bei Bekleidung eine entscheidende Rolle. Da der Kunde die Kleider nicht anfassen kann, ist es umso wichtiger, dass er sie möglichst genau betrachten kann. Idealerweise liegen Bilder mit hoher Auflösung vor, so dass die Zoomfunktionalität genutzt werden kann. Außerdem empfehlen sich unbedingt mehrere Bilder mit unterschiedlichen Betrachtungswinkeln oder Detailausschnitten des Kleidungsstückes.

Gutes Bildmaterial trägt nicht nur zu mehr Verkaufserfolg bei, sondern kann auch die Retourenquote senken.

Produktabbildungen dürfen keinen Text, Wasserzeichen oder andere Mindestanforderung:

- Die Abbildung muss eine Mindestgröße von 500 Pixeln entlang der längeren Kante besitzen. Zoomfähig sind Aufnahmen ab einer Größe von 1200 Pixeln.
- Das Produkt muss 80% - 90% des Raumes der gesamten Bildfläche ausmachen. Das ganze Produkt muss im Bild dargestellt sein (kein Teil des Produkts darf abgeschnitten sein).
- Die Abbildungen müssen frei von Text, Rändern bzw. Rahmen, Logos, Etiketten, Preisschildern oder Wasserzeichen sein.
- Das Produkt muss gut erkennbar, gut ausgeleuchtet und in einer aussagekräftigen Perspektive dargestellt sein.
- Für das Hauptbild gilt, dass der Bildhintergrund zu 100% weiß sein muss (RGB 255,255,255 – dies erfordert eine Nachbearbeitung). Eine leichte Schattierung zur Abhebung des Produkts vom Bildhintergrund ist erlaubt.
- Bei weiteren Produktbildern sind farbige Hintergründe zulässig bzw. darf das Produkt in seinem Anwendungsumfeld dargestellt werden. Der Hintergrund darf jedoch nicht vom angebotenen Produkt ablenken. Text, schematische Darstellungen und Skizzen sind erlaubt, soweit sie zur Erklärung des Produkts beitragen.
- Wenn das Produkt in unterschiedlichen Ausführungen (z.B. Farben) erhältlich ist, muss für jede dieser Variationen ein eigenes Bild angelegt werden.
- Die Abbildungen müssen im Format JPG mit RGB Farbmodus vorliegen (Bilder im Farbmodus CMYK werden beim Aufspielen vom System zurückgewiesen).
- Bitte laden Sie keine Lifestyle-Bilder als Hauptbild hoch (als weitere Abbildungen sind diese Bilder erlaubt und sogar gewünscht).
- Bitte verwenden Sie keine Platzhalter wie „Bild nicht verfügbar“.



**Beispiele für gute Bilder:**



**Beispiele für schlechte Bilder:**



**Produktvarianten**

Möchten Sie Artikel in verschiedenen Ausführungen, wie z.B. verschiedenen Geschmäckern und/oder Größen anbieten, so müssen Sie sogenannte „product variations“, also Varianten eines Produkts erstellen. Varianten erlauben dem Kunden eine Auswahl zwischen Geschmack und Größe eines Produktes auf einer einzigen Detailseite. Diese können Sie über die Erzeugung von „Parent-Child“-Beziehungen erstellen. Varianten erzeugen ein klares und strukturiertes Einkaufsgefühl beim Kunden.

Eine Produkt-Variante besteht immer aus zwei Teilen:

Parent product: Das „parent product“, das übergeordnete Element, tritt lediglich als „Platzhalter“ auf und ist nicht verkaufbar. „Parent products“ besitzen weder Barcode noch Preis oder eine Größenangabe. Nichtsdestotrotz muss das „parent product“ mit Content, wie z.B. Produktabbildung, Produktinformationen, Artikelbeschreibung und allen Produktattributen ausgestattet werden. Den Produkttitel wählen Sie bitte beim „Parent Product“ generisch, d.h. ohne jegliche Größen- und Geschmacksangaben (z.B. Mars Schokoriegel).

