X

GS1 Germany

The Global Language of Business

GS1 Standards

Produktabbildungen und Media Assets

Für strategische Markenführung und erfolgreiches Content Marketing - FMCG

Version 5.3.1, August 2025

Dokumenteninformation

Titel des Dokuments	Produktabbildungen und Media Assets - Anwendungsempfehlung
Letztes Änderungsdatum	August 2025
Aktuelle Dokumentenausgabe	Version 5.3.1
Beschreibung des Dokuments	Anwendungsempfehlung zur Erstellung von Produktabbildungen und Media Assets für strategische Markenführung und erfolgreiches Content Marketing

Mitwirkende

Organisation	Name
atrify	Lorry, Burkhard
Dirk Rossmann GmbH	Consiglio, Anne
Dirk Rossmann GmbH	Ljubicic, Danica
dm-drogerie markt GmbH + Co. KG	Leibold, Laura
Dr. Oetker Nahrungsmittel KG	El Issa, Nader
Dr. Oetker Nahrungsmittel KG	Schlüter, Georg
Dr. Oetker Nahrungsmittel KG	Scholz, Sophie-Mareen
EDEKA DIGITAL GmbH	Handzik, Ines
EDEKA DIGITAL GmbH	Lüske, Alexander
EDER GmbH	Ellinghausen, Dennis
GS1 Germany GmbH	Aengenvoorth
GS1 Germany GmbH	Przybilla, Christian
GS1 Germany GmbH	Cao, Phuong
GS1 Germany GmbH	Salim, Vivian
Henkel AG	Brams, Christina
Kaufland Stiftung & Co. KG	Beyl, Dirk
MARKANT Deutschland GmbH	Knoll, Christian
MARKANT Deutschland GmbH	Kornmeier, Timo
Mars Deutschland	Hoeting, Yvonne
METRO Deutschland GmbH	Sieg, Julius
Nestlé Deutschland AG	Belfor, Julia
Nestlé Deutschland AG	Belke, Jürgen
Procter & Gamble Service GmbH	Bosshammer, Okka
Procter & Gamble Service GmbH	Trzeciok, Manuela
REWE Group	Kujus, Steffen
REWE Group	Müller, Katrin
REWE Group	Bauer, Vanessa

Organisation	Name

Änderungshistorie

Version	Änderungsdatum	Geändert von	Zusammenfassung der Änderung
1.0	07.03.2014	Tanja Thomsen	
2.0	02.09.2014	Tanja Thomsen	Aktualisierung in Bezug auf □ Handelseinheiten □ Mapping Metadaten /GDSN □ Ergänzende Hinweise zur Nutzung der GDTI
3.0	09.09.2016	Arne Dicks Tanja Thomsen	1. Erweiterung des Abbildungstypen um drei Kennzeichen X18 Promo; Relaunch; Undefiniert X19 Querformat; Hochformat, Undefiniert X20 Verpackt; Unverpackt 2. Bildgröße orientiert sich jetzt an der längsten Seite. Mit dem Vorteil, dass bei schmalen Produkten, die Bilder nicht überdimensioniert dargestellt werden. 3. Explizite Darstellung/Beispiel GDTI mit verschlüsselter GTIN 4. Konkretisierung Thema Metadaten 5. Darstellung des Verweises (URL in GDSN) über Absolute Pfade bzw. Verzeichnispfad

Version	Änderungsdatum	Geändert von	Zusammenfassung der Änderung
4.0	21.06.2018	Tanja Thomsen	1. Neue Abbildungen im Kapitel 2.1.1. Vorderansicht zur Konkretisierung eingefügt 2. Beispiel im Kapitel 2.1.6 Rand und 2.1.8 Verpackung Beispiele ergänzt 3. Neue Produktabbildungen ergänzt: □ Mobile Ready Hero Image □ Sekundäre Abbildungen □ Abbildung von Verpackungsinformationen □ Sonderfälle 4. Zusätzliche Ansichten im Bereich der Darstellung von Konsumenteneinheiten ergänzt □ Aufbau Dateiname komplett überarbeitet Neuer Aufbau des Dateinamens – GTIN basiert □ GDTI-basierter Dateiname entfernt 5. Empfehlung zum Abruf der Produktabbildungen über die URL 6. Konkretisierung Thema Metadaten 7. Übertragung über GDSN □ Kapitel 2.4 Verzeichnispfade nur noch für 360 Grad Turn zulässig
4.1	09.08.2018	Christian Przybilla	1. Präzisierung Rand 2. Präzisierung der Darstellungen Konsumenteneinheit, Handelseinheit 3. Ergänzung Bildzugriff mittels verschlüsselter URL (Autorisierung) 4. Präzisierung „Gültig bis"-Datum bei Standardprodukten
4.2	20.03.2019	Tanja Thomsen	1. Korrektur div. Abbildungsverweise 2. Das Thema Rand für Sekundärabbildungen konkretisiert

© GS1 Germany GmbH

Version	Änderungsdatum	Geändert von	Zusammenfassung der Änderung
4.3	18.12.2019	Carolin Prinz	1. Kapitel 2.3. und 2.4: *Korrektur* der Abbildungen zum Aufbau des Dateinamens und zur Übertragung von Produktabbildungen und Media Assets über GDSN 2. Kapitel 2.2.5: *Ausarbeitung* 360 Grad Abbildung: Ergänzung Mindestangabe von Bilddateien inkl. Anpassung der Metadaten und der Inhaltsbeschreibung 3. Kapitel 2.5.2: Metadaten Format und Farbschema ergänzt 4. Kapitel 2.2.6: Neuer Abbildungstyp Label 5. Kapitel 2.4: SEO-optimierte Produktbezeichnung im Verzeichnislink 6. Kapitel 2.3: Anpassung der Tabelle Art der Produktabbildung aufgrund der vorangehenden Änderungen sowie Ergänzung der „oberen Ansicht" in den Kategorien A,B und C .
4.4	01.10.2020 Korrektur: 31.03.2021	Carolin Prinz	1. Kapitel 2.3: Entfernung der Stellen X19-X21 aus dem Dateinamen: Definition von Basis, Relaunch, Saison (X19) Definition Hoch/Quer (X20) Definition von unverpackt (X21) 2. Kapitel 2.3: Aktualisierung der Abbildungen zum Dateinamen 3. Kapitel 2.4: Ergänzung eines Hinweises zur Nutzung von Komprimierungsformaten, wie ZIP, WINZIP, 7ZIP 4. Kapitel 2.2.3.1: Präzisierung der Abbildung zum Mobile Ready Hero Image 5. Kapitel 2.3.2: Präzisierung der SEO-Produktbezeichnung im Dateinamen und Verschiebung in Kapitel 2.3.2. 6. Kapitel 2.3.1: Ergänzung eines neuen Kapitels Anwendungsbeispiele: Aufbau des Dateinamens am Beispiel von drei Fällen 7. Kapitel 2.2.5: Ergänzung der Achsen der 360 Grad Abbildungen 8. Kapitel 2.1.4: Präzisierung der Formulierung zum Beschneidungspfad 9. Kapitel 2.6.2: Ergänzung der zu nutzenden Codewerte im Austausch über GDSN 10. Kapitel 2.2.5: Errata: Abbildung 360 Grad Abbildung mit dem Uhrzeigersinn abgebildet

© GS1 Germany GmbH

Version	Änderungsdatum	Geändert von	Zusammenfassung der Änderung
5	01.10.2021	Maik Hoffmann	11. Kapitel 2.1.4: Schärfung der Definition und Erläuterung zu Freistellungspfad und Beschneidungspfad 12. Kapitel 2.1.6: Änderung der Definition in Anlehnung an die globale Guideline 13. Kapitel 2.4: Korrektur des Links und Ergänzung Dateiendung.jpg 14. Anpassungen in diversen Kapiteln an globale Namensstrukturen gemäß GS1 Image Specifiation
5.1.	01.10.2022	Carolin Prinz	1. Kapitel 2: Überschrift Darstellung der Konsumenteneinheiten und Übersicht der Handelseinheiten aufgrund von Redundanz entfernt 2. Kapitel 2.1.6: Präzisierung Rand 3. Kapitel 2.2: Ergänzung um Mindestanforderung einer Primärabbildung 4. Kapitel 2.2: Bildkategorie und Fußnote in den Abbildungsbeschreibungen ergänzt. Beispielbilder teilweise aktualisiert. 5. Kapitel 2.2.1.3: und Kapitel Produktabbildung für Handelsheiten2.2.2.3. Spezifizierung zur Bildgröße präzisiert 6. Kapitel 2.2.2: Produktabbildungen für Handelseinheiten: Shelf Ready Kartons (geschlossene und geöffnete Haube) ergänzen. 7. *Kapitel 2.2.3:* Optimised Images ergänzt 8. Kapitel 2.2.7: Verpackungsinformationen: Ergänzung der Fütterungsempfehlung für Tierfutter 9. Kapitel 2.3: Aufbau Dateiname □ Ein Hinweis zur Dateiendung und SEO-Produktbeschreibung beim Dateinamen und ein Hinweis zur Groß- und Kleinschreibung ergänzt. □ Abbildung 2 – 34: Art der Produktabbildung: Ergänzung Optimised Hero Image, Shelf Ready, Tierfutter Fütterungsempfehlung. □ Abbildung 2 – 35: Beispiele für variable Länge ergänzt. □ Verschiebung des Kapitels zur Ergänzung des Dateinamens um eine SEO-Produktbeschreibung von 2.3 nach 2.4 10. Kapitel 2.4.: Ergänzung des Attributs Datei: Name [M416] in Abbildung 2 – 39 Beispielhafter Aufbau eines Verzeichnispfads 11. Anhang: Ergänzung von Codewerten zum Mapping von Bildern in GDSN (referencedFileTYpeCode) und Beispielbildern pro Bildkategorie

© GS1 Germany GmbH

Version	Änderungsdatum	Geändert von	Zusammenfassung der Änderung
5.2	11.09.2023	Phuong Cao, Christian Przybilla	1. Kapitel 2.2: Ergänzung Hinweis auf zusätzliche Bildkategorien im globalen GS1 Bildstandard (GS1 Image Product Specification Standard) 2. Kapitel 2.2.2: Rechtschreibkorrektur 3. Kapitel 2.2.3.1: Rechtschreibkorrektur 4. Kapitel 2.2.4: Zusammenfassung Bildeigenschaften für sekundäre Produktabbildungen übergreifend (vorher für jede einzelne Kategorie aufgelistet) 5. Kapitel 2.3: Ergänzung Versionsangabe für Produktabbildungstypen verpflichtend 6. Kapitel 2.3: Änderung Angabe Variante optional 7. Kapitel 2.3: Farbanpassungen gemäß GS1-CI bei den Tabellen 8. Kapitel 2.4: Präzisierung Zugriff URL/ Bildlinks 9. Anhang A: Ergänzung von Codewerten zum Mapping von Bildern in GDSN 10. Anhänge A-Y: Farbanpassungen gemäß GS1-CI bei den Tabellen 11. Kapitel 2.5: Streichung eines Satzes bei Gültigkeit der Metadaten
5.3	15.09.2024	Phuong Cao	1. Kapitel 2.2.4.13: Ergänzung neue Bildkategorie Sustainability 2. Kapitel 2: Präzisierung der Definition von aus Verpackungsdaten generierten Produktabbildungen 3. Kapitel 2.3: Änderung der Definition der Variantennummerierung – Streichung des Wortes „fortlaufend“
5.3.1	25.08.2025	Phuong Cao	1. Kapitel 2.5: Ergänzung Definition von Alt-Text

© GS1 Germany GmbH

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.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis 12

1 Einleitung 13
1.1 Zielsetzung der Spezifikation 13
1.2 Zielgruppe 13
1.3 Anwendungsbereich / Gültigkeitsbereich 13

2 Spezifikation zur Produktion von Produktabbildungen und Media Assets für den deutschen Zielmarkt 14
2.1 Bild- und Dateispezifikationen 14
2.1.1 Vorderansicht 14
2.1.2 Bildeigenschaften 15
2.1.3 Farbe und Qualität 16
2.1.4 Beschneidungspfad (aktivierter Freistellungspfad) 16
2.1.5 Hintergrund 16
2.1.6 Rand 17
2.1.7 Format für den Endanwender 17
2.1.8 Verpackung 17
2.1.9 Nutzungsbedingungen / Haftungsausschluss 17
2.2 Anforderungen an moderne Produktdarstellungen im Bereich Omnichannel Marketing 17
2.2.1 Produktabbildung für Konsumenteneinheiten 18
2.2.1.1 Dateiformat 19
2.2.1.2 Farbprofil 19
2.2.1.3 Bildgröße 19
2.2.1.4 Auflösung 19
2.2.2 Produktabbildung für Handelseinheiten 19
2.2.2.1 Dateiformat 20
2.2.2.2 Farbraum 20
2.2.2.3 Bildgröße 20
2.2.2.4 Auflösung 21
2.2.3 Optimised Images 21
2.2.3.1 Darstellung des Mobile Ready Hero Image 21
2.2.3.2 Darstellung des Optimised Hero Image 21
2.2.3.3 Dateiformat 22
2.2.3.4 Farbprofil 22
2.2.3.5 Bildgröße 22
2.2.3.6 Auflösung 22
2.2.3.7 Beschneidungspfad 22
2.2.4 Sekundäre Produktabbildungen 22
2.2.4.1 Dateiformat 23
2.2.4.2 Farbprofil 23
2.2.4.3 Bildgröße 23
2.2.4.4 Auflösung 24
2.2.4.5 Beschneidungspfad 25
2.2.4.6 Komposition 25

