



Wichtige Hinweise für die Einstellung von Produktinformationen bei Amazon.de

Elektro-Großgeräte

Produktinformationen erscheinen für alle Kunden sichtbar auf der Produktdetailseite des jeweiligen 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 ihm eine informierte Kaufentscheidung zu ermöglichen. Eine Produktseite, die dem Kunden alle Informationen bietet, die er für seine Entscheidung braucht, unterstützt Sie als Verkäufer deutlich stärker als eine Seite ohne Inhalte. Darüber hinaus kann eine gute und ausführliche Artikelbeschreibung die Retourenquote verringern und Ihnen als Händler so helfen, Ihre Kosten zu senken.

Umfassende Produktinformationen dienen auch dazu, dass die Seiten von Suchmaschinen besser und rascher gefunden werden. Je mehr Inhalt für eine Produktseite angegeben wird, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass die Seite bei führenden Suchmaschinen im Ranking höher erscheint und somit von einer größeren Anzahl an Besuchern gefunden und angeklickt wird.

Bessere Bilder und Produktinformationen = Größeres Verkaufsvolumen

Wenn Sie Produktinformationen mit einer Tabellenvorlage („Flat File“) aufspielen, verwenden Sie bitte für jede Produktkategorie die speziell zu dieser Kategorie gehörige Vorlage.

Titel / Produktbezeichnung („product-name“)

Bitte übermitteln Sie Titel Ihrer Produkte immer in einem gleich bleibenden Format und in korrekter Schreibweise. Dadurch wird die konsistente Namensgebung über die Website von Amazon hinweg sichergestellt. Dies macht es dem Kunden leichter, Produkte zu identifizieren und erhöht die Wahrscheinlichkeit für einen Kauf.

Richten Sie sich bei der Titelbeschreibung nach diesem Schema:

1) Markenprodukt: Die Marke wird immer als Erstes genannt, anschließend der Modellname, die Modellnummer gefolgt von der Produktbezeichnung und der Kurzbeschreibung (sofern passend).

Formel:

**[Marke] / [Modellnummer] / [Modellname] / [Produktbezeichnung] / [Energieeffizienz] /
[Grösse/Füllmenge] [Farbe] / [Kurzbeschreibung]**

Beispiel:

Bauknecht
WA Sense
44DI
Waschmaschine
AAB / A-20%
6kg
Weiss
Stiftung Warentest 10/2010

Ergebnis: Bauknecht WA Sense 44DI Waschmaschine / AAB / A-20% / 6kg / weiss / Stiftung Warentest 10/2010

Beispiel:

Siemens
KG36
EAL40
Kühl-Gefrierkombination
A+++
312l
Chrom inox metallic
Safety Glass / LED-Licht

Ergebnis: Siemens KG36 EAL40 Kühl-Gefrierkombination / A+++ / 312l / chrom inox metallic / Safety Glass / LED-Licht

2) **Kein Markenprodukt (No-Name-Artikel):** NIEMALS zusammen mit einem Markennamen nennen. Das Schema lautet hier: **[Modellnummer]/[Modellname]/[Produktbezeichnung]/ [Energieeffizienz]/ [Grösse/Füllmenge]/[Farbe]/ [Kurzbeschreibung]**

Generell gilt:

- Bitte achten Sie auf korrekte Groß- und Kleinschreibung beim Produktnamen, bei Produktbeschreibungen und Aufzählungspunkten. Vermeiden Sie die Schreibweise in Versalien (GROSSBUCHSTABEN). Schreiben Sie also nicht „WASCHMASCHINE“, sondern „Waschmaschine“.
- Bitte geben Sie die Marke oder den Hersteller in der korrekten Schreibweise an. Nennen Sie keine Lieferanten oder Großhändler. Wenn Ihnen die Marke nicht bekannt ist, geben Sie „Unbekannt“ an.
- Im Produkttitel dürfen keine Angaben über Preis, Versand oder Firmeninformationen enthalten sein. Bitte vermeiden Sie auch zeitbezogene Angaben wie „Arbeitstitel“ oder „Angebot nur für kurze Zeit“.
- Produkttitel müssen, außer bei Eigennamen, in deutscher Sprache verfasst sein. Die Kurzbeschreibung bitte immer auf Deutsch.
- Achten Sie darauf, keine allzu langen Titel zu verfassen, beschränken Sie sich auf die gängige Produktbezeichnung entsprechend der oben illustrierten Titelkonventionen. Die Titellänge sollte maximal 100 Zeichen betragen. Die detaillierteren Merkmale des Artikels können attraktiver und effektiver auf der Produktdetailseite angezeigt werden.
- Größenangaben in ausschließlich nicht-metrischen Einheiten (z.B. Zoll) sind nicht zulässig. Abmessungen müssen primär in Zentimeter (ggf. Millimeter) mit dem eventuell gebräuchlichen Zollwert in Klammern dahinter angegeben werden (z.B. Kühl-Gefrierkombination /180cm).

EAN

Ein Artikel darf nicht unter mehreren EANs ins Angebot genommen werden. Bitte prüfen Sie, ob Ihr Artikel schon bei uns im Katalog ist. Das absichtliche Einstellen eines Artikels unter einer falschen EAN ist untersagt.

Produktbeschreibung

In der Produktbeschreibung haben Sie Gelegenheit, näher auf die Vorteile und Eigenschaften eines Produkts einzugehen. Hier findet das „Beratungsgespräch“ mit dem Kunden statt. Eine genaue Beschreibung des Artikels hilft dem Kunden, den Artikel zu beurteilen und einzuschätzen. Das ist besonders für diejenigen Kunden wichtig, die wissen, wonach sie suchen und sich eventuell schon informiert haben. Je genauer der Artikel beschrieben wird, desto besser ist Ihre Beratung und umso positiver das Einkaufserlebnis für den Kunden.

Nutzen Sie die Produktbeschreibung um herauszustellen, welche Vorteile dieses Produkt bietet, die andere Produkte nicht haben.

Nutzen Sie die Produktbeschreibung, um alle nach der neuen EU-Verordnung bzgl. der Energieeffizienzklassenauszeichnung erforderlichen Angaben für Elektrogroßgeräte darzustellen. Hierzu gehören insbesondere folgende Verordnungen:

Verordnung (EU) Nr. 1061/2010 - Kennzeichnungspflichtigen Haushaltswaschmaschinen

Verordnung (EU) Nr. 1059/2010 - Kennzeichnungspflichtigen Haushaltsgeschirrspüler

Verordnung (EU) Nr. 1060/2010 - Kennzeichnungspflichtigen Haushaltskühlgeräte

Verordnung (EU) Nr. 1062/2010 - Kennzeichnungspflichtigen Fernsehgeräte

Diese Angaben sind rechtlich verpflichtend!

Hier zwei Beispiele (zur besseren Unterscheidung in kursiver Schrift):

Siemens WM14Q440 Waschmaschine Frontlader / A+++AB / 1400 UpM / 7 kg / eco Plus / varioPerfect

Basisinformationen*

Hersteller: Siemens/ Modell: WM14Q440

<i>Nennkapazität (a):</i>	<i>7</i>
<i>Energieeffizienzklasse (A+++ - D) (b):</i>	<i>A+++</i>
<i>Jährlicher Energieverbrauch (c):</i>	<i>174</i>
<i>Jährlicher Wasserverbrauch (d):</i>	<i>8140</i>
<i>Schleudereffizienzklasse (A - G) (e):</i>	<i>B</i>
<i>Maximale Schleuderdrehzahl (f):</i>	<i>1400</i>
<i>Luftschallemission beim Waschen (g):</i>	<i>51</i>
<i>Luftschallemission beim Schleudern (h):</i>	<i>72</i>
<i>Einbaugerät:</i>	<i>Nein</i>

