



The Global Language of Business

GS1 Standards

GDSN-Anwendungsempfehlung für Marketinginformationen im deutschen Zielmarkt

Standardisierung der Bereitstellung von marketingrelevanten
Informationen mit Fokus auf digitale Vermarktungswege

Version 1.1, Juli 2021

Dokumenteninformation

Titel des Dokuments	GDSN-Anwendungsempfehlung für Marketinginformationen im deutschen Zielmarkt Standardisierung der Bereitstellung von marketingrelevanten Informationen mit Fokus auf digitale Vermarktungswege
Letztes Änderungsdatum	03.06.2024
Aktuelle Dokumentenausgabe	Ausgabe 1.2
Status	Freigegeben – gültig ab August 2021
Beschreibung des Dokuments	Diese Anwendungsempfehlung beschreibt die generelle standardisierte Nutzung der Marketingtexte im GDSN-Umfeld anhand einzelner Attribute.

Mitwirkende

Name	Organisation
Bartnik, Ronald	Procter & Gamble Service GmbH
Hildenbrand, Ingo	MARKANT Deutschland GmbH
Hoeting, Yvonne	Mars GmbH
Hoffmann, Maik	GS1 Germany GmbH
Leibold, Laura	dm-drogerie markt GmbH + Co. KG
Nasser, Seif	CFP Brands
Nowotny, Alexandra	Nestlé Deutschland AG
Prinz, Carolin	GS1 Germany GmbH
Reincke, Daniela	Beiersdorf AG
Rodi, Werola	Mars GmbH
Schöpf, Ulrike	Nestlé Deutschland AG
Thomsen, Tanja	GS1 Germany GmbH
Tietjen, Daniela	Mondelez Deutschland GmbH
Ziehme, Kevin	Dirk Rossmann GmbH

Änderungshistorie

Version	Änderungsdatum	Geändert von	Zusammenfassung der Änderung
1.0	15.05.2019	Carolin Prinz	Erstveröffentlichung

1.1	03.05.2021	Carolin Prinz Vivian Salim	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Änderung Kapitel 3.4.: Marketingbotschaft (M256) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Änderung des Trennzeichens von # zu ¶ (Carriage Return) ▪ Übernahme der Business Friendly Attributes Definition in der Ergänzenden Community Beschreibung ▪ Änderung Kapitel 3.5.: Markenbotschaft inkl. Reihenfolge (MXXX) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Änderung des Trennzeichens von # zu ¶ (Carriage Return) ▪ Übernahme der Business Friendly Attributes Definition ▪ Änderung Kapitel 3.2.: Suchbegriffe (M170) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Änderung der Trennzeichen der Suchbegriffe ▪ Änderung Kapitel 3.1.2.: eCommerce Produktname wird im Attribut Artikelbeschreibung (M259) angegeben ▪ Verschiebung des Kapitels 3.4.1.: Marketingbotschaft des Artikel kurz in Kapitel 4.1. ▪ Änderung Titel zu GDSN-Anwendungsempfehlung für Marketinginformationen im deutschen Zielmarkt (vorher: GDSN-Umsetzungsleitfaden für Marketinginformationen) ▪ Änderung Unternehmensbeschreibung ▪ Hinzufügen der Überschrift 3.2.1 Suchbegriffe / Schlagworte / Sprache [M170] und 3.3.1 Feature Benefit / Sprache [M084] ▪ Neues Attribut Kapitel 3.1.2.1: Artikelbeschreibung / Sprache [M259] ▪ Änderung Attributnamen: Nettofüllmenge [M281] -> Nettofüllmenge / Maßeinheit [M281]/[M281u] ▪ Änderung Attributnamen: eCommerce Produktbezeichnung [neu] -> Artikelbeschreibung / Sprache [M259] ▪ Änderung Attributnamen: Marketingbotschaft / Produktaussage -> Marketingbotschaft des Artikels [M256] ▪ Änderung Attributnamen: Markenbotschaft [neu] -> Markenbotschaft [M529] ▪ Änderung Attributnamen: PreperationServingRecipe -> recipe (Kapitel 4.2) ▪ Änderung Tabellenbeschreibungen: Tabelle 3 – 2 und Tabelle 3 – 2: Regeln zur Groß- und Kleinschreibung ▪ Änderung Tabellenbeschreibungen: Tabelle 3 – 8: Nutzung von Trennzeichen ▪ Änderung Tabellenbeschreibungen: Tabelle 3 – 9 und 3 -10: Nutzung von Trennzeichen, Wiederholbarkeit und Reihenfolge ▪ Änderungen Fachliche Beschreibungen: Nettofüllmenge Beschreibung / Sprache [M282] ▪ Änderungen Fachliche Beschreibungen: Marketingbotschaft des Artikels [M256]
-----	------------	-------------------------------	---

Version	Änderungsdatum	Geändert von	Zusammenfassung der Änderung
			<ul style="list-style-type: none"> ▪ Änderungen Fachliche Beschreibungen: Kommunikationskanal: Code [M377] ▪ Änderungen Fachliche Beschreibungen: Markenbotschaft [M529] ▪ Änderungen Technische Beschreibung: Kommunikationskanal: Verbindung [M376] (Kapitel 3.6.2) ▪ Änderungen Technische Beschreibung: Markenbotschaft [M529] ▪ Änderungen Anhang: Hinzufügen der neuen Attribute und Aktualisierungen zu der technischen Kurzbeschreibung ▪ Änderungen Anhang: Aktualisierung der Verweise zu anderen Dokumenten ▪ Löschen Kapitel 4 ▪ Änderung Kapitel 3.1.1.3: Anpassung Text Beispiel 3 ▪ Änderung Kapitel 3.1.1.5: Anpassungen am Text ▪ Änderungen Kapitel 3.1.2.1: Anpassungen Text Beispiel 3 ▪ Änderungen Kapitel 3.2.1: Anpassungen Beispiel 2 – Hinzufügen des Beispiels Leerzeichen vor dem Komma ▪ Änderungen Kapitel 3.3.1: Textliche Anpassungen fachliche Beschreibung ▪ Änderungen Kapitel: 3.4.1: Errata ▪ Änderungen Kapitel 3.5: Dopplungen rausgenommen
1.2	03.06.2024	Nirusa Naguleswaran	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Änderung Artikelbeschreibung / Sprache [M259]: Im Rahmen einer GDSN Anpassung wurde das Attribut in Attributbezeichnung / Sprache [M259] umbenannt.

Haftungsfreistellung

GS1® bemüht sich in ihrer Intellectual Property Policy, Unsicherheiten zu vermeiden, indem die Teilnehmer in den Arbeitsgruppen, die diesen Standard, die Allgemeinen GS1 Spezifikationen, entwickeln, sich verpflichten, allen GS1 Teilnehmern eine kostenfreie Lizenz zu gewähren oder eine FRAND Lizenz. Darüber hinaus wird darauf hingewiesen, dass die Umsetzung eines oder mehrerer Wesensmerkmale eines Standards ein Patent oder ein anderes geistiges Eigentumsrecht berühren kann. Solche Patente oder geistigen Eigentumsrechte sind nicht Teil der Lizenzverpflichtung von GS1. Die Vereinbarung, eine Lizenz, die der GS1 IP Policy unterliegt, zu erteilen, betrifft nicht geistige Eigentumsrechte und Ansprüche von Dritten, die nicht in den Arbeitsgruppen mitgearbeitet haben.