Child products: Unter "child item" wird der Artikel verstanden, den Sie verkaufen möchten. Jedes „child“ hat einen eigenen Preis, Verfügbarkeit, Produktabbildungen etc. Der Titel des "child product" muss zusätzlich zum Namen des „parent product“ (Mars Schokoriegel) die entsprechenden Varianten- Attribute beinhalten (z.B. Mars Schokoriegel Nuss groß). Dieser Titel gibt dem Kunden Information darüber, was er kaufen wird. Ergänzen Sie diese Varianten-Attribute (Größe, Geschmack) nicht, so sind diese für den Kunden nach Abschluss des Kaufs nicht mehr sichtbar.

### Erstellen von Varianten:

Achten Sie bei der Erstellung von Varianten auf die richtige Konfiguration. Das nachstehende Beispiel erklärt Ihnen, worauf Sie achten müssen:

- Die Spalte "parentage" legt fest, ob die SKU ein Parent oder Child-Artikel ist.
- Die Spalte "parent-sku" wird nur für Child-Artikel verwendet, sie verknüpft das Child mit seiner Parent-SKU.
- Die Spalte "relationship-type" wird nur von Child-Produkten verwendet und gibt an, dass ein Varianten-Typ erstellt werden soll.
- Die Spalte "variation-theme" gibt an, welcher Varianten-Typ erstellt werden soll.

Das folgende Beispiel zeigt den Varianten-Typ "Flavor". Eine umfassende Liste aller möglichen Varianten-Typen finden Sie in der Lagerbestandsvorlage. Bitte denken Sie auch daran, die übereinstimmende Spalte (flavor) mit den zugehörigen Daten zu füllen (z.B. Banana, Strawberry).

	A	ET	EU	EV	EW	EX	EY
1	TemplateType=FoodAn	Variation information					
2	sku	parentage	parent-sku	relationship-type	variation-theme	size	flavor
3	333-parent	parent			Flavor		
4	3331	child	333-parent	variation	Flavor		Banana
5	3332	child	333-parent	Variation	Flavor		Strawberry
6							
7							

### Verwendung von Varianten:

Benutzung von einzelnen Varianten (Größe oder Geschmack)	Das Produkt ist ein einzelner Artikel der nur in der Größe (z.B. Kaffee: 0,5kg, 1 kg, 2 kg) oder im Geschmack (z.B. Schokodrops: Vollmilch-, Bitterschokolade)
---	--

<p>Benutzung von zwei Varianten (Größe und Geschmack)</p>	<p>Das Produkt ist ein einzelner Artikel der sowohl in Größe und Geschmack variiert, z.B. Kekse: Vanille - klein, Vanille – groß, Schokolade – klein, Schokolade - groß Ein identisches Produkt besitzt verschiedene Geschmäcker und Größen Sie verkaufen das gleiche Produkt wie ein anderer Händler, jedoch variiert der Geschmack und die Größe des Produktes</p>
---	--

Variationen können in Size (Größe), Flavor (Geschmack) und Size-Flavor (Größe und Geschmack) erstellt werden.

Beispiel für eine Detailseite mit Varianten:



Lebensmittel & Getränke | Erweiterte Suche | Stöbern | Marken | Kaffee & Tee | Bio

**MULTIPOWER Protein-Shake Formula 80 Evolution, Cocos (coconut), 750g Dose**  
von [Multipower](#)  
★★★★★ (35 Kundenrezensionen) [Gefällt mir](#) (0)

**Geschmack: Cocos**  
Wählen Sie zuerst: Geschmack

- Wählen Sie zuerst: Geschmack
- Mango-Maracuja
- Cocos
- Pistazie
- Cappuccino
- Vanille
- Citro-Quark
- Erdbeer
- Panna Cotta Himbeer
- Schoko
- Stracciatella
- Erdnuss-Karamell
- Heidelbeer-Joghurt
- Banane
- Cookies + Cream

**Kostenlose Lieferung.** [Details](#)

**Amazon Spar-Abo:** Erhalten Sie diesen Artikel regelmäßig mit 10% Rabatt auf kein Risiko, keine Verpflichtung. [Siehe Details](#)

de. Geschenkverpackung verfügbar.

Nur noch 14 Stück auf Lager - jetzt bestellen.

