

# Styleguide

2026



Bilder sind **entscheidend** für den Kauf eines Produktes.

**Hochwertige Bilder** können den Verkauf ihrer Produkte um **bis zu 60% steigern**.

# Inhalt

1. Formate	4	7.3. Hemden	30
1.1 Logo	5	7.4. Hosen	31
1.2 Banner	6	7.5. Kleider	32
1.3 Bildmaterial	7	7.6. Taschen und Rucksäcke	33
2. Richtiges Hochladen	8	7.7. Möbel	34
3. Generelle Bildrichtlinien	10	7.8. Heimtextilien	35
4. Spezialfälle	13	7.9. Pflegeprodukte	36
4.1. Unisex-Produkte	14	7.10. Dekoprodukte	37
4.2. Leuchtmittel	16	8. Bildmaterial, das wir ablehnen	38
4.3. KI-generiertes Bildmaterial	18	8.1. Liege- und Hängebilder	40
5. Gutes Bildmaterial: Hauptbild	19	8.2. Düstere, grelle Bilder	41
6. Gutes Bildmaterial: Weitere Bilder	22	8.3. Collagen	42
7. Gutes Bildmaterial: Nach Kategorien	27	8.4. Gruppenbilder	43
7.1. Schuhe	28	8.5. Grafische Elemente	44
7.2. Pullover	29	Kontakt zur Freischaltung	45

# 1. Formate

Bitte beachten Sie die Formatinformationen zu folgenden Elementen:

- > Logo
- > Banner
- > Bildgrößen



## 1.1. Maße und Pixelgrößen Logo



Gewünschtes Format:

- > Verhältnis: 2:1
- > Pixelmaße Logo mind.: 180 x 90 (gerne größer)
- > Format Logo: SVG oder PNG ab 1000px

## 1.2. Maße und Pixelgrößen Banner



Gewünschtes Format:

- > Verhältnis: 10:3
- > Pixelmaße max.: 3880 x 1164
- > Pixelmaße mind.: 1940 x 582
- > Format Banner: JPG, PNG

## 1.3. Maße und Pixelgrößen Bildmaterial

Bilder sollten im **Hochformat** hochgeladen werden. Bilder im **Querformat** werden nicht akzeptiert.



Gewünschtes Format:

- > Verhältnis: 1:1,2
- > Pixelmaße optimal ab: 2560 x 3072\*
- > Pixelmaße mind.: 1000 x 1200
- > Auflösung mind.: 72 dpi
- > Dateigröße max.: 50 MB
- > Format: JPG, PNG, TIFF, WEBP

\*erst ab dieser Größe eignet sich Bildmaterial für die Vermarktung durch unser Marketing-Team



## 2. Richtiges Hochladen

Bitte beachten Sie folgende Hinweise zum richtigen Hochladen des Bildmaterials

- > Bilder für das Produkt
- > Bilder für Produktvarianten
- > Reihenfolge der Bilder

**Wichtig:** Bitte fügen Sie bei jeder Variante (Farbe/ Größe) Ihres Produkts alle relevanten Bilder hinzu, andernfalls können Produkte nicht freigeschaltet werden.



> "Bilder für das Produkt" freilassen, wenn es mehrere Farbvarianten gibt, Ausnahme ist die Größentabelle und die Energieeffizienzklasse bei Leuchtmitteln, die immer bei „Bilder für das Produkt“ eingefügt wird

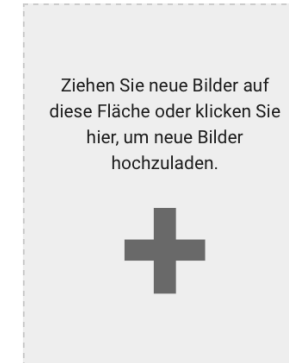
> Farbvarianten einzeln untereinander bei „Bilder für Produktvarianten“ anlegen

> Reihenfolge der Bilder entspricht der Ansicht auf der Webseite, durch ziehen festlegen

### Bilder für das Produkt

Tipp: Sie können Ihre Bilder hier per Drag-and-drop sortieren.