2.2.4.7 Inhalt / Textur 25
2.2.4.8 Detail / Technologie 25
2.2.4.9 Social Media 25
2.2.4.10 Anwendung 25
2.2.4.11 Ambiente / Mood 25
2.2.4.12 Größenvergleich 25
2.2.4.13 Sustainability 25
2.2.5 360 Grad Turn der Konsumenteneinheit (2D Turns) 26
2.2.5.1 Darstellung 26
2.2.5.2 Dateiformat 28
2.2.5.3 Bildgröße 28
2.2.5.4 Farbraum 28
2.2.6 Verpackungsinformation 28
2.2.7 Sonderfälle 31
2.3 Aufbau Dateiname 32
2.3.1 Anwendungsbeispiele: Aufbau des Dateinamens am Beispiel von drei Fällen 35
2.3.1.1 Fall 1: Standardprodukt dauerhaft und eine parallele Promotion mit zeitlicher Eingrenzung 35
2.3.1.2 Fall 2: Zeitlich begrenzte Promotion mit verschiedenen Layouts ohne Standardprodukt 36
2.3.1.3 Fall 3: Standardversion dauerhaft mit zwei Bildvarianten in unterschiedlichen Formaten (hoch & quer) und im zeitlichen Ablauf einer neuen Bildversion nach Änderung des Produktdesigns 36
2.4 Übertragung Produktabbildungen und Media Assets über GDSN 37
2.5 Metadaten 38
2.5.1 Übertragung der Metadaten im Bild 39
2.5.2 Übertragung der Metainformationen über GDSN 40

Anhang 41

Impressum 51

© GS1 Germany GmbH

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 2 – 1: Ansichten für Produktabbildungen 15
Abbildung 2 – 2: Beispiele Beschneidungspfad 16
Abbildung 2 – 3: Produktabbildungen jeweils mit und ohne Verpackung 17
Abbildung 2 – 4: Konsumenteneinheit – Vorderseite in perspektivischer Darstellung (C1C1) 18
Abbildung 2 – 5: Konsumenteneinheit – Rückseite mit relevanten Produktinformationen (C7N1) 19
Abbildung 2 – 6: Konsumenteneinheit für Planogramme – Vorderseite ohne Perspektive (C1N1) 19
Abbildung 2 – 7: Produktabbildung eines geöffneten bzw. unverpackten Trays (C1LM) 20
Abbildung 2 – 8: Produktabbildung eines Shelf Ready Kartons mit geöffneter Haube (C1LM) 20
Abbildung 2 – 9: Produktabbildung eines geschlossenen Kartons (C1LA) 20
Abbildung 2 – 10: Beispiele für Mobile Ready Hero Images 21
Abbildung 2 – 11: Beispiel für ein Optimised Hero Image 22
Abbildung 2 – 12: Beispiele zur Abbildung von Kompositionen (M1, M2, M3, M7, M8, M9) 23
Abbildung 2 – 13: Beispiele zur Abbildung des Inhalt bzw. einer Textur (T) 24
Abbildung 2 – 14: Beispiele zur Detailabbildung (F) 24
Abbildung 2 – 15: Beispiele zur Technologieabbildung (F) 24
Abbildung 2 – 16: Beispiele Social Media Abbildung (K) 25
Abbildung 2 – 17: Beispiele zur Darstellung der Anwendung (N) 25
Abbildung 2 – 18: Beispiele zur Darstellung des Ambiente (R) 25
Abbildung 2 – 19: Beispiele zur Darstellung der Größe (Q) 25
Abbildung 2 – 19.1: Beispiel zur Darstellung eines Produkts mit nachhaltigkeitsbezogenen Informationen (J) 27
Abbildung 2 – 20: Bogenpositionen einer 360 Grad Abbildung mit n Einzelbildern 27
Abbildung 2 – 21: Bogenpositionen einer 360 Grad Abbildung mit 24 Einzelbildern 28
Abbildung 2 – 22: 2D Turn bestehend aus 24 Einzelbildern (E1_R00_C01-24) 28
Abbildung 2 – 23: Abbildung des Artwork (L1) 29
Abbildung 2 – 24: Abbildung des Produktlabels (L1) 29
Abbildung 2 – 25: Abbildung einer Tierfutter Fütterungsempfehlung (L9) 30
Abbildung 2 – 26: Abbildung der Nährwertdeklaration (L2) 30
Abbildung 2 – 27: Abbildung des Zutatenverzeichnisses (L4) 30
Abbildung 2 – 28: Abbildung der Zubereitungsanweisung (L8) 30
Abbildung 2 – 29: Abbildung von Siegeln (L7) 30
Abbildung 2 – 30: Arzneimittel mit Original-Abbildung (der Pflichttext muss mit abgebildet werden) 31
Abbildung 2 – 31: Arzneimittel mit retuschierter Abbildung (ohne Pflichttext) 31
Abbildung 2 – 32: Medizinprodukt 32
Abbildung 2 – 33: GTIN-basierter Aufbau des Dateinamens 33
Abbildung 2 – 34: Art der Produktabbildung (* bevorzugte Abbildung in Bildkategorie) 35
Abbildung 2 – 35: Darstellung der variablen Länge des Bildnames 35
Abbildung 2 – 36: Anwendungsbeispiel Fall 1 35
Abbildung 2 – 37: Anwendungsbeispiel Fall 2 36
Abbildung 2 – 38: Anwendungsbeispiel Fall 3 36
Abbildung 2 – 39: Beispielhafter Aufbau eines Verzeichnispfads 37
Abbildung 2 – 40: Beispielhafter Aufbau eines SEO-Produktnamens 38
Abbildung 2 – 41: Beispiele für Produktvarianten 39
Abbildung 2 – 42: Mapping Metadaten – IPTC-Attribute 40
Abbildung 2 – 43: Mapping Metadaten – GDSN-Attribute 40

© GS1 Germany GmbH

1 Einleitung

1.1 Zielsetzung der Spezifikation

Die digitale Inszenierung von Produkten ist ein kritischer Erfolgsfaktor im Omnichannel.

Dieses Dokument beschreibt Spezifikationen zur Produktion von Produktbildern und Media Assets sowie den Standard zur Benennung der Mediadateien. Die Anforderungen wurden gemeinsam mit Experten aus den Bereichen Fotografie, Marketing, eCommerce, Print- und Asset-Management aus Industrie und Handel erarbeitet. Anwendungsgebiete sind neben der einheitlichen Erstellung und Verarbeitung von Media Assets auch bspw. 360 Grad Ansichten für Webshops oder Instore-TV, Ansichten für die Regaloptimierung und Werbebilder aus unterschiedlichsten Perspektiven für die Verwendung im Marketing.

1.2 Zielgruppe

Das Dokument wendet sich an alle Verantwortlichen aus Marketing und Informationstechnologie, die eine Media Assets Versorgung für die strategische Markenführung und das Content Marketing in den Systemen ihrer Organisation sicherstellen.

1.3 Anwendungsbereich / Gültigkeitsbereich

Das Dokument wurde zusammen mit Verantwortlichen aus der Konsumgüterwirtschaft (FMCG) entwickelt und hat daher seine Gültigkeit für die Bereiche Food, Near-Food, Non-Food und DIY.

© GS1 Germany GmbH

2 Spezifikation zur Produktion von Produktabbildungen und Media Assets für den deutschen Zielmarkt

Produktabbildungen werden in diesem Dokument synonym verwendet für die Begriffe Fotos/Bilder, Planogramme, computergenerierte Abbildungen sowie Montageabbildungen. Renderings (aus Verpackungsdaten generierte Produktabbildungen) sind ebenfalls erlaubt. Wenn sich die Inhalte nur auf eine dieser speziellen Ausprägungen beziehen, werden diese explizit genannt. Das können beispielsweise Angaben zur Fotografie oder spezielle Produktabbildungen für Web- und eCommerce-Anwendungen (Montageabbildungen) sein.

2.1 Bild- und Dateispezifikationen

Sofern es sich bei der Produktabbildung um eine Fotografie handelt, sollte zunächst eine sehr gewissenhafte Auswahl der Produktmuster erfolgen. Es ist darauf zu achten, dass die Muster sauber und frei von Beschädigungen sind, keine Knicke, Risse, Beschädigungen, Fingerabdrücke, aufgeklebte Etikette o. ä. enthalten. Ebenfalls sollten die Muster insofern produkttypisch sein, als dass die gewogenen und vermessenen Werte den Anforderungen der Hersteller entsprechen. Werden die Muster auf dem Post- oder Versandweg zugestellt, sind sie entsprechend geschützt und unversehrt zu verpacken.

2.1.1 Vorderansicht

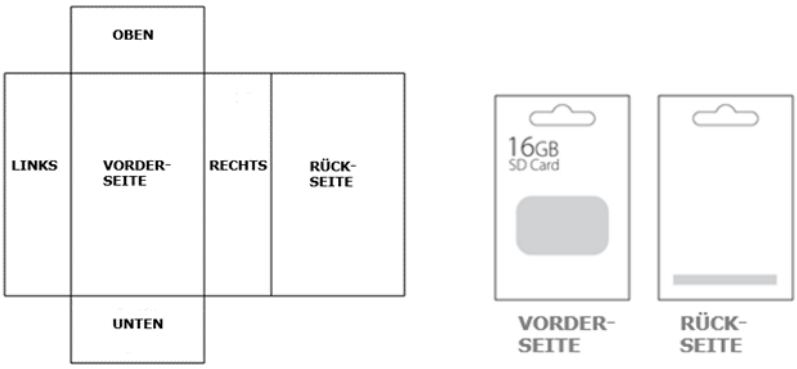
Die Vorderansicht eines Produktes stellt die Ausgangslage für alle weiteren Produktabbildungen dar. Diese wird für die Konsumenteneinheiten mit Hilfe der Abmessungsregeln für Verpackungen der GS1 (GDSN Measurement Rules) definiert.

Die Vorderseite einer **Konsumenteneinheit** ist laut Abmessungsregeln die Seite mit der größten Fläche, die durch den Hersteller zum Anpreisen des Produkts an den Verbraucher verwendet wird, das ist zum Beispiel die Seite mit der Angabe des Produktnamens. Ergänzende Hinweise zur Bestimmung der Vorderseite finden Sie in dem Dokument „Abmessungsregeln für Verpackungen“ (siehe Kapitel 2.4).

Für **unverpackte Waren** (z. B. Frische, DIY) existieren keine bzw. nicht rundum beschriebene Abmessungsregeln.

Die Darstellung der **Handelseinheiten** kann aufgrund unterschiedlichster Anwendungsfälle (Regaleinheiten, Trays etc.) variieren und sollte daher je Anwendungszweck durch den Hersteller definiert werden.

Ausgehend von der definierten Vorderansicht des Produktes lassen sich alle weiteren Seiten sowohl für die Konsumenteneinheit als auch für die Handelseinheit ableiten:



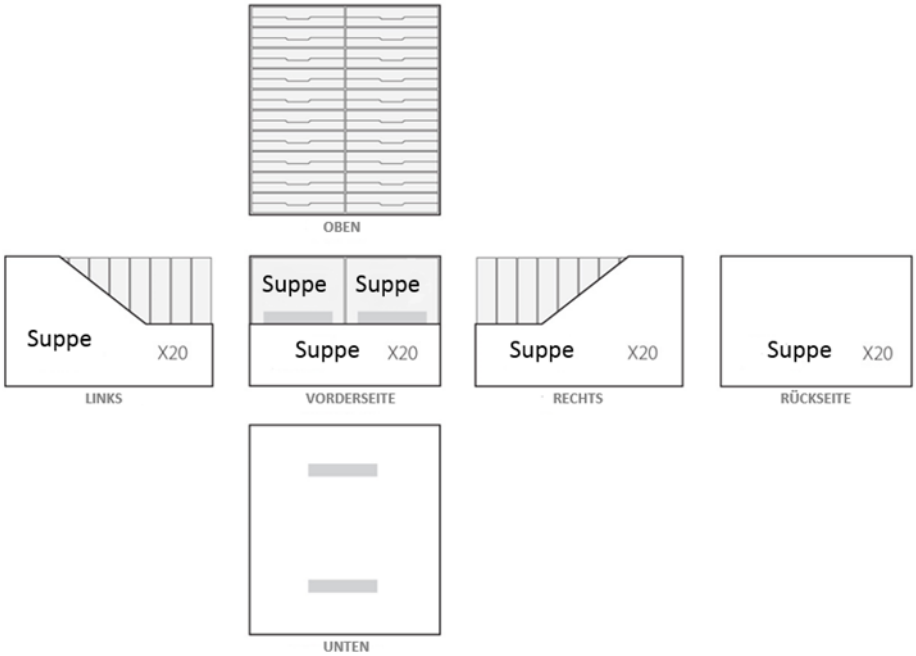


Abbildung 2 – 1: Ansichten für Produktabbildungen

2.1.2 Bildeigenschaften

Das Bild sollte folgende Eigenschaften aufweisen:

- Kein(e) Alphakanal / Layers
- Keine Lineale und Hilfslinien
- Keine Blasen oder Hell- bzw. Dunkelzonen
- Kein(e) Transferfunktion oder Post-Script-Farbmanagement
- Keine Prägungen
- Keine Fingerabdrücke oder sichtbare Wasserzeichen
- Keine gestauchten Produkte
- Vorzugsweise keine Interpolation (Vergrößerung, keine sichtbaren Artefakte)
- Kein Scannen gedruckter Seiten
- Keine Anzeichen von Staub und Kratzern
- Keine hergestellten Standschatten
- Minimierung des Moiré-Effektes
- Keine Jahrgangsangaben (z. B. bei Wein)
- Keine produktionsspezifischen Informationen wie z. B. MHD’s, Chargen oder Gewinnspielcodes
- Keine artikelspezifischen Labels, d. h. Labels, die eine Prüfnummer oder einen Gültigkeitszeitraum enthalten, wie z. B. Stiftung Warentest, Ökotest.
- Es wird empfohlen, die Labels als separate Grafikdatei dem Nutzer zur Verfügung zu stellen
- Keine produktunabhängigen Informationen (z. B. Rezept der Woche, Hinweise auf Promotion)
- Möglichst keine Spiegelungen
- Keine Darstellung von Größenverhältnissen auf Einzelartikel-Ebene

2.1.3 Farbe und Qualität

Es wird eine medienneutrale Darstellung der Produkte unter Einhaltung der Corporate Identity und des Corporate Designs des jeweiligen Herstellers empfohlen.

