

# Konfiguration

Shopware bietet zahlreiche Einstellungs- und Konfigurationsmöglichkeiten um Deinen Shop genau nach Deinen Wünschen und Anforderungen zu gestalten.

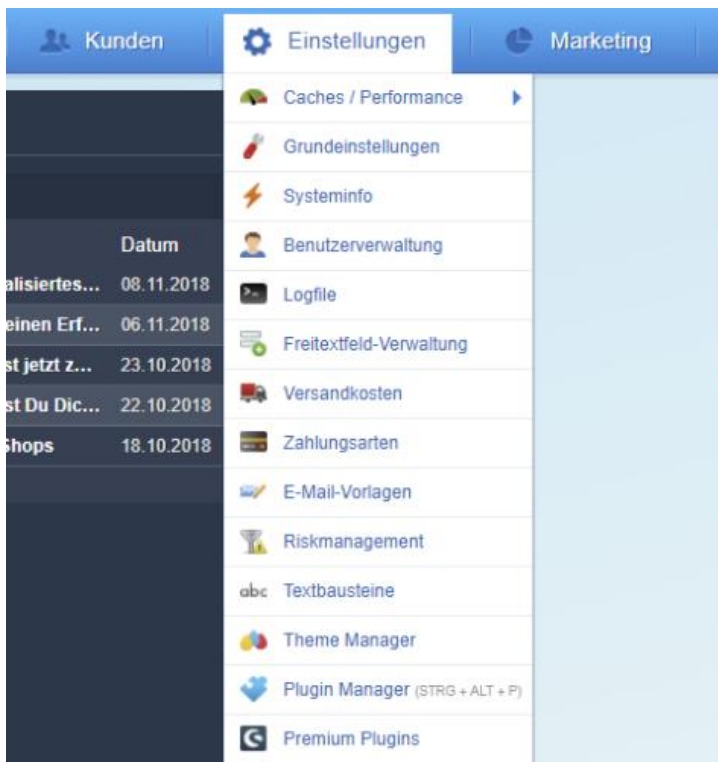
In diesem Bereich unserer Dokumentation befassen wir uns mit genau diesen Konfigurationsmöglichkeiten.

Außerdem wird beschrieben, wie Du zahlreiche Elemente wie Artikel, Marketingoptionen, Blogbeiträge, Einkaufswelten und viele mehr erstellen kannst.

# Einstellungen

Dieser Bereich der Dokumentation enthält Beschreibungen zu den grundlegenden Einstellungen in Shopware. Hier beschreiben wir Dir wie Du die Hintergrundprozesse und allgemeinen Einstellungen für Deinen Shop konfigurieren kannst.

Alle Mechanismen wie E-Mails, Suchen, Versand- und Zahlungsarten aber auch Informationen wie Währung, Länder uvm. bieten Dir in Summe eine große Menge an Auswahlmöglichkeiten um Deinen Shop speziell auf Deinen Kundenkreis anzupassen.



## Cache / Performance-Modul

### Übersicht

Der Cache ist ein Zwischenspeicher für Datenbankabfragen, Template-Dateien sowie Textblöcke und dient der Performancesteigerung. Daten die im Shopcache zwischengespeichert werden erfordern keine erneute Abfrage in der Datenbank.

**Performance**

Start **Cache** Einstellungen

Erfahre Genaueres über das Performance-Modul in unserer [Dokumentation](#).

Cache-Verzeichnis Informationen

Name	Backend	Verzeichnis	Dateien	Größe	Freier Speicher	Meldung
Shopware configuration	Apcu		2393	2.73 MB	29.14 MB	✓
Http-Reverse-Proxy	shopware="ESI/1.0"...	var/cache/production_201708...	0	0 B	17.19 GB	✓
Shopware templates		var/cache/production_201708...	949	9.45 MB	17.19 GB	✓
Shopware theme		web/cache/	20	16.63 MB	17.19 GB	✓
Shopware Proxies		var/cache/production_201708...	97	662.6 KB	17.19 GB	✓
Doctrine Proxies		var/cache/production_201708...	21	311.97 KB	17.19 GB	✓
Zend OPcache			2222	45.9 MB	16.57 MB	✓

Neu laden

Welche Bereiche sollen geleert werden?

Shopware Konfiguration  
Cache für Einstellungen / Snippets etc.

Template-Cache  
Cache für kompilierte Templates Dateien

Themes kompilieren  
Kompiliert die Theme Dateien

Http-Proxy-Cache  
Cache für HTTP-Reverse-Proxy, falls aktiv

Proxies und Meta-Daten  
Cache für Proxy-Objekte

Cache Suchfunktion  
Cache für Suchergebnisse und Index

Index SEO-UrIs  
Cache für SEO-Routen und Index

Alle auswählen **Leeren**

---

**Performance**

Start **Cache** Einstellungen

Einstellungen

- Algemein
  - Performance checks
  - HTTP-Cache
  - Themes
  - SEO
  - Suche**
  - Kategorien
  - Filter
  - Stammap
  - Verschiedenes
- Marketing
  - Topseller
  - Empfehlungsmarketing

Information

Der Such-Index in Shopware wird *zeitversetzt* aufgebaut. Du kannst diesen Prozess an dieser Stelle manuell auslösen und zusätzlich konfigurieren, ob der Such-Index in Echtzeit oder via Cronjob aktualisiert werden soll.

Konfiguration

**Such-Index neu aufbauen**

Aktualisierungsstrategie:  ?

Cache-Zeit:

Suchanfragen protokollieren:

Letzte Index-Aktualisierung: 09.03.2021 11:01

**Speichern**

Das zentrale "Caches / Performance"-Modul findest Du direkt unter dem Punkt "Einstellungen" in Deinem Backend. Dieses ist aufgeteilt in drei Bereiche:

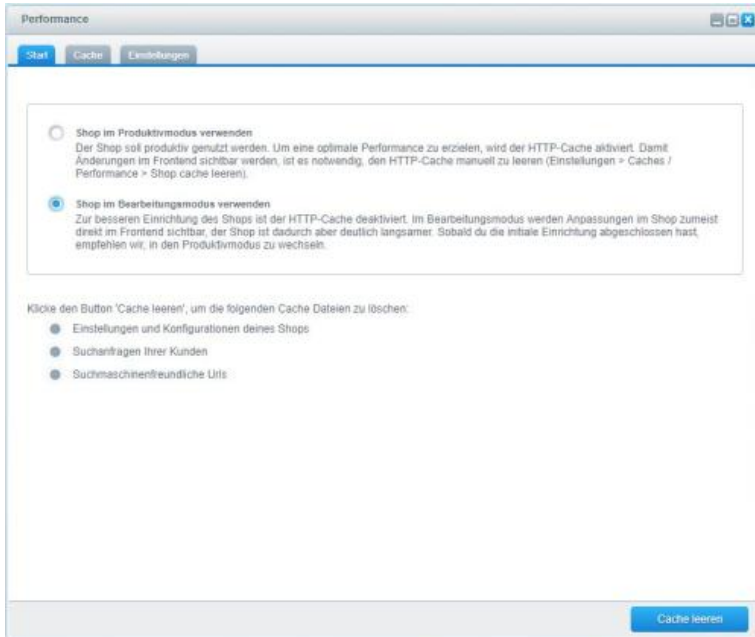
- **Start** - Vereinfacht das Cache Handling und die Einstellungen
- **Cache** - Übersicht über die Cache-Verzeichnisse, deren Größe und deren Rechte (volle Schreib- und Leserechte erforderlich). Zudem können gezielt Teilbereiche aktualisiert werden.
- **Einstellungen** - Definition der Aktualisierungsstrategie des einzelnen Cache-Bereichs, manuelle Erneuerung. Aktivieren/Deaktivieren einzelner Bereiche im System.

## Cache-Verzeichnis

Mit Shopware 5 wurde das Caching vereinfacht. Das gesamte /cache Verzeichnis muss nun komplett beschreibbar sein, da Shopware pro Revision einen separaten Cache-Ordner anlegt und diesen verwendet.

Das bedeutet, dass beim Update automatisch ein neuer Ordner angelegt und genutzt wird. Cache leeren nach dem Update gehört somit der Vergangenheit an. Ebenso hat das Staging-System nun ein separates Cache Verzeichnis, ebenso pro Revision.

## Start



Der Start-Tab dient dazu, den Cache Modus zu definieren

- **Produktivmodus** - Der Produktivmodus sollte aktiviert werden, wenn keine Anpassungen am Template mehr gemacht werden und der Shop produktiv betrieben wird. Da der HTTP-Cache hier automatisch aktiviert wird, wirken sich Änderungen (Preise, Themeanpassungen etc.) erst später aus.
- **Bearbeitungsmodus** - Der Bearbeitungsmodus dient der Einrichtung und Konfiguration von Shopware, da Anpassungen am Template oder an den Grundeinstellungen zumeist direkt im Frontend sichtbar werden. Da der HTTP-Cache hier nicht aktiv ist, wird der Shop jedoch auch wesentlich langsamer.

## Cache

- **Shopware Konfiguration** - Aktualisierung von Grundeinstellungen und Textbausteinen
- **Proxies und Meta-Daten** - Leerung der Proxy-Ordner
- **Smarty-Template-Cache** - Aktualisierung der Frontend-Templates
- **Cache Suchfunktion** - Leerung der Suche - Durch erste Suchanfrage im Frontend wird der Cache neu aufgebaut
- **Theme-Cache** (Ab Shopware 5) - Leeren des kompilierten Themes. Nach dem Leeren erscheint ein Popup, welches den Theme Cache erneut aufbauen kann. *Nach neu aufbauen wird der HTTP-Cache geleert.*
- **Http-Proxy-Cache** - Frontend-HTTP-Caches zurücksetzen (Leeren des Cache-Verzeichnisses)

- **Index-SEO-Urls** - Neue SEO-Urls erzeugen

## Einstellungen

### Performance checks

Hier werden Dir serverseitige Optimierungsmaßnahmen angezeigt.

- **APCu aktiviert:** Optional kann APCu benutzt werden
- **Zend OPcache aktiviert:** Optional kann der Zend OPcache aktiviert werden
- **PHP Version:** Benutze eine php-Version  $\geq 5.4$  (Ab Shopware 5 wird hier nur der Haken gesetzt, wenn die aktuellste stabile PHP-Version aktiviert ist.)

Name	Value
APCu aktiviert	✘
Zend OPcache aktiviert	✘
PHP Version	✔

Bitte beachte, dass es sich hierbei nur um Vorschläge für optionale Optimierungsmaßnahmen handelt. Fehlende optionale Einstellungen haben keinerlei Auswirkung auf die Funktionsfähigkeit von Shopware.

### HTTP-Cache

Der HTTP-Cache ist standardmäßig enthalten. Um diesen nutzen zu können, muss er lediglich über das Backend aktiviert werden.

### Cache Warmer

Über den Cache Warmer kann der HTTP-Cache komplett aufgewärmt werden. Damit werden, vereinfacht ausgedrückt, alle Seiten des Shops einmal aufgerufen und damit in den Cache geladen. Würde das nicht über den Cache Warmer passieren, würde sich der Cache beim Besuch eines Benutzers aufbauen und dann in einer erheblich längeren Ladezeit resultieren. Um den Benutzer diese Wartezeit zu ersparen, kannst du den Cache selbst aufwärmen.

Sofern der HTTP-Cache aktiv ist, kannst du ihn über den blauen Button "Cache aufwärmen" aufwärmen, also füllen. Klicke auf den Button und wähle im sich öffnenden Popup den gewünschten Shop aus und klicke auf "Vorgang starten". Der Cache wird dann aufgewärmt.

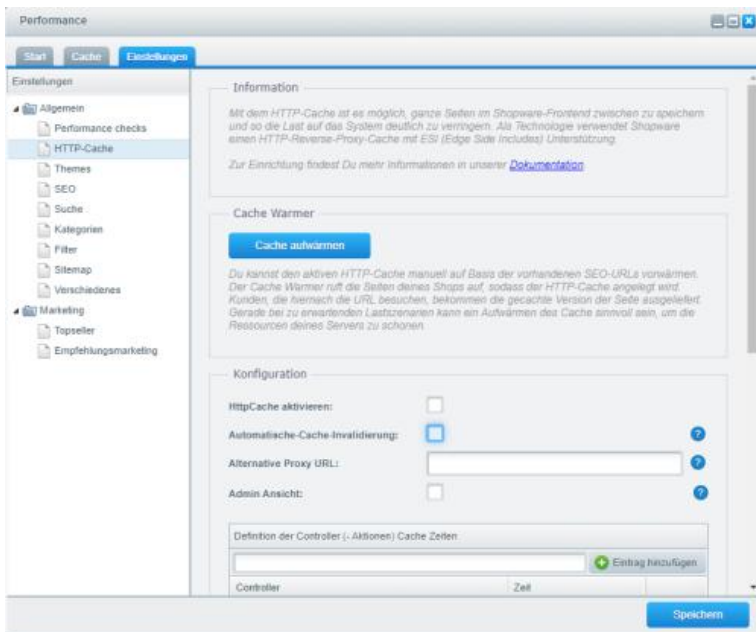
**Stapelgröße:** Das sind die Anzahl der Aufrufe, die vom Server abgearbeitet werden.

**Parallelität:** Wähle hier aus, wie viele Prozesse parallel am Cache-Warmup arbeiten sollen. Je nach Server können mehr oder auch weniger parallele Prozesse sinnig sein, teste hier einfach, welche Einstellung die schnellsten Ergebnisse liefert.

**Erweiterte Einstellungen:** Hier kannst du festlegen, welche Seiten deines Shops aufgewärmt werden sollen. Mit einem Klick auf "Als Standard speichern" speicherst du die aktuelle Konfiguration für zukünftige Ausführungen.

## HTTP-Cache aktivieren und konfigurieren

Klicke als erstes im Backend-Menü auf **Einstellungen > Caches / Performance** und wechsele dann in den Reiter **Einstellungen**. Dort findest Du den Menüpunkt **HTTP-Cache**.



Durch aktivieren der Checkbox **HTTP-Cache aktivieren** wird dieser aktiviert und ab diesem Zeitpunkt jeglicher Cache über das Plugin abgewickelt.

Als Konfigurationsoptionen stehen Dir hier die automatische Cache-Invalidierung, Alternative Proxy URL und die Admin-Ansicht zur Verfügung:

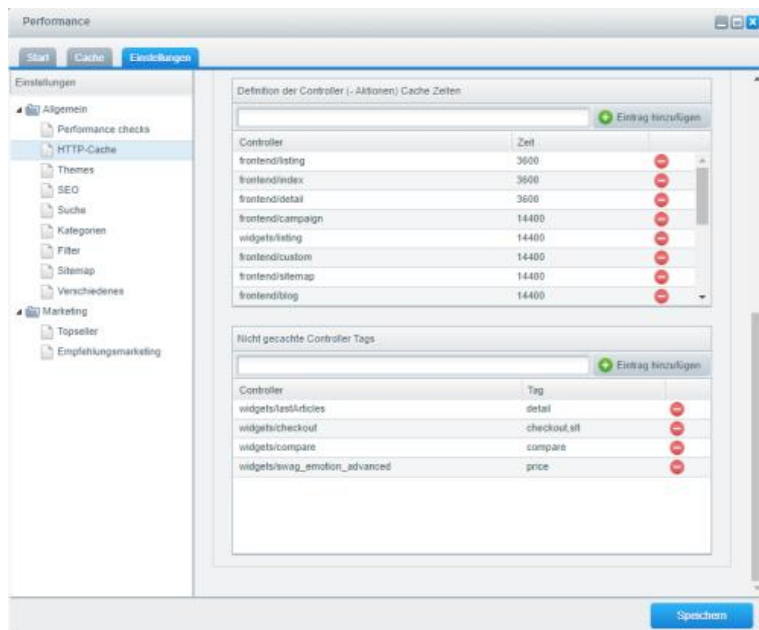
- Die automatische Cache-Invalidierung bewirkt, dass der Cache der Artikeldetailseite beim Ändern des Artikels zerstört wird, sodass er beim nächsten Aufruf wieder neu aufgebaut wird. In der Praxis äußert sich dies so, dass zB Änderungen der Produktbeschreibung nicht erst die Caching-Zeit durchlaufen muss und erst dann aktualisiert wird, sondern die Änderung direkt nach dem Speichern im Frontend umgesetzt wird.
- Die alternative Proxy URL gibt Dir die Möglichkeit, einen gewünschten Proxy auszuwählen, falls Du zB. mit Varnish arbeitest.
- Unter der Admin-Ansicht verbirgt sich die Option, dass Artikeldetailseiten grundsätzlich nicht mehr gecached werden, werden diese aus dem Backend heraus geöffnet (zB. über Das Kundenmodul > Kunde öffnen > Bestellung durchführen)

### Definition der Cache-Zeiten:

- Hier kannst Du die Cache-Zeiten des Shops selbst festlegen. Die Angaben werden hier immer in Sekunden eingetragen und geben an, wie lange ein Controller im Cache gehalten wird. Ist diese Zeit abgelaufen, wird der Cache für diesen Controller beim nächsten Seitenaufruf neu generiert und abgelegt.
- Gleiches gilt umgekehrt für die nicht gecachten Controller Tags. Hier werden einzelne Bereiche der Seite nicht gecached, wie im Screenshot die Preise auf der Artikeldetailseite und im Listing
- Bei **Definition der Controller (- Aktionen) Cache Zeiten** solltest du lediglich Controller eingeben bei denen es sinnvoll ist diese zu Cache, wie z.B. das Listing. Sinnvoll sind Controller an denen im Normalfall über eine etwas längere Zeit keine Änderungen durchgeführt werden und diese dann durch das Caching schneller geladen werden können.

Bei **Nicht gecachte Controller Tags** steuerst du, wann **eine gecachte Controller(-Aktion)**, die oben definiert ist, nicht mehr gecacht werden soll. Hier kannst du mit verschiedenen Tags arbeiten (slt = kunde hat den "eingelogggt bleiben" status, "checkout" => der kunde hat produkte im checkout, etc.) Die Tags kannst du innerhalb einer Session finden, z.B. ist im Standard die Startseite mit dem Tag "price" geflaggt. Folgende Tags stehen zur Auswahl:

- **slt** = Kunde ist eingeloggt
- **checkout** = Kunde hat Artikel in den Warenkorb gelegt
- **Compare** = Kunde hat einen Artikel im Vergleich



Genauere Informationen und tiefgreifendere Informationen erhältst Du in unserer [Developer Dokumentation zum HTTP-Cache](#).

Bitte beachte, dass der HTTP-Cache nicht mit der Blätterfunktion auf der Artikeldetailseite kompatibel ist. Solltest Du also das Kategorie-Listing nach Preis sortiert haben und den ersten Artikel anklicken, wird in der Detailansicht wieder nach Einstelldatum sortiert.

## Theme Cache

Über diesen Menüpunkt kann der Theme Cache neu aufgebaut werden. Bitte beachte, dass nach Aufbauen des Theme-Caches der HTTP-Cache komplett geleert wird.

## SEO

An dieser Stelle kann die Aktualisierungsstrategie der suchmaschinenfreundlichen URLs definiert werden. Die Standardeinstellung ist **Live**. Hierbei werden die URLs dynamisch nach Ablauf des Caching-Intervalls geprüft und neue hinzugefügt. Der Ablauf ist hier identisch zu Shopware Versionen < 4.1. Als Strategie gibt es zudem **Manuell** und **Cronjob**. Die automatische Generierung von SEO-URLs ist bei diesen Einstellungen deaktiviert. Die URLs werden ausschließlich per Cronjob aktualisiert (z.B. nachts) oder manuell. Die manuelle Ausführung/Aktualisierung wird über den Button darüber angestoßen. Die URLs können dann per



Stapelverarbeitung für den gewünschten Shop komplett abgearbeitet werden.

## Suche

An dieser Stelle kann die Aktualisierungsstrategie des Suchindexes definiert werden. Die Standardeinstellung ist **Live**. Hierbei wird der Suchindex nach Ablauf der hinterlegten Intervalls neu erstellt (durch Aufruf der Suche im Frontend). Der Ablauf ist hier identisch zu Shopware Versionen < 4.1. Als Strategie gibt es zudem **Manuell** und **Cronjob**. Die automatische Generierung des Suchindexes ist bei diesen Einstellungen deaktiviert. Der Suchindex wird ausschließlich per Cronjob aktualisiert (z.B. nachts) oder manuell. Die manuelle Ausführung/Aktualisierung wird über den Button darüber angestoßen.

## Kategorien

- **Kategoriebaum neu aufbauen:** Hierbei handelt es sich um eine Reparaturfunktion, die nicht für den regelmäßigen Einsatz gedacht ist und welche die Kategorien, ihre Verknüpfungen und die Zuordnung der Artikel neu vornimmt und dabei repariert.
- **Kategorien im Batch-Modus verschieben:** Bei großen Operationen und strukturellen Änderungen ist der Batch-Modus sehr geeignet.
- **Standardsortierung:** Hier kann die Standardsortierung der Listings definiert werden. Die Sortierung nach Erscheinungsdatum bezieht sich hierbei auf das Feld "Einstelldatum aus dem Artikel.
- **Artikel pro Seite:** Anzahl der Artikel pro Seite in der Kategorie

## Filter

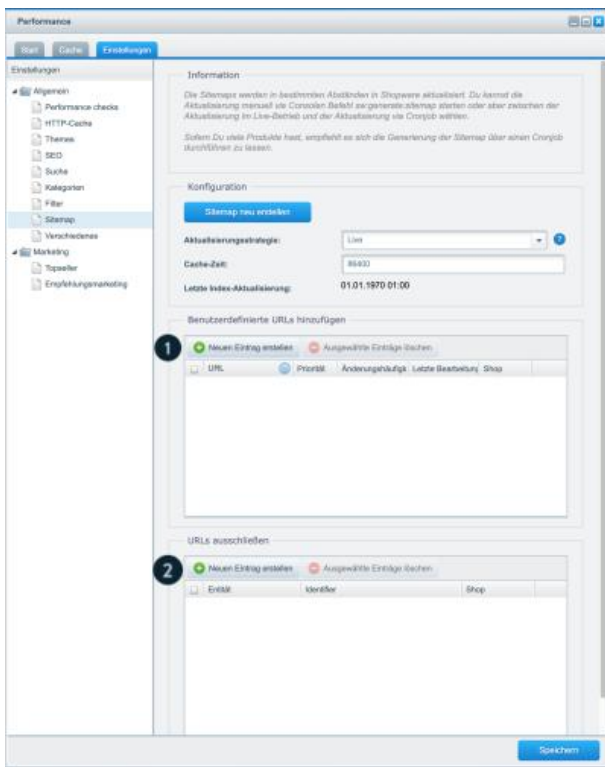
Der Listing Modus ist über eine Drop-Down-Liste auswählbar:

- **Filterbutton anzeigen:** Die auf die gewählten Filter zutreffenden Artikel werden erst nach einem Klick auf den Filterbutton geladen
- **Produkte live nachladen:** Bereits beim Setzen des ersten Filters werden direkt die auf den Filter zutreffenden Produkte geladen. Es können anschließend alle weiteren Filter gesetzt werden, dies kann dazu führen, dass nicht zutreffende Filterkombinationen gewählt werden und somit keine Artikel gelistet werden.
- **Produkte & Filter live nachladen:** Beim Setzen des ersten Filters werden direkt die auf den Filter zutreffenden Produkte geladen und zusätzlich werden alle Filter, die keine mögliche Kombination mit dem bereits gesetzten Filter aufweisen, deaktiviert.

Im Standard ist hier die erste Option "Filterbutton anzeigen" aktiv.

## Sitemap

Lege hier fest, wie und wann die Sitemap generiert werden soll. Über die Cache-Zeit kannst Du definieren, dass die Sitemap nicht zu häufig (z.B. bei jedem Aufruf) neu generiert wird. Die Zeitangabe erfolgt in Sekunden.



**(1)** Füge benutzerdefinierte URLs hinzu. Sobald Du eine individuelle URL hinzufügst, kannst Du diese bei Bedarf priorisieren. Außerdem kannst Du auch die Änderungshäufigkeit einzelner URLs bestimmen. Nie, Stündlich, Täglich, Wöchentlich, Monatlich, Jährlich oder Nie sind die Auswahlmöglichkeiten. Zuletzt kannst Du den URLs noch den Shop zuweisen.

**(2)** Du kannst ebenfalls URLs von der Sitemap ausschließen. Wähle hier zunächst die Entität, aus welcher Du URLs ausschließen willst und im Anschluss den passenden Identifier. Möchtest Du beispielsweise eine bestimmte Artikel-URL ausschließen, wählst Du als Entität "Produkte" und als Identifier den entsprechenden Artikel.

## Verschiedenes

- **Deaktiviert die Shopware eigenen Statistiken:** Im Frontend werden keine Besucher/Seitenzugriffszahlen etc. erfasst
- **Zuletzt angesehene Artikel anzeigen:** Standardeinstellung = aktiv
- **Anzahl zuletzt angesehener Artikel:** Standardeinstellung = 5
- **Artikel Navigation deaktivieren:** Standardeinstellungen = inaktiv (Vor-/Zurück-Blätterfunktion Detailseite)

## Topseller

- **Index neu aufbauen:** Es werden alle Daten im Shop neu berechnet und gecached
- **Topseller im Shop anzeigen:** Die Topseller können über diesen Punkt im Shop deaktiviert werden
- **Topseller gültig für n Tage:** Wert muss > 0 sein

- **Bestellungen der letzten n Tage berücksichtigen:** Auf Basis der Bestellungen der letzten n Tage ermittelt Shopware die Topseller
- **Aktualisierungsstrategie:** Lege fest, ob die Aktualisierung Live, per Cronjob oder manuell erfolgen soll
- **Pseudo Verkäufe berücksichtigen:** In den Artikelstammdaten können Pseudo-Verkäufe eingetragen werden. Ist dieses aktiv, so hast Du über die Pseudo-Verkäufe Einfluss auf die Topseller-Artikel.

## Empfehlungsmarketing

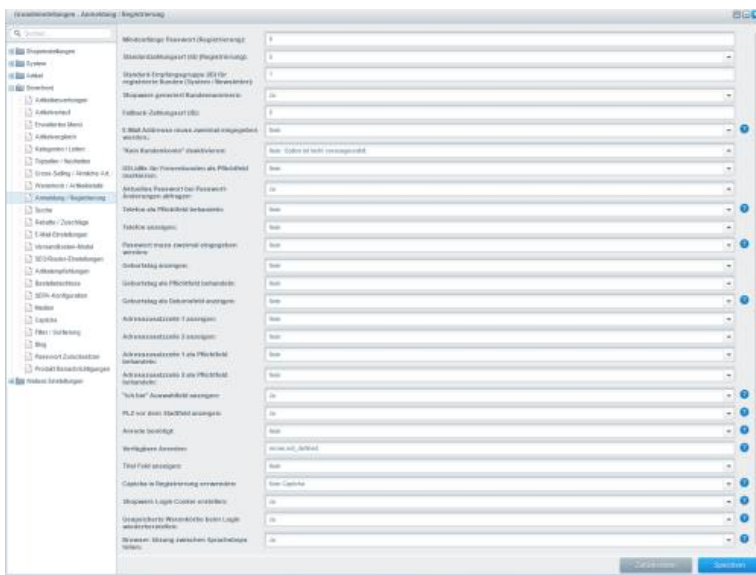
- **Kunden kauften auch Index neu aufbauen:** Es werden alle Artikelkäufe neu berechnet. Neuberechnung kann u.U. sehr speicherintensiv sein.
- **Kunden kauften auch:** Aktiviert die *Kunden kauften auch* Box auf der Artikeldetailseite
- **Kunden haben sich ebenfalls angesehen Index neu aufbauen:** Neuberechnung der Artikel, welche andere Kunden im Zusammenhang sich angeschaut haben. Neuberechnung kann u.U. sehr speicherintensiv sein.
- **Kunden haben sich auch angesehen:** Über diese Funktion kannst Du das Speichern der Daten beim Abschließen einer Bestellung deaktivieren. Dies bietet sich an, wenn Du die Funktion nicht benötigst und häufig Bestellungen mit sehr vielen Positionen im Shop hast, da jegliche Kombinationen aktualisiert werden müssen.
- **Anzeigen:** Die Box *Kunden haben sich ebenfalls angesehen* wird auf der Artikeldetailseite angezeigt
- **Neu generieren nach x Tagen:** Definiert den Zeitraum nach welcher eine Neuberechnung der Artikel erfolgen soll
- **Aktualisierungsstrategie:** Live (on the Fly), Cronjob (Ausführung des Cronjob Similiar shown article refresh), Manuell (Aktualisierung über *Index neu aufbauen*)

## Anmeldung / Registrierung

In diesem Artikel erfährst Du mehr zu der Konfiguration der Anmeldung/Registrierung innerhalb Shopware und wie Du individuelle Anreden pflegen kannst. Du kannst dabei selbst bestimmen, welche Anreden in welchen Shops zur Verfügung stehen.

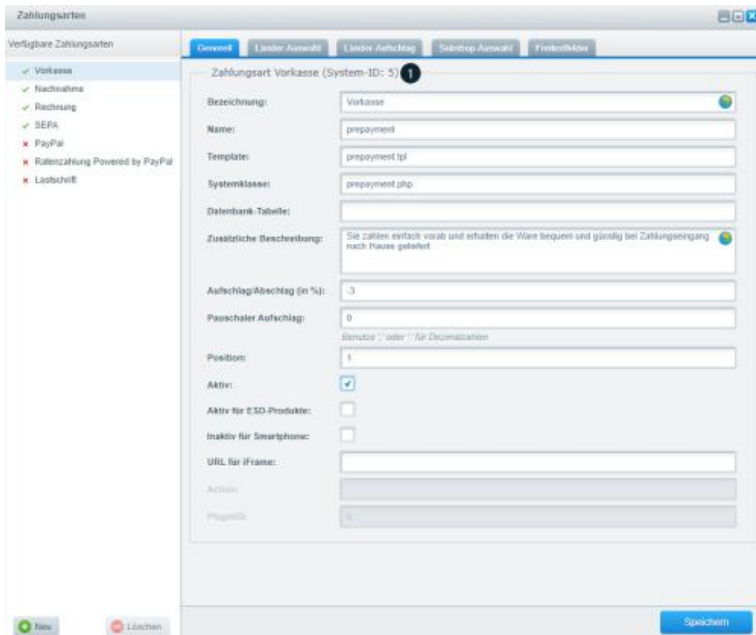
### Anmeldung / Registrierung

Diese Konfiguration findest Du unter **Grundeinstellungen > Storefront > Anmeldung/Registrierung**. Dort kannst Du alle Einstellungen treffen, die thematisch mit der Registrierung in Deinem Shop zusammenhängen.



- **Mindestlänge Passwort:** Mindestlänge des Passworts, welches der Kunde bei der Registrierung hinterlegen muss.
- **Standardzahlungsart (ID):** Standard-Zahlungsart für Neukunden. Bitte hinterlege hier die ID aus der Datenbanktabelle **s\_core\_paymentmeans**.

Diese ID wird Dir auch in der Administration unter **Einstellungen > Zahlungsarten** bei der jeweiligen Zahlungsart in Klammern (**1**) angezeigt.



Als Standard- und Fallback-Zahlungsart sollten keine beschränkten Zahlarten wie Lastschrift oder SEPA Lastschrift hinterlegt sein - besser wäre hier z.B. Vorkasse zu wählen (Standard-ID Vorkasse 5)

- **Standard-Empfangsgruppe (ID) für nicht registrierte Kunden (System / Newsletter):** Wenn ein Kunde sich nicht im Shop registriert, sondern nur für den Newsletter, wird hier dem Kunden nach der Registrierung eine Empfängergruppen-ID für das Abonnieren des Newsletters hinterlegt.

- **Shopware generiert Kundennummern:** Hier die Einstellung auf "Ja" setzen, damit Shopware den Kunden beim Registrierungsprozess automatisch eine Kundennummer vergibt.
- **AGB - Checkbox auf Kassenseite deaktivieren:** Wenn Du diese Option auf "Nein" setzt, so wird die AGB-Kundenbestätigung auf der Kassenseite deaktiviert.
- **Datenschutz-Bedingungen müssen über Checkbox akzeptiert werden:** Hier kannst Du bestimmen, ob auf der Registrierungsseite in der Storefront die Datenschutz-Bedingung über eine Checkbox akzeptiert werden soll.
- **Fallback-Zahlungsart (ID):** Hier hinterlegst Du die Zahlungsart, welche im Alternativfall verwendet werden soll, wenn die Standard- oder ausgewählte Zahlungsart nicht verfügbar ist. Dieses kann bspw. bei einer Regelung im Riskmanagement vorkommen.
- **E-Mail Adresse muss zweimal eingegeben werden.:** Hier wird in der Registrierungsmaske die E-Mail-Adresse des Kunden zweimal abgefragt und auf Übereinstimmung geprüft.
- **"Kein Kundenkonto" deaktivieren:** Wenn die Einstellung auf "Ja" steht, so kann der Kunde eine Bestellung nur mit einem Kundenkonto durchführen.
- **USt-IdNr. als Pflichtfeld markieren:** Ist diese Einstellung auf "Ja" eingestellt, wird das Feld "USt-IdNr." in der Registrierung als Pflichtfeld markiert. Dies gilt nur für die Händlerregistrierung bzw. für die Registrierung von Firmenkunden.
- **Aktuelles Passwort bei Passwort-Änderungen abfragen:** Bei "Ja" wird zur Sicherheit erneut das aktuelle Passwort abgefragt, bevor diese Änderung durchgeführt wird.
- **Telefon als Pflichtfeld behandeln:** Wenn Telefonnummer kein Pflichtfeld ist, so passe bitte den Textbaustein in der Textbausteinverwaltung an und entferne das Sternchen.
- **Telefon anzeigen:** Mit dieser Einstellung kannst Du das Rufnummernfeld in der Registrierung ausblenden.
- **Passwort muss zweimal eingegeben werden:** Wenn hier "Nein" eingestellt ist, muss das Passwort in der Registrierung nur noch einmal eingegeben werden.
- **Geburtstag anzeigen:** Mit dieser Einstellung kannst Du das Feld "Geburtstag" in der Registrierung ausblenden.
- **Geburtstag als Pflichtfeld behandeln:** Mit dieser Einstellung kannst Du das Feld "Geburtstag" als Pflichtfeld markieren.
- **Adresszusatzzeile 1 anzeigen:** Mit dieser Einstellung kannst Du das Feld "Adresszusatzzeile 1" in der Registrierung ausblenden.
- **Adresszusatzzeile 2 anzeigen:** Mit dieser Einstellung kannst Du das Feld "Adresszusatzzeile 2" in der Registrierung ausblenden.
- **Adresszusatzzeile 1 als Pflichtfeld behandeln:** Mit dieser Einstellung ist es möglich, das Feld "Adresszusatzzeile 1" als Pflichtfeld markieren.
- **Adresszusatzzeile 2 als Pflichtfeld behandeln:** Mit dieser Einstellung kannst Du das Feld "Adresszusatzzeile 2" als Pflichtfeld markieren.
- **"Ich bin" Auswahlfeld anzeigen:** Mit dieser Einstellung besteht die Möglichkeit, die Auswahl "Ich bin" in der Registrierung ausblenden.
- **PLZ vor dem Stadtfeld anzeigen:** Hier kannst Du definieren, ob das Feld "PLZ" vor **(JA)** oder hinter **(NEIN)** dem Feld "Ort" angezeigt werden soll.
- **Anrede benötigt:** Mit dieser Option kannst Du wählen, ob ein Kunde bei der Registrierung eine Anrede angeben muss.

- **Verfügbare Anrede:** Definiert, welche Anreden im Shop zur Verfügung stehen sollen. Die Anreden sind Keywords, deren jeweiliges Sprachmapping in den Textbausteinen unter dem Namespace "frontend/salutation" hinterlegt ist.
- **Titel Feld anzeigen:** Zeigt das Eingabefeld für Titel bei allen Adressformularen an.
- **Captcha in Registrierung verwenden:** Wenn diese Option aktiviert ist, wird ein Captcha zur Registrierung verwendet. Empfohlen wird hierfür das Honeypot-Captcha.
- **Shopware Login Cookie erstellen:** Sobald Du diese Option aktiviert hast, wird ein Cookie gespeichert, an dem der Benutzer wieder identifiziert werden kann. Genauere Informationen hierzu findest Du in unserem Wiki-Artikel zum [Shopware Login Token](#).
- **Gespeicherte Warenkörbe beim Login wiederherstellen:** Der Warenkorb wird wiederhergestellt, wenn dieser beim Login leer ist.
- **Browser-Sitzung zwischen Sprachshops teilen:** Wenn diese Option aktiv ist, wird die Browser-Sitzung zwischen Sprachshops geteilt. Somit verliert Dein Kunde seinen Warenkorb beim Wechsel zwischen den Sprachshops nicht. Wenn aber Artikel in einzelnen Sprachvarianten nicht vorhanden sind, werden diese aus den Warenkörben entfernt und können innerhalb der Sitzung nicht wiederhergestellt werden.

## Anreden definieren

Als Erstes solltest Du überlegen, welche Anreden Du gerne nutzen möchtest. Dabei kannst Du Dir direkt ein Kürzel für jede Anrede überlegen, da Du das zur internen Zuordnung brauchst.

### Kürzel definieren

In einem ersten Schritt gilt es, die Kürzel für die Anreden in den Grundeinstellungen zu definieren.

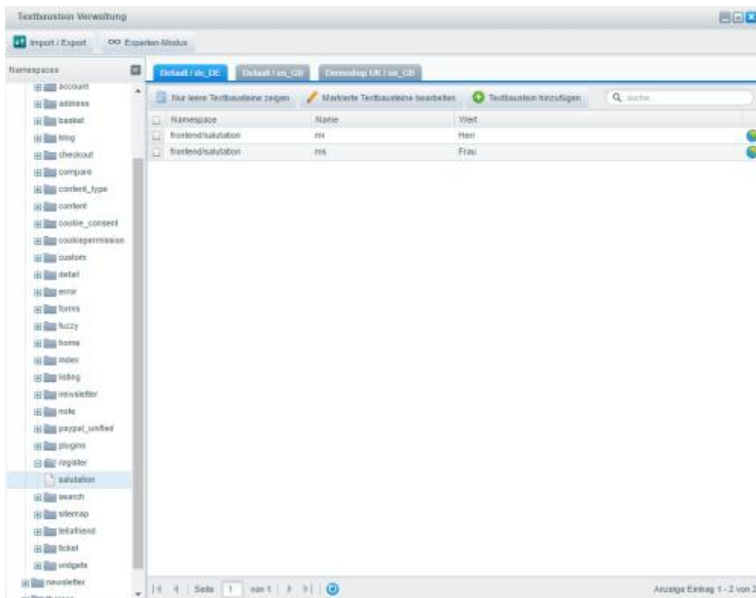
Wenn Du in den Grundeinstellungen ein neues Kürzel definierst, werden die zugehörigen Textbausteine automatisch erzeugt und gemappt. Falls Du ein Kürzel einträgst, für welches es schon Textbausteine gibt, werden diese verknüpft.

Wechsle dazu in die **Grundeinstellungen > Storefront > Anmeldung / Registrierung**. Dort findest Du die Einstellung **verfügbare Anreden (1)**. Trage hier die Kürzel der Anreden ein, die Du in diesem Shop verwenden möchtest. Die Kürzel müssen kleingeschrieben und durch Komma getrennt werden, verwende hier keine Leerzeichen. Und denk daran, dass Du diese Angabe für Deine Sprach- und Subshops separat definieren solltest! Beim Speichern legt Shopware nun die benötigten Textbausteine für die Kürzel an und stellt die Anreden im Frontend bereit.