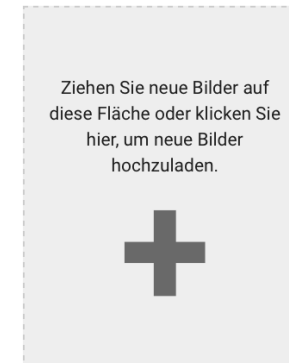
#### Kleid aus Leinenmix



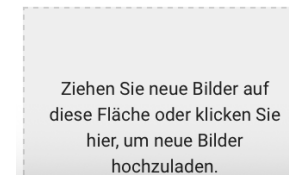
### Bilder für Produktvarianten

Tipp: Sie können Ihre Bilder hier per Drag-and-drop sortieren.

#### Kleid aus Leinenmix (Grün, M)



#### Kleid aus Leinenmix (M, Rosa)



### 3. Generelle Bildrichtlinien

Die Bilder müssen das Produkt korrekt und attraktiv darstellen.

Auf Bildern muss das Produkt, das verkauft werden soll, im Fokus stehen.

Professionelle Moodbilder sind erwünscht (u.a. für die Platzierung auf unserer Startseite oder in Presseveröffentlichungen).

Produkte, die nicht unseren Richtlinien entsprechen, können nicht zum Verkauf angeboten werden.

Bitte beachten Sie deshalb unsere folgenden Anforderungen.



Die Bildgröße sollte adäquat sein und das Bildmaterial sollte gut ausgeleuchtet sein.

Wir akzeptieren keine Schwarz-Weiß-Fotografien.

Produkte sollten mindestens 80 % der verfügbaren Bildfläche einnehmen.

Geben Sie im Produkttext gerne Modelgröße und die vom Model getragene Konfektionsgröße an.

**Unsere Empfehlung:** Zeigen Sie sowohl Moodbilder als auch Freisteller, damit Kund:innen ein Gefühl für das Produkt bekommen und unser Marketing-Team Ihr Produkt optimal in verschiedenen Formaten präsentieren kann.



## Beispiel: Gutes Bildmaterial

Moodbilder



Modelbilder



Freisteller  
(sauber freigestellt)



Hollowman



## 4. Spezialfälle

Beachten Sie bitte die Informationen zu folgenden Spezialfällen:

- > Unisex-Produkte
- > Leuchtmittel
- > KI generiertes Bildmaterial



## 4.1. Unisex-Produkte

Da Sie Unisex Produkte jeweils einer Damen- und einer Herrenkategorie zuordnen, ist es wichtig, dass das erste Bild ein weiblich gelesenes *und* ein männlich gelesenes Model zusammen zeigt.

Alternativ verwenden Sie als erstes Bild einen Freisteller.

Auf den weiteren Bildern können Sie das Produkt gerne an jeweils einem weiblich gelesenen oder männlich gelesenen Model zeigen.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an [freischaltung@avocadostore.de](mailto:freischaltung@avocadostore.de).



## Beispiel: Unisex-Bilder

Modelbild  
beide Models



Modelbild  
einzeln



Modelbild  
einzeln



Rückansicht



Detailbild



Detailbild



## 4.2. Leuchtmittel

Wenn Sie Leuchtmittel anbieten, sind Sie verpflichtet sich an die Verordnung zur Kennzeichnung von Leuchtmitteln zu halten.

Sie sind außerdem verpflichtet die Energieeffizienzklasse auszuweisen.

