

Die folgenden Punkte stellen die Mindestanforderungen für Artikeldaten dar, die sowohl Ihnen als auch uns helfen, Ihre Artikel optimal zu vermarkten und den Kund*Innen ein bestmögliches Einkaufserlebnis zu bieten. Deswegen ist Compliance mit dem Styleguide auch eine Voraussetzung, um unsere Empfehlungsengine zu nutzen. Wichtig ist auch, dass darauf verzichtet wird, für SEO angereicherte Daten an Thalia zu liefern. Thalia kann Artikel nur dann optimal über SEO bewerben, wenn die untenstehenden Anforderungen verlässlich erfüllt werden.

I. Titel

Der Titel des Artikels ist der erste Eindruck, den Kund*Innen von ihrem Artikel bekommen. Formulieren Sie ihn prägnant, informativ und präzise gemäß der von Thalia empfohlenen (und gewünschten) Syntax.

A. Anforderungen

- Korrekte Groß- und Kleinschreibung sowie Rechtschreibung
- Keine Dopplungen oder Sonderzeichen abgesehen von regulären Satzzeichen
- Titel sollten klar formuliert und so ausgelegt sein, dass sie innerhalb von 100 Zeichen angezeigt werden können

B. Aufbau des Titels

- Der Titel soll **nur den Namen des Artikels** enthalten, weitere Informationen wie der Hersteller, Serie, Maße, Größe, Schlagwörter, Altersbeschränkung, Lieferumfang usw. gehören in die Details bzw. Attributliste (siehe unten). Der reine, nicht angereicherte Titel des Artikels ist ausschlaggebend dafür, dass der Artikel optimal über SEO beworben werden kann
- Titel sollten so gewählt werden, dass sie dem Suchverhalten von Kund*Innen entsprechen (z.B. Socken statt Socks).
- Der Titel soll **keinen Werbeslogan, keine Marketingbotschaft oder ähnliche Marketingeinflüsse** enthalten
- Keine Hinweise auf FSC-Siegel (auch wenn vorhanden)
- Falls Artikel Teil einer Kollektion sind, sollten die Titel gleich formuliert und formatiert sein

C. Beispiele für gute und schlechte Titel

Richtig:

- Digitale Kofferwaage
- Multi-Platte Marmor
- Bügeltisch Classic

Falsch:

- Multi-Platte Marmor, für Glaskeramik Kochfelder, Schneidbrett
- Schwingdeckeleimer Inca Grey, hochwertiger Kunststoff, 5 Liter
- Bügeltisch Classic Black 120 x 38 cm, Bügelbrett höhenverstellbar

II. Artikelbilder

Das Artikelbild ist in einem Online-Shop das wichtigste Marketing-Werkzeug. Gute Bildqualität und verschiedene Artikelansichten spielen bei der Kaufentscheidung eine entscheidende Rolle, denn Online-Kund*Innen können die Artikel nicht anfassen. Deswegen ist es umso wichtiger, dass sie möglichst genau betrachtet werden können.

A. Anforderungen

Erforderlich	<ul style="list-style-type: none">✓ Jeder Artikel muss ein Haupt-Bild aufweisen✓ Der exakte Lieferumfang muss auf dem Haupt-Bild abgebildet werden✓ Der ganze, freigestellte Artikel muss auf dem Bild abgebildet sein✓ Der Artikel sollte ausgepackt dargestellt werden✓ Die Artikelfarbe sollte der Originalfarbe entsprechen✓ Artikelbilder müssen an der längeren Seite mindestens 700 Pixel groß sein✓ Formatanforderungen: JPEG (.jpeg) oder JPG (.jpg)
Unerwünscht	<ul style="list-style-type: none">× Bilder mit Wasserzeichen oder Copyright-Markern× Bilder mit Texten, Rändern bzw. Rahmen, Logos, Etiketten oder Preisschildern, generell keine Marketingeinflüsse× Im Haupt-Bild darf ausschließlich nur der Artikel dargestellt sein, nicht in Verbund mit anderen Artikeln, und frei von emotionalen Elementen× Es dürfen im Haupt-Bild nicht mehrere bzw. ergänzende Artikel oder Accessoires abgebildet sein× Auf den Detailbildern darf (auch wenn vorhanden) kein FSC-Siegel zu sehen sein× Dummy-Bilder, außer es ist nicht anders möglich. In diesem Fall sollten sie möglichst klein sein, damit sie von den größeren, finalen Bildern automatisch ersetzt werden können. (für die Dummie-Bilder gilt die Mindestanforderung von 700px nicht)

B. Die verschiedenen Arten der Artikelbilder

Auf der Artikel-Seite können mehrere Bilder pro Artikel angezeigt werden. Ein Haupt-Bild pro Artikel ist das Minimum, das von Ihnen bereitgestellt werden muss. Wir empfehlen Ihnen allerdings ergänzende, hochauflösende Detailbilder zur Verfügung zu stellen.