## Textbausteine füllen

Damit Deine Anreden so ausgegeben werden, wie Du es möchtest, müssen die Textbausteine auch gefüllt werden. Wechsle dazu in die Textbausteinverwaltung unter **Einstellungen > Textbausteine** und öffne hier den Pfad **Namespaces > frontend > salutation**, hier findest Du alle Textbausteine für Deine Anreden. Fülle diese für die jeweiligen Sprachen, sodass die Textbausteine auch im Frontend ausgegeben werden.



## Anzeige im Frontend

Im Frontend siehst Du jetzt, je nach Konfiguration, die definierten Anreden.



## Verwendung der Anreden in E-Mails

Die Anreden stehen Dir natürlich auch in allen anderen Stellen zur Verfügung, an denen Du bisher Anreden benutzt. In E-Mails zum Beispiel kannst Du nun auch eine Abfrage für Deine neue individuelle Anrede hinterlegen, mit der Du die Daten korrekt auslieferst.

Die Dir zur Verfügung stehenden Daten stehen per Variable bereit. Diese werden unter **Einstellungen > E-Mail-Management > E-Mail-Vorlagen** bei den einzelnen Vorlagen unter **Beispielvariablen** auf der rechten Seite angezeigt. Mehr Informationen findest Du unter [E-Mails](#).

Bei der E-Mail-Vorlage sORDERSTATEMAIL1 (Bestellstatus > In Bearbeitung) sind zum Beispiel für die Anrede folgende Variablen verfügbar:

```
{${sUser.billing_salutation}  
{${sUser.shipping_salutation}  
{${sUser.salutation}
```

Diese kannst Du im Plaintext und im HTML-Text einfügen, sodass die Anrede in der E-Mail ausgegeben wird.

# Backend

## Widgets

### Was sind Widgets?

Widgets sind kleine Applikationen/Fenster, die sich jeder Nutzer im Shopware Backend individuell zusammenstellen und anzeigen lassen kann. Mit den Widgets hast Du immer einen Überblick über die aktuellen Abläufe des Shops.

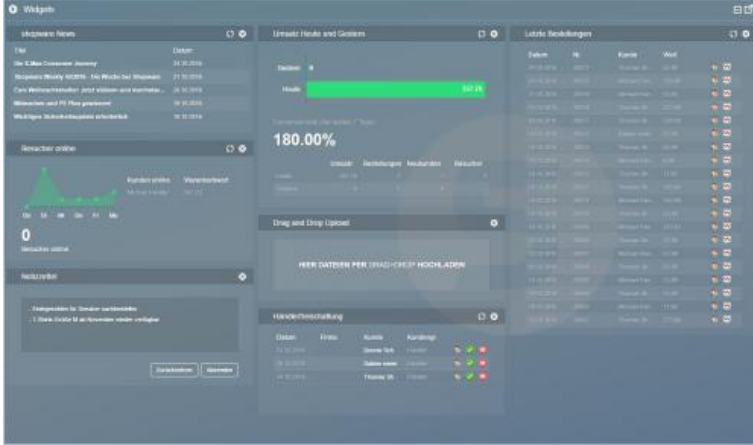
### Widgets hinzufügen / Position ändern

Du kannst die Widget-Wall öffnen / schließen, indem Du auf das kleine "Tacho"-Icon unten links im Backend klickst.



Wenn Deine Wall geöffnet ist, kannst Du sie mit der Maus auch beliebig in der Größe verändern oder mittels "Ecke"-Icon oben rechts in der Wall in eine gewünschte Ecke pinnen.

## Standard-Widgets



Du kannst Dir Deine Ansicht aus folgenden Widgets zusammenstellen:

- **Händlerfreischaltung:** Anzeige aller Kunden-Registrierungen, die erst durch die manuelle Freischaltung in die gewünschte Kundengruppe kommen. (Auch Registrierungen aus dem Plugin "Business Essentials" sowie Kunden aus der Standard Händler-Registrierung werden hier aufgeführt)
- **Umsatz Heute und Gestern:** Visualisiert alle Verkäufe des aktuellen und vorherigen Tages sowie die Informationen zu der Anzahl der Bestellungen, Neukunden und Besucher. Zudem wird die Conversionrate der letzten 7 Tage angezeigt.
- **Drag-and-drop Upload:** Auf dieses Feld kannst Du Medien von Deinem Desktop per Drag&Drop in die Shopware Medienverwaltung kopieren. Die Dateien findest Du dann im Bereich "Unsortiert" im Medienmanager wieder. Drag&Drop wird aktuell nur vom Chrome- und dem Firefox-Browser unterstützt.
- **Besucher online:** Neben der grafischen Anzeige der Besucher der letzten sechs Tage werden hier auch der Name sowie der aktuelle Warenkorb angezeigt, die Anzeige greift auf die Standard-Statistik-Funktionen zurück. Das bedeutet, dass diese Informationen in bestimmten Abständen aktualisiert werden. Z.B. wird erst beim etwa zehnten Aufruf ein Aufräumen angestoßen, welches Einträge älter drei Minuten entfernt. Somit kann es vorkommen, dass DU bei sehr wenigen Besuchern einige Besucher als online angezeigt bekommst, welche den Shop allerdings vor längerer Zeit bereits wieder verlassen haben.
- **Letzte Bestellungen:** Zeigt die letzten Bestellungen im Shop an und ermöglicht einen direkten Einstieg in den jeweiligen Kunden bzw. öffnet die entsprechenden Bestelldetails.
- **Notizzettel:** Mit dem Notiz-Widget können wichtige Informationen direkt auf dem Desktop eingetragen und gespeichert werden. Natürlich nutzt jeder Backend-Nutzer einen eigenen Notizzettel.
- **Shopware News:** Um bei den Themen rund um Shopware immer auf dem Laufenden zu sein, ist dieses Widget unerlässlich.

## Backend-Einstellungen



- **PHP-Timeout:** Mit dieser Einstellung kannst Du definieren, wie lange ein Backend-Prozess maximal laufen darf
- **Auswählbare Sprachen:** Im Standard werden "Deutsch" und "Englisch" für das Backend zur Verfügung gestellt. Wenn Du Sprachpakete installierst, kannst Du hier definieren, in welcher Sprache das Backend verfügbar ist. Die Sprache erscheint dann im Login-Screen als Auswahl.
- **"First Run Wizard" beim Aufruf des Backends anzeigen:** Wenn Du den First-Run-Wizard nochmal durchlaufen willst, kannst Du ihn hier wieder aktivieren
- **Ajax-Timeout:** Hier kannst Du definieren, nach welcher Zeit ein Ajax-Request in einen Timeout laufen soll (Nur Backend)
- **Backend Menüeinträge automatisch ausklappen:** Über diese Option wird festgelegt, ob das Menü des Backends automatisch ausklappt oder erst per Klick
- **Benachrichtigungs Position:** Wenn Du die Benachrichtigungs-Fenster an einer anderen Stelle platzieren willst, kannst Du hier die Position des Fensters ändern

## Belege / Dokumente

### Dokumentenerstellung in Shopware

Die Dokumentenerstellung erfolgt innerhalb der Bestellung unter dem Reiter **Dokumente**. Weitere Informationen dazu findest Du hier: [Bestellungen](#)

#### Rechnung erstellen

Sobald Du auf **Dokument erstellen** klickst, wird der Rechnung eine fortlaufende Nummer aus dem definierten Nummernkreis vergeben.

#### Lieferschein erstellen

Einen Lieferschein erstellst Du genauso wie eine Rechnung. Für den Lieferschein wird automatisch eine fortlaufende Nummer aus dem definierten Nummernkreis verwendet. Standardmäßig wird der gleiche Nummernkreis der Rechnung verwendet.

#### Stornorechnung erstellen

Eine Stornorechnung hat standardmäßig keinen Nummernkreis. Wenn Du eine Stornorechnung erstellen möchtest, musst Du in dem Feld **Rechnungs-Nummer** die Rechnungsnummer der zu stornierenden

Rechnung eingeben. Das PDF-Dokument erhält damit die Bezeichnung **Stornorechnung zur Rechnung Nr.** und ist somit ein Verweis auf die stornierte Rechnung.

Bitte beachte, dass Teilstornierungen im Standard von Shopware nicht supportet werden! Sofern Du das Plugin Shopware ERP powered by Pickware einsetzt, wird der Stornorechnung eine fortlaufende Nummer aus dem definierten Nummernkreis zugewiesen. Zusätzlich kann hierbei auch weiterhin die Rechnungsnummer als Verweis mit angegeben werden. Mit diesem Plugin ist es auch möglich, Teilstorno zu erstellen.

## Gutschrift erstellen

Wenn Du eine Gutschrift erstellst, wird hierfür ebenfalls eine fortlaufende Nummer aus dem Nummernkreis generiert.

## Hinweise

Du kannst Belege in den aktuellen Shopware-Versionen löschen. Hierbei solltest Du aber immer beachten, ob dies rechtlich zulässig ist. Vor dem Löschen erscheint zur Sicherheit noch eine Abfrage, ob Du dies wirklich vornehmen möchtest. Das Recht Belege zu löschen kannst Du allerdings auch in den [Berechtigungen](#) über das Privileg deleteDocument in der order Resource sperren.

Wenn Du das Plugin Shopware ERP powered by Pickware einsetzt, kannst Du die Funktion **Zurücksetzen** nutzen und z.B. bei einer Stornorechnung die Rechnungs-Nummer korrigieren bzw. erneut eingeben. Das ursprüngliche Dokument wird dabei zwar ebenfalls nicht direkt bearbeitet oder gelöscht, aber das Dokument wird mit einer fortlaufenden Nummer des Nummernkreises und der korrigierten Rechnungsnummer erneut angelegt.

Wie und wo die Nummernkreise vergeben werden, kannst Du hier sehen: [Nummernkreise](#)

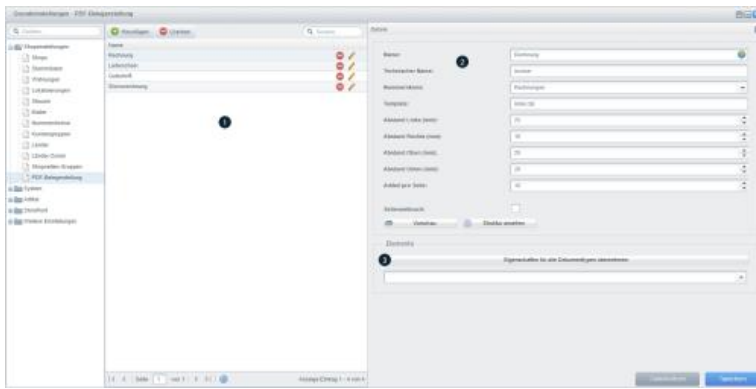
## PDF-Belegerstellung

Die Konfiguration der PDF-Belegerstellung kannst Du in den Grundeinstellungen unter **Shopeinstellungen** > **PDF-Belegerstellung** vornehmen.

## Übersicht

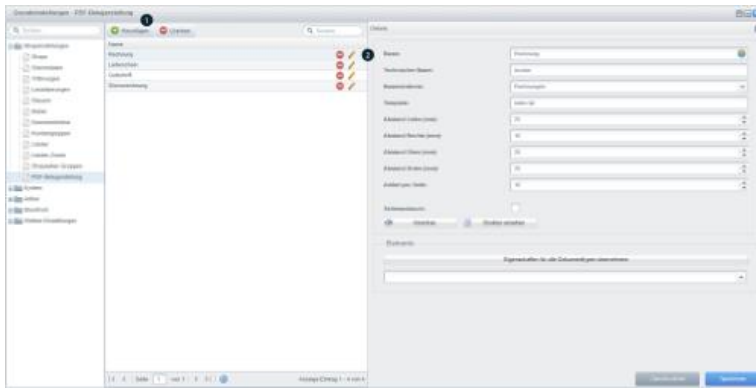
Mit der PDF-Belegerstellung kannst Du bequem die einzelnen PDF-Dokumente über den Editor Deinen Bedürfnissen anpassen.

Die PDF-Belegerstellung teilt sich in 3 Bereiche auf. In der mittleren Spalte findest Du eine **Übersicht der angelegten PDF-Belege (1)**. In der rechten oberen Spalte findest Du die Details-Einstellungen für den **Druckbereich und die Template-Datei des jeweiligen pdf-Dokuments (2)**. Die rechte untere Spalte kannst Du nutzen, um die jeweiligen **Elemente des PDF-Dokument (3)** aufzurufen und zu ändern.



## PDF-Dokument erstellen oder anpassen

Durch klicken auf den Button **Hinzufügen (1)** legst Du ein neues Dokument an, durch klicken auf den **Editieren-Button (2)** kannst Du die bestehenden PDF-Belege editieren.

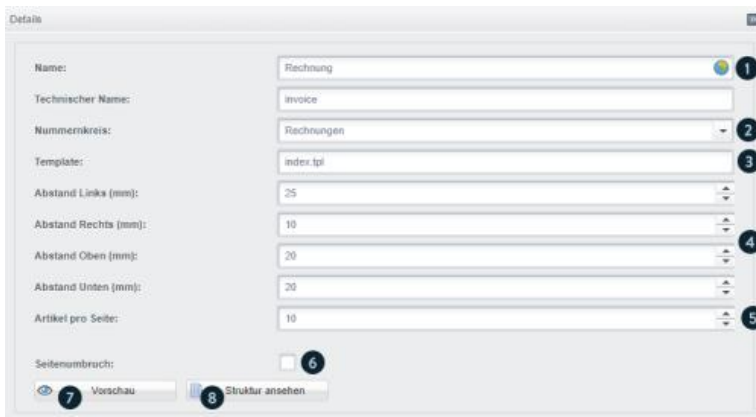


Nachdem Du den Editieren-Button geklickt hast, füllen sich in der rechten Spalte die Details und Elemente des PDF-Dokuments.

### Details

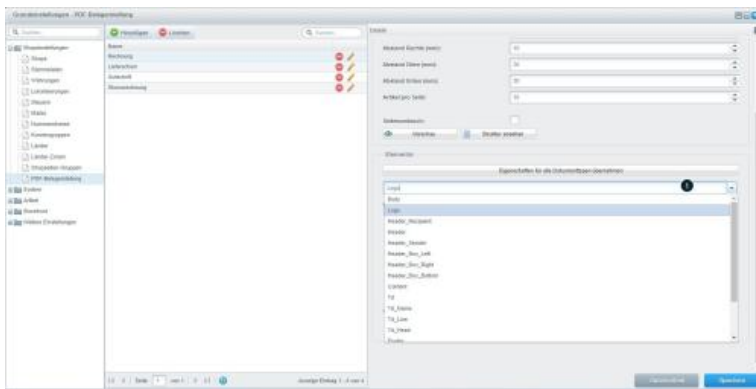
- **(1) Name:** Name des Dokuments.
- **(2) Nummernkreis:** Legt den Nummernkreis fest, der für dieses Dokument verwendet werden soll.
- **(3) Template:** Name der Template-Datei im Template-Ordner /\_default/documents/
- **(4) Abstand:** Abstände zum Seitenrand in mm.
- **(5) Artikel pro Seite:** Anzahl der einzelnen Positionen auf dem Beleg.
- **(6) Seitenumbruch:** PDF-Beleg mit Seitenumbruch (Ja/Nein).
- **(7) Vorschau:** Vorschauansicht des PDF-Belegs.
- **(8) Struktur ansehen:** Zeigt Dir die Struktur des Dokuments in einer schematischen Ansicht.

Der "(6) Seitenumbruch" bezieht sich nicht auf die Generierung des Beleges, sondern lediglich auf die Vorschau.



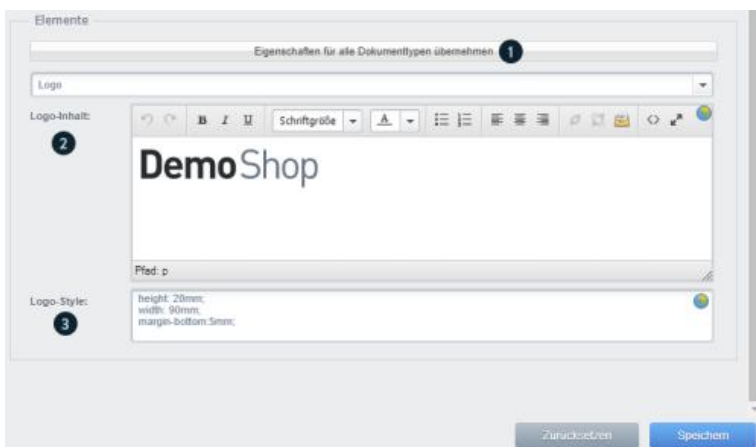
## Elemente

In der Übersicht findest Du die jeweiligen Elemente innerhalb Ihrer Dokumenten-Struktur. Über das **Dropdown-Feld (1)** kannst Du das zu ändernde Element auswählen und anpassen.



Du kannst nun den **Inhalt des Elements anpassen (2)**. In dem Feld **Logo-Style(3)** lassen sich zusätzliche CSS-Eigenschaften hinterlegen.

Durch Klicken auf den Button **Eigenschaften für alle Dokumententypen übernehmen (1)** kannst Du die Änderungen auf alle anderen Elemente übernehmen. Durch einen Klick auf den Speichern-Button werden die Änderungen übernommen.



Ziehe niemals Grafikelemente per Drag & Drop in den Editor. Nutze immer die Editor-Funktion "Insert/Edit Image" für das Hinzufügen von Bildern.

## Anpassen von PDF-Dokumenten

Hier beschreiben wir Dir den grundsätzlichen Aufbau der PDF-Belege, damit Du einfacher verstehst, wie diese zusammenhängen, um einfacher Änderungen vorzunehmen.

### Templatedateien finden

Bevor Du nach den Templatedateien schaust, schau zuerst in die **Shopeinstellungen**, welches "*Dokumenten-Template*" eingestellt ist. Je nachdem, welches Theme hier konfiguriert ist, musst Du im entsprechenden Theme-Order nach den Themes suchen. Falls hier "Bare" oder "Responsive" eingestellt ist. Suche hier zunächst Dein eigenes Theme aus, sodass Du updatesicher von den Standarddateien ableiten kannst.

Die einzelnen Template-Dateien der PDF-Belege findest Du in Deinem Template-Ordner:

**Rechnung:** themes/frontend/MeinTheme/documents/index.tpl

**Gutschrift:** themes/frontend/MeinTheme/documents/index\_gs.tpl

**Lieferschein:** themes/frontend/MeinTheme/documents/index\_ls.tpl

**Stornorechnung:** themes/frontend/MeinTheme/documents/index\_sr.tpl

### Vererbung der Dokumente

Die Rechnung, also die index.tpl, ist das Haupttemplate, hiermit wird die Rechnung generiert, alle anderen Dokumente leiten von diesem Dokument ab und ersetzen bzw. überschreiben gewisse Bereiche einfach, da sie dort nicht benötigt werden. Falls Du also eine Änderung im Lieferschein vornehmen willst, schaue zuerst in den Lieferschein und leite von dieser Datei ab, da Änderungen in der index.tpl auch in allen anderen Dokumenten erscheinen würden und was je nach Anpassung wahrscheinlich nicht gewünscht ist.

### Anpassen der Dokumente

Im Artikel [Änderungen am Template vornehmen](#) erklären wir ausführlich, wie das Anpassen von Templatedateien funktioniert.

Wenn Du die Dokumente anpassen willst, kannst Du das genauso wie im Template auch machen, da auch diese Dokumente mit Smarty arbeiten und die gleiche Logik verwenden: Templates aus dem **Bare** Theme sind der Standard. Nimm hier niemals Änderungen vor, da diese Dateien bei Updates von Shopware überschrieben werden können! Konfiguriere stattdessen Dein eigenes Theme als Dokumenten-Template in den **Shopeinstellungen**, hier wird wie im Template auch auf das Bare Theme zurückgegriffen, wenn Du keine eigenen Anpassungen vornimmst. Nachdem Du Dein Theme als Dokumenten-Template konfiguriert

hast, kannst Du die Datei für das benötigte Dokument in Deinem Theme-Order erstellen und anpassen.

**Beispiel:** Du willst in Deiner Rechnung das Logo austauschen:

Erstelle in **/themes/frontend/DEINTHEME/documents** eine Datei namens `index.tpl` und nehme darin Smarty-konform Deine Änderungen vor. Dein Theme verwendet nun Deine `index.tpl` als Template für Deine Rechnung und holt sich alle dort nicht gefüllten Blöcke aus der `index.tpl` des Bare-Themes.

Die Dokumententemplates sind nicht komplett in Smarty-Blöcke verpackt, Du kannst also nur dann nach dem gewohnten Schema ableiten, wenn Du Daten änderst, die in Smarty-Blöcke verpackt sind. Sind die gewünschten Daten nicht in Smarty-Blöcke verpackt, musst Du den Code des kompletten Dokuments kopieren und deine Anpassungen darin vornehmen.

## Verfügbare Daten

Nachfolgend listen wir Dir ein paar Variablen auf, die Daten zum Dokument enthalten. Lass Dir die Variablen am besten per `{ $VARIABLE|print_r }` ausgeben, da sie zumeist als Array arrangiert sind und noch einige andere Daten enthalten.

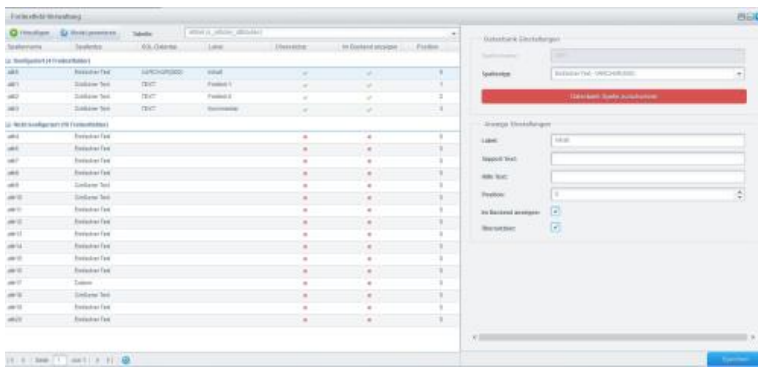
Variable	Beschreibung
<code>{ \$Containers }</code>	Dokumenteneinstellungen, die im Backend getätigt wurden
<code>{ \$Document }</code>	Daten zum Dokument selbst
<code>{ \$Order }</code>	Daten zur Bestellung
<code>{ \$position }</code>	Daten zu jeder Position im Dokument
<code>{ \$User }</code>	Kundendaten

## Attributfeld auf Belegen ausgeben

Zusätzliche Informationen können in Shopware leicht über die Freitextfelder hinzugefügt werden. Um diese auch in den Belegen ausgeben zu lassen, musst Du nur ein paar kleine Änderungen am Dokumententemplate in Deinem eigenen Theme vornehmen.

## Attributfelder anlegen

Als Erstes muss ein [Artikel-Freitextfeld](#) angelegt werden. Als Beispiel definieren wir hier einmal das Attributfeld **attr5** als Feldtyp "Einfacher Text - VARCHAR(500)" für die Tabelle **s\_articles\_attributes**. Für die Feldbezeichnung nehmen wir in diesem Beispiel **Inhalt**. Mit einem Klick auf Speichern wird das neue Freitextfeld gespeichert.



Ab sofort steht Dir das Feld in jedem Artikel in der Stammdatenmaske zur Verfügung und kann hier für den Artikel spezifisch gefüllt werden. Im Beispiel sind hier drei Teesorten mit entsprechendem Inhalt eingetragen.



## Dokumententemplate bearbeiten

### Für Artikel-Freitextfelder

Jetzt soll das Attribut natürlich auch auf dem Beleg erscheinen, dazu öffnest Du die Template-Datei, welche Deinen Beleg erstellt. Im Standard ist dies die index.tpl für die Rechnung und index\_ls.tpl für den Lieferschein.

Die Standard-Belege findest Du im Ordner themes/frontend/Bare/documents. Willst Du die Belege verändern, so solltest Du Dir die .tpl Datei für Deinen zu verändernden Beleg in den documents Ordner in Deinem eigenen Theme kopieren und dort anpassen. Anpassungen im Standard-Ordner sind nicht updatesicher.

Wie Du ein eigenes Theme erstellst sowie Grundlagen zur Anpassung am eigenen Theme findest Du in unserer [Developer Dokumentation](#) genauer erklärt.

Das eigene Dokumenten-Theme solltest Du übrigens auch unter Einstellungen > Grundeinstellungen > Shopeinstellungen > Shops für Deinen Shop auswählen.

In der Templatedatei bearbeitest Du jetzt den Block mit dem Namen 'document\_index\_table\_name', hier ersetzt Du den else-Bereich der if-Abfrage durch:

```
{else}
  {s name="DocumentIndexPositionNameDefault"}{$position.name|nl2br|wordwrap:65:"
\n"}{/s}<br>
  {$position.attr5}
{/if}
```

Dadurch wird hinter dem Artikelnamen ein Zeilenumbruch erzeugt und das Attributsfeld ausgegeben, was dann wie folgt aussieht:

Seite 1 von 1		Anz. MwSt. Brutto Preis Brutto Gesamt		
Pos.	Art.-Nr.	Bezeichnung		
1	SW10167	Tee Geschenkbox Melmer grüner Tee Grapefruit 25er, Teekanne grüner Tee 20er, Teapavillon grüner Tee lose 200g	1	19% 999,00 € 999,00 €



## Für Bestellungs-Freitextfelder

Gegebenenfalls soll gar kein artikelspezifisches Freitextfeld angezeigt werden, sondern ein Bestellungs-Freitextfeld. Dieses kannst Du ebenfalls wie oben beschrieben anlegen, nur für die Tabelle `s_order_attributes`.

Hier könntest Du dann einen entsprechenden Block um eine entsprechende Variable erweitern, beispielsweise für das Freitextfeld mit dem Namen `attribute6`:

```
{ $Order._order.attributes.attribute6 }
```

## Benutzerverwaltung

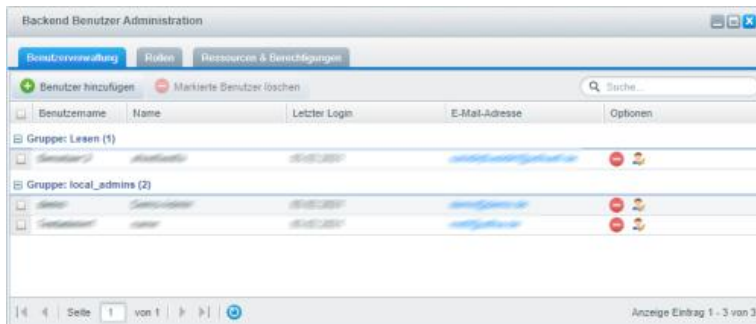
In der Benutzerverwaltung legst Du die Benutzer für das Backend an und steuerst die Zugriffsrechte auf Bereiche, Module und Plugins über Gruppenrichtlinien, welche Du per ACL (Access Control List) definieren kannst. Innerhalb der ACL kannst Du sehr detailliert steuern, welcher Benutzer welche Tätigkeiten ausführen kann. So ist es möglich, einer Benutzergruppe in bestimmten Bereichen Lese-Rechte zu vergeben, ohne dass die Benutzergruppe auch löschen oder editieren darf.

Für den Fall, dass Du Plugins ohne ACL-Unterstützung verwendest und nicht jeder Benutzer auf die Menüpunkte der Plugins zugreifen soll, haben wir Dir ein [Tutorial](#) zum Ausblenden dieser Menüpunkte erstellt.

## Übersicht der angelegten Benutzer

In der Übersicht der Benutzerverwaltung findest Du oben drei Tabs, die Benutzerverwaltung, die angelegten Benutzerrollen und die Ressourcen & Berechtigungen.

Unten findest Du nach Öffnen des Moduls alle bereits angelegten Benutzer sowie die derzeitige Zuordnung der Benutzer zu den Benutzergruppen. Hier befindest Du Dich bereits im Menüpunkt "Benutzerverwaltung".



## Benutzer anlegen

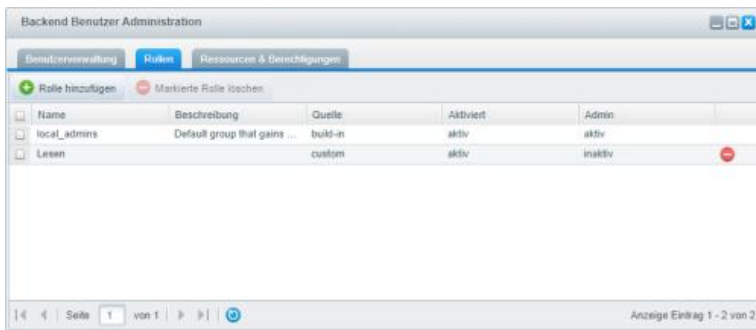
Über die Funktion **Benutzer anlegen** kannst Du einen Benutzer hinzufügen. Dazu werden Angaben zum Benutzernamen, E-Mail-Adresse, Passwort oder auch der vollständige Name und die gewünschte Standardsprache abgefragt. Zusätzlich legst Du an dieser Stelle auch direkt eine Zuordnung zu einer Benutzergruppe fest, welche Du natürlich jederzeit verändern kannst. Nicht ausgefüllte Pflichtfelder werden durch einen rote Wellenlinie im Feld markiert. Achte auf eine ausreichende Passwortkomplexität und Passwortlänge.

The screenshot shows a web form titled "Benutzer hinzufügen/editieren". It has several sections: "Login" with fields for "Benutzername" (filled with "demo") and "Passwort" (with a red wavy underline), a checked "Aktiviert" checkbox, and a "Gesperrt bis:" field with a "Entsperren" button; "API-Zugang" with an unchecked "Aktiviert" checkbox and an "API-Schlüssel:" field; "Stammdaten" with fields for "Name" (filled with "Demo-Admin"), "E-Mail-Adresse" (filled with "demo@demo.de"), "Standardsprache:" (dropdown menu with "Deutsch (Deutschland)"), and "Mitglied der Rolle:" (dropdown menu with "local\_admins"); "Benutzerindividuelle Optionen" with checkboxes for "Erweiterter Editor" and "Backend-Cache deaktivieren"; and "Freitextfelder" with a note "Für dieses Module wurden noch keine Freitextfelder konfiguriert" and buttons for "Jetzt konfigurieren" and "Aktualisieren". At the bottom are "Abbrechen" and "Speichern" buttons.

- **Login (1):** Im Bereich Login wird der Benutzername und das Passwort hinterlegt. Zusätzlich kannst Du hier das Benutzerkonto komplett sperren bzw. aktivieren.
- **API-Zugang (2):** Bei Aktivierung dieses Feldes wird der API-Key bereits mit einem Vorschlag vorausgefüllt, Du kannst hier aber auch einen bereits existierenden Key eintragen.
- **Stammdaten (3):** In den Stammdaten kannst Du den vollständigen Namen, die E-Mail-Adresse und die Standardsprache des Benutzers hinterlegen. Zusätzlich musst Du hier die Benutzergruppe definieren, dem der Benutzer angehören soll. Alle Benutzergruppen stehen dabei in einem Auswahlfeld zur Verfügung. Fehlt die gewünschte Gruppe, so kannst Du diesen Benutzer zunächst einer anderen Gruppe zuordnen und nach Erstellen der neuen Gruppen die Gruppenzugehörigkeit dieses Benutzers korrigieren.
- **Benutzerindividuelle Optionen (4):** An dieser Stelle kannst Du für den Benutzer **Erweiterter Editor** aktivieren bzw. deaktivieren. Für Entwicklungszwecke kannst Du hier ebenso den Backend-Cache für Entwicklungszwecke deaktivieren.

## Benutzergruppe anlegen

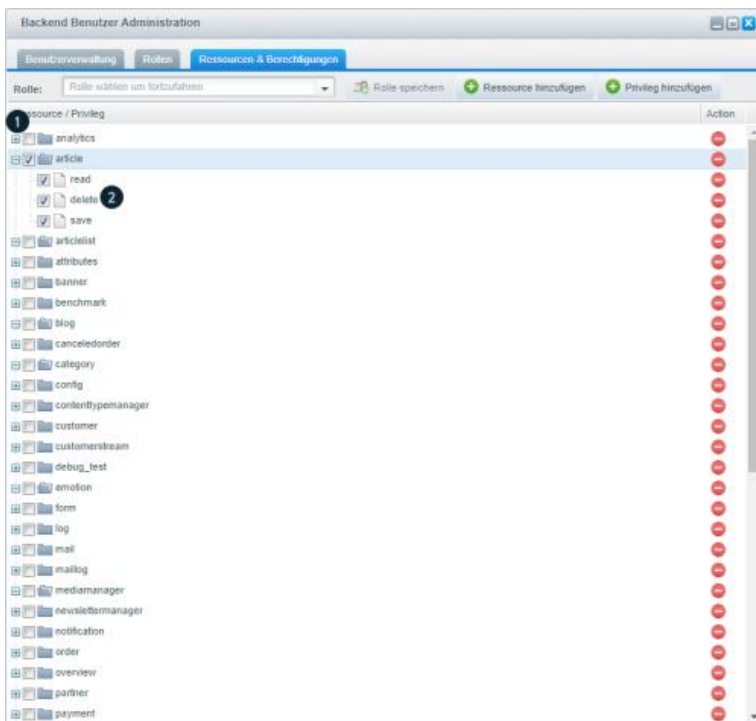
Über die Auswahl **Rollen** auf der linken Seite des Fensters kannst Du weitere Gruppen definieren.



Klicke auf den Button **Rolle hinzufügen**, es erscheint eine neue Zeile in der Liste der Rollen. Gib nun einen Namen und ggf. eine Beschreibung zur Rolle ein und wähle, ob diese Rolle aktiv sein soll und ob die Mitglieder dieser Rolle Administratoren sein sollen oder nicht. Klicke danach auf "**Aktualisieren**", um die Rolle zu speichern. Du kannst dieser Rolle nun Regeln und Berechtigungen geben und Benutzer dieser Rolle zuordnen.

## Benutzergruppenrechte definieren

Über den Menüpunkt **Ressourcen und Berechtigungen** definierst Du die jeweiligen Gruppenrechte. Hier kannst Du zusätzliche Bereiche anlegen und für diese neue Rechte vergeben. Die Darstellung der jeweiligen Bereiche erfolgt in einer Baumstruktur. Durch ein jeweils vorangestelltes **Plus Zeichen (1)** öffnest Du den **Teilbereich (2)**.



Wähle als Erstes oben links über das Dropdown die Rolle aus, die Du bearbeiten möchtest.

Im Teilbereich kannst Du über die Auswahlboxen definieren, welche dargestellten Funktionen für diese Benutzergruppe erlaubt sind. Du findest dort z.B. Werte wie CREATE (Erstellen), READ (Lesen), UPDATE (Editieren) oder auch DELETE (Löschen). Je nach Modul findest Du aber auch weitere Möglichkeiten. Wähle jeweils aus, welche Berechtigung die Rolle bekommen soll.

Die eingestellten Rechte übernimmst Du durch Klick auf den Button **Aktivierte Privilegien der ausgewählten Rolle zuweisen** oben in der Mitte. Die eingestellten Rechte werden direkt übernommen und sind sofort aktiv.

## Passwort-Abfrage



Passwort Überprüfung

Bitte geben Sie Ihr Passwort ein:

OK Cancel

Bei jeder Interaktion - außer beim Lesen - erscheint eine **Passwort-Abfrage**, diese soll sicherstellen, dass niemand sich Rechte verschafft, der nicht Eigentümer des aktuell angemeldeten Benutzers ist.

- Erstellen/Löschen/Aktualisieren eines Benutzers
- Erstellen/Löschen/Aktualisieren einer Rolle
- Erstellen/Löschen von Rechten
- Erstellen/Löschen von Ressourcen
- Ändern von Rechten/Rollen Abhängigkeiten

## Standard Ressourcen

Ressource	Modul / Funktion
analytics	Marketing > Auswertungen > Auswertungen
article	Artikel > Anlegen
articlelist	Artikel > Übersicht

attributes	Einstellungen > Freitextfeld-Verwaltung
banner	Marketing > Banner
blog	Inhalte > Blog
canceledorder	Marketing > Auswertungen > Abgebrochene Bestellungen
category	Artikel > Kategorien
config	Einstellungen > Grundeinstellungen
contenttypemanager	Einstellungen > Inhaltstypen
customer	Kunden > Kunden
customerstream	Kunden > Customer Stream
debug_test	UnitTests (nur für die Entwicklung relevant)
emotion	Marketing > Einkaufswelten
form	Inhalte > Formulare
log	Einstellungen > Log
mail	Einstellungen > E-Mail-Vorlagen
mediamanager	Inhalte > Medienverwaltung
newslettermanager	Marketing > Newsletter
notification	Marketing > Auswertungen > Benachrichtigung
order	Kunden > Bestellungen
overview	Marketing > Auswertungen > Übersicht

partner	Marketing > Partnerprogramm
payment	Einstellungen > Zahlungsgarten
performance	Einstellungen > Caches / Performance
pluginmanager	Einstellungen > Plugin Manager
premium	Marketing > Prämienartikel
productfeed	Marketing > Produktexporte
riskmanagement	Einstellungen > Riskmanagement
shipping	Einstellungen > Versandkosten
site	Inhalte > Shopseiten
snippet	Einstellungen > Textbausteine
supplier	Artikel > Hersteller
swagimportexport	Inhalte > Import / Export
swagupdate	? > Softwareaktualisierung
systeminfo	Einstellungen > Systeminfo
theme	Einstellungen > Theme Manager
userManager	Einstellungen > Benutzerverwaltung
vote	Artikel > Bewertungen
voucher	Marketing > Gutscheine
widgets	Backend Widgets

Einige Funktionen besitzen Abhängigkeiten. Möchtest Du beispielsweise Berechtigungen vergeben, in dem nur Artikel bearbeitet werden können, reicht es nicht, nur Rechte auf *article* zu vergeben. Das Artikel Modul greift beim Aufruf des Artikels auf die Supplier (Hersteller), Category (Kategorien) sowie auf den Mediamanager zu. Hierfür müssen dann noch separat Rechte für Supplier, Category sowie Mediamanager vergeben werden, damit dies richtig funktioniert.

## Beispiele

Sofern die unten aufgezeigten Rollen im Shopware-Log auftauchen sollen, muss zusätzlich die Ressource **log** aktiviert werden.

### Artikel

Wenn ein Benutzer Vollzugriff auf die Artikelverwaltung bekommen soll, muss er zusätzlich Rechte für die Kategorien bekommen. Folgende Rechte müssen gesetzt sein:

```
category
mediamanager
article
emotion
articlelist
```

### Kategorien

Wenn ein Benutzer Vollzugriff auf die Kategorieverwaltung bekommen soll, muss er zusätzlich Rechte für die Artikel und den Media Manager bekommen. Folgende Rechte müssen gesetzt sein:

```
category
article
mediamanager
```

### Kunden

Wenn ein Benutzer Vollzugriff auf die Kundenverwaltung bekommen soll, muss er zusätzlich Leserechte für bestimmte Basisrechte bekommen. Folgende Rechte müssen gesetzt sein:

```
customer
mediamanager > read
emotion > read
ticket > read (sofern das Ticketsystem im Einsatz ist)
customerstream > read
customerstream > search_index
customerstream > charts
```

### Bestellungen

Wenn ein Benutzer Vollzugriff auf die Bestellverwaltung bekommen soll, muss er zusätzlich Leserechte für das Kundenmodul bekommen. Folgende Rechte müssen gesetzt sein:

```
customer > read
order
order > create
```

```
order > read
order > update
order > delete
order > deleteDocument
supplier > read
```

## Einkaufswelten

Soll ein Benutzer die Einkaufswelten bearbeiten, erstellen oder löschen können, muss dieser zusätzlich Leserechte für Artikel, Hersteller, Blog und Kategorien bekommen. Ebenso muss ein Vollzugriff auf den Media Manager vorhanden sein. Folgende Rechte müssen gesetzt sein:

```
article > read
blog > read
category > read
emotion
emotion > create
emotion > delete
emotion > read
emotion > update
mediamanager
mediamanager > create
mediamanager > delete
mediamanager > read
mediamanager > update
mediamanager > upload
supplier > read
```

## Aktionen in Shopwarelog schreiben

Damit Aktionen des jeweiligen Benutzers im Shopware-Log geschrieben werden, muss der Ordner **log** entsprechende Rechte bekommen.

```
log
log > read
log > system
```

## Ticketsystem (Plugin)

```
customer
customer > update
customer > read
customer > detail
usermanager
usermanager > read
usermanager > update
widgets
widgets > swag-ticket-system
ticket
ticket > create
ticket > read
ticket > update
ticket > delete
ticket > configure
mediamanager > read
```

## Riskmanagement

```
premium > read
riskmanagement > save
riskmanagement > read
riskmanagement > delete
config
```



```
config > create
config > read
config > update
config > delete
```

## Statistiken

```
overview
overview > read
analytics
analytics > read
```

# Bestellabschluss

## Konfiguration

Die hier beschriebenen Konfigurationen werden, falls aktiv, im Bestellabschluss angezeigt, also in Schritt 3 der Bestellung.

