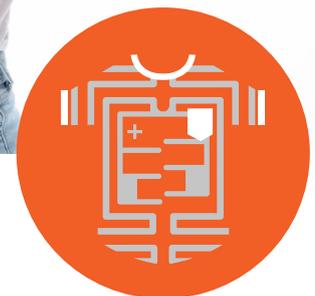


GS1 Standards

Produktabbildungen und Media Assets

Fashion/Schuhe/Sport sowie branchentypischen
Randsortimenten und Accessoires





The Global Language of Business

GS1 Standards

Produktabbildungen und Media Assets

Fashion/Schuhe/Sport sowie branchentypischen
Randsortimenten und Accessoires

Version 1.0, Jan 2017

Dokumenteninformation

Titel des Dokuments	Produktabbildungen und Media Assets - Fashion/Schuhe/Sport
Letztes Änderungsdatum	20.01.2017
Aktuelle Dokumentenausgabe	Ausgabe 1.0
Status	Deutsche Erstausgabe
Beschreibung des Dokuments	Das Dokument ist gültig für die Spezifikationen von Bildern für Internet / eCommerce-Anwendungen, digitalen In-Store-Lösungen und Warenwirtschaftssystemen in den Sektoren Fashion/Schuhe/Sport sowie branchentypischen Randsortimenten und Accessoires.

Mitwirkende

Organisation
BRAX/Leineweber GmbH & Co. KG
Bundesverband des Deutschen Schuheinzelhandels (BDSE) e.V.
Bundesverband des Deutschen Textileinzelhandels (BTE) e.V.
C & A Buying GmbH & Co. KG
CBR Fashion Operations GmbH
ECC GmbH & Co. KG
Fast Forward Imaging GmbH
GALERIA Kaufhof GmbH
GCS Consulting GmbH
GS1 Austria GmbH
GS1 Germany GmbH
GS1 Global Office
GS1 Nederland B.V.
Hachmeister + Partner GmbH & Co. KG
Hamm Reno Group GmbH
Hermann Hagemeyer GmbH & Co. KG
FASHION CLOUD GmbH
mifitto GmbH
modotex GmbH
Peek & Cloppenburg KG
PUMA SE
PVH Holdings GmbH & Co. KG
Ricosta Schuhfabriken GmbH
xplace GmbH

Änderungshistorie

Version	Änderungsdatum	Geändert von	Zusammenfassung der Änderung
1.0	27.04.2017	<Verfasser>	<Kurzbeschreibung>

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 RAND 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

GS1 Germany unterstützt Unternehmen aller Branchen dabei, moderne Kommunikations- und Prozess-Standards in der Praxis anzuwenden und damit die Effizienz ihrer Geschäftsabläufe zu verbessern. Unter anderem ist das Unternehmen in Deutschland für das weltweit überschneidungsfreie GS1 Artikelnummernsystem zuständig – die Grundlage des Barcodes. Darüber hinaus fördert GS1 Germany die Anwendung neuer Technologien zur vollautomatischen Identifikation von Objekten (EPC/RFID) und zur standardisierten elektronischen Kommunikation (EDI). Im Fokus stehen außerdem Lösungen für mehr Kundenorientierung (ECR – Efficient Consumer Response) und die Berücksichtigung von Trends wie Mobile Commerce, Multichanneling sowie Nachhaltigkeit in der Entwicklungsarbeit.

GS1 Germany gehört zum internationalen GS1 Netzwerk und ist nach den USA die zweitgrößte von mehr als 110 GS1 Länderorganisationen. Paritätische Gesellschafter sind das EHI Retail Institute und der Markenverband.



Zu dieser Schrift

Dieses Dokument wurde mit Experten aus dem Bereich Fashion/Schuhe/Sport, Fotografie, eCommerce, sowie Standardisierung er-arbeitet.