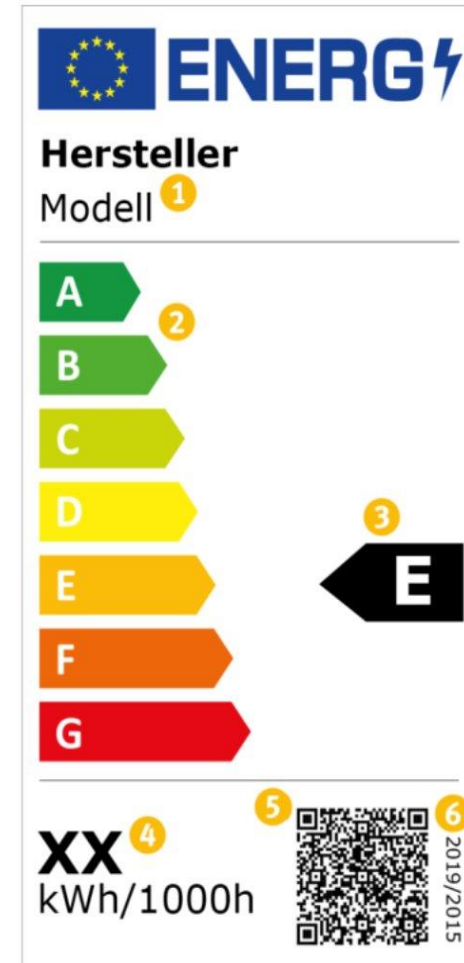
Als letztes Produktbild muss ein Bild zur Energieeffizienz hochgeladen werden. Laden Sie das Bild bitte unter "Bild für das Produkt" hoch.



## Beispiel: Leuchtmittelangabe

Auf der Abbildung der Energieverbrauchs-kennzeichnung für Lichtquellen muss Folgendes zu sehen sein:

- > die Energieeffizienzklasse
- > der Name der Marke und des Modells
- > der durchschnittliche Verbrauch in kWh/h
- > ein QR-Code, der zu Informationen über das Modell in der neuen EU-Produktdatenbank führt
- > Nummer der EU-Verordnung



### DAS ENERGIELABEL FÜR LAMPEN

- 1 Name des Herstellers und des Modells
- 2 Farbbalken zur Darstellung der Energieeffizienzklassen
- 3 Energieeffizienzklasse der Lampe
- 4 Stromverbrauch pro 1.000 Stunden
- 5 QR-Code führt zur Datenbank EPREL
- 6 Nummer der EU-Verordnung

Quelle: Europäische Kommission (energy labelling of products)

## 4.3. KI-generiertes Bildmaterial

KI-generierte Bilder bieten viele Möglichkeiten. Dennoch sind dabei einige Punkte zu beachten.

Bitte stellen Sie sicher, dass die kommerzielle Nutzung der Bilder von der KI-Plattform erlaubt ist. Bedenken Sie dabei auch die Rechte von Models.

Produkte werden in KI-generierten Bildern teilweise verändert. Stellen Sie Produkte auf jeden Fall realitätsgetreu dar.

Zu beachten gilt außerdem ein realistisches Aussehen der KI-generierten Modelbilder.

Für mehr Transparenz ergänzen Sie in der Produktbeschreibung, dass es sich um ein KI-generiertes Bild handelt.



## 5. Gutes Bildmaterial: Hauptbild

Das Hauptbild ist in der Produktvorschau zu sehen und als erstes unter den Produktdetails.

Idealerweise sollte das Hauptbild ein Moodbild sein. Alternativ empfehlen wir einen dezenten, einfarbigen Hintergrund in creme, beige, hellgrau oder weiß.

Das Produkt sollte im Mittelpunkt stehen und eindeutig erkennbar sein.

Auf dem Hauptbild dürfen keine Grafiken sein, da es sich sonst nicht zur Vermarktung eignet.



