

ARTIKELDATEN-STYLEGUIDE: KALENDER

Die folgenden Hinweise sollen dabei unterstützen, das verkaufsfördernde Potential von sinnvoll gepflegten Produktmetadaten auszuschöpfen. Unser Anliegen ist es, in Zusammenarbeit mit Ihnen als Kalenderverlag eine Grundlage für die aus Kund*innensicht bestmögliche Präsentation von Kalendern in unseren Onlineshops und anderen digitalen Kanälen zu schaffen. Die Anforderungen von Thalia decken sich dabei in den wesentlichsten Punkten mit den aktuellen Handlungsempfehlungen der IG Produktmetadaten/Peergroup Kalender und bewegen sich grundsätzlich im Bezugsrahmen der Onix-Empfehlungen durch das [VLB](#).

1. TITEL

Der Titel soll prägnant formuliert sein, damit Kund*innen die relevanteste Information auf einen Blick erfassen können. Zu lange Titel, insbesondere mit redundanten Informationen, können zur Verringerung der Conversion-Rate beitragen. Titel werden im Webshop häufig nach wenigen Wörtern unter Anzeige von drei Punkten abgekürzt (z.B. in Suchergebnislisten auf mobilen Endgeräten und in Artikelslidern).

ANFORDERUNGEN AN PRODUKTTITEL

- Möglichst eindeutig formuliert
- Keine Dopplung von Informationen, keine Synonyme
- Titel und Untertitel jeweils maximal 150 Zeichen lang
- Keine ausführlichen Beschreibungen, Werbeslogans, Marketingbotschaften o.ä.

TITELAUFBAU

Der Titel sollte zunächst das Thema (oder Motiv) und das Jahr nennen. Zusätzlich können die Kalenderart bzw. das Format im Titel aufgeführt werden. Außerdem dürfen ggf. die Maße enthalten sein, sofern sie ein besonderes Unterscheidungsmerkmal des Kalenders darstellen oder von der vermuteten Erwartungshaltung der Kund*innen abweichen. Falls der Kalender in verschiedenen Farben lieferbar ist, sollte auch die Farbe im Titel stehen.

Weitere Informationen wie Synonyme für die Kalenderart, Detailbeschreibungen, Verkaufsargumente, Illustrator*innen, Verlag etc. müssen in die entsprechenden Artikelattribute bzw. in den Beschreibungstext übernommen werden. Nur Artikel mit reinen, nicht angereicherten Titeln können optimal über SEO beworben werden.

Musterbeispiele:

- „Italien 2024“
- „Bauernkalender 2024“
- „Mini-Kalender: Der kleine Glückskalender 2024“
- „Panoramakalender: Der Blick ins Weite 2024. 137 x 60 cm“
- „Familienplaner Peanuts 2024. 4 Spalten“
- „Tischkalender Classic rot 2024“

UNTERTITEL

Der Untertitel kann genutzt werden, um auf thematische Besonderheiten oder eine besondere Ausstattung aufmerksam zu machen. Sofern nicht im Titel enthalten, dürfen die Maße genannt werden.

Musterbeispiele:

- „mit 5 breiten Spalten, Ferienterminen und Vorschau bis März 2025“
- „zum Aufstellen oder Aufhängen. 12 x 12 cm“
- „Berühmte Berge und mächtige Gletscher im einzigartigen Licht“
- „53 Samtpfotengeschichten, Bilder & Weisheiten“