Köln, im Januar 2017

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	8
1.1	Übersicht	8
1.2	Ziel / Mission	8
1.3	Anwendungsbereich / Gültigkeitsbereich	8
1.4	Zielgruppe.....	8
1.5	Vorteile.....	9
2	Spezifikation zur Produktion von Produktabbildungen und Media Assets für die Branche Fashion/Schuhe/Sport	9
2.1	Anforderungen an Produktdarstellungen im Bereich Fashion/Schuhe/Sport.....	9
2.1.1	Werbeoptimierte Produktabbildung	10
2.1.2	360°-Turn.....	10
2.1.3	Warenwirtschaftsbild	11
2.2	Aufbau Dateiname.....	13
2.3	Metadaten.....	15
	Anhang: Glossar	17
	Impressum.....	18

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Werbeoptimierte Produktabbildung	10
Abb. 2: 2D-Turn bestehen aus 24 Einzelbildern.....	11
Abb. 3: Skizze Shirt - Warenwirtschaftsbild	11
Abb. 4: Genereller Aufbau GDTI	13
Abb. 5: Ausrichtungsindikator	14
Abb. 6: Aufbau GDTI für Werbeoptimierte Produktabbildung.....	14
Abb. 7: Aufbau GDTI für 3D-Turn Produktabbildung	15

1 Einleitung

1.1 Übersicht

Als Folge der Digitalisierung spielen Bilder zunehmend eine zentrale, wenn nicht die zentralste Rolle im Omni-channel Handel. Bei stetig wachsender Vermarktung und Verkauf von Artikeln über unterschiedlichste digitale Kanäle, zum Beispiel Online-Shops oder Tablet Lösungen im stationären Handel, wächst der Bedarf an qualitativ hochwertigem Bildmaterial geradezu exponentiell. Die Verwaltung und der Austausch dieser Bilder stellt dabei eine Quelle für Frustration und Verschwendung von Ressourcen, hier durch intensive manuelle Steuerung, dar. Ohne Standard-Bildformat ist der Austausch von Bilddateien zwischen Handelspartnern schwierig und ineffizient. Zudem geben Einzelhändler viel Geld für das Fotografieren von Produkten aus, die aber ihre Lieferanten bereits fotografiert haben.

Dieses Dokument entwickelt eine Standardmethode, die Unternehmen zur Erstellung, Benennung und Zuordnung von Daten sowie der Übertragung von Bildern zu ihren Handelspartnern verwenden können. Diese standardisierten Geschäftsprozesse sind unerlässlich zur Erhöhung der Effizienz und Minimierung der Kosten des Austauschs von Bildern. Die Harmonisierung der benötigten Daten und Austauschmethoden reduziert die individuelle Zuordnung aus mehreren Quellen zu einem einheitlichen Prozess, wodurch Fehler und Doppelungen vermieden werden. Die Benennung der Bilder gemäß globaler Standards ermöglicht größeren Schutz vor unabsichtlichem Überschreiben.

1.2 Ziel / Mission

Die Mission der Projektgruppe ist, sowohl das initiale Erstellen, als auch den Austausch von hochwertigen Bilddaten und Produktabbildungen für den Einsatz in Warenwirtschaftssystemen, Online-Shops, aber auch digitalen In-Store-Lösungen zu standardisieren, um so eine wichtige Grundlage für das automatisierte Verarbeiten im bilateralen Austausch mit Handelspartnern zu ermöglichen, bzw. aufwendige manuelle Korrekturen und Prozesse zu verringern. Dies soll erreicht werden durch standardisierte Methoden zur Benennung, Bestimmung, Verwaltung, Lokalisierung und zum Erwerb von Bildern. Außerdem sollen die Metadaten bestimmt und standardisiert werden, die den Bildern zugeordnet werden und geschäftliche Funktionen haben, bzw. das Auffinden von Bildern im Netz vereinfachen.

1.3 Anwendungsbereich / Gültigkeitsbereich

Der Anwendungsbereich der Initiative wurde wie folgt festgelegt:

Das Dokument ist gültig für die Spezifikationen von Bildern für Internet / eCommerce-Anwendungen, digitalen In-Store-Lösungen und Warenwirtschaftssystemen in den Sektoren Fashion/Schuhe/Sport sowie branchentypischen Randsortimenten und Accessoires.

