



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

### **Küche, Haus & Garten / Wohnen und Lifestyle**

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:

Formel:	[Marke]	[Modellnr.]	[Modellname]	[Produktbezeichnung]	[Kurzbeschreibung]
Beispiel:	Wedo	7310295	Wassermann	Duschvorhang	B x H: 180 cm x 200 cm
Ergebnis:	Wedo 7310295 Wassermann Duschvorhang B x H: 180 cm x 200 cm				

Ihre Produktbezeichnung könnte beispielsweise so lauten:  
KP-Design HK62 Bilderrahmen für Maxiposter Acryl

- 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 „KISSENBEZUG“, sondern „Kissenbezug“.
- 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. Tom Tailor Satin-Bettwäsche.
- 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. Tom Tailor Satin-Bettwäsche, summergreen. Diese Information wird später sowohl in der Bestellbestätigung des Kunden als auch in Ihrem Bestellbericht in Seller Central angezeigt.

In der Lagerbestandsdatei würde das folgendermaßen aussehen:

	A	CP	CQ	CR	CS
1	<b>SKU</b>	Parentage	ParentSKU	RelationshipType	VariationTheme
2	03AMZNTRUF01	Parent			Size
3	03AMZNTRUF02	Child	03AMZNTRUF01	Variation	Size
4	03AMZNTRUF03	Child	03AMZNTRUF01	Variation	Size

- 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:

- 2-teilige Bettwäsche-Garnitur (Kopfkissenbezug 80 x 80 cm, Bettbezug 135 x200 cm)
- Material: 100 % Baumwolle (Biber)
- Normalwaschgang bei 60 ° C
- Farbe: weiß
- Öko-Tex Standard 100

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***

*Fleurette 191856 Mikrofaser-Bettwäsche 135 x 200 + 80 x 80 pink*

*Hier besticht die pflegeleichte Mikrofaser: schnell waschen - schnell wieder trocken - ohne Bügeln.*

- *Ein interessantes Jacquard-Muster in rot schafft eine angenehme Atmosphäre.*
- *2 teilige Bettwäsche Garnitur, bestehend aus einem Kopfkissenbezug 80 x 80 cm und ein Bettbezug 135 x 200 cm*
- *Material: 100% Polyester*
- *Pflegeleicht*
- *mit einem hochwertigen Reißverschluss ausgestattet*
- *trocknergeeignet*

#### *Pflegehinweise*

- *Normalwaschgang bei 60 ° Celsius*
- *Nicht chlören*
- *Bügeln bei geringer Hitze*
- *Nicht chemisch reinigen*
- *Bei geringer Hitze trocknen*

### **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: Wohnen & Lifestyle › Möbel › Wohnzimmer › Designmöbel). 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. Für „Wohnen & Lifestyle › Möbel › Wohnzimmer › Designmöbel“ geben Sie beispielsweise die Browse Node ID 343494011 ein. Vergeben Sie immer die tiefste Browse Node aus dem BTG. Die ASIN (also 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.