ECR AUSTRIA
EFFICIENT CONSUMER RESPONSE



GUIDELINE
FÜR PRODUKTABBILDUNGEN

2. ÜBERARBEITETE AUSGABE

EINE EMPFEHLUNG DER
ECR AUSTRIA ARBEITSGRUPPE **BILD-& MEDIA-DATENBANK**
BZW. DER SERVICEPLATTFORM **STAMMDATEN**

ECR AUSTRIA
EFFICIENT CONSUMER RESPONSE

ANWENDUNGSEMPFEHLUNG FÜR PRODUKTABBILDUNGEN

STAND: APRIL 2026, VERSION 3.0

ALLE RECHTE VORBEHALTEN

Kein Teil dieser Publikation darf ohne schriftliche Genehmigung des Urheberrechtshalters in irgendeiner Form durch elektronische oder mechanische Systeme, Fotokopie, Aufnahme, oder andere Verfahren reproduziert oder übertragen werden, oder in irgendeinem rechnergestützten Retrievalsystem gespeichert werden.

© GS1 Austria GmbH/ECR Austria, 2026

Brahmsplatz 3, 1040 Wien

KONZEPTION UND TEXT

Rene Schweinzger, Produktmanager GS1 Sync
Tel.: +43 /1/ 505 86 01 – 0
Email: gs1sync@gs1.at

GS1 Austria GmbH, Brahmsplatz 3, 1040 Wien
Das Dokument basiert auf GS1 Standards für
die Spezifizierung und den Austausch von Produktabbildungen.

INHALTLICHER INPUT

Teilnehmer:innen der ECR Austria Arbeitsgruppe „Bild- & Media-Datenbank“
bzw. der Serviceplattform "Stammdaten"

TITELBILD

@ ECR Austria

Produktabbildungsbeispiele:

Alle Bildbeispiele wurden uns freundlicherweise von den folgenden Firmen zur Verfügung gestellt:

Amazon EU S.à r.l.
GS1 Austria GmbH
Kelly Ges.m.b.H.
Markant Österreich GmbH
Metro Österreich GmbH
Nestlé Österreich GmbH
REWE International AG
Unilever Österreich GmbH
GS1 Germany GmbH

Wir danken den Unternehmen der ECR Austria Arbeitsgruppe „Bild- & Media-Datenbank“ für ihre Mitarbeit:

Agrana Zucker GmbH
Berglandmilch eGen
Billa AG
Brau Union Österreich AG
Coca-Cola HBC Austria GmbH
dm Drogeriemarkt GmbH
Google Austria GmbH
GS1 Austria GmbH
Henkel Central Eastern Europe GmbH
Iglo Austria GmbH
Josef Manner & Comp. AG
Kelly GmbH
Kimberly-Clark GmbH
Maresi Austria GmbH
Markant Österreich GmbH
Metro Cash & Carry Österreich GmbH
Nestlé Österreich GmbH
Nöm AG
Rewe International Lager und Transport Gesellschaft m.b.H.
Rudolf Ölz Meisterbäcker GmbH & Co KG
Spar Österreichische Warenhandels-AG
Stieglbrauerei zu Salzburg GmbH
Unilever Austria GmbH
VOG Einfuhr und Großhandel mit Lebensmitteln und Bedarfsgütern AG

#. INHALTSVERZEICHNIS

1. Einleitung 6
2. Änderungshistorie 7
3. Neuerungen im Überblick 8
4. Anwendungsbereich 9
5. Darstellung Konsument:innen-Artikel 10
6. Handhabung von computergenerierten Abbildungen 12
7. Beschneidungspfad 12
8. Technische Anforderungen an eine Bilddatei 13
9. Ästhetische Anforderungen an ein Bild 14
   - 9.1. Produktverpackung 14
   - 9.2. Hintergrund 15
   - 9.3. Reflexionen & Plastizität 15
   - 9.4. Schatten & Spiegelungen 16
   - 9.5. Retuschen 16
   - 9.6. Vollständige Produktabbildung 16
   - 9.7. Schärfe 17
   - 9.8. Lichtsetup 17
   - 9.9. Farbe 18
   - 9.10. Wasserzeichen 18
10. Benennung einer Bilddatei 19
    - 10.1. Empfehlung zur Benennung der Bilddatei - national 19
    - 10.2. Empfehlung zur Benennung der Bilddatei - international 21
11. Empfehlung zur Erstellung neuer Abbildungen 23
    - 11.1. Erstellung einer neuen Abbildung 23
    - 11.2. Erstellung einer neuen Abbildung unter Berücksichtigung bestimmter Voraussetzungen 25
12. Übermittlung einer Bilddatei 27
13. Nutzungsbedingungen & Copyrights 29

14. Anhang 30

Anhang A: Beispiele für professionelles Fotografieren und professionelle Bildnachbearbeitung 30

Anhang B: Beispiele für einen fehlerhaften Beschneidungspfad 31

Anhang C: Beispiel für eine fehlerhafte computergenerierte Abbildung 31

Anhang D: Beispiel für eine einheitliche Abbildung der Vorderseite über unterschiedliche Sortimente / Varianten 32

Anhang E: Beispiele für die Übermittlung der Bilddatei im Stammdatenaustausch 32

Anhang F: Übersicht über die unterschiedlichen Bildkategorien inkl. Beispiele 36

Anhang G: Anwendungsbeispiele: Aufbau des Dateinamens am Beispiel von drei Fällen 47





1. EINLEITUNG

Tagtäglich werden Konsument:innen Konsumgüter in den verschiedensten Medien (Flugblättern, Onlineshops) auf sehr vielfältige, aber oft sehr unvorteilhafte Art präsentiert. Meist erfolgt das Fotografieren von Industrie und Handel aufgrund mangelnder Standards sehr individuell und führt daher zu vielen unterschiedlichen Versionen. Konsument:innen wollen weder ein Produkt kaufen, das im Original ganz anders aussieht, als sie es zuvor im Prospekt oder online gesehen haben, noch ihr Produkt durch starke Farbkorrekturen oder irreführende Perspektiven im Regal nicht wiedererkennen. Unvorteilhafte Darstellungen, wie etwa zerknitterte Packungen oder unscharfe Produktbilder, beeinflussen darüber hinaus auch die wahrgenommene Qualität.

Diese Realität war der Ausgangspunkt für die Gründung einer ECR Austria Arbeitsgruppe „Bild- & Media-Datenbank" mit dem klaren Ziel, konkrete Standards für Produktabbildungen innerhalb der gesamten Konsumgüterbranche zu schaffen. Schlussendlich geht es bei ECR darum, Prozesse und Standards ins Leben zu rufen, die den Konsument:innen am Ende des Tages ein besseres Einkaufserlebnis bieten.

In zahlreichen Meetings und Workshops haben viele namhafte Vertreter:innen des österreichischen Lebensmittelhandels und der Industrie, unter Einbeziehung von Professionist:innen wie Fotograf:innen, Drucktechniker:innen und Grafiker:innen, ein gemeinsames Verständnis dafür geschaffen, wie Produkte des täglichen Bedarfs idealerweise zu fotografieren bzw. abzubilden sind. Dieses Dokument ist eine Empfehlung zur einheitlichen Erstellung und Übermittlung von Produktabbildungen. Es ermöglicht eine zeitgerechte Abholung und Weiterverarbeitung bei den Geschäftspartner:innen. Vor allem kann aber den Konsument:innen mit einer relevanten, informativen und attraktiven Darstellung des Produkts ein besserer Service geboten werden.

2022 wurde die Publikation aktualisiert, da sich das gemeinsame Verständnis grenzübergreifend leicht weiterentwickelt hat.

Im Jahr 2026 wurde die Publikation erneut überarbeitet, um den aktuellen nationalen und internationalen Entwicklungen Rechnung zu tragen.



