

Ihr Verkaufserfolg bei Amazon.de hängt auch von der Qualität der hinterlegten Produktinformationen ab. Produkte, die in einem konsistenten Format mit präzisen und detaillierten Produktinformationen angelegt sind, werden von Kunden leichter gefunden und können deren Kaufentscheidung positiv beeinflussen. Bitte beachten Sie, dass die Nichteinhaltung der Qualitätsrichtlinien von Amazon zu einer Ausblendung der Artikel aus den Ergebnissen der Such- und Stöberfunktion der Amazon-Webseite, oder zum Entzug Ihrer Verkaufsberechtigung in dieser Kategorie führen kann. Für weiterführende Informationen hierzu überprüfen Sie bitte das entsprechende Kapitel in diesem Style Guide.

1 **2** **3**

SWING

Swing Damen Spitzenkleid mit Satinband
 ★★★★★ 10 Kundenrezensionen

Preis: EUR 33,45 - EUR 139,96 & KOSTENFREIE Rücksendung
 Alle Preisangaben inkl. USt

Passform: Wie erwartet (75%)

Größe:
 Auswählen Größentabelle

Farbe: Rosa (Hellrosa 6969)

- Satin Bindegürtel
- transparente elastische Spitze im oberen Bereich; weich fließendes Material
- Ärmellos
- 100% Polyester
- A-Linie
- Pflegehinweis: Chemische Reinigung
- Corsage mit stäbchenverstärktem Bustier; schmeichelnde Passform

EVEN&ODD
 Partykleid mit extravagantem Rücken-Ausschnitt
 > Jetzt einkaufen

Even&Odd Jerseykleid Damen in Schwarz oder Rot
 ★★★★★ 8
 EUR 29,95 ✓prime

Das obige Beispiel steht exemplarisch für eine konforme Produktpräsentation auf www.amazon.de. Im folgenden Abschnitt finden Sie die Hauptanforderungen, um eine ähnliche konforme Darstellung für Ihre Produkte zu erreichen.

1 **Produktbilder** müssen eine Mindestgröße von 1600 Pixeln an der längsten Seite aufweisen (um die Zoom-Funktion zu aktivieren), einen klaren, weißen Hintergrund haben, nur das zum Verkauf angebotene Produkt zeigen, nur eine Frontansicht zeigen, ein Verhältnis von 3:4 (Breite:Höhe) haben. Das Produkt muss mindestens 85% der Bildfläche bedecken und eine wahre Präsentation des Produkts (keine Zeichnungen) ohne Graphiken und extra Text zeigen. Jede Farbvariation erfordert ein Bild, für den Großteil der Produkttypen sollte das Produkt von einem Model getragen werden (außer Accessoires, transparenter Bekleidung und Kinderbekleidung). Bilder sollten im Format .jpg, .png, .tif oder .gif gespeichert werden. **Weitere Informationen finden Sie im Style Guide Bekleidung auf den Seiten 3 bis 4 und in dem Style Guide für Produktbilder.**

2 Alle **Varianten** eines Produktes müssen unter einer Parent-ASIN erstellt werden. Im obigen Beispiel gibt es ein Drop-Down Menü mit Größen und fünf Farben. Kunden können somit leicht alle verfügbaren Größen und Farben finden und auswählen, ohne die Produktdetailseite verlassen zu müssen. Da jeder Seitenaufwurf einer Variante innerhalb der Parent-ASINs gezählt wird, steigern Sie Ihre Verkaufschancen (die Anzahl der Seitenansichten ist ein Kriterium, das für die Top-Suchresultate relevant ist). **Weitere Informationen dazu finden Sie im Style Guide Bekleidung auf den Seiten 5 und 6.**

3 Ansprechende **Produkttitel** schaffen Kundenvertrauen. Das Format für Titel von Parent-ASINs lautet wie folgt:
Parent ASIN: [Marke] + [Name der Abteilung] + [Stil/Form] + [Produktname] + [Modellname] + [Blickdichte*] + [Artikel Anzahl] + "er Pack"

Child-ASINs: [Parent Titel] + [Farbe] + [Größe]

Es gibt hier eine Länge-Beschränkung, die die Titel mit mehr als 150 Zeichen ausblenden wird. Ein Beispiel für den Parent-Titel finden Sie oben und ein Beispiel für den Child-Titel lautet: odji Ultra Damen A-Linie Kleid Gerippt Grün 38.

Weitere Informationen dazu finden Sie im Style Guide Bekleidung auf den Seiten 8 bis 9.

Dieser Style Guide wird Ihnen helfen, Ihre Produkte effektiv anzubieten und Ihre Umsätze zu maximieren.

Ihr Verkaufserfolg bei Amazon.de hängt entscheidend von der Qualität der hinterlegten Produktinformationen ab. Produkte, die in einem konsistenten Format mit präzisen und detaillierten Produktinformationen angelegt sind, werden von Kunden leichter gefunden und können deren Kaufentscheidung positiv beeinflussen.