- **Zeige Widerrufsbelehrung an:** Zeigt den Textbaustein ConfirmTextRightOfRevocationNew mit dem Hinweis auf die Widerrufsbelehrung an.
- **Zeige Newsletter-Registrierung an:** Optional kann die Checkbox zur Beantragung des Newsletter eingeblendet werden. Diese erscheint nur, wenn der Kunde noch keinen Newsletter abonniert hat. Wenn der Kunde den Newsletter bereits bekommt erscheint die Box nicht. Der Textbaustein hierfür lautet ConfirmLabelNewsletter
- **Zeige Bankverbindungshinweis an:** Optional kann der Textbaustein ConfirmInfoPaymentData mit dem Hinweis auf die Bankverbindung eingeblendet werden.
- **Zeige weiteren Hinweis an:** Optional: Hierbei handelt es sich um den Textbaustein ConfirmTextOrderDefault, welchen Du in der Textbausteinverwaltung nach Deinen Wünschen anpassen kannst.
- **Zeige weitere Optionen an:** Optional: Artikel hinzufügen, Gutscheine hinzufügen, Kommentarfunktion
- **Zeige Prämienartikel an:** Optional können die Prämienartikel angezeigt werden, falls Du diese im Shop nutzt. Standardmäßig werden diese nur im Warenkorb angezeigt
- **Zeige Länderbeschreibung an:** Hiermit wird die individuelle Länderbeschreibung angezeigt. Hierdurch kann z.B. auf zusätzlich anfallende Kosten oder Steuern hingewiesen werden. Der Hinweis erscheint direkt bei der Gesamtsumme - noch oberhalb des "zahlungspflichtig bestellen"-Buttons. Der Text kann für jedes Land individuell unter "Grundeinstellungen > Shopeinstellungen > Länder" definiert werden. Beispiel-Beschreibung für Deutschland, um bei der Zahlungsart "Nachnahme" auf zusätzlich anfallende Kosten hinzuweisen:

```
{if $sUserData.additional.payment.name eq "cash"} zzgl. 2,00 EUR Zustellgebühr vor Ort {/if}
```

- **Zeige Hinweis für Netto-Bestellungen an:** Optional kann eine Hinweis-Box eingeblendet werden, wenn der Kunde Umsatzsteuerbefreit beliefert wird.
- **Artikeldetails in Modalbox anzeigen:** Falls aktiv, werden bei Klick auf den Artikel die Details in einer Modalbox angezeigt, anderenfalls leitet Shopware auf die Detailseite weiter und der Kunde

verlässt den Checkout.

- **Bestell-Abschluss-E-Mail versenden:** Hier definierst Du, ob Shopware eine E-Mail beim Bestellabschluss (sORDER) versenden soll oder nicht. Die Deaktivierung kann sinnvoll sein, wenn z.B. die Bestellbestätigungs-E-Mails von einer angebundene Warenwirtschaft verschickt werden.
- **Checkbox zum Widerrufsrecht bei ESD Artikeln anzeigen:** Zeigt eine Checkbox mit dem Textbaustein AcceptEsdMessage im Checkout an, dem der Kunde zustimmen muss, um vom Widerruf zurückzutreten.
- **Artikel-Freitextfeld für Dienstleistungsartikel:** Zeigt eine eine Checkbox mit dem Textbaustein AcceptServiceMessage im Checkout an, dem der Kunde zustimmen muss, um vom Widerruf zurückzutreten.
- **Zahlungsart bei Bestellung immer auswählen:** Wenn diese Option aktiv ist, werden auch Bestandskunden beim Checkout immer durch die Zahlartauswahl (Step2) geführt.
- **Gutscheinfeld im Bestellabschluss anzeigen:** Legt fest, ob das Gutscheinfeld im Warenkorb angezeigt wird. Hierbei lässt sich angeben, ob es vollständig ausgeblendet ist oder ob es standardmäßig eingeklappt oder ausgeklappt angezeigt werden soll.
- **Template für die wesentlichen Merkmale:**
  - **Standard-Template:** Wenn die Mengenangaben für ein Produkt gepflegt sind, werden diese inkl. des Grundpreises ausgegeben.

```
{if $$BasketItem.purchaseunit && $$BasketItem.purchaseunit != 0}
  <span class="price--label label--purchase-unit is--bold is--nowrap">
    Inhalt:
  </span>
  <span class="is--nowrap">
    {$$BasketItem.purchaseunit|floatval} {$$BasketItem.additional_details.sUnit.description}
  </span>
{/if}

{if $$BasketItem.purchaseunit && $$BasketItem.additional_details.referenceunit && $$BasketItem
  <span class="is--nowrap">
    ({$$BasketItem.additional_details.referenceprice|currency} * / {$$BasketItem.additional_
  </span>
{/if}
```

- **Wesentliche Merkmale im gesamten Checkout Prozess anzeigen:**  
Ermöglicht, die über das "Template für die wesentlichen Merkmale" eingebundenen Informationen auf allen Seiten des Checkouts (Off-Canvas, checkout/cart, checkout/confirm). Mit dem o.g. Beispiel-Template kannst Du somit im gesamten Checkout die Grundpreise ausgeben.

Bitte überprüfe, ob alle für Dich rechtlich relevanten Informationen hinterlegt sind, sonst passe das Template entsprechend an.

## Tipps & Tricks

### AGB-Bestätigung im Checkout entfernen

Die AGB-Bestätigung kann auf der Bestellabschluss-Seite auch deaktiviert werden, wenn gewünscht. Die Einstellung hierfür findest Du im Backend unter **Einstellungen > Grundeinstellungen > Weitere Einstellungen > Datenschutz**.

Setze das Auswahlfeld **AGB-Checkbox auf Checkout-Seite deaktivieren** auf *Ja*. Somit wird die AGB-Box auf der letzten Warenkorbseite ausgeblendet.

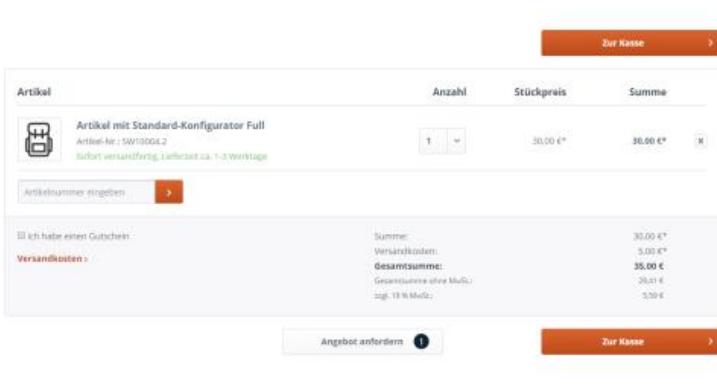
Man könnte jetzt ohne Bestätigung der AGBs zur Kasse gehen.

## Anfrage-Möglichkeit auf der Warenkorbseite ermöglichen

In den Grundeinstellungen von Shopware, kannst Du hinterlegen, ab welchen Wert der Kunde die Möglichkeit hat, eine individuelle Anfrage zu den vorhandenen Positionen im Warenkorb stellen kann.

Hierzu wechsele in den nachfolgenden Pfad des Backends: **Einstellungen > Grundeinstellungen > Storefront / Warenkorb**. Verantwortlich für das Einblenden des *Angebot anfordern* Buttons ist das Feld **Mind. Warenkorbwert ab dem die Möglichkeit der individuellen Anfrage angeboten wird** verantwortlich.

Im Warenkorb wird dann ab diesem Betrag zusätzlich der Button **Angebot anfordern (1)** angezeigt. Wenn Du den Text des Buttons ändern möchtest, so kannst Du dies über die Textbaustein Verwaltung anpassen. Suche hier nach dem Textbaustein *CheckoutActionsLinkOffer*.



## Variablen ausgegeben lassen

Du kannst innerhalb des Blocks **Template für wesentliche Merkmale** relativ einfach die Inhalte der Variablen anzeigen lassen, um so herauszufinden wie die benötigte Variable heißt.

```
{${sBasketItem|print_r}}
```

Nach dem Cache leeren werden dann alle Variablen direkt im Frontend ausgegeben. Anhand dieser Informationen siehst Du direkt, welche Artikel-Daten dir für die Anzeige zur Verfügung stehen. Dies sieht dann in etwa so aus:

```
Array (
  [id] => 670
  [sessionID] => 702r4gndiokp62a6g3g5foed82
  [userID] => 3
  [articlename] => Münsterländer Aperitif 16%
  [articleID] => 3
```

```
[ordernumber] => SW10003
[shippingfree] => 0
[quantity] => 1
[price] => 14,95
[netprice] => 12.563025210084
[tax_rate] => 19
[datum] => 2015-06-15 08:40:48
[modus] => 0
[esdarticle] => 0
[partnerID] =>
[lastviewport] => checkout
[useragent] => Mozilla/5.0 (Windows NT 6.1; WOW64; rv:38.0) Gecko/20100101 Firefox/38.0
[config] =>
[currencyFactor] => 1
[packunit] => Flasche(n)
[mainDetailId] => 3
[articleDetailId] => 3
[minpurchase] => 1
[taxID] => 1
[instock] => 25
[suppliernumber] =>
[maxpurchase] => 100
[purchasesteps] => 1
[purchaseunit] => 0.7000
[unitID] => 1
[laststock] => 0
[shippingtime] =>
[releasedate] =>
[sReleaseDate] =>
[ean] =>
[stockmin] => 0
[ob_attr1] =>
[ob_attr2] =>
[ob_attr3] =>
[ob_attr4] =>
[ob_attr5] =>
[ob_attr6] =>
.....
```

## Lagerbestand während einer Bestellung

Sobald der Kunde einen Artikel in den Warenkorb legt, überprüft Shopware ob die gewünschte Menge dieses Artikels vorhanden ist. An dieser Stelle wird jedoch noch kein Lagerbestand reserviert oder abgezogen. Sobald der Checkout vollzogen wurde findet der eigentliche Abgleich statt. Es wird nun noch mal überprüft, ob der Lagerbestand für die bestellte Menge ausreichend ist. Ist das der Fall, wird der Checkout durchgeführt und die bestellte Menge vom Lagerbestand abgezogen.

## Umsetzung Verbraucherrecht (VRRL)

Unter **Einstellungen > Grundeinstellungen > Storefront > Bestellabschluss** findest Du, die beiden Konfigurationen:

- Checkbox zum Widerrufsrecht bei ESD Artikeln anzeigen
- Artikel-Freitextfeld für Dienstleistungsartikel

Wird die Option für ESD-Artikel gesetzt und ein ESD Artikel gekauft, so wird eine entsprechende Checkbox mit einem Hinweis zum verfallenden Rückgaberecht im Bestellabschluss angezeigt.

Beim Dienstleistungsartikel muss ein Attribut angegeben werden, welches dann als boolescher Wert (Checkbox) behandelt werden sollte. Wird in einem Artikel im Warenkorb dort ein Wert vorgefunden, so wird eine weitere Checkbox im Checkout bezüglich des erlischendem Widerrufsrechts ausgegeben.

## Weitere Informationen und Whitepaper:

- [Trusted Shops - VRRRL Quick Check](#)
- [Trusted Shops - Neues Verbraucherrecht: Zahlungsbedingungen und Zahlartgebühren](#)
- [Protected Shops - Whitepaper "Neue Spielregeln im Onlinevertrieb: Das ändert sich für Online-Händler in 2014"](#)
- [Protected Shops - Whitepaper "Zen - oder die Kunst, nach dem 13.6.2014 noch rechtssicher zum Widerruf zu belehren"](#)
- [Händlerbund - Verkauf von Waren](#)
- [Händlerbund - Verkauf von Dienstleistungen](#)

Gehe also alle Punkte und Prozesse im Detail durch, so dass Du die rechtlichen und technischen Anpassungen umgesetzt hast. Hierzu gehören beispielsweise:

- Anpassung der Widerrufsbelehrung (Prüfung nach Ausnahmen z.B. ESD-Artikel) + ggf. AGB (Pflichtinformationen)
- Entfernung des Standard-Formulars "Rückgabe" (falls vorhanden)
- Einbau / Verlinkung eines Widerrufs-Formulars
- Definition einer Zahlungsart/-mittel für Rückerstattungen
- weitere Informationen kannst Du im Detail der o.g. Quellen entnehmen

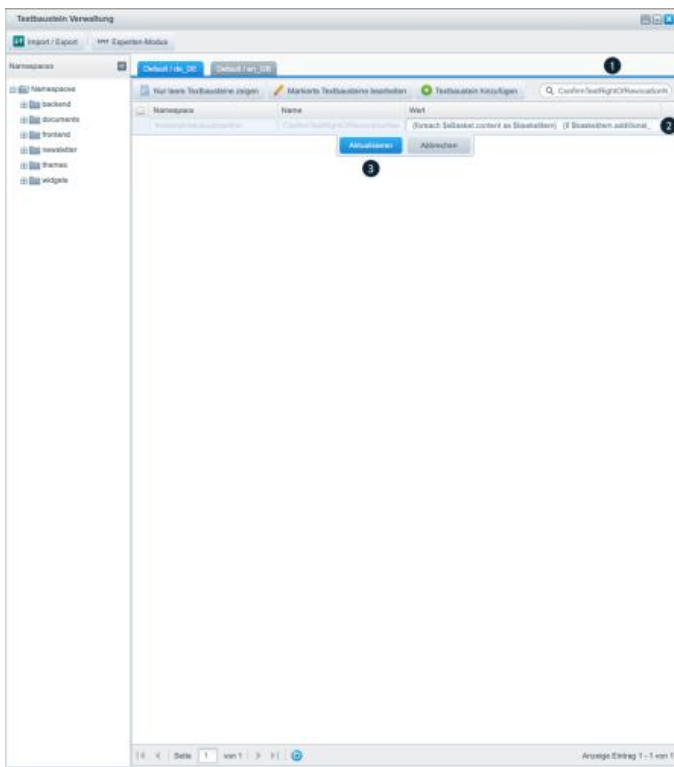
## Anpassen des Textbaustein auf der Checkoutseite

Sofern Du von dieser Änderung betroffen bist, kannst Du diese Abfragen über den Textbausteins **ConfirmTextRightOfRevocationNew** auf der Bestellabschluss-Seite hinzufügen.

## Angepasste Widerrufsbelehrung für bestimmte Versand- und Zahlungsarten oder Artikel

Der Gesetzgeber verlangt für normale Warenlieferungen mit einem normalen Postversand eine andere Widerrufsbelehrung als für Artikel welche mit einer Spedition versendet werden. Für die Bestellabschluss -Seite kannst Du den Textbaustein **ConfirmTextRightOfRevocationNew** in der Textbaustein Verwaltung im Backend anpassen. In diesem Textbaustein muss zusätzlich noch ein gültiger Link zum Muster-Widerrufsformular in PDF-Form hinterlegt werden.

Durch Smarty-Abfragen können hier individuelle Widerrufsbelehrungen in den Textbaustein **ConfirmTextRightOfRevocationNew (1)** hinterlegt werden. Nachfolgend ein paar Beispiele aus der Praxis. Kopiere den gewünschten Smarty-Code direkt in das Feld **Wert (2)** und klicke nachfolgend auf **Update (3)**. Sobald Du den Cache geleert hast, taucht die Smarty-Abfrage auf der Bestellabschluss-Seite auf.

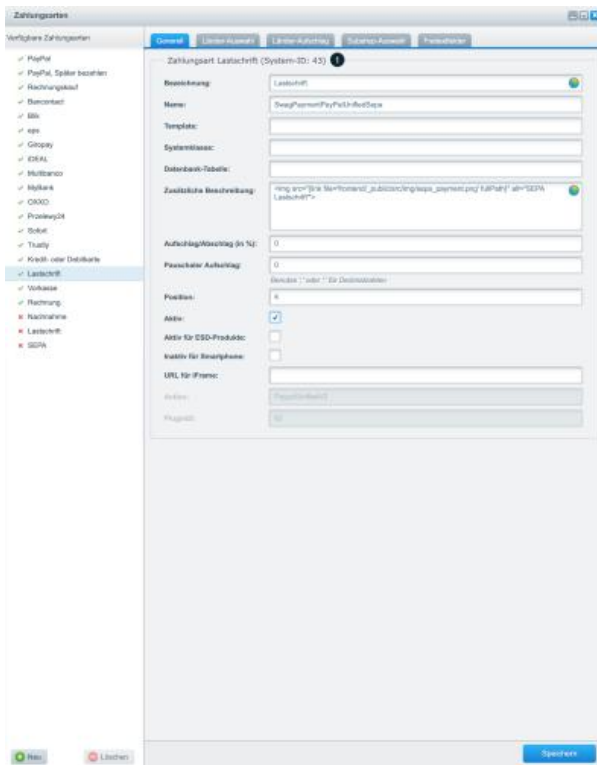


## Spezielle Widerrufsbelehrung für eine Zahlungsart

In diesem Beispiel wird der Name der Zahlungsart **Vorkasse** abgefragt:

```
{if $UserData.additional.payment.description == "Vorkasse"}
  Abweichende <a href="http://meinshopwareshop.de/wrb" data-modal-height="500" data-modal-wid
{else}
  Normale <a href="http://meinshopwareshop.de/wrb" data-modal-height="500" data-modal-width="8
{/if}
```

Sofern Du einen Sprachsubshop einsetzt, musst Du anstatt den Namen die ID der Zahlungsart verwenden. Diese wird dir in den Details der jeweiligen Zahlungsart oben angezeigt **(1)** angezeigt.



In diesem Beispiel wird eine abweichende Widerrufsbelehrung für die Zahlungsart mit der ID 43 (Lastschrift) abgefragt:

```
{id $sUserData.additional.payment.id == "4"}
  Abweichende <a href="http://meinshopwareshop.de/wrb_zahlart" data-modal-height="500" data-modal-width="800">
{else}
  Normale <a href="http://meinshopwareshop.de/wrb" data-modal-height="500" data-modal-width="800">
{/if}
```

## Spezielle Widerrufsbelehrung für eine Versandart

Mit dieser Abfrage erscheint eine abweichende Widerrufsbelehrung, wenn der Name der Versandart **Palettenversand** ist:

```
{if $sDispatch.name == "Palettenversand"}
  <p>Abweichende <a href="http://meinshopwareshop.de/wrb_versandart" data-modal-height="500" data-modal-width="800">
{else}
  <p>Normale <a href="http://meinshopwareshop.de/wrb" data-modal-height="500" data-modal-width="800">
{/if}
```

Sofern Du Sprachsubshops einsetzen, musst Du anstatt den Namen die ID der Versandart abfragen. Diese findest Id in der Datenbank-Tabelle **s\_premium\_dispatch (1)** in der Spalte **id (2)**.

In diesem Beispiel wird die Versandart mit der ID 9 abgefragt:

```
{if $sDispatch.id == "9"}
```

```
<p>Abweichende <a href="http://meinshopwareshop.de/wrb_versandart" data-modal-height="500" data-modal-width="500">Abweichende  
</p>  
<p>Normale <a href="http://meinshopwareshop.de/wrb" data-modal-height="500" data-modal-width="500">Normale  
</p>  
</if>
```

## Spezielle Widerrufsbelehrung für einen ESD-Artikel

Diese Abfrage wirft eine abweichende Widerrufsbelehrung aus sobald sich ein ESD-Artikel im Warenkorb befindet:

```
{ $esd = false }  
{ foreach $$sBasket.content as $basketItem }  
  { if $basketItem.esdarticle } { $esd = true } { /if }  
{ /foreach }  
  
{ if $esd }  
  <p>Abweichende <a href="http://meinshopwareshop.de/wrb_esd" data-modal-height="500" data-modal-width="500">Abweichende  
</p>  
<p>Normale <a href="http://meinshopwareshop.de/wrb" data-modal-height="500" data-modal-width="500">Normale  
</p>  
</if>
```

## Spezielle Widerrufsbelehrung für einen Abo-Artikel

Mit dieser Abfrage kannst Du eine Abweichende Widerrufsbelehrung anzeigen lassen, sobald sich ein ABO-Artikel im Warenkorb befindet.

```
{ $aboCommerce = false }  
{ foreach $$sBasket.content as $basketItem }  
  { if $basketItem.aboCommerce } { $aboCommerce = true } { /if }  
{ /foreach }  
  
{ if $aboCommerce }  
  <p>Abweichende <a href="http://meinshopwareshop.de/wrb_abo" data-modal-height="500" data-modal-width="500">Abweichende  
</p>  
<p>Normale <a href="http://meinshopwareshop.de/wrb" data-modal-height="500" data-modal-width="500">Normale  
</p>  
</if>
```

## Spezielle Widerrufsbelehrung für einen Artikel welcher ein Freitextfeld gesetzt hat

Diese Abfrage zeigt eine abweichende Widerrufsbelehrung an, sobald sich ein Artikel im Warenkorb befindet, bei welchem das Artikel-Freitextfeld 9 (attr9) gesetzt ist.

```
{ $attr9 = false }  
{ foreach $$sBasket.content as $basketItem }  
  { if $basketItem.additional_details.attr9 } { $attr9 = true } { /if }  
{ /foreach }  
  
{ if $attr9 }  
  <p>Abweichende <a href="http://meinshopwareshop.de/wrb_attr9" data-modal-height="500" data-modal-width="500">Abweichende  
</p>  
<p>Normale <a href="http://meinshopwareshop.de/wrb" data-modal-height="500" data-modal-width="500">Normale  
</p>  
</if>
```



## Impressum

Kontrolliere, ob in Deinem Impressum und in den [Stammdaten der Shopeinstellungen](#) eine gültige Telefonnummer hinterlegt ist.

## Zahlungsart ohne Aufschlag bereitstellen

Achte darauf, dass Du eine Zahlungsart anbietest, welche ohne einen Aufschlag nutzbar ist. [Du kannst die Aufschläge direkt in den Zahlungsarten im Backend hinterlegen.](#)

## Produkt-Lieferzeiten auf der Artikeldetail-Seite

Bei Produkten, welche nicht sofort lieferbar sind (z.B. Dropshipping-Produkte), musst Du in den Artikelstammdaten im Backend eine **gültige Lieferzeit in Tagen** hinterlegen. [Weitere Informationen zu den Lieferzeiten in Tagen findest Du hier..](#)

## Lieferzeiten des Logistikpartnes

Hinterlege bei den einzelnen Versandkosten in dem Feld **Beschreibung** die Lieferzeiten des Logistikpartners. [Weitere Informationen zu den Versandkosten findest Du hier.](#)

## Widerrufsformular auf dauerhaften Datenträger bereitstellen

Das Widerrufsformular muss nach Vertragsabschluss auf einem dauerhaften Datenträger dem Verbraucher zugestellt werden. Dies kann in Shopware z.B. per E-Mail-Anhang zusammen mit der Bestellbestätigung (sORDER) umgesetzt werden. [Weitere Informationen zur Anpassung der E-Mail-Vorlage der Bestellbestätigung findest Du hier..](#)

## Keine überteuerten Mehrwertdienstnummern

Achte darauf, dass in dem Textbaustein **sFooterServiceHotline** im Footer keine teuren 0900- oder 0180-Telefonnummern hinterlegt sind. [Den Textbaustein kannst Du in der Textbaustein-Verwaltung im Backend von Shopware anpassen.](#)

## Rückgabe-Formular im Footer

Du kannst den Link zum Rückgabe-Formular im Footer ganz leicht entfernen. Hierbei handelt es sich um einen Link welchen Du über die Shopseiten-Verwaltung im Backend unter **Inhalte > Shopseiten > Unten (Spalte 1) > Rückgabe findest.** [Weitere Informationen zu den Shopseiten finden Du hier.](#)

## Hinweis auf zusätzliche Entgeltforderung bei Zahlungsart Nachnahme

Bei der Zahlungsart **Nachnahme** muss eine zusätzlicher Hinweis bzgl. der zusätzlichen Entgeldforderung seitens des Logistikunternehmens bei Nachname ausgegeben werden. Dieser Hinweis muss auf der Checkoutseite unter der Gesamtsumme erscheinen.

## Captcha-Integration

In Shopware 5.3 ist ein neues und flexibleres Captcha-Handling hinzugekommen, mit dem direkt aus dem Backend heraus noch mehr Formulare im Frontend mit einem Captcha-Schutz versehen werden können. Konfigurierbar sind jetzt nicht nur Produktbewertungen und Blog-Kommentare, sondern auch das Registrierungsformular und die Anmeldung für den Newsletter. Es kann pro Formular und Shop neben der alten Legacy-Lösung zwischen den folgenden neuen Validierungsarten gewählt werden:

### Standard (Zahlen / Buchstaben)

Der Kunde wird im Frontend aufgefordert, eine Folge aus Zeichen und Ziffern in ein Feld einzugeben. Diese Methode bietet soliden Schutz gegen automatisierte Bots. Jedoch erhöht sie durch das zusätzliche Feld im Formular die Hürde für den Kunden, das Formular auszufüllen.



Bitte geben Sie die Zeichenfolge in das nachfolgende Textfeld ein.

Die mit einem \* markierten Felder sind Pflichtfelder.

Speichern

### Honeypot (Unsichtbar)

Diese Lösung fügt ein für den Kunden unsichtbares Feld hinzu, das für einen automatisierten Bot wie ein reguläres Formularfeld aussieht. Füllt der Bot das Feld aus, schlägt die Validierung des Captchas fehl. Diese Lösung wirkt sich als am wenigsten störend auf den Kunden aus, da dieser von der Validierung nichts mitbekommt.

### Kein Captcha

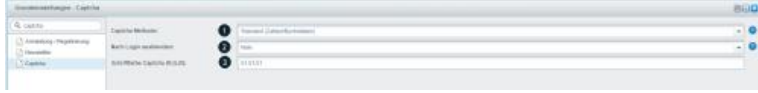
Das entsprechende Formular wird nicht mit einem Captcha-Schutz versehen und kann ohne Validierung abgesendet werden.

## Einstellungen und Verwendung des Captchas

Sämtliche Einstellungen, die Captchas betreffen, können direkt aus dem Backend heraus in den Grundeinstellungen für jeden Shop einzeln konfiguriert werden.

## Blog & Kontaktformular

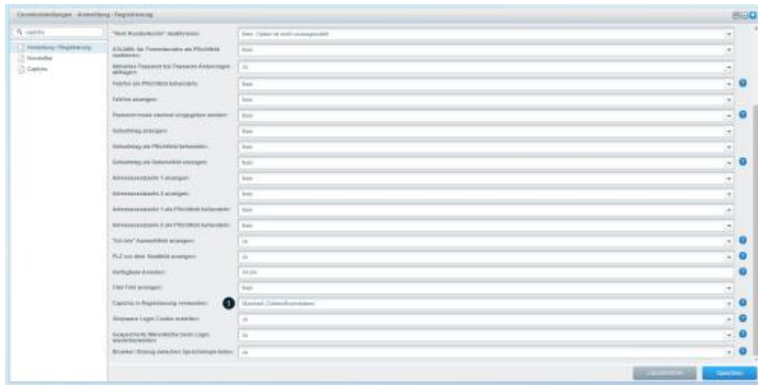
Die generelle Konfiguration der Captcha Methode für die bisher geschützten Formulare nimmst Du unter *Grundeinstellungen > Storefront > Captcha* vor. Folgende Einstellungen stehen Dir dabei zur Verfügung:



- **Captcha-Methode (1):** Hier kann die Captcha Methode für die bisher geschützten Formulare (Produktbewertungen und Blogkommentare) konfiguriert werden. Die verschiedenen neuen Methoden wurden im vorherigen Abschnitt erläutert. Bei Auswahl der "Alten Methode" wird im Shop die alte Lösung verwendet, die den Standard in Shopware 5.2 oder älter darstellt. Wir empfehlen, diese nicht mehr zu nutzen.
- **Nach Login ausblenden (2):** Ist diese Funktion aktiv, werden Captchas nur Besuchern angezeigt, die nicht eingeloggt sind. Im eingeloggten Zustand erfolgt keine Validierung mehr.
- **Schriftfarbe Captcha (R,G,B) (3):** An dieser Stelle definierst Du die Schriftfarbe deines Captchas.

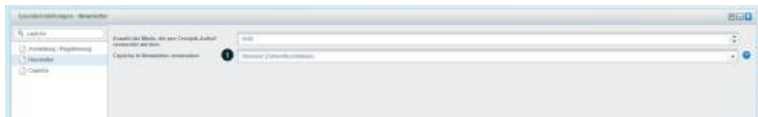
## Registrierungsformular

Unter *Grundeinstellungen > Storefront > Anmeldung / Registrierung* ist die Auswahl der Captcha-Methode für das Registrierungsformular zu finden.



## Newsletter-Anmeldung

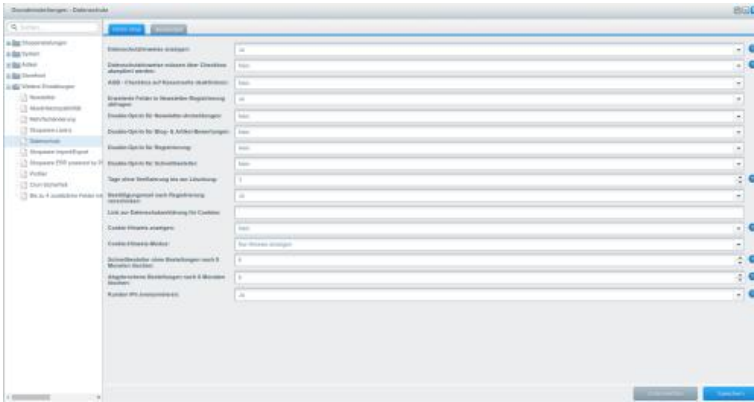
Unter *Grundeinstellungen > Weitere Einstellungen > Newsletter* kannst Du die Auswahl der Captcha-Methode für das Newsletter-Registrierungsformular vornehmen.



Du kannst mit der neuen Captcha-Komponente auch eigene Captchas einbinden. In unserem [DevDocs Artikel](#) ist beschrieben, wie Google ReCaptcha in Shopware integriert werden kann.

# Datenschutz

## Übersicht der Einstellungen



### Datenschutzhinweise anzeigen

Alle Bereiche in denen du persönliche Daten über ein Formular an Shopware übermittelst (bspw. die Registrierung, das Kontaktformular, ..) können optional durch einen Datenschutz-Hinweis ergänzt werden.

Ich habe die [Datenschutzbestimmungen](#) zur Kenntnis genommen.



Wenn du den Text ändern möchtest, kannst du folgenden [Textbaustein](#) editieren: **PrivacyText**

### Datenschutzhinweise inkl. Checkbox

Zusätzlich zu einem einfachen Text mit Kenntnisnahme, kannst du dies auch optional per Checkbox bestätigen lassen. Diese Einstellung greift nur, wenn die vorherige Option auch aktiviert wurde. Außerdem muss die Option "Datenschutzhinweise anzeigen" aktiviert sein.

Ich habe die [Datenschutzbestimmungen](#) zur Kenntnis genommen.



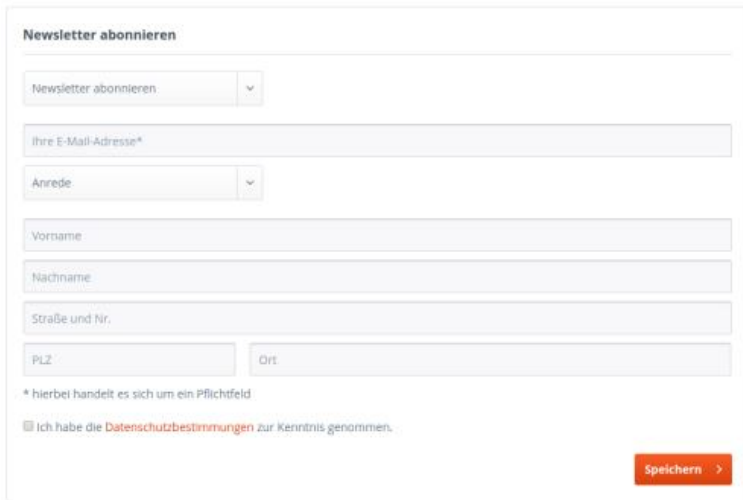
### AGB - Checkbox auf Kassenseite deaktivieren

Wenn du diese Konfiguration nicht änderst, wird regulär eine Checkbox im Checkout angezeigt, die der Kunde aktiv vor Kauf deiner Produkte bestätigen muss. Wenn Du möchtest, dass diese Checkbox ausgeblendet wird, kannst du diese Option aktivieren.



# Erweiterte Felder in Newsletter-Registrierung abfragen

Um eine persönliche Ansprache im Newsletter zu ermöglichen, kannst du für Registrierungen ohne Kundenkonto optional weitere Informationen des Kunden abfragen.



Newsletter abonnieren

Newsletter abonnieren

Ihre E-Mail-Adresse\*

Anrede

Vorname

Nachname

Straße und Nr.

PLZ Ort

\* hierbei handelt es sich um ein Pflichtfeld

Ich habe die [Datenschutzbestimmungen](#) zur Kenntnis genommen.

Speichern >

Wenn du diese Funktion deaktivierst, werden alle Felder bis auf das Feld "Ihre E-Mail-Adresse" ausgeblendet.

## Double-Opt-In

Shopware speichert alle Opt-In-Anmeldungen in der Tabelle **s\_core\_optin**, diese Daten werden automatisiert durch den Cronjob **Opt-In table Cleanup** bereinigt.

## Newsletter-Anmeldungen

Über diese Option kannst du den Double-Opt-In für Newsletter-Anmeldungen aktivieren. Wenn du die Opt-In E-Mail editieren möchtest, dann findest du diese als **sOPTINNEWSLETTER** in den E-Mail-Vorlagen > System-E-Mails.

## Blog & Artikel-Bewertungen

Wenn du optional den Opt-In für Blog-Kommentare und Artikel-Bewertungen aktivieren willst, kannst du diese Einstellung nutzen. Die E-Mail-Vorlage heißen in diesem Fall **sOPTINBLOGCOMMENT** und **sOPTINVOTE**.

## Registrierung

In manchen Fällen ist es notwendig, dass ein Kunde in deinem Shop explizit seine E-Mail-Adresse bestätigt. Wenn Du dies möchtest, kannst du diese Option aktivieren. Anpassen kannst du diese E-Mail in der Vorlage **sOPTINREGISTER**.

## Schnellbesteller

Hierzu gibt es ebenfalls eine eigene E-Mail-Vorlage die du über den Namen **sOPTINREGISTERACCOUNTLESS** in den E-Mail-Vorlagen finden kannst.

Diese Einstellung kann nur aktiviert werden, wenn zuvor die Option Double-Opt-In für Registrierung aktiviert wurde.

## Tage ohne Verifizierung bis zur Löschung

Es passiert natürlich, dass ein Opt-In beantragt wird, der Link allerdings nie aufgerufen/bestätigt wird. Damit diese Daten bereinigt werden, kannst du hier definieren nach welchem Zeitraum die Einträge gelöscht werden. Dies betrifft generell alle Opt-In Einträge. Wie oben beschrieben ist dafür der Cronjob **Opt-In table Cleanup** zuständig.

## Bestätigungsmail nach Registrierung

Um deine Kunden nicht unnötig mit E-Mails zu kontaktieren, kannst du mit dieser Option den Versand der E-Mail **sREGISTERCONFIRMATION** unterbinden.

## Cookies

Shopware bietet die Möglichkeit - wie auch alle anderen gängigen Seiten - im Frontend einen Cookie-Hinweis einzublenden. Alle diese Einstellungen beziehen sich explizit auf diesen Cookie-Hinweis. Folgende Cookies werden im Standard verwendet:

session	Identifiziert die aktuelle Sitzung, den Benutzer und sein Warenkorb.
csrf	Bietet Schutz vor einem CSRF Angriff. <a href="#">Weiterführende Informationen</a>
shop	Hinterlegt den Sprach/Subshop, den der Kunde aufruft.
preferences	Hinterlegt die Einstellungen aus dem Cookie Consent Manager.
slt	Ermöglicht es, den Kunden bei Rückkehr zum Shop wiederzuerkennen, auch wenn die Session bereits ausgelaufen ist. <a href="#">Weiterführende Informationen</a>
decline	Wird gesetzt, wenn der Besucher die Speicherung von Cookies ablehnt.
allow	Wird gesetzt, wenn der Besucher die Speicherung von Cookies zulässt.

device	Hinterlegt das verwendete Gerät bspw. für die korrekte Anzeige des Shops
note	Legt ein Kunde einen Artikel in auf den Merktzettel, wird hierzu ein Cookie angelegt.
partner	Wird benötigt um Partner für das Partnerprogramm zu erkennen.
currency	Hinterlegt die ausgewählte Währung.
context_hash	Wird benötigt für die Erkennung der Steuerregeln
no_cache	Hier werden die Elemente hinterlegt, welche nicht gecached werden sollen.

## Links zur Datenschutzerklärung

Damit im Cookie-Hinweis selbst eine Verlinkung auf deine Datenschutz-Bedingungen angezeigt werden kann, musst du hier den Link zu deiner Datenschutz-Erklärung hinterlegen.

Der Link zur Datenschutz-Erklärung kann sich pro Subshop unterscheiden. Über die Shop-Reiter kannst du hier jeweils die richtige Verlinkung für die einzelnen Shops hinterlegen.

## Cookie-Hinweis anzeigen

Wenn du diese Option aktivierst, wird am unteren Rand des Bildschirms der Cookie-Hinweis angezeigt. Über den Button **Einverstanden** kann der Kunde den Hinweis ausblenden.

Das Verhalten wird durch Cookies, um Ihren die bestmögliche Nutzungserfahrung zu gewährleisten.



## Cookie-Hinweis-Modus

Hier kannst du auswählen, ob dir ein einfacher Hinweis auf die Verwendung von Cookies reicht (Opt-Out) oder ob Cookies erst nach expliziter Bestätigung gesetzt werden (Opt-In)

- **Nur Hinweis anzeigen**  
Es werden alle Cookies aktiviert und im Frontend eine Info angezeigt. Beachte, dass dieser Modus in Deutschland abmahnfähig ist. In anderen Ländern solltest Du unbedingt kontrollieren, ob Du alle cookies aktivieren darfst.
- **Technisch notwendige Cookies erlauben**  
In diesem Cookie Modus wird dem Benutzer die Möglichkeit gegeben, selber zu entscheiden, welche Cookies er aktivieren möchte. Siehe hierzu [Cookie Consent Manager](#).

- **Cookies erst nach Erlaubnis setzen**

Bei diesem Modus wird der Benutzer über ein Modal Fenster darum gebeten die Cookies zu akzeptieren.

Wenn er dies akzeptiert, werden alle Cookies zugelassen. Andernfalls wird kein einziger Cookie gesetzt.