Siemens KG36EAL40 Kühlgefrierkombination / A+++ / 312 L / chrome Inox-metallic / safetyGlas / LED-Licht

Basisinformationen*

Hersteller: Siemens/ Modell: KG36EAL40

Energieeffizienzklasse (A+++ -D) (a):	A+++
Jährlicher Energieverbrauch (b):	150
Nutzzinhalt Gesamt (c):	312
Summe der Nutzzinhalte aller Kühlfächer (d):	217
Summe der Nutzzinhalte aller Gefrierfächer (e):	95
Stern-Einstufung (f):	****
Klimaklasse (g):	SN-T
Luftschallemission (h):	38
Einbaugerät:	Nein

Suchbegriffe („SearchTerm“)

Erhöhen Sie die Suchtrefferquote für Ihren Artikel, indem Sie ein oder zwei 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.

Einordnung in Kategorien („RecommendedBrowseNode“)

Die exakte Zuordnung eines Produkts zu einer Sparte in der ‚Stöbern‘-Navigation („Browse Node“) ist für die Auffindbarkeit Ihres Produkts auf Amazon.de äußerst wichtig.

Nur so funktioniert die Filterung der Suchergebnisse und der Kunde kann Ihren Artikel finden, wenn er in den Produktkategorien stöbert oder sich innerhalb der Produktkategorien auf der Website bewegt. So gehen Sie vor:

- 1) Ermitteln Sie dazu den zu Ihrem Produkt am besten passenden Eintrag im Browse Tree Guide (Beispiel: Elektro-Großgeräte / Waschmaschinen / Frontlader). Folgen Sie dabei den im Browse Tree Guide angegebenen Hinweisen.
- 2) Haben Sie den passenden Eintrag gefunden, übertragen Sie bitte die zugehörige „Node ID“ in das Feld „RecommendedBrowseNode“. Bitte beschränken Sie sich auf den treffendsten Eintrag. Eine Mehrfachklassifizierung erzeugt keinen Mehrwert.

Eine Liste mit Browse Nodes (den so genannten „Browse Tree Guide“) finden Sie den Verkäufer-Hilfeseiten:

Verwalten des Lagerbestands → Weitere Informationen → Browse Tree Guides (BTG) - Klassifikationslisten

Sollten wir einen Artikel in falschen oder mehreren Browsenodes finden, müssen wir ihn leider löschen.

Hinweis: Wenn Sie einem Artikel keine Browse Node zuweisen, kann der Kunde diesen nicht durch Stöbern in den Kategorien auf unserer Website finden.

Versandkosten nach Gewicht („ShippingWeight“)

Falls Sie die Versandkosten nach Gewicht gruppieren, stellen Sie bitte sicher, dass Sie auch Werte für das jeweilige Versandgewicht hinterlegen. Entweder tragen Sie diese Angaben in der Tabellenvorlage oder über die Funktion „Produkt hinzufügen“ in Ihrem Verkäuferkonto ein.

Wenn Sie kein Versandgewicht angeben, können wir die Versandkosten nicht korrekt ermitteln.

Services

Sollten Sie Serviceleistungen über den reinen Versand hinaus anbieten (z.B. Lieferung über die Bordsteinkante hinaus an den Aufstellort, Installation, Altgeräteentsorgung etc.) müssen diese und die ggf. zusätzlich anfallenden Kosten ausschließlich in der Versandkostenübersicht und in den Versandhinweisen Ihres Verkäuferkontos eindeutig aufgeführt werden. Es ist nicht zulässig, solche Informationen in die Produktbeschreibung aufzunehmen.