BEISPIELE

Unübersichtlich	Alternative
„Lange Rede kurzer Gin Tagesabreißkalender 2024. Lustiger Tageskalender mit originellen Sprüchen. Humorvoller Tischkalender 2024 mit Lebensmottos. Kalender mit witzigen Weisheiten“ Untertitel: „Der Sprüche-Kalender“	„Lange Rede kurzer Gin. Tagesabreißkalender 2024“ Untertitel: „Humorvoller Tischkalender mit witzigen Weisheiten“
„Funny Cats 2024 - Broschürenkalender 30x30 cm (30x60 geöffnet) - Kalender mit Platz für Notizen - Katzen - Bildkalender - Wandplaner – Katzenkalender“	„Funny Cats 2024“ Untertitel: „Wandplaner mit Platz für Notizen. 30x60 cm (geöffnet)“
„LWL-Museum für Kunst und Kultur in Münster (Wandkalender 2024, Kalender DIN A4 quer, Monatskalender im Querformat mit Kalendarium, Das perfekte Geschenk)“	„LWL-Museum für Kunst und Kultur in Münster 2024“ Untertitel: „Monatskalender im DIN A4-Querformat mit Kalendarium“

2. ARTIKELBILDER

Gute Artikelbilder sind für unsere digitalen Kanäle von großer Bedeutung. Eine hohe Bildqualität und detaillierte Produktansichten spielen bei der Kaufentscheidung eine entscheidende Rolle.

ARTEN VON ARTIKELBILDERN

Auf der Artikeldetailseite können mehrere Bilder pro Artikel angezeigt werden. Ein Hauptbild ist unbedingt notwendig. Dazu empfehlen wir dringend, ergänzende, hochauflösende Detailbilder (Innenansichten) zur Verfügung zu stellen. Auch Darstellungen des Artikels in einer Umgebung, die Artikelgröße verdeutlichende Bilder oder emotionale, szenische Fotos können verkaufsfördernd wirken.

ANFORDERUNGEN AN ARTIKELBILDER

- Das Hauptbild zeigt den ganzen, freigestellten Kalender.
- Mindestgröße 700 Pixel (lange Seite)
- Formatanforderungen: JPEG (.jpeg) oder JPG (.jpg)
- Keine Bilder mit Wasserzeichen oder Copyright-Markern
- Keine Bilder mit Texten, Rändern bzw. Rahmen, Logos, Etiketten oder Preisschildern, generell keine Marketingeinflüsse
- Das Hauptbild darf keine weiteren Produkte oder Accessoires enthalten.

3. BESCHREIBUNGSTEXT

Die Artikelbeschreibung stellt Kund*innen weitere Informationen über den angebotenen Kalender zur Verfügung, für die es keine gesonderten Artikelattribute gibt, oder die nicht in Onix hinterlegt werden können. Dies können z.B. Beschreibungen zu den Bildern, dem Grafikstil, Kalendarium, Zielgruppen, Verwendungsmöglichkeiten, besondere Auszeichnungen, Rezensionen oder mehr Details zu einer besonderen Ausstattung sein, für die der Untertitel nicht ausreichend Platz bietet.

Folgende Bestandteile sind in Beschreibungstexten nicht erlaubt:

- Verweis auf andere Artikel
- URLs, die von Thalia.de wegführen; Links zu anderen Websites und/oder Artikeln
- Werbung („Konkurrenzlos gut“ o.ä.)
- Zitate aus urheberrechtlich geschützten Texten (z.B. Zeitungsartikeln), sofern sie nicht rechtskonform gekennzeichnet sind (vgl. [Rezensionszitate \(VLB\)](#))
- Leerfelder vor und nach eigentlichem Beschreibungstext
- @-Zeichen, Emojis und Smileys

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

4. SCHLAGWÖRTER

Schlagwörter dienen in erster Linie der Zuordnung der Kalender in die korrekten Kategorien. Die Artikelkategorien erfüllen eine Vielzahl von Zwecken: Sie unterstützen die Navigation von Kund*innen in den digitalen Kanälen, werden aber auch für die Suche und Produktempfehlungen herangezogen. Schlagwörter sollen den Artikel möglichst genau beschreiben und bei der Klassifizierung des Artikels unterstützen. Häufig ist die Angabe von übergeordneten Themengruppen hilfreich, sofern diese nicht aus anderen Attributen hervorgeht (z.B. das Schlagwort „Tierkalender“ für Kalender über Schildkröten). Es dürfen gerne mehrere Schlagwörter vergeben werden.