# Beispiel: Gute Hauptbilder

Moodbilder



Modelbilder



Freisteller



Hollowman



# Position Hauptbild

## Produktvorschau in der Kategorie



LANIUS  
Strickhose aus aus Bio-Merino-  
wolle  
**249,90 €**



LANIUS  
Strickhose aus aus Bio-Merino-  
wolle  
**249,90 €**



-30%  
LANIUS  
Culotte aus Bio-Baumwolle  
**111,90 €** UVP: 159,90 €  
30-Tage Bestpreis\*: 111,90 €



-30%  
LANIUS  
Marlenehose aus TENCEL Lyocell  
**118,90 €** UVP: 169,90 €  
30-Tage Bestpreis\*: 118,90 €

## Ansicht Einzelprodukt





**Marlenehose aus TENCEL Lyocell**  
LANIUS ⊕⊕⊕⊕⊕ Noch keine Bewertungen

Du sparst 30%  
**118,90 €** UVP: 169,90 €  
inkl. MwSt. (soweit erhoben)  
30-Tage-Bestpreis: 118,90 €

Farbe: anthra melange



Größe: 42

34 36 38 40 **42**

1  **In den Warenkorb** 

Verkauf und Versand durch: LANIUS  
Widerrufsbelehrung | Datenschutzerklärung | AGB | Impressum

**Kostenloser Versand innerhalb Deutschlands**  
Retourebedingungen  
Lieferzeit: in ca. 1-3 Werktagen

## 6. Gutes Bildmaterial: Weitere Bilder

Zeigen Sie Ihr Produkt auf den weiteren Bildern aus verschiedenen Perspektiven und machen Sie die Funktion des Produktes deutlich.

Gerade bei Textilien gilt: Zeigen Sie Details wie Innenfutter, Nähte, Muster, Knöpfe oder Applikationen.

Als letztes Bild sind Größentabellen und Bilder mit Infografiken möglich.

Sie können bis zu 12 Ansichten hochladen – nutzen Sie diese Möglichkeit gerne.



# Beispiel: Gute weitere Bilder

Modelbild  
ganzer Look



Modelbild  
Detaillook



Freisteller



Materialdetail



Materialdetail

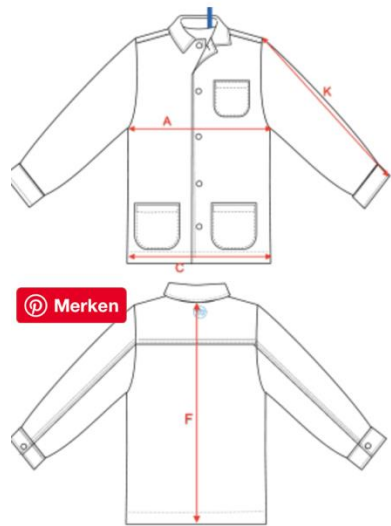


Moodbild

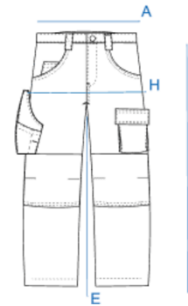


## Als letztes Produktbild sind Größentabellen möglich

Größentabellen sind wichtig, damit Kund:innen im Onlinehandel realistisch einschätzen können, welche Größe ihnen passt. Im besten Fall können so Auswahlkäufte und Retouren vermieden werden.



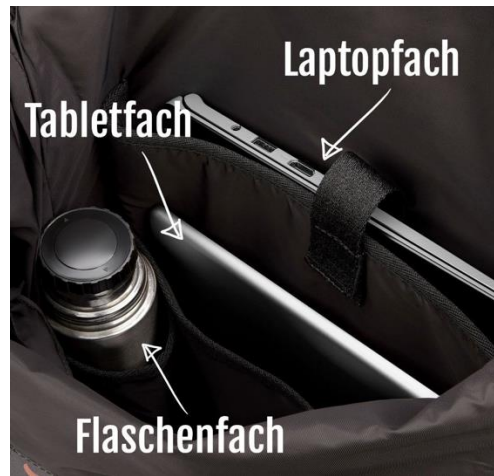
Jo Men Jacket	A	C	F	K
DE	Brustweite (cm)	Saumweite (cm)	Rückenlänge (cm)	Ärmellänge (cm)
<b>S (44/46)</b>	92	94	75,9	66
<b>M (48/50)</b>	100	102	77	67
<b>L (52/54)</b>	108	110	78,1	68
<b>XL (56/58)</b>	116	118	79,2	69
<b>XXL (60/62)</b>	124	126	80,3	70