2.1.4 Beschneidungspfad (aktivierter Freistellungspfad)

Die Produktabbildung ist mit genau einem Beschneidungspfad zu versehen. Bevorzugt sollte der Beschneidungspfad manuell erstellt und namentlich gekennzeichnet werden (Bspw. als „Pfad 1" oder entsprechend der Landessprache „Path 1" etc.). Der Beschneidungspfad muss geschlossen sein und das gesamte Produkt umschließen.

Abbildung 2 – 2: Beispiele Beschneidungspfad

Als Rundungstoleranzwert wird 1 Pixel und maximal 10.000 einzelne Punkte empfohlen, ist aber nicht zwingend erforderlich.

Erläuterung:

Freistellungspfad:

Der Freistellungspfad sollte vorzugsweise manuell mittels eines Pfadwerkzeugs im Bildbearbeitungsprogramm, beispielsweise in Photoshop, erstellt werden. Somit fügt man die Information hinzu, welche Bereiche vorgesehen sind, um im Layout freigestellt dargestellt zu werden. Im Umkehrschluss werden alle Bereiche außerhalb des Pfads bei der Weiterverarbeitung ausgeblendet.

Beschneidungspfad:

Damit ein Layoutprogramm die Freistellung eines Bilds direkt verwenden und demnach alle Bereiche außerhalb des Pfads ausblenden kann, wird ein Beschneidungspfad benötigt. Dies bedeutet, dass das Wunschmotiv gezielt ausgeschnitten wird, um es vom Original-Hintergrund zu entfernen und anschließend vor jeden beliebigen Hintergrund zu setzen. Freigestellte Motive können zum einen für Bildkompositionen verwendet werden, zum anderen für Abbildungen auf weißem oder individuellem Hintergrund. In Anwendungen wie Photoshop muss ein Freistellungspfad aktiv als Beschneidungspfad definiert werden, damit er für die beschriebene Weiterverarbeitung festgelegt ist.

2.1.5 Hintergrund

Alle Produkte werden auf einem neutralen Hintergrund dargestellt. Das bedeutet, dass das Produkt zunächst vom Hintergrund isoliert werden muss, indem dieser zum Beispiel in der Farbe Weiß eingefärbt wird. Requisiten, Hilfsmittel, Personen bzw. zusätzliche Gegenstände dürfen ebenfalls auf der Produktabbildung nicht erscheinen. Ausnahmen bestehen für Non-Food Artikel, bei denen eine alleinige Abbildung nicht ausreichend ist.

© GS1 Germany GmbH

2.1.6 Rand

Das Motiv sollte so zentriert werden, dass die Ränder sofern vorhanden maximal 5% der Arbeitsfläche verwenden und der Hintergrund weiß ist.

2.1.7 Format für den Endanwender

Aufgrund zahlreicher Kombinationsmöglichkeiten des Formats, der Größen sowie der Auflösungen, werden in dieser Anwendungsempfehlung nicht alle möglichen Zusammenstellungen aufgeführt.

Die Empfehlungen dieser Spezifikation zielen auf eine qualitativ hochwertige Produktabbildung ab und basieren auf den neusten technischen Möglichkeiten. Dies ermöglicht die Erstellung einer zentralen Bildquelle in maximaler Bildqualität, aus der sich die für den Endanwender benötigten Qualitäten und Formate erzeugen lassen.

2.1.8 Verpackung

Aufgrund der Produktvielfalt und den unterschiedlichen Anforderungen ist eine genaue Spezifizierung an dieser Stelle nicht möglich. Die Entscheidung, ob ein Produkt mit bzw. ohne Verpackung abgebildet wird, liegt im Ermessen des Herstellers des Produktes. Hinweise zur Verpackung können über die Metadaten festgehalten werden (*siehe Kapitel 2.5 Metadaten*).

Abbildung 2 – 3: Produktabbildungen jeweils mit und ohne Verpackung

Für diese Art der Produktabbildungen wird eine Perspektive von leicht oben empfohlen.

Nähere Erläuterungen zu Abbildungen mit Kompositionen, d. h. Abbildungen, die sowohl die Verpackung und den Inhalt zeigen, finden Sie im Kapitel *2.2.4 Sekundäre Abbildungen.*

2.1.9 Nutzungsbedingungen / Haftungsausschluss

Es dürfen ausschließlich Bilddateien bereitgestellt werden, bei denen dem Geschäftspartner ein uneingeschränktes Nutzungsrecht erteilt werden kann.

Dem Auftraggeber wird damit ein räumliches und zeitlich uneingeschränktes Nutzungsrecht an den erstellten Bildern eingeräumt, um das abgebildete Produkt entsprechend offline wie auch online zu bewerben bzw. zu vertreiben.

Weitere Erläuterungen hierzu finden Sie im *Kapitel 2.5 Metadaten*.

2.2 Anforderungen an moderne Produktdarstellungen im Bereich Omnichannel Marketing

Um den Anforderungen an moderne Produktdarstellungen im Bereich OmniChannel Marketing gerecht zu werden, werden je nach Zielsetzung die folgenden Lösungen empfohlen:

- *Produktabbildungen für Konsumenteneinheiten inkl. Pfadfreisteller*
- *Produktabbildungen für Handelseinheiten*
- *Mobile Ready Hero Image*

- *Sekundäre Abbildungen*
- *360° Turn der Konsumenteneinheiten*
- *Verpackungsinformationen*
- *Sonderfälle*

Um diesen Anforderungen konkret gerecht zu werden, wird empfohlen, vier werbeoptimierte Produktabbildungen zur Verfügung zu stellen. Sollten detailliertere Informationen bzw. eine bessere Produktdarstellung erforderlich sein, so empfiehlt sich die Hinzunahme eines 360 Grad Turns.

Im Datenaustausch über GDSN muss mindestens eine Primärabbildung geliefert werden.[1]

Für die finale Entscheidung, welche weiteren Produktabbildungen gewählt werden, ist der Hersteller verantwortlich.

Zusätzliche Bildkategorien, die über die in dieser Dokumentation beschriebenen Produktabbildungstypen hinaus gehen, sind im globalen GS1 Bildstandard (GS1 Image Product Specification Standard) zu finden:

https://www.gs1.org/standards/gs1-product-image-specification-standard/current-standard

Der Austausch dieser zusätzlichen Produktabbildungen ist mit den Partner im Vorfeld abzustimmen.

2.2.1 Produktabbildung für Konsumenteneinheiten

Es sollte zumindest ein Bild, bei dem die Vorderseite des Produktes mittels einer perspektivischen Darstellung mit leichter Aufsicht (vgl. *Kapitel 2.3 Aufbau Dateiname Darstellung der Produktabbildung C1C1*) gezeigt wird, bereitgestellt werden. Zusätzlich können weitere Bilder in unterschiedlichen Ansichten gemäß den Spezifikationen in *Kapitel 2.3* bereitgestellt werden.

Eine Frontalaufnahme ohne Perspektive wird u. a. für Planogramme und Produkte mit geringer Tiefe (z. B. Beutelprodukte, CD/DVD etc.) empfohlen. Bei Planogrammen wird eine Unterscheidung der Aufnahmen hinsichtlich der Qualität und Größe nicht empfohlen.

Idealerweise sind zusätzliche Abbildungen der Seitenansichten, der Rückansicht und eine Darstellung der Unterseite, sofern diese für den Konsumenten relevante Informationen enthält, bereitzustellen. Eine Freistellung des Produktes ist für Planogramme zwingend erforderlich.

Abbildung 2 – 4: Konsumenteneinheit – Vorderseite in perspektivischer Darstellung (C1C1)[2]

[1] Detaillierte Anforderungen zum *DQ-Standard*: Datenqualität im deutschen GDSN-Zielmarkt sichern

[2] C1C1 ist die Bildkategorie. Die Bildkategorie ist eine abstrakte Beschreibung der einzelnen Produktabbildungstypen. Die Abkürzung verschlüsselt Informationen, wie Perspektive, abgebildete Produktseite, Produktabbildungstyp etc. Sie wird im globalen Bildstandard der GS1 „Product Image Specifications" definiert. Die im Zielmarkt Deutschland verwendeten Bildkategorien werden im Kapitel 2.3 Aufbau Dateiname in der *Tabelle 2 – 34: Art der Produktabbildung* beschrieben.

Abbildung 2 – 5: Konsumenteneinheit – Rückseite mit relevanten Produktinformationen (C7N1)

Abbildung 2 – 6: Konsumenteneinheit für Planogramme – Vorderseite ohne Perspektive (C1N1)

2.2.1.1 Dateiformat

Als Dateiformat wird das jpg-Format mit einem Komprimierungsfaktor von 12 in maximaler Qualität empfohlen

2.2.1.2 Farbprofil

ECI RGB V2-Farbraum mit 8 Bit pro Kanal

2.2.1.3 Bildgröße

- Als Minimalanforderung für die Bildgröße wird ein Wert von 2401 Pixel bei 300 ppi empfohlen, d. h. die Pixelhöhe oder die Pixelbreite sollte mindestens einen Wert von 2401 Pixel haben.
- zur Sicherstellung einer Druckfähigkeit für A0 Formate wird ein Wert von 4800 Pixel bei 300 ppi empfohlen (jeweils gemäß GS1 Product Image Specification).

Die finale Entscheidung über die anzuwendende Bildgröße liegt in der Verantwortung des Herstellers.

2.2.1.4 Auflösung

300 ppi

2.2.2 Produktabbildung für Handelseinheiten

Aufgrund unterschiedlichster Anwendungsfälle (Regaleinheiten, Trays etc.) wird die Vorderansicht der Handelseinheit durch den Hersteller definiert. Es wird jedoch empfohlen, der Darstellung aus

Kapitel 2.2.1 Darstellung Konsumenteneinheit zu folgen sowie die Spezifikationen des Kapitels 2.3 Aufbau des Dateinamens zur Darstellung der Produktabbildung zu beachten.

Abbildungen für Planogramme sind immer in der Frontalperspektive abzubilden. Für alle anderen Anwendungsfälle wird eine Perspektive in leichter Aufsicht mit einer Drehung (z. B. von 15 – 20 Grad) empfohlen.

Abbildung 2 – 7: Produktabbildung eines geöffneten bzw. unverpackten Trays (C1LM)

Abbildung 2 – 8: Produktabbildung eines Shelf Ready Kartons mit geöffneter Haube (C1LM)

Abbildung 2 – 9: Produktabbildung eines geschlossenen Kartons (C1LA)

2.2.2.1 Dateiformat

Als Dateiformat wird das jpg-Format mit einem Komprimierungsfaktor von 12 in maximaler Qualität empfohlen.

2.2.2.2 Farbraum

ECI RGB V2-Farbraum mit 8 Bit pro Kanal

2.2.2.3 Bildgröße

- Als Minimalanforderung für die Bildgröße wird ein Wert von 2401 Pixel bei 300 ppi empfohlen, d. h. die Pixelhöhe oder die Pixelbreite sollte mindestens einen Wert von 2401 Pixel haben.
- zur Sicherstellung einer Druckfähigkeit für A0 Formate wird ein Wert von 4800 Pixel Seite bei 300 ppi empfohlen (jeweils gemäß GS1 Product Image Specification).

Die finale Entscheidung über die anzuwendende Bildgröße liegt in der Verantwortung des Herstellers.

2.2.2.4 Auflösung

300 ppi

2.2.3 Optimised Images

Es gibt zwei Arten von Optimised Images, die in dieser Anwendungsempfehlung beschrieben werden: Mobile Ready Hero Images und Optimised Hero Images.

