

Die goldenen Regeln für gute Produktabbildungen

Version 2.0 (12/2022)



Hintergrund

Seit 2020 werden Produktabbildungen als Attribut geprüft. Ab Februar 2023 ist das Bereitstellen mindestens einer Produktabbildung für den deutschen GDSN-Zielmarkt verpflichtend.

Auf den folgenden Seiten erfahren Sie, was beim Anlegen und Bereitstellen von Produktabbildungen zu beachten ist und wie Sie ohne umfassende Design-Kenntnisse das Beste aus Ihren Fotografien herausholen und Ihre Handelspartner mit überzeugendem Bildmaterial versorgen.

Dieser Leitfaden dient als Hilfestellung für das Anlegen einer Primärabbildung für eine Konsumenteneinheit.

Weitere Informationen für die Darstellung von sekundären Produktabbildungen, von Handelseinheiten und des Mobile Ready Hero Images entnehmen Sie bitte der [Anwendungsempfehlung](#) [“Produktabbildungen und Media Assets” der GS1 Germany](#).

Welches Produktbild benötigt der Handel?

Der Handel benötigt von Ihnen mindestens eine ganz **klassische Produktabbildung**, das sogenannte Primärbild. Lichten Sie Ihr Produkt möglichst in der Vorderansicht ab, das ist die Seite mit der **größten Fläche** und mit der **Angabe des Produktnamens**, die **vom Hersteller zum Bewerben des Produktes genutzt wird**. Zudem sollte das gewählte Motiv für Produkte dieser Art **typisch und repräsentativ** sein. Ihr Produkt sollte hier möglichst **exakt** und in einem **einwandfreien** Zustand fotografiert sein. Optional können Sie natürlich jedes Produkt **um viele weitere Abbildungen ergänzen** – wie beispielsweise **andere Perspektiven** oder auch **Detailansichten**.

Welches Produktbild benötigt der Handel?

Je nach Beschaffenheit des Produktes werden diese Perspektiven empfohlen:

Produkt mit Tiefe (z.B. Karton)



Perspektivische
Abbildung mit **leichter
Aufsicht**

Flaches Produkt (z. B. Tüte, Blister)



Flache Abbildung
komplett von vorne

Was muss ich beim Fotografieren beachten?

- › Fotografieren Sie Ihr Produkt vor einem **neutralen, möglichst kontrastreichen Hintergrund**.
- › **Vermeiden** Sie stark **reflektierende Hintergründe**, Hintergründe mit **Muster** und/oder **Unebenheiten** (z. B. Strukturtapete o. ä.). Das erleichtert Ihnen später das Anlegen eines Beschneidungspfads.
- › Achten Sie darauf, dass Ihr Produkt **gleichmäßig gut ausgeleuchtet** ist.
- › Es sollten **keine artikelspezifischen Informationen** auf dem Produkt sichtbar sein (z. B. MHD, Gewinnspielcodes, Promotion-Hinweise, Jahrgangsangaben, Labels mit begrenzter Gültigkeit wie Stiftung Warentest o. ä. oder Prüfnummern).
- › Achten sie darauf, dass das Produkt **frei von Staub und Kratzern** ist.
- › **Fingerabdrücke** sollten nicht zu sehen sein.

Was muss ich beim Fotografieren beachten?



Vermeiden Sie **Schatten**
und **Spiegelungen**.



Achten Sie darauf, dass das Produkt
nicht gestaucht oder verzerrt ist.

Wozu dient der Beschneidungspfad?

Der Beschneidungspfad ist **eine Kontur**, an der entlang Ihr **Produkt aus dem Hintergrund ausgeschnitten wird**. Sie ermöglicht dem Händler, Ihr **Produkt vor jedem beliebigen Hintergrund zu platzieren**.

Er wird benötigt, damit **ein Layoutprogramm das freigestellte Bild direkt erkennen** und verwenden sowie die **Bereiche außerhalb des angelegten Pfades ausblenden** kann.



Wie sollte der Beschneidungspfad aussehen?

- › exakt **ein Pfad**
- › manuell erstellt (bevorzugt)
- › (bevorzugt) namentliche Kennzeichnung
- › **geschlossen**
- › umschließt ¹ gesamtes Produkt

Die Angabe eines **Beschneidungspfads** wird ab August 2022 für den deutschen Zielmarkt geprüft.



Welche Auflösung ist erforderlich?

Für Bilddateien des Typs "Product image" sollten folgende Parameter erfüllt sein:

- › **Randvorgaben:** ca. 5% zu jeder Seite in weiß
- › **Dateiformat:** jpg (empfohlen) mit Komprimierungsfaktor 12 (maximale Qualität)
- › **Farbprofil/-raum:** ECI RGB V2-Farbraum mit 8 Bit pro Kanal
- › **Auflösung:** 300 ppi
- › **Bildgröße:** Mindestens 2.401 Pixel längste Seite bei 300 ppi

An den bereitgestellten Bildern muss ein **uneingeschränktes Nutzungsrecht** bestehen. Mit dem Upload wird dem Auftraggeber ein räumlich und zeitlich uneingeschränktes Nutzungsrecht an den erstellten Bildern eingeräumt, um das abgebildete Produkt offline wie online zu vermarkten.

Einige Handelspartner wünschen zusätzlich Produktabbildungen im Format TIFF.



info@atrify.com



[Website-Chat](#)



[@atrify](#)

atrify GmbH
Maarweg 165
50825 Köln

T +49 221 93373 0
F +49 221 93373 199

Thank you