BENN Herren Arbeitshosen	A	H	E	L
DE	Taille	Hüfte	Innenbeinlänge	Seitenlänge o. Bund
DE	cm / inch	cm	cm	cm
<b>46</b>	78 / 30	94	80	106
<b>48 (94)</b>	83 / 31	102	80 (+7)	106 (+7)
<b>50 (98)</b>	88 / 32-33	106	81 (+7)	107 (+7)
<b>52 (102)</b>	93 / 34-36	110	81 (+7)	107 (+7)
<b>54 (106)</b>	98 / 38	114	82 (+7)	108 (+7)
<b>56 (110)</b>	103 / 40	118	83 (+7)	109 (+7)
<b>58 (114)</b>	108 / 42	123	83 (+7)	110 (+7)
<b>60</b>	113 / 44	127	84	111
<b>62</b>	118 / 46	130	84	111

## Als letztes Produktbild sind Bilder mit Infografiken möglich

Grafiken können auf Bildmaterial Funktionen und Details der Produkte verdeutlichen. Bitte konzentrieren Sie sich bei Grafiken auf diese Aspekte. Werbebotschaften erlauben wir nicht, weitere Informationen dazu finden Sie auf Seite 44.



# Position weitere Bilder



## Bowling Shirt

Rotholz

⚪⚪⚪⚪⚪ Noch keine Bewertungen

**129,00 €**

inkl. MwSt. (soweit erhoben)

Größe: S

- XS
- S**
- M
- L
- XL
- XXL

Farbe: Navy



1

 In den Warenkorb



Verkauf und Versand durch: **ROTHOLZ**  
Widerrufsbelehrung | AGB | Impressum

Versand- und Retourebedingungen  
Lieferzeit: in ca. 1-3 Werktagen



## 7. Gutes Bildmaterial: Nach Kategorien

- > Schuhe
- > Pullover
- > Hemden
- > Hosen
- > Kleider
- > Taschen und Rucksäcke
- > Möbel
- > Heimtextilien
- > Pflegeprodukte
- > Dekoprodukte



## 7.1. Schuhe

- Mittig platzieren
- Auf richtige Reihenfolge achten
- Zu weit abstehende Schnürsenkel vermeiden
- Möglichst viele Perspektiven zeigen



## 7.2. Pullover

- Auf gleichmäßige Schultern und Ärmel achten
- Bund sollte gerade sein
- Vorzugsweise auch Rückansicht zeigen
- Close-Ups auf Material und Besonderheiten bereitstellen



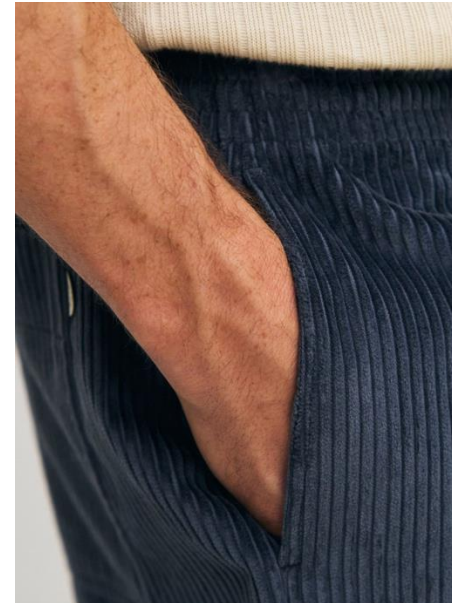
## 7.3. Hemden

- Vorder- und Rückansicht zeigen
- Close-Ups auf Kragen, Bündchen und Material bereitstellen
- Lifestyle/Moodbild als Outfitinspiration