1.4 Zielgruppe

Das Dokument soll sowohl von Lieferanten als auch von Einzelhändlern verwendet werden, außerdem gibt es Rahmenbedingungen für Dienstleister vor, die mit jeder Art von Handelspartner in einer Geschäftsbeziehung stehen können.

Dieser Leitfaden ist eine Erweiterung der bereits bestehenden GS1 Standards für Produktabbildungen und Media Assets, welche die technischen Anforderungen und Vorschriften zu Größe, Form und grafischen Komponenten festlegen und eine Anwendungsebene für Bilder hinzufügen, die für den eCommerce und die Verwendung im Internet vorgesehen sind. Davon abweichend, werden branchenspezifische Besonderheiten berücksichtigt.

1.5 Vorteile

Die im Folgenden erarbeiteten Empfehlungen, ermöglichen Lieferanten, Händlern und Dienstleistern diverse Vorteile:

u. a.

- Lieferanten können einen einzigen Satz Bilder verwenden, der von allen Handelspartnern benutzt werden kann.
- Einzelhändler können sich auf Qualität, Größe, Form etc. der Bilder verlassen; deswegen können mehr Bilder vom Lieferanten verwendet werden.
- Lieferanten können die Ebene festlegen, auf der das Bild verwendet werden soll, z. B. auf sämtlichen SKUs (Bestandseinheiten) eines Artikels, einer Farbe oder einer GTIN (Global Trade Item Number).
- Ermöglicht eine eindeutige Benennung der Bilder vom Lieferanten. Damit werden Überlappungen mit Bildern vom Einzelhändler vermieden.
- Lieferanten können den Speicherort des Bildes für den Einzelhändler als URL festlegen.

2 Spezifikation zur Produktion von Produktabbildungen und Media Assets für die Branche Fashion/Schuhe/Sport

Produktabbildungen werden in diesem Dokument synonym verwendet für die Begriffe Fotos / Bilder, computergenerierten Abbildungen, Artwork sowie Montageabbildung. Wenn sich die Inhalte nur auf eine dieser speziellen Ausprägungen beziehen, werden diese explizit genannt, beispielsweise Angaben zur Fotografie oder spezielle Produktabbildungen für Web- und eCommerce-Anwendungen (Montageabbildung).

Die Bild- und Dateispezifikationen werden in der vorliegenden Dokumentation nur in den Fällen genannt, wenn diese von der aktuellen Anwendungsempfehlung Produktabbildung und Media Assets abweichen.

2.1 Anforderungen an Produktdarstellungen im Bereich Fashion/Schuhe/Sport

Um den Anforderungen an moderne Produktdarstellungen im Bereich Omni-channel Marketing gerecht zu werden, empfehlen wir je nach Zielsetzung die folgenden Lösungen:

- Werbeoptimierte Produktabbildungen
- 360° Spin
- Produktabbildung für Web- bzw. eCommerce-Anwendungen
- Warenwirtschaftsbild (kurz WWS-Bild)

Um den Anforderungen im Bereich Omni-channel Marketing 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°-Turns. Für die finale Entscheidung, welche Produktabbildungen erstellt werden, ist der Hersteller verantwortlich.

2.1.1 Werbeoptimierte Produktabbildung

■ Darstellung der Artikel

Im Idealfall werden die Produkte mittels vier Bildern dargestellt. Dabei wird eine perspektivische Darstellung der Produkte von rechts, links sowie der Vorderseite empfohlen.



Abb. 1: Werbeoptimierte Produktabbildung

■ Dateiformat

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

Ein alternatives Dateiformat ist PNG (Portable Network Graphics) ohne Komprimierung. JPG wird aufgrund der Größe bevorzugt.

2.1.2 360°-Turn

■ Darstellung

In Abhängigkeit vom Produkt sind folgende Alternativen möglich:

- 2D bestehend aus 24 Einzelbildern, Frontalperspektive (für Produkte mit geringfügiger Tiefe)
- 2D bestehend aus 24 Einzelbildern, Perspektive in leichter Aufsicht
- 3D Turn, bestehend aus 120 Einzelbildern, beinhaltet Perspektiven aus 0, 15, 30, 60 und 90 Grad

Bei der Erstellung der Einzelbilder erfolgt die Rotation der Produkte standardmäßig im Uhrzeigersinn.



