

MARKANT mediaBASE

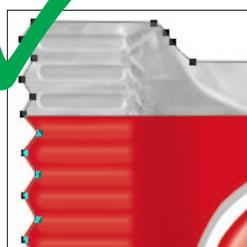
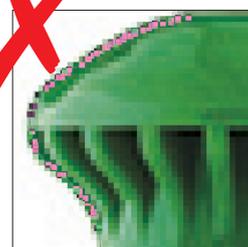
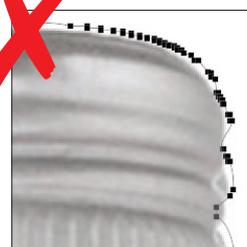
Anforderungsprofil „Bilddaten“

(Stand 05/15)

<p>1 Größe/Auflösung</p> <p>Mindestgröße und Auflösung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Produktabbildungen (Motiv) mind. 15 cm an der längsten Seite (entspricht 1772 Pixel) ▶ 300 dpi Auflösung 	<p>2 Farbraum</p> <p>Bilddaten RGB</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ ECI RGB V2, andere Farbräume werden entsprechend konvertiert <p>Logos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ CMYK (klassischer Printbereich) ▶ Sonderfarben/RGB (werden unverändert übernommen) 	<p>3 Dateiformat</p> <p>Bevorzugtes Bildformat JPG</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ JPG Format mit maximaler Qualität (Photoshop Stufe 12) inkl. Beschneidungspfad <p>Bevorzugte Logoformate</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Vektor-Formate (Illustrator) ▶ Illustrator „.eps“ oder „.ai“ ▶ Schriften müssen in Pfade umgewandelt sein ▶ Bilder müssen eingebettet sein
---	--	---

4 Freisteller (Beschneidungspfad)

▶ Die Produktabbildung ist mit nur **einem** Beschneidungspfad zu versehen

		
<p>Beschneidungspfad optimal</p>	<p>Beschneidungspfad mangelhaft (erstellt aus Auswahl)</p>	<p>Beschneidungspfad mangelhaft (ungenau, am Produkt vorbei)</p>

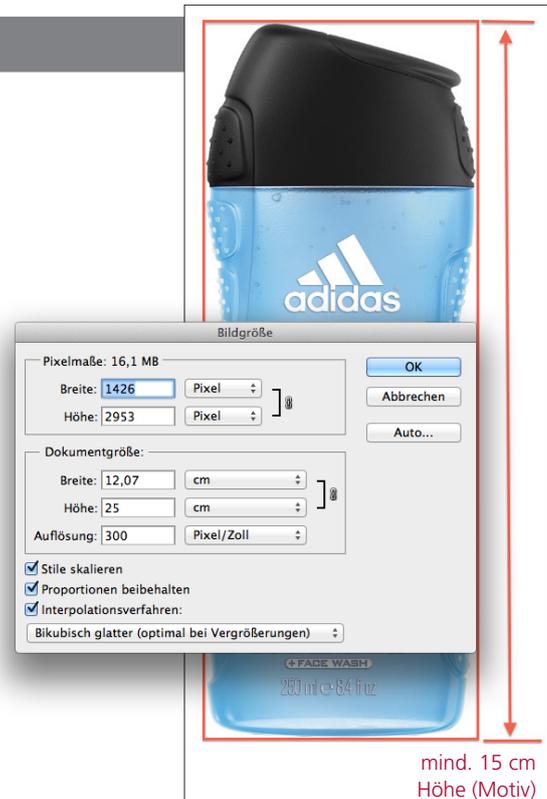
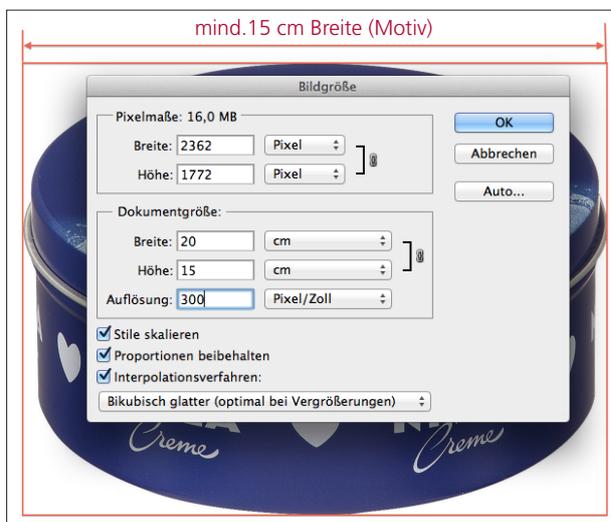
<p>5 Dateiname</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Der Dateiname sollte die Artikel GTIN (EAN) enthalten 	<p>6 Bildqualität</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Keine Verzerrungen, z. B. Weitwinkelaufnahmen, Moiré ▶ Bei transparenten Verpackungen auf neutrale Hintergründe achten ▶ Optimale Bildschärfe ▶ Keine Pixelbildung
--	--