2.2.3.1 Darstellung des Mobile Ready Hero Image

Die Mobile Ready Hero Abbildung wurde speziell für den eCommerce entwickelt und soll insbesondere für die mobile (kleinere) Darstellung genutzt werden. Das Mobile Ready Hero Image ist eine realistische Abbildung des Artikels, ist aber gegenüber der klassischen Produktabbildung der Konsumenteneinheit (siehe Kapitel 2.2.1) stark vereinfacht: es reduziert sich auf die Darstellung der Kern-Produktmerkmale und Eigenschaften (**4W**: **w**ho is the Brand, **w**hat is the product, **w**hich variety is it and ho**w** much). Produktname (z. B. Pampers Baby Dry), Layout/Design (grünes Herz), Variante (Windelgröße 5) sowie Produktinhalt (23: im Pampers Sparpack Größe 5 befinden sich 23 Windeln). Die Mobile Ready Abbildung ermöglicht so dem Konsumenten eine schnellere Produktwahrnehmung gegenüber der klassischen Produktabbildung.

Die Spezifikation dieser Produktabbildungen hinsichtlich Format, Bildgröße, Farbraum und Auflösung entspricht der in *Kapitel 2.2.1 Produktabbildung für Konsumenteneinheiten* festgelegten Werte.

Abbildung 2 – 10: Beispiele für Mobile Ready Hero Images

2.2.3.2 Darstellung des Optimised Pack Image

Optimised Hero Images ist ebenfalls für den eCommerce Bereich entwickelt worden. Ein direkter Bezug zu der Bildschirmgröße besteht jedoch nicht. Die Besonderheit eines Optimised Hero Image besteht darin, bestimmte Informationen über das Produkt hervorzuheben. Das kann eine bestimme Verpackungsgröße sein, eine Geschmacks-Duftrichtung oder wie in folgendem Beispiel ein bestimmtes Anwendungsgebiet (Für erwachsene Katzen, verschiedener Rassen, gut für die Muskulatur.)

Abbildung 2 – 11: Beispiel für ein Optimised Hero Image

Folgende Kapitel beschreiben die Bildeigenschaften für sowohl Mobile Ready Hero Images und Optimised Hero Images:

2.2.3.3 Dateiformat

Als Dateiformat wird das jpg-Format mit einem Komprimierungsfaktor von 12 in maximaler Qualität empfohlen

2.2.3.4 Farbprofil

ECI RGB V2-Farbraum mit 8 Bit pro Kanal

2.2.3.5 Bildgröße

Als Minimalanforderung für die Bildgröße wird ein Wert von 600 Pixel bei 300 ppi empfohlen, d. h. die Pixelhöhe oder die Pixelbreite sollte mindestens einen Wert von 600 Pixel haben.

2.2.3.6 Auflösung

300 ppi

2.2.3.7 Beschneidungspfad

Die Produktabbildung ist mit genau einem Beschneidungspfad zu versehen. Bevorzugt sollte der Beschneidungspfad manuell erstellt und namentlich gekennzeichnet werden (Bspw. als „Pfad 1" oder entsprechend der Landessprache „Path 1" etc.). Der Beschneidungspfad muss geschlossen sein und das gesamte Produkt umschließen.

Weitere Informationen zum Beschneidungspfad in Kapitel 2.1.4 Beschneidungspfad (aktivierter Freistellungspfad)

2.2.4 Sekundäre Produktabbildungen

Die sekundären Abbildungen gehen über die klassische Produktabbildung hinaus und zeigen produktspezifische Abbildungen, die weiterführende Informationen für den Konsumenten bzw. relevante Merkmale enthalten, die eine mögliche Kaufentscheidung positiv beeinflussen könnten.

Übergreifend für alle in den folgenden Kapiteln beschriebenen sekundären Produktabbildungen gelten folgende Datei-/ Bildeigenschaften:

2.2.4.1 Dateiformat

Als Dateiformat wird das jpg-Format mit einem Komprimierungsfaktor von 12 in maximaler Qualität empfohlen.

2.2.4.2 Farbprofil

ECI RGB V2-Farbraum mit 8 Bit pro Kanal

2.2.4.3 Bildgröße

Als Minimalanforderung für die Bildgröße wird ein Wert von mindestens 600 Pixel bei 300 ppi empfohlen, d. h. die Pixelhöhe oder die Pixelbreite sollte mindestens einen Wert von 600 bis maximal 4800 Pixel haben.

2.2.4.4 Auflösung

300 ppi

2.2.4.5 Beschneidungspfad

Der Beschneidungspfad ist optional. In einzelnen Fällen ist es sinnvoll einen Beschneidungspfad zu ergänzen, beispielweise wenn das Produkt vor einem technischen Hintergrund abgebildet ist oder ein freigestellter Auszug ~~des~~ aus dem Bild sich als Einzelbild eignet.

Wenn ein Beschneidungspfad enthalten ist, dann sollte folgendes gelten:

Die Produktabbildung ist mit genau einem Beschneidungspfad zu versehen. Bevorzugt sollte der Beschneidungspfad manuell erstellt und namentlich gekennzeichnet werden (Bspw. als „Pfad 1" oder entsprechend der Landessprache „Path 1" etc.). Der Beschneidungspfad muss geschlossen sein und das gesamte Produkt umschließen.

Achtung: Aktivierte Freistellungspfade in einem Sekundärbild zeigen in der Produktion nur den freigestellten Inhalt, der die vorgesehenen Effekte (z. B. Mood/Ambiente) nicht wiedergibt.

2.2.4.6 Komposition

Die Bildkategorie „Komposition" zeigt Abbildungen, welche die Produkte verpackt und/oder unverpackt abbildet. Die Abbildung kann aus mehreren Einzelbildern bestehen. Produkte können mit Inhalt / Flakon / Dose / Stift mit Kappe geschlossen oder offen dargestellt werden. Eine weitere Variante der Komposition könnte auch eine Umverpackung mit Flakon davor zeigen.

Abbildung 2 – 12: Beispiele zur Abbildung von Kompositionen (M1, M2, M3, M7, M8, M9)

2.2.4.7 Inhalt / Textur

Die Bildkategorie „Inhalt / Textur" zeigt Abbildungen, die den Inhalt bzw. die Textur eines Produktes darstellen. Die Abbildung sollte so gestaltet sein, dass für den Endkunden die Textur ähnlich wie im

stationären Handel nachempfunden werden kann, z. B. Creme, Lippenstift.

Abbildung 2 – 13: Beispiele zur Abbildung des Inhalt bzw. einer Textur (T)

2.2.4.8 Detail / Technologie

Die Bildkategorie „Detail/Technologie" zeigt Abbildungen, welche z. B. eine Nahaufnahme von besonderen Produkteigenschaften darstellen oder Abbildungen, die die Funktionsweise bzw. ein besonderes Merkmal, wie zum Beispiel die besondere Beschaffenheit einer Windel, beschreiben.

Abbildung 2 – 14: Beispiele zur Detailabbildung (F)

Abbildung 2 – 15: Beispiele zur Technologieabbildung (F)

2.2.4.9 Social Media

Die Bildkategorie „Social Media"" zeigt Assets mit medialen Inhalten.

Abbildung 2 – 16: Beispiele Social Media Abbildung (K)

2.2.4.10 Anwendung

Die Bildkategorie „Anwendung" wird verwendet, um darzustellen, wie das Produkt an sich angewendet wird.

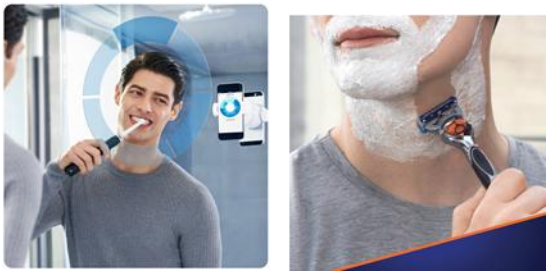


Abbildung 2 – 17: Beispiele zur Darstellung der Anwendung (N)

2.2.4.11 Ambiente / Mood

Die Bildkategorie „Ambiente / Mood" zeigt Abbildungen, die als so genannte „Stimmungsbilder" verwendet werden.

Abbildung 2 – 18: Beispiele zur Darstellung des Ambiente (R)

2.2.4.12 Größenvergleich

Die Bildkategorie „Größenvergleich" verdeutlicht die eigentliche Größe des Produkts z. B. durch eine im Hintergrund befindliche, schematische Darstellung eines Menschen oder eines bekannten Objektes (z. B. 1 Euro-Münze).

Abbildung 2 – 19: Beispiele zur Darstellung der Größe (Q)

2.2.4.13 Sustainability

Die Bildkategorie „Sustainability" hebt die Merkmale oder Eigenschaften des Produkts hervor, die mit Wiederverwertbarkeit, Wiederverwendbarkeit, Produkt- und Verpackungskomponenten, Umwelt usw. in Verbindung stehen.

Es unterscheidet sich von der Bildkategorie „Sidekick" durch den Hauptfokus auf die Nachhaltigkeitsaspekte des Produkts. Die Verwendung eines als Nachhaltigkeitsbild eingestuften Bildes impliziert in keiner Weise eine damit verbundene Zertifizierung. Es zeigt lediglich an, dass das Bild nachhaltigkeitsbezogene Informationen enthält.

Wenn der Nachhaltigkeitsanspruch auf dem Produkt selbst erscheint, muss die Bildkategorie Seals/Claims verwendet werden.

Abbildung 2 – 19.1: Beispiel zur Darstellung eines Produkts mit nachhaltigkeitsbezogenen Informationen (J)

2.2.5 360 Grad Turn der Konsumenteneinheit (2D Turns)

Der 360 Grad Turn der Konsumenteneinheit wird in den unteren Kapiteln beschrieben. Eine detaillierte Beschreibung zum Datenaustausch über GDSN gibt es in *Kapiteln 2.4 Übertragung Produktabbildungen und Media Assets über GDSN* und *2.5 Metadaten.*

2.2.5.1 Darstellung

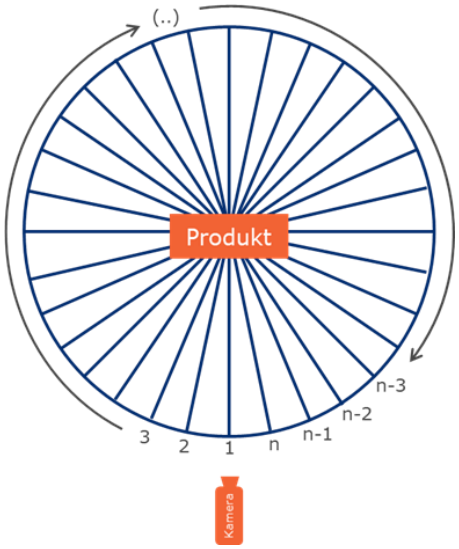
In Abhängigkeit vom Produkt sind folgende Alternativen möglich:

- 2D Turn bestehend aus mind. 24 Einzelbildern (max. 99 Einzelbilder), Frontalperspektive auf einer Achse (horizontal)
  (für Produkte mit geringfügiger Tiefe, z. B. Beutelprodukte, CD/DVD etc.)
- 2D Turn bestehend aus mind. 24 Einzelbildern (max. 99 Einzelbilder), Perspektive in leichter Aufsicht auf einer Achse (horizontal)

Es gibt zwei Möglichkeiten zur Erstellung eines 360 Grad Turns:
Möglichkeit 1: Die Kamera bewegt sich mit dem Uhrzeigersinn um das statische Produkt herum.

Möglichkeit 2: Die Kamera ist fixiert. Das Produkt steht auf einer gegen den Uhrzeigersinn rotierenden Drehscheibe.

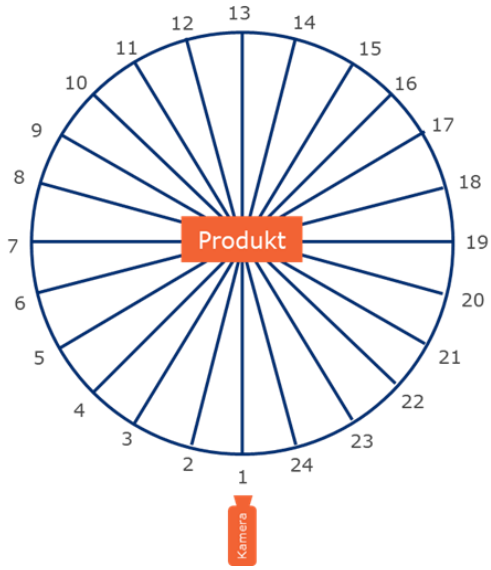
Startbild ist die frontale Ansicht (Bild Nummer 01 / Bogenposition 1). Die Reihenfolge der Bilder kann anhand folgender Abbildungen beschrieben werden:



Nummer des Bildes	Bogenposition
01	1
02	2
03	3
(..)	(..)
n-2	n-2
n-1	n-1
n	n

Abbildung 2 – 20: Bogenpositionen einer 360 Grad Abbildung mit n Einzelbildern

Folgende Abbildungen stellen die Bogenpositionen einer 360 Grad Abbildung mit 24 Einzelbildern dar:



Nummer des Bildes	Bogenposition	Nummer des Bildes	Bogenposition	Nummer des Bildes	Bogenposition
01	1	09	9	17	17
02	2	10	10	18	18
03	3	11	11	19	19
04	4	12	12	20	20
05	5	13	13	21	21

Nummer des Bildes	Bogenposition	Nummer des Bildes	Bogenposition	Nummer des Bildes	Bogenposition
06	6	14	14	22	22
07	7	15	15	23	23
08	8	16	16	24	24

Abbildung 2 – 21: Bogenpositionen einer 360 Grad Abbildung mit 24 Einzelbildern

Abbildung 2 – 22: 2D Turn bestehend aus 24 Einzelbildern (E1_R00_C01-24)

2.2.5.2 Dateiformat

Als Dateiformat wird das jpg-Format empfohlen.