Abb. 2: 2D-Turn bestehen aus 24 Einzelbildern

■ Dateiformat

Als Dateiformat wird das jpg-Format empfohlen.

Ein alternatives Dateiformat ist PNG (Portable Network Graphics) ohne Komprimierung. JPG wird aufgrund der Größe bevorzugt.

2.1.3 Warenwirtschaftsbild

Das Warenwirtschaftsbild (kurz WWS-Bild) ist ausschließlich für den internen Gebrauch und die Kommunikation zwischen Geschäftspartnern (b2b) gedacht. Es darf nicht am POS, in Online-Shops oder im Printbereich eingesetzt werden. Dieses Bild dient insbesondere dem Handel, z. B. Einkauf, Visual Merchandise Team, Vertrieb, Logistik etc. als visuelle Referenz zum Produkt.

Um eine unkomplizierte Verwendung in den vielfältigen Warenwirtschaftssystemen zu gewährleisten und so für alle Beteiligten den größtmöglichen Nutzen zu schaffen, haben die an dieser Guideline mitwirkenden Unternehmen folgende Mindestanforderungen und technischen Eckdaten festgelegt. Diese Anforderungen wurden durch eine Vielzahl Warenwirtschaftsdienstleister bestätigt.



Abb. 3: Skizze Shirt - Warenwirtschaftsbild

■ **Dateiname:**

GDTI Variante Fashion analog zum eCommerce Bild. Es ist grundsätzlich möglich, dass das WWS-Bild zu einem sehr frühen Zeitpunkt im Produktlebenszyklus aufgenommen wird. Zu diesem Zeitpunkt gibt es zum Teil noch keine produktbezogenen GTINS, sodass hier die Verwendung des GDTI die beste Wahl darstellt. Sollte ein Artikel im Laufe seines Lebenszyklus vor Auslieferung an den Handel verändert bzw. überarbeitet werden, kann diese Versionsnummer in der GDTI-Struktur kenntlich gemacht werden.

■ **Zeitpunkt der Bereitstellung:**

Das WWS-Bild sollte dem Handel so früh wie möglich bereitgestellt werden, zum Beispiel zusammen mit den Produktstammdaten (PRICAT), jedoch spätestens mit der Bestellantwort (ORDRSP). Nur dann kann sichergestellt werden, dass der Handel den vollen Nutzen aus dem Warenwirtschaftsbild ziehen kann und zum Beispiel die Frage „Was habe ich denn bei Marke xyz alles gekauft und wie fügt sich das optisch in meine Sortimentsplanung ein?“ unkompliziert beantwortet werden kann.

Es ist möglich, dass zum Zeitpunkt der initialen Übertragung des Bildes nicht sämtliche Produktvarianten definiert sind und beispielsweise im Laufe des Orderprozesses weitere Farben (Varianten) ergänzt werden oder aber Änderungen am ursprünglichen Artikel vorgenommen werden. In diesem Fall, sollten dem Handel diese Änderungen zusammen mit dem neuen WWS-Bild mitgeteilt werden.

Sofern ein Produktbild nicht als Foto vorliegt, beispielsweise, weil kein Musterteil erstellt wurde und „vom Papier verkauft wird“, kann dem Handel auch eine Zeichnung als WWS-Bild zur Verfügung gestellt werden. Hier gelten dieselben Anforderungen wie beim Foto. Darüber hinaus sollte die Zeichnung lediglich den Style abbilden und frei von Bemaßungen und sonstigen technischen Details sein.

Das WWS-Bild muss nicht freigestellt sein. Die wichtigen Produktmerkmale und Farben sollten weitestgehend leicht zu identifizieren sein.

■ **Dateiformat**

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

■ **Farbprofil**

ECI RGB V2-Farbraum mit 8 Bit pro Kanal

■ **Dateigröße**

Die Datei des WWS-Bildes sollte 500 KB nicht überschreiten.

