

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

Ihr Verkaufserfolg auf Amazon.de hängt entscheidend von der **Qualität** der hinterlegten Produktinformationen ab. Die Produktdetailseite muss das im E-Commerce **fehlende Beratungsgespräch ersetzen**. Produkte, die korrekt und ausführlich angelegt wurden, sowie auch konsistente Titel und Produktbilder besitzen, werden von Kunden leichter gefunden und somit auch **öfter verkauft** und **seltener retourniert**.

Zum Nutzen aller Kunden und Verkäufer auf Amazon nehmen wir die Qualität der Produktdaten, welche auf unsere Webseite angezeigt werden, sehr ernst. Bitte lesen Sie sich die folgenden Richtlinien genau durch um zu wissen, welche Produktinformationen wir von Verkäufern erwarten.

Weitere Informationen zu diesem Thema finden Sie in den [Hilfeseiten für Verkäufer](#) in Seller Central:

- [Aktuellste Version dieses Dokuments](#)
- [Klassifikationslisten für Bürobedarf](#) (Browse Tree Guides)
- Lagerbestandsdateivorlage (Flat File) zum [Hochladen der Angebote für Ihre Büroartikel](#)

Inhalt

A.	Titel	C.	Detailinformationen = Refinements zur richtigen Produkthanlage
1.	Produkttitelanforderungen	1.	Die wichtigsten Regeln für optimale Auffindbarkeit und Datenqualität
2.	Titelaufbau	2.	Identifizieren der richtigen Browse Node ID
3.	Beispiele guter und schlechter Titel	3.	Produktmerkmale (Bullet Points)
		4.	Marke
B.	Produktbilder	5.	Produktbeschreibung
1.	Anforderungen an Produktbilder	6.	Suchbegriffe
2.	Beispiele guter und schlechter Produktbilder		
3.	Die verschiedenen Arten der Produktbilder		

A. Titel

Gute Produkttitel bauen Kundenvertrauen in Sie als Verkäufer auf.

Der Produkttitel ist der erste Eindruck, den Kunden von Ihrem Produkt bekommen, und eine Möglichkeit, die Kunden von Ihrer Professionalität und Qualität als Verkäufer zu überzeugen. Formulieren Sie die Titel prägnant, informativ und präzise gemäß der von Amazon empfohlenen Syntax (siehe Punkt 2. Titelaufbau).

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

1. Produkttitelanforderungen

✓ Richtig

- ✓ Korrekte Groß- und Kleinschreibweise
- ✓ Schreiben Sie Zahlen in Ziffern („2“ statt „zwei“)
- ✓ Halten Sie den Titel kurz und bündig, aber fügen Sie wichtige Informationen ein

✗ Falsch

- ✗ Nur Klein- bzw. Großbuchstaben & Zahlenworte
- ✗ Auflistung von kompatiblen Produkten, diese gehören in die Attributliste
- ✗ Zu lange Titel oder Suchworte im Titel (bedenken Sie

- ✓ Der Titel sollte nicht mehr als 150 Zeichen haben
 - ✓ Der Titel darf nur in deutscher Sprache eingestellt werden
 - ✓ Wenn Sie Produkten in Angebotspaketen (Bundles) anbieten, dann geben Sie die Anzahl der Produkte im Titel an
- ebenfalls, dass zu lange Titel nicht mit mobilen Endgeräten kompatibel sind)
 - ✗ Preis und Zustandsbeschreibung im Titel
 - ✗ Benutzen von Symbolen in Ihrem Titel wie z.B.: !, ?, *, €, oder Anführungszeichen,„..“
 - ✗ Subjektiv formulierte oder auf Webeaktionen bezogene Kommentare wie z.B. „neu“, „Best Seller“, „Versandfrei“, „Made in Germany“, „Testsieger“, usw.