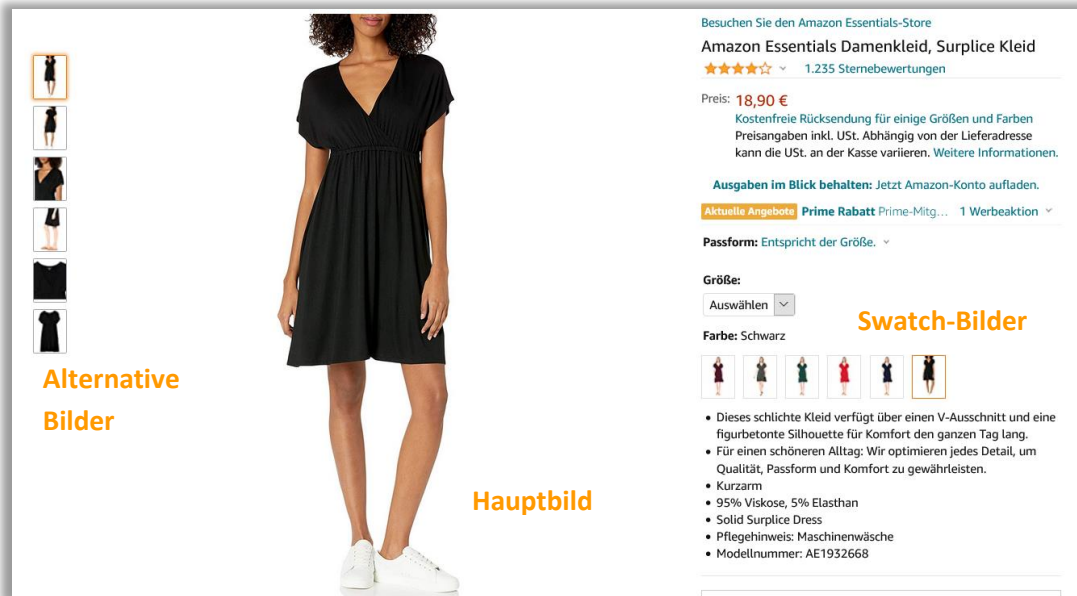
Zum Nutzen aller Kunden und Verkäufer auf www.amazon.de nehmen wir die Qualität der auf unserer Webseite angezeigten Produktdaten sehr ernst. Bitte lesen Sie sich die folgenden Richtlinien genau durch, um zu verstehen, welche Produktinformationen wir von Verkäufern erwarten. Die Nichtbeachtung der Richtlinien kann dazu führen, dass Ihre Produktlistungen entfernt und Ihnen die Verkaufsrechte für diese Kategorie entzogen werden.

INHALT

A) Produktbilder.....	3
B) EAN	4
C) Varianten.....	5
D) Größen	6
Weitere größenbezogene Attribute	6
Empfehlungen zur Reduktion von größenbedingten Kundenretouren	7
E) Farben	7
F) Titel.....	8
G) Erhöhung der Auffindbarkeit.....	9
1. Browse Nodes	9
10	
2. Suchfilter	10
3. Andere produktspezifische Attribute.....	11
4. Marke	11
5. Produktbeschreibung.....	11
6. Suchbegriffe	12
H) Glossar	13

A) Produktbilder

Das Produktbild ist in einem Online-Shop das wichtigste Marketing-Werkzeug. Produkte, die in schlechter Bildqualität oder mit zu wenigen Bildern dargestellt werden, haben geringere Konversionsraten und werden im Laufe der Zeit weniger prominent in Suchergebnissen angezeigt.



In diesem [Video](#) lernen Sie, wie Sie mit 12 einfachen Tipps Ihre Bilder verbessern können. Bitte schauen Sie in den vollständigen [Style Guide für Produktbilder](#), um einen Überblick zu allen weiteren Informationen bzgl. der Anforderungen in den verschiedenen Produktkategorien in Bekleidung zu erhalten .

Wichtig: Produktangebote, die nicht [unseren Richtlinien](#) entsprechen, können innerhalb der Suchergebnisse depriorisiert oder ausgeblendet werden.

Diese Produktangebote sind weiterhin über [Lagerbestand verwalten](#) -> [ausgeblendete Angebote korrigieren](#) in Ihrem Verkäuferkonto zugänglich. Hier können Sie die betroffenen Produkte identifizieren und passende Bilder und Informationen hochladen. Wir empfehlen Ihnen den Lagerbestandsbericht [Fehlende Angebotsdaten und ausgeblendete Angebote](#) regelmäßig zu überprüfen, damit Sie an der Verbesserung Ihrer Listungsqualität arbeiten können.

✓ Do's	Für Hauptbilder:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Produktfotos an einem Model (außer Accessoires, transparente Bekleidung und Kinderbekleidung) ✓ Reinweißer Bildhintergrund (Hex #FFFFFF oder RGB-Wert: 255-255-255) ✓ Frontansicht des Produkts, vorzugsweise ohne ablenkende Accessoires ✓ Vollständige Abbildung des Produkts (kein Teil des Produkts darf abgeschnitten sein) ✓ Seitenverhältnis 3:4 (Breite:Höhe), mind. 85% der gesamten Bildfläche ausgefüllt ✓ Jede parent und child ASIN muss ein Hauptbild haben
	Für Haupt- und alternative Bilder:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Hochaufgeföste, professionelle Fotos (mind. 1600 Pixel, um die Zoomfunktion zu aktivieren) ✓ Die Produktfarbe muss der Originalfarbe entsprechen ✓ Auf Produktbildern für transparente Bekleidung müssen Genitalien, Gesäß, Brüste und Brustwarzen verdeckt sein. Hierfür sollen zusätzlich bedeckende Kleidungsstücke darunter getragen werden.

× Don'ts	Für Hauptbilder:	<ul style="list-style-type: none"> × Angebote ohne Hauptbilder oder nur mit einem Platzhalter (z. B. „kein Bild verfügbar“) sind verboten. × Kein rein-weißer Hintergrund × Rahmen, Logos, Wasserzeichen, Text, Farbblöcke, extra Bilder oder Skizzen × Mehrere Ansichten oder verschiedene Farb-/ Größenvarianten, außer das Produkt ist ein Multitpack-Artikel (dies muss im Titel erwähnt werden) × Produkte, die auf einer Schaufensterpuppe, einem Kleiderbügel oder einem Halter fotografiert werden und gefaltete Produkte × ‚Selfie‘- Bilder, in Schwarz und Weiß, oder ein sitzendes oder liegendes Model × Verpackungen, Etiketten, Zertifikate oder BroschürenAblenkende Accessoires (z. B. Tasche, große Ohrringe, Sonnenbrille)
	Für Haupt- und alternative Bilder:	<ul style="list-style-type: none"> × Bilder, die verschwommen oder verpixelt sind, gezackte Ränder × Kinderbekleidung an einem Model × Produktabbildungen, die kleiner als 1600 Pixel sind × Auf den Bildern dürfen keine intimen Körperteile gezeigt werden (Gleiches gilt für Hände, Balken oder andere Grafiken, die intime Körperteile bedecken; provokative Konturen von intimen Körperteilen und Retusche nackter Haut) × Models dürfen nicht in provokativen Pose oder mit anstößigem Gesichtsausdruck gezeigt werden (Beine und Mund müssen geschlossen sein, Augen geöffnet) × Bilder dürfen keinen anstößigen oder irreführenden Inhalt zeigen (z. B. Hass, Intoleranz, Gewalt, Kinderausbeutung, menschliche Tragödie).