2.2.5.3 Bildgröße

- Als Minimalanforderung für die Bildgröße der Einzelbilder wird DIN A4 1136 x 640 Pixel (Retina-Display) (326 Pixel pro Zoll) und
- Als maximal darstellbare Größe werden 2880 x 1800 Pixel (Retina-Display) (220 Pixel pro Zoll) empfohlen.

2.2.5.4 Farbraum

sRGB-Farbraum

2.2.6 Verpackungsinformation

Für eCom-Anwendungen könnte es erforderlich sein, dem Konsumenten Verpackungsangaben zur Verfügung zu stellen, damit dieser Informationen erhält, auf die er normalerweise über das physische Produkt zugreifen würde.

Daher werden zusätzliche Abbildungen des gesamten Artwork, der Zutatenliste, der Nährwertdeklaration sowie die Zubereitungsanweisung eines Produktes empfohlen.

Die Abbildung des **Artwork** zeigt das endgültige Drucklayout einer Produktverpackung einschließlich aller Informationen, die auf dem Produkt erscheinen.

Abbildung 2 – 23: Abbildung des Artwork (L1)

Der Abbildungstyp **Label** ist eine aus dem Artwork entwickelte Produktabbildung, ohne druckspezifische Informationen, wie Farbspektrum oder Faltlinien, einschließlich aller Informationen, die auf dem Produkt erscheinen.

Abbildung 2 – 24: Abbildung des Produktlabels (L1)

Wie im vorangehenden Beispiel erkennbar, müssen nicht zwingend alle Seiten der Produktverpackung dargestellt werden. Im Beispiel werden die Ober-, Unterseite und die Vorderansicht nicht abgebildet.

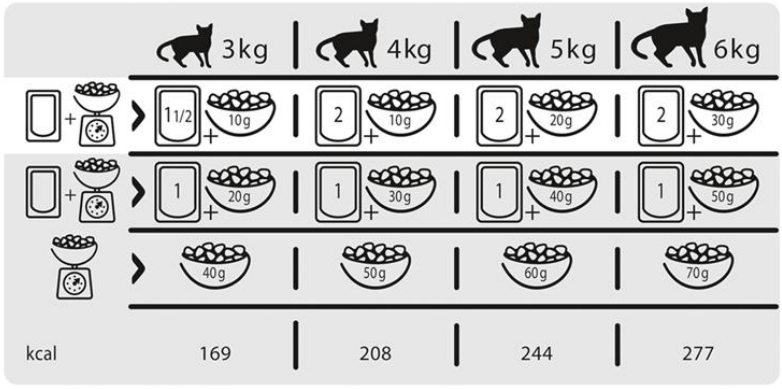
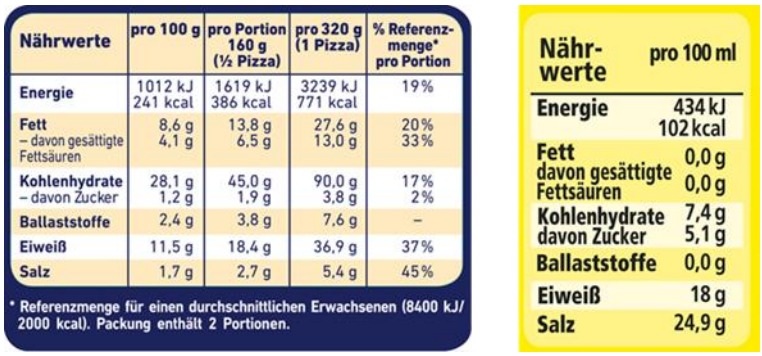


Abbildung 2 – 25: Abbildung einer Tierfutter Fütterungsempfehlung (L9)

Die **Nährwertdeklaration** zeigt Informationen in Bezug auf die Nährstoffzusammensetzung eines Produkts. Dieser Bildtyp gilt nur für verzehrbare Lebensmittelprodukte.



Nährwerte	pro 100 g	pro Portion 160 g (½ Pizza)	pro 320 g (1 Pizza)	% Referenzmenge* pro Portion
Energie	1012 kJ 241 kcal	1619 kJ 386 kcal	3239 kJ 771 kcal	19%
Fett – davon gesättigte Fettsäuren	8,6 g 4,1 g	13,8 g 6,5 g	27,6 g 13,0 g	20% 33%
Kohlenhydrate – davon Zucker	28,1 g 1,2 g	45,0 g 1,9 g	90,0 g 3,8 g	17% 2%
Ballaststoffe	2,4 g	3,8 g	7,6 g	–
Eiweiß	11,5 g	18,4 g	36,9 g	37%
Salz	1,7 g	2,7 g	5,4 g	45%

* Referenzmenge für einen durchschnittlichen Erwachsenen (8400 kJ/ 2000 kcal). Packung enthält 2 Portionen.

Nährwerte	pro 100 ml
Energie	434 kJ 102 kcal
Fett davon gesättigte Fettsäuren	0,0 g 0,0 g
Kohlenhydrate davon Zucker	7,4 g 5,1 g
Ballaststoffe	0,0 g
Eiweiß	18 g
Salz	24,9 g

Abbildung 2 – 26: Abbildung der Nährwertdeklaration (L2)

Die Abbildung des **Zutatenverzeichnisses** ist die Liste aller Zutaten, die auf der Verpackung aufgedruckt sind.

Würze

Zutaten: pflanzliches Eiweiß, biologisch aufgeschlossen (Wasser, **Weizenprotein**, Salz), Wasser, Aromen (mit **Weizen**), Geschmacksverstärker (Mononatriumglutamat, Dinatriuminosinat), Salz, Zucker.

Abbildung 2 – 27: Abbildung des Zutatenverzeichnisses (L4)

Abbildung 2 – 28: Abbildung der Zubereitungsanweisung (L8)

Abbildung 2 – 29: Abbildung von Siegeln (L7)

2.2.7 Sonderfälle

Arzneimittel/freiverkäufliche Arzneimittel, Nahrungsergänzungsmittel sowie Medizinprodukte

Bei der Abbildung von Arzneimitteln/freiverkäuflichen Arzneimitteln, Nahrungsergänzungsmitteln sowie Medizinprodukten sind rechtliche Aspekte zu berücksichtigen.

Originale Abbildungen von Arzneimitteln/freiverkäuflichen Arzneimitteln einschließlich der abgebildeten Indikation dürfen nur zur Endverbraucher-Kommunikation verwendet werden, wenn zusätzlich auch der entsprechende Pflichttext mit abgebildet wird. Wird dieser Pflichttext nicht zusätzlich mit abgebildet, **MUSS** die retuschierte Abbildung (Indikation) verwendet werden.

Für die Bereitstellung der Produktabbildungen von Arzneimitteln wird empfohlen, dass diese immer retuschiert dargestellt werden. Der Kunde verlässt sich darauf, dass die Bilddaten so weiterverwendet werden können, wie sie zur Verfügung gestellt werden.

Abbildung 2 – 30: Arzneimittel mit Original-Abbildung (der Pflichttext muss mit abgebildet werden)

Abbildung 2 – 31: Arzneimittel mit retuschierter Abbildung (ohne Pflichttext)

Bei Nahrungsergänzungsmitteln und Medizinprodukten können immer die Original-Abbildungen zur Endverbraucher-Kommunikation genutzt werden. Es sind keine Besonderheiten zu beachten.

Abbildung 2 – 32: Medizinprodukt

2.3 Aufbau Dateiname

Mit Hilfe des Dateinamens lassen sich Media Assets wie Produktabbildungen eindeutig identifizieren sowie die Zuordnung zu einem Produkt einfacher erkennen. Der Dateiname wird durch den Dateneinsteller unter Verwendung der GTIN des Produktes generiert. Zusätzliche Informationen wie die Bildkategorie, die Variante und die Version sind im Dateinamen berücksichtigt. Damit lässt sich sicherstellen, dass die Vielzahl der verschiedenen Produktabbildungen exakt voneinander unterschieden werden können, Verwechslungen werden vermieden.

Der globale GS1 Product Image Specification Standard liefert die Basis für die Benamung von Produktabbildungen. Er ist verfügbar unter *https://www.gs1.org/standards/gs1-product-image-specification-standard/current-standard*

Diese Anwendungsempfehlung nutzt die nachfolgend aufgeführten Elemente des globalen GS1 Product Image Specification Standard zur Benamung von Produktabbildungen. Zu beachten ist, dass sich je nach Produktabbildungstyp unterschiedliche Längen des Dateinamens ergeben können.

Ein Mapping der bisher verwendeten nationalen Namensstrukturen zu den nun gültigen globalen Namenskonventionen findet sich für alle relevanten Produktabbildungstypen im Anhang dieser Anwendungsempfehlung.

Zur Veranschaulichung der einzelnen Elemente der Namensstruktur wird die Anwendung für die für den deutschen Zielmarkt relevanten Primärabbildungen beschrieben:

GTIN

Die ersten 14 Stellen des Dateinamen sind für die GTIN des Produktes reserviert. Bei der GTIN-13 ist die erste Stelle mit einer Null zu füllen. Die GTIN-8 wird in den Stellen N7 - N14 dargestellt. Die führenden Stellen N1 – N6 sind mit Nullen zu belegen.

Trennzeichen

Die Stelle X15 stellt das Trennzeichen „_" dar.

Bildkategorie

Die Stellen X16 – X19 beschreiben in codierter Form u. a. den Produktabbildungstyp, die Seitenansicht und die Perspektive.

Trennzeichen

Die Stelle X20 stellt das Trennzeichen „_" dar.

Version (fortlaufende Seriennummerierung bei Relaunch oder Korrektur einer Produktabbildung innerhalb einer Bildkategorie)

Die fortlaufende Nummerierung bei Ersatz bzw. Relaunch (Stellen X21 – X23) stellt die Eindeutigkeit sicher, wenn es zu einer bestehenden Produktabbildung eine Aktualisierung bzw. eine Produktabbildung eines Relaunchs mit gleicher GTIN gibt. Hierbei sollte mit dem Wert s01 gestartet werden.

Die Angabe der Version ist für jeden Produktabbildungstypen verpflichtend.

Trennzeichen

Die Stelle X24 stellt das Trennzeichen „_" dar.

Variante (fortlaufende Nummerierung innerhalb einer Bildkategorie)

Die Nummerierung einer Bildkategorie (Stellen X25 – X27) stellt die Eindeutigkeit innerhalb einer Kategorie sicher. Dies ist zum Beispiel der Fall, wenn ein Hersteller mehrere Sekundäre Abbildungen aus der Kategorie „Anwendung" zur Verfügung stellt. Hierbei könnte mit dem Wert v01 gestartet werden.

Beispielsweise können zu einer Kategorie Abbildungen im Hoch- und/oder Querformat, mit oder ohne Promotion etc. angegeben werden.

Die Angabe der Variante ist optional, da diese in der Praxis nur für wenige Produkte bzw. Sonderfälle benötigt wird. Sind Produktbildvarianten innerhalb einer Bildkategorie und einer Version vorhanden, dann müssen die Varianten im Bildnamen angegeben werden.

Hinweis: Die Einleitung der Variante mit „v" weicht gegenüber der globalen Bildnamenskonvention „CPV" ab. Sie stellt nur eine Produktbildvariante und keine vollständige CPV (Consumer Product Variant) dar. Die CPV ist mangels ausreichender Use Cases bislang kein Bestandteil des deutschen GDSN Zielmarktprofils FMCG.

Lieferanten, die gleichzeitig mehrere GDSN-Zielmärkte bedienen, können durch Weglassen der Variantenangabe mögliche Warnhinweise aus anderen Ländern vermeiden, die „CPV" anstatt „v" erwarten.

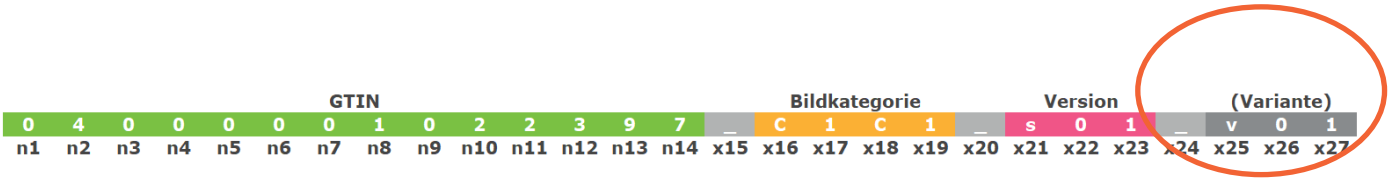


Abbildung 2 – 33: GTIN-basierter Aufbau des Dateinamens

Hinweis: Die Formatendung (z. B. .jpeg/.jpg) und die SEO-Produktbeschreibung (*Siehe Kapitel 2.3.2.)* sind nicht Teil des Dateinamens. Der Dateiname soll in dem Attribut Datei: Name [M416] übertragen werden. Entsprechend darf im Attribut „Datei: Name [M416]" weder das Format (z. B. jpg/jpeg) noch die SEO-Beschreibung mitgegeben werden.

