



## **Wichtige Hinweise für die Einstellung von Produktinformationen bei Amazon.de**

### **Spielzeug**

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. Das 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 die Modellnummer, der Modellname, gefolgt von der Produktbezeichnung und der Kurzbeschreibung (sofern passend).

Formel:

**[Marke] / [Modellnummer] / [Modellname] / [Produktbezeichnung] / [Kurzbeschreibung]**

Beispiel:

<b>Formel:</b>	<b>[Marke]</b>	<b>[Modellnr.]</b>	<b>[Modellname]</b>	<b>[Kurzbeschreibung]</b>
<b>Beispiel:</b>	Silverlit	85664	PicooZ Atlas	ferngesteuerter 3-Kanal-Hubschrauber
<b>Ergebnis:</b>	Silverlit 85664 - PicooZ Atlas, ferngesteuerter 3-Kanal-Hubschrauber			

Ihre Produktbezeichnung könnte beispielsweise so lauten:  
Zoch 26900 - Niagara, Spiel des Jahres 2005

- 2) **Kein Markenprodukt (No-Name-Artikel):** NIEMALS zusammen mit einem Markennamen nennen. Das Schema lautet hier: **[Modellname] / [Modellnr.] / [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 „BAUKASTEN“ sondern „Baukasten“.
- 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.

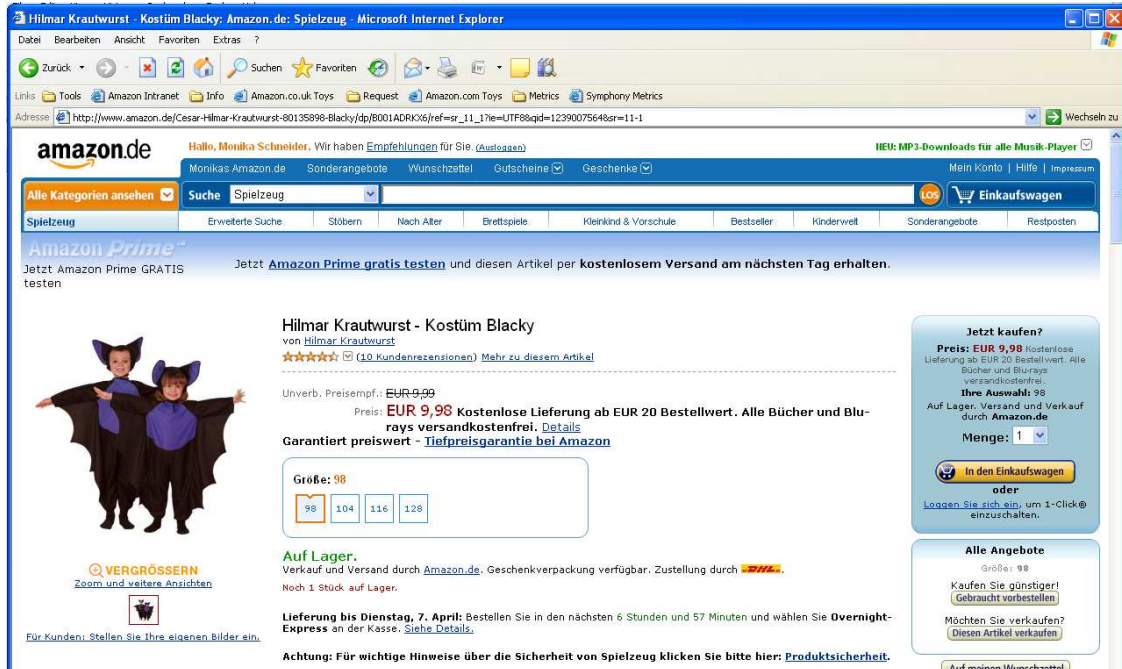
#### Produkte in mehreren Ausführungen

Amazon erlaubt Ihnen, in mehreren Ausführungen erhältliche Produkte als sogenannte Varianten (“Variation“) zu erfassen. Varianten bestehen immer aus zwei Teilen:

- Einem Hauptartikel (= übergeordneter Artikel, Vaterprodukt, „Parent“): Dieses Produkt ist nur ein Platzhalter. Da es nicht erworben werden kann, besitzt es weder Menge noch Preis noch Barcodeinformationen. Weisen Sie Ihrem Vaterprodukt aber unbedingt ein Bild sowie eine Produktbeschreibung zu. Der Titel muss allgemeingültig angegeben werden, z.B. Hilmar Krautwurst 27500702 - Ringel T-Shirt Kurzarm
- Einem oder mehreren untergeordneten Artikeln (= Kindprodukt, „Child“): Nur die Kindprodukte können von Kunden erworben werden. Jedes einzelne Produkt kann eigene Bilder/Preise/Lieferzeiten/... usw. zugewiesen bekommen. Diese werden nach Auswahl des Produktes auch auf der Amazon-Webseite mit angezeigt. Bitte achten Sie darauf, dass jedes einzelne Kindprodukt vom Hersteller einen eigenen Barcode (EAN,UPC) erhält und Sie diesen hier verwenden. Es ist nicht möglich, Varianten mittels eines einzigen Barcodes darzustellen. Ebenso ist es zwingend notwendig, dass Sie die Attribute (z.B. die Farbe) der jeweiligen Variante in den Produkttitel des Kindprodukts aufnehmen, z.B. Hilmar Krautwurst 27500702 - Ringel T-Shirt Kurzarm, XL. Diese

Information wird später sowohl in der Bestellbestätigung des Kunden als auch in Ihrem Bestellbericht in Seller Central angezeigt.

### Beispiel einer Produktseite mit Größenauswahl



In der Lagerbestandsdatei würde das folgendermaßen aussehen:

- Die Spalte Parentage bestimmt, ob eine SKU dieser Zeile den Hauptartikel („Parent“) darstellt oder ein ihm untergeordneter Artikel („Child“) ist.
- Die Spalte ParentSKU gibt bei Produktvarianten die SKU des Hauptartikels an.
- Die Spalte RelationshipType gibt das Verhältnis zum Hauptartikel an. Bei Varianten steht hier immer „Variation“.
- Die Spalte VariationTheme beschreibt genauer, um welche Art von Variante es sich handelt, z.B., „Size“ (= Größe), „Color“ (= Farbe), „Size-Color“ (= Größe und Farbe).

Bitte achten Sie beim Anlegen von Größen- und Farbvarianten auf die korrekte Zuordnung.

Weitere Informationen und Beispiele zum Erstellen von Varianten finden Sie in der Vorlage.

## **Details / Produktmerkmale ( „BulletPoints“)**

Sie können bis zu 5 Aufzählungspunkte eingeben, um die Hauptmerkmale des Produkts herauszustellen. Sie machen damit in knapper, eingängiger Form auf die Vorteile eines Produkts aufmerksam. Jeder Aufzählungspunkt sollte höchstens 15 Wörter enthalten.

Dies kann zum Beispiel so aussehen:

- Auszeichnungen: Kinderspiel des Jahres
- Autor des Spiels: Knizia, Reiner
- Material: vorwiegend Karton/Papier
- Spieldauer: ca. 40 Min.
- Spielerzahl: 1 bis 4

Diese Produkteigenschaften erscheinen auf der Seite als „Technische Details“, verwenden Sie also nur produktbezogene und technische Attribute, keine Produktstammdaten wie z.B. EAN oder Marketing-Messages (also nicht „Gute Qualität“, „Tolles Geschenk“ o.ä.).

Bitte denken Sie daran, keine Angaben zu Preis, Verfügbarkeit/Versand oder Ihrer Firma in die Aufzählungspunkte der Produkteigenschaften aufzunehmen.

## **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.

**Hier ein Beispiel (zur besseren Unterscheidung in kursiver Schrift):**

### ***Produktbeschreibung***

#### ***Spannender Entdeckerspaß***

*Die Vorfahren der Triops-Urzeitkrebse waren schon zu Zeiten der Dinosaurier auf der Erde zu finden. Mit Hilfe des faszinierenden Forschungskasten können die Kinder die kannibalischen Krebse in den Spiel-Aquarien von Triops City heranwachsen sehen und hautnah beobachten, wie sie Eier legen, schlüpfen, ihren Panzer wechseln und auf Beutefang gehen. Im Vergleich zu den Salzkrebschen wird die Spezies der Triops allerdings bis zu vier Zentimeter groß, so dass die kleinen Forscher wesentlich besser alles verfolgen können, was im Aquarium vor sich geht. Die*

*Kinder lernen den Kreislauf des Lebens von der Geburt bis zum Tod kennen und werden Zeuge des Triops-Mottos "Fressen und gefressen werden".*

