

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 erfahren, 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 Elektronik (Browse Tree Guides)
- Lagerbestandsdateivorlage (Flat File) zum [Hochladen der Angebote für Ihre Elektronikartikel](#)

## Inhalt

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

## 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
- ✓ Der Titel sollte nicht mehr als 150 Zeichen haben
- ✓ Der Titel darf nur in deutscher Sprache eingestellt werden

#### ✗ Falsch

- ✗ Nur Klein- bzw. Großbuchstaben & Zahlenworte
- ✗ Auflistung von kompatiblen Produkten, diese gehören in die Attributliste
- ✗ Zu lange Titel oder Suchworte im Titel ( bedenken Sie ebenfalls, dass zu lange Titel nicht auf mobilen Endgeräten dargestellt werden können )
- ✗ Preis und Zustandsbeschreibung im Titel

- ✓ Wenn Sie Produkte in Angebotspaketen (Bundles) anbieten, dann geben Sie die Anzahl der Produkte im Titel an
- ✗ Benutzen von Symbolen in Ihrem Titel wie z.B.: !, ?, \*, €, oder Anführungszeichen, „...“
- ✗ Subjektiv formulierte oder auf Werbeaktionen 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 Elektronik ist wie folgt:

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

**Beispiel:** Samsung TV Wandhalterung, Fix, für 117 - 140cm (46 - 55 Zoll) LED- und Plasma-Fernseher, silber

## 3. Beispiele für gute und schlechte Titel

### ✓ Richtig

**Samsung Galaxy Ace S5830i Smartphone (8,9 cm (3,5 Zoll) Display, Touchscreen, 5 Megapixel Kamera, Android 2.3) onyx-schwarz**

### ✗ Falsch

**Original Sony Ericsson Akku BST-33 für K550i K800i W880i K790i K810i M600i M608i P990i V800 Vodafone 802SE W300i W580i W610i W660i W830i W850i W900i W950i W950i W950i Z530i Z610i Z800i**

## 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 mit zu wenigen Bildern eingestellt werden, weisen geringere Konversionsraten auf 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 einem einheitlichen Stil folgend dargestellt werden. Die Nichtbeachtung unserer Standards kann zu einer Unterdrückung Ihrer Artikel in dieser Kategorie führen.

### 1. Anforderungen an Produktbilder

<b>Erforderlich</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jedes Produkt muss ein Hauptbild aufweisen ( ansonsten besteht das Risiko, dass Ihr Produkt nicht in den Suchergebnissen dargestellt wird )</li> <li>• Für jedes Hauptbild gilt, dass der Bildhintergrund zu 100% weiß sein muss (RGB-Code: 255,255,255 / ffffff Hexadezimalcode )</li> </ul>
---------------------	--

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

## 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



Samsung Galaxy Ace S5830i Smartphone (8,9 cm (3,5 Zoll) Display, Touchscreen, 5 Megapixel Kamera, At oryx-schwarz  
 via Samsung  
 Amazon.de (1,128 Kundenbewertungen)  
 Farbe:  
 oryx-schwarz

Unser Preis: **EUR 228,00**  
 Preis: **EUR 124,80** (kostenlose Lieferung mit Amazon Prime.  
 Sie sparen: **EUR 214,12 (93%)**  
 Alle Preisangaben inkl. MwSt.

**Auf Lager.**  
 Verkauf und Versand durch Amazon. Geschenkverpackung verfügbar.

**Lieferung bis Donnerstag, 29. August:** Bestellen Sie innerhalb 3 Stunden und 5 Minuten und wählen Sie **Prezentierversand** an der Kasse. [Stufe Details](#).