Hinweis: Es wird empfohlen, die Groß- und Kleinschreibung entsprechend der Beispiele zu übernehmen, da diese die Menschenlesbarkeit des Dateinamens vereinfacht.

© GS1 Germany GmbH

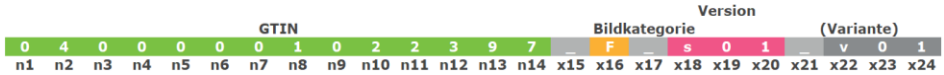
	Klassifizierung der Produktabbildungen	Beschreibung der Bildkategorie (innerhalb der Klassifizierung)	GTIN	Trenner	Bildkategorie	Trenner	Version	Trenner	Variante	Mapping Bildkategorie zum Codewert
			n14	_		_	s01-s99	_	v01-v99	
A	**Produktabbildung Konsumenteinheit (Each, in der Verpackung)**	**vordere Ansicht mit Perspektive/Aufsicht***			**C1C1**					PRODUCT_IMAGE
		linke Ansicht (von schräg links) mit Perspektive			C1L1					
		rechte Ansicht (von schräg rechts) mit Perspektive			C1R1					
		frontale Ansicht ohne Perspektive			C1N1					
		frontale Rückansicht ohne Perspektive			C7N1					
		frontale Rückansicht mit Perspektive			C7C1					
		frontale Seitenansicht rechts ohne Perspektive			C8N1					
		frontale Seitenansicht rechts mit Perspektive			C8C1					
		frontale Seitenansicht links ohne Perspektive			C2N1					
		frontale Seitenansicht links mit Perspektive			C2C1					
		untere Ansicht			C9N1					
		obere Ansicht			C3N1					
B	**Produktabbildung Handelseinheit (Karton)**	**vordere Ansicht mit Perspektive/Aufsicht***			**C1CA**					PRODUCT_IMAGE
		vordere Ansicht mit Perspektive/Aufsicht (geöffnet)			C1CM					
		linke Ansicht (von schräg links) mit Perspektive			C1LA					
		linke Ansicht (von schräg links) mit Perspektive (geöffnet)			C1LM					
		rechte Ansicht (von schräg rechts) mit Perspektive			C1RA					
		rechte Ansicht (von schräg rechts) mit Perspektive (geöffnet)			C1RM					
		frontale Ansicht ohne Perspektive			C1NA					
		frontale Ansicht ohne Perspektive (geöffnet)			C1NM					
		frontale Rückansicht ohne Perspektive			C7NA					
		frontale Rückansicht mit Perspektive			C7CA					
		frontale Seitenansicht rechts ohne Perspektive			C8NA					
		frontale Seitenansicht rechts ohne Perspektive (geöffnet)			C8NM					
		frontale Seitenansicht rechts mit Perspektive			C8CA					
		frontale Seitenansicht rechts mit Perspektive (geöffnet)			C8CM					
		frontale Seitenansicht links ohne Perspektive			C2NA					
		frontale Seitenansicht links ohne Perspektive (geöffnet)			C2NM					
		frontale Seitenansicht links mit Perspektive			C2CA					
		frontale Seitenansicht links mit Perspektive (geöffnet)			C2CM					
		untere Ansicht			C9NA					
		obere Ansicht			C3NA					
		obere Ansicht (geöffnet)			C3NM					
B	**Produktabbildung Handelseinheit (Display/Palette)**	**vordere Ansicht mit Perspektive/Aufsicht***			**C1CP**					PRODUCT_IMAGE
		linke Ansicht (von schräg links) mit Perspektive			C1LP					
		rechte Ansicht (von schräg rechts) mit Perspektive			C1RP					
		frontale Ansicht ohne Perspektive			C1NP					
		frontale Rückansicht ohne Perspektive			C7NP					
		frontale Rückansicht mit Perspektive			C7CP					
		frontale Seitenansicht rechts ohne Perspektive			C8NP					
		frontale Seitenansicht rechts mit Perspektive			C8CP					
		frontale Seitenansicht links ohne Perspektive			C2NP					
		frontale Seitenansicht links mit Perspektive			C2CP					
		untere Ansicht			C9NP					
		obere Ansicht			C3NP					
C	**Mobile Ready Hero Image (Konsumenteneinheit)**	vordere Ansicht mit Perspektive/Aufsicht			H1C1					MOBILE_READY_HERO_IMAGE
		linke Ansicht (von schräg links) mit Perspektive			H1L1					
		rechte Ansicht (von schräg rechts) mit Perspektive			H1R1					
		frontale Ansicht ohne Perspektive*			**H1N1**					
	Optimised Hero Image	vordere Ansicht mit Perspektive/Aufsicht			U1C1					OPTIMISED_HERO_IMAGE
		linke Ansicht (von schräg links) mit Perspektive			U1L1					
		rechte Ansicht (von schräg rechts) mit Perspektive			U1R1					
		frontale Ansicht ohne Perspektive*			**U1N1**					
D	**Sekundäre Abbildungstypen**	Detail/Technologie			F					ZOOM_VIEW
		Social Media			K					SOCIAL_MEDIA_IMAGE
		Komposition / Montage - 1 - Vorderseite			M1					MONTAGE_IMAGE
		Komposition / Montage - 2 - Links			M2					MONTAGE_IMAGE
		Komposition / Montage - 3 - Oben			M3					MONTAGE_IMAGE
		Komposition / Montage - 7 - Rückseite			M7					MONTAGE_IMAGE
		Komposition / Montage - 8 - Rechts			M8					MONTAGE_IMAGE
		Komposition / Montage - 9 - Unten			M9					MONTAGE_IMAGE
		Anwendung			N					APPLICATION_IMAGE
		Größenvergleich			Q					SIZE_COMPARISON
		Ambiente/Mood			R					AMBIENCE_MOOD_IMAGE
		Inhalt/Textur			T					CONTENT_TEXTURE_IMAGE
		Sustainability			J					SUSTAINABILITY_IMAGE
E	**Abbildung von Verpackungsinformationen**	Artwork			L1					PACKAGING_ARTWORK
		Label			L1					PRODUCT_LABEL_IMAGE
		Nährwerte			L2					NUTRITION_FACT_LABEL
		Zutatenliste			L4					INGREDIENTS_LABEL
		Siegel			L7					CERTIFICATION
		Zubereitungsanweisung			L8					PREPARATION_INSTRUCTIONS
		Tierfutter Fütterungsempfehlung			L9					PETFOOD_FEEDING_INSTRUCTIONS
W	**360 Grad Turn der Konsumenteneinheit**	2D Frontal Ansicht mit Drehung um die vertikale Achse			E1_R00_C01-24					360_DEGREE_IMAGE
Y	**360 Grad Turn der Konsumenteneinheit**	2D Perspektivische Ansicht mit Drehung um die vertikale Achse			E1_R15_C01-24					360_DEGREE_IMAGE

Abbildung 2 – 34: Art der Produktabbildung (* bevorzugte Abbildung in Bildkategorie)

Die Länge des Bildnamens kann, wie nachfolgende Beispiele zeigen aufgrund der unterschiedlichen Länge der Bildkategorie variieren:

Dateiname für Bildkategorie: vordere Ansicht mit Perspektive/Aufsicht

Dateiname für Bildkategorie: Detail/Technologie



Dateiname für Bildkategorie: 2D Frontal Ansicht mit Drehung um die vertikale Achse

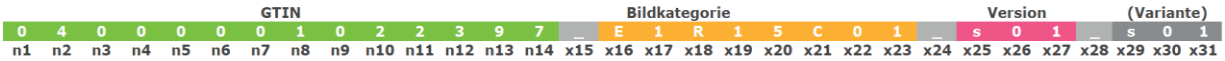


Abbildung 2 – 35: Darstellung der variablen Länge des Bildnames

2.3.1 Anwendungsbeispiele: Aufbau des Dateinamens am Beispiel von drei Fällen

2.3.1.1 Fall 1: Standardprodukt dauerhaft und eine parallele Promotion mit zeitlicher Eingrenzung

Produktbeispiel	Bildname							Gültig ab	Gültig bis	Inhalts-beschreibung
	GTIN	Trenner	Bildkategorie	Trenner	Version (fortlaufende Nummerierung bei Relaunch oder Korrektur einer Produktabbildung innerhalb einer Bildkategorie)	Trenner	Variante (fortlaufende Nummerierung innerhalb einer Bildkategorie)			
	N1-N14	X15	X16-X19	X20	X21-X23	X24	X25-X27			
	05900951264672	_	C1N1	_	s01	_	v01	01.01.2020	<leer>	<leer>
	05900951264672	_	C1N1	_	s01	_	**v02**	**04.05.2020**	**19.09.2020**	**On-Pack Fußball Promotion**

Abbildung 2 – 36: Anwendungsbeispiel Fall 1

*Datei: „Gültig bis"–Datum sollte bei Promotionen direkt beim Einstellen der Produktabbildung angegeben werden.

2.3.1.2 Fall 2: Zeitlich begrenzte Promotion mit verschiedenen Layouts ohne Standard-produkt

Produktbeispiel	Bildname							Gültig ab	Gültig bis	Inhalts-beschreibung
	GTIN	Trenner	Bildkategorie	Trenner	Version (fortlaufende Nummerierung bei Relaunch oder Korrektur einer Produktabbildung innerhalb einer Bildkategorie)	Trenner	Variante (fortlaufende Nummerierung innerhalb einer Bildkategorie)			
	N1-N14	X15	X16-X19	X20	X21-X23	X24	X25-X27			
	05000159452540	_	C1N1	_	s01	_	**v01**	06.04.2020	01.08.2020	On-Pack Fußball Promotion - **Abseits**
	05000159452540	_	C1N1	_	s01	_	**v02**	06.04.2020	01.08.2020	On-Pack Fußball Promotion - **Bekloppt**
	05000159452540	_	C1N1	_	s01	_	**v03**	06.04.2020	01.08.2020	On-Pack Fußball Promotion - **Abstauber**

Abbildung 2 – 37: Anwendungsbeispiel Fall 2

*Datei: „Gültig bis"-Datum sollte bei Promotionen direkt beim Einstellen der Produktabbildung angegeben werden.

2.3.1.3 Fall 3: Standardversion dauerhaft mit zwei Bildvarianten in unterschiedlichen Formaten (hoch & quer) und im zeitlichen Ablauf einer neuen Bildversion nach Änderung des Produktdesigns

Produktbeispiel	Bildname							Gültig ab	Gültig bis	Inhalts-beschreibung
	GTIN	Trenner	Bildkategorie	Trenner	Version (fortlaufende Nummerierung bei Relaunch oder Korrektur einer Produktabbildung innerhalb einer Bildkategorie)	Trenner	Variante (fortlaufende Nummerierung innerhalb einer Bildkategorie)			
	N1-N14	X15	X16-X19	X20	X21-X23	X24	X25-X27			
	04008429010989	_	C1R1	_	s01	_	v01	01.02.2019	**31.01.2020**	<leer>
	04008429010989	_	C1R1	_	s01	_	v02	01.02.2019	**31.01.2020**	<leer>
	04008429010989	_	C1R1	_	**s02**	_	v01	**01.02.2020**	<leer>	<leer>
	04008429010989	_	C1R1	_	**s02**	_	v02	**01.02.2020**	<leer>	<leer>

Abbildung 2 – 38: Anwendungsbeispiel Fall 3

*Eine neue Produktabbildung (z. B. Relaunch) löst die bisherige Standardversion ab. Gleichzeitig muss mit dem Einstellen der neuen Version das Attribut Datei: „Gültig bis"–Datum bei der bisherigen Standardversion (Vorgängerversion) angegeben werden.

2.4 Übertragung Produktabbildungen und Media Assets über GDSN

Über GDSN-Standard werden keine Bilddateien direkt übertragen. Es wird ausschließlich in der Stammdatennachricht (CIN – Catalogue Item Notification) eine URL übertragen, die auf ein Bild oder eine Gruppe von Bildern (360 Grad Turn) verweist.

Die URL muss direkt auf eine einzige Bilddatei verweisen (absoluter Pfad inklusive des Dateinamens). Beispiel:
*http://www.markenhersteller_A/bilder/hashwert/***04000001022397_C1C1_s01**_v01***.jpg***

Verzeichnispfade

In einem Verzeichnispfad wird der Pfad zu einem Verzeichnis angegeben, wo beispielsweise eine Gruppe von Bildern (z. B. für den 360 Turn) hinterlegt ist.
Beispiel: *http://www.markenhersteller_A/bilder/hashwert/**04000001022397_C1C1_s01**_v01/*

Die URL selbst unterliegt keinen Namenskonventionen. Diese ist aufgebaut in Abhängigkeit der vorgegebenen Struktur des jeweiligen Unternehmens. Es sind ausschließlich die Namenskonventionen des Dateinamens des Bildes zu beachten.

