zur Publikation

GS1 Germany

The Global Language of Business

VORSCHAU

GS1 Standards

Produktabbildungen und Media Assets

für strategische Markenführung und erfolgreiches Content Marketing – FMCG

Anwendungsempfehlung

Dokumenteninformation

Titel des Dokuments	Produktabbildungen und Media Assets - Anwendungsempfehlung
Letztes Änderungsdatum	Juni 2018
Aktuelle Dokumentenausgabe	Ausgabe 4.0
Status	-
Beschreibung des Dokuments	Anwendungsempfehlung zur Erstellung von Produktabbildungen und Media Assets für strategische Markenführung und erfolgreiches Content Marketing

Mitwirkende

Organisation	Organisation
Beiersdorf AG	Reincke, Daniela
CFP Brands Süßwarenhandels GmbH & Co. KG	Krüger, Jana
dm-drogerie markt GmbH + Co. KG	Popa, Diana
Dirk Rossmann GmbH	Bartels, Sebastian
EDEKA	Frey, Christian
Galeria Kaufhof GmbH	Orth, Janine
GfK SE – Consumer Panels	Lindner, Frank-Peter
MARKANT Deutschland GmbH	Kornmeier, Timo
Mars Petcare Germany	Klimmek, Jonathan
Metro Cash & Carry Deutschland GmbH	Sieg, Julius
Nestlé Deutschland AG	Belke, Jürgen
PepsiCo Deutschland GmbH	Hoffmann, Luise
Procter & Gamble Service GmbH	Diekmann, Stefanie
REWE Group	Kujus, Steffen

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

VORSCHAU

© 2018 GS1 Germany GmbH

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis 8

1 Einleitung 9

1.1 Zielsetzung der Spezifikation 9
1.2 Zielgruppe 9
1.3 Anwendungsbereich / Gültigkeitsbereich 9

2 Spezifikation zur Produktion von Produktabbildungen und Media Assets für den deutschen Zielmarkt 10

2.1 Bild- und Dateispezifikationen 10
2.1.1 Vorderansicht 10
2.1.2 Bildeigenschaften 11
2.1.3 Farbe und Qualität 12
2.1.4 Beschneidungspfad 12
2.1.5 Hintergrund 12
2.1.6 Rand 12
2.1.7 Format für den Endanwender 12
2.1.8 Verpackung 13
2.1.9 Nutzungsbedingungen / Haftungsausschluss 13
2.2 Anforderungen an moderne Produktdarstellungen im Bereich Omni Channel Marketing 14
2.2.1 Produktabbildung für Konsumenteneinheiten 14
2.2.1.1 Darstellung der Konsumenteneinheiten 14
2.2.1.2 Dateiformat 15
2.2.1.3 Farbprofil 15
2.2.1.4 Bildgröße 16
2.2.1.5 Auflösung 16
2.2.2 Produktabbildung für Handelseinheiten 17
2.2.2.1 Darstellung der Handelseinheiten 17
2.2.2.2 Dateiformat 17
2.2.2.3 Farbraum 17
2.2.2.4 Bildgröße 17
2.2.2.5 Auflösung 17
2.2.3 Mobile Ready Hero Image 18
2.2.3.1 Darstellung des Mobile Ready Hero Image 18
2.2.4 Sekundäre Produktabbildungen 19
2.2.4.1 Komposition 19
2.2.4.2 Inhalt / Textur 19
2.2.4.3 Detail 20
2.2.4.4 Social Media 20
2.2.4.5 Anwendung 20
2.2.4.6 Ambiente / Mood 21
2.2.4.7 Technologie 21
2.2.4.8 Größenvergleich 21
2.2.4.9 Siegel 22
2.2.5 360°-Turn der Konsumenteneinheit 23
2.2.5.1 Darstellung 23

VORSCHAU

© 2018 GS1 Germany GmbH

2.2.5.2 Dateiformat 23
2.2.5.3 Bildgröße 23
2.2.5.4 Farbraum 23
2.2.6 Verpackungsinformationen 24
2.2.7 Sonderfälle 26
2.3 Aufbau Dateiname 28
2.4 Übertragung Produktabbildungen und Media Assets über GDSN 31
2.5 Metadaten 31
2.5.1 Übertragung der Metadaten im Bild 32
2.5.2 Übertragung der Metainformationen über GDSN 33
Anhang: Glossar 34
Impressum 35