Ergänzende Informationen zum Anforderungsprofil

zu 1 Größe/Auflösung

Mindestgröße und Auflösung

- ▶ Produktabbildungen (Motiv)
 - mind. 15 cm an der längsten Seite** (entspricht 1772 Pixel)
- ▶ 300 dpi Auflösung



zu 2 Farbraum

Bilddaten RGB

- ▶ **ECI RGB V2**, Standardisierter RGB-Farbraum der ECI (European Color Initiative). Er wird als Arbeitsfarbraum für professionelle Bildbearbeitung empfohlen.

zu 4 Freisteller

Beschneidungspfad

- ▶ Nur **einen** Beschneidungspfad
- ▶ Bezeichnung Beschneidungspfad „Pfad 1“ empfohlen
- ▶ Rundungstoleranzwert „ohne“ Wert
- ▶ Maximal 10.000 einzelne Werte empfohlen
- ▶ Verwendung und Erstellung nur mit Pfadwerkzeug (Zeichenstift)
- ▶ Pfad muss geschlossen sein
- ▶ Prüfung: Im Pfade-Fenster, Pfad-Name im Konturschriftzug
- ▶ Pfadkontur immer innerhalb der freizustellenden Objekte (Blitzer vermeiden)

zu 3 Dateiformat

Bevorzugtes Bildformat JPG

(inkl. Beschneidungspfad)

- ▶ **JPG Format** mit maximaler Qualität (Photoshop Stufe 12)

Weitere Bildformate

(inkl. Beschneidungspfad)

- ▶ TIF Format (LZW Kompression)
- ▶ EPS Format (JPG Kompression maximale Qualität)

Bevorzugte Logoformate

- ▶ Vektor-Formate (Illustrator)
- ▶ Illustrator „.eps“ oder „.ai“
- ▶ Schriften müssen in Pfade umgewandelt sein
- ▶ Bilder müssen eingebettet sein

zu 5 Dateiname

- ▶ Der Dateiname muss die Artikel **GTIN (EAN)** enthalten (Globale Artikelidentnummer (**GTIN**) = weltweit gültige Nummernstruktur zur eindeutigen Identifizierung von Produkten und Dienstleistungen)

MARKANT mediaBASE

Darstellung „Drogerieartikel“

(Stand 05/15)

1

Frontale Ansicht

- ▶ Frontale Ansicht (z. B. Planogramm)
- ▶ Keine Wölbung
- ▶ Zentrale Produkt-Informationen sind nur in der Draufsicht lesbar.



2

Faltschachteln bzw. Dosen

- ▶ Produkte in Faltschachteln oder runde Dosen sind mit einer leichten Drehung zu fotografieren, um den Eindruck der Räumlichkeit zu erwecken (es gilt zu vermeiden, dass das Produkt als Fläche wahrgenommen wird).
- ▶ Zentrale Produkt-Informationen sind überwiegend in der Draufsicht lesbar. Produkttiefe (Volumen) soll erkennbar bleiben.



MARKANT mediaBASE weitere Darstellungen „Drogerieartikel“

3 Produkte in Umverpackungen

- ▶ Flaschen, Flakons oder Tiegel (Cremes, Seren, Düfte etc.), die in einer Umverpackung verkauft werden, sollten als Composing abgebildet werden, das aus den jeweiligen Einzelabbildungen individuell bearbeitet werden kann.



4 Lippenstifte, Lipgloss und Mascara

- ▶ Lippenstifte, Lipgloss und Mascara sollen mit geöffneter Verschlusskappe abgebildet werden.