2. ÄNDERUNGSHISTORIE

Die Empfehlung wurde in mehreren Versionen fortgeschrieben und jeweils an geänderte fachliche und technische Anforderungen angepasst.

In **Version 1.0** vom November 2017 wurde das Kapitel „Neuerung im Überblick“ ergänzt (siehe Kapitel 3). Darüber hinaus erfolgten Anpassungen der Bildgröße und der Dateigröße (siehe Kapitel 8) sowie eine Reduzierung der zulässigen Anzahl an Beschneidungspunkten (siehe Kapitel 7).

Mit **Version 2.0** vom November 2022 wurde die Empfehlung zum strukturierten Aufbau des Dateinamens an mehreren Stellen überarbeitet (siehe Kapitel 10 sowie Anhang F und Anhang G). Zusätzlich wurden die Qualitätsanforderungen an den Bildlink präzisiert (siehe Kapitel 12).

Version 3.0 vom April 2026 umfasst schließlich Anpassungen der Empfehlungen zu Dateiformat, Dateigröße, Farbdarstellung, Beschneidungspunkten sowie zur Sicherheit von Bildlinks. Änderungen zur Version 2.0 sind in kursiv gekennzeichnet.



3. NEUERUNGEN IM ÜBERBLICK

Die mitwirkenden Unternehmen der Serviceplattform "Stammdaten" haben sich darauf geeinigt, zumindest eine Produktabbildung (= einen Packshot) von jedem gelisteten Industriemarkenartikel in Verbindung mit Produktstammdaten bereitzustellen.

Nachfolgend finden Sie die wichtigsten Punkte zu den definierten Mindestanforderungen an das Bildmaterial bzw. dem Bildlink:

- Dateiformat in **JPG-Format empfohlen** (oder TIF-Format[1])
- *Dateigröße **unter 40 MB***
- Farbtiefe mind. 24 Bit
- *Farbdarstellung in ECI RGB V2-Farbraum*
- Auflösung mind. 300 ppi
- Bildgröße für die längste Seite **2.401 Pixel** als Untergrenze
- **EIN** einziger Beschneidungspfad
- Beschneidungspfad muss geschlossen sein
- *Anzahl an Beschneidungspunkten **<1000** Punkte*
- Bildlink muss freizugänglich sein und direkt auf eine Bilddatei verweisen.
- Wird eine neue Bilddatei bereitgestellt, ist es erforderlich, eine neue eindeutige URL zu generieren.
- *Bildlink muss einen https Link aufweisen*

Eine vollständige Darstellung der gesamten Anforderungen finden Sie in der Guideline für Produktabbildungen im Detail dargestellt.

[1] Werden Bilddateien auch international (z.B. für Deutschland) bereitgestellt, empfehlen wir ausschließlich das JPG-Format.



4. ANWENDUNGSBEREICH

Produktabbildungen werden von den Geschäftspartnern für die folgenden Bereiche verwendet:

- Für Produktpräsentation in Webshops, in Katalogen oder in div. offline oder online Marketing-Kanälen (z.B. Flugblatt, Zeitungsinserat, Werbebanner)
- Für Planogramme (Regaloptimierung zur Regal-Beschlichtung oder -Optimierung)

Hinweis 1:

Ausschließlich durch professionelles Fotografieren und professionelle Bildnachbearbeitung können qualitativ hochwertige und attraktive Produkt-abbildungen erzeugt werden. (siehe Anhang A)

5. DARSTELLUNG DES KONSUMENT:INNEN-ARTIKELS

Um einen Konsument:innen-Artikel bestmöglich zu präsentieren und eine ausreichende Vielfalt den Geschäftspartner:innen zu gewährleisten, wird den Hersteller:innen empfohlen, mehr als ein Produktbild des Konsument:innen-Artikels bereitzustellen.

Nachfolgend die unterschiedlichen Varianten zur Abbildung eines Konsument:innen-Artikels:

VORDERE ANSICHT DES KONSUMENT:INNEN-ARTIKELS OHNE PERSPEKTIVE (C1N1)



VORDERE ANSICHT DES KONSUMENT:INNEN-ARTIKELS MIT PERSPEKTIVE (C1C1)



RECHTE ANSICHT DES KONSUMENT:INNEN-ARTIKELS MIT PERSPEKTIVE (C1R1)



LINKE ANSICHT DES KONSUMENT:INNEN-ARTIKELS MIT PERSPEKTIVE (C1L1)



5.

Aus Sicht der Hersteller:innen gibt es Produkte, bei denen es sinnvoll ist, ausschließlich EINE Produktabbildung für einen Konsument:innen-Artikel bereitzustellen.

Hersteller:innen sind verantwortlich, welche Produktabbildungen gewählt werden.

Folgende Anzahl der unterschiedlichen Produktabbildungen werden für einen Artikel empfohlen:

OPTION A: MINIMUM

EINE (1) einzige Produktabbildung des Konsument:innen-Artikels

Abbildungsvariante:
C1N1 oder **C1C1** oder **C1R1** oder **C1L1**

OPTION B: STANDARD

ZWEI (2) unterschiedliche Produktabbildungen des Konsument:innen-Artikels

Abbildungsvariante:
C1N1 und
C1C1 oder **C1R1** oder **C1L1**

OPTION C: PREMIUM

VIER (4) unterschiedliche Produktabbildungen des Konsument:innen-Artikels

Abbildungsvariante:
C1N1 und
C1C1 und
C1R1 und
C1L1

Eine vollständige Darstellung der unterschiedlichen Bildkategorien inkl. der Benennung und Zuordnung finden Sie im Anhang F.

Hinweis 2:

Abbildungen der Vorderseite müssen bei unterschiedlichen Sorten / Varianten eines Produktes immer aus derselben Perspektive und im selben Stil (z.B. Licht-setup, Plastizität usw.) erstellt werden, um eine harmonische Gruppenabbildung sicherstellen zu können. (siehe Anhang D)

6. HANDHABUNG VON COMPUTERGENERIERTEN ABBILDUNGEN

Computergenerierte Abbildungen werden grundsätzlich akzeptiert.
Diese Abbildungen müssen aber dieselben Qualitätsanforderungen erfüllen wie herkömmlich fotografierte und nachbearbeitete Produktabbildungen.



Im Anhang C finden Sie ein fehlerhaftes Beispiel für computergenerierte Abbildungen.

7. BESCHNEIDUNGSPFAD

Das Produktbild von der Vorderseite des Konsument:innen-Artikels muss mit EINEM EINZIGEN, EXAKTEN Beschneidungspfad versehen werden.

Es wird empfohlen, diesen als "Pfad 1" oder als "Path 1" zu bezeichnen.

Als Rundungstoleranzwert wird 1 Pixel und maximal 1000 Beschneidungs-punkte empfohlen.

Es wird empfohlen, den Beschneidungspfad händisch (nur mit Pfadwerkzeug – Zeichenstift) zu erstellen, da ein automatisch generierter Beschneidungspfad in der Praxis nicht die notwendige Qualität aufweist.

Weitere Details zur Erstellung des Beschneidungspfades:

- Pfad muss geschlossen sein
- Pfadkontur immer innerhalb der freizustellenden Objekte (Blitzer vermeiden).



Beschneidungspfad **optimal**

Beschneidungspfad **mangelhaft** (erstellt aus Auswahl)

Beschneidungspfad **mangelhaft** (ungenau, am Produkt vorbei)

Hinweis 3:

Produktbilder OHNE einen exakten Beschneidungspfad werden von den Geschäftspartner:innen nicht akzeptiert. Auch Produktbilder, die mehrere unterschiedliche Bescheidungspfade aufweisen, werden von den Geschäftspartner:innen nicht akzeptiert.