Bitte beachten Sie unseren [Style Guide für Produktbilder](#) mit Beispielen von konformen Produktbildern.

B) EAN

Die EAN (Europäische Artikelnummer; neu: Internationale Artikelnummer) ist ein 13-stelliger Zahlencode, der jedem einzelnen Artikel zugewiesen wird und der eindeutigen Produktidentifizierung dient.

Amazon.de verlangt von allen Verkäufern die Angaben von EANs für deren Produkte. EAN-Barcodes werden vom Hersteller bereitgestellt.

Wichtig: Produktangebote mit fehlender EAN („external_product_id“) werden ausgeblendet, wenn die Listung Marken enthält, die EANs besitzen. Diese Produktangebote sind jedoch weiterhin in Ihrem Verkäuferkonto [über Lagerbestand verwalten](#) -> [ausgeblendete Angebote korrigieren](#) zugänglich. Hier können Sie die betroffenen Produkte identifizieren und passende Bilder und Informationen hochladen.

Falls Sie der Markeninhaber von Produkten ohne EAN sind (= Hersteller - auch bezogen auf personalisierte und handgefertigte Produkte; Inhaber von Eigenmarken oder Hersteller markierter White-Label-Produkte), können Sie die Amazon-Markenregistrierung beantragen. Hier registrierte Marken erhalten einen sogenannten Global Catalogue Identifier (GCID), also einen einzigartigen Zahlencode von Amazon, der weltweit auf allen Amazon-Marktplätzen gilt.

Falls Ihre Produkte nicht für die Amazon-Markenregistrierung in Frage kommen, könnten sie dennoch für eine EAN-Befreiung berechtigt sein. Für weitere Informationen, loggen Sie sich bitte in Ihrem Verkäuferkonto ein und suchen Sie nach dem Schlagwort "[Markenregistrierung](#)".

Bei Produkten, die bereits auf Amazon bestehen, stellen Sie sicher, sich an das existierende Produkt zu hängen. Erstellen Sie kein neues Produkt mit einer anderen EAN, da dies Duplikate im Produktkatalog kreieren würde. Wir behalten uns vor, Duplikate von der Plattform zu entfernen, um eine gute Kundenerfahrung sicherzustellen.

C) Varianten

Wir nennen die verschiedenen Größen und Farben zu dem gleichen Produkt „Varianten“. Produkt-Varianten erlauben unseren Kunden, alternative Produkte in anderen Farben oder Größen auf einer Produktdetailseite anzusehen.

Um eine Variante zu erstellen, müssen Sie ein sogenanntes übergeordnetes Produkt (Parent-ASIN) ohne Farbe oder Größe erstellen, das zu allen untergeordneten Produkten (Child-ASINs) in Beziehung steht, also zu allen verschiedenen verfügbaren Farb- und Größenkombinationen des Produkts. Alle Varianten mit demselben Bezug müssen auf derselben Produktseite hinzugefügt werden.



Das obige Beispiel ist das Parent-Produkt von einer Bluse, wobei die verschiedenen Varianten alle verfügbaren Größen und Farben des Produkts darstellen (hier etwa drei Farben und mehrere Größen). Alle Größen und Farben werden auf der gleichen Produktseite angezeigt, indem Varianten angelegt wurden. Aus folgenden Gründen ist es wichtig, alle Varianten mit dem gleichen übergeordneten Parent-Produkt zu verbinden:

- Der Kunde kann auf einfache Weise alle verfügbaren Größen und Farben sehen, ohne die Seite verlassen zu müssen. Eine leichtere Navigation führt häufiger zum Kauf, da es einfacher ist, die verschiedenen Angebote zu sehen und zu vergleichen.
- Jeder Kundenbesuch einer Child-Seite wird unter dem Parent-Produkt gezählt. Damit erhöhen Sie letztlich Ihre Chancen, ein Produkt zu verkaufen, da die Anzahl der Seitenansichten einer der Faktoren ist, die für die Top-Suchergebnisse relevant sind.

Varianten erstellen

✓ Erforderlich	Für Parent ASINs:	<ul style="list-style-type: none">- Es ist ein Platzhalter, welcher nicht zum Verkauf steht.- Parent Produkt enthält nur generische Informationen (gleich für alle Varianten).- Parent Produkt hat keine EAN Nummer, Preis, Größe oder Farbe.- Die Spalte „parent_child“ in der Dateivorlage muss den Wert ‚Parent‘ enthalten.- Die Spalte „parent_sku“ in der Dateivorlage muss leer sein.- Die Spalte ‘relationship_type‘ in der Dateivorlage muss leer sein.- Die Spalte ‘variation_theme‘ in der Dateivorlage muss einen von diesen Werten enthalten: “Size”, “Color” oder “SizeColor”.- Parent Titel muss den Richtlinien für Erstellung des Parent-Titels nach erstellt werden.
-----------------------	-------------------	--

	Für Child ASINs:	<ul style="list-style-type: none"> - Children sind die Produkte, die man verkauft und die in Größe/ Farbe variieren. - Wenn Sie ein Produkt anbieten, das in verschiedenen Farben und/oder Größen existiert, müssen Sie eine Variante (child_sku) anlegen, auch wenn Sie nur eine Farbe oder eine Größe verkaufen. - Child Produkt muss eine SKU, Größe/ Farbe und einen Preis haben. Wenn Sie eine Größenvariation erstellen, muss das Produkt eine Größe haben. Dasselbe gilt auch für die Farb- und Farb/ Größenvariation. - Die Spalte ‚parent_child‘ in der Dateivorlage muss den Wert ‚child‘ enthalten. - Die Spalte ‚parent_sku‘ in der Dateivorlage muss die entsprechende Parent ASIN SKU enthalten. - Die Spalte ‚relationship_type‘ in der Dateivorlage muss den Wert ‚Variation‘ enthalten. - Die Spalte ‚variation_theme‘ in der Dateivorlage muss einen von diesen Werten enthalten: „Size“, „Color“ oder „SizeColor“. - Der Child Titel muss den Richtlinien für Erstellung des Child-Titels nach erstellt werden.
--	------------------	---

Wichtig: Bitte beachten Sie, dass eine Nichtbeachtung des Variantenprinzips zu einer Ausblendung Ihrer Artikel (ASINs) in dieser Kategorie führen kann.