Produktabbildungen

Von Ihnen eingestellte Bilder zur Darstellung auf der Amazon.de-Website MÜSSEN den folgenden Anforderungen entsprechen:

- Das Bild ist an der längeren Seite mindestens 500 Pixel groß.
- Wir empfehlen eine Bildgröße von 1.000 Pixel oder größer. Ab 1280 Pixel werden die Bilder zoombar, d. h. der Kunde hat die Möglichkeit, das Bild zu vergrößern, um Produktdetails genauer zu betrachten.
- Das Produkt füllt mindestens 80% bis 90% der Bildfläche aus, der Hintergrund ist zu 100% weiß.
- Das Produkt ist gut erkennbar, exakt fokussiert und professionell ausgeleuchtet. Fotos und Scans sind farbecht.
- Die Abbildung enthält weder Text noch Wasserzeichen.
- Das Bild liegt im Format JPG mit RGB-Farbmodus vor.
- Bilder im Format CMYK werden von unserem System nicht verarbeitet.

Unzulässige Eigenschaften:

- Produktskizzen/-zeichnungen oder Diagramme
- Andere Produkte, Artikel oder Zubehör, die bzw. das nicht Teil des aufgeführten Produkts ist bzw. sind
- Platzhalter für Bilder (d. h. „vorläufige Bilder“ oder „kein Bild verfügbar“)
- Bilder, die Ihr Produkt in mehreren Farben / Größen auf einmal zeigen.

Beispiele für gelungene Produktabbildungen



Weitere Produktansichten – zum Beispiel Detailaufnahmen oder Anwendungsbeispiele – müssen ebenfalls den genannten Anforderungen entsprechen. Ein weißer Hintergrund ist hier aber nicht zwingend erforderlich.

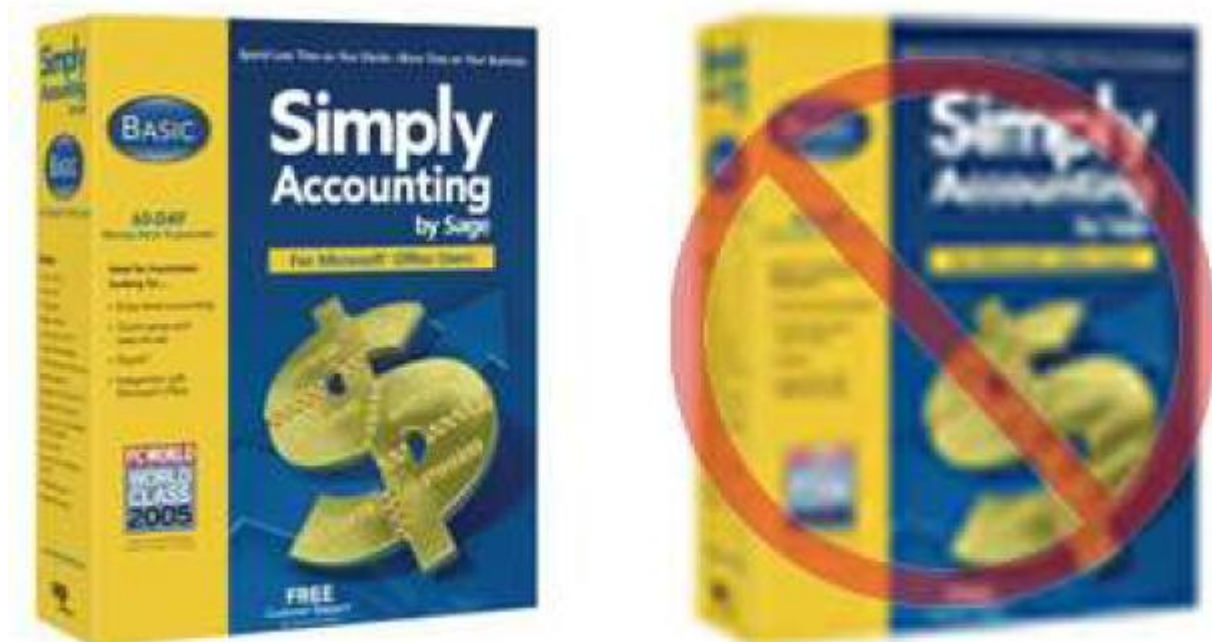
Wir empfehlen Ihnen, verschiedene Bilder mit unterschiedlichen Perspektiven eines Produkts aufzuspielen.