8. TECHNISCHE ANFORDERUNGEN AN EINE BILDDATEI

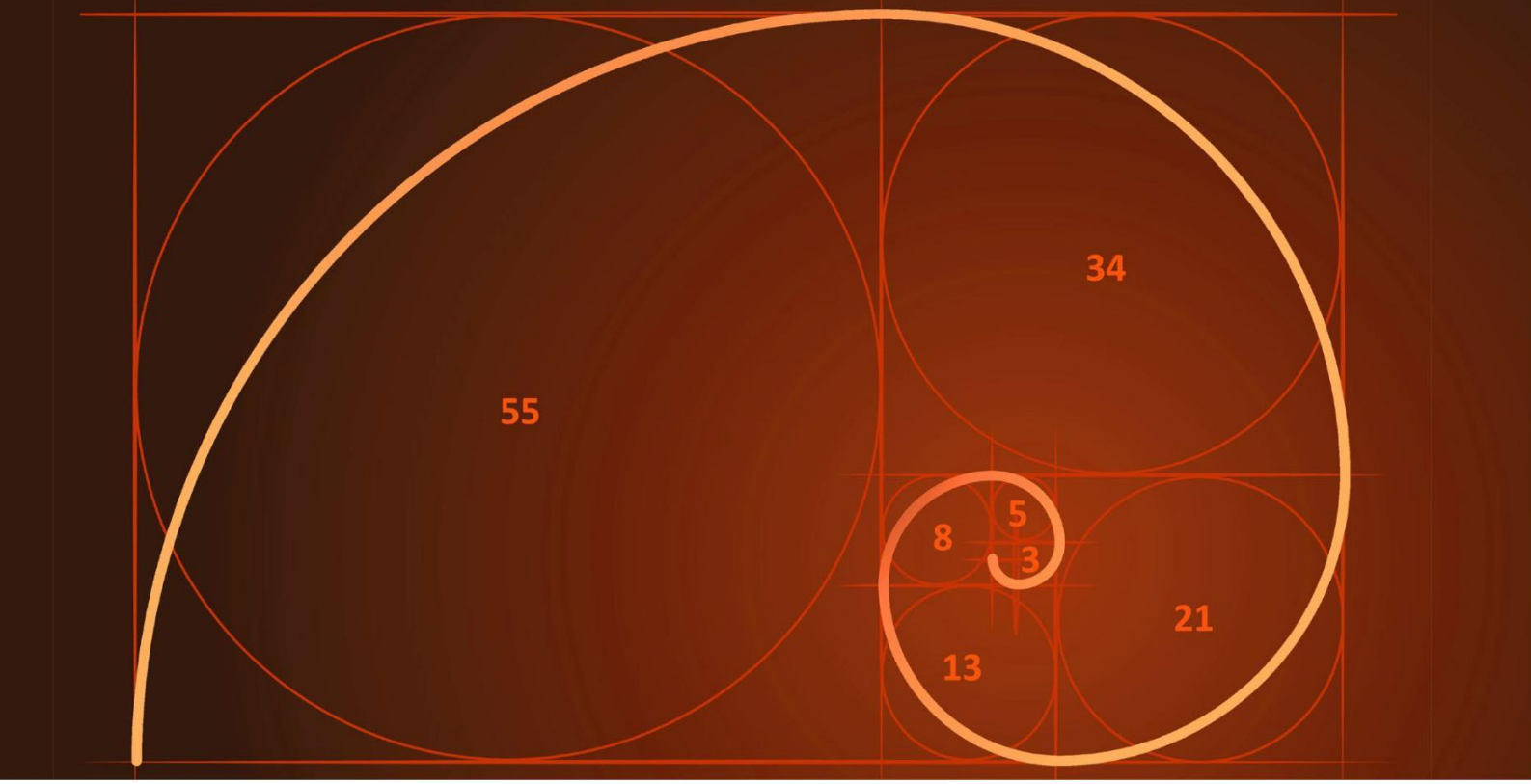
Zur Erfüllung der technischen Anforderungen müssen die folgenden Kriterien gegeben sein:

KRITERIUM	BESCHREIBUNG DER ANFORDERUNGEN
Dateiformat	JPG-Format mit einem Komprimierungsfaktor von 12 in maximaler Qualität (oder TIFF-Format[3] mit der LZW-Komprimierung (TIFF-Optionen: Packsoftware wie z.B. ZIP oder WinRAR ist nicht zulässig; keine Bildpyramide, Pixelanordnung Interleaved; Bytereihenfolge IBM PC; keine Ebenen)
Farbraum & Farbprofil	*ECI RGB V2-Farbraum mit 8 Bit pro Kanal (24 Bit Farbtiefe)*
Auflösung	mind. 300 ppi[4] (pixel per inch)
Bildgröße	Für die längste Seite liegt die Untergrenze bei 2.401 Pixel (bei 300 ppi).
Dateigröße	*Eine Bilddatei darf nicht größer als 40 MB sein.*

Die folgenden Angaben müssen in den Metadaten einer Bilddatei ersichtlich sein:

ANGABE	METAMERKMAL	ANFORDERUNGEN
Dateiformat	Elementtyp	.jpg (oder .tif[3])
	Komprimierung	LZW (Gilt für JPG-Datei: Qualität 12)
Farbraum & Farbprofil	Bittiefe	mind. 24
	Farbdarstellung	*eci RGB v2*
Auflösung	Horizontale Auflösung	mind. 300 ppi
	Vertikale Auflösung	mind. 300 ppi
Bildgröße	Abmessung (Breite, Höhe)	mind. 2.401 Pixel für die längste Seite
Dateigröße	Größe	*max. 40 MB*

[3] Werden Bilddateien auch international (z.B. für Deutschland) bereitgestellt, empfehlen wir ausschließlich das JPG-Format.
[4] ppi (pixels per inch, englisch für „Pixel pro Zoll“) = dpi (dots per inch, englisch für „Punkte pro Zoll“)



9. ÄSTHETISCHE ANFORDERUNGEN AN EIN BILD

Neben den technischen Anforderungen müssen auch eine Reihe von ästhetischen Anforderungen an ein Bild erfüllt werden, um qualitativ hochwertige und attraktive Produktbilder bereitzustellen.

9.1. PRODUKTVERPACKUNG

Es ist wichtig, dass eine sehr gewissenhafte Auswahl der Produktmuster erfolgt.

Es ist darauf zu achten, dass die Muster sauber und schadfrei sind, keine Knicke, Risse, Beschädigungen, Fingerabdrücke, aufgeklebte Etiketten o.ä. enthalten.

Auch muss darauf geachtet werden, dass Produkte, die foliert sind, keine Blasen oder Falten aufweisen.



9.2. HINTERGRUND

Generell sind die Produkte auf einem neutralen Hintergrund darzustellen. Requisiten, Hilfsmittel, Personen bzw. zusätzliche Gegenstände dürfen auf der Produktabbildung nicht erscheinen.

Im TIFF-Format sind die Produkte entweder auf transparentem oder weißem Hintergrund darzustellen. Als Weiß-Wert ist der Hex-Wert #FFFFFF (RGB: 255, 255, 255) zu wählen. (Im JPG-Format ist ausschließlich ein weißer Hintergrund zulässig.)



Hinweis 4:

Bitte darauf achten, dass sowohl beim transparenten als auch beim weißen Hintergrund immer EIN EINZIGER, EXAKTER Beschneidungspfad in der Bilddatei bereitgestellt wird.

9.3. REFLEXIONEN & PLASTIZITÄT

Reflexionen auf der Produktverpackung sollen realistisch sein und der Produktverpackung eine entsprechende Plastizität verleihen. Störende Spiegelungen, wodurch z.B. Texte auf der Produktverpackung nicht mehr gelesen werden können, sind zu vermeiden.