D) Größen

Genauere Größen helfen den Kunden Ihre Produkte zu finden, vereinfachen die Kaufentscheidungen und reduzieren die Produktretouren aufgrund schlechter Passform.

Wir sind der Meinung, dass Kunden das Recht haben, in Größen einzukaufen, die ihnen bekannt sind. Unverständliche Größen machen das Drop-down-Menü für die Größe unübersichtlicher und führen zu doppelten Produkteinträgen. Darüber hinaus sind Produkte mit eindeutigen Größen über die Suchverfeinerungen für Größe und Breite zu finden und weisen im Vergleich zu Produkten mit Fehlern bei der Größenangabe einen höheren Umsatz auf. Amazon ist bestrebt, Verkäufern dabei zu helfen, dieses Qualitätsniveau zu erreichen, indem Amazon detaillierte Anweisungen für alle Schritte des Angebotsprozesses bereitstellt. Daher standardisiert Amazon die Angaben von Bekleidungsgrößen, um ein einheitlicheres Einkaufserlebnis für Kunden zu ermöglichen.

Amazon stellt eine Reihe von Drop-down-Listen mit gültigen Werten zur Verfügung, die Verkäufern dabei helfen, standardisierte Größen einzutragen. Im Drop-down-Menü eines Attributs wird beispielsweise gefragt, ob die Größe für Erwachsene oder Kinder ist. Um mehr zu erfahren und Details dieser Logik zu verstehen, überprüfen und befolgen Sie die [Hilfseite zu Wichtigen Informationen zu Produktangeboten für Bekleidung](#).

Wichtig: Bitte beachten Sie, dass eine Nichtbeachtung der unten erwähnten Richtlinien zu einer Ausblendung Ihrer Artikel (ASINs) in dieser Kategorie führen kann. [„Ausgeblendete“ Angebote](#) sind für die Kunden nicht sichtbar.

Weitere größenbezogene Attribute

Um die Auffindbarkeit Ihrer Produkte zu verbessern, stellen Sie sicher, dass Sie gültige Werte in allen anderen für Ihren Produkttyp geltenden Größenattributen angeben, da die Werte von diesen Attributen auch im Suchfilter verwendet werden:

- Für alle Produkte in Bekleidung: *Größenzuordnung (size_map)*
- Für BHs: *BH-Körbchengröße (cup_size), Unterbrustweite (band_size_num), Unterbrustweite- Maßeinheit (band_size_num_unit_of_measure)*
- Für Hosen: *Hosenlänge (inseam_length), Jeanslängen-Maßeinheit (inseam_length_unit_of_measure), Bundweite (waist_size), Jeansweiten-Maßeinheit (waist_size_unit_of_measure),*

- Für Shirts: *Taille/Bundhöhe (waist_style)*
Passform (fit_type), Kragenweite (neck_size),
Maßeinheit Kragenweite (neck_size_unit_of_measure)
- Für Kleider, Röcke und Outerwear: *Länge (item_length_description)*
- Für Gürtel: *Gürtellänge (belt_length_derived), Gürtellänge Maßeinheit*
(belt_length_unit_of_measure)
- Für alle Produkte in Bekleidung (falls vorhanden): *Sondergröße (special_size_type)*

Für alle erwähnten Attribute müssen Sie die gültigen Werte von dem Drop-down Menü (falls vorhanden) verwenden.

Empfehlungen zur Reduktion von größenbedingten Kundenretouren

Falls Sie die korrekte Syntax für das *size_name* Attribut für Ihre Bekleidungsprodukte befolgen und trotzdem schicken die Kunden Ihre Produkte aufgrund falscher Größe oder schlechter Passform häufig zurück, empfehlen wir Ihnen, Größenangaben auf Ihren Produktdetailseiten so genau und sichtbar wie möglich zu machen. Befolgen Sie folgende Möglichkeiten:

1. Nutzen Sie das **letzte Nebenbild bei den Child-ASIN Nummern um die Größentabelle Ihrer Produkte / Marke zu zeigen**, die folgende Informationen beinhaltet:
 - a. die Herstellergröße
 - b. die Körpermaße
 - c. die Maße des Models und die getragene Größe
 - d. weitere Details von anderen länderspezifischen Größen (falls vorhanden)
 - e. die Information, ob das Produkt normalerweise kleiner oder größer ausfällt
 - f. die Informationen auf dem Bild müssen weltweit gültig sein (weil die Bilder global und nicht länderspezifisch sind)
2. Nutzen Sie **Aufzählungspunkte und/ oder Produktbeschreibung um wichtige Informationen zu Größen zur Verfügung zu stellen:**
Herstellergröße, Model Maße, welche Größe trägt das Model auf dem Bild, Größentabellen.
3. Haben Sie sich für [Markeregistrierung](#) angemeldet, dann geben Sie eine **markenspezifische Größentabelle** an (in dem Sie sich an das Amazon Verkäuferservice wenden).

In [diesem Dokument](#) finden Sie weitere Details und Beispiele zu den Empfehlungen zur Reduktion von größenbedingten Kundenretouren.

E) Farben

Die Farbe des Produkts ist eine der wichtigsten Informationen, die der Kunde benutzt, um eine Einkaufsentscheidung zu treffen und es ist eine Möglichkeit, die Kunden von Ihrer Professionalität und Qualität als Verkäufer zu überzeugen.

Um die Farben informativ und präzise zu halten, befolgen Sie bitte die unten genannten Richtlinien für das Attribut Farbe (*color_name*).