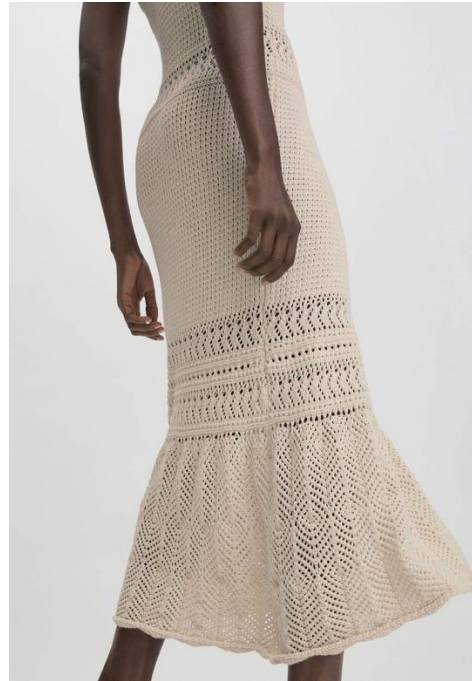
## 7.4. Hosen

- Möglichst an einem Model zeigen, um die Passform zu zeigen
- Optimalerweise symmetrische Beinform herstellen
- Vorder- und Rückansicht zeigen



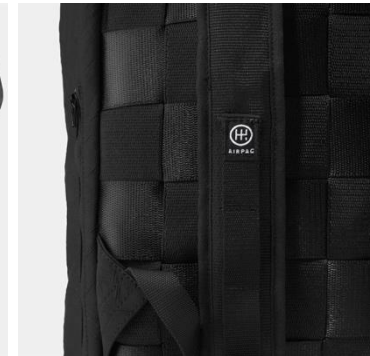
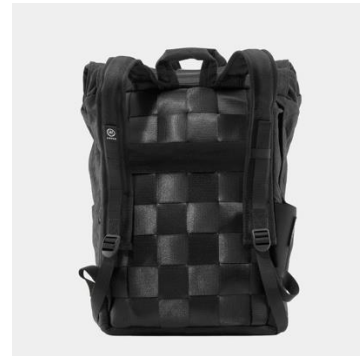
## 7.5. Kleider

- Innen-, Vorder- und Rückansicht zeigen
- Close-Ups auf Material, Bündchen, Knöpfe und andere Besonderheiten bereitstellen



## 7.6. Taschen und Rucksäcke

- Vorder- und Rückansicht, Seitenansicht, Innenansicht (komplette Tasche) zeigen
- Close-Ups auf Material, Verschluss, Tragegurt bereitstellen
- Optimalerweise Foto an Model wegen der Größenperspektive



## 7.7. Möbel

- In Benutzung in hellen, freundlichen Settings
- Funktionalität demonstrieren
- Von allen Seiten zeigen



## 7.8. Heimtextilien

- In Benutzung in hellen, freundlichen Settings zeigen zeigen
- Close-Ups auf Material
- Eindeutige Farb- und Motiverkennung



## 7.9. Pflegeprodukte

- Ästhetische Präsentation durch Set-up in sanfter Farbwelt, Pflanzen, etc.
- Geöffnet und verschlossen zeigen: Primärverpackung, Sekundärverpackung, z.B. Flasche und Karton, Makroaufnahmen vom Produkt (Optional: Textur-Swatch)
- In Anwendung zeigen, auch zum Größenvergleich (z.B. in der Hand)
- Lifestyle/ Moodbild (vermittelt Markenwert und Stimmung)



## 7.10. Dekoprodukte

- Nutzung im Raum: Moodbild, zum Größenvergleich
- Detailaufnahme (Oberfläche, Muster, Material)
- Seitenansicht, Perspektive
- Freigestellte Gesamtansicht
- Optional: Verpackung



## 8. Bildmaterial, das wir ablehnen

- > Liege- und Hängebilder (mit Ausnahmen)
- > Düstere oder zu grelle Bilder (siehe Erläuterung)
- > Collagen und mehrere Produktvarianten auf einem Bild (siehe Erläuterung)
- > Gruppenbilder (mit Ausnahmen)
- > Zeichnungen, Logos, Texte (mit Ausnahmen)