Detaillierte Informationen zu Produktabbildungen finden Sie in Anhang A.

Anhang A: Vorgaben für Abbildungen

Bildqualität

Mit Software zur Bildbearbeitung lassen sich in der Regel die Pixel-Abmessungen eines Bildes ändern. Sie sollten jedoch bei kleinen Bildern die Abmessungen nicht vergrößern, da dies meistens zu inakzeptabler Bildqualität führt. Achtung beim JPG-Format: Speichern Sie die Datei in höchstmöglicher Qualität und vermeiden Sie wiederholtes Speichern der Datei als JPG während Sie das Bild bearbeiten. Unten sehen Sie ein Beispiel unzureichender Qualität, wie sie durch Vergrößern und mehrmaliges Speichern als JPG-Datei entstehen kann.



Haben Sie ein Bild vergrößert oder komprimiert und es ist verschwommen oder grobkörnig geworden, darf es für die Amazon.de-Website **nicht** verwendet werden. Sämtliche Bilder müssen professionell gescannt bzw. fotografiert, genau fokussiert und gut ausgeleuchtet worden sein. Beim Retuschieren achten Sie bitte darauf, dass die Ecken gleichmäßig und natürlich aussehen und die Farben ebenfalls natürlich aussehen. Stellen Sie das Bild frei (d.h. weißer Hintergrund).

Weißer Hintergrund

Produkte müssen vor reinem weißem Hintergrund abgebildet sein. Der entsprechende RGBCode lautet 255,255,255. Auch wenn Sie Ihren Artikel vor einem weißen Hintergrund fotografiert haben, ist es nötig, das Bild entsprechend zu retuschieren. **Andere Hintergründe oder Umgebungen sind für Hauptbilder nicht zulässig.**



Schatten

Schatten sind erlaubt, wenn sie leicht und farbneutral sind und in den Hintergrund übergehen. Achten Sie darauf, dass Ihr Artikel auch mit Schatten mindestens 85% des Gesamtbildes einnimmt.



Bildfläche

Ihr Produkt sollte mindestens 85% der Bildfläche ausfüllen. Zur Veranschaulichung:

Der grüne Bereich der Abbildung rechts markiert die 85-100% der Bildfläche. Sollte Ihr Artikel so klein sein, dass er in den roten Bereich passt, ohne in den grünen Teil hineinzuragen, ist die Aufnahme nicht nah genug am Artikel gemacht worden.

Bitte schneiden Sie bei Ihrer Abbildung auch keine Teile des Produkts ab.



Verpackungen

Bei Kleinteilen oder Zubehör-Artikeln, die ohne Verpackung nur schwer erkennbar sind, sollten Sie als Hauptbild die Verpackung zeigen. Beispiele für solche Artikel sind Batterien, Kühlschrankfilter, Kohlefilter usw.



Um zu entscheiden, ob die Verpackung als Hauptbild geeignet ist, denken Sie an den Kunden im Geschäft: Würde der Kunde den Artikel auspacken und ihn nur dann kaufen, wenn er den Artikel mit eigenen Augen sehen kann? Dann sollten Sie für Ihr Hauptbild den Artikel auspacken.

Beispiel: Eine Waschmaschine wird kein Kunde nur aufgrund der Abbildung auf dem Karton kaufen, ohne wenigstens einen Blick hinein zu werfen.



Text, Grafiken oder eingefügte Bilder

Vom Cover abgesehen sind keine zusätzlichen Texte, Grafiken, Logos oder Bilder auf dem Hauptbild gestattet.

Texte oder erklärende Grafiken, die die Abmessungen oder den Einsatzzweck des Produktes verdeutlichen sollen, können als weitere Bilder übermittelt werden.

Bitte denken Sie an die korrekte Benennung der verschiedenen Bildvarianten, wenn Sie mehrere Abbildungen zu einem Produkt aufspielen möchten.