Abruf der Produktabbildungen und Media Assets über die URL

Der Abruf der in dieser Anwendungsempfehlung beschriebenen Bilder soll für den Datenempfänger bzw. Händler generell möglichst einfach gestaltet werden.

Folgende Voraussetzungen sind zu beachten:

- Durch den Aufruf der URL sollte ein Download der Bilddatei direkt gestartet werden können.
- Die URL sollte keine Registrierung bzw. Log In erfordern. Dies bedeutet, dass nach Möglichkeit auf Zugriffe mittels Username/Passwort sowie den Austausch von Zertifikaten verzichtet wird, sofern dies die jeweils geltenden unternehmensinternen IT-Sicherheitsregelungen zulassen. Um den unternehmensinternen IT-Sicherheitsregelungen der Lieferanten von Media Assets weiterhin gerecht zu werden und gleichzeitig willkürliche Downloads bzw. das Crawlen von Media Assets zu verhindern, sollte ein 128-Bit Hashwert in die URL integriert werden. Damit können mögliche Hürden (Username/Passwort bzw. Austausch von Zertifikaten) weiter reduziert sowie der schnelle und effiziente Zugriff auf Media Assets gewährleistet werden.
- Werden neue Bilder bereitgestellt, sind neue URLs zu generieren und diese über GDSN zu kommunizieren.

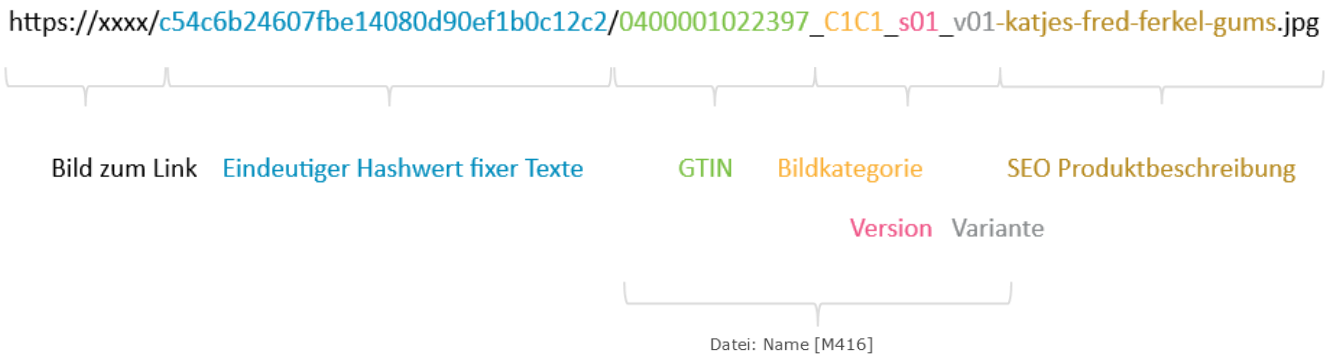


Abbildung 2 – 39: Beispielhafter Aufbau eines Verzeichnispfads

Hinweis: Das empfohlene Datei-Format für Produktabbildungen ist JPEG. Keine Komprimierung z. B. mit ZIP, 7ZIP, WINZIP usw., da hier ggf. automatische Weiterverarbeitungsprozesse behindert werden. Die Dateiendung (wie bspw. .jpg /.jpeg) ist für Bildlinks zwingend vorzusehen. Dateien ohne Endung werden nicht verarbeitet.

Ergänzung des Dateinamens um eine SEO-Produktbeschreibung

Es besteht die Möglichkeit eine SEO-Produktbezeichnung (Search-Engine-Optimized) dem Dateinamen in der URL anzuhängen. Die SEO-Produktbezeichnung sollte sich aus den Modulen Marke, Submarke und einer Produktbeschreibung webkonform zusammensetzen.
Webkonform bedeutet, dass ein Minus als Worttrenner verwendet wird, keine Sonderzeichen oder Leerzeichen und der Text idealerweise in Kleinbuchstaben angegeben wird.

Modul	Text
Marke	Katjes
Submarke	Fred Ferkel
Produktbeschreibung	Fruchtgummis
Webkonforme SEO-Produktbeschreibung	katjes-fred-ferkel-fruchtgummis

Abbildung 2 – 40: Beispielhafter Aufbau eines SEO-Produktnamens

2.5 Metadaten

Bei den nachfolgend definierten Metadaten handelt es sich um zusätzliche Informationen, die mit dem Bild bzw. Media Asset in Verbindung stehen. Diese Metadaten können auf zwei unterschiedliche Arten übertragen werden. Zum einen können diese direkt mit dem Bild verbunden sein (eingebettet in die Bilddatei) (*siehe Kapitel 2.5.1*). Zum anderen können diese Metadaten unabhängig vom Bild über GDSN übertragen werden (*siehe Kapitel 2.5.2*). Eine Verknüpfung der Informationen in GDSN findet über die jeweilige GTIN und der URL zum Bild statt.

Alternative Texte (Alt-Text)

Stellen Sie für alle nicht-textuellen Inhalte (z.B. Produktbilder) geeignete Textalternativen bereit, damit diese bei Bedarf in andere Formate wie Großdruck, Brailleschrift, gesprochene Sprache, Symbole oder leicht verständliche Sprache umgewandelt werden können.

Gültig ab (TTMMJJJJ)

Frühester Zeitpunkt, ab dem das Bild verwendet bzw. gezeigt werden darf. Es wird empfohlen, das „Gültig ab"-Datum immer zu pflegen. Sofern keine Gültigkeit für die Zukunft definiert wurde, sollte das aktuelle Tagesdatum übermittelt werden.

Gültig bis (TTMMJJJJ)

Für Standardprodukte mit unbegrenzter Laufzeit ist kein „Gültig bis"-Datum anzugeben.

Nutzungsbedingungen

Idealerweise sollte für die Bilder ein uneingeschränktes Nutzungsrecht erteilt werden. In diesem Fall ist keine Eingabe erforderlich. Sollte es dennoch erforderlich sein, besondere Nutzungsbedingungen zu übermitteln (z. B. Arzneimittel, Tabak oder Promotionsartikel), können diese unter Verwendung der nachfolgenden Beispiele definiert werden:

- Darf nicht in Print verwendet werden
- Darf nicht global verwendet werden
- Darf nur für den Online-Bereich verwendet werden

Spezielle Bedingungen sollten als Freitext definiert werden.

Copyright

Idealerweise sollte es für die Bilder keine Copyrights geben. Sofern es keine Einschränkungen gibt, wird es deshalb nicht verwendet.

Erstellungsdatum der Produktabbildung

Sofern das Erstellungsdatum nicht bekannt ist, ist keine Angabe zu machen.

Autor / Ersteller

Sofern der Autor nicht bekannt ist, ist keine Angabe zu machen.

Inhaltsbeschreibung

Formlose Beschreibung des Inhaltes der referenzierten Datei. Es wird empfohlen hier eine zusätzliche Information zum 360 Grad Turn und/oder der Artikelvariante anzugeben.

Bei einem 360 Grad Turn sollte die Anzahl der Bilder angegeben werden (mind. 24 Stück).

Zum Beispiel: 24

Bei der Artikel-Variante sollte angeben werden, um welche Art von Artikelvariante es sich handelt.

Die Beispiele in Abbildung 2 – 41 zeigen unterschiedlich gestaltete Verpackungen mit jeweils identischem Nettogewicht, identischen Kundeninformationen und gleicher GTIN. Die Produktabbildungen dieser unterschiedlichen Varianten lassen sich über die Meta-Information „Datei:Inhaltsbeschreibung [M422]" eindeutig identifizieren.

Abbildung 2 – 41: Beispiele für Produktvarianten

Die Verschlagwortung ist nicht Bestandteil dieser Spezifikation und obliegt dem Nutzer der Produktabbildungen.

Beispiel: Schleife, Rose, Herzen

Ggf. können sowohl die Informationen zum 360 Grad Turn als auch zur Artikelvariante angegeben werden.

Beispiel: 24; Schleife

Saisonartikel

Gemäß GTIN-Vergaberegeln wird ein Saisonartikel über eine neue GTIN abgebildet. Hierzu wird ein neuer Artikel mit Produktinformationen und Produktabbildungen über GDSN angelegt.

2.5.1 Übertragung der Metadaten im Bild

Bildbearbeitungsprogramme nutzen unterschiedliche Formate und Releases, um Metadaten in einer Bilddatei zu hinterlegen. Ein häufig genutzter Standard ist der International Press Telecommunications Council (IPTC).

In der nachfolgenden Tabelle werden die in *Kapitel 2.5* dargestellten Metainformationen auf den aktuellen IPTC-Standard gemapped, sofern diese dort vorhanden sind. Die Angabe der Metadaten im Bild ist optional.

Metadaten	IPTC-Attribut
Nutzungsbedingungen	IPTC: Rights Usage Terms
Copyright	IPTC: Copyright Notice
Autor / Ersteller	IPTC: Copyright Owner

Abbildung 2 – 42: Mapping Metadaten – IPTC-Attribute

2.5.2 Übertragung der Metainformationen über GDSN

Eine weitere Möglichkeit zur technischen Kommunikation der Metadaten zwischen Industrie und Handel ist die Nutzung des standardisierten „Global Data Synchronisation Network" (GDSN).

Das Global Data Synchronization Network (GDSN) ist ein weltweiter Verbund von Stammdatenpools, über den Produktstammdaten global zwischen Herstellern und Händlern ausgetauscht werden können. Dabei müssen die Daten nur in einen einzigen Datenpool eingestellt werden. Das GDSN verbindet weltweit ca. 30 zertifizierte Datenpools, an die aktuell mehr als 25.000 Unternehmen angeschlossen sind. GDSN-Datenpools erfüllen alle die gleichen Standards – zum Beispiel nutzen sie zur Artikelidentifikation die GTIN. Möglich wird der globale Datenaustausch über mehrere Datenpools, weil das GDSN auf ein zentrales Register (Global Registry) zugreift. Dies ermöglicht es, Artikel- und Unternehmensdaten weltweit in Datenpools zu lokalisieren. Weiterführende Informationen zu GDSN finden Sie unter: *http://www.gs1.org/gsmp/kc/gdsn*.

Die nachfolgende Tabelle gibt für jede Metainformation das entsprechende GDSN-Attribut im deutschen Zielmarktprofil FMCG/DIY an, in dem die Information übertragen werden kann:

Metadaten	GDSN-Attribut
Art der Datei	Datei: Code der Art [M379] Mapping Bildkategorie/Codewerte siehe Tabelle im Anhang Status: bedingt Muss (Codewert Product Image)
URL der Produktabbildung	Datei: URI (Uniform Resource Identifier) [M378] Status: bedingt Muss
Dateiname	Datei: Name [M416] Status: bedingt Optional
Gültig ab (TTMMJJJJ)	Datei: gültig ab [M417] Status: bedingt Optional Sofern dieses Feld vom Hersteller nicht gefüllt wird, ist das Bild sofort gültig und kann genutzt werden.
Gültig bis (TTMMJJJJ)	Datei: gültig bis [M418] Status: bedingt Optional Für Aktionsware muss es gefüllt werden. Für Standardprodukte mit unbegrenzter Laufzeit ist kein Datei: „Gültig bis"-Datum anzugeben.
Nutzungsbeschränkungen	Datei: Nutzungsbeschränkungen [M419] Status: bedingt Optional
Copyright	Datei: Copyright Beschreibung [M420] Status: bedingt Optional
Autor / Ersteller	Datei: Autor/Ersteller [M421] Status: bedingt Optional
Inhaltsbeschreibung	Datei: Inhaltsbeschreibung [M422] Status: bedingt Optional
GTIN	GTIN der Artikeleinheit [M017] Status: Muss
Format	Datei: Format [M423] Status: bedingt optional
Farbschema	Datei: Code des Farbschemas [M426] Status: bedingt optional

Abbildung 2 – 43: Mapping Metadaten – GDSN-Attribute

Anhang

Mapping Bildkategorien nationale (alt)/globale (neu) Benamung und Zuordnung Bildkategorien zum Codewert des GDSN-Attributs Datei: Code der Art [M379]

	Klassifizierung der Produktabbildungen	Beschreibung der Bildkategorie (innerhalb der Klassifizierung)	GTIN	Trenner	Bild-kategorie alt	Bild-kategorie	Trenner	Version	Trenner	Variante	Mapping Bildkategorie zum Codewert Datei: Code der Art [M379]		Beispielbild
			n14	_			_	s01-s99	_	v01-v99			
A	**Produktabbildung Konsumenten-einheit (Each, in der Verpackung)**	**vordere Ansicht mit Perspektive/Aufsicht ***			A001	C1C1					PRODUCT_IMAGE		
		linke Ansicht (von schräg links) mit Perspektive			A002	C1L1							
		rechte Ansicht (von schräg rechts) mit Perspektive			A003	C1R1							
		frontale Ansicht ohne Perspektive			A004	C1N1							
		frontale Rückansicht ohne Perspektive			A005	C7N1							
		frontale Rückansicht mit Perspektive			A005	C7C1							