9.4. SCHATTEN & SPIEGELUNGEN

Das Produkt soll keinen hergestellten Standschatten und keine hergestellte Spiegelung aufweisen.



Sind trotz Empfehlung Standschatten bzw. Spiegelungen in der Bilddatei ersichtlich, muss die Bilddatei unbedingt einen Beschneidungspfad aufweisen. Beim Beschneidungspfad ist darauf zu achten, dass Standschatten bzw. Spiegelung NICHT innerhalb des Beschneidungs-pfades liegt.

Weiters ist darauf zu achten, dass sich die Bildgröße (mind. 2.401 Pixel für die längste Seite) ausschließlich auf die Produktabbildung (ohne Standschatten bzw. Spiegelung) bezieht.

9.5. RETUSCHEN

Produktionsspezifische Informationen, z.B. Mindesthaltbarkeitsdatum oder Chargennummer, sind nicht zulässig und müssen retuschiert werden - unabhängig davon, ob diese produktspezifischen Informationen geprägt, geinkt oder gedruckt auf der Verpackung ersichtlich sind.

Alle Retuschen sollen so nahtlos und unauffällig wie möglich sein und bei einer Vergrößerung von mindestens 200% überzeugen.

Artikelspezifische Labels, z. B. Fairtrade, Bio Austria sind zulässig.

9.6. VOLLSTÄNDIGE PRODUKTABBILDUNG

Bei der Abbildung der Vorderseite muss das Produkt vollständig ersichtlich sein.



9.7. SCHÄRFE

Jedes Bild soll mit großer Tiefenschärfe fotografiert werden, so dass das gesamte Produkt sowie der gesamte Text der Produktverpackung scharf sind.

Weiters ist darauf zu achten, dass das Bild in der digitalen Bildverarbeitung nicht zu stark geschärft wurde.

Tiefenunschärfe als Stilmittel darf nicht eingesetzt werden.

Pixelbildung und Verzerrungen, z. B. Weitwinkelaufnahmen oder Moire-Effekte sind zu vermeiden.



9.8. LICHTSETUP

Die Beleuchtung des Produktes soll einheitlich und passend sein, wenn das Bild aufgenommen wird, um Farbstiche, Hellzonen bzw. Dunkelzonen auf der Verpackung zu vermeiden.

Wichtig ist, dass Produktkanten klar dargestellt sind und nicht durch z.B. Überbeleuchtung mit dem Hintergrund verschwinden.



9.9. FARBE

Die Farben der Produktverpackung sollen so reichhaltig, lebendig und originalgetreu wie möglich sein. Alle Farben sollen bei Betrachtung des Produktes ausgeglichen und harmonisch wirken. Farbstiche sind generell zu vermeiden.



9.10.WASSERZEICHEN

Es dürfen keine sichtbaren Wasserzeichen bei der Produktabbildung ersichtlich sein.





10. BENENNUNG EINER BILDDATEI

10.1. EMPFEHLUNG ZUR BENENNUNG DER BILDDATEI - NATIONAL

Zur Benennung der Bilddatei empfehlen wir folgenden Aufbau:

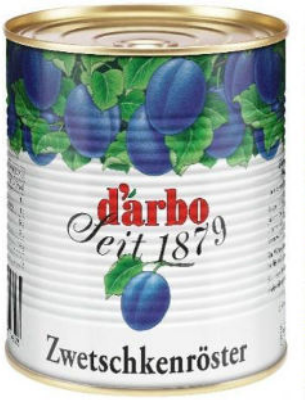
GTIN															Bildkategorie				
0	4	0	0	0	0	0	1	0	2	2	3	9	7	_	C	1	C	1
n1	n2	n3	n4	n5	n6	n7	n8	n9	n10	n11	n12	n13	n14	x15	x16	x17	x18	x19

GTIN
Die ersten 14 Stellen des Dateinamens 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.

Beispiel 1:



BESCHREIBUNG DER BILDKATEGORIE	GTIN	TRENN-ZEICHEN	BILD-KATEGORIE	DATEI-FORMAT
Vordere Ansicht mit Perspektive	09001432046575	_	C1C1	.jpeg

Beispiel 2:



BESCHREIBUNG DER BILDKATEGORIE	GTIN	TRENN-ZEICHEN	BILD-KATEGORIE	DATEI-FORMAT
Frontale Ansicht ohne Perspektive	04062139006663	_	C1N1	.jpeg

10.2. EMPFEHLUNG ZUR BENENNUNG DER BILDDATEI - INTERNATIONAL

Werden Bilddateien neben Österreich auch für internationale Zielmärkte (z.B. Deutschland) bereitgestellt, empfehlen wir folgenden Aufbau:



GTIN
Die ersten 14 Stellen des Dateinamens 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.

Trennzeichen
Die Stelle X24 stellt das Trennzeichen „_“ dar.

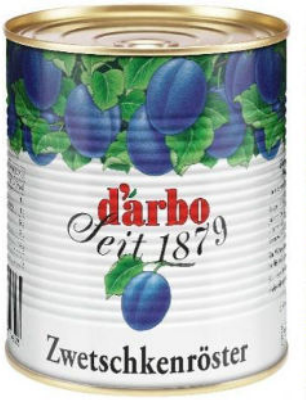
Variante (fortlaufende Nummerierung innerhalb einer Bildkategorie)
Die fortlaufende Nummerierung einer Bildkategorie (Stellen X25 – X27) stellt die Eindeutigkeit innerhalb einer Kategorie sicher. Dies ist zum Beispiel der Fall, wenn ein Hersteller mehrere sekundäre Abbildungen aus der Kategorie „Anwendung“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

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

Hinweis 5:

Die Elemente Version (s01) und Variante (v01) werden für jeden Produktabbildungstypen benötigt und durch die Trennzeichen getrennt an die jeweilige Bezeichnung der Produktkategorie angehängt.

Beispiel 1:



BESCHREIBUNG DER BILD-KATEGORIE	GTIN	TRENN-ZEICHEN	BILD-KATEGORIE	TRENN-ZEICHEN	VERSION	TRENN-ZEICHEN	VARIANTE	DATEI-FORMAT
Vordere Ansicht mit Perspektive	09001432046575	_	C1C1	_	s01	_	v01	.jpeg

Beispiel 2:



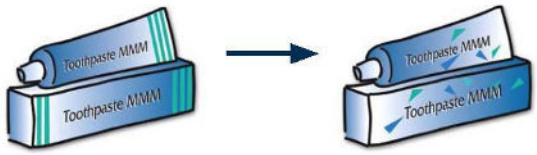
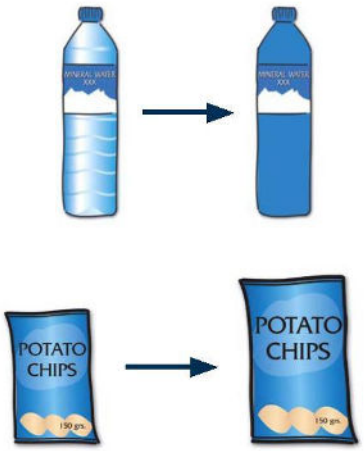
BESCHREIBUNG DER BILD-KATEGORIE	GTIN	TRENN-ZEICHEN	BILD-KATEGORIE	TRENN-ZEICHEN	VERSION	TRENN-ZEICHEN	VARIANTE	DATEI-FORMAT
Frontale Ansicht ohne Perspektive	04062139006663	_	C1N1	_	s01	_	v01	.jpeg

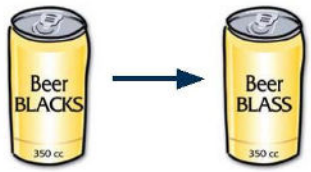
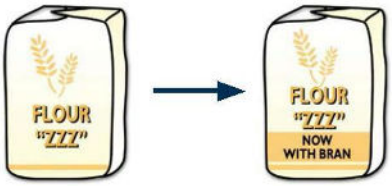
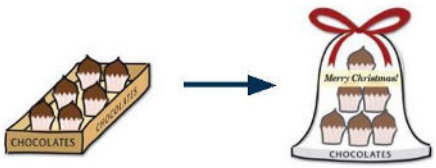
Anwendungsbeispiele zur Verwendung der internationalen Dateinamensgebung finden Sie im Anhang G.