2. Titelaufbau

Das **Format der Titel** auf Amazon in der Kategorie Bürobedarf ist wie folgt:

Formel: Marke + Serie-/ Modell (- nummer) + Keyeigenschaften + Stückzahl + Farbe

Beispiel: Staedtler 157 SB24 ergo soft Farbstift, 3mm, aufstellbare Staedtler Box mit 24 Farben

3. Beispiele für gute und schlechte Titel

✓ Richtig

Herma 5066 Etiketten A4 Ø40 mm rund Movable/ablösbar Papier matt 600 Stück

Staedtler 157 SB24 ergo soft Farbstift, 3 mm, aufstellbare Staedtler Box mit 24 Farben

✗ Falsch

Bubprint® 5 Druckerpatronen mit CHIP kompatibel für HP 364XL Multipack SET für HP Deskjet D5445 D5460 Photosmart B8550 B209 B109 B110 Photosmart C5300 C5324 C5370 C5373 C5380 C5383 C5388 C5390 C5393 C6300 C6324 C6380 C6383 Photosmart D5445 D5460 D5463 D5468 D7500 D7560 Photosmart Premium B010 A B010 B, B210 B210 A B210 B, B210 E B410 A B410 C, C309 G C310 A C410 A C410 B, C410 C, C410 D, C410 E Fax Fax C309 A mit Chip und Füllstandsanzeige

30x Profi Speditions Umzugskisten, Kartons, 2-WELLIG, stabil, ECHTE 30-40 kg belastbar, Made in Germany, Außenmaß 600 x 330 x 340 mm, 2-WELLIG, braun

B. Produktbilder

Klare und aussagekräftige Bilder, die das angebotene Produkt eindeutig erkennen lassen, sind von zentraler Bedeutung für Ihren Umsatz.

Das Produktbild ist in einem Online-Shop das wichtigste Marketing-Werkzeug. Gute Bildqualität und verschiedene Produktansichten spielen bei der Kaufentscheidung eine entscheidende Rolle. Produkte, für die Abbildungen in schlechter Bildqualität oder zu wenigen Bildern eingestellt werden, haben geringere Konversionsraten und werden im Laufe der Zeit seltener und vergleichsweise weit hinten in den Suchresultaten angezeigt. Da der Kunde die Produkte vor dem Kaufentscheid nicht anfassen kann, ist es umso wichtiger, dass er sie möglichst genau betrachten kann. Idealerweise liegen Bilder mit hoher Auflösung vor (mindestens 1000x1200 Pixel), so dass die (automatische) Zoomfunktionalität aktiviert wird. Außerdem empfiehlt es sich, unbedingt mehrere Bilder mit unterschiedlichen Betrachtungswinkeln oder Detailausschnitten des Produkts einzustellen. In verschiedenen Tests haben wir belegt, dass gutes Bildmaterial in der Regel nicht nur den Verkaufserfolg eines Produkts unterstützt, sondern auch dessen Retourenquote reduziert.

Damit unsere Kunden ein bestmögliches Einkaufserlebnis auf unserer Webseite haben, ist es uns wichtig, dass die Artikel visuell ansprechend und in einem einheitlichen Stil folgend dargestellt werden. Die Nichtbeachtung unserer Standards kann zu einer Unterdrückung Ihrer Artikel in dieser Kategorie führen.

1. Anforderungen an Produktbilder

Erforderlich	<ul style="list-style-type: none"> • Jedes Produkt muss ein Hauptbild aufweisen (ansonsten besteht das Risiko, dass Ihr Produkt nicht in den Suchergebnissen dargestellt wird) • Für jedes Hauptbild gilt, dass der Bildhintergrund zu 100% weiß sein muss (RGB-Code: 255,255,255 / ffffff Hexal Dezimalcode) • Es darf nur das zum Verkauf angebotene Produkt auf dem Hauptbild abgebildet sein • der exakte Lieferumfang muss auf dem Hauptbild abgebildet werden • Das Produkt muss in Frontansicht fotografiert werden • Das Produkt muss mindestens 85% des Raumes der gesamten Bildfläche ausmachen und ein Seitenverhältnis von 1:1,3 (Breite:Höhe) haben • Es muss das ganze Produkt im Bild dargestellt sein (kein Teil des Produkts darf abgeschnitten sein) • Die Produktfarbe muss der Originalfarbe entsprechen • Produktabbildungen müssen eine Mindestgröße von 1000x1200 Pixel haben. Ab dieser Größe sind die Bilder entsprechend zoomfähig. • Formatanforderungen: JPEG (.jpg), PNG (.png) oder GIF (.gif); wobei JPEG bevorzugt wird
Verboten	<ul style="list-style-type: none"> • Angebote ohne Bilder oder Platzhaltern statt Bildern (z.B. „kein Bild verfügbar“, „vorläufige Bilder“) • Hauptbilder in Schwarz/Weiß • Das Hauptbild darf keine schematische Darstellungen oder Skizzen enthalten • Keines der Bilder darf Texte, Ränder bzw. Rahmen, Logos, Etiketten, Preisschilder oder Wasserzeichen enthalten • Es dürfen nicht mehrere Produkte (Ausnahme: Multipacks) oder Farbvarianten sowie ergänzende Produkte oder Accessoires abgebildet sein • Erotikbilder