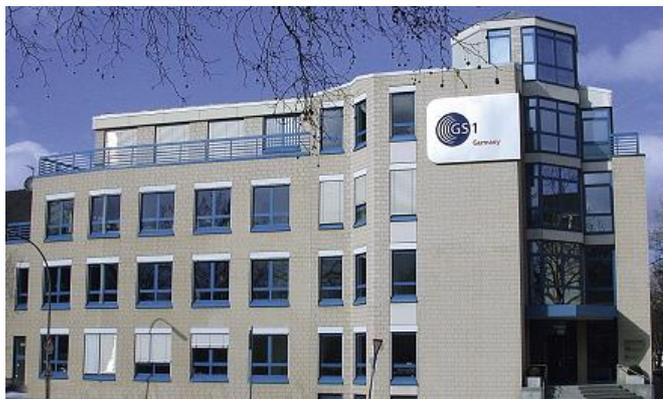
Bei der Erstellung dieser Dokumente und der darin enthaltenen GS1 Standards wurde die größtmögliche Sorgfalt angewandt. GS1, GS1 Germany und alle Dritten, die an der Erarbeitung dieses Dokuments beteiligt waren, halten hierdurch fest, dass sie keinerlei Gewährleistung im Zusammenhang mit diesem Dokument und keinerlei Haftung für irgendeinen Schaden Dritter, einschließlich direkter und indirekter Schäden sowie entgangenen Gewinn im Zusammenhang mit der Nutzung dieser Standards übernehmen.

Dieses Dokument kann jederzeit abgeändert werden oder an neue Entwicklungen angepasst werden. Die in diesem Dokument dargestellten Standards können jederzeit neuen Anforderungen – insbesondere gesetzlichen Anforderungen – angepasst werden. Dieses Dokument kann geschützte Markenzeichen oder Logos enthalten, die Dritte nicht ohne Erlaubnis des Rechteinhabers reproduzieren dürfen.

GS1 Germany GmbH

Es begann mit einem einfachen Beep.

1974 wurde in einem Supermarkt zum ersten Mal ein Barcode gescannt. Dies war der Beginn des automatisierten Kassierens – und der Anfang der Erfolgsgeschichte von GS1. Der maschinenlesbare GS1 Barcode mit der enthaltenen GTIN ist mittlerweile der universelle Standard im globalen Warenaustausch und wird sechs Milliarden Mal täglich auf Produkten gescannt. Die Standards von GS1 sind die globale Sprache für effiziente und sichere Geschäftsprozesse, die über Unternehmensgrenzen und Kontinente hinweg Gültigkeit hat. Als Teil eines weltweiten Netzwerks entwickeln wir mit unseren Kunden und Partnern gemeinsam marktgerechte und zukunftsorientierte Lösungen, die auf ihren Unternehmenserfolg unmittelbar einzahlen. Zwei Millionen Unternehmen aus über 20 Branchen weltweit nutzen heute diese Sprache, um Produkte, Standorte und Assets eindeutig zu identifizieren, um relevante Daten zu erfassen und um diese mit Geschäftspartnern in den Wertschöpfungsnetzwerken zu teilen. GS1 – The Global Language of Business.



Zu dieser Schrift

In diesem Dokument wird die einheitliche technische Nutzung der GDSN-Attribute zu jeglichen Marketinginformationen beschrieben.

Ziel dieser Anwendungsempfehlung ist es, darzustellen, welche Marketinginformationen über welche Attribute über den GDSN-Datenpool ausgetauscht, und wie diese Attribute von den Herstellern/Markeninhabern gepflegt und von den Händlern genutzt werden sollen.

Diese Anwendungsempfehlung beschreibt die generelle standardisierte Nutzung der Marketingtexte im GDSN-Umfeld anhand einzelner Attribute.

Inhalt dieser Anwendungsempfehlung sind jegliche Marketinginformationen, die zwischen Industrie und Handel ausgetauscht werden. Die ausgetauschten Informationen gehen teilweise über die Verpackungsinformationen hinaus und müssen nicht zwingend Teil der Produktverpackungen sein.

Im Fokus dieser Anwendungsempfehlung liegt die digitale Vermarktung und damit die Nutzung der Texte in Online Shops. Darüber hinaus können die Texte auch für Prozesse des stationären Handels (Handzettel) verwendet werden.

Köln, im Juli 2021

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	9
Tabellenverzeichnis	9
1 Vorwort	10
2 Einführung	10
3 Marketinginformationen	11
3.1 eCommerce Produktname	11
3.1.1 Modularer Produktname.....	11
3.1.1.1 Markenname [M254].....	12
3.1.1.2 Submarke [M255].....	13
3.1.1.3 Funktionsbezeichnung [M253].....	14
3.1.1.4 Variante / Sprache [M263].....	14
3.1.1.5 Nettofüllmenge.....	15
3.1.1.5.1 Nettofüllmenge / Maßeinheit [M281]/[M281u]	15
3.1.1.5.2 Nettofüllmenge Beschreibung / Sprache [M282].....	16
3.1.2 Ausformulierter Produktname	16
3.1.2.1 Artikelbezeichnung / Sprache [M259].....	17
3.2 Produkt-Keywords mit Search Engine Optimization (SEO)	18
3.2.1 Suchbegriffe / Schlagworte / Sprache [M170]	18
3.3 Produktfeatures und -benefits.....	20
3.3.1 Feature Benefit / Sprache [M084]	20
3.4 Marketingbotschaft / Produktaussage	22
3.4.1 Marketingbotschaft des Artikels [M256]	22
3.5 Markenbotschaft [M529]	24
3.6 Angabe zu Kommunikationskanälen.....	26
3.6.1 Kommunikationskanal: Code [M377].....	26
3.6.2 Kommunikationskanal: Verbindung [M376]	26
Technische Kurzbeschreibung der Attribute.....	29
Verweise zu anderen Dokumenten	31
Impressum.....	32

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 3 – 1: Beispiel für modulare Produktnamen	12
---	----

Tabellenverzeichnis

Tabelle 3 – 1: Erweiterung der Module	12
Tabelle 3 – 2: Beispiel Markenname [M254]	13
Tabelle 3 – 3: Beispiel Submarke [M255]	13
Tabelle 3 – 4: Beispiel Funktionsbezeichnung [M253]	14
Tabelle 3 – 5: Beispiel Variante [M263]	15
Tabelle 3 – 6: Beispiel Nettofüllmenge [M281/M282]	16
Tabelle 3 – 7: Beispiel Artikelbezeichnung / Sprache [M259]	17
Tabelle 3 – 8: Beispiel Produkt-Keywords [M170]	19
Tabelle 3 – 9: Beispiel Feature Benefit [M084]	21
Tabelle 3 – 10: Beispiel Marketingbotschaft des Artikels [M256]	23
Tabelle 3 – 11: Beispiel Markenbotschaft [M529]	25
Tabelle 3 – 12: Beispiel Kommunikationskanal: Code [M377] / Kommunikationskanal: Verbindung [M376] ..	28
Tabelle 4 – 13: Technische Kurzbeschreibung der Attribute	30

1 Vorwort

In diesem Dokument wird die einheitliche technische Nutzung der GDSN-Attribute zu jeglichen Marketinginformationen beschrieben. Eine Liste der Attribute finden Sie im [Kapitel 2 Einführung](#).

Ziel dieser Anwendungsempfehlung ist es, darzustellen, welche Marketinginformationen über welche Attribute über den GDSN-Datenpool ausgetauscht, und wie diese Attribute von den Herstellern/Markeninhabern gepflegt und von den Händlern genutzt werden sollen.

2 Einführung

Diese Anwendungsempfehlung beschreibt die generelle standardisierte Nutzung der Marketingtexte im GDSN-Umfeld anhand einzelner Attribute.

Inhalt dieser Anwendungsempfehlung sind jegliche Marketinginformationen, die zwischen Industrie und Handel ausgetauscht werden. Die ausgetauschten Informationen gehen teilweise über die Verpackungsinformationen hinaus und müssen nicht zwingend Teil der Produktverpackungen sein.

Im Fokus dieser Anwendungsempfehlung liegt die digitale Vermarktung und damit die Nutzung der Texte in Online Shops. Darüber hinaus können die Texte auch für Prozesse des stationären Handels (Handzettel) verwendet werden.

Nachfolgend finden Sie eine Übersicht aller in diesem Dokument betrachteten GDSN-Attribute:

- Markenname [M254]
- Submarke [M255]
- Funktionsbezeichnung [M253]
- Variante [M263]
- Nettofüllmenge / Maßeinheit [M281]/[M281u]
- Nettofüllmenge Beschreibung [M282]
- Artikelbezeichnung / Sprache [M259]
- Suchbegriffe/Schlagworte [M170]
- Feature Benefit [M084]
- Marketingbotschaft des Artikels [M256]
- Markenbotschaft [M529]
- Kommunikationskanal: Code [M377]
- Kommunikationskanal: Verbindung [M376]

Eine technische Kurzbeschreibung der Attribute finden Sie im Anhang „[Technische Kurzbeschreibung der Attribute](#)“.