11. EMPFEHLUNG ZUR ERSTELLUNG NEUER ABBILDUNGEN

11.1. ERSTELLUNG EINER NEUEN ABBILDUNG

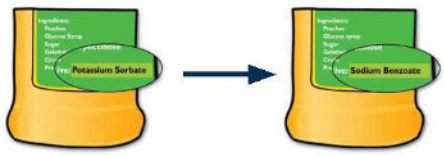
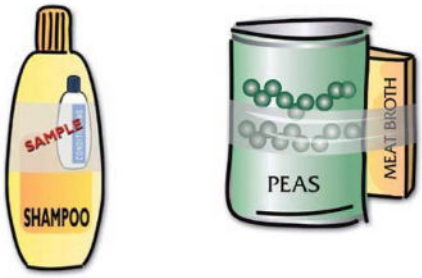
Nachfolgend finden Sie eine Reihe von Beispielen, bei denen die Produktion einer neuen Produktabbildung empfohlen wird:

	BEISPIELE	VISUALISIERUNG DER BEISPIELE
1	Änderung der grafischen Aufmachung der Produktverpackung	
2	Änderungen des Verpackungsmaterials bzw. der Verpackungsgröße	
3	Unterschiedliche Geschmacksrichtungen (saisonabhängig)	

4	Änderung des Markennamens	
5	Spezial-Editions (z.B. Jubiläumsverpackung)	
6	Änderung der Produktauslobung für den Konsumenten	
7	Spezielle Promotion-Befüllung (z.B. 20% mehr Inhalt)	 
8	Spezielle saisonale Produktverpackungen (für Weihnachten, Ostern)	

11.2. ERSTELLUNG EINER NEUEN ABBILDUNG UNTER BERÜCKSICHTIGUNG BESTIMMTER VORAUSSETZUNGEN

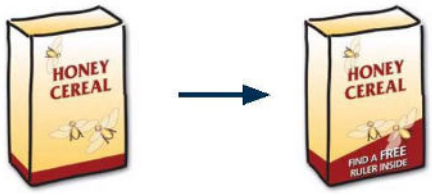
Nachfolgend finden Sie eine Reihe von Beispielen, bei denen die Produktion einer neuen Produktabbildung empfohlen wird. Bitte berücksichtigen Sie die entsprechenden Kommentare:

	BEISPIELE	VISUALISIERUNG DER BEISPIELE
1	(Kleinere) Änderungen bei rechtlich-relevanten Artikelinformationen (z.B. Nährwerte) **Zu berücksichtigen gilt:** Wenn die Änderungen bei rechtlich-relevanten Artikelinformationen sichtbar bzw. lesbar sind, dann wird empfohlen, eine neue Abbildung zu erstellen. Achtung: Bei einer Änderung der GTIN (neue GTIN ausgelöst durch die Änderung der Rezeptur wie z.B. eine neue allergene Zutat wird in der Rezeptur ergänzt) muss eine neue Abbildung bereitgestellt werden.	
2	Konsument:innen-Verpackung enthält einen unterschiedlichen Mix an Einzelprodukten (z.B. Farbe, Geschmacksrichtig) ohne geänderter Konsument:innen-Auslobung **Zu berücksichtigen gilt:** Ist der Inhalt nach dem Zufallsprinzip verpackt, dann wird empfohlen, keine neue Abbildung zu erstellen.	
3	OnPack-Promotionverpackung **Zu berücksichtigen gilt:** Es wird empfohlen, auch bei OnPack-Promotionverpackungen eine neue Abbildung zu erstellen. Es können Gründe vorliegen, wie z.B. eine kurze Verfügbarkeitsdauer, die eine Erstellung einer neuen Produktabbildung nicht möglich machen. Die Entscheidung liegt bei den Hersteller:innen.	

4 InPack-Promotionverpackung

Zu berücksichtigen gilt:

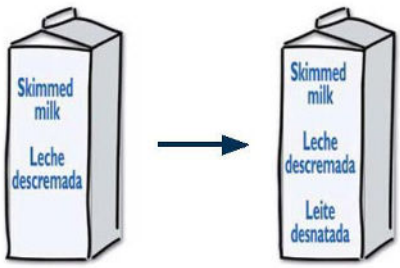
Es wird empfohlen, auch bei InPack-Promotionverpackungen eine neue Abbildung zu erstellen. Es können Gründe vorliegen, wie z.B. eine kurze Verfügbarkeitsdauer, die eine Erstellung einer neuen Produktabbildung nicht möglich machen. Die Entscheidung liegt bei den Hersteller:innen.



5 Ergänzung weiterer sprachlicher Auslobungen auf der Verpackung

Zu berücksichtigen gilt:

Es wird empfohlen, eine neue Abbildung zu erstellen, wenn die zusätzliche sprachliche Auslobung auf der Abbildung sichtbar bzw. lesbar ist.





12. ÜBERMITTLUNG EINER BILDDATEI

Die Übermittlung der Produktbilder erfolgt in Verbindung mit den Stammdaten.

In der Stammdaten-Nachricht (CIN-Nachricht) wird eine URL mitgegeben, unter der die Bilddatei gespeichert wurde.

Um eine zeitnahe und automatisierte Verarbeitung von Bilddateien durch Geschäftspartner:innen sicherzustellen, muss die verwendete URL folgende Voraussetzungen erfüllen:

- Die URL muss direkt auf eine einzige gültige Bilddatei verweisen.
- *Durch den Aufruf der URL muss ein Download der Bilddatei gestartet werden können.*
- *Die URL muss uneingeschränkt über https-Standard Port (443) verfügbar sein.*
- Die URL darf eine Zeichenlänge von max. 2.000 Zeichen nicht überschreiten.
- Die URL darf nicht durch einen Login-Bereich geschützt sein.
- Wird eine neue Bilddatei bereitgestellt, ist es erforderlich, eine neue eindeutige URL zu generieren.
- Die URL darf zeitlich nicht eingeschränkt sein, solange diese URL im Stammdatenaustausch kommuniziert wird.
- Die Reaktionszeit des Servers darf nicht länger als 5 Sekunden betragen.
- „Cache-Control“ ist möglich, d.h. es kann gesteuert werden, wie lange die Bild-Daten im Cache halten sollen / dürfen – Richtwert max. 30 Tage.
- API Zugriffe über HEAD Request muss zulässig sein.

Die folgenden Attribute sind in Verbindung mit Stammdaten im Minimum zu befüllen:

ATTRIBUT	GDSN ATTRIBUT	ERLÄUTERUNG	STATUS
Datei: Code der Art (M379)	Referenced File Type Code	Beschreibung der (Bild)-Datei (z.B. Produktabbildung)	Muss
Datei: URI (Uniform Resource Identifier) (M378)	Uniform Resource Identifier	Direkter Verweis auf die entsprechende Datei	Muss
Gültigkeitsdatum: Start (M417)	File Effective Start Date Time	Frühester Zeitpunkt, ab dem das Bild verwendet bzw. gezeigt werden darf. Keine Angabe bedeutet, dass die Bilddatei sofort verwendet werden kann.	Optional
Gültigkeitsdatum: Ende (M418)	File Effective End Date Time	Nach diesem Zeitpunkt darf das Bild nicht mehr gezeigt werden.	Optional
Inhaltsbe-schreibung(M422)	Content Description	Freitextliche Beschreibung des Inhalts der Datei, wie z.B. vordere Ansicht des Konsument:innen-Artikels ohne Perspektive	Optional

Nachfolgend ein Befüllungsbeispiel:

ATTRIBUT	BEFÜLLUNGSBEISPIEL
Datei: Code der Art	PRODUCT_IMAGE
Datei: URI	https://nestle.thirdlight.com/gtin/09002100100414_C1C1.jpg [5]
Gültigkeitsdatum: Start	30.08.2026 00:00
Gültigkeitsdatum: Ende	Leer
Inhaltsbeschreibung	Vordere Ansicht des Konsument:innen-Artikels ohne Perspektive

Weitere Beispiele finden sie im Anhang E.