Bitte bedenken Sie bei der Erstellung von Schlagwörtern folgende Vorgaben:

- Maximal 10 Schlagwörter
- Keine Schlagwortstrings (aneinandergereihte Begriffe)
- Keine generischen Schlagwörter (z.B. „Geschenk“)
- Keine Doppelnennungen aus dem Titel oder anderen Attributen
- Keine Verweise auf Konkurrenzprodukte
- Keine alternativen (falsche) Schreibweisen
- Keine Pluralnennungen
- Synonyme dürfen gerne genannt werden (z.B. „Familienplaner“ und „Familientimer“, falls der Titel „Familienkalender“ enthält)

5. REIHE (SELBES FORMAT, UNTERSCHIEDLICHER INHALT)

Verschiedene Kalender, die von einem Verlag formal gleich aufbereitet und zu vergleichbaren Themenfeldern produziert werden, können zu einer Reihe zusammengefasst werden. Sie sind durch ihre Aufmachung schon anhand der Artikelfotos als zusammengehörig erkennbar. Die Benennung der Reihe sollte sich aus dem besonderen Format, Inhalt oder Thema ergeben, gefolgt von dem (ggf. abgekürzten) Verlagsnamen. Unsere Webshops spielen derzeit auf der Artikeldetailseite prominent platziert einen Slider mit weiteren Artikeln der zugehörigen Kalender-Reihe aus („Weitere Varianten von...“). Nicht erlaubt sind sehr allgemeine Reihenbezeichnungen (z.B. „Adventskalender“).

Beispiele:

- „Sehnsuchtskalender Harenberg“
- „Lesezeichenkalender Groh“
- „Sternzeichenkalender Korsch“
- „12-Monatskalender Midi Verso Paperblanks“

6. PRODUKTVERWEISE (UNTERSCHIEDLICHES FORMAT, SELBER INHALT)

Verweise auf andere Kalender sollten Onix-konform angegeben werden, d.h. als <related product>.

- Verwandte Kalender in weiteren Formaten sollten als <related product> mit dem Code 06 („alternative format“) übermittelt werden. Derartig verknüpfte Kalender werden von Thalia in einem sogenannten „Werk“ zusammengefasst. Dadurch wird z.B. in den Suchergebnislisten und auf der Artikeldetailseite auf die verknüpften Kalender verwiesen. Diese Verknüpfung darf nur angelegt werden, wenn die Kalender inhaltlich gleich sind und sich lediglich durch das Format unterscheiden.
- Vorgängerprodukte (Vorjahreskalender) können mit dem ProductRelationCode 03 („replaces“) gekennzeichnet werden. Sie dürfen nicht mit dem Code 06 („alternative format“) gemeldet werden.

7. WEITERE ATTRIBUTE

Attribut	Beschreibung/ Spezifikation
Erscheinungsdatum	Genauestes verfügbares Datum, keine Dummy-Daten
Seitenzahl	Numerische Angabe
Einband/Format	Onix-konform
Personenangaben (Autor*in, Illustrator*in)	Onix-konform
Verlag	Verlagsname ohne Geschäftsform
Maße	Länge / Breite / Höhe, in mm. Bitte darauf achten, dass die Maße korrekt gepflegt sind und sich z.B. innerhalb der Reihen nicht unterscheiden.
Gewicht	In Gramm
Sprache	Gemäß ISO 639-2/b
Thema-Klassifizierung	Onix-konform

Bitte kontaktieren Sie uns bei Fragen und Anmerkungen sehr gerne per E-Mail an katalog@thalia.de.

Version	Datum	Änderungen/Kommentar	Bearbeiter*in
1.0	17.06.2024	Erstellung und Veröffentlichung	Stella Behlen