3 Marketinginformationen

In diesem Kapitel werden die in Kapitel 2 aufgelisteten Felder anhand ihrer Definition, des GDSN-Status, des Formats, der Wiederholbarkeit und anhand von Beispieltextrn beschrieben.

Zunächst werden zwei Möglichkeiten für einen eCommerce Produktnamen beschrieben, daraufhin Produktbeschreibungen, wie die Angabe von Feature Benefits und suchoptimierter Key-Words. Das Kapitel schließt mit der Beschreibung der Marketingbotschaft, der Markenbotschaft und der Angabe zu Social Media Kanälen.

Grundsätzlich sollten insbesondere längere Marketingtexte, wie Feature Benefits, Marketingbotschaft und Markenbotschaft suchoptimiert sein. Das bedeutet, dass sie aufgrund der Formulierung in Web-suchen verstärkt gefunden werden können.

3.1 eCommerce Produktnamen

Der eCommerce Produktnamen wird in Online Shops und Market Places und auf weiteren Online-Plattformen verwendet, um ein Produkt für den Kunden bestmöglich zu beschreiben.

Der eCommerce Produktnamen soll dem Kunden auf einen Blick alle relevanten Informationen zum Produkt geben und gleichzeitig suchoptimiert sein, d. h. bei der Online-Suche bestmögliche Ergebnisse erzielen.

Aufgrund dieser Anforderungen ergeben sich zwei Möglichkeiten, den eCommerce Produktnamen über GDSN auszutauschen: über den [modularen Produktnamen](#) oder den [ausformulierten Produktnamen](#).

Der modulare Produktnamen beschreibt eine Empfehlung, wie sich ein eCommerce Name aus vorhandenen Attributen zusammensetzt, wohingegen der ausformulierte Produktnamen ein Freitextfeld ist, welches vom Dateneinsteller gefüllt wird. Beide Alternativen zum eCommerce Produktnamen werden in den nachfolgenden Kapiteln genauer beschrieben.

3.1.1 Modularer Produktnamen

Die Idee des modularen Produktnamens ist, dass der Datenempfänger aus vorhandenen GDSN-Attributen flexibel einen eCommerce Produktnamen zusammensetzt.

Für das optimale Ergebnis wird empfohlen, mindestens die folgenden vorhandenen GDSN-Attribute in der angegebenen Reihenfolge zu kombinieren.

Fachliche Beschreibung des modularen Produktnamens:

Der modulare Produktnamen kann aus den nachfolgenden Attributen in empfohlener Reihenfolge zusammengesetzt werden:

- Markenname [M254]
- Submarke [M255]
- Funktionsbezeichnung/Sprache [M253]
- Variante/Sprache [M263]
- Nettofüllmenge/Maßeinheit [M281]/[M281u]
- Nettofüllmenge: Beschreibung/Sprache [M282]

In nachfolgender Tabelle werden Beispiele aufgezeigt, die die Befüllung der Felder und den sich daraus ergebenden, modularen eCommerce Produktnamen beschreiben.

Die Codes der Nettofüllmenge/Maßeinheit [M281] müssen gemäß der Codeliste (MeasurementUnit Code) und zur besseren Lesbarkeit mit ihrer jeweiligen Bezeichnung ausgelesen werden. Beispielsweise wird aus dem Codewert „GRM“ entsprechend „Gramm“.



Modularer Produktname	NESTLE KITKAT CHUNKY Schokoriegel Peanut Butter Multipack 168 Gramm 4x42g	LABELLO Lips2Kiss Color Lip Balm Hot Pink 3 Gramm	PEDIGREE DENTASTIX Zahnpflege-Snack 720 Gramm 4 x (7St./180g) = 720 g	MILKA Schokoladentafel Alpenmilch 157,5 Gramm
Markenname [M254]	NESTLE	LABELLO	PEDIGREE	MILKA
Submarke [M255]	KITKAT CHUNKY	Lips2Kiss	DENTASTIX	<leer>
Funktionsbezeichnung [M253]	Schokoriegel	Color Lip Balm	Zahnpflege-Snack	Schokoladentafel
Variante / Sprache [M263]	Peanut Butter Multipack	Hot Pink	<leer>	Alpenmilch
Nettofüllmenge Maßeinheit [M281]	168 (GRM)	3 (GRM)	720 (GRM)	157,5 (GRM)
Nettofüllmenge Beschreibung [M282]	4x42g	<leer>	4 x (7St./ 180g) = 720 g	<leer>

Abbildung 3 – 1: Beispiel für modulare Produktnamen

Für bestimmte Produktgruppen kann es sinnvoll sein, weitere Attribute in den modularen eCommerce Produktnamen aufzunehmen. Es wird empfohlen, ggf. zusätzlich benötigte Attribute im modularen Namen vor der Nettofüllmenge [M281] anzugeben. In der nachfolgenden Tabelle sind für bestimmte Warengruppen beispielhafte Empfehlungen aufgelistet:

Warengruppe	Attribut
Alkoholische Produkte	Volumenprozent [%] [M109]
Kosmetische Mittel mit Lichtschutzfaktor (bspw. Sonnencreme, Tagescreme)	Lichtschutzfaktor [M173]
Windeln und Panties	Windelgröße [M179]
Cremes und Lotionen	Hauttyp [M489]
Shampoo und Conditioner	Haartyp [M490]

Tabelle 3 – 1: Erweiterung der Module

In den nachfolgenden Kapiteln werden die einzelnen GDSN-Attribute genauer beschrieben.

3.1.1.1 Markenname [M254]

Fachliche Beschreibung: Name, mit dem der Markenbesitzer - eindeutig und für den Verbraucher wiedererkennbar - eine Linie von Artikeln oder Dienstleistungen identifiziert.

Technische Beschreibung:

- **Status:** Muss
- **Format:** an..70 (alphanumerisch, maximal 70-stellig)
- **Wiederholbarkeit:** nein

■ **Hierarchiestufe:** alle

Beispielartikel	Beispiel 1	Beispiel 2	Beispiel 3	Beispiel 4
Produkt				
Markenname [M254]	NESTLE	LABELLO	PEDIGREE	MILKA

Tabelle 3 – 2: Beispiel Markenname [M254]

Regelung zur Groß- und Kleinschreibung: Es wird empfohlen, den Markennamen zur besseren Erkennung im Fließtext durch die Verwendung von GROSSBUCHSTABEN hervorzuheben. Ziel dieser Empfehlung ist es einen Standard schaffen, welcher aber nicht als Verpflichtung angesehen werden sollte.

3.1.1.2 Submarke [M255]

Fachliche Beschreibung: Zweites Level der Marke. Die Submarke kann ein eingetragenes Warenzeichen sein. Unterscheidender Primärfaktor, den ein Markeninhaber dem Verbraucher oder Käufer mitzuteilen wünscht.

Technische Beschreibung:

- **Status:** Optional
- **Format:** an..70 (alphanumerisch, maximal 70-stellig)
- **Wiederholbarkeit:** Nein
- **Hierarchiestufe:** Alle

Beispielartikel	Beispiel 1	Beispiel 2	Beispiel 3	Beispiel 4
Produkt				
Submarke [M255]	KITKAT CHUNKY	Lips2Kiss	DENTASTIX	<leer>

Tabelle 3 – 3: Beispiel Submarke [M255]

Regelung zur Groß- und Kleinschreibung: Es wird empfohlen, den Submarkennamen zur besseren Erkennung im Fließtext durch die Verwendung von GROSSBUCHSTABEN hervorzuheben. Ziel dieser Empfehlung ist es einen Standard schaffen, welcher aber nicht als Verpflichtung angesehen werden sollte.

