

# Pflege-Richtlinien

## 1 Produktbeschreibung

Jedes Produkt ist einzigartig und sollte einen eigenen Namen haben. Bitte achten Sie darauf, dass wichtige und unterscheidende Merkmale enthalten sind.

Bitte Beginnen Sie nach Möglichkeit mit Marke, Teilenummer, Produkt-Art und fügen danach weitere Merkmale nach Wichtigkeit hinzu - keine Verallgemeinerung. Wir empfehlen Ihnen zuvor eine Keyword Recherche durchführen.

Doppelung von Inhalten vermeiden.

KEINE VERSALIEEN - Notation der Teilenummer/Typenbezeichnung wie marktüblich, möglichst nur Leerzeichen als Trennzeichen zwischen Merkmalen verwenden.

Die maximale Zeichenzahl für Produkttitel beträgt 120 Zeichen. An einigen Stellen (z.B. Produkt-Empfehlungen) muss jedoch aus Platzgründen nach 70 Zeichen abgebrochen werden, daher empfehlen wir eine maximale Zeichenzahl von 70 Zeichen einzuhalten.

## 3 Marke

Durch Pflege der Marke wird das Markenlogo automatisch hinterlegt.

## Verkaufsgeneinheit

Geben Sie die kleinste Einheit des Produkts an, die einzeln verkauft und sinnvoll der Verpackung entnommen werden kann. Diese ist unabhängig davon, in welcher Einheit Sie das Produkt betreiben, lagern oder die Bestellung von uns erhalten möchten.

Stück  
Ein "ganzes", ggf. aber inkl. Zubehör  
Beispiel: Eine Tube Klebstoff, ein Schiebblock, eine Digitalkamera mit Akku und Ladegerät. Ein Stück Klebstoff-Tube kann nicht in einzelnen Millilitern verkauft werden.

Paar:  
Zwei zusammengehörige Stück gleicher Art  
Zwei zusammengehörige Stück sind ein Paar. Es ist nicht sinnvoll ein Paar Handschuhe als einzelne Stück anzubieten. Hier wäre die Einheit Paar anzugeben.

Pack  
Mehrere gleiche Stück, die als ganzes verkauft werden. Beispiel: 10 Textmarker

Set  
Verschiedene Produkte, die als ganzes verkauft werden  
Beispiel: Ein Schreibset aus Unterlage, Stiftkühler und Ablagekorb, 1 Füller und 1 Kugelschreiber im Etui

Das Produkt kann pro Meter bestellt und geliefert werden (wird also abgelängt). Der Preis wird pro Meter angegeben. Beispiel: Kabel  
NICHT: Kleeblatt, welches als 1 Stück oder 1 Pack angeboten werden sollte!

Inhalt pro Verkaufseinheit  
Inhalt des verkauften Produktes. Ein Stück beinhaltet normalerweise 1 Stück, bei Flüssigkeiten könnte es aber z.B. 100 g sein. Eine Packung enthält im Normalfall mehrere Stück.

Einheit der Inhaltsmenge  
Inhaltsgeneinheit z.B.: g

## 6 Variante / Variantengruppe

Die Differenz innerhalb einer Familie von Produkten, z.B. Farbe bei Smartphones. Als "Variantengruppe" wählen Sie bitte ein Attribut, in dem zusammengehörende Produktfamilien durch eine einzigartige ID gekennzeichnet werden können.  
Beispiel: Sie wollen Smartphones in Schwarz und Weiß anbieten  
Produkt: Smartphone "black" 16 gb Smartphone "white" 16 gb  
Variantengruppe: SmartABCD1 SmartABCD1  
Variante: Schwarz Weiß

## 7 Werbliche Überschrift

Verkürzte, allgemeinere Form des Titels. Optimale Anreicherung mit weiteren Keywords und Synonymen. (Hinweis: Wird aktuell im Onlineshop nicht ausgespielt)

## 8 Highlights

Stichpunktartige Aufzählung der kaufentscheidenden und Produkt-Unterscheidenden Merkmale, mit dem Wichtigsten beginnend. Nach jedem Filtehr (z.B. Zeilenumbruch (Return)) zu setzen bzw. in der Upload-Datei mit einem html-Linebreak "<br>" zu versehen. Verwenden Sie keine Aufzählungszeichen, diese werden automatisch eingefügt. Bitte achten Sie innerhalb einer Kategorie auf eine einheitliche Reihenfolge und Schreibweise.

## 9 Merkmale

Werbliche Fließtext-Beschreibung des Produkts. Bitte keine Aufzählung der Ausstattungsmerkmale oder Highlights, dafür sind separate Felder vorgesehen. Achten Sie auf einfache, verständliche Texte die den Kundennutzen und die Produktvorteile hervorheben und nutzen Sie Absatz

Folgende html-Tags zur Formatierung des Textes sind möglich  
- bold <b> ...</b>  
- kursiv <i> ...</i>  
- underline <u> ...</u>  
- Zeilenumbruch <br>

Beispiel:  
Dieses <b>tolle Produkt</b> ist echt <i>super klasse</i> <br> <b>br>  
Sie werden <i>viel Spaß</i> damit haben.