2. Beispiele guter und schlechter Produktbilder

✓ Richtig

- ✓ Das Hauptbild ist freigestellt, auf weißem Hintergrund und das Produkt füllt mind. 80% des Hintergrunds
- ✓ Das Bild ist zoomfähig
- ✓ Weitere Bilder erklären die Benutzung des Produkts




Leitz 10470037 Ordner Active Babop 180°, PP, A4, breit, blau
 von [Gasthals-Led](#)
 ★★★★★ (13 Kundenrezensionen)
 Preis: EUR 8,14 Kostenlose Lieferung mit **Amazon Prime**.
 Alle Preisangaben inkl. MwSt.
Nur noch 15 auf Lager (mehr ist unterwegs).
 Verkauf und Versand durch **Amazon**. Geschenkverpackung verfügbar.
Lieferung bis Samstag, 10. August: Bestellen Sie innerhalb 20 Stunden und 13 Minuten und wählen Sie **Evening-Express** an der Kasse. [Siehe Details](#).

- 180° Präzisionsmechanik
- A4+ robustem, wetter-, wasser- und schmutzabweisendem Polyfoam
- 5 Jahre Garantie

➤ [Weitere Produktdetails](#)

Sparen Sie 15%, wenn Sie dieses und 3 weitere Produkte mit Lieferung zum 26. August im Spar-Abo bestellen.
 Gebührenfrei, versandkostenfrei und jederzeit kündbar. [Gut zu wissen](#)

30 neu ab EUR 6,20

Reduzierte Realpreise
 Jetzt drastisch reduziert: finden Sie hier eine aktuelle Übersicht unserer [Bürobedarf & Schreibwaren-SchokoSpicher!](#)
 ➤ [Weitere Hinweise und Aktionen](#)



× Falsch



- × Das Produkt füllt nicht 80% des Bildes aus
- × Das Produkt ist nicht frei gestellt
- × Das Bild enthält zusätzliche Schrift / Werbetext
- × Das Bild ist nicht zoomfähig

Bewerbsmappen Cliphefter Klemmappen 20 Stück in WEIß

von [Euler](#)
★★★★★ (7 Kundenrezensionen)

Preis: **EUR 11,79** (EUR 0,59 / Stück)
Alle Preisangaben inkl. MwSt.

Auf Lager.
Verkauf und Versand durch [BewerbsmappenShop24](#) - (Preise inkl. MwSt.). Für weitere Informationen, Impressum, AGB und Widerrufsrecht klicken Sie bitte auf den Verkäufernamen.

- 20 weiße DIN A4-Kunststoffmappen, einfach aufklappbar
- transparente Vorderdeckel, farbige Rückendeckel
- schwarzer Seitclip aus Metall
- Deutscher Hersteller. Sehr gute Qualität, KEINE B-Ware!
- Mit 5 Euro Gutschein für einen Bewerbungstest im Bewerbungstest24

[Weitere Produktdetails](#)

Angebote zum Schulstart
Entdecken Sie unsere riesige Auswahl an Angeboten aus Bürobedarf & Schreibwaren zum Schulstart - viele mit Sofort-Rabatt. Zu den [Angeboten](#).

