

# Bildspezifikation von GS1 Switzerland

*Version 1.8, Dezember 2020*





## Übersicht

Dokumenteninformation	
Titel	Bildspezifikation von GS1 Switzerland
Version	1.8
Status	Entwurf
zuletzt geändert am	16.12.2020
zuletzt gespeichert von	Domenic Schneider
Pfad und Dateiname	F:\073_SOL\050_Trustbox\03_Technik\02_Bildspezifikationen\GS1-Schweiz_Bildspezifikation_V1.8.docx

## Autoren und Mitwirkende

Name	Organisation
Domenic Schneider	GS1 Switzerland

## Version

Version	Datum	Ersteller	Zusammenfassung der Änderungen
1.1	03.07.2015	D. Schneider	
1.2	13.06.2017	D. Schneider	Anpassung an globale Specs und die Bedürfnisse der FG Stammdaten von GS1 Schweiz
1.3	09.04.2018	D. Schneider	Anpassung der Bildgrösse
1.4	19.09.2018	D. Schneider	Freistellung vereinfacht, A0 Bildgrösse hinzugefügt, Mobile Ready Hero Image hinzugefügt.
1.5	05.12.2018	D. Schneider	Anpassungen gemäss FG Stammdaten
1.6	23.05.2019	D. Schneider	Anpassungen der Bildformate gemäss EU-Bildspezifikationen
1.7	26.06.2019	D. Schneider	Diverse Anpassungen aufgrund Vernehmlassung durch FG Stammdaten
1.8	16.12.2020	D. Schneider	Diverse Anpassungen aufgrund Vernehmlassung durch FG Stammdaten (Motivgrösse, Hintergrund)

## Widerruf (Disclaimer)

Trotz aller Bemühungen, die Korrektheit der im vorliegenden Dokument enthaltenen GS1 Standards sicherzustellen, übernimmt GS1 Schweiz und jede weitere Partei, die an der Erstellung dieses Dokumentes beteiligt war, keine Gewähr (weder ausdrücklich noch implizit). Jede Haftung für unmittelbare, mittelbare oder sonstige Schäden oder Verluste, die in Verbindung mit der Verwendung dieses Dokumentes stehen oder aus der Anwendung dieses Dokumentes resultieren, unabhängig von der Klagsache, inklusive Richtigkeit, Gebrauchstauglichkeit oder Zweckmäßigkeit, aber nicht darauf beschränkt, wird ausgeschlossen.

Das Dokument kann von Zeit zu Zeit überarbeitet werden, sei es auf Grund von technologischen Entwicklungen, Änderungen in den Standards oder neuen rechtlichen Gegebenheiten. Einige Produkte und Firmennamen, die hier erwähnt werden, können eingetragene Warenzeichen und/oder eingetragene Warenzeichen ihrer jeweiligen Firmen sein. GS1 ist ein eingetragenes Warenzeichen von GS1 AISBL.

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung .....</b>	<b>5</b>
1.1	Zielsetzung der Spezifikation .....	5
1.2	Zielgruppe.....	5
1.3	Anwendungsbereich / Gültigkeitsbereich .....	5
<b>2</b>	<b>Spezifikation zur Produktion von Produktbildern.....</b>	<b>5</b>
2.1	Auswahl der Produktmuster.....	5
2.2	Verpackung .....	5
2.3	Darstellung .....	5
2.3.1	Vorderansicht.....	5
2.3.2	Perspektive .....	5
2.4	Bildeigenschaften .....	6
2.4.1	Farbe und Qualität .....	6
2.4.2	Bildqualität .....	6
2.4.3	Größe und Auflösung.....	6
2.4.4	Freistellung / Beschneidungspfad.....	7
<b>3</b>	<b>Mobile Ready Hero Image.....</b>	<b>7</b>
3.1	Darstellung des Mobile Ready Hero Image.....	7
<b>4</b>	<b>Dateiname .....</b>	<b>7</b>

# 1 Einleitung

## 1.1 Zielsetzung der Spezifikation

Die digitale Inszenierung von Produkten ist ein kritischer Erfolgsfaktor im Multichannel. Dieses Dokument beschreibt Spezifikationen zur Produktion von Produktbildern **für den Einsatz im digitalen Umfeld**. Die Anforderungen wurden zusammen mit Partnern aus Industrie und Handel entwickelt.