Beschneidungspfad im Photoshop anlegen

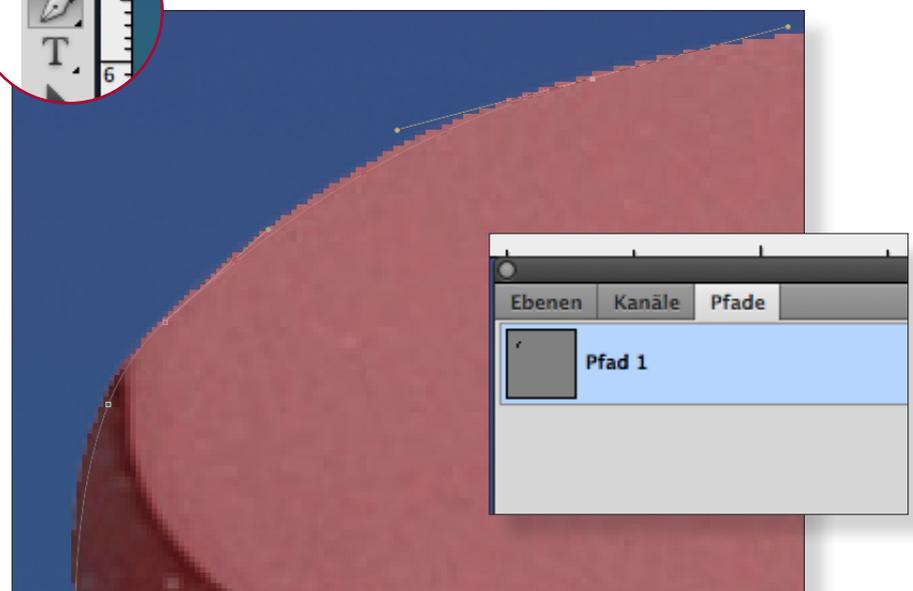
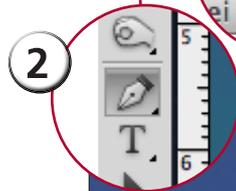
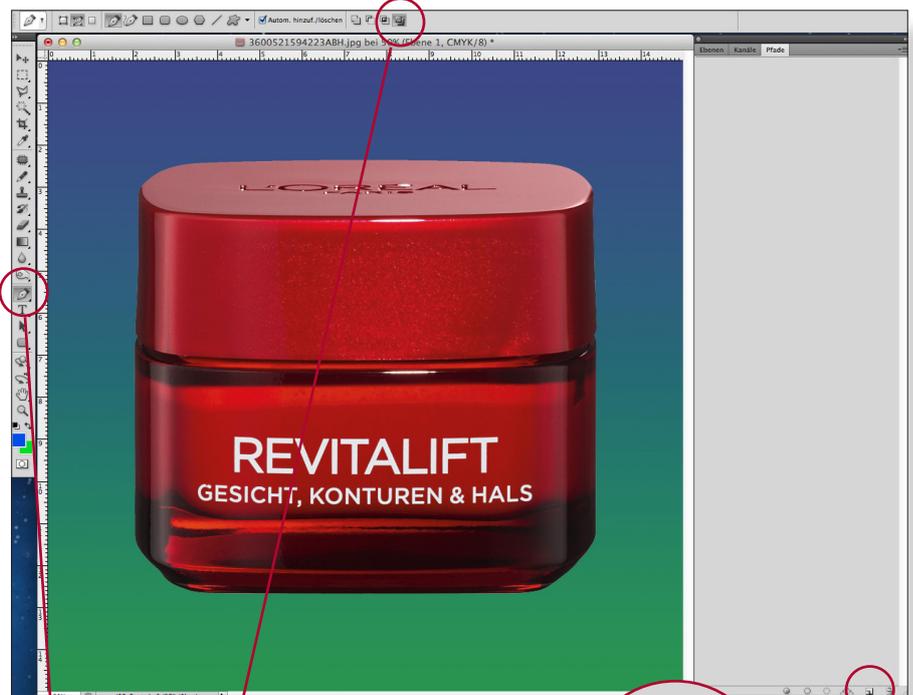
(Stand 05/15)

1 Pfad anlegen

- ▶ Bild im Photoshop öffnen und einen Pfad anlegen.

2 Pfad erstellen

- ▶ Zeichenfeder und überlappende Pfadbereiche ausschließen, auswählen und im Uhrzeigersinn einen Pfad um die Form zeichnen. Klicken um einen Eckpunkt zu setzen, klicken und ziehen für einen Kurvenpunkt. Zum Schluss den letzten Punkt auf den Anfangspunkt setzen. Darauf achten, dass die Form wirklich geschlossen ist und keine Löcher enthält.