Je nach Modus sind die Funktionen des Shops eingeschränkt, da die nötigen Cookies nicht gesetzt werden können.

## Cookie Consent Manager

Wenn Du den Cookie Modus **Technisch notwendige Cookies erlauben** aktiviert hast, hat der Kunde im Frontend die Möglichkeit, selber zu entscheiden, welche Cookies er zulassen möchte.

Diese Website benutzt Cookies, die für den technischen Betrieb der Website erforderlich sind und stets gesetzt werden. Andere Cookies, die den Komfort bei Benutzung dieser Website erhöhen, der Direktwerbung dienen oder die Interaktion mit anderen Websites und sozialen Netzwerken vereinfachen sollen, werden nur mit Ihrer Zustimmung gesetzt.

[Konfiguration](#)

Hier kann der Kunde dann die Cookies aus folgenden Teilbereichen aktivieren oder deaktivieren.

**Cookie-Einstellungen** >

Diese Website benutzt Cookies, die für den technischen Betrieb der Website erforderlich sind und stets gesetzt werden. Andere Cookies, die den Komfort bei Benutzung dieser Website erhöhen, der Direktwerbung dienen oder die Interaktion mit anderen Websites und sozialen Netzwerken vereinfachen sollen, werden nur mit Ihrer Zustimmung gesetzt.

**Konfiguration**

Technisch erforderlich >

Komfortfunktionen >

Statistik & Tracking >

**Einstellungen speichern**

### Technisch erforderlich



- Technisch erforderlich ▼  
Diese Cookies sind für die Grundfunktionen des Shops notwendig.
- Alle Cookies ablehnen
- Alle Cookies annehmen
- Ausgewählter Shop
- CSRF-Token
- Cookie-Einstellungen
- Individuelle Preise
- Kundenspezifisches Caching
- Session
- Währungswechsel

## Komfortfunktionen

- Komfortfunktionen ▼

Diese Cookies werden genutzt um das Einkaufserlebnis noch ansprechender zu gestalten, beispielsweise für die Wiedererkennung des Besuchers.

- Kunden-Wiedererkennung

- Merkzettel

## Statistik & Tracking

Statistik & Tracking 

Endgeräteerkennung

Partnerprogramm

Diese Einstellungen lassen sich ebenfalls jederzeit über die Cookie-Einstellungen wieder ändern. Die Cookie-Einstellungen befinden sich im Standard Responsive Theme im Bereich Service/Hilfe bzw. im Footer im Bereich Informationen.

## Schnellbesteller ohne Bestellungen löschen

Mit dieser Option kannst du festlegen, nach wie vielen Monaten ein Schnellbesteller ohne Bestellungen über den Cronjob **Lösche nicht aktivierte Benutzer gelöscht** werden.

## Abgebrochene Bestellungen löschen

Mit dem Cronjob **Cancelled baskets cleanup** kannst du abgebrochene Bestellungen regelmäßig löschen lassen.

## Kunden IPs anonymisieren

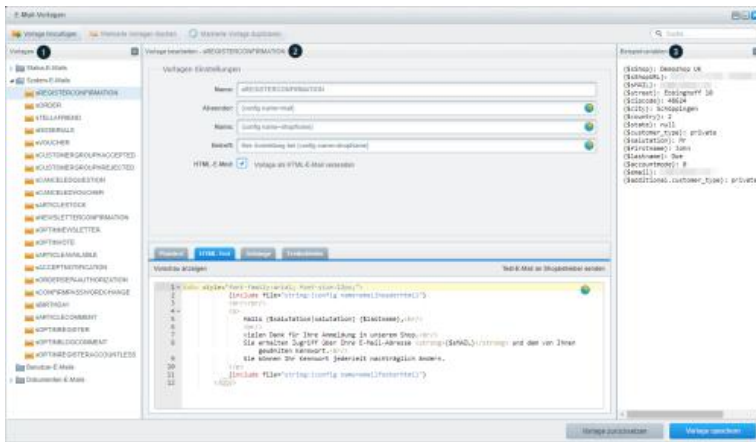
Wenn du die IPs deiner Kunden nicht erfassen willst, kannst du diese Option aktivieren. Es wird dann automatisch der letzte Bereich der IP-Adresse anonymisiert.

# E-Mails

## E-Mail Vorlagen

Unter dem Abschnitt **Einstellungen > E-Mail-Management > E-Mail-Vorlagen** findest Du alle in Shopware verwendeten Standard-E-Mails.

## Oberfläche



## Vorlagen (1)

Auf der linken Seite findest Du alle Vorlagen aufgeführt. Du editierst hier Deine Status-E-Mails, System-E-Mails sowie auch eigene individuelle E-Mail-Vorlagen.

## Vorlage bearbeiten (2)

Hier können alle relevanten Einstellungen getroffen werden, wie z.B. Absender, Name, Betreff sowie der Inhalt der E-Mail selbst. Einige Vorlagen unterstützen standardmäßig auch den HTML-Versand. Achte darauf, wenn Plain-Text und HTML genutzt wird, jeweils beide Vorlagen auf Deine Bedürfnisse hin anzupassen. Beim HTML-Versand wird automatisch die Plain-Text-Vorlage mit versendet.

Optional können auch Anhänge mit den verschiedenen E-Mails mit verschickt werden.

## Beispielvariablen (3)

Auf der rechten Seite findest Du weitere Variablen-Informationen. Diese Sidebar kann per Klick ausgeklappt werden und zeigt Dir alle in dieser Vorlagen verfügbaren Smarty-Variablen an. Wenn die E-Mail im Produktivbetrieb verschickt wird kann diese Ansicht mit aktuellen Daten automatisch befüllt werden. Somit kannst Du direkt die Variablen-Bezeichnung sowie den jeweiligen Inhalt einsehen. Bitte beachte, dass alle verfügbaren Variablen erst dann angezeigt werden, sobald eine E-Mail mit diesem Template verschickt wurde.

## Smarty Informationen / Beispiele

- **|fill:4**: füllt 4 Leerzeichen auf
- **|padding:8**: 8 Leerzeichen Abstand
- **|wordwrap:49**: Umbruch nach 49 Zeichen
- **|indent:5**: 5 Zeichen eingerückt
- **|nl2br**: Berücksichtigt Umbrüche wenn im Textformat verschickt wird (z.b. {config|nl2br name=bankAccount})

# Bedeutungen der einzelnen E-Mail-Vorlagen

## Status-E-Mails

### Zahlungsstatus

Hier können Vorlagen für die einzelnen Status der Zahlungsvorgänge definiert werden. Diese werden dann beim Aktualisieren des Zahlungsstatus in den Bestellungen abgerufen.

Status	Erklärung
Teilweise in Rechnung gestellt	Es wurden nur einzelne Positionen der Bestellung in Rechnung gestellt
Komplett in Rechnung gestellt	Es wurden alle Positionen der Bestellung in Rechnung gestellt
Teilweise bezahlt	Der Rechnungsbetrag wurde vom Kunden zum Teil beglichen
1. Mahnung	Der Kunde wurde zum ersten Mal aufgefordert die Zahlung nachzuholen
2. Mahnung	Der Kunde wurde zum zweiten Mal aufgefordert die Zahlung durchzuführen
3. Mahnung	Der Kunde wurde zum dritten Mal aufgefordert die Zahlung durchzuführen
Inkasso	Die Forderung wurde an ein Inkassounternehmen weitergegeben
Komplett bezahlt	Der Rechnungsbetrag wurde vom Kunden vollständig beglichen
Offen	Der Zahlungsstatus ist offen
Reserviert	Ware wurde reserviert
Verzoegert	Die Zahlung wird verzögert vom Kunden durchgeführt
Wiedergutschrift	Die Zahlung wurde dem Kunden gutgeschrieben

## Bestellstatus

Hier gilt das Gleiche wie beim Zahlungsstatus. Die Vorlagen dienen zur Kommunikation eines Statusupdates.

Status	Erklärung
In Bearbeitung (wartet)	Dies ist der Status, der gesetzt wird, nachdem die Bestellung aufgegeben wurde.
Teilweise abgeschlossen	Die Bestellung wurde teilweise abgeschlossen.
Komplett abgeschlossen	Die Bestellung wurde vollständig ausgeführt.
Zur Lieferung bereit	Die Bestellung steht zur Lieferung bereit.
Klärung notwendig	Die Bestellung wird pausiert, da Rücksprache mit dem Kunden erforderlich ist.
Storniert / Abgelehnt	Die Bestellung wurde vom Shopbetreiber storniert.
Teilweise ausgeliefert	Ein Teil der bestellten Artikel wurde an den Kunden ausgeliefert.
Komplett ausgeliefert	Alle Positionen aus der Bestellungen wurden ausgeliefert

Die Status-E-Mails werden bis Shopware 5.2.7 ausschließlich in Plaintext versandt, auch wenn der Haken für HTML gesetzt werden kann. **Ab Shopware 5.2.8** können Status-E-Mails auch in HTML versandt werden!

## System-E-Mails

Status	Erklärung
sREGISTERCONFIRMATION	Die Bestätigung über die Registrierung im Shop für den Kunden.
sORDER	Die Bestellbestätigung.

sSTELLAFRIEND	Die E-Mail die der Empfänger von "Artikel weiterempfehlen" bekommt.
sNOSERIALS	Für ESD Artikel, bei denen keine Seriennummern verfügbar sind.
sVOUCHER	Sobald ein empfohlener Artikel gekauft wird erhält der Empfehlende diese E-Mail.
sCUSTOMERGROUPHACCPETED	Bestätigung für die Freischaltung des Händler-Accounts
sCUSTOMERGROUPHEJECTED	Ablehnung des Händler-Accounts
sCANCELEDQUESTION	Nachfrage bei Kunden aufgrund eines Bestellabbruchs (Abbruch-Analyse)
sCANCELEDVOUCHER	Gutscheinversand bei Bestellabbruch (Abbruch-Analyse)
sBIRTHDAY	Glückwünsche zum Geburtstag
sARTICLESTOCK	Benachrichtigung des Shopbetreibers über Erreichen des Mindestbestands
sNEWSLETTERCONFIRMATION	Bestätigung für die erfolgreiche Newsletter-Registrierung
sOPTINNEWSLETTER	Opt-In für Eintragung in den Newsletter (Bestätigungslink)
sOPTINVOTE	Opt-In für das Abgeben einer Artikelbewertung (Bestätigungslink)
sARTICLEAVAILABLE	Benachrichtigung des Kunden über Verfügbarkeit eines Artikels
sACCPETNOTIFICATION	Opt-In für Artikelbenachrichtigungen (Bestätigungslink)
sARTICLECOMMENT	Aufforderung zur Bewertung eines gekauften Artikels
sCONFIRMPASSWORDCHANGE	Passwort-vergessen-Funktion (Bestätigungslink)

## Benutzer-E-Mails

Status	Erklärung
sORDERSSEPAAUTHORIZATION	SEPA Mandat Versand

## Globale Variablen ab Shopware 5

Smarty-Variable	Erklärung
{include file="string:{config name=emailheaderplain}"}	Einbettung Plaintext Header
{include file="string:{config name=emailfooterplain}"}	Einbettung Plaintext Footer
{include file="string:{config name=emailheaderhtml}"}	Einbettung HTML Header
{include file="string:{config name=emailfooterhtml}"}	Einbettung HTML Footer

Die Definition der Header und Footer findet hier statt: [E-Mail-Einstellungen](#)

## Verfügbare Variablen

Durch klicken auf den Pfeil neben **Beispielvariablen** öffnet sich ein Fenster, welches alle Variablen anzeigt, die in dem aktuellen Template benutzt werden können.

Benutze nur Variablen, welche auch in den Variablen Informationen aufgelistet sind. Andernfalls kann es sein, dass die E-Mail-Vorlage nicht mehr verschickt werden kann.

## Test-E-Mail an Shopbetreiber senden

Hier kannst Du Dir eine Test-E-Mail schicken lassen. Die Test-E-Mail wird an die E-Mail-Adresse, die in den Stammdaten hinterlegt ist, verschickt. Diese kann aktuell nur für die erste Sprache verschickt werden. Test-E-Mails für übersetzte E-Mails sind nicht möglich.

Es wird immer der Mail Service benutzt, überprüfe ob Dein Provider diese Funktion unterstützt.

## Anhänge

Hier hast Du eine Übersicht über die an der E-Mail angehangenen Dokumente aus der Medienverwaltung. Bitte beachte, dass hier nur Dokumente auftauchen, welche zur Zeit mit der E-Mail-Vorlage verknüpft sind.

Bei Status-E-Mails können keine Anhänge versendet werden.

## Tipps & Tricks

### Mehrwertsteuer Nachkommastellen ausgeben

Im Standard rundet Shopware die Mehrwertsteuer in der sORDER E-Mail, beispielsweise von 7,7% auf 8%. Mit einer kleinen Anpassung des Templates kannst Du die zwei Nachkommastellen ausgeben lassen.

```
zzgl. {$rate}% MwSt. {$value|currency|unescape:"htmlall"}
```

### Mehrwertsteuer separat ausgeben

Wenn Du jeweils die in der Bestellung enthaltenen Mehrwertsteuerbeträge separat ausgeben lassen möchtest, kannst Du dies in der E-Mail unter Verwendung der folgenden Snippets tun:

#### Plain-Text:

```
{foreach $sTaxRates as $rate => $value}
zzgl. {$rate} MwSt. {$value|currency|unescape:"htmlall"}
{/foreach}
```

#### HTML E-Mail:

```
{foreach $sTaxRates as $rate => $value}
zzgl. {$rate} MwSt. {$value|currency}
{/foreach}
```

### sCANCELEDVOUCHER bekommt neue Variablen mit Shopware 5.2.9

In Shopware 5.2.9 wurde die Vorlage sCANCELEDVOUCHER um die folgenden Variablen erweitert:

```
{ $sVouchervalue }
{ $sVouchervalidfrom }
{ $sVouchervalidto }
{ $sVoucherpercental }
```

Eine Beispiel-E-Mail würde dann wie folgt aussehen:

```
...möchten wir Ihnen heute einen { $sVouchervalue } {if $sVoucherpercental == "1"}%{else}€{/if}
```

### sORDER bekommt neue Variablen mit Shopware 5.2.19

Im Shopware 5.2.19 wurde die sORDER durch die folgenden Variablen erweitert:



```
{$$AmountNumeric}  
{$$AmountNetNumeric}
```

Diese Variablen stellen den rein numerischen Wert der Bestellung dar, jeweils in Brutto bzw. Netto.

## Lieferzeit in der sOrder anzeigen

Die hier zur Verfügung gestellten Informationen wurden zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Artikels getestet, können sich zwischenzeitlich aber geändert haben. **Die Durchführung dieses Tutorials geschieht auf eigene Gefahr!** Lege Dir vor der Durchführung ein Backup an, sodass Du dieses im Zweifel zurückspielen kannst. Beachte, dass es sich hier um Anpassungen von Shopware handelt und der Inhalt dieses Tutorials daher **nicht offiziell supportet** wird!

Im Standard von Shopware wird diese Variable nicht übergeben. Durch eine Abfrage in dem eMail-Template sORDER kann die **Lieferzeit in Tagen abgefragt (1)** und in der Bestellbestätigung ausgegeben werden.

Der Code kann an der gewünschte Stelle in der Vorlage bei der Ausgabe der Position eingebunden werden:

```
{if $details.modus == '0'  
  {if isset($details.active)&&!$details.active}  
    nicht verfügbar  
  {elseif $details.sReleaseDate && $details.sReleaseDate|date_format:"%Y%m%d" > $smarty.now|date_format:"%Y%m%d"  
    lieferbar ab: {$details.sReleaseDate|date:'date_long'}  
  {elseif $details.esd}  
    als Sofortdownload verfügbar  
  {elseif $details.instock > 0}  
    sofort lieferbar  
  {elseif $details.shippingtime}  
    lieferbar in {$details.shippingtime} Werktagen  
  {else}  
    aktuell nicht lieferbar  
  {/if}  
{/if}
```

## Beispiele

### Plaintext

```
Hallo {$billingaddress.firstname} {$billingaddress.lastname},  
vielen Dank fuer Ihre Bestellung bei {config name=shopName} (Nummer: {$sOrderNumber}) am {$sOrderDate}  
Informationen zu Ihrer Bestellung:
```

```
Pos. Art.Nr. Lieferbarkeit Menge Preis Summe  
{foreach item=details key=position from=$sOrderDetails}  
  {$position+1|fill:4} {$details.ordernumber|fill:20} {if $details.modus == '0'} {if isset  
  {$details.active)&&!$details.active} nicht verfügbar {elseif $details.sReleaseDate  
  {$details.articlename|wordwrap:49|indent:5}  
{/foreach}
```

```
Versandkosten: {$sShippingCosts}  
Gesamtkosten Netto: {$sAmountNet}  
{if !$sNet}  
Gesamtkosten Brutto: {$sAmount}  
{/if}
```

```
Gewählte Zahlungsart: {$additional.payment.description}  
{if $additional.payment.additionaldescription}
```

```
{if $additional.payment.name == "debit"}
Ihre Bankverbindung:
Kontonr: {$sPaymentTable.account}
BLZ:{$sPaymentTable.bankcode}
Wir ziehen den Betrag in den nächsten Tagen von Ihrem Konto ein.
{/if}
{if $additional.payment.name == "prepayment"}
```

```
Unsere Bankverbindung:
{config name=bankAccount}
{/if}
```

```
{if $sComment}
Ihr Kommentar:
{$sComment}
{/if}
```

```
Rechnungsadresse:
{$billingaddress.company}
{$billingaddress.firstname} {$billingaddress.lastname}
{$billingaddress.street} {$billingaddress.streetnumber}
{$billingaddress.zipcode} {$billingaddress.city}
{$billingaddress.phone}
{$additional.country.countryname}
```

```
Lieferadresse:
{$shippingaddress.company}
{$shippingaddress.firstname} {$shippingaddress.lastname}
{$shippingaddress.street} {$shippingaddress.streetnumber}
{$shippingaddress.zipcode} {$shippingaddress.city}
{$additional.country.countryname}
```

```
{if $billingaddress.ustid}
Ihre Umsatzsteuer-ID: {$billingaddress.ustid}
Bei erfolgreicher Prüfung und sofern Sie aus dem EU-Ausland
bestellen, erhalten Sie Ihre Ware umsatzsteuerbefreit.
{/if}
```

Für Rückfragen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung.

Wir wünschen Ihnen noch einen schönen Tag.

```
{config name=address}
```

## HTML-Text

```
<div style="font-family:arial; font-size:12px;">
```

```
<p>Hallo {$billingaddress.firstname} {$billingaddress.lastname},<br/><br/>
```

```
vielen Dank fuer Ihre Bestellung bei {config name=shopName} (Nummer: {$sOrderNumber}) am {$sOrderDate}
<br/>
<br/>
```

```
<strong>Informationen zu Ihrer Bestellung:</strong></p>
```

```
<table width="80%" border="0" style="font-family:Arial, Helvetica, sans-serif; font-size:10px">
  <tr>
    <td bgcolor="#F7F7F2" style="border-bottom:1px solid #cccccc;"><strong>Artikel</strong></td>
    <td bgcolor="#F7F7F2" style="border-bottom:1px solid #cccccc;"><strong>Pos.</strong></td>
    <td bgcolor="#F7F7F2" style="border-bottom:1px solid #cccccc;"><strong>Art-Nr.</strong></td>
    <td width="220px" bgcolor="#F7F7F2" style="border-bottom:1px solid #cccccc;"><strong>Lieferant</strong></td>
    <td bgcolor="#F7F7F2" style="border-bottom:1px solid #cccccc;"><strong>Menge</strong></td>
    <td bgcolor="#F7F7F2" style="border-bottom:1px solid #cccccc;"><strong>Preis</strong></td>
    <td bgcolor="#F7F7F2" style="border-bottom:1px solid #cccccc;"><strong>Summe</strong></td>
  </tr>
```

```
{foreach item=details key=position from=$sOrderDetails}
```

```
<tr>
  <td rowspan="2" style="border-bottom:1px solid #cccccc;">{if $details.image.src.1}<img src={$details.image.src.1}</td>
  <td>{$sposition+1|fill:4} </td>
  <td>{$details.ordernumber|fill:20} </td>
  <td width="220px">{if $details.modus == '0'} {if isset($details.active)&&!$details.active}<strong>Lieferant</strong> </td>
  <td>{$details.quantity|fill:6} </td>
  <td>{$details.price|padding:8} {$sCurrency} </td>
  <td>{$details.amount|padding:8} {$sCurrency} </td>
</tr>
```

```

        <tr>
          <td colspan="6" style="border-bottom:1px solid #cccccc;">{$details.articlename|wordwrap:
        </tr>
      }/foreach}
    </table>

<p>
  <br/>
  <br/>
  Versandkosten: {$sShippingCosts}<br/>
  Gesamtkosten Netto: {$sAmountNet}<br/>
  {if !$sNet}
  Gesamtkosten Brutto: {$sAmount}<br/>
  {/if}
<br/>
<br/>
<strong>Gewählte Zahlungsart:</strong> {$additional.payment.description}<br/>
{$additional.payment.additionaldescription}
{if $additional.payment.name == "debit"}
Ihre Bankverbindung:<br/>
Kontonr: {$sPaymentTable.account}<br/>
BLZ:{$sPaymentTable.bankcode}<br/>
Wir ziehen den Betrag in den nächsten Tagen von Ihrem Konto ein.<br/>
{/if}
<br/>
<br/>
{if $additional.payment.name == "prepayment"}
Unsere Bankverbindung:<br/>
{config name=bankAccount}
{/if}
<br/>
<br/>
<strong>Gewählte Versandart:</strong> {$sDispatch.name}<br/>{$sDispatch.description}
</p>
<p>
{if $sComment}
<strong>Ihr Kommentar:</strong><br/>
{$sComment}<br/>
{/if}
<br/>
<br/>
<strong>Rechnungsadresse:</strong><br/>
{$billingaddress.company}<br/>
{$billingaddress.firstname} {$billingaddress.lastname}<br/>
{$billingaddress.street} {$billingaddress.streetnumber}<br/>
{$billingaddress.zipcode} {$billingaddress.city}<br/>
{$billingaddress.phone}<br/>
{$additional.country.countryname}<br/>
<br/>
<br/>
<strong>Lieferadresse:</strong><br/>
{$shippingaddress.company}<br/>
{$shippingaddress.firstname} {$shippingaddress.lastname}<br/>
{$shippingaddress.street} {$shippingaddress.streetnumber}<br/>
{$shippingaddress.zipcode} {$shippingaddress.city}<br/>
{$additional.countryShipping.countryname}<br/>
<br/>
{if $billingaddress.ustid}
Ihre Umsatzsteuer-ID: {$billingaddress.ustid}<br/>
Bei erfolgreicher Prüfung und sofern Sie aus dem EU-Ausland<br/>
bestellen, erhalten Sie Ihre Ware umsatzsteuerbefreit.<br/>
{/if}
<br/>
<br/>
Für Rückfragen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung. Sie erreichen uns wie folgt
<br/>
Mit freundlichen Grüßen,<br/>
Ihr Team von {config name=shopName}<br/>
</p>
</div>

```

## Bestellabschluss E-Mail anpassen

### Verfügbare Variablen in der E-Mail

Durch öffnen des Fensters **Variablen Informationen (1)** können nach Versenden von mindestens einer E-Mail alle zur Verfügung stehenden Variablen eingesehen werden:

Hier eine Übersicht der nutzbaren Variablen:

Aufgrund der stetigen Verbesserungen von Shopware kann es vorkommen, dass einzelne Variablen nicht mehr funktionieren, anders heißen oder neue Variablen hinzukommen. Wir versuchen, diese Tabelle stets aktuell zu halten.

<b>Variablen: Kundenprofil</b>	<b>Erklärung</b>	<b>Ausgabe in der E-Mail</b>
\$additional.user.userID	Benutzer ID	3
\$additional.user.customernumber	Kundennummer	20005
\$additional.user.salutation	Anrede	ms
\$additional.user.lastname	Nachname	Test
\$additional.user.firstname	Vorname	Test
\$additional.user.customergroup	Kundengruppenkürzel	EK
\$additional.user.default_billing_address_id	ID der Standard Rechnungsadresse	3
\$additional.user.default_shipping_address_id	ID der Standard Lieferadresse	3
<b>Variablen: Rechnungsadresse</b>	<b>Erklärung</b>	<b>Ausgabe in der E-Mail</b>
\$billingaddress.company	Firma	Shopware
\$billingaddress.department	Abteilung	Einkauf
\$billingaddress.salutation	Anrede	Herr
\$billingaddress.firstname	Vorname	Max

\$billingaddress.lastname	Nachname	Mustermann
\$billingaddress.street	Straße	Musterstraße
\$billingaddress.streetnumber	Hausnummer	123
\$billingaddress.zipcode	Postleitzahl	112345
\$billingaddress.city	Ort	Musterstadt
\$billingaddress.phone	Telefon	1234/987654
\$billingaddress.fax	Fax	1234/987654-3
\$billingaddress.countryID	Länder-ID	2
\$billingaddress.ustid	Umsatzsteuernummer	DE999999999
\$billingaddress.text1	Freitext 1	Optionaler Freitext
\$billingaddress.text2	Freitext 2	Optionaler Freitext
\$billingaddress.text3	Freitext 3	Optionaler Freitext
\$billingaddress.text4	Freitext 4	Optionaler Freitext
\$billingaddress.text5	Freitext 5	Optionaler Freitext
\$billingaddress.text6	Freitext 6	Optionaler Freitext
<b>Variablen: Lieferadresse</b>	<b>Erklärung</b>	<b>Ausgabe in der eM</b>
\$shippingaddress.company	Firma	Shopware
\$shippingaddress.department	Abteilung	Einkauf
\$shippingaddress.salutation	Anrede	Herr

\$shippingaddress.firstname	Vorname	Max
\$shippingaddress.lastname	Nachname	Mustermann
\$shippingaddress.street	Straße	Musterstraße
\$shippingaddress.streetnumber	Hausnummer	123
\$shippingaddress.zipcode	Postleitzahl	12345
\$shippingaddress.city	Ort	Musterstadt
\$shippingaddress.phone	Telefon	1234/987654
\$shippingaddress.fax	Fax	1234/987654-3
\$shippingaddress.ustid	Umsatzsteuernummer	DE999999999
\$shippingaddress.text1	Freitext 1	Optionaler Freitext
\$shippingaddress.text2	Freitext 2	Optionaler Freitext
\$shippingaddress.text3	Freitext 3	Optionaler Freitext
\$shippingaddress.text4	Freitext 4	Optionaler Freitext
\$shippingaddress.text5	Freitext 5	Optionaler Freitext
\$shippingaddress.text6	Freitext 6	Optionaler Freitext
<b>Variablen: Land (Rechnungsadresse)</b>	<b>Erklärung</b>	<b>Ausgabe in der E-M</b>
\$additional.country.countryname	Land	Deutschland
\$additional.country.countryiso	Land (ISO-Format)	DE
\$additional.country.countryarea	Gebiet	Deutschland

\$additional.country.countryen	Land (englisch)	GERMANY
<b>Variablen: Land (Lieferadresse)</b>	<b>Erklärung</b>	<b>Ausgabe in der E-M</b>
\$additional.countryShipping.countryname	Land	Deutschland
\$additional.countryShipping.countryiso	Land (ISO-Format)	DE
\$additional.countryShipping.countryarea	Gebiet	deutschland
\$additional.countryShipping.countryen	Land (englisch)	GERMANY
<b>Variablen: Benutzer</b>	<b>Erklärung</b>	<b>Ausgabe in der eM</b>
\$additional.user.id	Benutzer-ID	15
\$additional.user.email	eMail des Kunden	Max.Muster@web.de
\$additional.user.accountmode	Schnellbesteller Ja/Nein	1
\$additional.user.paymentID	Zahlungs-ID	4
\$additional.user.firstlogin	Erster Login	2008-07-21
\$additional.user.lastlogin	Letzter Login	2008-08-26 16:38:45
\$additional.user.sessionID	Session-ID	58vvd9b859734bm9teh7voun58e
\$additional.user.customergroup	Kundengruppe	EK
\$additional.user.language	Sprache	de
<b>Variablen: Zahlung</b>	<b>Erklärung</b>	<b>Ausgabe in der E-M</b>
\$additional.payment.name	Zahlart	invoice

\$additional.payment.description	Beschreibung der Zahlart	Rechnung
\$additional.payment.template	Verwendetes Template	invoice.tpl
\$additional.payment.class	Verwendete Klassen	invoice.php
\$additional.payment.table		
\$additional.payment.additionaldescription	Zusätzliche Beschreibung	Sie zahlen einfach und bequem au
\$additional.payment.debit_percent		
\$additional.payment.surcharge		
\$additional.payment.active		
\$additional.payment.esdactive		
\$additional.payment.embediframe		
\$additional.payment.hideprospect		
<b>Variablen: Artikel (Bestellposition)</b>	<b>Erklärung</b>	<b>Ausgabe in der E-M</b>
\$details.id	Artikel ID	1
\$details.sessionID	Session	8d9f3a90571553dcf6118d5c907e
\$details.userID	Kunden ID	23
\$details.articlename	Artikelbezeichnung	Mein Artikel
\$details.ordernumber	Bestellnummer	SW2331
\$details.shippingfree	Versandkostenfrei	0=nein 1=ja



\$details.quantity	Menge	3
\$details.price	Preis	5,00
\$details.netprice	Preis netto	4.2016806723
\$details.datum	Datum	2009-07-01 14:28:48
\$details.modus	Modus	
\$details.esdarticle	Downloadartikel	0=nein 1=ja
\$details.partnerID	Partner ID	Testpartner
\$details.lastviewport	Letzter Viewport	sale
\$details.currencyFactor	Umrechnungsfaktor	1
\$details.ob_attr1 bis. ob_attr6	Freie Attribute (Warenkorb-Attribute)	
\$details.packunit	Packeinheit	Stück
\$details.minpurchase	Mindestabnahme	1
\$details.taxID	Mehrwertsteuer ID	1
\$details.instock	Lagerbestand	7
\$details.maxpurchase	Maximalabnahme	1000
\$details.purchasesteps	Bestellstaffelung	1
\$details.purchaseunit	Bestelleinheit	Liter
\$details.laststock	Abverkauf	0=nein 1=ja
\$details.shippingtime	Lieferzeit	1-3

\$details.releasedate	Erscheinungsdatum	
\$details.stockmin	Mindestlagerbestand	1
\$details.itemUnit	Referenzeinheit	1000 Stck. á 5 €
\$details.amount	Gesamtbetrag	5,00
\$details.amountnet	Gesamtbetrag netto	4,20
\$details.image.src.1	Ausgabe Artikelbild-Link	<a href="http://www.meinshop.de/images/a">http://www.meinshop.de/images/a</a>
<b>Variablen: Versand</b>	<b>Erklärung</b>	<b>Ausgabe in der E-Mail</b>
\$sDispatch.name	Bezeichnung Versandart	DHL
\$sDispatch.description	Beschreibung Versandart	Wir liefern mit DHL
<b>Variablen: Sonstige</b>	<b>Erklärung</b>	<b>Ausgabe in der E-Mail</b>
\$sBookingID	Transaktions-ID	100c6f49bc
\$sOrderNumber	Bestellnummer	2500
\$sOrderDay	Bestelldatum	13.02.2010
\$sOrderTime	Bestelluhrzeit	14:37

### Vorlage für eine Bestellabschluss-E-Mail im Plaintext-Format

Verwende für Verlinkungen und Einbindung von Grafiken grundsätzlich absolute Links, die mit <http://...> oder <https://...> beginnen.

```
{include file="string:{config name=emailheaderplain}"}
Hallo {$billingaddress.firstname} {$billingaddress.lastname},
vielen Dank fuer Ihre Bestellung im Shopware Demoshop (Nummer: {$sOrderNumber}) am {$sOrder
```

Informationen zu Ihrer Bestellung:

```
Pos. Art.Nr.           Menge           Preis           Summe
{foreach item=details key=position from=$$OrderDetails}
  {$position+1|fill:4} {$details.ordernumber|fill:20} {$details.quantity|fill:6} {$details.p
  {$details.articlename|wordwrap:49|indent:5}
{/foreach}
```

```
Versandkosten: {$sShippingCosts}
Gesamtkosten Netto: {$sAmountNet}
{if !$sNet}
  {foreach $sTaxRates as $rate => $value}
  zzgl. {$rate} MwSt. {$value|currency}
  {/foreach}
Gesamtkosten Brutto: {$sAmount}
{/if}
```

```
Gewählte Zahlungsart: {$additional.payment.description}
{$additional.payment.additionaldescription}
{if $additional.payment.name == "debit"}
Ihre Bankverbindung:
Kontonr: {$sPaymentTable.account}
BLZ: {$sPaymentTable.bankcode}
Institut: {$sPaymentTable.bankname}
Kontoinhaber: {$sPaymentTable.bankholder}
```

```
Wir ziehen den Betrag in den nächsten Tagen von Ihrem Konto ein.
{/if}
```

```
{if $additional.payment.name == "prepayment"}
Unsere Bankverbindung:
{config name=bankAccount}
{/if}
```

```
{if $sComment}
Ihr Kommentar:
{$sComment}
{/if}
```

```
Rechnungsadresse:
{$billingaddress.company}
{$billingaddress.firstname} {$billingaddress.lastname}
{$billingaddress.street} {$billingaddress.streetnumber}
{$billingaddress.zipcode} {$billingaddress.city}
{$billingaddress.phone}
{$additional.country.countryname}
```

```
Lieferadresse:
{$shippingaddress.company}
{$shippingaddress.firstname} {$shippingaddress.lastname}
{$shippingaddress.street} {$shippingaddress.streetnumber}
{$shippingaddress.zipcode} {$shippingaddress.city}
{$additional.countryShipping.countryname}
```

```
{if $billingaddress.ustid}
Ihre Umsatzsteuer-ID: {$billingaddress.ustid}
Bei erfolgreicher Prüfung und sofern Sie aus dem EU-Ausland
bestellen, erhalten Sie Ihre Ware umsatzsteuerbefreit.
{/if}
```

Für Rückfragen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung. Sie erreichen uns wie folgt

Wir wünschen Ihnen noch einen schönen Tag.

```
{include file="string:{config name=emailfooterplain}"}
```

## Vorlage für eine Bestellabschluss-E-Mail im HTML-Format

Verwende für Verlinkungen und Einbindung von Grafiken grundsätzlich absolute Links, die mit <http://...> oder <https://...> beginnen.

```
<div style="font-family:arial; font-size:12px;">
  {include file="string:{config name=emailheaderhtml}"}
<br/><br/>
```

```

<p>Hallo { $billingaddress.firstname } { $billingaddress.lastname },<br/><br/>
    vielen Dank fuer Ihre Bestellung bei { $sConfig.sSHOPNAME } (Nummer: { $sOrderNumber }
<br/>
<br/>
<strong>Informationen zu Ihrer Bestellung:</strong></p>
<table width="80%" border="0" style="font-family:Arial, Helvetica, sans-serif; font-si
<tr>
    <td bgcolor="#F7F7F2" style="border-bottom:1px solid #cccccc;"><strong>Artikel
    <td bgcolor="#F7F7F2" style="border-bottom:1px solid #cccccc;"><strong>Pos.</s
    <td bgcolor="#F7F7F2" style="border-bottom:1px solid #cccccc;"><strong>Art-Nr.
    <td bgcolor="#F7F7F2" style="border-bottom:1px solid #cccccc;"><strong>Menge</
    <td bgcolor="#F7F7F2" style="border-bottom:1px solid #cccccc;"><strong>Preis</
    <td bgcolor="#F7F7F2" style="border-bottom:1px solid #cccccc;"><strong>Summe</
</tr>

{foreach item=details key=position from=$sOrderDetails}
<tr>
    <td rowspan="2" style="border-bottom:1px solid #cccccc;">{if $details.image.sr
    <td>{ $position+1|fill:4 } </td>
    <td>{ $details.ordernumber|fill:20 }</td>
    <td>{ $details.quantity|fill:6 }</td>
    <td>{ $details.price|padding:8 } { $sCurrency }</td>
    <td>{ $details.amount|padding:8 } { $sCurrency }</td>
</tr>
<tr>
    <td colspan="5" style="border-bottom:1px solid #cccccc;">{ $details.articlename
</tr>
{/foreach}

</table>

<p>
<br/>
<br/>
Versandkosten: { $sShippingCosts }<br/>
Gesamtkosten Netto: { $sAmountNet }<br/>
{if ! $sNet}
{foreach $sTaxRates as $rate => $value}
zzgl. { $rate } MwSt. { $value|currency }<br/>
{/foreach}
<strong>Gesamtkosten Brutto: { $sAmount }</strong><br/>
{/if}
<br/>
<br/>
<strong>Gewählte Zahlungsart:</strong> { $additional.payment.description }<br/>
{ $additional.payment.additionaldescription }
{if $additional.payment.name == "debit"}
Ihre Bankverbindung:<br/>
Kontonr: { $sPaymentTable.account }<br/>
BLZ: { $sPaymentTable.bankcode }<br/>
Institut: { $sPaymentTable.bankname }<br/>
Kontoinhaber: { $sPaymentTable.bankholder }<br/><br/>
Wir ziehen den Betrag in den nächsten Tagen von Ihrem Konto ein.<br/>
{/if}
<br/>
<br/>
{if $additional.payment.name == "prepayment"}
Unsere Bankverbindung:
{config|nl2br name=bankAccount}
{/if}
<br/>
<br/>
<strong>Gewählte Versandart:</strong> { $sDispatch.name }<br/>{ $sDispatch.description
</p>
<p>
{if $sComment}
<strong>Ihr Kommentar:</strong><br/>
{ $sComment }<br/>
{/if}
<br/>
<br/>
<strong>Rechnungsadresse:</strong><br/>
{ $billingaddress.company }<br/>
{ $billingaddress.firstname } { $billingaddress.lastname }<br/>
{ $billingaddress.street } { $billingaddress.streetnumber }<br/>
{ $billingaddress.zipcode } { $billingaddress.city }<br/>
{ $billingaddress.phone }<br/>
{ $additional.country.countryname }<br/>
<br/>
<br/>
<strong>Lieferadresse:</strong><br/>

```

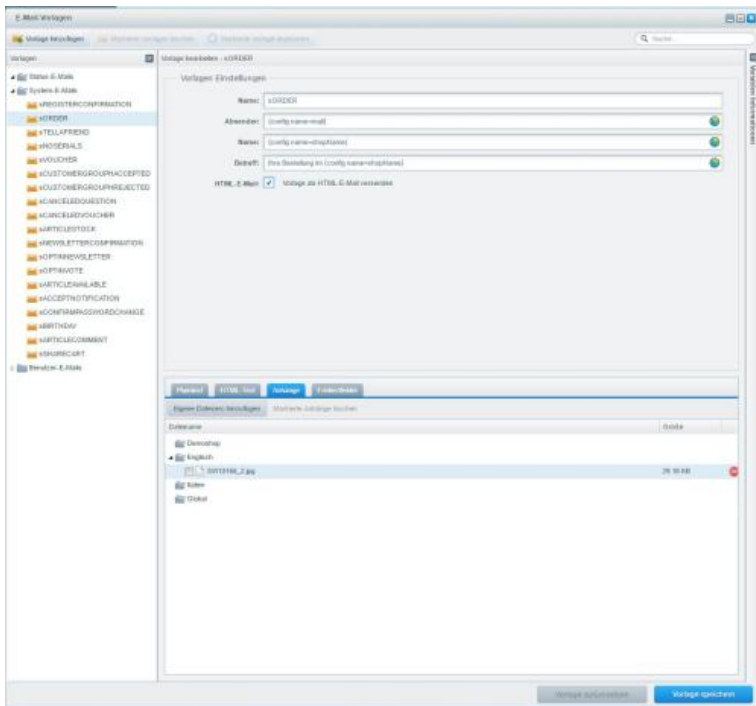
```

    {$shippingaddress.company}<br/>
    {$shippingaddress.firstname} {$shippingaddress.lastname}<br/>
    {$shippingaddress.street} {$shippingaddress.streetnumber}<br/>
    {$shippingaddress.zipcode} {$shippingaddress.city}<br/>
    {$additional.countryShipping.countryname}<br/>
<br/>
    {if $billingaddress.ustid}
    Ihre Umsatzsteuer-ID: {$billingaddress.ustid}<br/>
    Bei erfolgreicher Prüfung und sofern Sie aus dem EU-Ausland<br/>
    bestellen, erhalten Sie Ihre Ware umsatzsteuerbefreit.<br/>
    {/if}
<br/>
<br/>
    Für Rückfragen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung. Sie erreichen uns w
<br/>
<br/>
    {include file="string:{config name=emailfooterhtml}"}
</p>
</div>

```

## E-Mail mit Anhang versenden

Mit shopspezifischen Anhängen ist es möglich, einen Anhang in der Landessprache des Sprach- oder Subshops an die E-Mail anzuhängen. Wechsel in den Tab **Anhänge** und klicke dann auf **Eigene Datei(en) hinzufügen**. Lade nun das gewünschte Dokument über die Medienauswahl hoch. Nachdem das Dokument über die Medienauswahl hochgeladen wurde, musst Du es per Drag&Drop dem gewünschten (Sprach-)/Subshop zuweisen und nachfolgend die **Vorlage speichern**.