## Wir lehnen außerdem ab:



Gegenstände vor dem Gesicht



Schlecht belichtete unprofessionelle Bilder



Nicht enthaltenes Zubehör



Abbildungen, die nur Etiketten zeigen



Unkenntlich gemachten Personen



Produkt ist kleiner als 80% der Bildfläche



Abbildung, die nur die Verpackung zeigt



Bildränder oder Rahmen

## 8.1. Liege- und Hängebilder

### Nicht erwünscht:

#### Liegebilder



#### Auf Kleiderbügeln



- > Liege- und Hängebilder sind nicht erlaubt
- > Ebenso darf Kleidung nicht auf Puppen oder Bügeln abgebildet werden
- > **Ausnahme:** Bei Kindermode sind Liegebilder erlaubt. Doch auch hier gilt: Keine Kinderkleidung auf Puppen, Bügeln oder nachträglich retuschierten Bügeln

## 8.2. Düstere oder grellbunter Hintergrund

### Nicht erwünscht:

Düstere Farbgebung



Grellbunter Hintergrund



- > Ein düsterer, unruhiger oder sehr greller Hintergrund ist nicht erwünscht, da er sich nicht gut in die Gesamtansicht der Kategorien einfügt und sich damit nicht für die Vermarktung unsererseits eignet
- > **Stattdessen** empfehlen wir einen ruhigen, hellen, cleanen Hintergrund, um Ihr Produkt für die Vermarktung optimal darzustellen

## 8.3. Collagen, mehrere Produktvarianten

### Nicht erwünscht:

Mehrere Ansichten



Mehrere Farben



- > Mehrere Produktansichten auf einem Bild sind nicht erwünscht
- > Jede Farbvariante eines Produktes muss als einzelnes Bild gezeigt werden
- > Nur Bilder von angebotenen Varianten dürfen gezeigt werden
- > Mehrere Farbvarianten auf einem Bild sind nicht erwünscht
- > **Ausnahme:** Auf dem letzten Bild dürfen die Farbvarianten zusammen gezeigt werden

## 8.4. Gruppenbilder

Generell sind Gruppenbilder nicht erlaubt – alle Produkte müssen einzeln zu sehen sein.

### Ausnahmen:

- > Das Produkt ist ein Unisex-Artikel
- > Die abgebildeten Produkte werden als Set verkauft
- > Das Gruppenbild wird als letztes Bild angeordnet

## 8.5. Zeichnungen, Logos, Texte

Generell sind keine Logos, Wasserzeichen, Markennamen, Texte, Grafiken, Werbebotschaften\* oder Siegel in das Foto einzufügen, insbesondere nicht auf dem Hauptbild, da sich die Bilder dann nicht für die Vermarktung unsererseits eignen.

### Ausnahmen:

- > Bestimmte Siegel\*\* oder produktrelevante Erklärungen sind einzeln als letztes Bild erlaubt
- > Grafische Erläuterungen von Funktionen und Produktdetails auf dem letzten Bild (siehe Seite 25)
- > Größentabellen und technische Zeichnungen/ Flats sind als letztes Bild erlaubt

\*Unter Werbebotschaften verstehen wir: Calls-to-Action (z. B. "Kaufen"), werbliche Beschreibungen ("optimal", "am besten"), Sonderangebote, Overlays, Barcodes, Markenname oder -logo.

\*\*Bestimmte Siegel erlauben wir auf dem letzten Bild: GOTS, IVN Best, FairWear, Cradle to Cradle, Fairtrade, Cosmos, Natrue. Für weitere Infos wenden Sie sich bitte an freischaltung@avocadostore.de.

**Bitte wenden Sie sich bei Fragen an:**

**[freischaltung@avocadostore.de](mailto:freischaltung@avocadostore.de)**