3.1.1.3 Funktionsbezeichnung [M253]

Fachliche Beschreibung:

Funktionsbezeichnung, die den Gebrauch oder den Nutzen des Produktes für den Konsumenten beschreibt. Dient zur Erläuterung der Produktklassifizierung der GTIN.

Beispiele: Schokoriegel, Schokoladentafel, Nassfutter, Trockenfutter, Gesichtspflege, Tagescreme etc.

Technische Beschreibung:

- **Status:** Muss
- **Format:** an..35 (alphanumerisch, maximal 35-stellig)
- **Wiederholbarkeit:** Nein
- **Hierarchiestufe:** Alle

Beispielartikel	Beispiel 1	Beispiel 2	Beispiel 3	Beispiel 4
Produkt				
Funktionsbezeichnung [M253]	Schokoriegel	Color Lip Balm	Hunde-Snack- und Belohnungsprodukt	Schokoladentafel

Tabelle 3 – 4: Beispiel Funktionsbezeichnung [M253]

Regelung zur Groß- und Kleinschreibung: Angabe in Groß- und Kleinschreibung gemäß deutscher Rechtschreibung.

3.1.1.4 Variante / Sprache [M263]

Fachliche Beschreibung: Freier Text, um die Produktvariante zu spezifizieren. Varianten sind die unterscheidenden Eigenschaften, die Produkte mit der gleichen Marke und Größe unterscheiden, einschließlich bestimmter Aromen, Düfte, Geschmack oder sogar einer spezifischen Größenbezeichnung.

Technische Beschreibung:

- **Status:** Optional
- **Format:** an..500 (alphanumerisch, maximal 500-stellig)
- **Wiederholbarkeit:** Ja
- **Sequenznummer:** Nein
- **Hierarchiestufe:** Alle

Beispielartikel	Beispiel 1	Beispiel 2	Beispiel 3	Beispiel 4
Produkt				
Variante / Sprache [M263]	Peanut Butter Multipack	Hot Pink	<leer>	Alpenmilch

Tabelle 3 – 5: Beispiel Variante [M263]

Sonstige Bemerkungen: Um einen optimalen eCommerce Produktnamen generieren zu können, soll sowohl auf die Verwendung von Abkürzungen als auch auf die Nutzung der gesamten Feldlänge verzichtet werden.

Bei wiederholter Angabe der Variante sollte diese in einer Zeile ohne Trennzeichen erfolgen. Es wird empfohlen, zunächst die Angabe zu Geschmacksrichtung, Duftnote oder Farbe und anschließend die Angabe zur Verpackungsgröße (Multipack, Vorteilspack, Familypack) aufzuführen.

In der Tabelle werden verschiedene Arten von Varianten beschrieben: Die Produkte MILKA Schokolade und KITKAT CHUNKY beschreiben eine Geschmacksvariante (Alpenmilch / Peanut Butter). Das Produkt KITKAT CHUNKY beschreibt zudem noch eine Verpackungsvariante (Multipack). Für den Lippenpflegestift von LABELLO wird eine Farbvariante (Hot Pink) angegeben. Für den Zahnpflege-Snack DENTASTIX gibt es keine Variantenangabe.

3.1.1.5 Nettofüllmenge

Die Angabe der Nettofüllmenge setzt sich aus zwei Attributen zusammen: die Nettofüllmenge inkl. der Maßeinheit [M281]/[M281u] sowie die Beschreibung der Nettofüllmenge [M282].

Die Angabe der Nettofüllmenge wird im GDSN-Umsetzungsleitfaden zur Abbildung von Mengen-, Volumen- und Gewichtsangaben im deutschen Zielmarkt beschrieben.

Der Leitfaden bezieht sich auf die Vorgaben der Fertigpackungsverordnung (FertPackV) § 7 (2) und beschreibt, wann Angaben in Gewicht, Volumen oder Stück zu machen sind.¹

3.1.1.5.1 Nettofüllmenge / Maßeinheit [M281]/[M281u]

Fachliche Beschreibung: Inhalt des Artikels, wie auf der Verpackung anzugeben (gemäß der landesspezifischen Fassung der gesetzlichen Fertigpackungsverordnung), bei Multipacks der Nettoinhalt des gesamten Artikels. Bei Artikeln mit festem Wert ist der auf der Verpackung angegebene Wert zu nehmen, um variable Inhaltsangaben zu vermeiden, wie bei manchen Artikeln, die nach Volumen oder Gewicht verkauft werden, deren Inhalt aber je nach Charge leicht variieren kann. Im Falle eines mengenvariablen Artikels ist die Durchschnittsmenge anzugeben.

Technische Beschreibung:

- **Status:** Muss (Basisartikel - lowest level) und Optional (Nicht-Basisartikel - non-lowest level)
- **Format:** n..15 (15,5) (numerisch, maximal 10 Vor- und maximal 5 Nachkommastellen)
- **Wiederholbarkeit:** Nein
- **Hierarchiestufe:** Alle

¹ Siehe ‚GDSN-Umsetzungsleitfaden zur Abbildung von Mengen-, Volumen- und Gewichtsangaben im deutschen Zielmarkt, V1.0, September 2016, Kapitel 3.1‘

3.1.1.5.2 Nettofüllmenge Beschreibung / Sprache [M282]

Fachliche Beschreibung: Die Beschreibung der Nettofüllmenge: Beschreibung / Sprache [M282] wird zu einer weiteren Erläuterung der Nettofüllmenge / Maßeinheit [M282]/[M282u] genutzt, sofern diese benötigt wird. Im Lebensmittelbereich gilt:

„Besteht eine Vorverpackung aus zwei oder mehr Einzelpackungen mit derselben Menge desselben Erzeugnisses, so wird die Nettofüllmenge in der Weise angegeben, dass die in jeder Einzelpackung enthaltene Nettofüllmenge und die Gesamtzahl der Einzelpackungen angegeben werden.“ (Auszug EU VO 1169 /2011, Anhang IX, Punkt 3)

In der Beschreibung der Nettofüllmenge ist dann z. B. „3 x 60 g“ anzugeben.

Auch Claims wie: „Füllhöhe kann technisch bedingt variieren“ können hier - oder in Zusätzliche verpflichtende Kennzeichnung und Warnhinweise / Sprache [M094] - eingetragen werden.

Dagegen ist die Nettofüllmenge / Maßeinheit [M282]/[M282u] hier nicht klarschriftlich zu wiederholen.

Technische Beschreibung:

- **Status:** Optional
- **Format:** an..500 (alphanumerisch, maximal 500-stellig)
- **Wiederholbarkeit:** Nein
- **Hierarchiestufe:** Alle

Beispielartikel	Beispiel 1	Beispiel 2	Beispiel 3	Beispiel 4
Produkt				
Maßeinheit [M281]	168 (GRM)	3 (GRM)	720 (GRM) 28 (H87)	157,5 (GRM)
Beschreibung [M282]	4x42 g	<leer>	4 x (7pc / 180 g) = 720 g	<leer>

Tabelle 3 – 6: Beispiel Nettofüllmenge [M281/M282]

3.1.2 Ausformulierter Produktname

Die Idee hinter der eCommerce Produktbezeichnung ist, dass der Hersteller/Markeninhaber dem Datenempfänger einen für den eCommerce (such-) optimierten Produktnamen zur Verfügung stellt. Vorteil ist, dass der Markeninhaber/Hersteller stärkeren Einfluss auf die Anzeige im Online Shop hat und einen einheitlichen Markenauftritt gestalten kann, um gezielt Produktinformationen an den Konsumenten oder Shopper weiterzugeben. Der Handel kann sich an dem durch den Markeninhaber/Hersteller ausformulierten eCommerce Produktnamen orientieren.

Der ausformulierte eCommerce Produktname dient als Vorschlag für einen (such-)optimierten Produktnamen zur Beschreibung eines Artikels im eCommerce (Online Shop). Der Produktnamen setzt sich unter anderem aus den Informationen Markenname, Submarke, einer Produktbeschreibung und einer Nettofüllmenge zusammen.

Der eCommerce Produktname dient dazu, gezielt suchoptimierte Informationen vom Hersteller/Markeninhaber im Produktnamen an den Konsumenten bzw. Shopper zu übermitteln.