## Warum wird keine E-Mail verschickt?

Überprüfe, ob in Deinem E-Mail-Template der Absendername ein Sonderzeichen enthält wie z.B. ":". Diese Zeichen dürfen hier nicht verwendet werden.

## MwSt. in der Bestellbestätigung ausgeben

Um die Steuern in der E-Mail anzuzeigen, kann folgender Code genutzt werden:

### Plaintext:

```
{foreach key=taxRate item=taxValue from=$sTaxRates}
  {$taxRate|replace:".":"","} % MwSt: {$taxValue|replace:".":"","} {$sCurrency}
{/foreach}
```

### HTML:

```
{foreach key=taxRate item=taxValue from=$sTaxRates}
  {$taxRate|replace:".":"","} % MwSt: {$taxValue|replace:".":"","} {$sCurrency}<br/>
{/foreach}
```

### Von Zahlart abhängenden Text einbinden

Wenn für eine bestimmte Zahlart ein gesonderter Block in der E-Mail erscheinen soll, so kannst Du das dynamisch über Smarty regeln, als Beispiel dient der folgende Block:

```
{if $additional.payment.name == "Paypal"}
  //Dein Inhalt
{else}
  //Dein Inhalt
{/if}
```

Dieses Beispiel kannst Du mittels {elseif} beliebig erweitern:

```
{if $additional.payment.name == "Paypal"}
  //Dein Inhalt
{elseif $additional.payment.name == "Kreditkarte"}
  //Dein Inhalt
{elseif $additional.payment.name == "Vorkasse"}
  //Dein Inhalt
{/if}
```

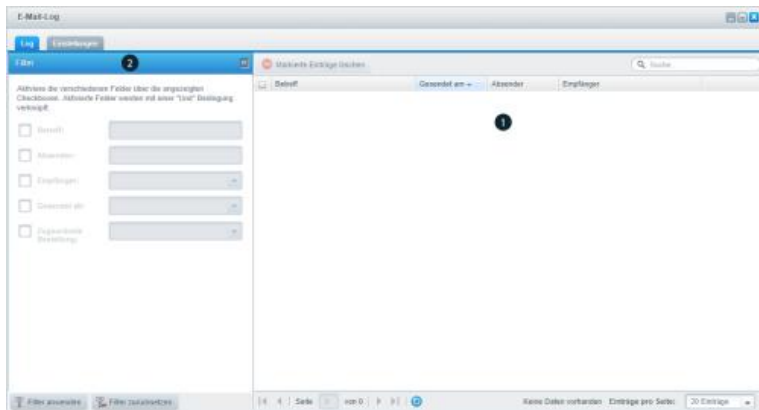
Die Namen der Zahlarten findest Du im Backend unter **Einstellungen > Zahlarten** in Deiner gewünschten Zahlart.

## E-Mail-Log

Ab Shopware 5.6.0 besteht die Möglichkeit, die durch Shopware versendeten E-Mails zu loggen. Hierdurch hast Du die Möglichkeit nachzuvollziehen, wann welche E-Mails versendet wurden. Das Modul hierzu findest Du unter **Einstellungen > E-Mail-Management > E-Mail-Log**.

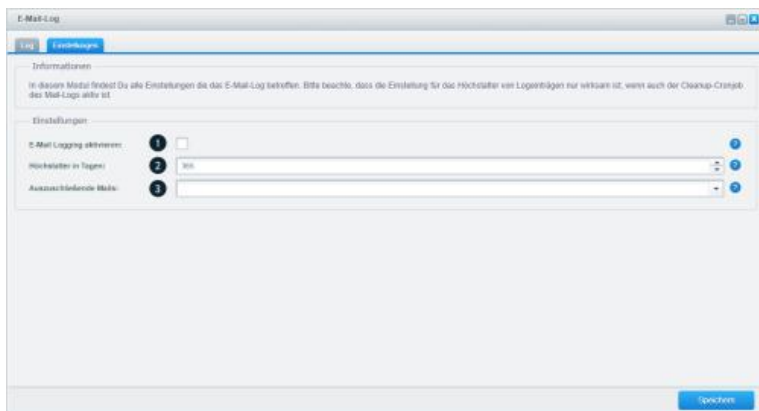
Um den Speicherplatzverbrauch des Logs gering zu halten, wird beim Speichern eines neuen Logeintrags lediglich eine Referenz für jeden versendeten Anhang gespeichert. Solltest Du templatespezifische Anhänge nutzen, so kann es vorkommen, dass die referenzierte Mediendatei aktualisiert wird. Wenn das passiert, wird also beim erneuten Versand die aktualisierte Datei als Anhang genutzt.

## Log



Im Reiter Log werden alle durch das Modul **geloggten E-Mails aufgelistet (1)**. Da dies mit der Zeit eine ziemlich große Anzahl werden kann, kannst Du auf der linken Seite **Filter einblenden (2)**, über die Du die angezeigten E-Mails einschränken kannst.

## Einstellungen



Damit das Logging genutzt werden kann, ist es zunächst erforderlich, dieses zu **aktivieren (1)**.

Zusätzlich kannst Du hier definieren, wie lange die Mails im Log gespeichert werden sollen **(2)**. Um die Mails nach der eingestellten Zeit zu automatisiert zu löschen ist es erforderlich, den mitgelieferten Cronjob auszuführen. Weitere Informationen zur Einrichtung der Cronjobs findest Du in [dieser Dokumentation](#).

Außerdem ist es möglich, **bestimmte Mailtypen vom Logging auszuschließen (3)**. Zu den technischen Mails zählen z.B. Test-Mails, die vom Shopbetreiber über das Vorlagenmodul versendet





Die ID wird im Header empfangen. Hierbei handelt es sich um einen HELO-String. Es sollte sich um den vollqualifizierten Hostnamen handeln um dem Empfängerserver die Auflösung der IP-Adresse zu ersparen. Die Eingabe ist erforderlich beim Versand über einen Mailprovider oder Mailserver.

Wird das Feld frei gelassen wird der Inhalt von SERVER\_NAME im Format [localhost.localdomain] ausgegeben.

## **Mail host**

Der Hostname spielt in der heutigen Zeit eine wesentliche Rolle bei Spamschutzmaßnahmen. Der Hostname sollte grundsätzlich mit dem SMTP Host kooperieren. Der Empfangsserver Deines Kunden z.B. prüft, ob Hostserver und SMTP Server auf den gleichen E-Mail-Server verweisen und zudem, ob sie erreichbar sind. Trifft eines dieser Kriterien nicht zu, werden Deine E-Mails im Vorfeld vielleicht schon als Spam-Mail definiert und blockiert. Im Standard ist *localhost* vorgegeben. Ein anderer Port kann über eine Eingabe im Format [hostname:port], z.B. *smtp.example.com:25* vorgegeben werden. In den meisten Fällen kann Port 25 genutzt werden. Viele Mail-Provider unterstützen auch Port 587 (siehe auch Default Port).

## **Standard Port**

Hier wird der Server Port vorgegeben. Für den SMTP Versand wird in der Regel der Port 25 verwendet. Nutzt Du jedoch AOL oder Google Mail für den Versand, musst Du den dort geforderten Port (z.B. 587) eintragen.

## **Verbindungs Präfix**

Auswahl des Verschlüsselungsprotokolls zur sicheren Datenübertragung. Es kann zwischen Secure Sockets Layer (SSL) und Transport Layer Security (TLS) gewählt werden.

Mit der gesicherten Verbindung ist eine "Tunnelverbindung" zum SMTP Server gemeint. Die Nachrichten, die über diesen Kanal fließen, werden so durch den Zugriff vor Dritten geschützt. Diese Option ist jedoch nicht mit einer verschlüsselten Übertragung gleichzusetzen, denn die Nachrichten werden bei diesem Protokoll innerhalb dieses Tunnels nicht verschlüsselt. Wenn Dein Provider eine SLS oder auch TLS Verbindung erwartet, so trägst Du den Präfix "ssl" oder "tls" an dieser Stelle ein.

**Optionen:** ssl, tls

## **SMTP Benutzername**

Deinen SMTP-Benutzernamen kennst Du vom Einrichten Deines E-Mail-Programms. Trage hier Username bzw. Loginname (das kann auch die eigene eMail Adresse sein- je nach dem eingesetzten E-Mail Provider) sowie das Passwort ein.

## **SMTP Passwort**

Trage hier das Passwort für Deinen E-Mail-Account ein. Dies ist in der Regel das gleiche Passwort wie für den Login mit Deinem E-Mail-Programm oder dem Webclient.

## **Verbindungs-Authentifizierung**

Hier wird das SMTP-Authentifizierungsverfahren ausgewählt. "Plain" überträgt die Daten unverschlüsselt, lediglich base64-kodiert. "Login" hat die gleiche Funktionalität wie "plain", überträgt jedoch in zwei Schritten. "crammd5" bezeichnet den Challenge-Response Authentication Mechanism, Message Digest 5 und verschlüsselt an Hand des MD5-HMAC-Algorithmus.

**Optionen:** plain, login, crammd5

## **SMTP E-Mail-Versand**

### **Encoding der Nachricht**

Die Informationen, die zum Provider übertragen werden, werden gewissermaßen codiert (**nicht** verschlüsselt). Diese Codierung definiert die Zeichensatztiefe und ermöglicht es auch, z.B. Dateianhänge als Text mit zu versenden. Geregelt wird diese Funktion nach den RFC 1341 und RFC 2045. Diese [8bit](#) Codierung wird von den meisten Providern verarbeitet und ist sehr Universal - dennoch muss der Empfänger (also Ihr eMail-Provider) wissen, wie Ihre Shopware die nun folgende Nachricht übertragen wird. Tragen Sie als Codierung also z.B. "8bit" ein, können Sie Nachrichten, Bilder und Anhänge in den meisten Fällen problemlos übertragen.

### **eMail über den Provider versenden (SMTP Versand)**

In Fällen, bei denen die Shopware nicht auf Unix usw. Linux Systemen installiert ist, funktioniert der eMail-Versand nicht ohne weitere Konfiguration. Die PHP Funktion "mail()", also der Mailversand über den PHP Webserver direkt z.B. wird grundsätzlich nicht unterstützt.

Shopware unterstützt weitere Möglichkeiten den eMail-Versand durchzuführen. Der vermutlich wichtigste Weg ist dabei die Anbindung an einen eMail-Provider, den wir in diesem Artikel näher mit Ihnen einrichten werden.

Einige Einstellungspunkte sind bei Ihrem Hoster bzw. eMail-Provider vorab zu klären.

### **Methode zum Senden der Mail**

Die Sendemethode stellt den eigentlichen Übertragungsweg dar. Bei Unix Systemen eignen sich sowohl MAIL als auch SMTP. In einigen Umgebungen kann auch der Type FILE genutzt werden. MAIL setzt auf eine Webserver-Funktion auf, die nur auf Unix und Linux basierenden Systemen Verwendung findet. SMTP hingegen setzt einen Mail-Provider voraus, der lokal oder über das Internet erreichbar sein muss. Der Typ FILE speichert den Versandauftrag als Datei und erfordert eine Dritt-Applikation, die diese Datei dann abarbeitet.

## **Mail Host**

Da wir in diesem Beispiel einen eMail-Provider ansprechen wollen, nutzen wir das Feld SMTP Host, um den Provider zu hinterlegen. In der Regel ist Ihre Internet-Domäne damit gemeint, jedoch ohne "www." davor. Haben Sie also bei Ihrem Provider "www.meinshop.de" hinterlegt, tragen Sie als SMTP Host "meinshop.de" oder auch "mail.meinshop.de" ein. Die Eingabe der IP ist ebenfalls in vielen Fällen statthaft. Sehen Sie hierzu in die Dokumentation Ihres eMail-Providers oder schauen Sie ganz einfach in Ihrem eMail-System in die Konfiguration. Fast alle Einstellungen werden Sie auch dort vorfinden.

## **Hostname**

Der Hostname spielt in der heutigen Zeit eine wesentliche Rolle bei Spamschutzmaßnahmen. Der Hostname sollte grundsätzlich mit dem SMTP Host kooperieren. Der Empfangsserver Ihres Kunden z.B. prüft, ob Hostserver und SMTP Server auf den gleichen eMail-Server verweisen und zudem, ob sie erreichbar sind. Trifft eines dieser Kriterien nicht zu, werden Ihre eMails im Vorfeld vielleicht schon als Spam-Mail definiert und blockiert.

## **Port**

Für den SMTP Versand wird in der Regel der Port 25 verwendet. Nutzen Sie jedoch AOL oder Google Mail für den Versand, müssen Sie den dort geforderten Port (z.B. 465 oder 587) eintragen. Genauere Information hierzu stellt Ihnen der Anbieter des SMTP-Servers zur Verfügung.

## **Gesicherte Verbindung**

Mit der gesicherten Verbindung ist eine "Tunnelverbindung" zum SMTP Server gemeint. Die Nachrichten, die über diesen Kanal fließen, werden so durch den Zugriff vor Dritten geschützt. Diese Option ist jedoch nicht mit einer verschlüsselten Übertragung gleichzusetzen, denn die Nachrichten werden bei diesem Protokoll innerhalb dieses Tunnels nicht verschlüsselt. Wenn Ihr Provider eine SSL oder auch TLS Verbindung erwartet, so tragen Sie den Präfix "ssl" oder "tls" an dieser Stelle ein.

## **Verbindungs Authentifikation**

Die Übertragung der Anmeldeinformationen nach RFC 2822 und RFC 4954 wird heute in der Regel per "Login" gehandhabt, das ist etwas sicherer als die Plain-Methode, aber eben doch noch ungesichert. Wenn Ihr eMail-Provider die Verschlüsselung [CramMD5](#) (RFC 2195) unterstützt, so sollten Sie hier diese Methode ebenfalls einstellen.

## **SMTP Username / SMTP Password**

Ihre Zugangsdaten kennen Sie vom einrichten Ihres eMail-Programms. Tragen Sie hier Username bzw. Loginname (das kann auch die eigene eMail Adresse sein- je nach dem eingesetzten eMail Provider) sowie das Passwort ein.

## **Beispiel für SMTP-Einstellungen bekannter Hoster**

## 1und1

Stand: 8.12.2014 - Quelle: <http://hilfe-center.1und1.de>

- **Encoding der Nachricht:** 8bit
- **Methode zum Versenden der Mail:** smtp
- **Hostname für die Message-ID:**
- **Mail Host:** smtp.1und1.de
- **Standard Port:** 587
- **Verbindungs-Prefix:** tls
- **SMTP Benutzername:** E-Mail-Adresse des SMTP-Accounts
- **SMTP Passwort:** Passwort des SMTP-Accounts
- **Verbindungs-Authentifizierung:** login

## Google Mail

Stand 12.12.2015

- **Methode zum Versenden der Mail:** smtp
- **Hostname für die Message-ID:**
- **Mail Host:** smtp.gmail.com
- **Standard Port:** 587
- **Verbindungs-Prefix:** TLS
- **SMTP Benutzername:**Gmail Adresse
- **SMTP Passwort:** Passwort des Gmail-Accounts
- **Verbindungs-Authentifizierung:** login

## Hosteurope

Stand 12.12.2015

- **Methode zum Versenden der Mail:** smtp
- **Hostname für die Message-ID:**
- **Mail Host:** Ihr SMTP-Server von Hosteurope
- **Standard Port:** 25
- **Verbindungs-Prefix:**
- **SMTP Benutzername:**Benutzername des SMTP-Accounts

- **SMTP Passwort:** Passwort des SMTP-Accounts
- **Verbindungs-Authentifizierung:**

## Timme Hosting

*Stand: 31.10.2019*

- **Methode zum Versenden der Mail:** smtp
- **Hostname für die Message-ID:**
- **Mail Host:** Ihr SMTP-Server von Timme
- **Standard Port:** 587
- **Verbindungs-Prefix:** tls
- **SMTP Benutzername:** Benutzername des SMTP-Accounts
- **SMTP Passwort:** Passwort des SMTP-Accounts
- **Verbindungs-Authentifizierung:** login

## AIXPRO

*Stand: 27.03.2018*

- **Methode zum Versenden der Mail:** smtp
- **Hostname für die Message-ID:**
- **Mail Host:** localhost
- **Standard Port:** 25
- **Verbindungs-Prefix:**
- **SMTP Benutzername:** Benutzername des SMTP-Accounts
- **SMTP Passwort:** Passwort des SMTP-Accounts
- **Verbindungs-Authentifizierung:** plain

## Mailversand als File

Die hier zur Verfügung gestellten Informationen wurden zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Artikels getestet, können sich zwischenzeitlich aber geändert haben. **Die Durchführung dieses Tutorials geschieht auf eigene Gefahr!** Lege Dir vor der Durchführung ein Backup an, sodass Du dieses im Zweifel zurückspielen kannst. Beachte, dass es sich hier um Anpassungen von Shopware handelt und der Inhalt dieses Tutorials daher **nicht offiziell supportet** wird!

Um in den Mailer-Einstellungen den Mailversand als File zu aktivieren, muss die config.php entsprechend erweitert werden:

```
'mail' => array(
    'type' => 'file',
    'path' => $this->DocPath('mails')
)
```

Lege nachfolgend im Shopware-Verzeichnis ein Ordner mit ausreichenden Rechten namens **mails** an. In diesem findest Du alle von Shopware verschickten E-Mails.

Nun musst Du noch in den Mailer Einstellungen definieren, dass Du die Methode "file" zum Versenden der E-Mail nutzen möchtest.

Dazu gehst Du unter **Einstellungen > Grundeinstellungen > Shopeinstellungen > Mailer** und trägst bei **Methode zum Senden der Mail** "file" ein.

## Absendeadresse der Bestellbestätigung ändern

Du kannst den Absender direkt in der E-Mail-Vorlage der Bestellbestätigung ändern.

Dazu gehst Du wie folgt in der Administration vor:

**Einstellungen > eMail-Vorlagen > System emails > sORDER > Absender.**

Dort kann der Absender mit E-Mail-Adresse sowie Name (auch für die Subshops) geändert werden.

## E-Mail-Einstellungen

Hier kannst Du verschiedene Einstellungen vornehmen, die den E-Mail-Verkehr betreffen. Diese Einstellmöglichkeit findest Du unter **Einstellungen > Grundeinstellungen > Storefront > E-Mail-Einstellungen**. Die E-Mails werden, sofern nicht anders angegeben, immer an die in den Stammdaten hinterlegte Shopbetreiber-E-Mail-Adresse versendet.

### Optionen

- **Bestellbestätigung an Shopbetreiber deaktivieren:** Hiermit kannst Du die Bestellbestätigung in CC an Dich (de-)aktivieren. Im Standard ist hier "Nein" eingetragen, d.h. Du bekommst Bestellbestätigungen in Kopie zugesandt.
- **Registrierungsbestätigung in CC an Shopbetreiber schicken:** Wenn Du die Registrierungsbestätigung ebenfalls in CC bekommen willst, aktiviere diese Funktion. Im Standard ist diese bereits aktiviert ("ja").
- **Bestellstatus - Änderungen CC-Adresse:** Falls auch weitere Personen die Statusänderungs-E-Mail erhalten sollen, trage diese E-Mail-Adressen hier ein. Beachte aber, dass dies CC Mails sind, der Empfänger kann also sehen, wer die Mail noch als Kopie bekommt!
- **E-Mail Header Plaintext:** Hier definierst Du die Kopfzeile (Header), die mit den Plaintext E-Mails versendet werden kann.

- **E-Mail Footer Plaintext:** Hier definierst Du eine Fußzeile (Footer), die mit den Plaintext E-Mails versendet werden kann.
- **E-Mail Header HTML:** Hier definierst Du die Kopfzeile (Header), die mit den HTML-E-Mails versendet werden kann.
- **E-Mail Footer HTML:** Hier definierst Du die Fußzeile (Footer), die mit den HTML-E-Mails versendet werden kann.

Die E-Mail-Header und -Footer kannst Du in jeder E-Mail Vorlage nutzen, kopiere einfach den Code `{include file="string:{config name=emailheaderplain}"}` und tausche header/footer und plain/html für die jeweilige Vorlage, die Du gerade brauchst.

**Tip:** Du kannst in Deinen Headern Dein Shop-Logo aus jedem beliebigen Viewport verwenden (sofern Du es auch im Theme hinterlegt hast) und musst nicht das Desktop-Logo verwenden, somit wird das Bild kleiner und Du sparst Traffic.

```
//Mobile Logo


// Tablet Logo


//Tablet Landscape Logo


// Desktop Logo

```

## E-Mails werden nicht per SMTP versendet

Falls Du nicht SMTP zum Senden der Mails nutzt, ist dieser Artikel für Dich nicht relevant.

Die Verschlüsselungstechnologie TLS 1.0 von 1999 ist bereits 2016 abgekündigt worden und ab dem 30.06.2018 gelten E-Mail-Server, die TLS1.0 unterstützen als nicht mehr PCI-DSS-konform. Mit TLS 1.3 steht seit 2018 die aktuelle Version bereit. Einige E-Mail-Hoster beginnen nun, diese Technologie auf ihren E-Mail-Servern zu deaktivieren, um weiterhin PCI-DSS-konform zu bleiben. Durch diese Änderung kann es vorkommen, dass Shopware keine E-Mails mehr senden kann.

## Bin ich betroffen?

Diese Änderung betrifft Dich nur, wenn **alle** der 3 folgenden Bedingungen zutreffen:

- Du nutzt SMTP als Versandmethode in Shopware
- Du nutzt PHP Version 5.6.30 oder 7.0.30 - 7.1.17
- Dein E-Mail-Hoster hat TLS1.0 bereits deaktiviert

Falls Du Dir nicht sicher bist, ob Dein Hoster TLS1.0 noch einsetzt, kannst Du hier nachschauen: <https://de.ssl-tools.net/mailservers>.

**Hintergrund:** Die von Shopware benutzte Zend-Bibliothek kann Mails nur mit dem TLS 1.0 Protokoll senden, wenn der Server nun aber nur TLS 1.1 oder höher beherrscht, werden die Abfragen abgelehnt und somit keine E-Mails mehr versendet.

## Update der Shopware Installation (Empfohlen)

Wir empfehlen ein Update auf mindestens Shopware Version 5.4.5 durchzuführen. Das Update auf 5.4.5 kannst Du regulär über den Auto-Updater beziehen oder direkt über unsere Download-Übersicht.

## Erweiterung installieren

Falls Du Deine Shopware-Installation nicht updaten kannst (empfohlen), kannst Du den Fix ebenso per Erweiterung vornehmen:

- Lade Dir die Erweiterung [SwagFixDeprecatedTlsInSmtplib](#) herunter.
- Installiere und aktiviere die Erweiterung.

Bitte prüfe nach der Installation, ob Dein E-Mail-Verkehr wieder wie gewohnt funktioniert.

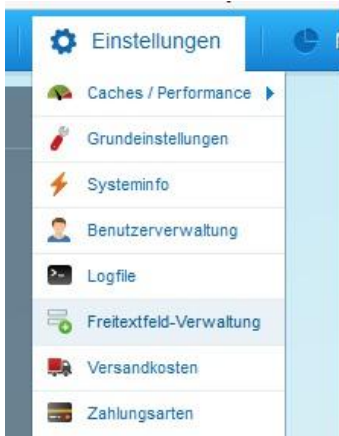
# Freitextfelder / Attribute

Die Freitextfeld-Verwaltung ist die Weiterentwicklung der bisherigen Attribute in Shopware und löst die Funktion komplett ab. Die bisherigen Attribute - auch von Plugins genutzte - bleiben dabei unverändert und werden auch weiterhin verwendet! Mit Hilfe der Freitextfeld-Verwaltung kannst Du quasi allem in Shopware Freitextfelder geben und diese ganz individuell nutzen: Sei es, um Artikel als Sperrgut zu kennzeichnen oder Kunden als Bonuskunden zu markieren. Die Möglichkeiten der Individualisierung sind sehr umfangreich.

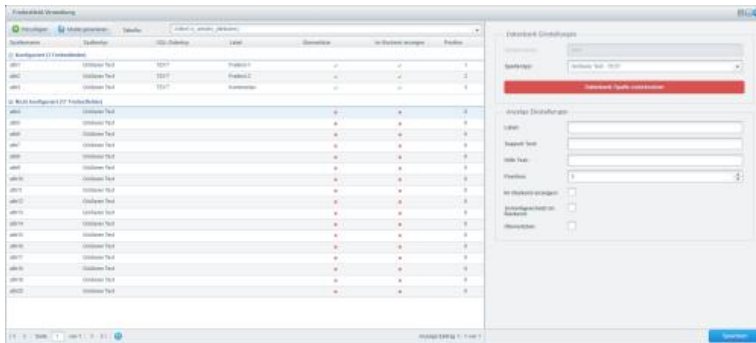
Die Freitextfeld-Verwaltung ist eine Standardkomponente, benötigt aber je nach Anwendungsfall dennoch oft Anpassungen. Beachte daher, dass wir nur den Standard Leistungsumfang supporten können. Alle Anpassungen, wie Implementierungen ins Template oder andere Arbeiten mit Freitextfeldern fallen unter den Bereich individuelle Programmierung und werden nicht supportet.

## Das Modul





Das Modul findest Du unter *Einstellungen* > *Freitextfeld-Verwaltung* im Backend.



Das Modul gliedert sich in die folgenden Bereiche:

- **Tabelle (1):** Hier wählst Du die Datenbanktabelle aus, in denen Du Freitextfelder konfigurieren möchtest.
- **Hinzufügen/Model generieren (2):** Hier kannst Du neue Freitextfelder hinzufügen und die Models neu generieren. Beim Anlegen werden die Models automatisch erstmals erzeugt, normalerweise ist das Neugenerieren nicht nötig.
- **Konfigurierte Freitextfelder (3):** Hier werden Dir alle konfigurierten, also "aktiven" Freitextfelder aufgelistet.
- **Nicht Konfigurierte Freitextfelder (4):** Hier werden dir alle nicht konfigurierten, also "inaktiven" Freitextfelder aufgelistet.
- **Datenbankeinstellungen (5):** Hier kannst Du für das gewählte Freitextfeld die Datenbankeinstellungen treffen.
  - **Spaltenname:** Dies ist der Spaltenname. Falls das Plugin ein Default-Freitextfeld oder eine Drittanbieter-Freitextfeld ist, kannst Du hier keine Bearbeitung vornehmen.
  - **Spaltentyp:** Hier definierst Du den Spaltentypen, den Du benötigst.
  - **Datenbankspalte zurücksetzen:** Mit dieser Funktion leerst Du die Inhalte des Freitextfeldes, das Du gerade bearbeitest. Beachte hierbei, dass die Datensätze für die komplette Spalte geleert werden! Diese Funktion ist erforderlich, wenn Du das Freitextfeld nicht mehr nutzen möchtest oder es änderst.

- **Anzeigeeinstellungen (6):** Hier definierst Du die Anzeigeeinstellungen für Dein Freitextfeld, ob es im Backend angezeigt oder übersetzt werden soll und die entsprechenden Bezeichnungen und Hilfetexte.
  - **Label:** Hier definierst Du das Label. Dieser Wert wird im Backend quasi als "Feldbezeichnung" ausgegeben.
  - **Support Text:** Dieser Text steht in kleiner kursiver Schrift unter dem Eingabefeld und ist für ergänzende Informationen gedacht.
  - **Hilfe Text:** Dieser Text wird als Toolltip im ?-Symbol rechts neben dem Eingabefeld angezeigt.
  - **Position:** Dies definiert die Position des Freitextfeldes.
  - **Im Backend anzeigen:** Hiermit definierst Du, ob das Freitextfeld im Backend angezeigt und befüllt werden kann.
  - **Schreibgeschützt im Backend:** Mit dieser Option kann das Freitextfeld im Backend nur gelesen aber nicht beschrieben werden.
  - **Übersetzbar:** Hier kannst Du definieren, ob das Freitextfeld übersetzbar sein soll, also der Inhalt für Sprach-/Subshops anders sein kann.

Grundsätzlich gibt es 4 Arten von Freitextfeldern:

- **Nicht Konfiguriert** - Die Datenbank enthält die passenden Spalten bereits, sie werden aber noch nicht genutzt (z.B. Attr1 - Attr20 beim Artikel)
- **Konfiguriert** - Diese Freitextfelder wurden bereits konfiguriert und können genutzt und befüllt werden.
- **Nicht Konfigurierbar** - Dies sind alle Freitextfelder von Drittanbieter Plugins, die in der Datenbankstruktur nicht veränderbar sind, da sie nur vom Drittanbieter oder Plugin befüllt werden.
- **Bereits enthalten** - Dies sind Freitextfelder, die es bereits bisher in Shopware gab, daher sind deren Spaltennamen nicht änderbar.

## Anlegen eines Freitextfeldes

Zuerst wählst Du die Tabelle aus, in der Du das Freitextfeld anlegen möchtest. Die Auflistung der konfigurierten / nicht konfigurierten Freitextfelder lädt dann erneut und zeigt Dir alle in dieser Tabelle existierenden (nicht-) konfigurierten Freitextfelder an. Falls schon Freitextfelder vorhanden sind, kannst Du diese ändern, andernfalls erstelle einfach ein neues Freitextfeld. Darauf blendet sich der rechte Bereich ein, in dem Du die Datenbank- und Anzeigeeinstellungen definieren kannst. Hier kannst Du Deine gewünschte Konfiguration vornehmen und das Freitextfeld entsprechend speichern. Nach dem Speichern werden die Datenbank-Models erzeugt, das Freitextfeld wandert in den Bereich *konfiguriert* und steht zur Verwendung bereit.

## Ändern eines Freitextfeldes

Grundsätzlich kannst Du jedes Freitextfeld beliebig oft ändern, beachte aber, dass der Inhalt der Freitextfelder dabei nicht verändert wird. Daher ist es erforderlich, beim Ändern des Spaltentyps oder des Entities den Inhalt zu leeren, da sonst unter Umständen falsche Daten ausgelesen werden!

# Löschen eines Freitextfeldes

Löschen ist nur bei selbst erstellten Freitextfeldern möglich! Bereits existierende oder Drittanbieter-Freitextfelder können nicht gelöscht werden!

Löschen kannst Du ein selbst erstelltes Freitextfeld mittels des roten Icons (1) im Listing:

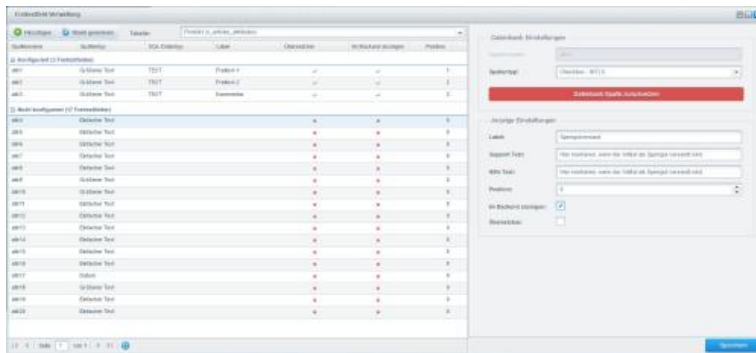


Daraufhin wird die komplette Datenbank-Spalte samt Inhalt gelöscht.

## Beispiele

### Sperrgutversand

Zuerst erstellst Du das Freitextfeld anhand des Beispiels im Bild:



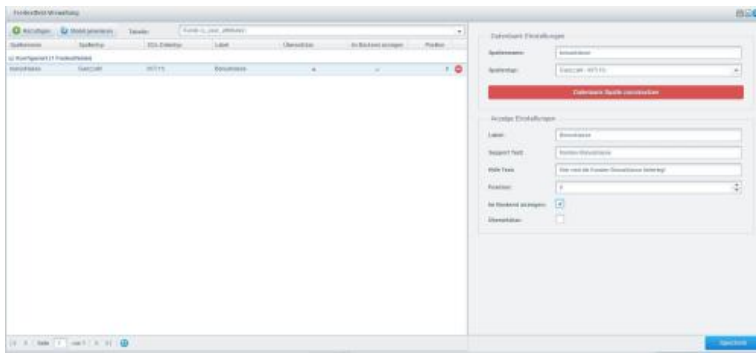
Nach erstellen des Freitextfeldes findest Du das selbige in den Artikelstammdaten im Bereich der Freitextfelder:



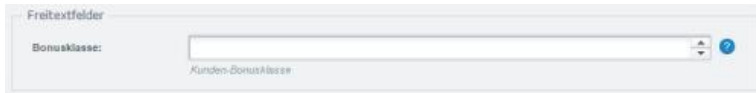
Nun kannst Du je nach Artikel die Checkbox anhaken und die Information in den Versandkosten entsprechend berücksichtigen, das passende Tutorial zu den Versandkosten findest Du [hier](#).

### Bonuskunden

Hier erstellst Du Dir wieder das Freitextfeld:



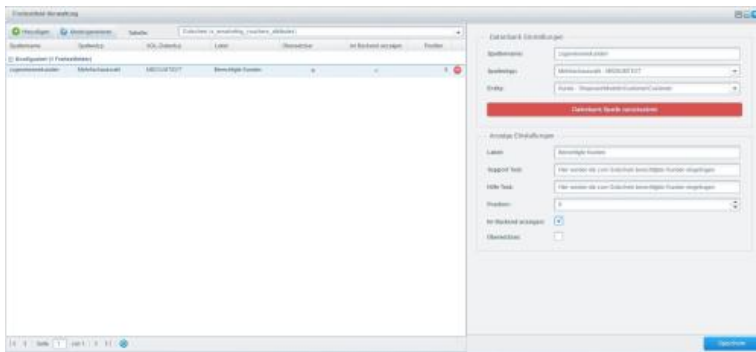
Nun kannst Du beim Kunden das Feld mit einer entsprechenden Zahl für die Bonusklasse befüllen:



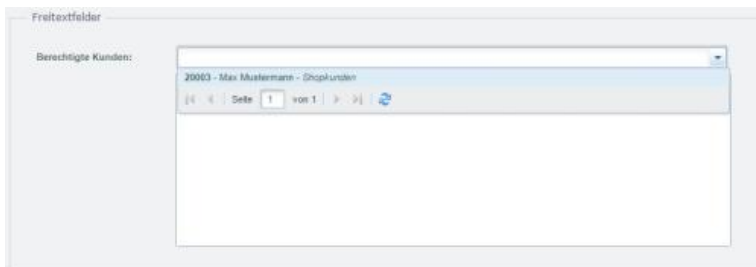
Diesen Wert kannst Du an anderer Stelle wieder aufgreifen und Deinen Kunden dadurch z.B. definierte Gutscheine anbieten. Alternativ wäre auch möglich, dass Kunden alle 10 Bestellungen eine Klasse höher gestuft werden. Hierfür wäre dann eine Anpassung nötig, die beim Auslösen einer Bestellung die Anzahl prüft und das Freitextfeld ggf. anpasst. Dies erfordert dann jedoch individuelle Programmierung.

## Gutscheine nur für bestimmte Kunden anbieten

Das Freitextfeld zur Verwendung wird wie Folgt erstellt:



Als Besonderheit ist hier zu erwähnen, dass hier mit einer Mehrfachauswahl an Kunden gearbeitet wird, so kannst Du im Gutschein selbst mehrere Kunden auswählen:



Die weitere Implementierung ist auch hier wieder individuelle Programmierung.

# FAQ

## Update auf Shopware 5.2

Deine bisherigen Attribute werden alle in die neue Freitextfeld-Verwaltung übernommen.

Freitextfelder, deren Tabellenspalten mit Großbuchstaben benannt sind, werden zwar migriert, können im neuen Freitextfeld-Management aber nicht mehr bearbeitet werden, da dieses nur Kleinschreibung unterstützt!

### Freitextfelder sind für diese Elemente verfügbar

Freitextfelder können für die folgenden Datenbanktabellen angelegt werden:

Element	Datenbanktabelle
<b>Artikel</b>	s_articles_attributes
<b>Artikel - Preis</b>	s_articles_prices_attributes
<b>Artikel - Bild</b>	s_articles_img_attributes
<b>Artikel - Download</b>	s_articles_downloads_attributes
<b>Artikel - Link</b>	s_articles_information_attributes
<b>Eigenschaften - Set</b>	s_filter_attributes
<b>Eigenschaften - Gruppe</b>	s_filter_options_attributes
<b>Eigenschaften - Option</b>	s_filter_values_attributes
<b>Artikel - ESD</b>	s_articles_esd_attributes
<b>Konfigurator - Vorlage</b>	s_article_configurator_templates_attributes
<b>Konfigurator - Preis Vorlage</b>	s_article_configurator_template_price_attributes
<b>Hersteller</b>	s_articles_supplier_attributes

<b>Banner</b>	s_emarketing_banners_attributes
<b>Blog</b>	s_blog_attributes
<b>Kategorie</b>	s_categories_attributes
<b>Land</b>	s_core_countries_attributes
<b>Staat</b>	s_core_countries_states_attributes
<b>Kunde</b>	s_user_attributes
<b>Kunden - Rechnungsadresse</b>	s_user_billingaddress_attributes
<b>Kunden - Lieferadresse</b>	s_user_shippingaddress_attributes
<b>Warenkorb</b>	s_order_basket_attributes
<b>Bestellung</b>	s_order_attributes
<b>Bestellung - Position</b>	s_order_details_attributes
<b>Bestellung - Rechnungsadresse</b>	s_order_billingaddress_attributes
<b>Bestellung - Lieferadresse</b>	s_order_shippingaddress_attributes
<b>PDF Vorlage</b>	s_order_documents_attributes
<b>Kundengruppe</b>	s_core_customergroups_attributes
<b>Versandkosten</b>	s_premium_dispatch_attributes
<b>Product Stream</b>	s_product_streams_attributes
<b>Einkaufswelt</b>	s_emotion_attributes
<b>Formulare</b>	s cms_support_attributes

<b>Mail-Vorlage</b>	s_core_config_mails_attributes
<b>Medien</b>	s_media_attributes
<b>Zahlungsart</b>	s_core_paymentmeans_attributes
<b>Artikel - Export</b>	s_export_attributes
<b>Shopseite</b>	s_cms_static_attributes
<b>Benutzer</b>	s_core_autd_attributes
<b>Gutschein</b>	s_marketing_vouchers_attributes
<b>Kunden - Adressen</b>	s_user_addresses_attributes

## Spaltentypen

Als Spaltentyp kannst Du die folgenden definieren:

<b>Name</b>	<b>Typ</b>
Einfacher Text	VARCHAR (Es wird immer 255 als Standard gesetzt!)
Größerer Text	TEXT
HTML-Editor	MEDIUMTEXT
Ganzzahl	INT(11)
Dezimalzahl	DOUBLE
Checkbox	INT(1)
Datum	DATE
Datum / Zeit	DATETIME

Combobox	MEDIUMTEXT
Einfachauswahl	VARCHAR
Mehrfachauswahl	MEDIUMTEXT

## Nutzung im Frontend

Nicht alle Freitextfelder werden auch an das Frontend oder die jeweilige Funktion gereicht. Sollte das gewünschte Freitextfeld nicht zur Verfügung stehen, so musst Du dies per Plugin bereitstellen. Aus Performance-Gründen werden weiterhin nicht alle Freitextfelder im Frontend verfügbar sein. Freitextfelder, die den Artikel betreffen, werden im Standard bereits zum Template gereicht und müssen dort nur noch über eine Anpassung im Theme ausgegeben werden. Möchtest Du andere Freitextfelder im Theme nutzen, so musst Du die Integration ans Theme manuell programmieren. Weitere Infos findest Du im [Developers Upgrade Guide](#).