- Display: 8,9 cm (3,5 Zoll) Touchscreen mit 16 Mio. Farben
- Hochleistungstouchscreen
- Integriertes Samsung-Bildschirmfoto
- 150 MB interner Speicher - erweiterbar bis 32 GB
- Lieferumfang: Handb. Akku, Datenkabel, Ladegerät, 4 GB Speicherkarte, Handbuch, Original-Headset sowie eine festbelagene Branding- und not-dockt

[Weitere Produktinfos](#)

4,7 von 5 (112) [20. August 2011](#) [49 von 45,00](#)

**BLAU, HINGE** **Acht: Flat für 19,95 EUR**  
 Mit dem neuen Smartphone-Flat **FLAT 19,95** wählen Sie unbegrenzt in alle deutschen Netze und surfen mit einer 30MB-Geschwindigkeit. Der Tarif ist monatlich kündbar und die Mobilfunkgebühr ist kostenlos. [Mehr über Flat](#)

[Kundenfragen und -Antworten](#)





**4,3 Zoll LKW Navi  
+ Q2.2012 Kartenmaterial  
+ Q2.2012 POI**



**4,3" Zoll Navi 2013 Modell**

× 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



**4,3 Zoll LKW Navi  
+ Q2.2012 Kartenmaterial  
+ Q2.2012 POI**



**4,3" Zoll Navi 2013 Modell**

4,3" Zoll 12V/24V NEU EUROPA LKW TRUCK BUS TAXI Navigationsgerät Trucker Navi ab Bestellung 14 Tage Lieferzeit

von [salsobase](#)  
[WIKI](#) [51](#) [CL](#) [Kundenrezensionen](#)

Erhältlich bei diesen Anbietern:

- 4,3 Zoll Navigation, Liv und Phe Nav, Trash System 4,3" TFT Display
- Aktuelles Kartenmaterial vom Q2 2012 - Spezial POI
- Fahrzeugspezifische Routenführung - 4GB interner Speicher, hilfslos CG Oberfläche
- RTZ Halter - 12V/24V Achslastbegrenzt
- Achtung: kein FMG und Blackbox, reines GPS Nav

[Weitere Produktdetails](#)

**Preis** € EUR 149,99

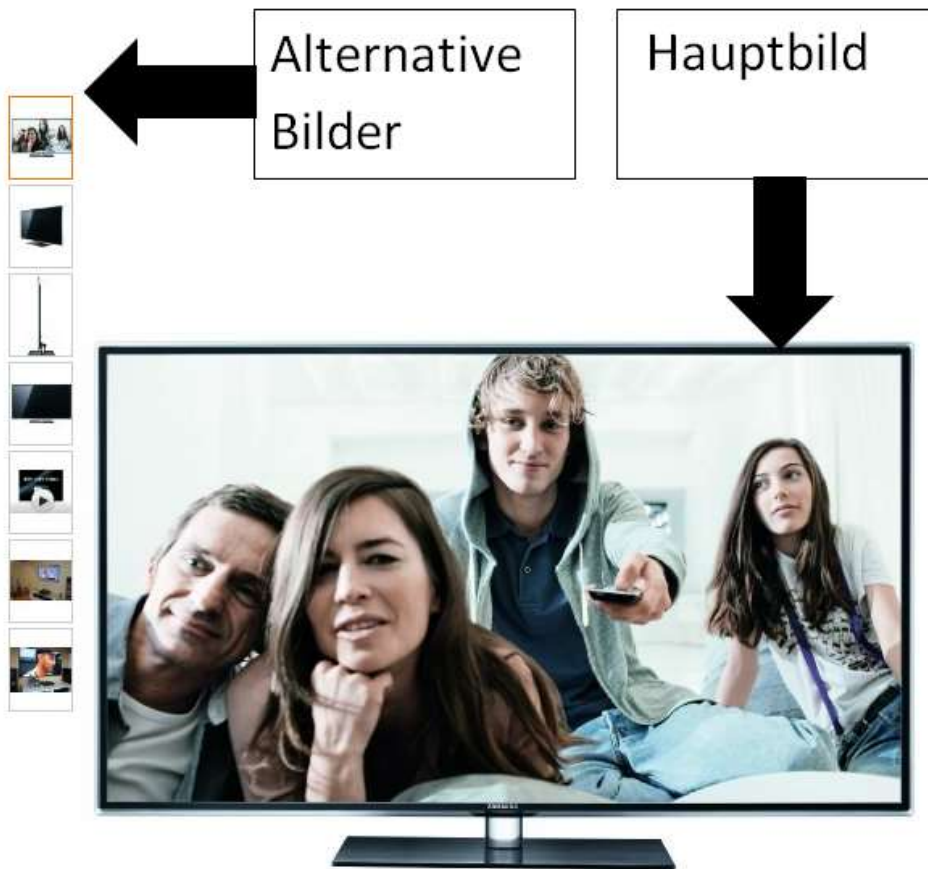
### 3. Die verschiedenen Arten der Produktbilder