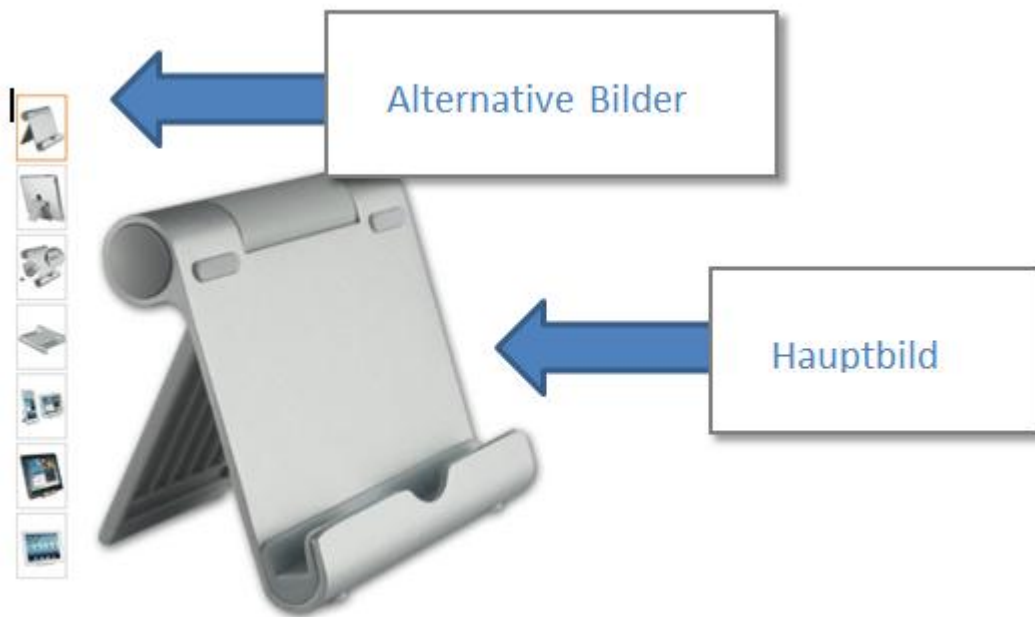
3. Die verschiedenen Arten der Produktbilder

Im Amazon-Katalog können mehrere Bilder für jedes Produkt angezeigt werden. Hauptbilder für alle Produkte sind das Minimum, das von Ihnen bereitgestellt werden muss. Wir empfehlen Ihnen allerdings weitere, hochauflösende Produktbilder zur Verfügung zu stellen, da Sie dadurch Ihre Kunden besser informieren und in ihrer Kaufentscheidung unterstützen. Sie können vier Arten von Bildern zu Ihrer Produktpräsentation nutzen:

Hauptbild: Sie müssen ein Hauptbild bereitstellen, welches das von Ihnen eingestellte Produkt zeigt

Alternative Bilder: Diese zeigen verschiedene Ansichten des Produkts. Sie können bis zu acht alternative Bilder pro Produkt bereitstellen.

Beispiel der Bildbezeichnungen anhand einer Produktdetailseite



C. Detailinformationen = Refinements zur richtigen Produkthanlage

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

Neben guter Produkttitel und guten Produktbildern hängt Ihr Verkaufserfolg auf Amazon auch von der Qualität der hinterlegten Produktinformationen ab. Ausführliche Beschreibungen der erforderlichen und empfohlenen Detailinformationen finden Sie in der [Lagerbestandsdateivorlage für Bürobedarf \(= Flat File\)](#).

1. Die wichtigsten Regeln für optimale Auffindbarkeit und Datenqualität

- Nur vollständig eingetragene Produktdaten und Produktdetails ermöglichen unseren Kunden, Ihre Produkte leicht und schnell zu finden und eine Kaufentscheidung zu treffen.
- Gute und ausführliche Produktbeschreibungen sichern erhöhten Umsatz und helfen die Retourenquote zu verringern. Verwenden Sie nur offizielle Herstellerangaben. Verfassen Sie Produktbeschreibungen als möglichst individuellen Fließtext: Sie müssen das klassische Beratungsgespräch ersetzen und erhöhen die Chance auf Auffindbarkeit in den Suchergebnissen.
- Teilen Sie Ihren Produkten konkrete Browse Nodes (immer die tiefste/detaillierteste Kategorie) zu, um die Auffindbarkeit bei Filter- und Suchanfragen zu ermöglichen. ([siehe Punkt C.2](#))
- Suchbegriffe ermöglichen die Auffindbarkeit Ihres Produkts, auch wenn der Kunde synonyme Begriffe in der Suche eingibt ([siehe Punkt C.6](#)).