Haupt-Bild: Sie müssen ein Haupt-Bild bereitstellen, welches den von Ihnen bereitgestellten Artikel zeigt und den oben genannten Anforderungen entspricht

Detailbilder: Diese zeigen verschiedene bzw. ergänzende Ansichten des Artikels wie z.B. verschiedene Perspektiven oder den Artikel in einer Szene

III. Detailinformationen

	Beschreibung/ Spezifikation
EAN	Numerische Angabe
Serie (optional)	Bei der Serie handelt es sich um eine thematische Angabe, die z.B. zu einer Kollektion gehörende Artikel verbindet.
Hersteller/ Verlag	Hersteller- bzw. Verlagsname ohne Geschäftsform
Länge in mm Breite in mm Höhe in mm	Artikelmaße wie Länge, Breite und Höhe sind in mm anzugeben. Hier sind die Maße des Artikels, nicht die der Verpackung gefragt.
Größe	Größen wie z. B. Kleidungsgrößen S, M, L, XL
Gewicht in g	Das Gewicht muss in Gramm angegeben werden
Material	Freitextfeld (Auch hier dürfen keine Informationen zu einem FSC-Siegel vorkommen)
Warnhinweis (optional)	Bei Produkten mit Warnhinweispflicht, ist dieser auch als Attribut zu pflegen.
Farbe (primär) bzw. Farbe (sekundär)	Die Angaben starten mit einem Großbuchstaben. Sie müssen so gewählt werden, dass sie den Farben entsprechen, die den Großteil des Artikels ausmachen. Verwendbare Farben können unter diesem Link nachgeschaut werden.
Warengruppen	Die Warengruppe sollte möglich tief gewählt werden, sodass sie den Artikel möglichst genau beschreibt.
Schlagworte	<ul style="list-style-type: none"> - Maximal 10 Schlagwörter à 50 Zeichen zulässig - Nur Schlagworte verwenden, die direkt den Artikel beschreiben, nicht solche, die vermeintlich die Suche beeinflussen - Keine Schlagwortstrings (=aneinandergereihte Begriffe) verwenden - Keine generischen Schlagworte (z.B. Geschenk, Urlaub etc.), möglichst genau beschreibend - Auf Doppelnennungen aus der Bezeichnung oder anderen Attributen verzichten - Auf falsche Schreibweisen verzichten - Pluralnennungen sind nicht notwendig

IV. Beschreibende Texte

Um Kund*Innen weitere Informationen über den verkauften Artikel zu vermitteln, für die es keine Attribute gibt, kann die Artikelbeschreibung genutzt werden. Dies können z.B. der Rückentext, Rezensionen oder mehr Details zu einem möglichen besonderen Einband sein, für die es im Untertitel nicht ausreichend Platz gibt. Die **Mindestanforderungen** sind wie folgt:

- Beschreibung

Außerdem können die folgenden Zusatztexte gemeldet werden:

- Aufzählungspunkte: Hier können weitere, nicht verpflichtende Informationen geliefert werden, welche dann ebenfalls eingebunden werden (z. B. Hinweise zur Pflegebehandlung von Textilien). Es sind zwei bis fünf Punkte mit jeweils max. 150 Zeichen möglich.
- Zusatzinformationen (z. B. das Mindesthaltbarkeitsdatum)

Die Informationen in den Aufzählungspunkten, ebenso wie denen in der Beschreibung und in der Zusatzinformation, sollten jedoch nicht bereits in anderen Attributen vorhanden sein.

Für die Formatierung der Texte verweisen wir auf die [VLB-ONIX-Empfehlungen](#). Gemäß diesen Angaben erfolgt die Formatierung von Beschreibungen durch HTML.

Die Beschreibung (ebenso wie die Aufzählungspunkte) darf auch nicht uneingeschränkt gefüllt werden; so sind folgende Dinge hier **nicht erlaubt**:

- Verweis auf andere Artikel
- URLs, die von Thalia.de wegführen
- Werbung
Beispiel: „Preis-Leistungs-Sieger bei AUTO BILD“, „Konkurrenzlos gut“ o.Ä.
- Zitate aus urheberrechtlich geschützten Texten (z.B. Zeitungsartikeln)
- Links zu anderen Websites und/ oder Artikeln
- Leerfelder vor und nach eigentlicher Beschreibung
- @-Zeichen
- Emojis etc.
- Hinweise zu FSC-Siegeln (auch wenn vorhanden)
- Größe des Artikels

Thalia behält sich vor Texte, die die obenstehenden Punkte beinhalten, vollständig zu sperren und damit nicht auf Thalia.de anzuzeigen.