3.1.2.1 Artikelbezeichnung / Sprache [M259]

Der Dateneinsteller kann über das Attribut **Artikelbezeichnung / Sprache [M259]** dem Datenempfänger einen ausformulierten eCommerce Produktnamen zu seinen Produkten übermitteln.

Fachliche Beschreibung: Eine verständliche und nutzbare Bezeichnung des Produkts unter Verwendung einer Kombination von Schlüsselementen wie Markenname, Submarke (falls vorhanden), Funktionsbezeichnung, Variante und Nettofüllmenge.

Die Artikelbezeichnung dient dazu, den Artikel mit seinen charakteristischen Merkmalen eindeutig zu bezeichnen.

Die Bezeichnung sollte eindeutig und aussagekräftig sein, damit der Handel die Bezeichnung für seine Geschäftsprozesse nutzen und das Produkt für den Verbraucher beschreiben kann, z. B. Marke, Geschmack, Duft etc. Ebenso können hier weitere Dimensionen des Inhaltes beschrieben werden, die bei Nettofüllmenge / Maßeinheit [M281] / [M281u] nicht dargestellt werden können, z.B. Blatt pro Rolle Küchenpapier.

Hier ist für unverpackte (lose) Ware und C+C/Großverbrauchermärkte die nicht abgekürzte vollständige Verkehrsbezeichnung des Artikels anzugeben.

Interne und produktionsbedingte Abkürzungen im Artikeltext sind zu vermeiden. Bei Basissortimenten sollte aus diesem Text ersichtlich sein, dass es sich um ein Sortiment handelt.

Technische Beschreibung:

- **Status:** Muss (DE-FMCG und DE-DIY für Basisartikel (lowest level) sowie für Nicht-Basisartikel, wenn Konsumenteneinheit M247 = ja bzw. true; Optional für alle anderen Verpackungsebenen
- **Format:** an..200 (alphanumerisch, maximal 200-stellig)
- **Wiederholbarkeit:** Ja
- **Hierarchiestufe:** Alle

Beispielartikel	Beispiel 1	Beispiel 2	Beispiel 3	Beispiel 4
Produkt				
Artikelbezeichnung / Sprache [M259]	NESTLE KITKAT CHUNKY Peanut Butter, Schokoriegel in Milkschokolade, mit Erdnussbutter & knuspriger Waffel, Multi-Pack, 168g (4 x 42 g)	Labello Lips2Kiss Colour Lip Balm Intensive Farbe & Langanhaltende Pflege Hot Pink	PEDIGREE® DENTASTIX™ Daily Oral Care, Tägliche Zahnpflegesnacks für mittelgroße Hunde (10-25 kg), 28 Stück, 720 g	MILKA Alpenmilch Schokoladentafel 100 g

Tabelle 3 – 7: Beispiel Artikelbezeichnung / Sprache [M259]

3.2 Produkt-Keywords mit Search Engine Optimization (SEO)

SEO-Keywords bestimmen, ob der Kunde ein Produkt online finden kann. Die vom Kunden gezielt eingegebenen Begriffe können in Online Shops den Produkten zugeordnet werden.

3.2.1 Suchbegriffe / Schlagworte / Sprache [M170]

Der Hersteller/Markeninhaber kann über das Attribut **Suchbegriffe / Schlagworte / Sprache [M170]** dem Händler/Webshopbetreiber SEO-Keywords zu seinen Produkten übermitteln.

Fachliche Beschreibung: Angabe von Suchbegriffen, Schlagworten als Angebot für den Handel (Search Engine Optimization (SEO)), die unter anderem in einem Webshop genutzt werden können. Die Nutzung der Produkt-Keywords kann händlerspezifisch sein und sollte unter Berücksichtigung gültiger Rechtsprechung erfolgen.

Technische Beschreibung:

- **Status:** Optional
- **Format:** an..1000 (alphanumerisch, maximal 1000-stellig)
- **Wiederholbarkeit:** Ja
- **Sequenznummer:** Nein
- **Hierarchiestufe:** Alle

Beispielartikel	Beispiel 1	Beispiel 2	Beispiel 3	Beispiel 4
Produkt				
Produkt-Keywords [M170]	Süßigkeiten, Pfefferminze, Multipack, Minze, Sechser-Pack, Aroma, chewing gum, dose, flavour, Geschmacksrichtung, Atem, grünteer-extrakt, Füllung, verkaufdisplay, wiederverschließbar, Familienpackung, minzaroma, Autopack, breath, wiederverschließbar, Kauspass	Husten Bonbon, stiller , Hals , Pastille , Erkältung , Halsweh , Kratzen , Stimmbeschwerden , halal , kosher , vegetarisch , bekömmlich , harmonisch , frisch , kräutermischung , Lutsch , Bronchien , beruhigend , schonend , klein , zuckerfrei , drop , alpen , atem , rachen , kräuterkraft , tüte	windeln, pampers, premium protection, active fit, new baby, baby windeln, urin-indikator, nabel, nabelfreundliche passform, neugeborenes, trockenheit, hautschutz, weichheit, größe 0, größe 1, größe 2, größe 3, größe 3+, größe 4, größe 4+, größe 5, größe 5+, midi, maxi, junior, trockenheit, midi plus, midi+, maxi plus, maxi+, junior plus, junior+, baby, active-fit, activefit	zahnpaste, zahncreme, fluorid, oral, b, oral, pflege, zahnfleisch- und schmelz reparieren, zahnfleisch, zahnschmelz, reparieren, original, extra frisch, sanft weiß, sanfte reinigung, 50 ml, 75 ml, 100 ml, weiß, zähne, karies, karie, weich, sensitiv, reparieren, erosion, zahnpflege, zahnpflegegewohnheiten, erwachsener zahnpaste, erwachsener, kind, zahnpasten, erwachsene, kinder, zahn, karies, karies, oralb, zanpasta, gengigel, ultradex, sensodyne, colgate, curaprox, corsodyl, euthymol, elmex, parodontax, zahnfleisch, weleda, zendium, splat, rocs, regenerieren

Tabelle 3 – 8: Beispiel Produkt-Keywords [M170]

Nutzung von Trennzeichen: Bei der Auflistung von Suchbegriffen sollen diese mit oder ohne einem Leerzeichen vor und/oder nach dem Komma getrennt werden.

Regelung zur Groß- und Kleinschreibung: Es gibt keine Regelung zur Groß- und Kleinschreibung. Gängige Tippfehler können in den Produkt-Keywords enthalten sein.

3.3 Produktfeatures und -benefits

Produktfeatures und -benefits sind produktspezifische Beschreibungen von Produktvorteilen und -nutzen, die konsumorientierte Marketingziele verfolgen. Es ist darauf zu achten, dass hier lediglich die Hauptvorteile und -nutzen des Produktes genannt werden. Weitere Informationen zum Produkt, wie bspw. weitere Eigenschaften, Beschreibung der Wertschöpfungskette oder Nachhaltigkeitsaspekte, die sich nicht auf die Hauptvorteile des Produktes beziehen, sollten in der Marketingbotschaft ([Kapitel 3.4](#)) angegeben werden.

Die Angabe der Produktfeatures und -benefits erfolgt meist in Form von Stichworten oder kurzen Sätzen und in Bulletpoints, wobei die Reihenfolge der Logik folgen sollte, das wichtigste Produktfeature zuerst anzugeben.

3.3.1 Feature Benefit / Sprache [M084]

Produktfeatures und -benefits werden im GDSN-Attribut **Feature Benefit [M084]** angegeben.

Fachliche Beschreibung: Element für konsumentenorientiertes Marketing, um die Vorteile und den Nutzen des Produktes zu beschreiben.

Die Informationen müssen nicht zwangsläufig auf der Verpackung erscheinen und müssen nicht identisch zu den Angaben auf der Verpackung sein.

Das Attribut Feature Benefit dient zur Angabe der hauptsächlichen Vorteile und Nutzen des Produktes und kann für konsumentenorientierte Marketingzwecke verwendet werden. Diese Angaben des Produktes sollten in Stichworten oder kurz ausformulierten Sätzen angegeben werden.