[5] Hierbei handelt es sich um einen beispielhaften Link, der auf KEINE Bilddatei verweist.



13. NUTZUNGSBEDINGUNGEN & COPYRIGHTS

Es dürfen ausschließlich Bilddateien bereitgestellt werden, bei denen den Geschäftspartner:innen ein uneingeschränktes Nutzungsrecht erteilt werden kann. Es ist daher wichtig, den Urheber:innen des Nutzungsrechtes zu kennen (besonders wenn externe Fotograf:innen beauftragt werden).

Ein Textvorschlag zur Klärung der Nutzungsrechte von Abbildungen zwischen Herstellern:innen und Produzent:innen, wie zB einer:m externen Fotograf:in, könnte so lauten:

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

14. ANHANG

ANHANG A: BEISPIELE FÜR PROFESSIONELLES FOTOGRAFIEREN UND PROFESSIONELLE BILDNACHBEARBEITUNG

Ohne ein professionelles Fotografieren und ohne eine professionelle Bildnachbearbeitung können keine qualitativ hochwertigen und attraktiven Produktabbildungen erzeugt werden.

Beispiel 1:



Beispiel 2:



ANHANG B: BEISPIELE FÜR EINEN FEHLERHAFTEN BESCHNEIDUNGSPFAD

Beschneidungspfad ist nicht exakt an der Produktkante:



Beschneidungspfad ist nicht exakt an der Produktkante:



Beschneidungspfad ist nicht exakt an der Produktkante:



ANHANG C: BEISPIEL FÜR EINE FEHLERHAFTE COMPUTERGENERIERTE ABBILDUNG

Im Grafikprogramm wurde die generierte Abbildung nicht sorgfältig genug erstellt. Im Beispiel schließen die beiden Produktkanten nicht exakt ab.



ANHANG D: BEISPIEL FÜR EINE EINHEITLICHE ABBILDUNG DER VORDERSEITE ÜBER UNTERSCHIEDLICHE SORTIMENTE / VARIANTEN

Bei der Erstellung von Produktbilder ist darauf zu achten, dass Sortimente oder unterschiedliche Varianten immer aus derselben Perspektive und im selben Stil (z.B. Lichtsetup, Plastizität usw.) erstellt werden, um eine harmonische Gruppenabbildung sicherstellen zu können.



ANHANG E: BEISPIELE FÜR DIE ÜBERMITTLUNG DER BILDDATEI IM STAMMDATENAUSTAUSCH

Weitere Befüllungsbeispiele zur Darstellung der notwendigen Bilddaten im Rahmen des Stammdatenaustausches.

Generelle Empfehlungen zur Befüllung der Bilddaten

- Bei der Bereitstellung von Bilddaten wird empfohlen, die Attribute „Datei: Gültig ab (M417)“ und „Datei: Gültig bis (M418)“ zu befüllen.
- Wird eine neue Bilddatei bereitgestellt, ist es erforderlich, eine neue, eindeutige URL zu generieren.
- Um Datenabholer:innen das Ende einer Bilddatei bekanntzugeben, wird empfohlen, das Enddatum im Attribut „Datei: Gültig bis (M418)“ zu befüllen.
- Achtung: Eine Löschung einer Bild-URL OHNE Befüllung des Attributs „Datei: Gültig bis (M418)“ kann von Datenabholer:innen nicht eindeutig verarbeitet werden und führt zu keiner Löschung der Bilddatei in den Datenabholer-Systemen!!!
- Es wird empfohlen, erst nach Ablauf des Enddatums im Attribut „Datei: Gültig bis (M418)“ die gesamten ausgelaufenen Bilddaten (Bild-URL usw.) aus dem Stammdatensatz zu löschen.

BEISPIEL 1:
PRODUKTBILD MIT SOFORTIGER GÜLTIGKEIT

ATTRIBUT	BEFÜLLUNGSBEISPIEL
Datei: Code der Art	PRODUCT_IMAGE
Datei: URI	https://nestle.thirdlight.com/gtin/09002100100414_C1C1.jpg[6]
Gültigkeitsdatum: Start	Leer [Keine Angabe bedeutet, dass die Bilddatei sofort verwendet werden kann.]
Gültigkeitsdatum: Ende	Leer
Inhaltsbeschreibung	Leer

BEISPIEL 2:
PRODUKTBILD MIT DER GÜLTIGKEIT FÜR EINEN BESTIMMTEN ZEITRAUM

ATTRIBUT	BEFÜLLUNGSBEISPIEL
Datei: Code der Art	PRODUCT_IMAGE
Datei: URI	https://gs1sync.gs1.at/ 09000331697048_C1N1.jpg[6]
Gültigkeitsdatum: Start	30.08.2026 00:00
Gültigkeitsdatum: Ende	30.08.2027 00:00
Inhaltsbeschreibung	Vordere Ansicht des Konsument:innen-Artikels ohne Perspektive

BEISPIEL 3:
PRODUKTBILD MIT BESCHRÄNKTER GÜLTIGKEIT

ATTRIBUT	BEFÜLLUNGSBEISPIEL
Datei: Code der Art	(PRODUCT_IMAGE)
Datei: URI	https://gs1sync.gs1.at/ 09000331697048_C1N1.jpg[6]
Gültigkeitsdatum: Start	Leer [Keine Angabe bedeutet, dass die Bilddatei sofort verwendet werden kann.]
Gültigkeitsdatum: Ende	30.08.2026 00:00
Inhaltsbeschreibung	Vordere Ansicht des Konsument:innen-Artikels ohne Perspektive

[6] Hierbei handelt es sich um einen beispielhaften Link, der auf KEINE Bilddatei verweist.

BEISPIEL 4:
ZUSAMMENSPIEL VON STAMMDATEN UND BILDDATEN

NACHFOLGEND DIE ERLÄUTERUNG ZU DEN BESCHRIEBENEN SZENARIEN:

Szenario 0: Für den Artikel wurden Stammdaten ohne Bilddaten bereitgestellt.

Szenario 1: Ein Produktbild wird zu den bestehenden Stammdaten ergänzt.

Szenario 2: Ein Produktbild existiert bereits und ein zusätzliches Produktbild wird für eine begrenzte Zeit (Promotion-Zeitraum) bereitgestellt.

Szenario 3a: Das bestehende Produktbild wird deaktiviert und durch ein neues Produktbild ersetzt.

Szenario 3b: Das bestehende Produktbild wird durch ein neues Produktbild ersetzt (Bild-URL bleibt gleich).

ATTRIBUT	SZENARIO 0	SZENARIO 1	SZENARIO 2
Datei: Code der Art	-	PRODUCT_IMAGE	PRODUCT_IMAGE
Datei: URI	-	https://gs1.at/gs1sync/9054321000011_C1N1.jpg[7]	https://gs1.at/gs1sync/9054321000011_C1N1.jpg[7]
Gültigkeitsdatum: Start	-	01.06.2026 00:00	01.06.2026 00:00
Gültigkeitsdatum: Ende	-	-	-
Datei: Code der Art	-	-	PRODUCT_IMAGE
Datei: URI	-	-	https://gs1.at/gs1sync/9054321000011_C1N1.jpg[7]
Gültigkeitsdatum: Start	-	-	01.07.2026 00:00
Gültigkeitsdatum: Ende	-	-	30.09.2026 00:00

[7] Hierbei handelt es sich um einen beispielhaften Link, der auf KEINE Bilddatei verweist.