*Durch die Kuppeln der vier kreuzförmig angeordneten Stadtviertel von Triops City können die faszinierenden Urzeitierchen und ihre Schwimmkünste besonders gut beobachtet werden: In jedes Kuppeldach kann eine Lupe eingeklinkt werden, die den Kindern optimale Beobachtungsmöglichkeiten verschafft. Die Quartiere des Spiel-Aquariums sind untereinander durch eine Art Stadttor verbunden. Dadurch entstehend die Möglichkeit, einzelne Viertel voneinander abzutrennen, was eine ungefährdete Aufzucht der Tierchen garantiert und die Reinigung der einzelnen Becken ganz erheblich erleichtert.*

*Um es den frisch ausgebrüteten, robusten Tierchen an nichts fehlen zu lassen, werden sie selbstverständlich mit Spezialfutter versorgt. Damit die kleinen Krebse sich stets ihrer optimalen Badewassertemperatur erfreuen können, ist ein Thermometer beigefügt. Außerdem ist eine größere Menge feinen Aquariensandes enthalten, den die Triopse brauchen, um ihre Eier darin ablegen zu können. Der Aquariensand wird vermischt mit speziellem Muschelsand und Steinen, die im Dunkeln glühen. So wird Triops City auch bei Dunkelheit zu einem faszinierenden Erlebnis!*

*Mit ein wenig Geschick und frischem Wasser lassen sich in Triops City ganze Generationen von Urzeit-Krebsen züchten. Das farbig illustrierte Anleitungsheft gibt Auskunft darüber, wie man sich seine eigene, lebendige Urwelt erschaffen kann. Basierend auf den Erfahrungen des Vorläufer-Experimentierkastens Triops - Leben aus der Urzeit enthält das Heft auch Antworten auf häufig gestellte Fragen von Triops-Züchtern.*

### **Spielend mehr über die Welt erfahren**

*Der biologische Experimentierkasten Triops City bietet den Kindern die Möglichkeit, tief in die Vergangenheit der Erdgeschichte zu blicken und Lebewesen aus der Urzeit zu erkunden. Die Neugier der Kinder wird geweckt, sich näher mit der Materie zu beschäftigen, und die gewonnenen Erkenntnisse und Fähigkeiten zu erproben. Kosmos-Experimentierkästen erschließen Kindern (und auch Erwachsenen) die ganze Faszination von Naturwissenschaft und Technik. Sie wecken die Freude an Entdeckungen, fördern die Kreativität und bieten einen ganz unverwechselbaren Spielspaß.*

### **Inhalt**

*Die neugierigen Forscher erwarten ein farbenfrohes Fantasie-Aquarium mit vier Schiebetoren, feiner Aquariensand und Muschelsand, im Dunkeln glühende Steine, ein Lupendach, Conditioner, ein Thermometer, eine Saugflasche und ein Löffel zur Reinigung, sowie Triops-Eier, Spezialfutter und das illustrierte Anleitungsheft.*

**Wichtiger Hinweis:** Bitte denken Sie daran, dass auch die Produktbeschreibung, die Sie an Amazon übermitteln, keinerlei Preise, Verfügbarkeits- oder Versandangaben sowie Firmeninformationen enthalten darf.

### **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 im Verzeichnisbaum („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 den zu Ihrem Produkt am besten passenden Eintrag im Verzeichnisbaum (Beispiel: Forschen & Entdecken › Dampfmaschinen › Basismodelle). Verwenden Sie nicht die grau hinterlegten Browse Node-Einträge der übergeordneten Verzeichnisse - diese sind ausschließlich zur besseren Übersicht eingepflegt.
- 2) Als Nächstes weisen Sie in der Tabellenvorlage dem Produkt die passende Nummer des Browse Tree Guides (auch „BTG“ oder „Klassifikationsliste“ genannt) zu. Geben Sie die Browse Node so präzise wie möglich an. Vergeben Sie immer die tiefste Browse Node aus dem BTG. Ihr Artikel ist automatisch auch in allen übergeordneten Browse Nodes vertreten.

Eine Liste mit Browse Nodes finden Sie den [Seller Central Hilfeseiten](#).

**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.

Bitte nutzen Sie diese Möglichkeit - je einfacher und schneller der Kunde den gewünschten Artikel findet, desto höher die Kaufwahrscheinlichkeit!

### **Versandkosten nach Gewicht („ShippingWeight“)**

Falls Sie die Versandkosten nach Gewicht gruppieren, stellen Sie 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 Seller Central ein.

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

## 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 1000 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.

## Beispiele für gelungene Produktabbildungen



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

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