2. Identifizieren der richtigen Browse Node

Die Kategoriestructur ist vergleichbar mit Abteilungen in einem Geschäft und dient der Strukturierung des Sortiments auf Amazon.

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

- ✓ Verwenden Sie stets die aktuellste Klassifikationsliste=BTG (Browse Tree Guide)
- ✓ Bestimmen Sie für jedes Produkt eine Browse Node: Identifizieren Sie die treffendste Unterkategorie, in der Ihr Produkt gefunden werden kann (eine schwarz hinterlegte Browse Node, da diese immer die tiefste/detaillierteste Kategorie identifizieren). Ergänzen Sie die entsprechende Browse Node in ihrer Vorlage zur Produkthanlage.
- ✓ Sollten Sie bei der Zuordnung unsicher sein, suchen Sie nach einem vergleichbaren Produkt auf Amazon.de und achten Sie dabei auf die Kategorie, in welche dieses Produkt eingeordnet wurde. Sie können auch den [Klassifikations-Assistenten](#) verwenden, um die richtige Klassifizierung für Ihre Produkte zu finden. [Hier](#) finden Sie die Anleitung dazu.

3. Produktmerkmale (Bullet Points)

Um eine einheitliche Darstellung aller Produkte sicherzustellen, sollten Produktmerkmale anhand der folgenden Vorgaben erstellt werden. Dies erleichtert es dem Kunden, sich über Produkte zu informieren, die wesentlichen Produktspezifikationen auf einen Blick zu identifizieren und erhöht die Wahrscheinlichkeit eines Kaufs.

Vorgaben Produktmerkmale:

- Maximal 5 Produktmerkmale
- Maximal 150 Zeichen pro Produktmerkmal
- Hauptmerkmale bzw. Alleinstellungsmerkmale des Produkts
- Relevante und nützliche Informationen hinsichtlich Restriktionen, Lieferumfang, technischen Details und Maßen
- Gegebenenfalls Informationen zu Kompatibilitäten
- Grammatikalische Korrektheit

✓ Richtig

- ✓ Geeignet für HP Photosmart 5510, 5515, 6510, 7510 e-All-in-One-Drucker.
- ✓ Ergiebigkeit: 250 Seiten (Schwarz/Weiß) und 300 Seiten (Farbe).
- ✓ Lieferumfang: Sony ICDXB112 2GB inkl. Netzteil 220V und Stereo-Headset
- ✓ Für Rechts- und Linkshänder geeignet
- ✓ Strichstärke: 1mm

✗ Falsch

- ✗ Überschreitung der maximalen Anzahl von 150 Zeichen
- ✗ Beschreibender Langtext - beschreiben Sie das Produkt bitte ausführlich in der Produktbeschreibung.
- ✗ Preis- und Versandinformationen
- ✗ Informationen zu Marketing und Promotions
- ✗ Verkäufer-spezifische Angaben

Beispiel für falsch formulierte Produktmerkmale :

- Als ideale Ergänzung zum Schulplaner gibt es die Aufsteck-Fächermappe mit 5 Fächern zur Aufnahme loser Blätter (TimeTex 10790), die Stundenplan-Klebetasche zum direkten Anbringen des aktuellen Stundenplans auf der Außenseite des Planers (TimeTex 10744), die Register-Tabellen zum schnellen Finden der richtigen Seite (TimeTex 10785) und diverse Organisationshefte, die das Leben des Lehrers leichter machen, z.B. Schülerbeobachtung (TimeTex 10776), Schulnotizen und Gespräche-Protokolle (TimeTex 10778) oder das Schul-Notenheft (TimeTex 10780). Am besten gleich alles zusammen bestellen und Snur 1 x Porto zahlen.
- Jetzt nur für kurze Zeit 19,99 EUR
- Aktionsangebot bis 30.12. 2012 der Muster GmbH
- Autorisierter Händler mit ausschließlich positiven Bewertungen

4. Marke (Brand)

Die Marke wird nicht nur in der Suche auf Amazon, sondern auch in externen Suchmaschinen berücksichtigt. Zudem können Kunden in den Suchergebnissen nach Marken filtern. Bitte hinterlegen Sie **immer** eine Marke und achten Sie auf die **korrekte**

Schreibweise. Bitte verwenden Sie für No-Name Produkte „Unbekannt“ und nicht ihren Verkäufnernamen. Bitte benutzen Sie keine Gesellschaftsformen wie AG, GmbH, etc.