■ **Auflösung**

72 ppi

2.2 Aufbau Dateiname

Informationen zu Bildmerkmalen werden bei der Vergabe des Dateinamens nur bedingt berücksichtigt. Im Dateinamen werden diese Informationen im Dokumententyp in den Stellen N10 bis N12 teilweise dargestellt. Die Eigenschaften werden über die Metadaten (siehe Kapitel 2.3) eines jeden einzelnen Bildes beschrieben. Da im Produktlebenszyklus eines Produktes im Bereich Fashion/Schuhe/Sport die Globale Artikelnummer (GTIN) oft erst zu einem späteren Zeitpunkt vergeben wird, ist diese **nicht** Bestandteil des Dateinamens. Diese kann im späteren Verlauf in den Metadaten ergänzt werden. Eine weitere Besonderheit im Bereich Fashion/Schuhe/Sport ist, dass in der Regel ein Bild bzw. eine Produktabbildung auf Basis einer Referenzgröße für mehrere Produkte erstellt wird und somit eine 1 zu n Beziehung abgebildet wird.

Zur Identifikation der Images bzw. Assets wird der Global Document Type Identifier (GDTI) verwendet. Die vollständige Beschreibung finden Sie auf Wunsch in Kapitel 2.6 der GS1 General Specification, einzusehen unter <http://www.gs1.org/genspecs>.

Durch den Einsatz des GDTI wird es möglich, Dateien mit Produktabbildungen eindeutige, überschneidungsfreie Namen zu geben. Damit lässt sich sicherstellen, dass die Vielzahl der verschiedenen Produktabbildungen exakt voneinander unterschieden werden können, Verwechslungen werden vermieden.

Regeln

Der GDTI wird durch den Herausgeber (Hersteller oder ggf. Händler) des Dokumentes vergeben und unter Verwendung der GS1 Basisnummer generiert.

Die GS1 Basisnummer ist die zentrale Einheit, die dem Nutzer von GS1 zur Verfügung gestellt wird. Zur GDTI-Vergabe ergänzt der Anwender die GS1 Basisnummer um einen Dokumententyp, die Prüfziffer sowie einen seriellen Teil.

Global Document Type Identifier (GDTI)			
Basisnummer der GLN	Dokumententyp	Prüfziffer	Seriennummer (optional)
N1 – N7	N8 – N12	N13	X14 - variable Länge - X30
N1 – N8	N9 – N12		
N1 – N9	N10 – N12		

Abb. 4: Genereller Aufbau GDTI

Damit setzt sich eine Globale Dokumenten-Nummer für Produktabbildungen wie folgt zusammen:

GS1 Basisnummer der GLN

Numerische Basisnummer der Globalen Lokationsnummer (GLN), die dem Dokumentenherausgeber von GS1 Germany zugewiesen wurde.

Dokumententyp

Die Vergabe eines Dokumententyps wird empfohlen, um kenntlich zu machen, um welche Art von Dokument (hier: „Produktabbildung“) es sich handelt. Je nach Nummerierungskapazität der verwendeten GS1 Basisnummer stehen dafür drei, vier oder fünf Stellen zur Verfügung. In der Stelle N10 wird die Art der Produktabbildung verschlüsselt. Der Ausrichtungsindikator wird in der Stelle N11 dargestellt. Die Versionierung der Produktabbildungen wird in der Stelle N12 vorgenommen. Gestartet wird mit der Zahl Null um 10 Versionen abzubilden.

N10: Art der Produktabbildung

- 1 = Werbeoptimierte Produktabbildung
- 2 = Image für eCommerce
- 3 = 3D-Turn
- 4 = Warenwirtschaftsbild

- N11: Ausrichtungsindikator
 1 = Von vorne, 2 = Von links, 3 = Von oben, 7 = Von hinten,
 8 = Von rechts, 9 = Von unten, 0 = undefiniert (z. B. bei 3D-Turn)
 N12: Versionierung
 0 bis 9



Abb. 5: Ausrichtungsindikator

Prüfziffer

Sie stellt sicher, dass die vorausgegangene Ziffernfolge (Basisnummer und Dokumenttyp) fehlerfrei eingegeben bzw. gelesen wurde. Die Prüfziffer ergibt sich durch eine festdefinierte Rechenoperation, den Prüfziffern-Algorithmus. Sie steht als fester Bestandteil an 13. Stelle des GDTI.