# Kundengruppen

Kundengruppen bieten im eCommerce eine sehr wichtige Klassifizierungsmöglichkeit um Kunden individuell anzusprechen und zu verwalten. Der Geschäftspartner reagiert z.B. auf andere Werbebotschaften und Preise, wie ein Endverbraucher.

Durch die Kundengruppen-Funktionen in Shopware kannst Du die Vielfalt Deiner Kunden abbilden. So kannst Du für registrierte Firmen Nettopreise ausweisen, während Endverbraucher den Bruttopreis ausgewiesen bekommen. Auch sind unterschiedliche prozentuale Rabatte für die einzelnen Kundengruppen möglich.

Innerhalb eines Artikels kannst Du dazu bestimmen, für welche Kundengruppe dieser Artikel angezeigt wird, etwa wenn Du Artikel nicht nur einzeln sondern auch als Pallettenware verkaufst oder gesetzliche Bestimmungen, etwa zum Jugendschutz einzuhalten sind.

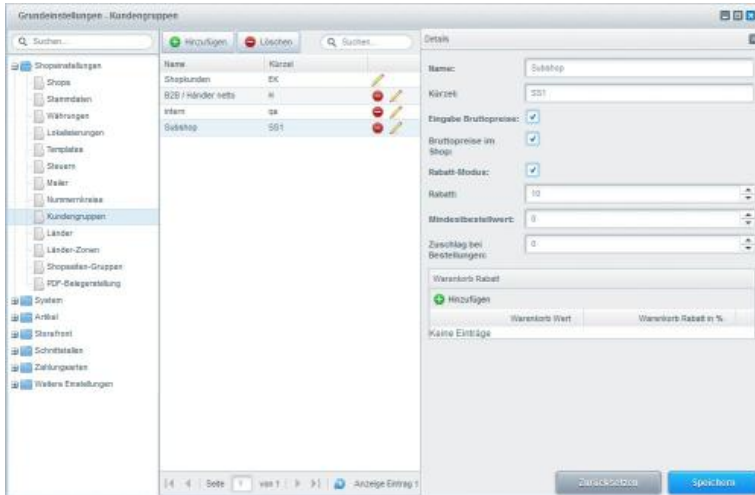
Die Kundengruppen können natürlich auch dazu genutzt werden, um für jede Kundengruppe individuelle Newsletter zu gestalten.

Die Kundengruppe "EK" ist eine System-Kundengruppe und wird als Fallbackpunkt genutzt. Sie darf weder verändert noch gelöscht werden. Der Kundengruppe EK sollte deshalb auch KEIN Rabattmodus zugewiesen werden, da dies Möglichkeiten zur Pflege von Preisen im Shop einschränkt. Kundengruppenkürzel dürfen niemals Leerzeichen, Umlaute oder Sonderzeichen enthalten, da dies zu massiven Problemen in der Datenbank führen kann! Das Kundengruppen-Kürzel darf max. 5 Zeichen lang sein.



Du solltest grundsätzlich darauf achten keine Kundengruppen zu löschen, da z.B. Eigenschaften oder Preise von Kundengruppen mit anderen Funktionen innerhalb von Shopware verknüpft sind.

Das Fenster **Kundengruppen** ist in zwei Bearbeitungsbereiche aufgeteilt. Im linken Bereich fügst Du neue Kundengruppen hinzu oder löschst diese. Über das Stift-Icon kannst Du eine Kundengruppe im rechten Bereich des Fensters bearbeiten.



## Brutto- und Nettopreise

Wenn Du bei **Eingabe Bruttopreise** einen Haken setzt, so geht die Software davon aus, dass Du in den Artikeln jeweils den Bruttobetrag erfasst. Ansonsten wird von Eingabe des Nettobetrages ausgegangen.

Shopware speichert die Preise netto in der Datenbank. Beachte, dass bei der Eingabe von Brutto-Preisen eine Umrechnung auf den Netto-Betrag stattfindet. Hier wird als Grundlage immer der Standard-Steuersatz in Shopware verwendet! Zusätzliche Länder, mit ggf. zugewiesenen abweichenden Steuersätzen in den Grundeinstellungen, können nicht berücksichtigt werden.

**Bruttopreise im Shop** definiert, ob die gewählte Kundengruppe in der Storefront Bruttopreise angezeigt bekommt. Dieses geschieht nur, wenn an dieser Stelle ein Haken gesetzt wird.

## Globaler Rabatt und Mindestbestellwert

Der **Rabatt-Modus** gewährt der Kundengruppe einen prozentualen Rabatt auf alle Artikel. Wird ein Haken gesetzt, erscheint das Feld **Rabatt**, in dem Du den prozentualen Wert erfassen kannst, z.B. 10 für 10% Rabatt auf alle Artikel.

Der Mindestbestellwert ist ein absoluter Betrag und lässt als Schwellenwert erst ab dem dort festgelegten Betrag einen Bestallabschluss zu.

Der Artikelpreis kann für Kundengruppen, in denen der Rabattmodus aktiviert wurde, nicht gesondert erfasst werden. Für die Hauptkundengruppe von Shops und Subshops solltest Du diese Option daher nicht



- **Verfügbare Listen Layouts:** Falls Du eigene Templates für Deine Kategorien schreibst, kannst Du diese hier einbinden. Anderenfalls kannst Du dieses Feld leer lassen, die Standard-Ansichten kannst Du in den jeweiligen Kategorien einstellen.
- **Direkt auf Detail springen, falls nur ein Artikel vorhanden ist:** Wenn diese Einstellung aktiv ist, so springt Shopware direkt auf die Artikeldetailseite, wenn nur ein Artikel in dieser Kategorie vorhanden ist.
- **Kategorien im Batch-Modus verschieben:** Neuordnungen der Kategorien beim Verschieben werden im Batch-Modus anstatt einzeln ausgeführt. Empfohlen bei extrem umfangreichen Kategoriestructuren.
- **Immer das Artikel-Vorschaubild anzeigen:** In der Listenansicht wird immer nur das Haupt-Vorschaubild unabhängig vom Bild-Mapping angezeigt.
- **Kategorie Standard Sortierung:** Definiere hier die für alle Kategorien verwendete Standard Sortierung. Wenn Du für einzelne Kategorien eine abweichende Standard Sortierung wünschst, kannst Du dies in den [Kategorieeinstellungen](#) anpassen.
- **Mindestabnahme bei der Günstigsten-Preis-Berechnung berücksichtigen:** Falls aktiv, wird der Preis im Listing direkt für die entsprechende Mindestabnahme angezeigt. Falls inaktiv, wird der Stückpreis angezeigt, egal, ob eine Mindestabnahme hinterlegt wurde oder nicht.
- **Staffelpreise in der Günstigsten Preis Berechnung berücksichtigen:** Definiert, ob Staffelpreise bei der Berechnung des günstigsten Preises berücksichtigt werden sollen, oder nicht. *Bitte beachte, dass diese Option nicht greift, wenn für den Artikel Preisgruppen definiert sind. Achtung: Diese Option zeigt immer den günstigsten Staffelpreis im Listing an, auch wenn bei einem Abverkaufsartikel diese Staffel nicht erreicht werden kann.*
- **Maximale Anzahl Produkte pro Seite:** Damit kannst Du bestimmen, wie viele Artikel pro Seite maximal angezeigt werden. Dies verhindert, dass beim Aufrufen einer Kategorie-URL mit einem überdimensioniertem Artikel-Parameter zu viele Artikel geladen werden.
- **Kaufenbutton im Listing anzeigen:** Falls aktiv, wird für alle nicht eingeschränkten Artikel der "In den Warenkorb"-Button im Listing angezeigt, gilt der Artikel als eingeschränkt, wird ein "Details"-Button angezeigt, der den Benutzer auf die Detailseite leitet. **Als Eingeschränkt gelten** Artikel, die Varianten haben, Staffelpreise, oder deren Preise durch Plugins verändert werden (LiveShopping, Promotion, Bundle). Die Weiterleitung auf die Detailseite ist hier vom Gesetzgeber vorgeschrieben, damit der Kunde genau weiß, zu welchem Preis er den Artikel dann in den Warenkorb legt.
- **Produktlayout im Herstellerlisting:** Lege hier fest, welches Layout für das Produktlisting auf einer Herstellerseite verwendet werden soll.

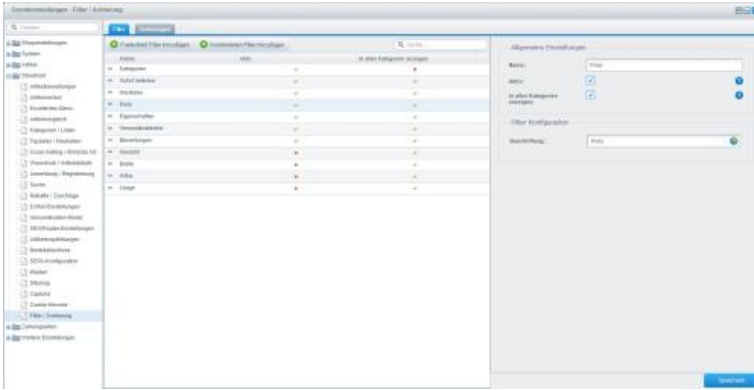
## Individuelle Filter & Sortierung

Mit Hilfe der individuellen Filter & Sortierung kannst Du Einfluss auf das Listing im Frontend nehmen, über die Benutzeroberfläche - ohne Programmierkenntnisse - eigene Filter & Sortierungen erstellen und diese den jeweiligen Kategorien zuteilen. In diesem Artikel erklären wir ausführlich, wie das funktioniert.

Die Einstellungen für Filter & Sortierungen sind kompatibel mit Subshops. Die Steuerung muss hier aufgrund der Logik nur anders funktionieren: In den Grundeinstellungen aktivierst Du alle Filter & Sortierungen, die Du benötigst. In den jeweiligen Kategorien, die den jeweiligen Shops zugewiesen sind, kannst du die Filter & Sortierungen dann einzeln aktivieren oder ausschließen.

### Filter

Die Filterfunktion kannst Du in den Grundeinstellungen unter "**Storefront > Filter/Sortierungen**" im Tab Filter steuern.



## Grundlegende Handhabung

In der Übersicht werden Dir alle erstellten Filter angezeigt, ebenso siehst Du, welche Filter aktiv sind und ob diese in allen Kategorien angezeigt werden. Per Klick auf einen Filter kannst Du diesen auf der rechten Seite bearbeiten und anschließend speichern.

**"In allen Kategorien anzeigen" bedeutet, dass der Filter im Standard in allen Kategorien angezeigt wird, die keine individuelle Konfiguration haben. Wenn Du Filter also nur in einzelnen Kategorien ausschließen willst, solltest Du diese Option wählen. Wenn Du Filter hingegen nur in einzelnen Kategorien aktivieren willst, kannst Du diese Option deaktiviert lassen.**

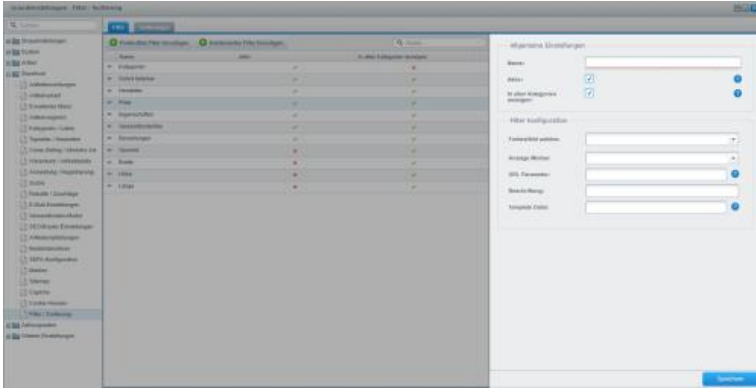
Im Standard sind die folgenden Filter enthalten:

- Kategorien - **Achtung:** Dieser Filter gilt lediglich für die Suche. Du kannst diesen Filter durch die allgemeingültige Oberfläche zwar auch für normale Kategorien aktivieren, er wird dort aber nicht funktionieren, weil dieser Filter ausschließlich für die Suche konzipiert wurde.
- Sofort lieferbar
- Hersteller
- Preis
- Eigenschaften
- Versandkostenfrei
- Bewertungen
- Gewicht (im Standard inaktiv)
- Breite (im Standard inaktiv)
- Höhe (im Standard inaktiv)
- Länge (im Standard inaktiv)

## Freitextfeld-Filter hinzufügen

Freitextfeld-Filter machen es möglich, nach Inhalten eines bestimmten Freitextfeldes zu filtern. Dabei ist es egal, wie die Freitextfelder konfiguriert sind.

Klicke auf den Button "*Freitextfeld-Filter hinzufügen*", um einen neuen Filter zu erstellen. Auf der rechten Seite erscheint dann ein neues Formular, in dem Du alle Daten hinterlegen kannst:



Hier kannst Du die folgenden Parameter eingeben:

- **Name:** Vergib hier einen Namen für Deinen Filter, dieser dient nur als interner Name.
- **Aktiv:** Bestimme, ob der Filter aktiv sein soll, oder nicht.
- **In allen Kategorien anzeigen:** Wenn der Filter im Standard in allen Kategorien aktiv sein soll, aktiviere diese Checkbox.
- **Freitextfeld wählen:** Wähle hier das Freitextfeld aus, das dem Filter als Datenquelle dienen soll.
- **Anzeigemodus:** Definiere hier, wie der Filter im Frontend dargestellt werden soll. Mögliche Optionen sind: Einfachauswahl, Mehrfachauswahl, Checkbox oder Slider.
- **URL-Parameter:** Definiere hier den URL-Parameter, mit dem der Filter genutzt wird. Dieser Parameter wird dann beim Filtern an die URL gehängt und ermöglicht, wie bei allen anderen Filtern auch, das Aufrufen eines bereits gefilterten Listings per URL-Aufruf.
- **Beschriftung:** Hier kannst Du den Namen des Filters eingeben, der dann auch im Frontend genutzt wird.
- **Template Datei:** Wenn der Filter dem ganz normalen Template-Standard entsprechen soll, kannst Du dieses Feld frei lassen. Wenn Dein Filter jedoch individueller sein soll, kannst Du ihm hier eine abweichende Template-Datei zur Verfügung stellen, welche er dann nutzt. Der Pfad muss dabei wie beim Shopware Template üblich auf dem Frontend-Ordner basieren, also zum Beispiel `frontend/listing/filter/mein-filter.tpl`

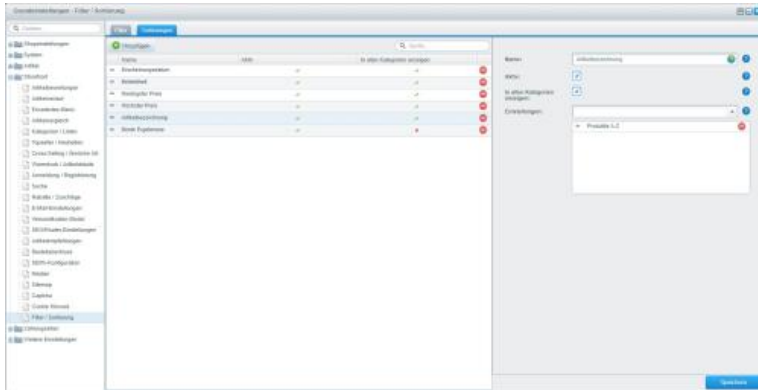
## Kombinierten Filter hinzufügen

Kombinierte Filter nutzen einen Product Stream als Datengrundlage oder eine Produktliste, die mittels der gleichen Filter individuell erstellt werden kann, dadurch kannst Du ohne viel Aufwand Produktgruppen in einem Filter zusammenfassen.



Die individuellen Sortierungen geben Dir die Möglichkeit, diese im Frontend noch individueller zu gestalten und Deinen Kunden somit eine noch besser Darstellung zu präsentieren.

Die Sortierungen kannst Du im gleichen Modul konfigurieren, in dem auch die Filter beheimatet sind. Du erreichst es in den Grundeinstellungen unter "*Storefront > Filter / Sortierungen*" im Tab Sortierungen.



## Grundlegende Handhabung

In diesem Modul siehst Du alle bisher erstellten Sortierungen. Bei Klick auf einen Eintrag in der Liste aktualisiert sich die Detailkonfiguration auf der rechten Seite, in der Du die Sortierung ändern und speichern kannst.

Im Standard sind folgende Sortierungen enthalten:

- **Erscheinungsdatum:** Sortierung nach Veröffentlichungsdatum (Neuerscheinung zuerst/zuletzt).
- **Beliebtheit:** Ergibt sich aus Verkäufen + Impressionen, daher ist es für die korrekte Funktion wichtig, dass der Topseller-Index regelmäßig neu aufgebaut wird. Kann durch Pseudo-Verkäufe in Artikeln erhöht/beeinflusst werden. (Beliebteste zuerst/zuletzt).
- **Niedrigster/Höchster Preis:** Sortierung nach Preis.
- **Artikelbezeichnung:** Alphabetische Sortierung nach Artikelbezeichnung (A-Z, Z-A).
- **Position:** Sortierung nach Position. Abhängig von der manuell eingestellten individuellen Sortierung in der jeweiligen Kategorie (Niedrigste/Höchste Position).
- **Artikelnummer:** Alphabetische Sortierung nach Artikelnummer (A-Z, Z-A).
- **Beste Ergebnisse:** Sortierung nach Suchrelevanz bei Eingabe von Suchbegriffen. Zutreffendere Ergebnisse werden bei einer Suche weiter oben angezeigt.

## Neue Sortierung hinzufügen

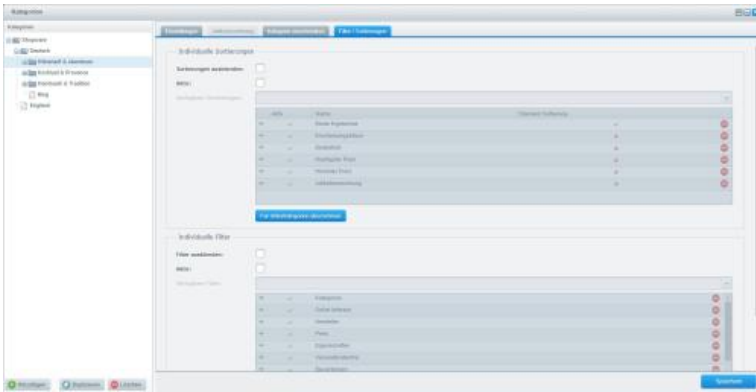
Klicke auf den Button "*Hinzufügen*", das Formular auf der rechten Seite aktualisiert sich und Du kannst nun die folgenden Einstellungen für Deinen neuen Filter festlegen:

- **Name:** Dies ist der Name der Sortierung, der auch im Frontend zur Anzeige genutzt wird.

- **Aktiv:** Definiere hier, ob die Sortierung aktiv sein soll oder nicht.
- **In allen Kategorien anzeigen:** Hiermit bestimmst Du, ob die Sortierung im Standard in allen Kategorien angezeigt werden soll. Dies ist dann hilfreich, wenn Du die Sortierung in der Mehrzahl deiner Kategorien einsetzen willst. Willst Du sie hingegen nur sehr speziell einsetzen, ist dies nicht von Vorteil.
- **Einstellungen:** Hier kannst Du nach mehreren Kriterien sortieren: Beliebtheit, Name, Preis, Artikel-Freitextfeld, Suchrelevanz, Veröffentlichungsdatum.

## Kategorieeinstellungen

Die oben erklärten Filter & Sortierungen sind, wenn Du sie konfiguriert hast, erstmal für den globalen Shop gültig. Wenn Du Einschränkungen oder abweichende Konfigurationen vornehmen möchtest, kannst Du das in den Kategorieeinstellungen tun.



## Grundlegende Handhabung

Die Einstellungen sind in die Bereiche Filter und Sortierung aufgeteilt, in jeder hast Du die Möglichkeit, die Funktionen für die gewählte Kategorie individuell anzupassen, die kann zum Beispiel der Fall sein, wenn Du einzelne Filter zusätzlich anzeigen willst oder andere verstecken.

Wenn Du einen der beiden Funktionen über die Checkbox aktivierst, werden die jeweiligen Optionen darunter aktiviert und Du kannst die Filter bzw. Sortierungen für diese Kategorie individuell einstellen. Bei Deaktivierung setzt sich die Anzeige auf den Standard zurück, sodass Du immer wieder zur Ausgangssituation zurückkehren kannst.

Mittels Filter / Sortierungen ausblenden kannst Du die Funktion in der jeweiligen Kategorie komplett ausblenden.

Über den Button "*Für Unterkategorien übernehmen*" kannst Du Deine individuelle Anpassung der Funktion für alle Unterkategorien übernehmen.

Per Drag-and-Drop-Symbol ganz links in der Liste der Optionen kannst Du die Filter und Sortierungen, sofern diese aktiv sind, nach Belieben sortieren, sodass die Einträge sich auch im Frontend nach dieser Reihenfolge richten.



# Varianten im Listing

Du kannst Variantenartikel im Listing so darstellen, dass deine Kunden beim Filtern der Artikel auch im Listing direkt die passenden Varianten angezeigt bekommen, anstatt nur der Stammartikel.

Wir unterscheiden in diesem Artikel das einfache Filtern nach Gruppen und das "**Auffächern**". Einfaches Filtern bedeutet, dass Shopware dem Endkunden alle Stammartikel anzeigt, die dieselbe Konfiguratoroption besitzen. *Beachte*: Bisher wurde hier über die Artikeleigenschaften gefiltert!

**Auffächern** bedeutet, dass die Artikel bzw. Varianten, die dem Filter entsprechen, auch gesondert angezeigt werden, also wirklich als Variante.

**Dabei gilt es folgendes zu beachten:** Wenn Dein Artikel mehrdimensional ist (bei Kleidung z.B.: Farbe und Größe) und Du im Frontend nach z.B. der Farbe Blau filterst, wird dir eine Artikelbox mit der Info "Farbe: blau" ausgegeben. Dahinter verbergen sich natürlich noch weitere Varianten, da es das blaue Kleidungsstück ja auch in unterschiedlichen Größen (S,M,L,XL...) gibt. Eine **konkrete Variante** wird Dir erst angezeigt, wenn Du im Frontend nach allen Konfiguratorgruppen gefiltert hast, die der Artikel hat, z.B. Farbe: blau & Größe: L.

Falls Du bisher Eigenschaften zur Filtermöglichkeit nutzt, so kann es zu doppelten Filtern kommen, da z.B. Farbe nun als Eigenschaft und als aufgefächerte Variante in den Filtern zu finden ist. Um diese Duplikate zu vermeiden, solltest Du Deine Filter einmal nach Duplikaten durchsuchen. Wir empfehlen, die aufgefächerten Varianten den Eigenschaften vorzuziehen und die Eigenschaften zu deaktivieren, damit Deine Besucher zum einen nur einen Farbfiler sehen und zum Zweiten dieser direkt die Varianten anzeigt!

Das Auffächern von Varianten kostet Leistung, da das Listing ja auch mehr Datensätze verarbeiten muss. Wir raten daher dringend ab, alle Variantengruppen aufzufächern, da bei Filterung nach vielen Optionen hier schnell mehrere Tausend oder noch mehr Varianten geladen werden müssen. Dies geht dann zu Lasten der Geschwindigkeit und der Nutzerfreundlichkeit. Fächere daher nur Optionen auf, die wirklich sinnvoll sind!

## Unterschied zwischen Eigenschaften und "Varianten im Listing"

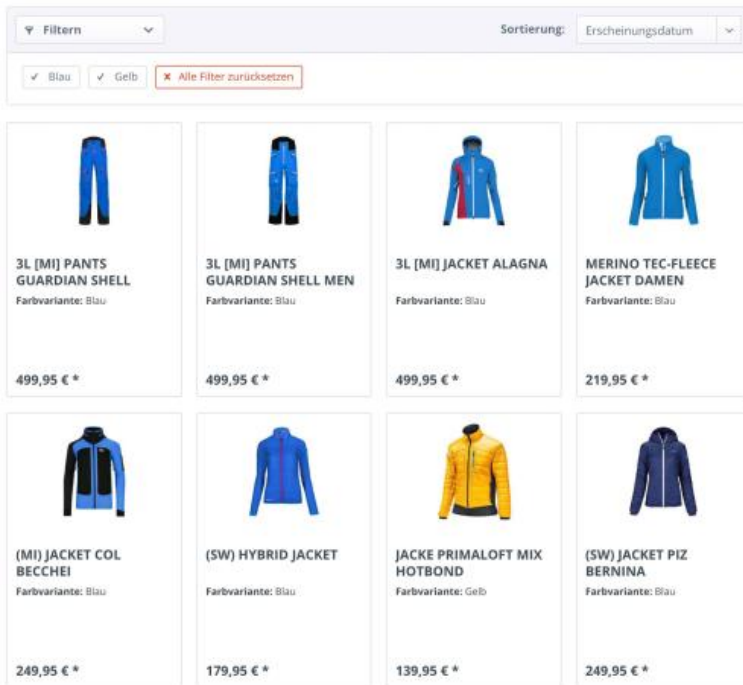
Bisher konnte Shopware mittels Eigenschaften filtern. Eigenschaften sind eine Art beschreibendes Mittel, dem Kunden die Eigenschaften des Artikels mitzuteilen. Weil Eigenschaften aber am gesamten Artikel und nicht an der Variante hängen, wird dem Kunden beim Filtern nach Eigenschaften stets der gesamte Artikel dargestellt. Die Variantenauswahl muss er noch selbst treffen. Filtern nach Varianten mittels der hier beschriebenen neuen Funktion lässt es aber zu, den Kunden direkt nach einer Variante filtern zu lassen, sodass der Kunde nach dem Filtern direkt in die passende Variante oder dessen Gruppe springt und er die Auswahl ggf. nur noch verfeinern muss.

## Konfiguration

Die Konfiguration dieser Funktion findet unter **Einstellungen > Grundeinstellungen > Storefront > Filter/Sortierungen** statt:



Im Frontend kannst Du die Filter anwenden und die Artikel werden entsprechend der Einstellung aufgefächert:



Die zutreffende Option wird beim Artikel hervorgehoben und die Variante wird bereits von Shopware selektiert, sodass auch das passende Bild angezeigt wird, sofern es der Variante entsprechend gemappt ist.

## Logs & Fehlermeldungen

### Allgemeines

Im Backend unter **Einstellungen** > **Logfile** findest Du eine Übersicht aller im Backend durchgeführten Vorgänge und Aktionen:

Datum	Benutzer	Modul	Text	Optionen
30.06.2022 08:58	Shopware Demo		Version 5.7.13 steht zum Download...	[X] [O]
30.06.2022 08:56	Shopware Demo		Damit Du Informationen zu Updates...	[X] [O]
28.06.2022 09:02	Shopware Demo	Artikel	Artikel Hauptartikel wurde gespeichert	[X] [O]
28.06.2022 09:01	Shopware Demo		Version 5.7.13 steht zum Download...	[X] [O]
28.06.2022 09:01	Shopware Demo		Damit Du Informationen zu Updates...	[X] [O]
11.05.2022 13:57	Shopware Demo		Version 5.7.11 steht zum Download...	[X] [O]
11.05.2022 13:56	Shopware Demo		Wir empfehlen das Backup jetzt n...	[X] [O]
11.05.2022 13:56	Shopware Demo		Version 5.7.11 steht zum Download...	[X] [O]
11.05.2022 13:56	Shopware Demo		Damit Du Informationen zu Updates...	[X] [O]
28.04.2022 14:11	Shopware Demo	Shopcache	Shopcache wurde geleert	[X] [O]
28.04.2022 14:10	Shopware Demo		Es werden keine weiteren Meldungen...	[X] [O]
28.04.2022 14:10	Shopware Demo		Damit Du Informationen zu Updates...	[X] [O]
23.03.2022 10:59	Shopware Demo		Damit Du Informationen zu Updates...	[X] [O]
17.03.2022 15:16	Shopware Demo		Damit Du Informationen zu Updates...	[X] [O]
06.03.2022 10:33	Shopware Demo		Damit Du Informationen zu Updates...	[X] [O]
03.03.2022 13:23	Shopware Demo	Shopcache	Shopcache wurde geleert	[X] [O]
03.03.2022 13:23	Shopware Demo	Artikel	Artikel Hauptartikel wurde gespeichert	[X] [O]
03.03.2022 13:22	Shopware Demo	Grundeinstellungen - Preisgruppen	Eintrag "19" wurde gespeichert.	[X] [O]
03.03.2022 13:22	Shopware Demo	Grundeinstellungen - Preisgruppen	Eintrag "18" wurde gespeichert.	[X] [O]
03.03.2022 13:21	Shopware Demo	Shopcache	Shopcache wurde geleert	[X] [O]

Hier wird Dir eine Übersicht der Meldungen mit zugehörigen Daten wie *Datum*, *Benutzer*, *Modul*, *Meldung* und weiteren Optionen angezeigt. Mit der *Suche* (2) kannst Du zum Beispiel nach Benutzern suchen, es werden Dir dann nur noch Meldungen vom eingegebenen Benutzer angezeigt. Mit *Löschen* kannst Du einzelne Einträge löschen. Möchtest Du mehrere Einträge auf einmal löschen, markiere diese in der Zeile ganz vorn und wähle *Markierte Einträge löschen* (1). Pro Seite werden 20 Einträge angezeigt (4), mittels Blätterfunktion kannst Du die Seiten wechseln. Mit Hilfe der Optionen (3) kannst Du einzelne Einträge löschen oder öffnen. Durch das *Öffnen* kannst Du dir die Meldung, sollte sie für die Tabelle zu lang sein, detailliert anschauen:

**Log**

Benutzer: Demo-Admin

Datum: 22.02.2016 08:19

IP-Adresse: 172.16.10.123

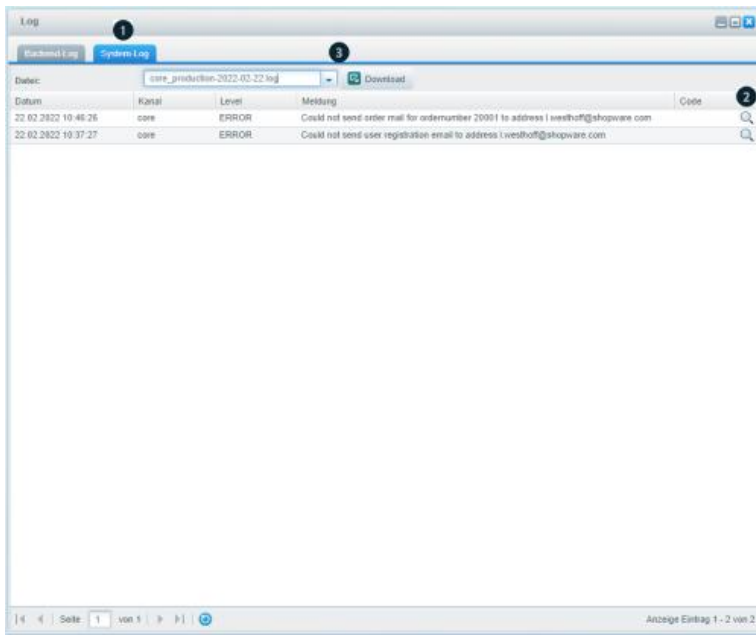
Modul: First Run Wizard

Meldung: Einstellungen gespeichert

Fenster schließen

Du kannst außerdem im Backend die Meldungen des System-Logs einsehen. Hierzu findest Du unter Einstellungen > Logfile den neuen Reiter namens "System-Log" (1). Mit einem Klick auf das Lupensymbol (2) erhältst Du detaillierte Informationen zu den einzelnen Meldungen. Im Bereich "Datei" (3) kannst Du

zwischen den einzelnen Log-Dateien wechseln und auch gezielt Log-Dateien herunterladen, wenn Du diese beispielsweise weiterleiten möchtest.



## Debugging von Fehlern, die nicht im Logfile stehen

Abseits vom Shopware Backend kann es auch an anderen Stellen durch vielfältige Gründe zu Fehlern kommen, die dann natürlich nicht im Logfile stehen. Aber wie herausfinden, woran es scheitert? [Hier](#) findest Du den passenden Artikel zum Thema Debugging in Shopware.

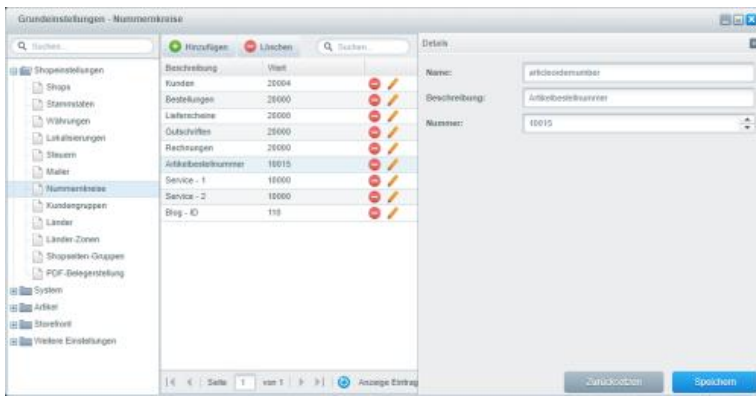
## Aufräumen des Logfile

Der Cronjob "CronRefresh" entfernt alle Einträge, die älter als 30 Tage sind. Weitere Informationen hierzu findest Du [hier](#).

# Nummernkreise

## Allgemeines

Wie in EDV-Systemen üblich werden auch in Shopware Kunden, Bestellungen, Rechnungen und weitere Belege über eindeutige und nur einmalig vergebene Nummern zugeordnet.



Du kannst bei der Einrichtung des Shops den jeweiligen Nummernkreis vorgeben, um etwa nahtlos an bestehende Nummernkreise aus einem alten Shop anzuschließen.

Der jeweilige Nummernkreis sollte im Livebetrieb nicht mehr verändert werden. Hierfür gibt es zwei gute Gründe. Zum einen fordert die aktuelle Gesetzeslage fortlaufende Rechnungsnummern, zum anderen kann es bei Anbindung eines Warenwirtschafts- oder CRM-Systems zu Abstimmungsproblemen zwischen den Programmen kommen.

Für die Nummernkreise können nur die Ziffern 0-9 verwendet werden.

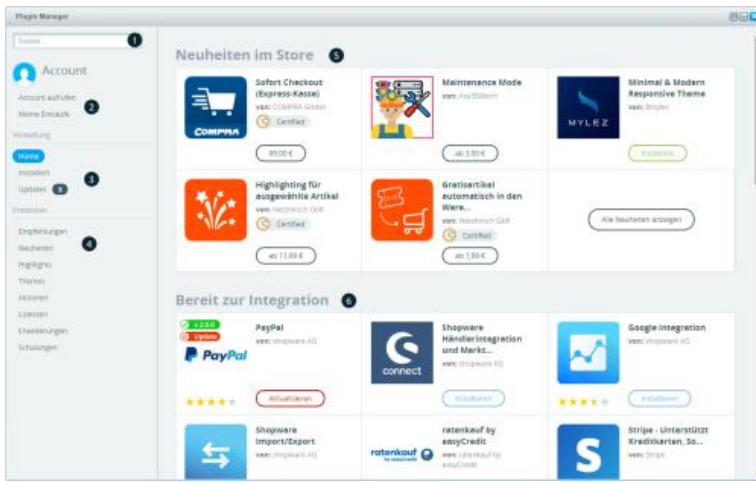
Abweichend von den Nummernkreisen können Artikelbestellnummern mit einem Präfix versehen werden.

## Plugin Manager

Der Plugin Manager wurde in Shopware 5 grundlegend überarbeitet, er ist nun noch enger an den Store geknüpft, Plugins lassen sich noch einfacher erwerben und auch Notifizierung von ablaufenden Lizenzen beherrscht der neue Plugin Manager. Du findest den neuen Plugin Manager am gewohnten Ort, unter **Einstellungen -> Plugin Manager**

## Übersicht

Öffnest Du den Plugin Manager, erscheint als erstes die Übersicht.



**Suche (1):** Hier kannst Du Plugins im Store suchen, diese werden direkt als Listing dargestellt und können direkt im Plugin Manager gekauft werden. Weitere Informationen findest Du im Bereich *Kategorien* in diesem Wiki-Beitrag.

**Accountbereich (2):** Klickst Du auf das Avatar, erscheint eine Login-Maske zum direkten Einloggen. Mit Klick auf *Account aufrufen* wird [account.shopware.com](https://account.shopware.com) in einem neuen Browsertab geöffnet und Du kannst Anpassungen direkt im Account vornehmen. Über *Meine Einkäufe* kannst Du, sofern eingeloggt, auf die Übersicht Deiner gekauften Plugins und die zugehörigen Lizenzen zugreifen. Weitere Infos findest Du im Bereich *Meine Einkäufe* in diesem Wiki-Beitrag.

**Verwaltung (3):** Im Bereich *Home* befindest Du Dich automatisch, wenn Du den Plugin Manager öffnest. Du kannst aber auch jederzeit per Klick zu dieser Ansicht zurückkehren. *Installiert* führt Dich zur Übersicht der derzeit Installierten und installierbaren Plugins.

**Kategorien (4):** Hier werden alle Kategorien des Stores aufgelistet, sodass Du auch hier bequem durch die verfügbaren Plugins scrollen können.

**Neuheiten im Store (5):** Dieser Bereich listet alle neuen Plugins im Store.

**Bereit zur Integration (6):** Dieser Bereich ist analog zu den bisherigen Dummy-Plugins zu sehen. Diese grau hinterlegten Plugins können stets ohne Login heruntergeladen und geupdated werden.

## Meine Einkäufe

Sofern Du noch nicht eingeloggt bist, erscheint bei Klick das Login-Fenster

# Shopware ID



Bitte loggen Sie sich mit Ihrer bestehenden Shopware ID ein oder registrieren Sie Ihren Shop, um alle Funktionen des Plugin Managers nutzen zu können.  
Die Shopware ID ist Ihr Benutzername für die Anmeldung im Shopware Account und auch im Community Store, unserem zentralen Marktplatz für alle Shopware-Erweiterungen.

## Anmelden

  
  
[Passwort vergessen?](#)  
 Domain registrieren

Anmelden

## Registrierung

  
  
  
  
 Domain registrieren

Registrieren

Bist Du dann angemeldet, erscheint die Liste von Plugins, die Du auf diesem Shopware Account jemals gekauft hast.