5. Produktbeschreibung

Die Produktbeschreibung erlaubt eine detaillierte Beschreibung des angebotenen Produkts als freien Fließtext und ersetzt das Verkaufsgespräch. Hier können Sie allgemeine Informationen zum Hersteller oder der Marke hinterlegen sowie Informationen zu Style oder dem Herstellungsprozess.

✓ Richtig

- ✓ 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, Serien- und Modellnummer
- ✓ Schreiben Sie ganze Sätze und beschränken Sie sich nicht nur auf Stichpunkte

✗ Falsch

- ✗ Lassen Sie das Feld nicht frei – Sie vergeben dadurch Ihre Chance den Kunden zu überzeugen
- ✗ HTML Formatierungen sind nicht gestattet
- ✗ Nennen Sie **keine händlerspezifischen oder angebotsspezifischen Details** (z.B. Preise oder Versand) da die Produktbeschreibung bei allen Verkäufern angezeigt wird und daher nur allgemein gültige Informationen enthalten darf
- ✗ Angaben zu Awards (Testsieger, etc.)
- ✗ Angaben zu Garantie
- ✗ Spezielle Angebote, Werbeaktion

6. Produktdetails

Damit Ihre Produkte such- und auffindbar bleiben, füllen Sie bitte **so viele Detailinformationen wie möglich** aus und **benutzen Sie immer die aktuelle [Lagerbestandsdateivorlage für Bürobedarf](#)** aus Seller Central.

Je spezifischer ein Kunde in einer Kategorie sucht, umso spezieller werden die Filterkriterien, die Kunden zum weiteren Eingrenzen ihrer Suchresultate verwenden können. Damit Ihre Produkte auch bei einer spezifischen Suche durch den Kunden noch gefunden werden, können Sie Filterinformationen direkt in Ihre Lagerbestandsdateivorlage eingeben. Um die Kundenerfahrung auf der Seite zu optimieren, fügen wir kontinuierlich neue, spezifische Filter hinzu.

7. Suchbegriffe

Eine optimale Auswahl an Suchbegriffen erhöht zusätzlich die Auffindbarkeit ihrer Produkte. Da der Titel in die Suchergebnisse mit einfließt, ist es nicht nötig, die Titelinformationen in den Suchbegriffen zu wiederholen. Umgekehrt dürfen keine Suchbegriffe in den Titel geschrieben werden. Hinterlegen Sie Modetrends, spezifische Produktformen, Materialien, Details und Anlässe in den Suchbegriffen, um die Auffindbarkeit Ihrer Produkte zu steigern.

✓ Richtig

- ✓ Verwenden Sie alle verfügbaren Felder, idealerweise max. 50 Buchstaben pro Feld
- ✓ Trennen Sie Einzelwörter durch Kommas und Doppelwörter mit einem Leerzeichen (z.B. Drucker Patrone)
- ✓ Verwenden Sie Bezeichnungen oder Definitionen, die Ihr Produkt beschreiben und **noch nicht im Titel oder bei der Marke / Produktmerkmalen vorkommen**

✗ Falsch

- ✗ Wiederholen der Produktmerkmale oder Elemente des Titels – diese werden automatisch in die Suche eingespeist
- ✗ Übliche Falschschreibungen oder Plural als Suchbegriff anführen: unsere Suchprogramme finden diese Worte automatisch
- ✗ Subjektiv gefärbte Adjektive wie „schön“, „toll“, „kurzfristig erhältlich“ verwenden
- ✗ Zu unspezifische Begriffe angeben, z.B. Pullover