Szenario 3a: Das bestehende Produktbild wird deaktiviert und durch ein neues Produktbild ersetzt.

ATTRIBUT	SZENARIO 0	SZENARIO 1	SZENARIO 3A
Datei: Code der Art	-	PRODUCT_IMAGE	PRODUCT_IMAGE
Datei: URI	-	https://gs1.at/gs1sync/9054321000011_1.jpg[8]	https://gs1.at/gs1sync/9054321000011_1.jpg[8]
Gültigkeitsdatum: Start	-	01.06.2026 00:00	01.06.2026 00:00
Gültigkeitsdatum: Ende	-	-	30.09.2026 00:00
Datei: Code der Art	-	-	PRODUCT_IMAGE
Datei: URI	-	-	https://gs1.at/gs1sync/9054321000011_3.jpg[8]
Gültigkeitsdatum: Start	-	-	01.10.2026 00:00
Gültigkeitsdatum: Ende	-	-	-

Szenario 3b: Das bestehende Produktbild wird durch ein neues Produktbild ersetzt (Bild-URL bleibt gleich).

ATTRIBUT	SZENARIO 0	SZENARIO 1	SZENARIO 3B
Datei: Code der Art	-	PRODUCT_IMAGE	PRODUCT_IMAGE
Datei: URI	-	https://gs1.at/gtin/9054321000011_1.jpg[8]	https://gs1.at/gs1sync/9054321000011_1.jpg[8]
Gültigkeitsdatum: Start	-	01.06.2026 00:00	01.10.2026 00:00
Gültigkeitsdatum: Ende	-	-	-



[8] Hierbei handelt es sich um einen beispielhaften Link, der auf KEINE Bilddatei verweist.

ANHANG F:
ÜBERSICHT ÜBER DIE UNTERSCHIEDLICHEN BILDKATEGORIEN INKL. BEISPIELE

PRODUKTABBILDUNG DES KONSUMENT:INNEN-ARTIKELS

Nachfolgend werden die unterschiedlichen Ansichten eines Konsument:innen-Artikels dargestellt (Artikelebene = Basiseinheit oder kleinste Einheit). Diese Abbildungen werden für die Produktpräsentation im Online-Shop oder Flugblatt verwendet. Vor allem die Seiten-, Rücken-, Ober- und Unteransichten werden primär für den Online-Shop verwendet.

BESCHREIBUNG DER BILDKATEGORIE (INNERHALB DER KLASSIFIZIERUNG)	BILDKATEGORIE	MAPPING BILDKATEGORIE ZUM CODEWERT DATEI: CODE DER ART [M379]	BEISPIELBILD
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		

BESCHREIBUNG DER BILDKATEGORIE (INNERHALB DER KLASSIFIZIERUNG)	BILDKATEGORIE	MAPPING BILDKATEGORIE ZUM CODEWERT DATEI: CODE DER ART [M379]	BEISPIELBILD
frontale Seitenansicht rechts mit Perspektive	C8C1	PRODUCT_IMAGE	
frontale Seitenansicht links ohne Perspektive	C2N1		
frontale Seitenansicht links mit Perspektive	C2C1		
untere Ansicht	C9N1		
obere Ansicht	C3N1		

PRODUKTABBILDUNG DES VERPACKUNGSARTIKELS

Nachfolgend werden die unterschiedlichen Ansichten eines Verpackungsartikels dargestellt (Artikelebene = Umverpackung oder Innenverpackung bzw. Karton).

Diese Abbildungen werden für die Produktpräsentation im Online-Shop, Flugblatt oder für die Regaloptimierung verwendet.

BESCHREIBUNG DER BILDKATEGORIE (INNERHALB DER KLASSIFIZIERUNG)	BILDKATEGORIE	MAPPING BILDKATEGORIE ZUM CODEWERT DATEI: CODE DER ART [M379]	BEISPIELBILD
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		

*Zu dieser Perspektive gibt es aktuell keine Produktabbildungen. Die Perspektive wurde der Vollständigkeit halber ergänzt.

BESCHREIBUNG DER BILDKATEGORIE (INNERHALB DER KLASSIFIZIERUNG)	BILDKATEGORIE	MAPPING BILDKATEGORIE ZUM CODEWERT DATEI: CODE DER ART [M379]	BEISPIELBILD
frontale Rückansicht mit Perspektive*	C7CA	PRODUCT_IMAGE	
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		

*Zu dieser Perspektive gibt es aktuell keine Produktabbildungen. Die Perspektive wurde der Vollständigkeit halber ergänzt.

PRODUKTABBILDUNG DES VERPACKUNGSARTIKELS

Nachfolgend werden die unterschiedlichen Ansichten eines Verpackungsartikels dargestellt (Artikelebene = Display bzw. Palette).

Diese Abbildungen werden für die Regaloptimierung oder für interne Handelsanwendungen verwendet.

BESCHREIBUNG DER BILDKATEGORIE (INNERHALB DER KLASSIFIZIERUNG)	BILDKATEGORIE	MAPPING BILDKATEGORIE ZUM CODEWERT DATEI: CODE DER ART [M379]	BEISPIELBILD
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		

*Zu dieser Perspektive gibt es aktuell keine Produktabbildungen. Die Perspektive wurde der Vollständigkeit halber ergänzt.

BESCHREIBUNG DER BILDKATEGORIE (INNERHALB DER KLASSIFIZIERUNG)	BILDKATEGORIE	MAPPING BILDKATEGORIE ZUM CODEWERT DATEI: CODE DER ART [M379]	BEISPIELBILD
frontale Seitenansicht links ohne Perspektive*	C2NP	PRODUCT_IMAGE	
frontale Seitenansicht links mit Perspektive*	C2CP		
untere Ansicht*	C9NP		
obere Ansicht*	C3NP		

*Zu dieser Perspektive gibt es aktuell keine Produktabbildungen. Die Perspektive wurde der Vollständigkeit halber ergänzt.

PRODUKTABBILDUNG EINES HERO IMAGE EINES KONSUMENT:INNEN-ARTIKELS

Nachfolgend werden die unterschiedlichen Ansichten eines Hero-Images eines Konsument:innen-Artikels dargestellt (Artikelebene = Basiseinheit oder kleinste Einheit).

Hero-Image ist ein Abbildungstyp, der speziell für schnelldrehende Konsumgüter (FMCG) entwickelt wurde und Verbraucher:innen schnell zentrale Merkmale im Online-Shop erkennen sollen: Marke, Produkttyp (z.B. Shampoo oder Conditioner), Produktvariante (z.B. Intensive Repair oder Color Care) und Packungsgröße.

BESCHREIBUNG DER BILDKATEGORIE (INNERHALB DER KLASSIFIZIERUNG)	BILDKATEGORIE	MAPPING BILDKATEGORIE ZUM CODEWERT DATEI: CODE DER ART [M379]	BEISPIELBILD
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		
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		

*Zu dieser Perspektive gibt es aktuell keine Produktabbildungen. Die Perspektive wurde der Vollständigkeit halber ergänzt.

SEKUNDÄRE ABBILDUNGSTYPEN

Nachfolgend werden die unterschiedlichen sekundären Abbildungstypen von Konsument:innen-Artikel bzw. Verpackungsartikel dargestellt (Artikelebene = Basiseinheit oder kleinste Einheit bzw. Umverpackung oder Innenverpackung bzw. Karton).

Diese Abbildungen werden für die Produktpräsentation im Online-Shop oder Flugblatt verwendet.