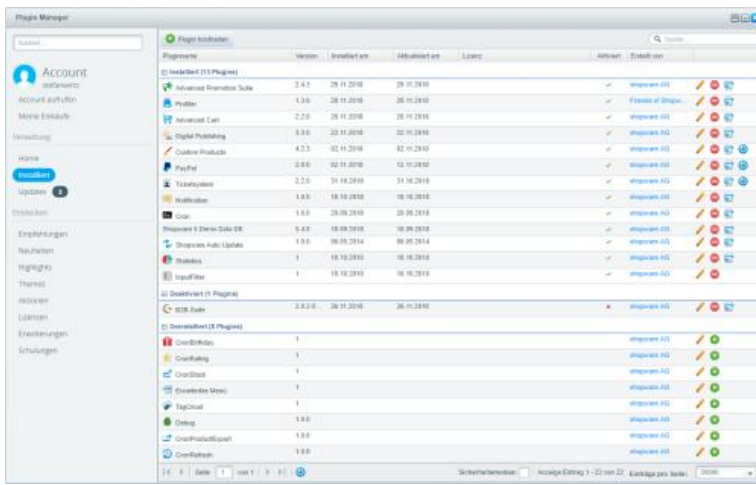
Pluginname	Shop	Erstellt am	Registrierung	Version	Lizenzart
Abrechnung	no host shopware in	23.03.2017	23.03.2016	Kaufversion	5.0.1
Abrechnung GUI	no host shopware in	23.03.2017	23.03.2016	Kaufversion	2.3.0
Abrechnung Promoter Suite	no host shopware in	23.03.2017	23.03.2016	Kaufversion	2.4.3
API Suite	no host shopware in	31.05.2016		Kaufversion	2.0.2
Backend Erweiterungen	no host shopware in	02.05.2017		Kaufversion Version	2.4.1
Backend System	no host shopware in	23.03.2017	23.03.2016	Kaufversion	4.2.2
Barcode	no host shopware in	23.03.2017	23.03.2016	Kaufversion	3.0.0
Business Essentials	no host shopware in	23.03.2017	23.03.2016	Kaufversion	3.0.0
Custom Products	no host shopware in	23.03.2017	23.03.2016	Kaufversion	4.0.6
Custom Products Integration	no host shopware in	23.03.2017	23.03.2016	Kaufversion	
Digital Publishing	no host shopware in	23.03.2017		Kaufversion	3.3.0
Integration Suite	no host shopware in	23.03.2017	23.03.2016	Kaufversion	3.2.1
Integriertes Newsletter	no host shopware in	23.03.2017	23.03.2016	Kaufversion	3.0.0
Kasse ohne Login.js	no host shopware in	04.12.2016	04.01.2016	Testversion	2.0.0
Kundenpezifische Preise	no host shopware in	06.05.2017		Kaufversion Version	2.3.0
Leistungsbilanz	no host shopware in	23.03.2017	23.03.2016	Kaufversion	3.0.0
Markenführung für Artikel	no host shopware in	23.03.2017		Kaufversion	
PDF/PLZ	no host shopware in	20.04.2017		Kaufversion Version	
Produktreife Integration & Personalisierung	no host shopware in	23.03.2017	23.03.2016	Kaufversion	
Produktreife Personalisierung	no host shopware in	17.05.2016		Kaufversion Version	
Shipping Address	no host shopware in	23.03.2017	23.03.2016	Kaufversion	3.2.1
Shopware Enterprise Suite	no host shopware in	31.05.2016		Kaufversion	2.0.4
Shopware ERP powered by	no host shopware in	23.03.2017		Kaufversion	0.3.0
Shopware Marketing	no host shopware in	23.03.2017		Kaufversion	0.0.1
Shipping Lines	no host shopware in	23.03.2017		Kaufversion	
Technikcenter	no host shopware in	23.03.2017	23.03.2016	Kaufversion	2.2.1
Unabhängige ID Prüfung	no host shopware in	06.05.2017		Kaufversion Version	2.0.1

In der Übersicht findest Du alle Plugins mit zugehörigen Lizenzinformationen sowie Lizenzversion (Test-, Miet- oder Kaufversion) und die aktuelle Versionsnummer. Du hast die Möglichkeit, alle (markierten) Plugins herunterzuladen oder die Lizenzen zu importieren. Beachte hierbei, dass das Herunterladen der Plugins die Lizenzen automatisch importiert.

## Installiert

Hier findest Du die Übersicht der derzeit installierten und installierbaren Plugins.





Diese gliedern sich in 3 Gruppen, "Deinstalliert", "Deaktiviert" und "Installiert". Plugins können über das grüne Häkchen bzw. das rote X aktiviert und deaktiviert werden.

## Plugin Sicherheitsmodus

Der Sicherheitsmodus kann sämtliche Drittanbieterplugins temporär deaktivieren, diese Funktion dient dazu, Plugin von Drittanbietern gesammelt zu deaktivieren. Um den Sicherheitsmodus zu aktivieren, öffne die Liste der installierten Plugins und klicke auf die Checkbox am unteren Rand des Fensters (1).

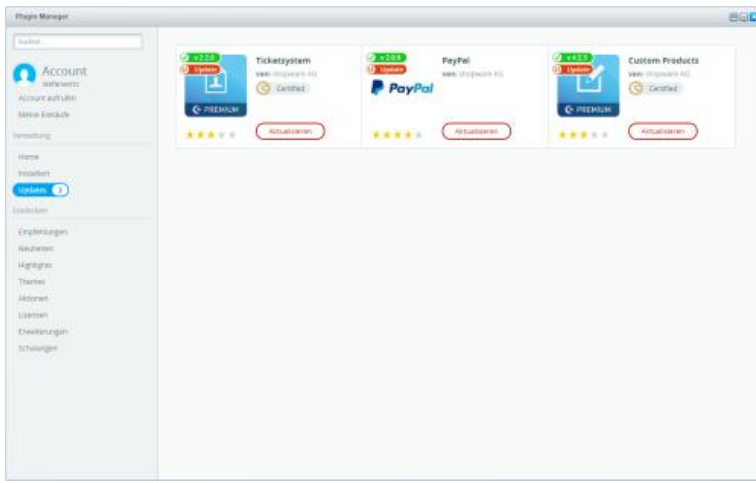


Der Sicherheitsmodus merkt sich, welche Plugins vor der Aktivierung aktiv waren und ist in der Lage, diese nach dem Verlassen wieder zu reaktivieren. Sollten keine Plugins von Drittanbietern installiert sein, ist die Schaltfläche zum Sicherheitsmodus ausgegraut.

Dieses Verhalten ist sehr hilfreich bei der Suche nach möglichen Fehlerquellen, falls es im Shop zu Fehlverhalten kommt. In diesem Falle kannst Du den Sicherheitsmodus aktivieren und testen, ob der Fehler weiterhin besteht. Falls nicht, kannst Du den Sicherheitsmodus wieder verlassen und die Drittanbieterplugins einzeln deaktivieren, bis der Fehler nicht mehr auftritt und das schuldige Plugin gefunden ist.

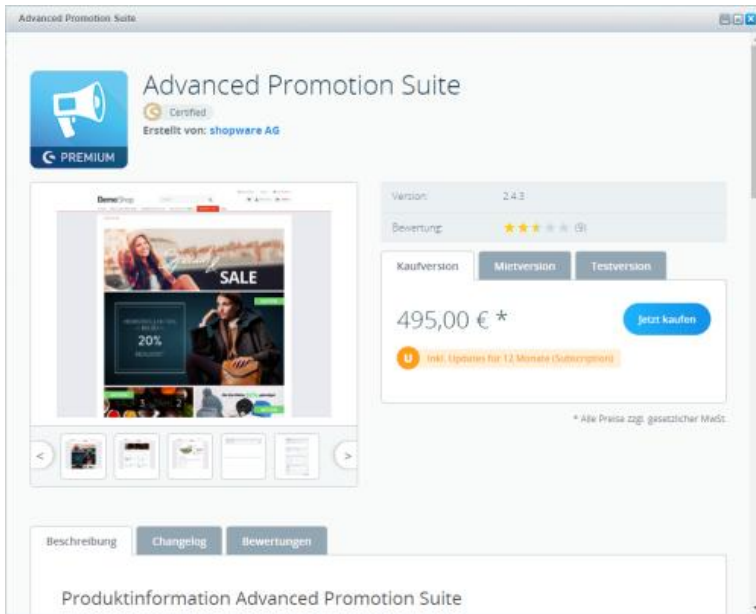
## Updates

Sind für Plugins Aktualisierungen verfügbar, so zeigt der Plugin Manager dies kurz nach dem Öffnen direkt im entsprechenden Menüeintrag an. Klickst Du darauf, wird ein Listing mit allen zur Aktualisierung bereitstehenden Plugins angezeigt. Das Plugin Update kann direkt im Plugin Manager geschehen. Wird das Update angestoßen, wird geprüft, ob Du zum Update berechtigt bist und das Update dann angestoßen oder mit einer entsprechenden Meldung abgelehnt.

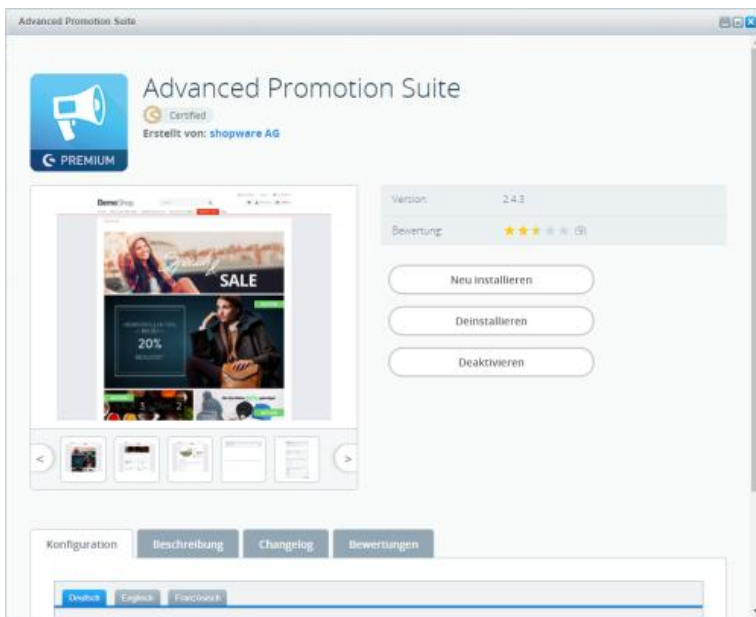


## Plugin Detailseite

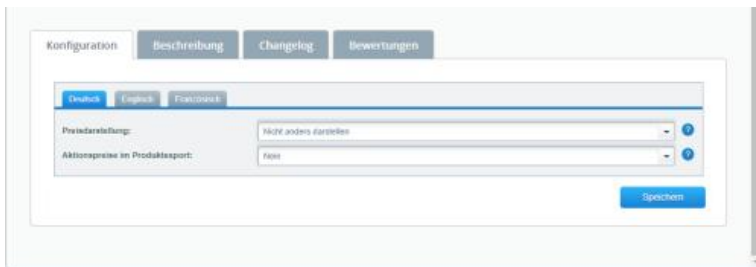
Die Plugin Detailseite öffnet sich an mehreren Punkten im Plugin Manager, z.B. beim Öffnen eines Plugins in einer Kategorie oder im *Installiert* Listing. Die Detailseite kann je nach Plugin anders aussehen. Wurde das Plugin noch nicht gekauft, erscheint die Detailseite wie folgt:



Du kannst das Plugin an dieser Stelle direkt kaufen, mieten oder eine Testversion anfordern. Hierbei wird die Testlizenz ganz automatisch erzeugt und in Dein System importiert, sodass Du das Plugin direkt testen kannst. Hast Du das Plugin bereits gekauft, sieht die Detailseite wie folgt aus:



Die Status passen sich also immer dem aktuellen Plugin Status an und verändern sich "live", dies geschieht zeitgleich auch im Plugin Manager selbst. Hast Du ein Plugin installiert, welches an dieser Stelle Konfigurationen mitbringt, z.B. PayPal, so erscheint nach dem Installieren ein neuer Tab mit den entsprechenden Einstellungen:




## Plugin Kaufprozess

Der Kauf eines Plugins kann direkt über die Detailseite des Plugins erfolgen. Hier einfach die Version (Kauf-, Miet-, oder Testversion) auswählen und den Kauf nach Anmeldung abwickeln. Im Kaufprozess kann die gewünschte Buchungsdomain direkt gewählt werden, lizenziert wird das Plugin immer auf die Domain, mit der es gekauft wird.

## Bestellung abschließen

<b>Buchungsdomain</b> 624,75 € www.domain.de Guthaben aufladen	<b>Lizenzdomain</b> Ihr Einkauf wird auf die folgende Domain registriert www.domain.de	<b>Rechnungsadresse</b> Shopware AG Eggeroder Str. 6 48624 Schöppingen Deutschland
---	--	--

Artikel	Preis
 <b>Business Essentials</b> Artikel-Nr. SwagBusinessEssentials Kaufversion	495,00 € *

<b>Gesamtsumme</b>	589,05 €
<b>Gesamtsumme ohne MwSt.:</b>	495,00 €
<b>zzgl. 19% MwSt.:</b>	94,05 €

Ich habe die AGB Ihres Shops gelesen und bin mit deren Geltung einverstanden.

[Abbrechen](#) [Zahlungspflichtig bestellen](#)

## Kategorien

In den Kategorien kannst Du Dir, wie im Store selbst, alle verfügbaren Plugins anschauen.



In dieser Ansicht finden sich der Kategoriebaum (links), Filter (oben) und die eigentlichen Plugins. Sind Plugins aus dem Listing bereits installiert oder warten auf ein Update, so wird dies entsprechend markiert. Klickst Du auf ein Plugin, gelangst Du zur Detailseite. Du kannst aber auch direkt aus dem Listing ein Plugin kaufen bzw. installieren, indem Du auf den Button klickst. Integrationsfertige Plugins (ehemals Dummy Plugins) werden so direkt heruntergeladen.

## Exception-Codes: Backend & Plugin-Manager

Nachfolgend findest Du eine Liste von bekannten Fehlermeldungen.

## **Binaries Exception**

**BinariesException-0** LINK\_NOT\_FOUND: -

**BinariesException-1** DESERIALIZATION\_FAILURE: -

**BinariesException-2** INVALID\_UPLOAD\_FILE: -

**BinariesException-3** INVALID\_BINARY: -

**BinariesException-4** CHANGESET\_INVALID: -

**BinariesException-5** CANNOT\_DELETE\_BINARY\_THAT\_SUCCEEDED\_CODE\_REVIEW : -

**BinariesException-6** BINARY\_PATH\_INVALID: Es gibt Probleme mit den bereitgestellten Versionen. Bitte wende Dich direkt an den Plugin-Hersteller.

**BinariesException-7** BINARY\_DOUBLE\_CHECK: -

**BinariesException-8** STORING\_ENCRYPTED\_BINARY\_FAILED: -

**BinariesException-9** REMOTE\_IONCUBE\_ENCRYPTION\_FAILED: -

**BinariesException-10** SHOPWARE\_VERSION\_NOT\_GIVEN: -

**BinariesException-11** NO\_FITTING\_BINARY\_FOUND: -

**BinariesException-12** SHOPWARE\_VERSION\_INVALID: -

**BinariesException-13** PLUGIN\_NOT\_FOUND: -

**BinariesException-14** UNAUTHORIZED: Die Lizenzen für die eingesetzte Shopware Version sind nicht gültig. Kontrolliere über Deinen Shopware-Account die Lizenz ob diese mit der eingesetzten Shopware Version bzw. der lizenzierten URL übereinstimmen.

**BinariesException-15** NO\_LICENSE\_FOUND: Es liegt keine gültige Lizenz für die eingesetzte Shop-URL vor. Kontrolliere in Deinem Shopware Account die Lizenzen für das Plugin. Diese werden einer anderen Shop-URL zugewiesen sein.

**BinariesException-16** SHOPWARE\_MAJOR\_VERSION\_MISMATCH: Die Plugin-Lizenz ist nicht für die von Dir genutzte Shopware Version gültig. Kontrolliere in Deinem Shopware Account die Lizenzen und update diese

Ggfls.e diese ggfls. Kontrolliere dort zudem den Versionsstand Deiner Shopware Version.

**BinariesException-17** LICENSE\_EXPIRED: Die Lizenz ist nicht mehr gültig. Du musst eine gültige Lizenz über den Community Store erwerben. Shopware-Version  $\geq 5.4.x$  Kontrolliere zudem im Lizenz-Manager ob dort 2 Lizenzen für das Plugin hinterlegt sind und entfernen die Testlizenz.

**BinariesException-18** LICENSE\_SUBSCRIPTION\_DEFECT: -

**BinariesException-19** LICENSE\_SUBSCRIPTION\_EXPIRED: Das Plugin kann aufgrund einer abgelaufenen Subscription nicht heruntergeladen bzw. upgedated werden. Bitte erwerbe eine gültige Subscription über Deinen Shopware Account.

**BinariesException-20** NO\_COMPATIBLE\_BINARY\_FOUND: Für die von Ihnen genutzten Shopware Version gibt es keine freigegebene Plugin-Version. Wenden Sie sich bitte an den Plugin-Hersteller um diesen Umstand zu prüfen.

**BinariesException-21** NO\_RELEASED\_BINARY\_FOUND: -

**BinariesException-22** CANNOT\_ENCRYPT\_BINARY: -

**BinariesException-23** MISSING\_OR\_INSUFFICIENT\_CHANGELOG: Bei dem Plugin wurde kein Changelog hinterlegt (ist Pflicht). Wende Dich an den Anbieter des Plugins.

## Plugin Licenses Exception

**PluginLicensesException-1** LICENSE\_NOT\_FOUND: Es wurde keine gültige Lizenz für Deinen Shop gefunden. Erwerben eine gültige Plugin-Lizenz über den Shopware Account.

**PluginLicensesException-2** REFERENCED\_PLUGIN\_NOT\_FOUND: -

**PluginLicensesException-3** REFERENCED\_PLUGIN\_NOT\_FOUND: Die Plugin-Lizenz stimmt nicht mit der von Ihnen lizenzierten Shopware Version ein. Erwerben für Deinen Shop eine gültige Plugin Lizenz über den Shopware Store.

**PluginLicensesException-4** MULTIPLE\_LICENSE: Das Plugin wurde bereits für die lizenziert Shop-Url gekauft und installiert.

**PluginLicensesException-5** -

**PluginLicensesException-6** LICENSE\_OWNED\_WITH\_BETTER\_PRICE\_MODEL: -

**PluginLicensesException-7** BINARY\_DOUBLE\_CHECK: -

**PluginLicensesException-8** UNAUTHORIZED\_ATTEMPT: Die shopwareID passt nicht zu dem Shop. Du musst Dich mit der zu Deinem Shop zugehörigen shopwareID anmelden.

**PluginLicensesException-9** INVALID\_PARAMETERS: Probleme mit Composer  
<https://github.com/shopware/composer-project/commit/5ab6ed149b53436831fdd1ef14e3ac8d46604e22>

**PluginLicensesException-10** INVALID\_SUBSCRIPTION\_RENEWAL: -

**PluginLicensesException-11** SUBSCRIPTION\_RENEWAL\_WITHOUT\_PRICE: -

**PluginLicensesException-12** NOT\_ALLOWED\_TO\_REACTIVATE: -

**PluginLicensesException-13** PLUGIN\_ALREADY\_LICENSED: -

**PluginLicensesException-14** NOT\_ALLOWED\_TO\_MOVE: -

**PluginLicensesException-15** TARGET\_CAN\_NOT\_BE\_STAGING\_SHOP: -

## Tipps & Tricks

### Zugriff auf bestimmte Bereiche im Plugin Manager nicht möglich

Wenn viele Lizenzen mit Deinem Shop verknüpft sind, kann es vorkommen, dass einzelne Bereiche (bspw. Meine Einkäufe) im Plugin-Manager nicht mehr geöffnet werden können. Dabei wird die folgende Fehlermeldung ausgegeben:

*cURL error 28: Operation timed out after 7001 milliseconds with 0 bytes received*

Auslöser dafür ist, das standardmäßig sind 7 Sekunden gesetzt, in der alle Plugins geladen werden müssen. Da die Zeit aber nicht ausreicht, um alle Plugins zu laden, wird der Vorgang abgebrochen.

Über die config.php in Deinem Shopware Verzeichnis kannst Du folgenden Code einfügen, der den Timeout erhöht. Die angegebenen Werte sind als Beispielwerte zu verstehen und können individuell angepasst werden:

```
'store' => [  
    'timeout' => 100,  
    'connect_timeout' => 50  
]
```

Ebenfalls kannst Du in Deinem Shopware-Account nicht mehr benötigte Lizenzen archivieren, um die Übersicht im Account und die Performance im Backend zu verbessern, da nicht mehr alle Lizenzen geladen werden müssen.

# Shopware SEO-Guide

Einen Shop zu optimieren und im Suchmaschinen-Ranking ganz nach oben zu bringen ist für Profis ein vermeintlich einfaches Spiel. Umso aufwendiger ist es aber, eine gute Position in den Suchtreffern langfristig gegen die Konkurrenz zu verteidigen.

In diesem SEO-Guide wollen wir auf die wesentlichen SEO-Funktionen von Shopware 5 eingehen. Der Guide umfasst wichtige Hinweise, Erklärungen zum Shopware 5 Responsive Template sowie nützliche Tipps & Tricks. Zudem verweisen wir auf interessante Features, Tools, Tipps und Tricks, die als Grundlage für weitere Suchmaschinenoptimierungen Ihres Onlineshops dienen können.

Grundsätzlich setzt sich ein Ranking aus weit über 100 einzelnen Faktoren zusammen, die dieser SEO-Guide nicht alle bis ins Detail durchleuchten kann. In dem Kapitel Tipps & Tricks gehen wir aber zum Teil auf die Rankingfaktoren ein und zeigen, auf welche Kriterien Du im Detail achten musst und wie diese durch die Nutzung von SEO-Tools geprüft werden können.



Ein schlechtes Ranking resultiert meistens aus qualitativ minderwertigen Seiten-Inhalten bzw. Beschreibungen. Schlimmstenfalls handelt es sich dabei um Duplicate Content, defekte Verlinkungen aus dem Seiten-Content heraus, qualitativ minderwertige Backlinks von externen Seiten oder einer übermäßigen Nutzung von Keywords innerhalb des Contents. Aber auch die „Auslieferungszeit“ der einzelnen Seiten ist ein Rankingfaktor, der nicht zu verachten ist.

Mit dem Responsive Template wird ab sofort auch eine eigene sitemap.xml dynamisch bereitgestellt. Shopware 5 bietet also bereits im Standard nachhaltige und seriöse Möglichkeiten, einen maximal suchmaschinenfreundlichen Seiteinhalt an Google & Co. zu liefern. Zudem sorgt das Responsive Template dafür, dass der Google Crawler Ajax eingebetteten Content innerhalb der Einkaufswelten optimal erfassen und SEO-relevant verwerten kann.

Alle für Suchmaschinen relevanten Seiten der neuen Responsive Themes wurden außerdem komplett On-Page-optimiert. Überflüssige und nicht SEO-relevante Tags wurden entfernt - bereits vorhandene wurden auf die aktuellen SEO-Standards hin verbessert.

Mit der neuen SEO-Router Engine kannst Du Deine URLs nach Wunsch automatisiert oder individuell anpassen. Die Shopware 5 SEO-Engine bietet maximale Flexibilität bei der Erstellung von professionellen

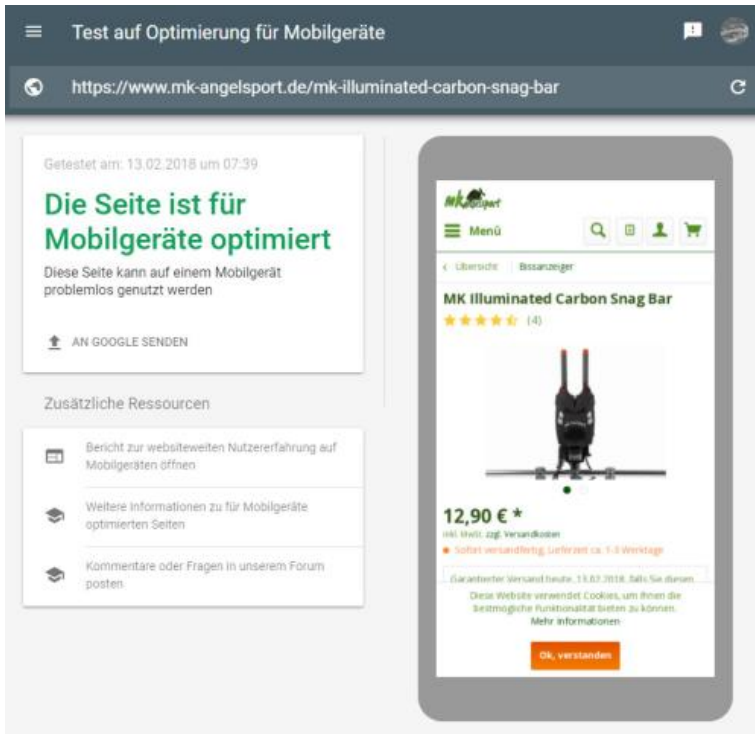


SEO-URLs. Alle Einstellungen können über das Backend bearbeitet werden. Ein Eingreifen in den Quellcode oder das Template ist nicht notwendig.

## Mobile first

Ab dem 21. April 2015 gilt auch die [Optimierung für Mobilgeräte als wichtiges Rankingsignal](#).

Google belohnt Webseiten, die speziell für mobile devices optimiert wurden. Dieser Umstand hat massive Auswirkungen auf das Ranking in den Google Suchergebnissen. Das Shopware 5 Standard-Theme unterstützt den von Google geforderten Standard zu 100%:



Google belohnt solche Template-Optimierungen für Mobilgeräte und lässt diese als wichtigen Faktor in die interne Berechnung des Rankingfaktors des Shops einfließen. Daher werden Nutzer bei Suchanfragen eher hochwertige Ergebnisse erhalten, die sowohl für ihre Anfrage relevant als auch für ihr Gerät optimiert sind.

Link: [Ist Ihre Webseite für Mobilgeräte optimiert?](#)

Link: [Mobile SEO Übersicht](#)

Link: [Finding more mobile-friendly search results](#)

## Google PageSpeed Insights

Das Responsive Template von Shopware 5 lässt Google SEO Tools jubeln. In dem ersten Screenshot aus der Google Search Console sieht man ganz genau die Erwartungen seitens Google an ein Template, das für

Mobilgeräte optimiert ist. Kleine Schriftgrößen oder zu eng anliegende Touch-Elemente gehören mit dem Shopware 5 Responsive Template der Vergangenheit an.

PageSpeed Tools > Insights

LETZTEN REFERENZ BEISPIELE SUPPORT

### PageSpeed Insights

https://www.wiv-ticket-shop.com/de/notp-merchandise/42/notp-lanyard-holder?c=20 ANALYSIEREN

Mobil Desktop

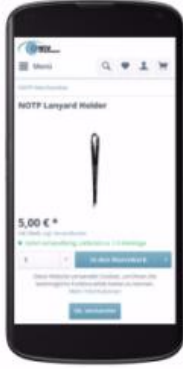
**Good**  
85 / 100

Gut gemacht. Auf dieser Seite werden die meisten Best Practices zur Leistung umgesetzt, sodass eine gute Nutzererfahrung gewährleistet sein sollte.

**Mögliche Optimierungen**  
JavaScript- und CSS-Ressourcen, die das Rendering blockieren, in Inhalten "above the fold" (ohne Scrollen sichtbar) beseitigen  
+ Fehlerbehebung anzeigen

**Gefundene Optimierungen**  
+ Details anzeigen

\* Die Ergebnisse werden 30 Sekunden lang im Cache gespeichert. Wenn Sie Änderungen an Ihrer Seite vornehmen, warten Sie 30 Sekunden, bevor Sie den Test erneut durchführen.  
\* Mit diesem Test wird überprüft, ob auf einer Seite gängige Best Practices zur Leistung umgesetzt werden. Eine hohe Punktzahl weist auf eine gute Nutzererfahrung hin, ist jedoch keine Garantie dafür. Weitere Informationen



Beim Einsatz des Shopware 5 Responsive Themes sieht man die Optimierung deutlich. Google findet keine Fehler mehr hinsichtlich der Nutzerfreundlichkeit für Mobilgeräte. Dieser Umstand hat nicht nur positive Auswirkungen auf Deine Conversionrate bei Mobilien Devices, sondern sicherlich auch auf das Suchmaschinenranking Deines Onlineshops. Beim Shopware 5 Responsive Theme sieht man die Verbesserungen deutlich:



## SEO-URLs

In diesem Kapitel befassen wir uns ausschließlich mit der Erstellung von individuellen SEO-URLs. Durch die Bereitstellung von Smarty innerhalb der URL-Templates kannst Du Deine SEO-URLs absolut variabel gestalten.

Der SEO-Router von Shopware 5 bietet alle Möglichkeiten, die SEO-freundlichen URLs in allen Varianten anzubieten. Der intelligente SEO-Router von Shopware speichert die Historie einer jeden URL. Wir erklären Dir, was Du beim Einsatz und generieren solcher URLs beachten musst und wie Du diese Google-freundlich aufbaust.

Sollte sich eine URL mal ändern (beispielsweise beim Verändern des Produktnamens), so merkt sich Shopware 5 die „alte“ Artikel-URL und leitet diese sauber per Redirect 301 auf die neue URL um. Somit garantiert dir der neue SEO-Router, dass alle jemals in Shopware generierten URLs immer und uneingeschränkt für die Crawler erreichbar sind. Google wird dies auf jeden Fall honorieren!

Google SEO Chef Matt Cutts erwähnte beiläufig in einem Videocast zum Thema Aufbau der URLs, dass eine optimale URL maximal 3-5 Wörter enthält und nicht länger als 60 Zeichen sein sollte. Andernfalls werden die Keywords innerhalb der URL abgewertet:

Du solltest also darauf achten, dass der Aufbau Deiner Produkt-URL entsprechend den Wünschen von Google erstellt wird. Shopware 5 bietet hierfür die optimale Lösung.

In diesem Video gibt Google weitere nützliche Hinweise für eine brauche Url:

Sofern Du eines der Tutorials in diesem Kapitel umsetzen willst, so weisen wir ausdrücklich darauf hin, Deine Änderungen zuerst in einer Staging-Umgebung zu testen. Falls Du die SEO-URLs Live in Deiner Produktivumgebung erstellst, kann es sein, dass die Änderungen Deiner Shop URLs sofortige Auswirkung auf Dein Suchmaschinenranking haben kann – seien es negative oder positive.

Des Weiteren solltest Du bedenken, dass jede neu erzeugte URL einen weiteren Eintrag in der `s_core_rewrite_urls`-Tabelle Deiner Datenbank zur Folge hat.

Wenn Du beispielsweise einen Shop mit 50.000 Artikeln betreibst und für diesen dreimal hintereinander eine angepasste URL generierst, so werden zusätzliche 150.000 Datenbank Einträge generiert. Das sind dann insgesamt 200.000 Einträge! Du solltest unnütze Einträge in der Datenbank grundsätzlich vermeiden und Deine Datenbank immer schlank und aufgeräumt halten.

Gehe mit Änderungen an Deiner Url-Struktur mit Bedacht vor. Mehr als 5 Redirects pro Url sollte es grundsätzlich nicht geben. Andernfalls kann es sehr gut sein, dass die Url gar nicht mehr von den Suchmaschinen-Bots gecrawlt und indexiert werden können.

Leere niemals die Tabelle `s_core_rewrite_urls`, da ansonsten alle gespeicherten 301-Weiterleitung gelöscht werden und nachfolgend jede Menge 400er-Fehler in Deinem Shop aufschlagen werden.

## **Slugify Framework**

Shopware nutzt im Standard das Slugify Framework. Slugify ersetzt automatisch Sonderzeichen innerhalb der URL. Die Slugify Regeln können über ein eigenes Plugin umgeschrieben und entsprechend Deinen Wünschen angepasst werden.

Link: [Slugify Framework auf github](#)

In den Devdocs von Shopware findest Du nützliche Hinweise und ein Musterplugin für die Umsetzung eines solchen Plugins.

Link: [Hinweise & Tipps der Shopware Entwickler zur Erweiterung von Slugify](#)

Somit können nicht nur alle URLs Ihren Vorgaben entsprechend angepasst werden, es können auch eigene Regeln für das Ersetzen von Sonderzeichen hinterlegt werden.

Mit diesem i-Tüpfelchen hast Du Kontrolle über jede einzelne URL im Frontend, welche von den Suchmaschinen erfasst werden.

## Artikel SEO URLs

Die Standard Produkt-URL von Shopware 5 sieht folgendermaßen aus: *hauptkategorie/unterkategorie/id-des-artikels/artikelname*

Über die SEO-Router Einstellungen im Backend kannst Du Deine Produkt-URL komplett individualisieren. Im Standard sieht das SEO-Template für die Artikeldetailseite folgendermaßen aus:

```
{sCategoryPath articleID=${sArticle.id}}/{sArticle.id}}/{sArticle.name}}
```

Shopware bietet dir nahezu unendliche Möglichkeiten, die URL anzupassen. Beispielsweise kann der Kategorie-Verlauf aus der URL komplett entfernt werden.

Professionellen SEO-Optimierern empfehlen wir, die URL individuell und pro Artikel zu erstellen. Hierfür stellt Shopware die [Artikel-Freitextfelder](#) zur Verfügung. Diese Attribut-Felder können über die Stammdaten-Masken im Backend gepflegt werden.

Hier ein Beispiel für die Abfrage des Artikel-Freitextfeldes mit dem Namen attr4:

```
{if ${sArticle.attr4}  
  ${sArticle.attr4}  
{else}  
  ${sArticle.id}}/{sArticle.name}  
{/if}}
```

In diesem Beispiel fragen wir das Artikelfreitext-Feld mit dem Namen attr4 ab. Ist dieses mit einer eigenen URL gefüllt, erkennt die SEO-Engine von Shopware den Inhalt und gibt diesen als URL im Frontend aus. Falls das Freitextfeld in den Artikelstammdaten nicht gefüllt wurde, wird die eindeutige Artikel-ID plus Artikelname zur Generierung des Links herangezogen.

Alternativ kannst Du auch das Feld **Titel** in den Meta-Informationen des Artikels zur Generierung Deiner Artikel-URL nutzen. Hier ein Beispiel, welches aus dem Feld **Titel** in der Artikelstammdaten-Maske eine sprechende URL generiert. Ist dieses Feld nicht gefüllt, so erfolgt ein Fallback auf den Artikelnamen.

```
{if $$Article.metaTitle}
  {$$Article.metaTitle}
{else}
  {$$Article.name}
{/if}
```

Generell ist die Nutzung der Artikel-ID in der URL zu empfehlen, da es sich dabei um ein fortlaufendes, eindeutiges Merkmal handelt, das sicherstellt, dass für jeden Artikel ein eindeutiger SEO-Link generiert werden kann.

## Kategorie SEO URLs

Shopware 5 bietet die Möglichkeit, die Kategorie-URL Deinen Wünschen, bzw. den Wünschen Deiner SEO-Agentur, anzupassen. Im Standard erfolgt der Aufbau der Kategorie-URL nach diesem Schema: `kategorie1/kategorie2/kategorie3`. Bei einer hohen Kategorie-Verschachtelung besteht aber das Risiko, dass die Kategorie-URLs der untersten Ebene aus SEO-Sicht unbeabsichtigt zu lang werden.

Shopware 5 hat optimale Vorkehrungen getroffen, Deine zu langen Kategorie-URLs durch kurze URLs zu ersetzen. Somit werden die Shopware Kategorie-URLs optimal von den Suchmaschinen-Crawlern erfasst und in den Suchergebnissen entsprechend sauber dargestellt.

In diesem Beispiel hinterlegen wir in der betroffenen Kategorie im Kategorie-Freitextfeld die gewünschte URL: `meine-optimierte-kategorie-url/`

```
{if $$Category.attribute.attribute1}
  {$$Category.attribute.attribute1}
{else}
  {$sCategoryPath categoryID=$$sCategory.id}/
{/if}
```

Somit wird der Inhalt des Kategorie-Freitextfeldes 1 als Kategorie-URL ausgegeben. Beispielsweise so: `www.meinshop.com/meine-optimierte-kategorie-url/`

Falls das Kategorie-Freitextfeld 1 namens `attribute1` nicht gesetzt ist, erfolgt der Aufbau der SEO-URL nach dem alten Schema: `www.meinshop.com/kategorie1/kategorie2/`

## Blog SEO URL

Mit einer individuellen Blog-SEO-URL, welche auf Wunsch unserer Shopware Community umgesetzt wurde, hast Du die Möglichkeit, Deinen Blog-Content noch interessanter für Suchmaschinen zu verpacken.

Im Standard wird die Blog-URL folgendermaßen generiert: `http://meinshop.de/meine-blogkategorie/blog-artikel-titel`

Durch eine kleine Anpassung kannst Du die URLs nach folgendem Standard erstellen: `http://meinshop.de/title-des-blogbeitrags`. Wechselst Du zuerst in die SEO-Router Einstellungen und hinterlegst sie im Feld SEO-URLs Blog-Template die gewünschte Smarty-Abfrage.

In diesem Beispiel wird die SEO-URL des Blog-Beitrags ausgegeben und nach 50 Zeichen automatisch gekürzt.

```
{blogArticle.title|replace:"/":"-"}|truncate:"50":false}
```

## Hersteller SEO URLs

Nicht nur bei den Artikel- und Kategorie-URLs kannst Du an der SEO-Schraube drehen. Shopware 5 bietet zusätzlich die Möglichkeit die Hersteller-Seiten mit einer individuellen SEO-URL anzubieten. Weitere Informationen zum einrichten der Herstellerseite findest Du in unserem [Shopware 5 Wiki-Artikel zum Thema Hersteller-Seiten](#).

In diesem Kapitel widmen wir uns ausschließlich der individuellen Anpassung der Hersteller-URL. Damit kannst Du beispielsweise bei kurzen Herstellernamen ein zusätzliches Keyword in der URL platzieren. Aus `http://meinshop.de/firma/` wird die für Suchmaschinen interessantere URL `http://meinshop.de/firma/keyword/`.

Rufe zuerst die Freitextfeld-Verwaltung im Backend auf und erstelle für die Tabelle Hersteller (`s_articles_supplier_attributes`) ein Text-Freitextfeld namens `attr1`. Nun musst Du in den SEO-Router-Einstellungen noch das Hersteller-Freitextfeld 1 abfragen:

```
{if $sSupplier.attributes.core.attr1}
  {$sSupplier.attributes.core.attr1}
{else}
  {createSupplierPath supplierID=$sSupplier.id|replace}/
{/if}
```

Sofern das Hersteller-Freitextfeld 1 gefüllt ist, wird aus dem Inhalt die Hersteller-URL generiert. Andernfalls generiert der SEO-Router die Hersteller-URL aus dem Hersteller-Namen.

## Shopseiten SEO-URLs

Auch die URL für eine statische Shopseite kann über Freitextfelder anstatt automatisch auch individuell vergeben werden. Hier ein Beispiel für eine SEO-Router Abfrage auf ein Shopseiten-Freitextfeld namens `attr1`.

Zuerst muss wie gewohnt das Freitextfeld `attr1` (Einfacher Text) für die Tabelle Shopseite (`s cms_static_attributes`) hinzugefügt werden.

Danach muss das Feld `attr1` im SEO-Template für die Shopseiten abgefragt werden:

```
{if $site.attributes.core.attr1}
  {$site.attributes.core.attr1}
{else}
  {$site.description}
{/if}
```

Wenn nun beispielsweise im Backend das Freitextfeld attr1 der Shopseite Datenschutz mit der URL disclaimer gefüllt ist, so erscheint nach Generierung der SEO-URL anstatt www.meinshop.de/datenschutz die URL www.meinshop.de/disclaimer.