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 guten Produkttiteln 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 Elektronik = 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 Nodes

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 Elektronik= 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, technischer Details und Maße
- Gegebenenfalls Informationen zu Kompatibilitäten
- Grammatikalische Korrektheit

#### ✓ Richtig

- ✓ Brillanter 8,99 cm (3,5 Zoll) Touchscreen mit 16 Mio. Farben
- ✓ Revolutionäre Swype-Texteingabe
- ✓ Innovative TouchWiz-Benutzeroberfläche
- ✓ 150 MB interner Speicher - erweiterbar auf bis zu 32 GB
- ✓ Lieferumfang: Handy, Akku, Datenkabel, Ladegerät, 4 GB Speicherkarte, Handbuch (Hinweis: Original deutsche Ware ohne Netzbetreiber-Branding und mit deutscher Bedienungsanleitung)

#### ✗ Falsch

- ✗ Neuheit mit 4 Anschlüssen zur Stromversorgung (Eingang): 1. Micro-USB (der neue Handy-Standard, verbindlich für jeden Hersteller) 2. Netz-Flachstecker (Für USA, UK, FR usw.) 3. Autoadapter (Zigarettenanzünder) 4. USB-Stecker
- ✗ Erstes Ladegerät mit Micro-USB-Anschluss, ermöglicht die Aufladung Ihres Akkus mittels Handy-Lladekabel!! (bitte schauen Sie, ob Sie über ein entsprechendes Kabel verfügen). Wenn der Akku geladen ist, schaltet das Ladegerät automatisch auf Erhaltungsladung!!
- ✗ PATONA Lithium-Ionen-Akku mit Überladungs-/Überspannungsschutz, Leistung 1050mAh, 3,7 V, 100% kompatibel. Kein Memoryeffekt und CE-geprüft. Ersetzt AHDBT-201/AHDBT-301
- ✗ Lieferumfang: 1x Patona Ladegerät, 1x Ladeschale für GoPro AHDBT-301/AHDBT-201, 1x Autoadapter, 2x Bundlestar (PATONA) Ersatzakku für GoPro AHDBT-201/AHDBT-301
- ✗ Für GoPro Hero3 Hero 3 --- Das Laden externer Geräte mit dem USB Anschluß, wie z.B. der Fernbedienung von GoPro ist nicht möglich. Wir empfehlen hier die -- Bundlestar Dual Powerbank mit 4200mAh --

## 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 Verkäufersnamen. 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 Produkts inklusive Marke, Material, Passform, Serien- und Modellnummer
- ✓ Schreiben Sie ganze Sätze und beschränken Sie sich nicht nur auf Stichpunkte

### ✗ Falsch

- ✗ Unbeschriebenes Feld– Sie vergeben dadurch Ihre Chance, den Kunden zu überzeugen
- ✗ HTML-Formatierungen – diese sind nicht gestattet
- ✗ **Händlerspezifische oder angebotsspezifische Details** (z.B. Preise oder Versand) – Verzichten Sie darauf, da die Produktbeschreibung bei allen Verkäufern angezeigt wird und daher nur allgemeingültige 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 Elektronik](#)** aus Seller Central.

Je spezifischer ein Kunde in einer Kategorie sucht, desto 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
- ✗ Verwendung von subjektiv gefärbten Adjektiven wie „schön“, „toll“, „kurzfristig erhältlich“
- ✗ Zu unspezifische Begriffe, z.B. Pullover