Die Prüfziffernberechnung erfolgt nach Modulo 10. Für weitere Details zur Berechnung verweisen wir auf das Kapitel 3.2.5 „GTIN Prüfziffer“ des GTIN/GLN Handbuchs (www.gs1-germany.de/gs1-consult/fachpublikationen).

Zur schnellen Berechnung einzelner Prüfziffern steht der Prüfziffernrechner bereit: <http://www.gs1-germany.de/gs1-consult/services-tools/pruefziffernrechner/>

Seriennummer

Die serielle Komponente wird verwendet, um exakte Details zu einem individuellen Dokument zu kommunizieren.

Eine Identifizierung bzw. Durchnummerierung der Einzelbilder der 2D/3D-Turns wird als sinnvoll erachtet. In diesen Fällen sind die Stellen X14 – X16 numerisch zu füllen beginnend mit 001.

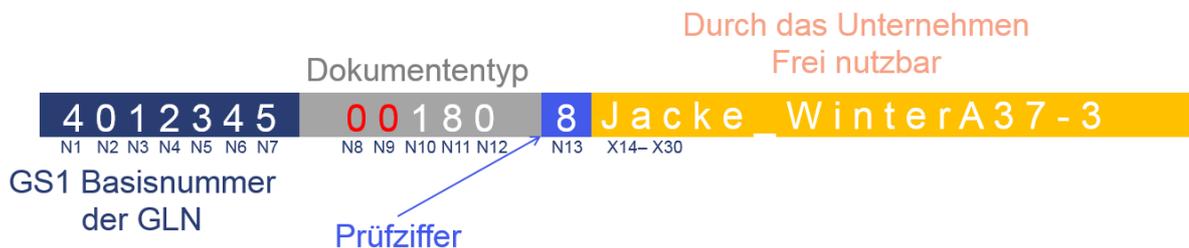


Abb. 6: Aufbau GDTI für Werbeoptimierte Produktabbildung

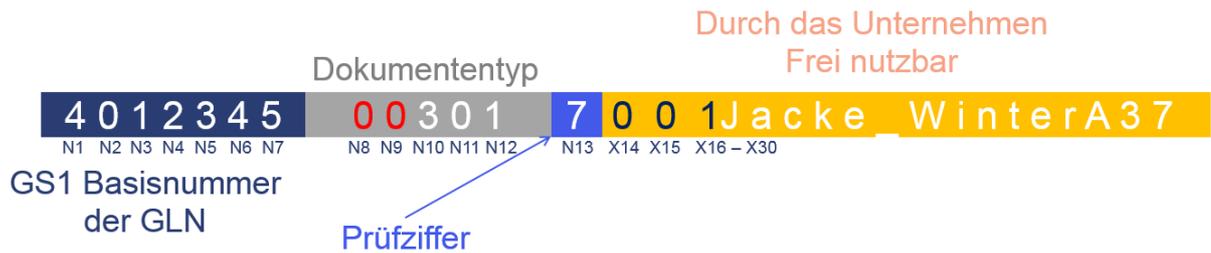


Abb. 7: Aufbau GDTI für 3D-Turn Produktabbildung

Eine weitere fortlaufende serielle Nummerierung garantiert die Eindeutigkeit der GDTI. Die tatsächliche Vergabe der Nummer obliegt dem Inhaber der Basisnummer. Innerhalb der GDTI handelt es sich beim seriellen Teil (Stellen X14 – X30) um einen optionalen Bereich. Für den hier beschriebenen Anwendungsfall sind diese jedoch zwingend erforderlich anzugeben, da sonst bei gleicher Basisnummer, Art der Produktabbildung, Ausrichtungsindikator und Versionierung sonst keine Unterscheidung zwischen den Dateien/ Produktabbildungen möglich ist.