VORSCHAU

© 2018 GS1 Germany GmbH

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Ansichten für Produktabbildungen 11
Abb. 2: Produktabbildungen mit unterschiedlichen weißen Rändern 12
Abb. 3: Produktabbildungen jeweils mit und ohne Verpackung 13
Abb. 4: Abbildung Konsumenteneinheit - Vorderseite in perspektivischer Darstellung 14
Abb. 5: Abbildung Konsumenteneinheit - Unterseite mit relevanten Produktinformationen 15
Abb. 6: Abbildung Konsumenteneinheit für Planogramme – Vorderseite ohne Perspektive 15
Abb. 7: Produktabbildung eines Trays 17
Abb. 8: Beispiele für Mobile Ready Hero Images 18
Abb. 9: Beispiele zur Abbildung von Kompositionen 19
Abb. 10: Beispiele zur Abbildung des Inhalt bzw. einer Textur 19
Abb. 11: Beispiele Detailabbildung 20
Abb. 12: Beispiele Social Media Abbildung 20
Abb. 13: Beispiele zur Darstellung der Anwendung 20
Abb. 14: Beispiele zur Darstellung des Ambiente 21
Abb. 15: Beispiel Abbildung zur Darstellung der Technologie 21
Abb. 16: Beispiele zur Darstellung der Größe 21
Abb. 17: Beispiele für Siegel 22
Abb. 18: 2D Turn bestehend aus 24 Einzelbildern 23
Abb. 19: Abbildung des Produktlabels / Artwork 24
Abb. 20: Abbildung der Nährwertdeklaration 24
Abb. 21: Abbildung des Zutatenverzeichnisses 25
Abb. 22: Abbildung der Zubereitungsanweisung 25
Abb. 23: Arzneimittel mit Original-Abbildung (der Pflichttext muss mit abgebildet werden) 26
Abb. 24: Arzneimittel mit retuschierter Abbildung (ohne Pflichttext) 26
Abb. 25: Medizinprodukt 27
Abb. 26: GTIN-basierter Aufbau Dateiname für Produktabbildungen und Media Assets 28
Abb. 27: Art der Produktabbildung 29
Abb. 29: Beispiele für Produktvarianten 32
Abb. 30: Mapping Metadaten – IPTC-Attribute 32
Abb. 31: Mapping Metadaten – GDSN-Attribute 33

VORSCHAU

© 2018 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.

VORSCHAU

© 2018 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, Artworks sowie Montageabbildungen. 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

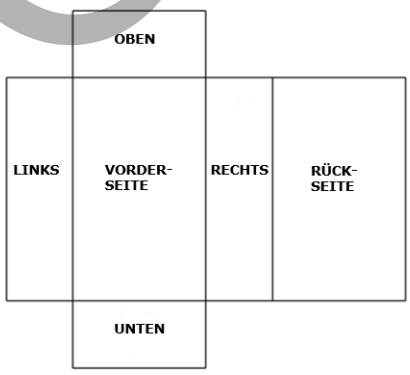
Die Vorderansicht eines Produktes stellt die Ausgangslage für alle weiteren Produktabbildungen dar. Diese wird für die Konsumenteneinheiten mit Hilfe der Abmessungsregeln für Verpackungen der GS1 (GDSN Measurement Rules) definiert.

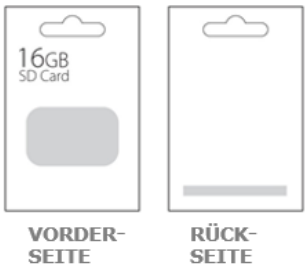
Die Vorderseite einer **Konsumenteneinheit** ist laut Abmessungsregeln die Seite mit der größten Fläche, die durch den Hersteller zum Anpreisen des Produkts an den Verbraucher verwendet wird, das ist zum Beispiel die Seite mit der Angabe des Produktnamens. Ergänzende Hinweise zur Bestimmung der Vorderseite 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:





VORSCHAU