Bei mehreren Feature Benefits wird empfohlen, mit der Wiederholbarkeit des Attributs zu arbeiten, d.h. je Produktvorteil/-nutzen eine Wiederholung mit der Sequenznummer (Feature Benefit: Reihenfolge [M491]) anzugeben. Es sollten maximal 10 Produktvorteile/-nutzen angegeben werden.

Technische Beschreibung:

- **Status:** Optional
- **Format:** an..250 (alphanumerisch, maximal 250-stellig)
- **Wiederholbarkeit:** Ja
- **Sequenznummer:** Ja.
Angabe im Attribut Feature Benefit: Reihenfolge [M491]
- **Hierarchiestufe:** Alle

Beispielartikel		Beispiel 1	Beispiel 2	Beispiel 3	Beispiel 4
Produkt					
Feature Benefit /Sprache [M084]	W1	Der Knusprige: Der beliebte Schokoladen-Klassiker begeistert mit seiner Kombination aus cremiger Erdnussbutter, knuspriger Waffel und zartschmelzender Schokolade nicht nur Erdnuss-Fans	Die DENTASTIX-Kaustangen von PEDIGREE helfen dank abreibender Textur und X-Form die Bildung von Plaque am Zahnfleischrand – wissenschaftlich bewiesen – bis zu 80% zu reduzieren.	Große gefüllte Dragees für ein besonderes Kauerlebnis mit Frische-Kick im Kern	Reduziert Zahnfleischbluten und hilft den Zahnschmelz zu reparieren in nur 2 Wochen
	W2	Pausen-Snack: KitKat Chunky Peanut Butter ist der perfekte Begleiter für die wohlverdiente Pause – danach kann es entspannt weitergehen	Die Kombination aus spezieller Textur und Aktivwirkstoffen macht PEDIGREE DENTASTIX Kauknochen bei täglicher Fütterung so wirksam.	Für langanhaltende Atemfrische	Neutralisiert schädliche Bakterien, um Zahnfleischbluten zu reduzieren
	W3	Lieferumfang: 4 x 42 g KitKat Chunky Peanut Butter, Schokoriegel mit Erdnussbutter von Nestlé	Zahnpflegesnack für Hunde - entwickelt mit Ernährungswissenschaftlern und Tierärzten unseres Forschungszentrums WALTHAM.	Mit Extrakten aus grünem Tee – für pure Atemfrische	Remineralisiert den Zahnschmelz und schützt die Zähne vor säurebedingtem Zahnschmelzabbau
	W4	Multi-Pack: Die perfekte Balance aus knusprig und zart, abgerundet von einer Schicht cremiger Erdnussbutter – zum Glück gibt es davon ausreichend Vorrat!	Hundesnack mit niedrigem Fettanteil, ohne Zuckerzusatz und frei von künstlichen Farb- und Aromastoffen.		Sorgt für ein langanhaltend frisches und sauberes Gefühl

Tabelle 3 – 9: Beispiel Feature Benefit [M084]

Nutzung von Trennzeichen, Wiederholbarkeit und Reihenfolge: Keine Angabe von Trennzeichen. Pro Produktvorteil/-nutzen wird jeweils eine Wiederholung empfohlen. Die Priorisierung kann über die Nutzung der Reihenfolge vorgenommen werden, da es in der Praxis vorkommen kann, dass nicht alle Wiederholungen übernommen werden.

3.4 Marketingbotschaft / Produktaussage

Marketingaussagen können im deutschen Zielmarkt über das GDSN Attribut Marketingbotschaft des Artikels [M256] ausgetauscht werden.

Bei der Marketingbotschaft ist darauf zu achten, dass Informationen, die bereits über andere Attribute kommuniziert werden, wie bspw. der Aufbewahrungshinweis [M362] oder Verwendungshinweis [M363], nicht zusätzlich angegeben werden.

In den nachfolgenden Kapiteln wird detaillierter auf die beiden Attribute Marketingbotschaft des Artikels [M256] und Markenbotschaft [M529] eingegangen.

3.4.1 Marketingbotschaft des Artikels [M256]

Fachliche Beschreibung: Marketingbotschaft, die sich auf den Artikel bezieht. Die Marketingbotschaft des Artikels ist die Beschreibung des Produkterlebnisses für den Konsumenten.

Die Marketingbotschaft kann bspw. die zentralen Eigenschaften des Produktes aufzählen, die sowohl die Qualität als auch seine Exklusivität verdeutlichen. Sie kann auch Informationen zur Nachhaltigkeit des Produktes enthalten und auf die Regionalität des Artikels oder seiner Zutaten hinweisen. Eine kurze Beschreibung des Wertschöpfungsprozesses, etwa vom Erzeuger bis zum Kunden, ist ebenfalls möglich.

Die Marketingbotschaft sollte kundengerecht, eindeutig und einfach verfasst sein.

Reichen die Anzahl Zeichen des Attributs nicht aus, kann das Attribut zusammen mit der Angabe der

• Marketingbotschaft des Artikels: Reihenfolge [M457] [außer für AT-FMCG]

wiederholt werden. Bitte nutzen Sie erst die gesamte Zeichenlänge des Attributs aus, bevor Sie Wiederholungen verwenden.

Technische Beschreibung:

- **Status:** Optional
- **Format:** an..4000 (alphanumerisch, maximal 4000-stellig)
- **Wiederholbarkeit:** Ja
- **Sequenznummer:** Ja
Angabe im Attribut Marketingbotschaft des Artikels: Reihenfolge [M457]
- **Hierarchiestufe:** Basisartikel (lowest level)

Beispielartikel	Beispiel 1	Beispiel 2	Beispiel 3	Beispiel 4
Produkt				
Marketingbotschaft des Artikels [M256]	<p>Have a break, have a KitKat®</p> <p>KitKat® Chunky Peanut Butter versüßt jedem Erdnussbutter-Fan die Pause. Der beliebte Schokoladen-Klassiker wird durch seine einzigartige Kombination aus zartschmelzender Schokolade, knackiger Waffel und cremiger Erdnussbutter zum perfekten Begleiter für eine satte Pause, die den Akku wieder auflädt.</p> <p>Knusprig zart</p> <p>KitKat® Chunky Peanut Butter hat die typisch knackige Waffel und eine extra Schicht cremige Erdnussbutter, umhüllt von leckerer Milkschokolade. Diese perfekte Balance aus knusprig und zart schmeckt großartig und ist bestens geeignet für den großen Hunger zwischendurch – besonders für Erdnuss-Junkies!</p> <ul style="list-style-type: none"> - KitKat® Chunky Peanut Butter - Der beliebte, extra große Schokoriegel mit knuspriger Waffel, leckerer Milkschokolade und cremiger Erdnussbutter - Für den großen Hunger zwischendurch - Der Kakao für KitKat® ist im Rahmen des Cocoa Plan von UTZ zertifiziert - Have a break, have a KitKat® 	<p>4 von 5 Hunden über 3 Jahren haben Zahnfleischerkrankungen. Dies wird durch Plaque und dem Aufbau von Zahnstein um den Zahnfleischrand verursacht, der durch eine wirksame Mundpflege reduziert werden kann.</p> <p>PEDIGREE weiß, dass gesunde Zähne und Zahnfleisch absolut notwendig sind, damit Hunde ihr Leben in vollen Zügen genießen können, weil sie ihr Gebiss für alles benutzen. PEDIGREE DENTASTIX Daily Oral Care Zahnpflege Kauknochen sind einzigartige X-förmige Zahnpflegeprodukte, die wissenschaftlich erwiesen dazu beitragen, die Bildung von Zahnstein um bis zu 80% zu reduzieren, wenn sie täglich gefüttert werden. DENTASTIX Daily Oral Care Dental Sticks sind erhältlich in verschiedenen Größen und wurden so konzipiert, dass sie lange genug vom Hund gekaut werden, um effektiv zu sein. Die sanfte, abrasive Textur von DENTASTIX Daily Oral Care tägliche Zahnpflege hilft in Verbindung mit Aktivwirkstoffen, die mit dem Speichel Ihres Hundes zusammenwirken, die Bildung von Plaque und Zahnstein zu reduzieren. Abgesehen von den zahnmedizinischen Vorteilen, von PEDIGREE DENTASTIX Daily Oral Care Kauknochen sind sie lecker, fettarm, frei von künstlichen Farb- und Aromastoffen und haben keinen Zuckerzusatz.</p> <p>Mit Hilfe von Tierärzten und Ernährungswissenschaftlern im Waltham Zentrum hat PEDIGREE eine Reihe von leckeren Kauknochen wie den DENTASTIX Daily Oral Care zur tägliche Zahnpflege für große, mittelgroße und kleine Hunde entwickelt, die Plaque und Zahnsteinbildung reduzieren und helfen, das Risiko von Zahnfleischerkrankungen zu reduzieren.</p>	<p>Der erste Make-Up Look mit echter Labello Pflege! Verleih deinen Lippen mit dem Color Lip Balm Lips2Kiss intensive Farbe mit dem unwiderstehlichen Farbton Hot Pink.</p> <p>Unsere Farben sind so entwickelt, dass sie zu den meisten Hauttönen passen. Die Formel mit intensiven Farbpigmenten und natürlichen Ölen sorgt für strahlende Farbe und versorgt deine Lippen sofort mit Feuchtigkeit*. Die cremige, angenehme Textur macht jede Anwendung zu einem Vergnügen!</p> <p>Trage gerne mehrere Schichten auf, um die Farbintensität zu erhöhen. Die spitze Applikationsform ermöglicht eine präzise Anwendung –auch ohne Spiegel: Color Lip Balm Lips2Kiss Hot Pink.</p>	<p>An diesen Kurven kommt niemand vorbei! Die beliebte Pure-Fresh-Range wird auf ein neuartiges, kurvigtes Dosen-design umgestellt. Eine tolle Kombination aus geschmacklich leckerem Kaugummi-Genuss mit stilischem Verpackungsdesign. Das neue kurvige Design der Dose macht sie besonders handlich und ein Sichtfenster garantiert freien Blick auf den verbleibenden Kau-Spaß.</p>