BESCHREIBUNG DER BILDKATEGORIE (INNERHALB DER KLASSIFIZIERUNG)	BILDKATEGORIE	MAPPING BILDKATEGORIE ZUM CODEWERT DATEI: CODE DER ART [M379]	BEISPIELBILD
Detail/Technologie	F	ZOOM_VIEW	
Social Media	K	SOCIAL_MEDIA_IMAGE	
Komposition / Montage - 1 - Vorderseite	M1	MONTAGE_IMAGE	
Komposition / Montage - 2 - Links*	M2		
Komposition / Montage - 3 - Oben*	M3		
Komposition / Montage - 7 - Rückseite*	M7		
Komposition / Montage - 8 - Rechts*	M8		
Komposition / Montage - 9 - Unten*	M9		
Anwendung	N	APPLICATION_IMAGE	

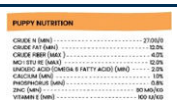
*Zu dieser Perspektive gibt es aktuell keine Produktabbildungen. Die Perspektive wurde der Vollständigkeit halber ergänzt.

BESCHREIBUNG DER BILDKATEGORIE (INNERHALB DER KLASSIFIZIERUNG)	BILDKATEGORIE	MAPPING BILDKATEGORIE ZUM CODEWERT DATEI: CODE DER ART [M379]	BEISPIELBILD
Größenvergleich	Q	PRODUCT_IMAGE	
Ambiente/Mood	R	AMBIENCE_MOOD_IMAGE	
Inhalt/Textur	T	CONTENT_TEXTURE_ IMAGE	
Bild mit Nachhaltigkeits-elementen	J	SUSTAINABILITY_IMAGE	
Produktabbildungen mit Elementen	D		
Sidekick Abbildung	S	SIDEKICK_IMAGE	

ABBILDUNG VON VERPACKUNGSINFORMATIONEN EINES KONSUMENT:INNEN-ARTIKELS

Nachfolgend werden die unterschiedlichen Abbildungstypen einer Produktverpackung dargestellt (Artikelebene = Basiseinheit oder kleinste Einheit).

Diese Abbildungen werden für die Produktpräsentation im Online-Shop oder für die Qualitätsprüfung im Rahmen des Stammdatenaustausches verwendet.

BESCHREIBUNG DER BILDKATEGORIE (INNERHALB DER KLASSIFIZIERUNG)	BILDKATEGORIE	MAPPING BILDKATEGORIE ZUM CODEWERT DATEI: CODE DER ART [M379]	BEISPIELBILD
Artwork	L1	PACKAGING_ARTWORK	
Label	L1	PRODUCT_LABEL_IMAGE	
Nährwerte	L2	NUTRITION_FACT_LABEL	
Zutatenliste	L4	INGREDIENTS_LABEL	
Siegel	L7	CERTIFICATION	
Zubereitungs-anweisung	L8	PREPARATION_INSTRUC-TIONS	
Tierfutter Fütterungsempfehlung	L9	PETFOOD_FEEDING_INS-TRUCTIONS	
Sicherheitshinweise	L10		
Medikamenten-Datenblatt	L11	DRUG_FACT_LABEL	
Label Nahrungsergänzungsmittel	L12	SUPPLEMENT_FACT_LABEL	
Label Leuchtmittel	L13		

360-GRAD-TURN EINES KONSUMENT:INNEN-ARTIKELS

Nachfolgend werden die unterschiedlichen Ansichten eines 360-Grad-Turns eines Konsument:innen-Artikels dargestellt (Artikelebene = Basiseinheit oder kleinste Einheit).

Diese Abbildungen werden punktuell für die Produktpräsentation im Online-Shop verwendet.

BESCHREIBUNG DER BILDKATEGORIE (INNERHALB DER KLASSIFIZIERUNG)	BILDKATEGORIE	MAPPING BILDKATEGORIE ZUM CODEWERT DATEI: CODE DER ART [M379]	BEISPIELBILD
2D Frontal Ansicht mit Drehung um die vertikale Achse	E1_R00_C01-24	360_DEGREE_IMAGE	
2D Perspektivische Ansicht mit Drehung um die vertikale Achse	E1_R15_C01-24		

ANHANG G:

ANWENDUNGSBEISPIELE: A UFBA U DES D ATEINAMENS AM BEISPIEL V ON DREI F ÄLLEN

FALL 1: S TANDARDPRODUK T DAUERHAFT UND EINE P ARALLELE PROMO TION MIT ZEITLICHER EINGRENZUNG

PRDUK TBEISPIEL	BILDNAME							GÜLTIG AB	GÜLTIG BIS	INHALTSBE-SCHREIBUNG
	GTIN	Trenner	Bildkategorie	Trenner	Version (fortlaufende Nummerierung bei Relaunch oder Korrektur einer Produktabbildung innerhalb einer Bildkategorie)	Trenner	Variante			
	N1-N14	X15	X16-X19	X20	X21-X23	X24	X25-X27			
	05900951264672	-	C1N1	-	s01	-	v01	01.01.2023	<leer>	<leer>
	05900951264672	-	C1N1	-	s01	-	v02	04.05.2023	19.09.2023	On-Pack Fußball Promotion

Anwendungsbeispiel Fall 1

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

FALL 2: ZEITLICH BEGRENZTE PROMO TION MIT VERSCHIEDENE LA YOUTS OHNE S TANDARDPRODUK T

PRDUK TBEISPIEL	BILDNAME							GÜLTIG AB	GÜLTIG BIS	INHALTSBE-SCHREIBUNG
	GTIN	Trenner	Bildkategorie	Trenner	Version (fortlaufende Nummerierung bei Relaunch oder Korrektur einer Produktabbildung innerhalb einer Bildkategorie)	Trenner	Variante			
	N1-N14	X15	X16-X19	X20	X21-X23	X24	X25-X27			
	05000159452540	-	C1N1	-	s01	-	v01	06.04.2023	01.08.2023	On-Pack Fußball Promotion - **Abseits**
	05000159452540		C1N1	-	s01	-	v02	06.04.2023	01.08.2023	On-Pack Fußball Promotion - **Bekloppt**
	05000159452540	-	C1N1	-	s01	-	v03	06.04.2023	01.08.2023	On-Pack Fußball Promotion - **Abstauber**

Anwendungsbeispiel Fall 2

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

FALL 3: STANDARDVERSION D AUERHAFT MIT ZWEI BILD VARIANTEN IN UNTERSCHIEDLICHEN FORMA TEN (HOCH & QUER) UND IM ZEITLICHEN ABLA UF EINER NEUEN BILD VERSION NA CH ÄNDERUNG DES PRODUK TDESIGNS

PRDUK TBEISPIEL	BILDNAME							GÜLTIG AB	GÜLTIG BIS	INHALTSBE-SCHREIBUNG
	GTIN	Trenner	Bildkategorie	Trenner	Version (fortlaufende Nummerierung bei Relaunch oder Korrektur einer Produktabbildung innerhalb einer Bildkategorie)	Trenner	Variante			
	N1-N14	X15	X16-X19	X20	X21-X23	X24	X25-X27			
	04008429010989	-	C1R1	-	s01	-	v01	01.02.2023	**31.01.2024**	<leer>
	04008429010989	-	C1R1	-	s01	-	v02	01.02.2023	**31.01.2024**	<leer>
	04008429010989	-	C1R1		**s02**	-	v01	**01.02.2023**	<leer>	<leer>
	04008429010989	-	C1R1	-	**s02**	-	v02	**01.02.2023**	<leer>	<leer>

Anwendungsbeispiel Fall 3

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

GS1 Austria GmbH /ECR Austria
Brahmsplatz 3, A-1040 Wien
+43 (0)1 505 86 01
ecr@ecr-austria.at
www.ecr-austria.at