<p>✓ Erforderlich:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Geben Sie die von der Marke angegebene Farbe an - Halten Sie Farbnamen bündig und informativ - Schreiben Sie den ersten Buchstaben eines jeden Wortes groß - Benutzen Sie 1-3 Worte, um die Farbe zu beschreiben (wir erlauben max. 50 Zeichen) 	<p>Beispiele:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Mint Leaves Print</i> ✓ <i>Harvest Gold</i> ✓ <i>Baby Pink</i> ✓ <i>Blau</i> ✓ <i>Weinrot</i> ✓ <i>Dunkelblau Weiß Rot</i>
-------------------------------	--	---

<p>× Verboten:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Fügen Sie keine zusätzlichen Informationen über das Produkt hinzu (z. B. Materialzusammensetzung, Mehrfach-Packung, Abteilung, Passform, Armlänge oder Bundhöhe) - Verwenden Sie keine Abkürzungen - Verwenden Sie keine Synonyme und Wiederholungen - Verwenden Sie keine Großschreibung aller Buchstaben - Verwenden Sie keine zu kurzen Farbnamen - Verwenden Sie keine zu langen Farbnamen - Verwenden Sie keine speziellen Symbole, wie Klammern, Ausrufezeichen, Schrägstriche usw. 	<p>Beispiele:</p> <ul style="list-style-type: none"> × <i>Dnklbl</i> × <i>SCHWARZ NACHTHIMMEL</i> × <i>Beige (Beige Taupe 161105 Stretch)</i> × <i>Blau (Blue Stone Used Look Bestickt 928)</i> × <i>Mehrfarbig (99c2 Floral Print 99c2)</i>
---------------------------	---	--

F) Titel

Gute Produkttitel schaffen Kundenvertrauen zu Ihnen als Verkäufer.

Der Produkttitel ist der erste Eindruck, den Kunden von Ihrem Produkt bekommen, und es ist eine Möglichkeit, die Kunden von Ihrer Professionalität und Qualität als Verkäufer zu überzeugen. Halten Sie alle Titel prägnant, informativ und präzise gemäß der von Amazon empfohlenen Syntax. ASIN Nummer mit nicht-konformen Titeln können aus den Ergebnissen der Such- und Stöberfunktion ausgeblendet werden.

Bitte beachten Sie, dass bei Amazon jedes Produkt nur einmal angeboten werden darf, auch wenn mehrere Verkäufer ein Angebot für dieses Produkt abgeben. Deshalb dürfen Produkttitel nie Informationen enthalten, die nur für einen spezifischen Verkäufer gelten. Die Nichtbeachtung dieses Prinzips kann zu einer Ausblendung Ihrer Artikel in dieser Kategorie und zum Entzug Ihrer Verkaufsrechte führen.

Anforderungen an Titel

<p>✓ Erforderlich</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Nutzen Sie diese Formel um die Titel zu erstellen: <ul style="list-style-type: none"> - für Parent ASIN: [Marke] + [Name der Abteilung] + [Stil/Form] + [Produktname] + [Modellname] + [Blickdichte*] * erwähnen Sie die Blickdichte nur bei Strumpfhosen. - für Child ASINs: [Parent Titel] + [Farbe] + [Größe] <ul style="list-style-type: none"> ▪ [Marke] – Gibt die Marke oder Hersteller des Produkts an. Es ist eine alphanumerische Zeichenfolge mit einer Länge von mindestens einem und maximal 50 Zeichen, z. B. „Adidas“. Nutzen Sie nicht 'Unbekannt' o.Ä. als Marke. ▪ [Name der Abteilung] – Gibt an, ob es sich bei dem Produkt um ein Kleidungsstück für Damen, Herren, Mädchen, Jungen oder Babys handelt. Die Liste der gültigen Werte finden Sie in den kategoriespezifischen Lagerbestandsvorlagen, z. B. „Herren“. ▪ [Stil/Form] – Gibt den Stil bei Kleidungsstücken/ Produkten an. Die Liste der gültigen Werte finden Sie in den kategoriespezifischen Lagerbestandsvorlagen, z. B. „Asymmetrisch“. ▪ [Produktname] – Es ist ein oder zwei Wörter, die den Artikel beschreiben und keine Marke, Geschlecht, Stil oder Farbe enthalten. Wenn möglich, verwenden Sie den Wert aus der Spalte [feed_product_type]. Alternativ beantworten Sie die Frage: Was ist das Produkt? Z. B. "Jeans". ▪ [Modellname] – Gibt den Modellnamen des Herstellers an. Dieses Feld kann zur weiteren Beschreibung des Produkts dienen (ein oder zwei Wörter, die das wichtigste Merkmal Ihres Produkts am besten hervorheben), z. B. Blumendruck, Stehkragen oder alphanumerische Zahl für Jeans. Es ist eine alphanumerische Textzeichenfolge mit einer Länge von mindestens einem und maximal 50 Zeichen. Fügen Sie keine Zahlen hinzu, da dies keinen Mehrwert für Kunden darstellt. ▪ [Blickdichte*] – Gibt die Optik bei Feinstrümpfen und –Strumpfhosen an. Die Liste der gültigen Werte finden Sie in den kategoriespezifischen Lagerbestandsvorlagen, z. B. „100 DEN“. Gilt nur für Strumpfhose. ▪ [Farbe] - Gibt die Originalfarbe des Produkts an. Es ist eine alphanumerische Textzeichenfolge mit einer Länge von mindestens einem und maximal 50 Zeichen, z. B. „Blau“.
------------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ [Größe] - Gibt die Größe des Produkts an. Es ist eine alphanumerische Textzeichenfolge, die die lokale Größe des Produkts beschreibt. - Nutzen Sie nur einen Begriff um jeden Parameter in dieser Formel zu beschreiben. - Der Parent-Titel sollte nicht mehr als 60 Zeichen, Child Titel nicht mehr als 150 Zeichen umfassen. - Schreiben Sie den ersten Buchstaben eines jedes Wortes groß (überprüfen Sie die Ausnahmen). - Schreiben Sie Zahlen in Ziffern („2“ statt „zwei“). - Nennen Sie keine Angebotsdaten im Titel. - Der Titel darf nur in deutscher Sprache angelegt werden.
* Verboten	<ul style="list-style-type: none"> - Fügen Sie keine weiteren Parameter als die erforderlichen hinzu. - Titel sollte nicht mehr als 150 Zeichen umfassen. - Großschreibung für alle Worte ist verboten. - Beleidigende Worte sind nicht erlaubt. - Wiederholende Worte sind nicht erlaubt. - Nutzen Sie keine Synonyme um dasselbe Produkt mehrmals zu beschreiben. - Nutzen Sie keine zusätzlichen Suchbegriffe. - Fügen Sie keinen Preis in den Titel ein. - Fügen Sie keine Mengen in den Titel ein, außer es wird ein Produktbündel beschreiben. - Fügen Sie keine Farbe und Größe eines Produkts in den Titel der Parent-ASIN ein. - Großschreibung von Verbindungswörtern („und“, „oder“, „für“) und Präpositionen mit weniger als fünf Buchstaben („in“, „auf“, „über“, „mit“) sind nicht erlaubt. - Symbole im Titel („!“ , „?“ , „*“ , „€“ oder Anführungszeichen) sind nicht erlaubt. - Subjektive oder marketingbezogene Bezeichnungen („Bestseller“, „Sale“, „Versandkostenfrei“, „bestes Geschenk“) sind nicht erlaubt. - Fügen Sie in den Titel keine Information über Accessoires oder extra Produkt, die der Kunde separat kaufen kann.