Tabelle 3 – 10: Beispiel Marketingbotschaft des Artikels [M256]

Nutzung von Trennzeichen, Wiederholbarkeit und Reihenfolge: Um zwei Textabschnitte - voneinander zu trennen, wird die Verwendung des Trennzeichens 'Carriage Return (¶)²' empfohlen. Bei der Verwendung von Wiederholungen wird empfohlen, die gesamte Zeichenlänge des Attributs auszunutzen. Werden weitere Zeichen benötigt, so wird empfohlen eine Wiederholung inklusive Reihenfolge zur ergänzen.

3.5 Markenbotschaft [M529]

Im Vergleich zur Marketingbotschaft sollte die Markenbotschaft für alle relevanten Artikel einer Marke/Submarke einheitlich und identisch angegeben werden. Die Angabe an den Händler erfolgt im Attribut Markenbotschaft (BrandMarketingDescription) [M529].

Fachliche Beschreibung: Die Beschreibung des Markenerlebnisses für den Konsumenten. Die Markenbotschaft wird vom Markeninhaber genutzt, um mit dem Verbraucher bei vorrangigen Initiativen wie Nachhaltigkeit, Transparenz und verantwortungsvoller Beschaffung zusammenzuarbeiten. Sie kann die zentralen Eigenschaften der Marke aufzählen, wie auch die Qualität und Exklusivität der Marke verdeutlichen. Die Markenbotschaft sollte einmalig pro Marke [M254] bzw. Submarke [M255] ohne direkten Produktbezug mitgegeben werden.

Die Markenbotschaft wird vom Anbieter verwendet, um den Verbraucher digital zu bewerben und zum Kauf der Marke zu veranlassen.

Die Markenbotschaft sollte kundengerecht, eindeutig und einfach verfasst sein.

Reichen die Anzahl Zeichen des Attributs nicht aus, kann das Attribut zusammen mit der Angabe der

- Markenbotschaft: Reihenfolge [M530]

wiederholt werden. Bitte nutzen Sie erst die gesamte Zeichenlänge des Attributs aus, bevor Sie Wiederholungen verwenden.

Technische Beschreibung:

- **Status:** Optional
- **Format:** an..4000 (alphanumerisch, maximal 4000-stellig)
- **Wiederholbarkeit:** Ja
- **Sequenznummer:** Ja
Angabe im Attribut Markenbotschaft: Reihenfolge [M530]
- **Hierarchiestufe:** Basisartikel (lowest level)

² carriage return (Abk.: cr; andere Bezeichnung: Enter) ist die englische Bezeichnung für die Taste Wagenrücklauf auf der Tastatur mit der i.allg. ein Zeilenvorschub verbunden ist.

Beispielartikel	Beispiel 1	Beispiel 2	Beispiel 3
Marke			
Markenbotschaft [M529]	<p>Vor über 100 Jahren haben wir mit der NIVEA Creme die moderne Hautpflege erfunden. Heute vertrauen Millionen Menschen unterschiedlichster Hauttypen weltweit der Marke NIVEA. Deshalb beschäftigten sich unsere Forscher eingehend mit der Individualität der menschlichen Haut und ihrem Pflegebedarf je nach Kultur, Geschlecht und Alter. Im Laufe der Jahrzehnte haben wir auf diese Weise viele innovative Hautpflegeprodukte entwickelt – vom Deodorant bis zum Sonnenschutz. Wir arbeiten mit über 50 Instituten weltweit zusammen, um sicherzustellen, dass unsere Produkte für Ihre Haut geeignet sind. In unserer Unternehmenszentrale in Hamburg haben wir sogar ein eigenes Labor für Asien und Lateinamerika eingerichtet, das speziell zu diesen Hauttypen und klimatischen Bedingungen forscht. Damit auch in Zukunft alle Menschen auf der Welt den NIVEA Produkten vertrauen können.</p>	<p>Nestlé BEBA SUPREME - das beste Nestlé BEBA aller Zeiten</p> <p>Über 150 Jahre Forschung und Erfahrung: Das ist Supreme.</p> <p>Seit der Erfindung der Säuglingsnahrung durch Heinrich Nestlé beschäftigen sich unsere Wissenschaftler mit den Ernährungsbedürfnissen von Babys. Nestlé BEBA SUPREME vereint dieses Wissen mit den neuesten Erkenntnissen aus der Muttermilchforschung.</p> <p>Unverwechselbare Zusammensetzung: Das ist Supreme.</p> <p>Nestlé BEBA SUPREME ist genau auf die besonderen Ernährungsbedürfnisse Ihres Babys nach dem Stillen abgestimmt. Wenn Sie mehr über die einzigartige Zusammensetzung von Nestlé BEBA SUPREME erfahren möchten fragen Sie gerne Ihren Kinderarzt oder Ihre Hebamme.</p> <p>Erstklassiges Herstellungsverfahren: Das ist Supreme.</p> <p>Nestlé BEBA SUPREME ist zukunftsweisend und wird ausschließlich in unserem unternehmenseigenen Werk im Allgäu hergestellt. Hier haben wir ein besonderes Herstellungsverfahren für ein schonend aufgespaltenes Eiweiß (Hydrolysat) entwickelt.</p>	<p>PEDIGREE - Gutes geben.</p> <p>PEDIGREE glaubt, dass Hunde unser Leben bereichern. Jeden Tag bringt ihr Wesen das Gute in uns zum Vorschein. Das komplette Sortiment von PEDIGREE mit schmackhaftem und gesundem Hundefutter sowie leckeren Kauknochen und Hundeleckerlis liefert alles, was Hunde brauchen, um ihr Leben in vollen Zügen zu genießen. Mit PEDIGREE Hundefutter können Hundebesitzer ihren Hunden Tag für Tag etwas Gutes geben.</p>

Tabelle 3 – 11: Beispiel Markenbotschaft [M529]

Nutzung von Trennzeichen: Um zwei Textabschnitte - voneinander zu trennen, wird die Verwendung des Trennzeichens 'Carriage Return (¶)³' empfohlen.