2.3 Metadaten

Bei den nachfolgend definierten Metadaten handelt es sich um zusätzliche Informationen, die mit dem Bild bzw. Media Asset in Verbindung stehen. Die Daten können in der Produktabbildung oder zwischen den Beteiligten unter Verwendung jeglicher vereinbarter Methoden übermittelt werden.

Autor / Ersteller

Die Organisation(en) oder Person(en), die für die Erstellung des Bildes verantwortlich ist.

Copyright

Restriktionen können als Freitext angegeben werden

Erstellungsdatum der Produktabbildung

Datum an dem das Bild erstellt wurde

Farbe

Textbeschreibung der Farbe des Artikels

GTIN

Angabe einer bzw. mehrerer Globale Artikel Nummern die in Zusammenhang mit der Produktabbildung stehen.

Gültig ab (TTMMJJJJ)

Frühester Zeitpunkt ab dem das Bild verwendet bzw. gezeigt werden darf

Gültig bis (TTMMJJJJ)

Nach diesem Zeitpunkt darf das Bild nicht mehr gezeigt werden

Kategorie

Textbeschreibung der Kategorie eines Artikels

Lieferantenartikelnummer

In den Fällen, wo die Lieferantenartikelnummer noch nicht vollständig durch die GTIN ersetzt wurde, kann es notwendig sein, diese Nummer für bestimmte Geschäftsvorfälle ebenfalls zu übermitteln.

Lieferanten GLN

GLN des Lieferanten

Lieferantenname

Name des Lieferanten

Markenname

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

Marketingbotschaft des Artikels

Die Marketingbotschaft kann bspw. die zentralen Eigenschaften des Produktes aufzählen, die die Qualität als auch seine Exklusivität verdeutlichen. Sie kann auch Informationen zur Nachhaltigkeit des Produktes enthalten und auf die Regionalität des Artikels oder seinen Zutaten hinweisen. Eine kurze Beschreibung des Wertschöpfungsprozesses etwa vom Erzeuger bis zum Kunden ist ebenfalls möglich. Alle Erklärungen sollten kundengerecht, eindeutig und einfach verfasst sein.

Modell/Form/Style**Nutzungsbedingungen**

Keine Eingabe eines Nutzungsrechts bedeutet ein uneingeschränktes Nutzungsrecht der Produktabbildung.

Unter Verwendung der nachfolgenden Beispiele können standardmäßige Nutzungsbedingungen definiert werden:

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

Spezielle Bedingungen sollten als Freitext definiert werden.

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

Anhang: Glossar

Begriff	Definition
ECI RGB V2	Standardisierte RGB-Farbräumen 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.
Global Document Type Identifier (GDTI)	Weltweit gültige Nummernstruktur zur eindeutigen Identifizierung einer Dokumentenart
Globale Location Number (GLN)	Weltweit gültige Nummernstruktur zur eindeutigen Identifizierung von physischen, funktionalen oder rechtlichen Einheiten von Unternehmen und/oder Unternehmensteilen
IPTC	Der IPTC-IIM-Standard (oft kurz nur IPTC) dient zur Speicherung von Metadaten in Bilddateien. Der IPTC-IIM-Standard wurde vom International Press Telecommunications Council (IPTC) zusammen mit der Newspaper Association of America (NAA) entwickelt und ist grundsätzlich für alle Arten von Medien, also Texte, Fotos, Grafiken, Audio oder Video geeignet.
Metadaten	Metadaten sind strukturierte Daten zur einheitlichen Beschreibung von z. B. Daten, Dokumenten, Personen, Konzepte
Pixel	Auch Bildpunkt genannt. Kleinstes Element bei der gerasterten, digitalisierten 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 technischen Wiedergabeverfahrens
sRGB	Standard-RGB (Rot Grün Blau) ist ein RGB-Farbraum.

Impressum

Herausgeber:
GS1 Germany GmbH

Geschäftsführer:
Jörg Pretzel

Text:
Arne Dicks
Markus Müller

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

© 2017 GS1 Germany GmbH, Köln

GS1 Germany GmbH

Maarweg 133

50825 Köln

T + 49 221 94714-567

F + 49 221 94714-990

E service@gs1-germany.de

www.gs1-germany.de