© GS1 Germany GmbH

	Klassifizierung der Produktabbildungen	Beschreibung der Bildkategorie (innerhalb der Klassifizierung)	GTIN	Trenner	Bild-kategorie alt	Bild-kategorie	Trenner	Version	Trenner	Variante	Mapping Bildkategorie zum Codewert Datei: Code der Art [M379]		Beispielbild
			n14	_			_	s01-s99	_	v01-v99			
A	**Produktabbildung Konsumenten-einheit (Each, in der Verpackung)**	frontale Seitenansicht rechts ohne Perspektive			A006	C8N1					PRODUCT_IMAGE		
		frontale Seitenansicht rechts mit Perspektive			A006	C8C1							
		frontale Seitenansicht links ohne Perspektive			A007	C2N1							
		frontale Seitenansicht links mit Perspektive			A007	C2C1							
		untere Ansicht			A008	C9N1							
		obere Ansicht			A009	C3N1							
B	**Produktabbildung Handelseinheit (Karton)**	**vordere Ansicht mit Perspektive/Aufsicht * ****			B001	**C1CA**					PRODUCT_IMAGE		

© GS1 Germany GmbH

	Klassifizierung der Produktabbildungen	Beschreibung der Bildkategorie (innerhalb der Klassifizierung)	GTIN	Trenner	Bild-kategorie alt	Bild-kategorie	Trenner	Version	Trenner	Variante	Mapping Bildkategorie zum Codewert Datei: Code der Art [M379]		Beispielbild
			n14	_			_	s01-s99	_	v01-v99			
B	**Produktabbildung Handelseinheit (Karton)**	vordere Ansicht mit Perspektive/Aufsicht (geöffnet)			B001	C1CM					PRODUCT_IMAGE		
		linke Ansicht (von schräg links) mit Perspektive			B002	C1LA							
		linke Ansicht (von schräg links) mit Perspektive (geöffnet)			B002	C1LM							
		rechte Ansicht (von schräg rechts) mit Perspektive			B003	C1RA							
		rechte Ansicht (von schräg rechts) mit Perspektive (geöffnet)			B003	C1RM							
		frontale Ansicht ohne Perspektive			B004	C1NA							
		frontale Ansicht ohne Perspektive (geöffnet)			B004	C1NM							
		frontale Rückansicht ohne Perspektive **			B005	C7NA							
		frontale Rückansicht mit Perspektive **			B005	C7CA							

© GS1 Germany GmbH

	Klassifizierung der Produktabbildungen	Beschreibung der Bildkategorie (innerhalb der Klassifizierung)	GTIN	Trenner	Bild-kategorie alt	Bild-kategorie	Trenner	Version	Trenner	Variante	Mapping Bildkategorie zum Codewert Datei: Code der Art [M379]		Beispielbild
			n14	_			_	s01-s99	_	v01-v99			
B	**Produktabbildung Handelseinheit (Karton)**	frontale Seitenansicht rechts ohne Perspektive **			B006	C8NA					PRODUCT_IMAGE		
		frontale Seitenansicht rechts ohne Perspektive (geöffnet)			B006	C8NM							
		frontale Seitenansicht rechts mit Perspektive **			B006	C8CA							
		frontale Seitenansicht rechts mit Perspektive (geöffnet) **			B006	C8CM							
		frontale Seitenansicht links ohne Perspektive **			B007	C2NA							
		frontale Seitenansicht links ohne Perspektive (geöffnet) **			B007	C2NM							
		frontale Seitenansicht links mit Perspektive **			B007	C2CA							
		frontale Seitenansicht links mit Perspektive (geöffnet)			B007	C2CM							
		untere Ansicht **			B008	C9NA							
		obere Ansicht **			B009	C3NA							
		obere Ansicht (geöffnet) **			B009	C3NM							

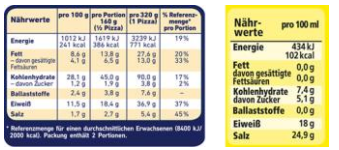
	Klassifizierung der Produktabbildungen	Beschreibung der Bildkategorie (innerhalb der Klassifizierung)	GTIN	Trenner	Bild-kategorie alt	Bild-kategorie	Trenner	Version	Trenner	Variante	Mapping Bildkategorie zum Codewert Datei: Code der Art [M379]		Beispielbild
			n14	_			_	s01-s99	_	v01-v99			
B	**Produktabbildung Handelseinheit (Display/Palette)**	**vordere Ansicht mit Perspektive/Aufsicht ***			B001	**C1CP**					PRODUCT_IMAGE		
		linke Ansicht (von schräg links) mit Perspektive			B002	C1LP							
		rechte Ansicht (von schräg rechts) mit Perspektive			B003	C1RP							
		frontale Ansicht ohne Perspektive			B004	C1NP							
		frontale Rückansicht ohne Perspektive **			B005	C7NP							
		frontale Rückansicht mit Perspektive **			B005	C7CP							
		frontale Seitenansicht rechts ohne Perspektive **			B006	C8NP							
		frontale Seitenansicht rechts mit Perspektive **			B006	C8CP							
		frontale Seitenansicht links ohne Perspektive **			B007	C2NP							
		frontale Seitenansicht links mit Perspektive **			B007	C2CP							
		untere Ansicht **			B008	C9NP							
		obere Ansicht **			B009	C3NP							

© GS1 Germany GmbH

	Klassifizierung der Produktabbildungen	Beschreibung der Bildkategorie (innerhalb der Klassifizierung)	GTIN	Trenner	Bild-kategorie alt	Bild-kategorie	Trenner	Version	Trenner	Variante	Mapping Bildkategorie zum Codewert Datei: Code der Art [M379]		Beispielbild
			n14	_			_	s01-s99	_	v01-v99			
C	**Mobile Ready Hero Image (Konsumenten-einheit)**	vordere Ansicht mit Perspektive/Aufsicht			C001	H1C1					MOBILE_READY_ HERO_IMAGE		
		linke Ansicht (von schräg links) mit Perspektive **			C002	H1L1							
		rechte Ansicht (von schräg rechts) mit Perspektive **			C003	H1R1							
		frontale Ansicht ohne Perspektive*			C004	**H1N1**							
C	**Optimised Hero Image**	vordere Ansicht mit Perspektive/Aufsicht			C001	U1C1					OPTIMISED_ HERO_IMAGE		
		linke Ansicht (von schräg links) mit Perspektive **			C002	U1L1							
		rechte Ansicht (von schräg rechts) mit Perspektive **			C003	U1R1							
		frontale Ansicht ohne Perspektive*			C004	**U1N1**							

	Klassifizierung der Produktabbildungen	Beschreibung der Bildkategorie (innerhalb der Klassifizierung)	GTIN	Trenner	Bild-kategorie alt	Bild-kategorie	Trenner	Version	Trenner	Variante	Mapping Bildkategorie zum Codewert Datei: Code der Art [M379]		Beispielbild
			n14	_			_	s01-s99	_	v01-v99			
D	**Sekundäre Abbildungstypen**	Detail/Technologie			D012/D16	F					ZOOM_VIEW		
		Social Media			D013	K					SOCIAL_MEDIA_ IMAGE		
		Komposition / Montage - 1 - Vorderseite			D010	M1					MONTAGE_IMAGE		
		Komposition / Montage - 2 - Links **			D010	M2					MONTAGE_IMAGE		
		Komposition / Montage - 3 - Oben **			D010	M3					MONTAGE_IMAGE		
		Komposition / Montage - 7 - Rückseite **			D010	M7					MONTAGE_IMAGE		
		Komposition / Montage - 8 - Rechts **			D010	M8					MONTAGE_IMAGE		
		Komposition / Montage - 9 - Unten **			D010	M9					MONTAGE_IMAGE		
		Anwendung			D014	N					APPLICATION_ IMAGE		
		Größenvergleich			D017	Q					PRODUCT_IMAGE (wird zum nächsten BMS-Release 3.1.30 zu SIZE_COMPARISON)		
D	**Sekundäre Abbildungstypen**	Ambiente/Mood			D015	R					AMBIENCE_MOOD_ IMAGE		

© GS1 Germany GmbH

	Klassifizierung der Produktabbildungen	Beschreibung der Bildkategorie (innerhalb der Klassifizierung)	GTIN	Trenner	Bild-kategorie alt	Bild-kategorie	Trenner	Version	Trenner	Variante	Mapping Bildkategorie zum Codewert Datei: Code der Art [M379]		Beispielbild
			n14	_			_	s01-s99	_	v01-v99			
		Inhalt/Textur			D011	T					CONTENT_TEXTURE _IMAGE		
		Sustainability				J					SUSTAINABILITY_IM AGE		
E	**Abbildung von Verpackungs-informationen**	Artwork			E013	L1					PACKAGING_ ARTWORK		
		Label			E014	L1					PRODUCT_LABEL_ IMAGE		
		Nährwerte			E011	L2					NUTRITION_FACT_ LABEL		
		Zutatenliste			E010	L4					INGREDIENTS_ LABEL		

	Klassifizierung der Produktabbildungen	Beschreibung der Bildkategorie (innerhalb der Klassifizierung)	GTIN	Trenner	Bild-kategorie alt	Bild-kategorie	Trenner	Version	Trenner	Variante	Mapping Bildkategorie zum Codewert Datei: Code der Art [M379]		Beispielbild
			n14	_			_	s01-s99	_	v01-v99			
E	**Abbildung von Verpackungs-informationen**	Siegel			D018	L7					CERTIFICATION		
		Zubereitungsanweisung			E012	L8					PREPARATION_ INSTRUCTIONS		
		Tierfutter Fütterungssempfehlung			E012	L9					PETFOOD_FEEDING_ INSTRUCTIONS		
W	**360 Grad Turn der Konsumenten-einheit**	2D Frontal Ansicht mit Drehung um die vertikale Achse			W001-WXXX	E1_R00_ C01-24					360_DEGREE_ IMAGE		
Y	**360 Grad Turn der Konsumenten-einheit**	2D Perspektivische Ansicht mit Drehung um die vertikale Achse			Y001-YXXX	E1_R15_ C01-24					360_DEGREE_ IMAGE		

Platzhalter für Tabelle
(* bevorzugte Abbildung in Bildkategorie
** zu dieser Bildkategorie liegt derzeit keine Beispielabbildung vor)

© GS1 Germany GmbH

Begriff	Definition
ECI RGB V2	Standardisierte RGB-Farbräume der ECI (European Color Initiative). Er wird als Arbeitsfarbraum für professionelle Bildbearbeitung empfohlen.
Globale Trade Item Number (GTIN)	Weltweit gültige Nummernstruktur zur eindeutigen Identifizierung von Produkten und Dienstleistungen mit max. 14 Stellen (GTIN 8, GTIN 12, GTIN 13 und GTIN 14).
Globale Location Number (GLN)	Weltweit gültige Nummernstruktur zur eindeutigen Identifizierung von physischen, funktionalen oder rechtlichen Einheiten von Unternehmen und/oder Unternehmensteilen.
Handelseinheit	Jede Einheit eines Produktes oder einer Dienstleistung, für die die Weitergabe von Stammdaten erforderlich ist und für die an irgend-einem Punkt der Versorgungskette ein Preis kommuniziert wird oder bestellt, ver- oder berechnet werden kann (max. 14 Stellen: GTIN 13 oder GTIN 14).
IPTC	Der IPTC-IIM-Standard (oft kurz nur IPTC) dient zur Speicherung von Metadaten in Bilddateien. Der IPTC-IIM-Standard wurde vom Inter-national Press Telecommunications Council (IPTC) zusammen mit der Newspaper Association of America (NAA) entwickelt und ist grundsätz-lich für alle Arten von Medien, also Texte, Fotos, Grafiken, Audio oder Video geeignet.
Konsumenteneinheit/ Endverbrauchereinheit	Jede Handelseinheit, die zum Verkauf an den Endverbraucher am POS des Einzelhandels vorgesehen ist. Die Einheiten werden durch eine GTIN 8, GTIN 12 oder GTIN 13 identifiziert, die in einem omnidirek-tional lesbaren Symbol zum Zweck des sehr schnellen Einscannens verschlüsselt wird.
Metadaten	Metadaten sind strukturierte Daten zur einheitlichen Beschreibung von z. B. Daten, Dokumenten, Personen, Konzepte.
Pixel	Auch Bildpunkt genannt. Kleinstes Element bei der gerasterten, digi-talisierten Darstellung eines Bildes auf einem Bildschirm oder mit Hilfe eines Druckers.
Pixel per Inch (ppi)	Mit Pixel per Inch wird die Punktdichte angegeben. Sie ist bei der Bildreproduktion ein Maß für die Detailgenauigkeit einer gerasterten, visuellen Darstellung und damit einer der Qualitätsaspekte des tech-nischen Wiedergabeverfahrens.
sRGB	Standard-RGB (Rot Grün Blau) ist ein RGB-Farbraum.

© GS1 Germany GmbH

Impressum

Herausgeber:
GS1 Germany GmbH

Geschäftsführer:
Thomas Fell

Text:
Phuong Cao

GS1 Germany GmbH
Stolberger Straße 108 a, D-50933 Köln

Postfach 30 02 51
D-50772 Köln

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

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

© GS1 Germany GmbH, Köln