3.6 Angabe zu Kommunikationskanälen

In den nachfolgenden Attributen können unter anderem Links zu Websites und Sozialen Netzwerken angegeben werden.

Die Angabe erfolgt in zwei Attributen: Kommunikationskanal: Code [M377] und Kommunikationskanal: Verbindung [M376]

3.6.1 Kommunikationskanal: Code [M377]

Fachliche Beschreibung: Angabe der Art des Kommunikationskanals für die Kontaktaufnahme hinsichtlich Konsumenteninformationen zum Produkt (z. B. Telefon).

Die Kontaktinformationen müssen nicht mit dem Lebensmittelunternehmer (Vertreiber/Importeur) in Verbindung stehen.

Folgende Kommunikationskanäle dürfen erfasst werden:

- Email
- Telefon
- Fax
- Soziale Netzwerke
- Website

Die Postanschrift ist hier explizit ausgenommen und darf nicht erfasst werden.

Technische Beschreibung:

- **Status:** Bedingt Muss
- **Format:** Definierte Werte
- **Wiederholbarkeit:** Ja
- **Sequenznummer:** Nein
- **Hierarchiestufe:** Basisartikel (lowest level)

3.6.2 Kommunikationskanal: Verbindung [M376]

Fachliche Beschreibung: Kontaktdaten, z. B. eine Telefonnummer oder Email-Adresse für die direkte Kontaktaufnahme, um Konsumenteninformationen zum Produkt zu erhalten (z. B. Service-hotline etc.). Die Kontaktinformationen müssen nicht mit dem Lebensmittelunternehmer (Vertreiber/Importeur) in Verbindung stehen.

Technische Beschreibung:

- **Status:** Bedingt Muss
- **Format:** an..70 (alphanumerisch, maximal 70-stellig)
- **Wiederholbarkeit Attributgruppe:** Ja
- **Wiederholbarkeit Attribut in Gruppe:** Nein
- **Sequenznummer:** Nein
- **Hierarchiestufe:** Basisartikel (lowest level)

³ carriage return (Abk.: cr; andere Bezeichnung: Enter) ist die englische Bezeichnung für die Taste Wagenrücklauf auf der Tastatur mit der i.allg. ein Zeilenvorschub verbunden ist.

Beispielartikel	Beispiel 1	Beispiel 2	Beispiel 3	Beispiel 4
Marke	 			
Kommunikationskanal: Code [M377]	WEBSITE			
Kommunikationskanal: Verbindung [M376]	https://www.maggi.de/ https://www.maggi.de/maggi-kochstudio	https://www.ricola.com/de-de	https://www.mentos.com/	https://www.pedigree.de
Kommunikationskanal: Code [M377]	SOCIAL MEDIA			
Kommunikationskanal: Verbindung [M376]	https://de-de.facebook.com/MaggiKochstudio https://www.youtube.com/user/MaggiKochstudio https://www.pinterest.de/maggikochstudio/ https://www.instagram.com/maggikochstudio/	https://www.youtube.com/user/ricolainternational# https://www.facebook.com/RicolaGermanyAustria/ https://www.instagram.com/ricola/	https://www.youtube.com/channel/UCkrb0p_fj8UPzIa_xcV8vf2Q https://www.facebook.com/MentosDE/ https://www.instagram.com/mentos/	
Kommunikationskanal: Code [M377]	MAIL			
Kommunikationskanal: Verbindung [M376]				kontakt@de.mars.com

Kommunikationskanal: Code [M377]	TELEFON			
Kommunikationskanal: Verbindung [M376]				04231-943250

Tabelle 3 – 12: Beispiel Kommunikationskanal: Code [M377] / Kommunikationskanal: Verbindung [M376]

Regelung zur Groß- und Kleinschreibung: Da es sich um die Angabe von Websites handelt, wird Kleinschreibung empfohlen.

Technische Kurzbeschreibung der Attribute

MID	Attributname	Status	XML Path
M254	Markenname	Muss	trade_item_description:tradeItemDescriptionModule/tradeItemDescriptionInformation/brandNameInformation/brandName
M255	Submarke	Optional	trade_item_description:tradeItemDescriptionModule/tradeItemDescriptionInformation/brandNameInformation/subBrand
M253	Funktionsbezeichnung / Sprache	Muss	trade_item_description:tradeItemDescriptionModule/tradeItemDescriptionInformation/functionalName
M263	Variante / Sprache	Optional	trade_item_description:tradeItemDescriptionModule/tradeItemDescriptionInformation/variantDescription
M281	Nettofüllmenge / Maßeinheit	Muss Optional (Non-Lowest level)	trade_item_measurements:tradeItemMeasurementsModule/tradeItemMeasurements/netContent
M282	Nettofüllmenge: Beschreibung / Sprache	Optional	trade_item_measurements:tradeItemMeasurementsModule/tradeItemMeasurements/netContentStatement
M170	Suchbegriffe / Schlagworte / Sprache	Optional	marketing_information:marketingInformationModule/marketingInformation/tradeItemKeywords
M084	Feature Benefit / Sprache	Optional	marketing_information:marketingInformationModule/marketingInformation/tradeItemFeatureBenefit
M491	Feature Benefit: Reihenfolge	Bedingt Optional	marketing_information:marketingInformationModule/marketingInformation/tradeItemFeatureBenefit/@sequenceNumber
M256	Marketingbotschaft des Artikels / Sprache	Optional	marketing_information:marketingInformationModule/marketingInformation/tradeItemMarketingMessage
M457	Marketingbotschaft des Artikels: Reihenfolge	Bedingt Optional	marketing_information:marketingInformationModule/marketingInformation/TradeItemMarketingMessage/@sequenceNumber

MID	Attributname	Status	XML Path
M377	Kommunikationskanal: Code	Bedingt Muss	catalogue_item_notification:catalogueItemNotification/catalogueItem/tradeItem/tradeItemContactInformation/targetMarketCommunicationChannel/communicationChannel/communicationChannelCode
M376	Kommunikationskanal: Verbindung	Bedingt Muss	catalogue_item_notification:catalogueItemNotification/catalogueItem/tradeItem/tradeItemContactInformation/targetMarketCommunicationChannel/communicationChannel/communicationValue
M529	Markenbotschaft / Sprache	Optional	marketing_information:marketingInformationModule/ marketingInformation/brandMarketingDescription
M530	Markenbotschaft: Reihenfolge	Bedingt Optional	marketing_information:marketingInformationModule/ marketingInformation/brandMarketingDescription/@sequenceNumber
M259	Artikelbezeichnung / Sprache	Muss (DE-FMCG und DE-DIY für Basisartikel (lowest level) sowie für Nicht-Basisartikel, wenn Konsumenteneinheit M247 = ja bzw. true; Optional für alle anderen Verpackungsebenen)	trade_item_description:tradeItemDescriptionModule/tradeItemDescriptionInformation/tradeItemDescription

Tabelle 4 – 13: Technische Kurzbeschreibung der Attribute

Verweise zu anderen Dokumenten

- GDSN-Umsetzungsleitfaden zur Abbildung von Mengen-, Volumen- und Gewichtsangaben im deutschen Zielmarkt, V1.0, September 2016
https://www.gs1-germany.de/fileadmin/gs1/fachpublikationen/gdsn_umsetzungsleitfaden_zur_abbildung_von_mengenangaben.pdf
- GDSN-Umsetzungsleitfaden zur technischen Anwendung im Rahmen der Lebensmittelinformations-Verordnung, Release 4.8, April 2021
https://www.gs1-germany.de/fileadmin/gs1/fachpublikationen/gdsn_umsetzungsleitfaden_zur_technischen_anwendung.pdf

Impressum

Herausgeber:
GS1 Germany GmbH

Geschäftsführer:
Thomas Fell

Text:
Carolin Prinz

GS1 Germany GmbH
Maarweg 133, D-50825 Köln

Postfach 30 02 51
D-50772 Köln

Tel: +49 (0)221 94714-0
Fax: +49 (0)221 94714-990

E-Mail: info@gs1-germany.de
Homepage: www.gs1-germany.de

© 2021 GS1 Germany GmbH, Köln