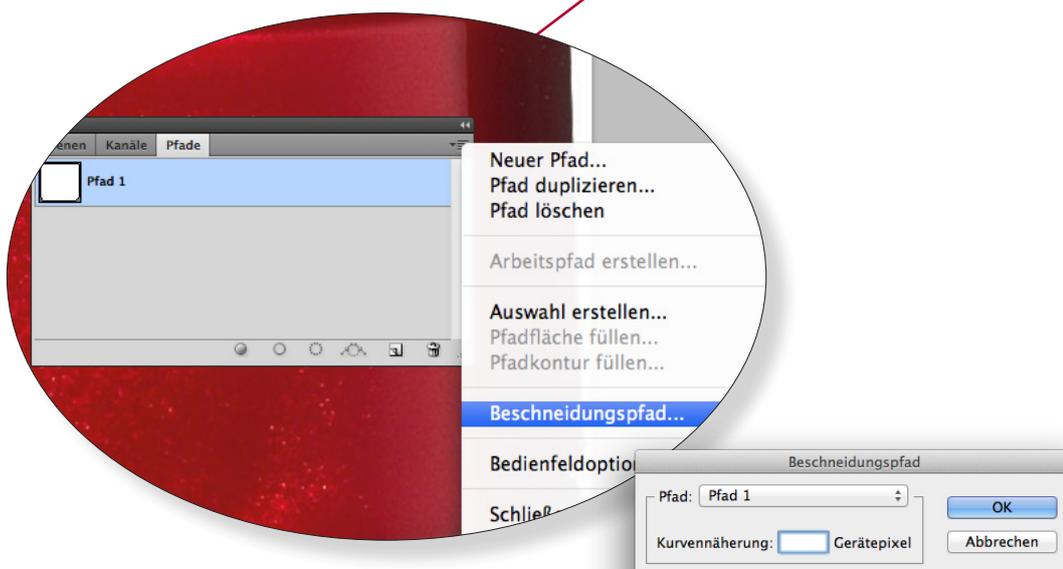
Beschneidungspfad im Photoshop anlegen

(Stand 05/15)

3

Pfad speichern

- ▶ Den Pfad im kleinen Untermenü am Dreieck als Beschneidungspfad definieren. Im darauf folgenden Dialog den Flatness-Wert leer lassen und bestätigen.
- ▶ Bild speichern.



Empfehlung für Fotobriefing

(Stand 05/15)

Bildqualität

Vor Beginn der Fotografie sollte die Auswahl der Produktmuster sehr gewissenhaft erfolgen.

Es ist darauf zu achten, dass die Muster sauber und schadfrei sind, keine Knicke, Risse, Beschädigungen, Fingerabdrücke oder aufgeklebte Etiketten oder Ähnliches enthalten. Ebenfalls sollten die Muster insofern produkttypisch sein, dass die gewogenen und vermessenen Werte den Anforderungen der Hersteller entsprechen. Werden die Muster auf dem Post- oder Versandweg zugestellt, sind sie entsprechend geschützt und unversehrt zu verpacken.

Die Vorderansicht eines Produktes ist die Ausgangslage für alle weiteren Bilder.

Die Vorderseite einer Konsumenteneinheit ist die Seite mit der größten Fläche, die durch den Hersteller zum Anpreisen des Produkts an den Verbraucher verwendet wird, d. h. zum Beispiel die Seite mit der Angabe des Produktnamens.

- ▶ Kein(e) Alphakanal / Layers (Ebenen).
- ▶ Keine Lineale und Hilfslinien.
- ▶ Keine Blasen oder Hell- bzw. Dunkelzonen.
- ▶ Kein(e) Transferfunktion oder Post-Script-Farbmanagement.
- ▶ Keine Prägungen.
- ▶ Keine Fingerabdrücke oder sichtbare Wasserzeichen.
- ▶ Keine gestauchten Produkte.
- ▶ Keine Interpolation (Vergrößerung).
- ▶ Kein Scannen gedruckter Seiten.
- ▶ Keine Anzeichen von Staub und Kratzern.
- ▶ Keine hergestellten Stand-Schatten.
- ▶ Minimierung des Moiré-Effektes.
- ▶ Keine Jahrgangangaben (z. B. bei Wein).
- ▶ Keine produktionspezifischen Informationen wie z. B. MHD's oder Chargen.
- ▶ Keine artikelspezifischen Labels, d. h. Labels die eine Prüfnummer oder einen Gültigkeitszeitraum enthalten, wie z. B. Stiftung Warentest, Ökotest.
- ▶ Es wird empfohlen, die Labels als separate Grafikdatei dem Nutzer zur Verfügung zu stellen.
- ▶ Kaum Spiegelungen.
- ▶ Keine Darstellung von Größenverhältnissen auf Einzelartikel-Ebene.
- ▶ Alle Produkte werden auf einem neutralen Hintergrund dargestellt. Das bedeutet, dass das Produkt vom Hintergrund isoliert werden muss, indem dieser weiß eingefärbt wird. Requisiten, Hilfsmittel, Personen bzw. zusätzliche Gegenstände dürfen ebenfalls auf der Produktabbildung nicht erscheinen. Ausnahmen bestehen für NonFood Artikel, bei denen eine alleinige Abbildung nicht ausreichend ist.



Aufnahme **optimal**



Aufnahme **mangelhaft**