### Suchbegriffe („SearchTerm“)

Erhöhen Sie die Suchtrefferquote für Ihren Artikel, indem Sie mehrere relevante Stichwörter angeben. Dies sollten keine Begriffe sein, die schon im Produkttitel, im Marken- oder Herstellernamen enthalten sind, da diese bereits von der Suche berücksichtigt werden. Die Angabe von passenden Stichwörtern ist eine sehr gute Möglichkeit, die Trefferquote in externen Suchmaschinen (außerhalb von Amazon.de) zu verbessern. Die Angabe von anderen Marken als Suchbegriffe ist nicht erlaubt!

## Browse Tree Guides (Klassifikationslisten) – Recommended Browse Node

Die korrekte Zuordnung Ihrer Produkte in eine sogenannte „Browse Node“ ist für deren Auffindbarkeit von herausragender Bedeutung. Browse Nodes stellen Amazons Produktkategorisierung dar, so wie sie für Kunden auf der Website im Verzeichnisbaum des Katalogs beispielsweise beim Stöbern durch die verschiedenen Unterkategorien sichtbar ist.

Eine Browse Node besteht aus einer mehrstelligen, eindeutigen Nummer – der Browse Node ID – und einem Kategorienpfad, z.B.:

358567031 Kaffee, Tee & Kakao

Über die Browse Node ID kann Ihr Produkt eindeutig beschrieben werden. Diese Klassifikationsnummern bilden die Grundlage für die Produktzuordnung sowohl in der „Stöbern“-Navigation, als auch für die Amazon.de- Produktsuche. Angesichts der Vielzahl der bei Amazon.de angebotenen Artikel entscheidet eine eindeutige Zuordnung Ihrer Artikel zu diesen Browse Node IDs darüber, dass Kunden Ihre Produkte in den entsprechenden Kategorien finden können.

Alle verfügbaren Unterkategorien für die Kategorie Lebensmittel finden Sie [hier](#) (oder auf den [Seller Central Hilfeseiten](#)).

1) Ermitteln Sie den zu Ihrem Produkt am besten passenden Pfad im Verzeichnisbaum (Beispiel: Kategorie/Instant- & Fertiggerichte/Reisgerichte). In allen übergeordneten Browse Nodes erscheint Ihr Produkt automatisch. In diesem Fall die Browse Nodes „Kategorie/Instant- & Fertiggerichte/“, sowie „Kategorie/Instant- & Fertiggerichte/Reisgerichte“

Wählen Sie die jeweils tiefste Ebene aus. Verwenden Sie keinesfalls die grau hinterlegten Browse Node- Einträge der übergeordneten Verzeichnisse; diese sind ausschließlich zu Darstellungszwecken im Browse Tree eingepflegt.

2) Als Nächstes weisen Sie im Flat File Ihrem Produkt die passende Nummer des Seitenverzeichnisses (Browse Node) zu. Geben Sie die Browse Node so präzise wie möglich an. Für „Kategorie/Instant- & Fertiggerichte/Reisgerichte“ geben Sie die Browse Node ID 364732031 ein.

Sollten Sie in diesen Browse Nodes andere, nicht zur Kategorie zugehörige Produkte anbieten, besteht die Gefahr, dass Ihr Angebot entfernt wird.

### Hinterlegung eines Impressums in Ihrem Verkäuferkonto:

Bitte achten Sie darauf, in Übereinstimmung mit den geltenden Teilnahmebedingungen ein ausführliches Impressum und Kontaktangaben **in Ihrem Verkäufershop** zu hinterlegen und sorgen Sie dafür, dass alle rechtlich erforderlichen Informationen, wie z.B. Rechtsform der

Gesellschaft, Adresse, direkte Kontaktmöglichkeit (Telefon/Fax zusätzlich zu E-Mail), Registernummern und Vertretungsberechtigter in Ihrem Impressum angegeben sind. Bitte holen Sie externe rechtliche Beratung ein, falls Sie sich unsicher sind, welche Informationen Sie aufführen müssen. Das Impressum können Sie unter Einstellungen > Ihre Informationen und Richtlinien > Info zum Verkäufer abspeichern.