Aufzählungen können durch Setzen des <br>-Tag am Ende jeder Zeile erreicht werden. Als Aufzählungszeichen nutzen Sie den normalen Spiegelstrich "\*" html-Listenfomattierungen sind nicht zugelassen.

## 10 Ausstattung

Aufzählung von Ausstattungsmerkmalen, d.h. alles was nicht gemessen, gezählt, gewogen werden kann. Nach jedem Merkmal ist ein Zeilenumbruch (Return) zu setzen bzw. in der Upload-Datei mit einem html-Linebreak "<br>" zu versehen. Verwenden Sie keine Aufzählungszeichen, diese werden automatisch eingefügt.

## 11 weitere technische Daten

Technische Merkmale, die nicht in strukturierter Form dargestellt werden können oder sollen, z.B. weil keine Attribute (ZZ) zur Verfügung stehen, können in Textform hinzugefügt werden. Bauen Sie die Merkmale dabei nach folgendem Schema auf und verwenden Sie zwischen den einzelnen Merkmalen einen Zeilenumbruch "<br>"

[Merkmalsname][Doppelpunkt][Leerzeichen][Merkmalswert][Leerzeichen][Merkmalseinheit]

## 12 Lieferumfang

Aufzählung aller Elemente des Lieferumfangs. Das Produkt selbst wird nicht aufgezählt, wenn es sich um 1 Stück handelt.  
Nach jedem Bestandteil ist ein Zeilenumbruch (Return) zu setzen bzw. in der Upload-Datei mit einem html-Linebreak "<br>" zu versehen. Verwenden Sie keine Aufzählungszeichen, diese werden automatisch eingefügt.

## 13 Systemvoraussetzung

Auflistung der besonderen Systemvoraussetzungen, um dieses Produkt nutzen zu können. Anforderungen an Betriebssysteme nach folgender Schreibweise: "Ab Windows 7". Versionsaufzählungen vermeiden.  
Nach jedem Bestandteil ist ein Zeilenumbruch (Return) zu setzen bzw. in der Upload-Datei mit einem html-Linebreak "<br>" zu versehen. Verwenden Sie keine Aufzählungszeichen, diese werden automatisch eingefügt.

## 14 Zusatz- / Hinweisext

Text-Bestandteile, um den Kunden auf Besonderheiten hinzuweisen. Beispiel: 'Achtung!' Sie benötigen mindestens einen Filtehrschein Klasse C, C+ oder 'Leuchtmittel bitte separat bestellen.', Formattierungen sind wie im Werbetext möglich.

## 15 Produktbild 1 URL

URL zum Hauptbild des Produkts.

## 16 Produktbild 2 - 5 URL / Illustration 1 - 2 URL

URL zu weiteren Produktbildern

## 17 Symbol 1-5 URL

URL zu Icons oder weiteren Logos.

## 18 Energieeffizienzklasse und Energieeffizienzlabel

Die Energieeffizienzklasse ist eine Bewertungsangabe von Dunkelgrün (sehr effizient) bis hin zu Rot (ineffizient). Die Energieeffizienzklasse bildet immer zusammen mit der Energieabgabe das gezeigte Energie-Skala anzeigt.  
Beispiel: A++ (A++ + F)

Beachten Sie, dass für Produkte mit einer Energieeffizienzklasse zwingend ein Energieabgabewert mit dem von der EU vorgeschriebenen Angaben als Bild hinterlegt und ein Produktdatenblatt bereitgestellt werden muss.

## 19 Award 1-2 URL

URL zu Auszeichnungen und Testsieger-Labels

## 22 Technische Daten: Attribute je nach Gruppe

Dieser Bereich ist je nach Kategorie unterschiedlich. Die einzelnen Felder sind entsprechend ihres Datentyps zu füllen.  
Attribute mit mehreren Werten grundsätzlich Multivalued pflegen. Multivalued-Werte tauchen einzeln in den Filtern auf. Dadurch kann der Kunde auch nur Teile einer Aufzählung von Eigenschaften finden.  
Achten Sie in Ihren technischen Merkmalen darauf, immer einen Punkt als Dezimaltrenner zu verwenden ("1.1" ist ein anderer Filtehrwert als "1.1") als auch darauf, unnötige Nachkommastellen zu entfernen. ("1.1" ist ein anderer Filtehrwert als "1.100").  
Auf Zusatzangaben wie ca., mit, max, verdrängen. Zusatzangaben verhindern sauber validierte Attribute und verhindern korrekte Sortierung und Filterung.  
Angaben wie „Gewicht ca. 117,5 g“ sind nicht relevant für den Kunden. Im Zweifel in die Richtung des geringsten Problems runden, also "Gewicht: 118 g". Verwenden Sie einheitliche und angemessene Einheiten. Das Gewicht eines Handys wird in Gramm angegeben, bei einem Fernseher in kg.

# Datenpflege

# Produkt-Detailseite (PDP)