Mit diesem Dokument wird ein Industriestandard zur Erstellung von Produktabbildungen vorbereitet, der eine einheitliche Verarbeitung für die Verwendung im Marketing regelt.

## 1.2 Zielgruppe

Das Dokument wendet sich an alle Verantwortlichen aus Marketing und Informationstechnologie, die die Media Assets Versorgung für die strategische Markenführung und das Content Marketing in den Systemen ihrer Organisation sicherstellen.

## 1.3 Anwendungsbereich / Gültigkeitsbereich

Das Dokument wurde zusammen mit Verantwortlichen der Konsumgüterbranche (FMCG) entwickelt und hat daher seine Gültigkeit für die Bereiche Food, Near-Food und Non-Food.

Aufgrund der aktuell laufenden Diskussionen auf europäischer und globaler Ebene wie auch den technischen Weiterentwicklungen können Änderungen / Ergänzungen in diese Spezifikation einfließen.

# 2 Spezifikation zur Produktion von Produktbildern

## 2.1 Auswahl der Produktmuster

Für eine möglichst gute Produktabbildung sollte zunächst eine sehr gewissenhafte Auswahl der Produktmuster erfolgen. Es ist darauf zu achten, dass die Muster sauber sind, keine Knicke, Risse, Beschädigungen, Fingerabdrücke oder aufgeklebte Etikette o.ä. enthalten.

## 2.2 Verpackung

Aufgrund der Produktvielfalt und den unterschiedlichen Anforderungen ist eine genaue und für alle Fälle gültige Spezifizierung an dieser Stelle nicht möglich. Die Entscheidung, ob ein Produkt mit bzw. ohne Verpackung abgebildet wird, liegt im Ermessen des Herstellers des Produktes.

## 2.3 Darstellung

Grundsätzlich wird für die Publikation von Produktinformationen ein Bild in der Vorderansicht benötigt. Wir empfehlen die Produkte mittels drei-vier Bildern darzustellen. Dabei wird eine perspektivische Darstellung der Produkte von rechts, links sowie der Vorder- und Rückseite empfohlen. Eine Unterscheidung der Aufnahmen hinsichtlich der Qualität oder Größe wird nicht empfohlen.

Für die finale Entscheidung, welche Produktabbildungen gewählt werden, ist der Hersteller verantwortlich.

### 2.3.1 Vorderansicht

Die Vorderseite einer Konsumenteneinheit ist die Seite mit der größten Fläche, die durch den Hersteller zum Anpreisen des Produkts gegenüber dem Verbraucher verwendet wird, d. h. zum Beispiel die Seite mit der Angabe des Produktnamens. Für unverpackte Waren (z.B. Frische, DIY) existieren keine bzw. nicht rundum beschriebene Regeln.

### 2.3.2 Perspektive

- Verpackte Produkte immer gerade, d.h. nicht übers Eck, fotografieren
- Offene Produkte dürfen ein wenig freier arrangiert werden, müssen natürlich wirken
- Auf Augenhöhe fotografieren, wenn nötig mit leichter Aufsicht (z.B. bei Deckeetiketten)
- Produkte wenn möglich immer stehend fotografieren

## 2.4 Bildeigenschaften

Das Bild sollte folgende Eigenschaften aufweisen:

- Immer auf weissem Hintergrund (Rot = 255, Grün = 255 und Blau = 255)
- Licht von vorne links (Produkte sollen nicht «flach» wirken)
- Produkte wenn möglich geradestellen (vor allem bei Packungen)
- Keine produktionsspezifischen Informationen wie z. B. MHD's oder Chargen
- Keine Lineale und Hilfslinien
- Keine Blasen oder Hell- bzw. Dunkelzonen
- Keine Prägungen
- Keine gestauchten Produkte
- Keine Interpolation (Vergrößerung)
- Kein Scannen gedruckter Seiten
- Keine Anzeichen von Staub und Kratzern
- Keine hergestellten Standschatten
- Minimierung des Moiré-Effektes
- Keine Jahrgangsangaben (z.B. bei Wein)
- Möglichst keine Spiegelungen
- Kein Rahmen

### 2.4.1 Farbe und Qualität

Es wird eine medienneutrale Darstellung der Produkte unter Einhaltung der Corporate Identity und des Corporate Designs des jeweiligen Herstellers empfohlen.