Beispiele:

Parent-ASIN Beispiel: Calvin Klein Herren T-Shirt

Child-ASIN Beispiele:

Calvin Klein Herren T-Shirt Blau Large

Calvin Klein Herren T-Shirt Rot Large

Calvin Klein Herren T-Shirt Rot Medium

G) Erhöhung der Auffindbarkeit

Produkte, die korrekt, ausführlich und nachvollziehbar angelegt wurden, können vom Kunden besser gefunden und somit auch häufiger verkauft werden.

Neben guten Produktbildern, Varianten und Produkttiteln hängt Ihr Verkaufserfolg bei Amazon.de auch von der Qualität der hinterlegten Produktinformationen ab. Dies gilt insbesondere für Bekleidungsartikel, da Kunden häufig nach bestimmten Attributen filtern, um ihre Suche einzuschränken (z. B. Größe, Farbe oder Saison). Ausführliche Beschreibungen der Detailinformationen finden Sie in der Lagerbestandsdateivorlage für Bekleidung.

1. Browse Nodes

Die Browse-Struktur ist vergleichbar mit Abteilungen in einem Laden und dient der Strukturierung des Sortiments auf der Amazon-Website.

Jede Abteilung entspricht einer Browse Node, die Sie aus der [Klassifikationsliste](#) entnehmen und in die Lagerbestandsdatei einfügen müssen. Wenn Sie keine Browse Node ID angeben, kann Ihr Produkt nicht gefunden werden.

<p>✓ Erforderlich</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Verwenden Sie stets die aktuellste Klassifikationsliste (Browse Tree Guide, BTG). - Bestimmen Sie für jedes Produkt nur eine Browse Node: Identifizieren Sie das Geschlecht und die treffendste Unterkategorie (schwarz, nicht grau), in der Ihr Produkt gefunden werden kann. Ergänzen Sie die entsprechende Browse Node ID in die Spalte ‚recommended_browse_node‘ in Ihrer Lagerbestandsdatei. - Ihre Produkte sollten in der tiefstmöglichen Browse Node kategorisiert werden; andernfalls wird das Produkt nicht mehr auftauchen, sobald der Kunde beginnt innerhalb der Navigation auf Amazon.de zu filtern. Es ist besser eine schwarze Browse node auszuwählen, denn die grauen nur zu Navigationszwecken dienen.
------------------------------	---

Ergebnisse anzeigen für

- < Beliebige Kategorie
- < Bekleidung
- < Damen


Jacken, Mäntel & Westen

- Jacken (29.430)
- Mäntel (10.826)
- Regenjacken (644)
- Westen (2.786)

2. Suchfilter

Um das stetig wachsende Sortiment für Kunden überschaubar zu gestalten, bietet Amazon innerhalb der Kategorien und deren Browse Nodes verschiedene Filter an. Nur wenn die entsprechenden Filterattribute von Ihnen hinterlegt wurden, die in der Dateivorlage unter dem Arbeitsblatt „Gültige Werte“ zu finden sind, werden Ihre Produkte über den jeweiligen Filter gefunden. Andernfalls erscheinen Ihre Produkte nicht in der Suchergebnisliste und können demnach auch nicht gekauft werden.

Die Hauptfilter im Überblick:

<p>Kollektion</p> <p><input type="checkbox"/> Herbst/Winter 2014 (148.554)</p> <p><input type="checkbox"/> Frühjahr/Sommer 2014 (164.009)</p> <p>Farbe</p>  <p>Marke</p> <p><input type="checkbox"/> ESPRIT</p> <p><input type="checkbox"/> ONLY</p> <p><input type="checkbox"/> VERO MODA</p> <p><input type="checkbox"/> Desigual</p> <p><input type="checkbox"/> edc by ESPRIT</p> <p>Weitere</p> <p>Hauptmaterial</p> <p><input type="checkbox"/> Baumwolle</p> <p><input type="checkbox"/> Jeans</p> <p><input type="checkbox"/> Leinen</p> <p><input type="checkbox"/> Seide</p> <p><input type="checkbox"/> Synthetisch</p> <p>Weitere</p> <p>Konfektionsgröße</p> <table border="1"> <tr><td>1size</td><td>30</td><td>32</td><td>34</td><td>36</td></tr> <tr><td>38</td><td>40</td><td>42</td><td>44</td><td>46</td></tr> <tr><td>48</td><td>50</td><td>52</td><td>54</td><td>56</td></tr> <tr><td>58</td><td>60</td><td>62</td><td>64</td><td>2XS</td></tr> <tr><td>XS</td><td>S</td><td>M</td><td>L</td><td>XL</td></tr> <tr><td>2XL</td><td>3XL</td><td>4XL</td><td></td><td></td></tr> </table>	1size	30	32	34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56	58	60	62	64	2XS	XS	S	M	L	XL	2XL	3XL	4XL			<p>Kollektion</p> <p>Da Produkte in der Kategorie Bekleidung sehr häufig saisonale Artikel sind, müssen Sie das Feld „season“ in der Lagerbestandsdatei ausfüllen. Viele unserer Kunden verwenden diesen Filter zur Eingrenzung der Suchresultate.</p> <p>Produktfarbe und Farbfilter</p> <p>Je nach Hersteller, Saison und Produktlinie können Farbbezeichnungen sehr fantasievoll ausfallen („Ice“, „Fire“ etc.). Diese spezifischen Bezeichnungen machen Produkte eindeutig identifizierbar und müssen darum mit exakt diesen Bezeichnungen im Feld „color“ hinterlegt werden. Darüber hinaus ist es aber zwingend erforderlich, auch das Feld „color-map“ mit einer unserer Standardfarben (gelistet unter den „gültigen Werten“, z. B. „schwarz“, „rot“, „grau“) zu versehen, da nur nach diesen Standardwerten gefiltert werden kann.</p> <p><u>Wichtig:</u> Produktangebote werden ausgeblendet, wenn Farbangaben fehlen („colour_name“, „colour_map“).</p> <p>Marke</p> <p>Siehe Abschnitt 4.Marke</p> <p>Materialzusammensetzung und Materialfilter</p> <p>Der Kunde hat auch die Möglichkeit, nach dem Hauptmaterial des Produkts zu filtern. Deswegen ist es wichtig, dieses korrekt einzupflegen. Auch die „material_composition“ muss aus rechtlichen Gründen unbedingt eingegeben werden.</p> <p><u>Wichtig:</u> Bei den Angaben ist die im Verkaufsland aktuell gültige Gesetzeslage zu beachten, wie beispielsweise das Textilkennzeichnungsgesetz, die Bedarfsgegenstandsverordnung sowie das Washingtoner Artenschutzübereinkommen von bedrohten Tieren (CITES).</p> <p>Größe</p> <p>Siehe Abschnitt D) Größen</p>
1size	30	32	34	36																											
38	40	42	44	46																											
48	50	52	54	56																											
58	60	62	64	2XS																											
XS	S	M	L	XL																											
2XL	3XL	4XL																													

3. Andere produktspezifische Attribute

Wir empfehlen Ihnen, so viele Informationen wie möglich bereitzustellen. Prüfen Sie Ihr [Verkäuferkonto regelmäßig nach den neuesten Versionen der Lagerbestandsvorlagen](#), da Verfeinerungen und gültige Werte ständig weiterentwickelt werden.

Sie können die Datei herunterladen, um Ihren Katalog mit den neuen Werten, insbesondere den folgenden Attributen, zu ergänzen:

- Pflegehinweis
- Verschlussart
- Kragenform
- Name der Abteilung
- Passform
- Hauptmaterial, Innenmaterial (Futter), Materialzusammensetzung
- Hosenlänge, Bundweite (Jeans)
- Länge (für Kleider, Röcke)
- Thema
- Modellname
- Kragenweite
- Muster
- Armlänge
- Stil/ Form
- Oberteil-typ, Unterteil-typ
- Taille/ Bundhöhe

4. Marke

Die Marke wird nicht nur in der Suche auf [www.amazon.de](#), sondern auch in externen Suchmaschinen berücksichtigt und Kunden können in den Suchergebnissen nach Marken filtern. Bitte hinterlegen Sie immer eine Marke und achten Sie auf die korrekte Schreibweise. Für Produkte, die keinen Markennamen haben, können Sie Ihren Herstellernamen oder den Wert ‚Generisch‘ verwenden. Die Marke muss alphanumerisch mit einer Länge von mindestens einem und maximal 50 Zeichen sein.

Produkte, bei denen das Markenlabel entfernt wurde, dürfen nicht unter dem ursprünglichen Markennamen verkauft werden. Es darf keinerlei Bezug auf den ursprünglichen Markennamen genommen werden – weder im Titel noch in Aufzählungspunkten, Stichworten für die Suche oder der Produktbeschreibung. Darüber hinaus muss in der Produktbeschreibung darauf hingewiesen werden, dass das Markenlabel vom Produkt entfernt wurde bzw. fehlt.

Wichtig: Produktangebote werden ausgeblendet, wenn die Marke („brand_name“) fehlt.

5. Produktbeschreibung

Die Produktbeschreibung erlaubt eine detaillierte Beschreibung des angebotenen Produkts mithilfe eines freien Fließtexts und ersetzt das Verkaufsgespräch. Hier können Sie allgemeine Informationen zum Hersteller oder der Marke sowie weitere Informationen zum Stil oder dem Herstellungsprozess hinterlegen.

✓ Erforderlich	<ul style="list-style-type: none">- Verwenden Sie das Feld, um Artikel näher zu beschreiben und von ähnlichen Produkten zu unterscheiden.- Beschreiben Sie die Alleinstellungsmerkmale des Produktes inklusive Marke, Material, Passform und Modellnummer.- Nutzen Sie einfache und klare Sprache, die auf den offiziellen Informationen von dem Hersteller basiert.- Schreiben Sie ganze Sätze und beschränken Sie sich nicht nur auf Stichpunkte.- Schließen Sie genaue Abmessungen, Pflegehinweise etc. mit ein.- Halten Sie sich kurz, nennen Sie aber alle wichtigen Informationen.
-----------------------	---

× Verboten	<ul style="list-style-type: none"> - Lassen Sie das Feld auf keinen Fall frei. Sie verpassen die Möglichkeit, die Kaufentscheidung des Kunden zu beeinflussen. - Nennen Sie keine händlerspezifischen oder angebotsspezifischen Details, da die Produktbeschreibung bei allen Verkäufern angezeigt wird und daher nur allgemein gültige Informationen enthalten sein dürfen. - Verwenden Sie keine Preis- oder Versandangaben in diesem Feld.
-------------------	--

6. Suchbegriffe

Der Titel und die fest definierten Suchfilter genügen oft nicht, allen Facetten Ihres Produkts Rechnung zu tragen. Diese können und sollen als Suchbegriffe hinterlegt werden. Suchbegriffe helfen Ihr Produkt bei der Suche anzuzeigen. Hinterlegen Sie Modetrends, spezifische Produktformen, Materialien, Details und Anlässe in den Suchbegriffen, um die Auffindbarkeit Ihrer Produkte zu steigern. Da der Titel in die Suchergebnisse mit einfließt, ist es nicht nötig, die Titelinformationen in den Suchbegriffen zu wiederholen. Bitte beachten Sie, dass es nicht zulässig ist, Suchbegriffe im Titel zu verwenden!