- Natürlich und plakativ frisch
- Bei Verpackungen die Farben mit dem Original abgleichen
- Glanz auf Produktnamen vermeiden
- Wassertropfen auf Produkten vermeiden

### 2.4.2 Bildqualität

- Keine Verzerrungen, z. B. Weitwinkelaufnahmen, Moiré
- Bei transparenten Verpackungen auf neutrale Hintergründe achten
- Optimale Bildschärfe
- Keine Pixelbildung
- Produkte durchgehend scharf fotografieren (keine Tiefenunschärfe als Stilmittel einsetzen)

### 2.4.3 Größe und Auflösung

Bildtyp	Größenbereich (Pixel)	Auflösung	Format	Farben	Beschneidungspfad	minimale Motivgrösse
Produktbild (Web)	640x640 – 2400x2400	120 ppi	JPG	sRGB 8 bit per channel	Ja	13.55cm
Produktbild (hohe Auflösung)	2401x2401 – 4800x4800	300 ppi	JPG	sRGB 8 bit per channel	Ja	20.33cm
Miniaturbild (Vorschaubild)	121x121-300x300	72 ppi	JPG, LZW komprimiertes TIFF	RGB 8 bit per channel	Ja	4.27cm
Produktverpackung, Etiketteninformationen, Bild der Nährwertangaben, Bild der Inhaltsstoffe	600x600 - 2400x2400	300 ppi	JPG	sRGB 8 bit per channel	Optional	

### 2.4.4 Freistellung / Beschneidungspfad

Die Produktabbildung ist mit nur einem Beschneidungspfad zu versehen. Bevorzugt sollte der Beschneidungspfad manuell erstellt und als „Pfad 1“ bezeichnet werden. Als Rundungstoleranzwert wird 1 Pixel und maximal 10.000 einzelne Punkte empfohlen.

Hinweis: CGI-Programme ermöglichen das Rendern/Speichern von Dateien mit transparenten Hintergründen, wodurch die Anwendung eines Beschneidungspfades überflüssig wird.

Achtung: Bei Dateiformaten, welche keinen transparenten Hintergrund zulassen, muss der Beschneidungspfad vorhanden sein.

## 3 Mobile Ready Hero Image

Die Mobile Ready Hero Abbildung wurde speziell für den eCommerce entwickelt und soll insbesondere für die mobile (kleinere) Darstellung genutzt werden. Das Mobile Ready Hero Image ist gegenüber der klassischen Produktabbildung der Konsumenteneinheit stark vereinfacht: es reduziert sich auf die Darstellung der Kern-Produktmerkmale und Eigenschaften: Produktname (z. B. Pampers Baby Dry), Layout/Design (grünes Herz), Variante (Windelgröße 5) sowie Produktinhalt (23: im Pampers Sparpack Größe 5 befinden sich 23 Windeln). Die Mobile Ready Abbildung ermöglicht so dem Konsumenten eine schnellere Produktwahrnehmung gegenüber der klassischen ‚realitätsgetreuen‘ Abbildung.

### 3.1 Darstellung des Mobile Ready Hero Image

Die Spezifikation dieser Produktabbildungen hinsichtlich Format, Bildgröße, Farbraum und Auflösung entspricht der für die Produktabbildung festgelegten Werte.



Weitere Details sind in der globalen GS1 Guideline zu finden: <https://www.gs1.org/standards/Mobile-Ready-Hero-Image>

## 4 Dateiname

Der Dateiname muss mindestens die GTIN (EAN) des Produkts enthalten.

Eine vertiefte Namenskonvention, basierend auf dem Global Document Type Identifier (GDTI) kann den globalen Bildspezifikationen von GS1 Global entnommen werden.

## Über GS1 Switzerland

GS1 Schweiz ist die Kompetenzplattform für nachhaltige Wertschöpfung auf der Basis optimierter Waren- und Informationsflüsse. Als Fachverband mit rund 5000 Mitgliedsunternehmen vernetzt GS1 Schweiz Beteiligte, fördert die Kollaboration und vermittelt Kompetenz in Wertschöpfungsnetzwerken. Globale GS1 Standards und Prozessmodelle ermöglichen die Gestaltung effizienter Wertschöpfungsketten.

### GS1 Switzerland

Monbijoustrasse 68

CH – 3007 Bern

**T** +41 58 800 72 00

**E** [trustbox@gs1.ch](mailto:trustbox@gs1.ch)

[www.gs1.ch](http://www.gs1.ch)