✓ Erforderlich	<ul style="list-style-type: none"> - Verwenden Sie alle verfügbaren Felder. - Verwenden Sie Bezeichnungen oder Definitionen, die Ihr Produkt beschreiben und noch nicht im Titel vorkommen. - Verwenden Sie Detailinformationen zum Material, Muster oder Print („Lammfell“, „Punkte“, „Floral“). - Nennen Sie Produktdetails („Pailletten“, „Nieten“, „Fransen“). - Nennen Sie Modetrends („50s“, „Rock“, „Safari“, „Disco“). - Nennen Sie spezielle Anlässe („Hochzeit“, „Cocktailparty“, „Oktoberfest“, „Abi-Ball“). - Verwenden Sie Synonyme („Brautkleid“, „Hochzeitskleid“).
× Verboten	<ul style="list-style-type: none"> - Wiederholen Sie nicht die Marke oder Elemente des Titels . - Übliche Falschschreibungen der Plural müssen nicht als Suchbegriff angeführt werden; unsere Suchprogramme finden diese Worte automatisch . - Verwenden Sie keine subjektiv gefärbten Adjektive wie „schön“, „toll“, „kurzfristig erhältlich“. - Geben Sie keine weit gefassten Begriffe an („Pullover“). - Verwenden Sie nicht Ihren Verkäufnernamen. - Geben Sie keine falschen oder irreführenden Attribute oder Konkurrenzmarken an – dies kann zur Suspendierung Ihres Kontos führen.

H) Glossar

ASIN – steht für **Amazon Standard Identification Number**. Dies ist eine Produktnummer die von Amazon generiert wird sobald ein neuer EAN Barcode dem Katalog vom Seller hinzugefügt wurde. Die ASIN ist dann im Amazon Katalog auffindbar; es kann danach gesucht werden.

Markenregistrierung – Die Amazon Markenregistrierung ist ein Programm für Verkäufer, die gleichzeitig Hersteller des Produktes sind. Ziel dieses Programms ist es den Händlern den Umgang mit Ihren Eigenmarken zu vereinfachen und Sie damit beim Listen auf Amazon.de zu unterstützen.

Aufzählungspunkt – Kurzer und prägnanter Text, der als Aufzählungszeichen neben dem Produktbild angezeigt werden kann.

Browse Node ID – Um Produkte richtig zu klassifizieren, verwenden wir bei Amazon verschiedene Kategorisierungsnummern, die vom Händler eingetragen werden. Der Code hilft das Produkt in der richtigen Abteilung einzugliedern, damit der Kunde danach suchen und filtern kann.

Browse Tree Guide – Der Browse Tree Guides (BTGs) ist ein kategoriespezifisches Dokument, mit welchen Sie über alle einzigartigen Browse Nodes verfügen können. Die richtige Browse Node ID hilft Ihnen die Vorteile der Kategorie-Struktur, die von Amazon entwickelt wurde für sich zu nutzen. Bei Fragen suchen Sie bitte nach „Browse Tree Guides“ in Seller Central.

Child – Ein Produkt, das zum Verkauf steht; es ist gleichzeitig eine Variante weiterer, möglicher Farben und Größen des Parent Produktes, zu diesem der Child gehört.

Color Map – Eine Liste an Farben um ein Produkt einzugrenzen und dem Kunden die Möglichkeit des Farb-Filters zu eröffnen. Verwenden Sie dieses Feld immer um die Farbe Ihres Produktes zu definieren und den Farb-Filter zu aktivieren. Es wird aus gültigen Werten von Farben gewählt – die gültigen Werte können in der Lagerbestandsdatei im Tabellenblatt „Gültige Werte“ nachvollzogen werden.

GCID – GCID ist ein einzigartiger # stelliger Code erstellt durch Amazon und wird in allen Amazon-Marktplätzen weltweit anerkannt – er wird für Händler verwendet, die gleichzeitig auch Inhaber der Marke sind.

Lagerbestandsdatei – Ist eine Excel Datei, die Sie neben weiteren Dokumenten in Seller Central herunterladen können und die Ihnen hilft Produkte im Amazon Katalog anzulegen. Bei Fragen suchen Sie bitte nach „Lagerbestandsdatei“ in Seller Central.

Parent – Ein Parent steht nicht zum Verkauf aber bündelt alle untergeordneten SKUs, (children = Produktvarianten) unter sich und wird dem Kunden im Katalog angezeigt. Ein Parent beinhaltet keine Angebotsdaten wie Preis oder Menge.

Klassifikations-Assistent – Ein Tool, welches Sie in Seller Central unter “Mehrere Artikel hochladen” oder “Produkt hinzufügen” finden, und das Ihnen hilft ein Produkt richtig zu klassifizieren (siehe E1.) und damit die Browse Node auszuwählen.

Allgemeine Schlüsselwörter – Eine alphanumerische Zeichenfolge; das Schlüsselwort muss mindestens 1 und maximal 50 Charakter lang sein.

SKU – Die eindeutige Identifizierungsnummer für ein Produkt, welche vom Verkäufer vergeben wird. Die SKU muss für jeden Child- und Parent-Eintrag einzigartig sein. Nachdem Sie eine SKU für eine Produkt-Variante vergeben haben, müssen Sie das korrespondierende Produkt erst aus dem System löschen, bevor Sie es mit einer veränderten SKU wieder hochladen möchten.

Gültige Werte – Eine Liste an Werten, die Sie in der Lagerbestandsdatei finden und die verpflichtend zu verwenden sind. Gültige Werte werden verwendet um generische Produktdetails darzustellen und unsere Produkt-Filter auf Amazon.de zu aktivieren.