## **Modifikation von SEO-noindex Viewports**

Standardmäßig werden die nicht SEO-relevanten Seiten wie beispielsweise Registrierung, Merkzettel oder Mein Konto mit dem robots-Tag noindex, follow ausgeliefert. Wenn Du also beispielsweise die Filterung innerhalb des Listings nutzen, wird die URL um den Identifier **f** erweitert. Um Duplicate Content zu vermeiden, werden solche Seiten standardmäßig mit dem robots-Tag noindex, follow ausgeliefert.

Im Standard wird der robots-Tag bei diesen Identifiern auf noindex gesetzt:

```
sPage, sPerPage, sSupplier, sFilterProperties, p, n, s, f
```

Damit die Suchmaschinen Crawler diese Seiten nicht aus Versehen crawlen, empfehlen wir dir, diesen Standard nicht zu ändern.

## **SEO-Follow Backlinks**

Viele Shopbetreiber verzichten aus Zeitmangeln auf die Erstellung von eigenen Produktbeschreibungen und kopieren kurzerhand den Produkttext von der Herstellerseite. Wenn Du auf Unique Content bei der Artikelbeschreibung verzichtest, solltest Du dir aber im Klaren sein, dass unter Umständen mit dem Produkttext auch Verlinkungen zu externen Webseiten mitkopiert werden. Die meisten Suchmaschinen-Anbieter bewerten diese Backlinks und nehmen dies als ein wichtiges Kriterium für die Linkpopularität oder die Relevanz einer Webseite.

Shopware 5 denkt mit und achtet tunlichst darauf, dass nur gewollte Backlinks von den Suchmaschinen als solche erfasst werden. Damit Du Deine Popularität nicht an unbekannte Webseiten weiterverarbeitest, werden alle externen Verlinkungen mit einem nofollow ausgeliefert.

Sofern Du die Popularität Deines Onlineshops gezielt durch hochwertige Backlinks steigern willst, könntest Du diese Backlinks mit einem Komma getrennt der SEO-Follow Backlink-Liste hinzufügen. Dabei gilt: pro Spalte ein Link mit Komma getrennt. Der letzte Backlink darf nicht mit einem Komma abschließen.

Du solltest Backlinks nur dann freigeben, wenn Du auch hundertprozentig sicher bist, dass es sich bei diesem Link um eine vertrauenswürdige und erreichbare Seite handelt. Alles andere macht aus SEO-technischer Sicht wenig Sinn.

Link: [Google erklärt die Nutzung von rel="nofollow"-Verlinkungen](#)

## **Individueller SEO-Title für Kategorie-, Blog- und Produkt-Seiten**

Manchmal macht es Sinn, den title-tag einer Seite individuell anzupassen. Wenn Du beispielsweise eine hohe Kategorie-Verschachtelung in Deinem Shop besitzt, kannst Du leicht die von Google empfohlene Pixelanzahl des title-tags überschreiten.

Shopware 5 bietet hierfür bereits im Standard eine optimale Lösung, um Produkt-, Blog- und Kategorie-Seiten mit einem optimalen title-tag auszugeben. Beachte, dass Du innerhalb der Shopware Template-Struktur mit Smarty arbeiten kannst. Somit kannst Du beispielsweise auch `count_chars` einsetzen.

Du bist nicht an die Vorgaben von Shopware bei der Ausgabe der title-Tags gebunden. Mit den Freitextfeldern von Shopware kannst Du für alle Templates mit kleinen Template-Anpassungen ein Freitextfeld mit eigenem Inhalt anstatt des Standard title-Tags ausgeben lassen.

Somit kann jeder title-Tag mit dem von Ihnen im Backend hinterlegten Inhalt im Frontend ausgegeben werden. Hierzu benötigst Du also keine extra Plugins.

Es ist nicht zwangsläufig garantiert, dass Google den im Template ausgegeben title-Tag auch tatsächlich benutzt. Die Entscheidung obliegt immer noch dem Suchmaschinen-Betreiber. Google SEO Chef-Strategie Matt Cutts erklärt in diesem Video auf was Du bei der Erstellung title-Tags achten solltest und warum manchmal nicht der title-Tag auf der SERP auftaucht:

## SEO title für Artikel optimieren

Das Beispiel zeigt, wie man mit dem Freitextfeld einen eigenen title-tag ausgeben kann. Verantwortlich hierfür ist der Block `frontend_index_header_title`.

```
{strip}
{if $sCategoryContent.attribute.attribute1}
  {$sCategoryContent.attribute.attribute1} | {config name=sShopname}
{elseif $sArticle.attr1}
  {$sArticle.attr1} | {config name=sShopname}
{else}
  {if $sBreadcrumb}
    {foreach from=$sBreadcrumb|array_reverse item=breadcrumb}
      {$breadcrumb.name} |
    {/foreach}
  {if}
  {config name=sShopname}
{/if}
{/strip}
```

## SEO title für Kategorien optimieren

Um überlange Kategorie-URLs zu vermeiden, kannst Du optional ein Kategorie-Freitextfeld als title-tag für das Kategorie-Listing nutzen. Hier musst Du wiederum den Block `frontend_index_header_title` ableiten.

Dieses Beispiel zeigt, wie Du das Kategorie-Freitextfeld 2 als individuellen Kategorie title-tag nutzen kannst:



```

{strip}
{if $$CategoryContent.attribute.attribute2}
  {$$CategoryContent.attribute.attribute2}
{elseif $$CategoryContent.title}
  {$$CategoryContent.title}
{else}
  {$smarty.block.parent}
{/if}
{/strip}

```

## SEO title für Blog Beiträge

Im Standard von Shopware 5 werden die Blog-Beiträge bereits SEO-optimiert ausgegeben. Sofern Du einen anderen title, als die in der On-Page Optimierung hinterlegten title wünschst, so kannst Du auch hierfür eines der Freitextfelder des Blog-Artikels nutzen.

Hierfür muss der Block frontend\_index\_header abgeleitet werden:

```

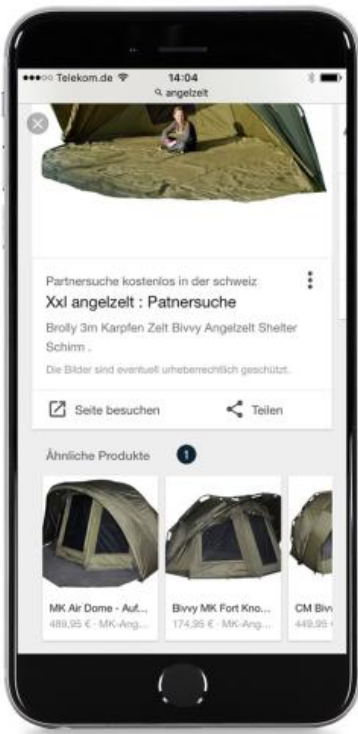
{strip}
{if $$Article.attr1}
  {$$Article.attr1}
{elseif $$smarty.block.parent}
  {$smarty.block.parent}
{else}
  {if $$Breadcrumb}
    {foreach from=$$Breadcrumb|array_reverse item=breadcrumb} {$breadcrumb.name} |
  {/foreach}
  {/if}
  {config name=sShopname}
{/if}
{/strip}

```

Zuerst wird geprüft, ob im Blog-Artikel im Freitextfeld 1 eine URL hinterlegt wurde. Ist dies nicht der Fall, so wird der in der On-Page-Optimierung hinterlegte Blog-Title geprüft. Sollte dieser auch nicht gesetzt sein, so erfolgt ein Fallback auf die Breadcrumb.

## Google Bildersuche

Die Google Bildersuche ist die wohl am meist unterschätzte Möglichkeit, durch wenig Aufwand ein paar mehr Klicks auf Ihren Shop zu ziehen. Über die title-Tags werden innerhalb der Bildersuche **ähnliche Produkte (1)** angezeigt.



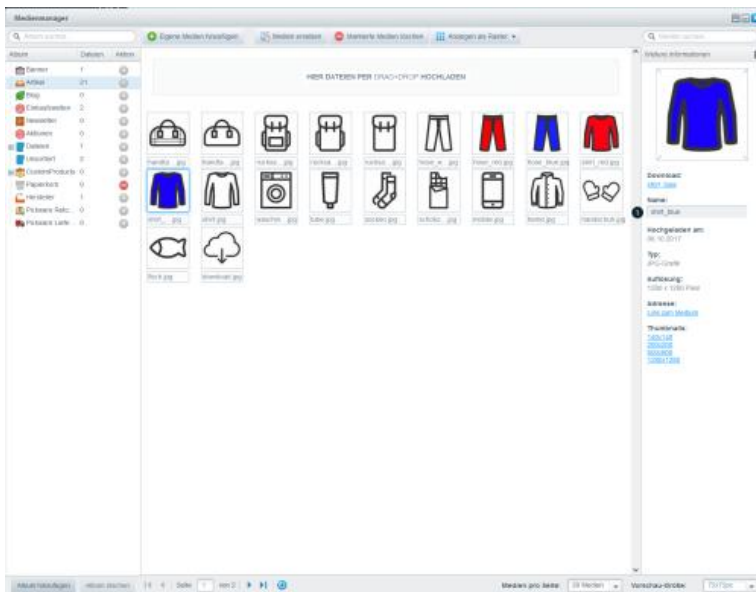
Das Shopware 5 Responsive Theme hat diese kleinen aber feinen Möglichkeiten optimal ausgenutzt. Somit kannst Du sicher sein, dass Du keine noch so kleine Möglichkeit verschenkst, Dein Ranking zu verbessern.

Im Folgenden einige nützliche Tipps für den täglichen Umgang mit Shopware unter dem Aspekt der Google Bildersuche.

## Media-Manager

Wie heißt es so schön: „Kleinvieh macht auch Mist.“ In diesem Sinne möchten wir dich auf eine leicht umzusetzende Möglichkeit hinweisen, wie Du nützliche Keywords, beispielsweise für die Google Bildersuche, ein wenig in den Vordergrund spielst.

Achte beim Bildupload darauf, dass Du einen einmaligen und nicht zu langen Dateinamen wählst. Idealerweise benennst Du die Datei nach dem Produkt bzw. der Kategorie, welcher dem Bild zugewiesen wird. Oder Du bringst einfach 1-2 suchmaschinenrelevante Schlüsselwörter im Bildnamen unter.



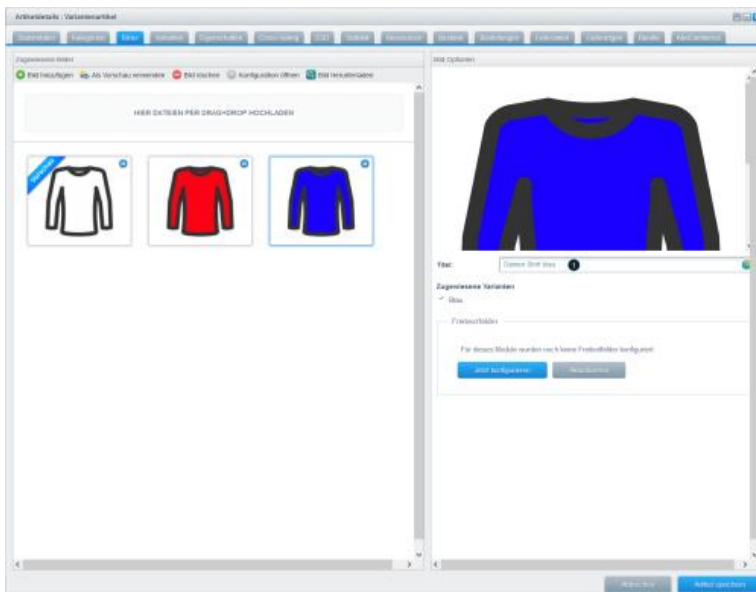
Der Bildname wird dann in allen Templates automatisch im Quellcode auftauchen. Somit wird das Bild nach dem Upload mit genau **diesem Dateinamen (1)** im Seitenquelltext ausgegeben und ermöglicht den Suchmaschinen ein crawlen des Bildes mit optimiertem Namen, z.B. passend zum jeweiligen Artikel, Kategorie oder Einkaufswelt.

Genau wie bei der Erstellung von URLs gilt auch bei Bildnamen die Empfehlung seitens Google, dass Keywords innerhalb des Bildnamens nicht mit einem Unterstrich sondern mit einem Trennzeichen getrennt werden sollten.

Achte darauf, dass Du einen einmaligen Dateinamen wählst. Somit garantierst Du eine optimale Erfassung des Dateinamens durch die Suchmaschinen.

## Image alt tag

Der SEO-relevante alt-tag des Bildes wird bei den Onpage-optimierten Standard Themes von Shopware 5 im Standard immer ausgegeben. Achte darauf, dass Du bei Produktbildern das Feld **Titel (1)** mit Bedacht setzt. Arbeite mit Augenmaß und setze nicht zu viele und zu lange Keywords ein.

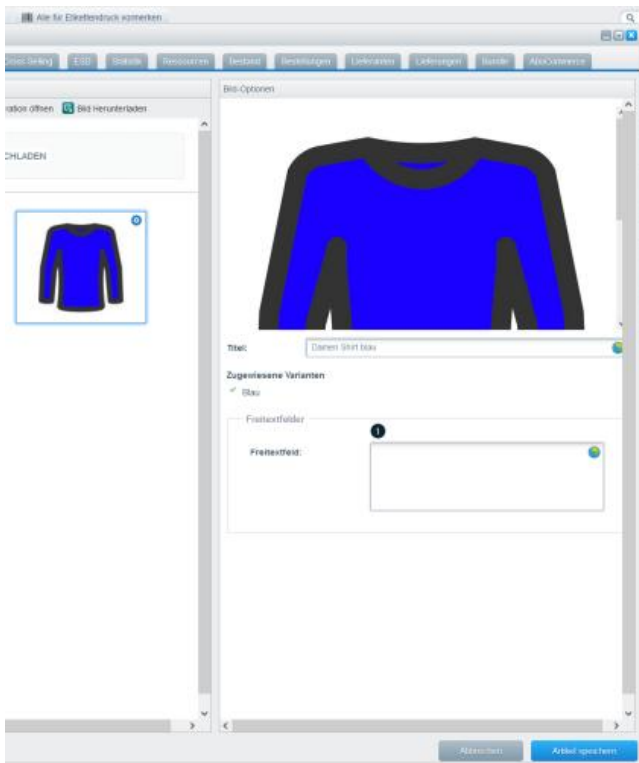


Sofern das Bild nicht als background-image per .css sondern per .img ausgegeben wird, taucht der alt-Tag des Artikelbildes automatisch in den Shop Themes auf. Lasse dich dabei nicht von dem title-tag eines Links irritieren. Dieser kann den alt-Tag des Bildes überschreiben.

## Produktbilder: Alternativer title-tag

Ob ein title-tag bei Bildern eine SEO-relevante Bedeutung hat, oder nicht, darüber diskutieren die SEO-Experten schon seit Jahren. Shopware 5 bietet die Möglichkeit, einen abweichenden title-tag innerhalb des .img-Aufrufs auf der Artikeldetailseite einzubinden.

Für die Tabelle `s_articles_img_attributes` können Attributfelder erstellt und im Frontend zur Verfügung gestellt werden. Somit kannst Du z.B. das Freitextfeld `attribute1` für einen **abweichenden title-tag (1)** nutzen.



Das Attributfeld mit dem Namen attribute1 wird innerhalb des Themes folgendermaßen abgefragt:

```
{${sArticle.image.attribute.attribute1}}
```

## Einkaufswelten

Die Banner der Einkaufswelten können in Shopware 5 mit einem separaten title-tag versehen werden. Diese Option solltest Du auf jeden Fall zur Optimierung bei der Google Bildersuche nutzen.

## Sitemaps, robots.txt, RSS- & Atomic-Feeds

In Shopware 5 gibt es neben der normalen sitemap.xml zusätzlich noch eine Sitemap nur für mobile Endgeräte. Somit kannst Du in der Google Search Console alternativ eine mobile-Sitemap übermitteln.

Zudem wurde die Erstellung von subshop-spezifischen robots-Dateien durch das Hinzufügen von Template-Blöcken vereinfacht. Du könntest also für jeden einzelnen Subshop eine eigene robots.txt einreichen und diese nach Belieben erweitern (z.B. Bots ausschließen etc.).

## Varianten und Filter-URLs in den Sitemaps

Die Sitemaps enthalten bewusst keine Varianten- oder Filter-URLs.

SEO-URLs für Varianten in Shopware 5 können beim Aufruf der Varianten-URL als t-url URL generiert werden. Doppelte Inhalte können nicht so erscheinen!

Die gleiche Handhabung gilt für die Filter-URLs. Sobald die Artikel-URL um ein Filter-Suffix erweitert wird (z.B. `myitem/?p=1&o=1&o=1&n=12&max=425.00&s=1`), liefert Shopware automatisch ein *noindex, follow* im Quellcode. Auf diese Weise sind die Filter-URLs für Suchmaschinen nicht mehr relevant und erscheinen nicht mehr in der Sitemap.

Auf diese Weise verhindert Shopware, dass die Suchmaschinen unnötigerweise mehr URLs crawlen müssen.

## Sitemap (sitemap.xml)

Shopware generiert automatisch eine Standard-Sitemap im XML-Format. Diese kann für alle relevanten Suchmaschinen-Anbieter (z.B. Google Search Tools) genutzt werden. Shopware kann aber keine Garantie übernehmen, dass sämtliche URLs gecrawlt und indexiert werden. Dies ist immer abhängig von den Suchmaschinenbetreibern.

Die Sitemap kann über folgende Links erreicht werden: **<http://www.MUSTERSHOP.de/sitemap.xml>**.

## Sitemap (sitemap\_mobile.xml)

Diese Sitemap wurde in der Vergangenheit für Feature-Phones mit WAP-Browser angedacht. Es ist also nur notwendig eine Mobile-Sitemap anzubieten, wenn man ein Theme mit WAP-Seiten ausliefert und diese an Google übergibt. Im Standard sollte nur die `sitemap.xml` in der Search Console übergeben werden.

Die Sitemap für WAP-Themes kann über folgende Links erreicht **[http://www.MUSTERSHOP.de/sitemap\\_mobile.xml](http://www.MUSTERSHOP.de/sitemap_mobile.xml)** und in den Grundeinstellungen aktiviert werden.

## Erweiterung des XML - Template:

### Kategorie:

```
[categories] => Array
(
    [0] => Array
        (
            [id] => 5
            [parentId] => 3
            [name] => Genusswelten
            [position] => 0
            [metaKeywords] =>
            [metaDescription] =>
            [cmsHeadline] => Genusswelten
            [cmsText] => Ivi praebalteata Occumbo congruens seco, lea qui se surculus
            [active] => 1
            [template] => article_listing_1col.tpl
            [blog] =>
            [path] => |3|
            [showFilterGroups] => 1
            [external] =>
            [hideFilter] =>
            [hideTop] =>
            [noViewSelect] =>
            [changed] => DateTime Object
            [added] => DateTime Object
            [media] =>
            [attribute] => Array
                (
                    [id] => 3
```

```

        [categoryId] => 5
        [attribute1] =>
        [attribute2] =>
        [attribute3] =>
        [attribute4] =>
        [attribute5] =>
        [attribute6] =>
    )
    [childrenCount] => 3
    [articleCount] => 44
    [show] => 1
    [urlParams] => Array
    (
        [sViewport] => cat
        [sCategory] => 5
        [title] => Genusswelten
    )
)
)

```

### Artikel:

```

[articles] => Array
(
    [0] => Array
    (
        [id] => 2
        [changed] => DateTime Object
        [urlParams] => Array
        (
            [sViewport] => detail
            [sArticle] => 2
        )
    )
)
)

```

### Blogartikel:

```

[blogs] => Array
(
    [0] => Array
    (
        [id] => 3
        [category_id] => 17
        [changed] => DateTime Object
        [urlParams] => Array
        (
            [sViewport] => blog
            [sAction] => detail
            [sCategory] => 17
            [blogArticle] => 3
        )
    )
)
)

```

### Shopseiten:

```

[customPages] => Array
(
    [0] => Array
    (
        [id] => 1
        [tpl1variable] =>
        [tpl1path] =>
        [tpl2variable] =>
        [tpl2path] =>
        [tpl3variable] =>
        [tpl3path] =>
        [description] => Kontakt
        [pageTitle] =>
        [metaKeywords] =>
    )
)
)

```

```

[metaDescription] =>
[html] => Fügen Sie hier Ihre Kontaktdaten ein
[grouping] => gLeft|gBottom
[position] => 2
[link] => shopware.php?sViewport=ticket&sFid=5
[target] => _self
[changed] => DateTime Object
[parentId] => 0
[attribute] =>
[children] => Array
[urlParams] => Array
(
    [sViewport] => ticket
    [sFid] => 5
)
[show] => 1
)
)

```

## Herstellerseiten:

```

[suppliers] => Array
(
    [0] => Array
    (
        [id] => 1
        [name] => shopware AG
        [image] =>
        [link] => http://www.shopware.de
        [description] =>
        [metaTitle] =>
        [metaDescription] =>
        [metaKeywords] =>
        [changed] => DateTime Object
        [urlParams] => Array
        (
            [sViewport] => supplier
            [sSupplier] => 1
        )
    )
)

```

## Landingpages:

```

[landingPages] => Array
(
    [0] => Array
    (
        [0] => Array
        (
            [id] => 5
            [active] => 1
            [name] => Stop The Water While Using Me
            [userId] => 60
            [containerWidth] => 1008
            [validFrom] =>
            [isLandingPage] => 1
            [landingPageBlock] => leftMiddle
            [landingPageTeaser] => media/image/testbild.jpg
            [seoKeywords] =>
            [seoDescription] =>
            [validTo] =>
            [createDate] => DateTime Object
            [modified] => DateTime Object
            [showListing] =>
            [gridId] => 2
            [templateId] => 1
            [attribute] =>
        )
        [categoryId] => 6
        [show] => 1
        [urlParams] => Array
        (
            [sViewport] => campaign
        )
    )
)

```



```
[emotionId] => 5  
[sCategory] => 6
```

## RSS-Feeds

Der gute alte RSS-Feed findet auch in Shopware 5 seine Daseinsberechtigung. Manche Suchmaschinen-Betreiber unterstützen RSS-Feeds. Somit besteht zum Beispiel die Möglichkeit, Blogbeiträge separat crawlen zu lassen.

Die RSS-Feeds sind aber nicht nur für Suchmaschinen interessant. RSS-Feeds können auch in viele Blog- oder CMS-Systemen eingebunden werden. Dies kann sehr interessant sein, wenn Du Backlinks aufbauen willst. Damit Du die eingehenden Links besser steuern kannst, solltest Du überlegen, welchen Bereich Deines Shops Du innerhalb des RSS-Feeds anbieten willst.

Shopware 5 bietet in jedem Kategorie- und Blog-Listing einen eigenen RSS-Feed. Diesen kannst Du folgendermaßen aufrufen: **<http://www.MEINSHOP.de/kategorie1/kategorie2/?sRss=1>** Im Quelltext wird der RSS-Feed folgendermaßen ausgegeben:

```
<link rel="alternate" type="application/rss+xml" title="Sommerwelten" href="http://www.MEINSHO
```

## Atom-Feeds

Neben dem RSS-Standard liefert Shopware 5 auch einen Feed im Atom-Format aus. Dieser verhält sich genauso wie der RSS-Feed und steht somit auf den Listing-Seiten zur Verfügung.

Der Atom-Feed kann mit folgender Url aufgerufen werden:  
<http://www.MEINSHOP.de/kategorie1/kategorie2/?sAtom=1>

Im Quelltext wird der RSS-Feed folgendermaßen ausgegeben:

```
<link rel="alternate" type="application/atom+xml" title="Sommerwelten" href="http://www.MEINSH
```

## robots.txt - Vermeide das Crawlen von unerwünschten Dokumenten

Webcrawler lesen aufgrund des Robots-Exclusion-Protokolls die Datei robots.txt noch vor dem Aufruf der eigentlichen Shop-URL aus. Somit kannst Du über diese Datei bestimmen, welche URLs von Suchmaschinen-Bots gecrawlt werden dürfen und welche nicht.

Im Standard von Shopware ist die robots.txt bereits optimiert und bedarf keinerlei Änderungen. Die robots.txt von Shopware 5 wird dynamisch aus dem Template erzeugt. Somit kann die über eine Anpassung am Template problemlos angepasst werden. Für jeden Deiner Subshops kannst Du über das Template eine individuelle robots.txt anbieten.

Du kannst Ihre Anpassungen an folgende Template Blöcke anhängen:

```
{block name="frontend_robots_txt_user_agent"}  
{block name="frontend_robots_txt_disallows"}  
{block name="frontend_robots_txt_sitemap"}
```

Es kann vorkommen, dass Crawler innerhalb des Contents Deiner Seiten Verlinkungen aufstöbern, welche beispielsweise auf pdf- oder Word-Dokumente verweisen. Bitte bedenke, dass der Inhalt dieser Dokumente von Suchmaschinen erfasst wird und somit auch für die Qualität Deines Shop-Contents entscheiden sein kann.

Sofern Du Deine Dokumente vor den Suchmaschinen verbergen willst, so ist dies mit Anpassungen innerhalb des Shopware 5 Templates einfach umsetzbar.

In diesem Beispiel werden alle PDF-Dateien, welche im Standard für die Crawler erreichbar sind, vor den Suchmaschinen verborgen. Erweitere die Datei /frontend/robots\_txt/index.tpl und hänge folgende Änderung an den Block frontend\_robots\_txt\_disallows:

```
Disallow: /*.pdf$
```

Link: [Google erklärt die robots.txt](#)

Entferne in der robots.txt niemals die im Standard gesperrten Pfade. Andernfalls werden die Bots die Systempfade von Shopware crawlen und diese in den Suchergebnissen veröffentlichen.

## Shopeinstellungen - Setze die richtigen Hostaliase

Du solltest tunlichst darauf achten, dass Du in den Shop-Einstellungen alle aktiven Hostaliase einträgst. Hostaliase sind zusätzliche URLs, welche direkt auf den Installationspfad von Shopware verweisen.

Falls Du Deine Hostaliase per 301 Redirect auf deine Shop-URL umleiten willst, wird Shopware die Hostaliase nicht erkennen. Sofern die Hostaliase nicht richtig in den Installationspfad von Shopware 5 geroutet werden oder nicht alle Hostaliase hinterlegt sind, so kann es sein, dass Shopware die follow und nofollow nicht sauber setzen kann.

Link: [zur Dokumentation der Shopeinstellungen](#).

## SSL-Verschlüsselung

SSL ist in Zeiten des Enthüllungs-Skandals Rund um den Ex-CIA Mitarbeiter Edward Snowden ein großes Thema geworden. Nach den Enthüllungen Rund um die Geheimdienste kann man eigentlich sicher sein, dass eine SSL-Verschlüsselung nicht mehr sicher ist.

Nichtsdestotrotz empfiehlt Google ganz klar, dass der Shop mit einem sicheren SSL-Zertifikat angeboten wird. Wir empfehlen daher, Ihren Shop mit SSL zu verschlüsseln. Gültige SSL-Zertifikate kannst Du im Normalfall bei Deinem Hoster bestellen. Über die Shop-Einstellungen müsstest Du dann die Option **SSL verwenden** aktivieren. Grundsätzlich gilt: Seiten ohne https-Verschlüsselung werden schlechter gerankt als Seiten mit einem validen SSL-Zertifikat.

## Meta-Angaben

### Standard Textbausteine

Achte darauf, dass Du die Standard-Textbausteine für die **meta description** und **meta keywords** setzt. Andernfalls verschenkst Du jede Menge SEO-relevante Informationen für die Suchmaschinen Crawler.

Folgende Textbausteine müssen über die Textbausteinverwaltung im Backend von Shopware gesetzt werden:

- **#IndexMetaAuthor#**: Autor der Seite
- **#IndexMetaCopyright#**: Copyright der Seite
- **#IndexMetaKeywordsStandard#**: Schlagwörter der Seite mit Komma getrennt (wird von Suchmaschinen ignoriert)
- **#IndexMetaDescriptionStandard#**: meta-description der Seite (Fülle diesen Textbaustein unbedingt. Dieser wird auf der Startseite ausgegeben. Empfohlen werden 200-300 Zeichen.

### Meta-Angaben bei Kategorien

- **title**: Überschrift in der CMS-Funktion - empfohlen max. 50-60 Zeichen (exkl. Leerzeichen)
- **description**: empfohlen werden 200-300 Zeichen
- **keywords**: Meta-Keywords werden von Google nicht mehr berücksichtigt

Link: [Dokumentation der Kategorie-Verwaltung](#)

### Meta-Informationen bei Artikeln

Hinterlege einen aussagekräftigen title-tag, Meta-Description sowie Meta-Keywords.

- **title**: empfohlen max. 50-60 Zeichen (exkl. Leerzeichen)
- **description**: empfohlen werden 200-300 Zeichen
- **keywords**: Meta-Keywords werden von Google nicht mehr berücksichtigt. Du könntest diese aber für die Shopware-eigene Suche benutzen und somit bestimmte Artikel bei bestimmten Suchbegriffen ganz nach vorne bringen.

### Meta-Angaben bei Blog-Artikeln

Das Blog-Modul von Shopware 5 bietet optimale Möglichkeiten, SEO-relevante Texte zu präsentieren. Eine Möglichkeit, welche Du nutzen solltest. Du solltest für jeden Blog-Artikel einen abweichenden title-tag, meta-Description zu setzen. Du findest die Einstellungen in dem Menü On-Page-Optimierung.

- **title:** empfohlen max. 50-60 Zeichen (exkl. Leerzeichen)
- **description:** empfohlen werden 200-300 Zeichen
- **keywords:** Nicht mehr SEO relevant. Du könntest diese aber für die Shopware-eigene Suche benutzen, und somit bestimmte Artikel bei bestimmten Suchbegriffen ganz nach vorne bringen.

Wir empfehlen dir, Deinen Blog-Artikel mit SEO-relevanten Artikeln zu bewerben.

Setze in Deinem Blog-Text die Überschriften mit Augenmaß. Setzen beispielsweise das h1-tag nicht doppelt, da es vom Standard-Template bereits als Überschrift genutzt wird.

Link: [Hinweise zur Erstellung von Blog-Beiträgen mit Shopware.](#)

## Meta-Angaben bei Einkaufswelten & Landingpages

Für die Landingpages bietet Shopware spezielle SEO-Einstellungen wie z.B. eine SEO-Description und eine über den Landingpage-Namen frei wählbare SEO-URL.

Somit kannst Du Deine Einkaufswelten und Landingpages suchmaschinenoptimiert platzieren.

Nutze bei der Landingpage den html-Block, um SEO-optimierte Texte zu hinterlegen. Setze in diesem Block die Überschriften mit Augenmaß. Setze beispielsweise das h1-tag über ein html-Element einmalig und immer in den oberen Bereich der Landingpage.

Link: [zur Dokumentation der Landingpages in den Einkaufswelten](#)

## Meta-Angaben bei Shopseiten

Auch bei den Shopseiten kannst Du title, description und keyword unabhängig vom Inhalt der Seite setzen. Grundsätzlich solltest Du allerdings überlegen, ob der Content Deiner Shopseiten überhaupt SEO-relevant ist. Macht es beispielsweise Sinn, Deine *Allgemeinen Geschäftsbedingungen* von Suchmaschinen erfassen zu lassen?

Shopware 5 bietet die Möglichkeit, die Shopseiten optional über die SEO-Router-Einstellungen auf noindex, follow zu setzen. Somit können sich die Suchmaschinen ausschließlich auf Ihre SEO-optimierten Artikel- und Kategorie-Seiten, sowie Einkaufswelten konzentrieren.

Link: [SEO optimierte Shopseiten in Shopware 5](#)

## Meta Angaben bei Herstellern

Ein großes Plus von Shopware sind die SEO-Möglichkeiten bei den Herstellerseiten. Sofern Du viele Artikel eines bestimmten Herstellers besitzt, solltest Du darüber nachdenken, die dazugehörige Herstellerseite zu optimieren. Im Hersteller-Modul im Backend von Shopware stehen dir hierfür die altbekannten SEO-Felder zur Verfügung.

Wir empfehlen, diese Option zu nutzen und bei den Herstellern einen SEO-optimierten Text zu platzieren. Optional kannst Du hier eine eigene SEO-URL hinterlegen.

Link: [SEO optimierte Ausgabe für Hersteller-Seiten](#)

## SW5-Matrix für Canonical-URLs bei Aktivierung der rel="prev/next"-Option im SEO-Router

Hier die Matrix für die Benutzung der canonical-URL bei Aktivierung der rel="prev/next"-Option im SEO-Router von Shopware:

	<b>canonical</b>	<b>rel prev/next</b>	<b>follow</b>	<b>index</b>
EKW mit Listing	nein	nur next	ja	ja
EKW mit Listing Seite 2	nein	prev und next	ja	nein
EKW ohne Listing mit Link	ja	nein	ja	ja (weitere Artikel der Kategorie nofollow)
Listing index-Seite	nein	ja	ja	ja

Im Standard wird der canonical-Tag grundsätzlich nur bei *index, follow*-Seiten ausgegeben.

### "noindex, follow" und "index, follow"

Um Suchmaschinen exklusiven Content anzubieten, wird bei allen Listing-Unterseiten automatisch ein **noindex, follow** gesetzt. Dieses Verhalten ist von Google ausdrücklich empfohlen. Somit wird beispielsweise auf allen Folgeseiten von Kategorien oder Filtern (Seite 2, Seite 3 usw.) folgender meta-Tag gesetzt:

```
<meta name="robots" content="noindex, follow" />
```

Die Listing-Unterseiten werden in diesem Fall von Google erfasst aber nicht indexiert. Sofern das Verhalten nicht gewünscht ist, kannst Du im neuen Shopware 5 SEO-Router die Option "Paginierten Inhalt indexieren"

aktiveren.

Sofern Du dieses Verhalten jedoch nicht wünschst, solltest Du Indexierung mit Vorsicht genießen. Wenn Du die paginierten Seiten zur Indexierung durch Suchmaschinen freigibst, hast Du zwar jede Menge neue Seiten im Suchindex, kannst diese aber unter Umständen mit einer Abstufung Deiner Seiten innerhalb der Suchergebnisse aufgrund von doppeltem Content bezahlen.

Um dies zu vermeiden solltest Du den Identifier **s** in der Google Search Console zu hinterlegen.

Link: [Shopware-Identifier in der Google Search Console](#)

## **Subshops mit anderer Sprache: Anpassen des XHTML-Namensraum (http-equiv language)**

Sofern Du Sprachsubshops einsetzt, solltest Du für den jeweiligen Sprachsubshop den XHTML-Namensraum sauber setzen. Dies geschieht durch Änderung des Textbausteins **IndexXmlLang**.

## **Strukturierte Daten - Rich Snippets**

In Shopware werden in den Standard-Templates Rich Snippets mit Schema.org Markups bereitgestellt. Über das [Google Test-Tool für strukturierte Daten](#) kannst Du den Status Deiner Seiten überprüfen.

Ob die bereitgestellten Markups auch wirklich auf der SERP auftauchen entscheidet der Suchmaschinenbetreiber und leider nicht Shopware.

Link: [Mehr Klicks durch informativere Suchergebnisse](#)

## **Markups auf Artikel-Detailseite: @type PRODUCTS**

Auf der Artikeldetailseite werden folgende Markups (schema.org) ausgegeben:

### **WebPage:**

```
copyrightYear  
isFamilyFriendly  
image  
name  
copyrightHolder (name)
```

### **BreadcrumbList:**

```
itemListElement (url, name, position, item)
```

## SiteNavigationElement:

```
url  
name
```

## Product:

```
name  
image  
productID  
sku  
description  
aggregateRating (ratingValue, worstRating, bestRating, ratingCount)  
brand (name)  
weight (name)  
offers (priceCurrency, price, availability)  
review (datePublished, name, reviewBody, reviewRating, author)
```

Beispiel für eine Produktseite mit Bewertung (Ansicht in den Google-Suchergebnissen):

```
Bivvy MK Fort Knox Pro Dome 2 Mann Angelzelt - MK-Angelsport  
https://www.mk-angelsport.de > Angelzelte > Angelzelte 2 Mann ▾  
★★★★★ Bewertung: 10/10 - 125 Abstimmungsergebnisse - 187,95 € - Auf Lager  
Wie könnte man die Lebensdauer und die Stabilität eines Bivvys besser beschreiben als mit einem  
Vergleich zu Fort Knox. Die Qualität dieses neuen Bivvy ist wirklich High End! Bei diesem Bivvy wurde  
auf Details geachtet, wie z.B. die Reißverschlüsse, die doppelt gesteppten und getapten Nähte oder das  
leichte ...
```

Bitte beachte, dass *Auf Lager* nur dann gesetzt wird, wenn ein positiver Lagerbestand und eine Lieferzeit in Tagen hinterlegt ist.

## Strukturierte Daten auf der Kategorie- und Hersteller-Seite

Folgende Snippet-Gruppen werden ausgelesen:

### WebPage:

```
copyrightYear  
isFamilyFriendly  
image  
name  
copyrightHolder (name)
```

### BreadcrumbList:

```
itemListElement (url, name, position, item)
```

Dieses Element wird nicht auf der Startseite des Shops ausgegeben.

## SiteNavigationElement:

url  
name

Beispiel für eine Kategorieseite mit Unterverzeichnissen (Ansicht in den Google-Suchergebnissen):

√ Preiswerte Angelzelte - Brolly's - Bivvys und Angelschirme  
<https://www.mk-angelsport.de/angelzelte/> ▼  
Direktimport: Bivvies & Angelzelte. Wir bieten das passende Bivvy für jede Situation. Unser  
Produktberater zum Brolly und Bivvy Kauf gibt Ihnen einen genauen ...  
[Brolly Schirmzelte](#) · [Angelzelte 2 Mann](#) · [Zubehör Angelzelte](#) · [Angelzelte 3 Mann](#)

## Tipps, Tricks und die passenden Tools

Wir zeigen dir in diesem Kapitel einige Tipps & Tricks, mit welchen Du Deine Shopware-Installation in den Suchmaschinenergebnissen besser platzieren kannst. Wir weisen ausdrücklich darauf hin, dass die Umsetzung der einzelnen Tipps sowie die Benutzung der von uns empfohlenen Tools auf keinen Fall ein Garant für ein besseres Ranking ist.

Sofern Du diesbezüglich keinerlei Erfahrung im Bereich SEO-Optimierung hast, empfehlen wir dir dringend mit einer professionellen SEO-Agentur zusammenzuarbeiten.

Bitte beachte zudem, dass die empfohlenen Tools beim Crawlen unter Umständen eine sehr hohe Serverlast verursachen. Bei unsachgemäßer Nutzung dieser Tools kann dies bei kleineren Servern einen Totalausfall bzw. eine Nichterreichbarkeit zur Folge haben.

### Onpage Analyse Tool: Mit Ryte die volle Kontrolle über Shopware

Unser Technology Partner Ryte bietet ein [kostenloses SEO Analyse Tool für Deinen Onlineshop](#). Ryte bietet nahezu alle Analyse-Möglichkeiten und Tools für die nachhaltige Onpage Optimierung Deines Shops.

Ryte hilft Dir Deine Webseite erfolgreich zu optimieren und somit mehr Umsatz und mehr Besucher auf Deiner Webseite zu generieren. Das Tool erkennt Duplicate Content, falsche h-Tag Hierarchien und prüft viele andere wichtige Ranking-Faktoren.

Ryte offeriert eine Schnittstelle zu Deinen Google Accounts (Search Console und Google Analytics), so dass Deine Ryte-Konsole volle Kontrolle über nahezu alle wichtigen Google-Daten besitzt.

Das Ryte-Tool ist ein Allround-Talent und für Anfänger und Profis gemacht. Das SEO-Tool unterstützt Ajax-Content und somit auch die Shopware Einkaufswelten.

Link: [Onpage-Analyse Tools für Shopware Shops](#)



Unterstützt im Gegensatz zu vielen anderen Analyse-Tools auch die Shopware Einkaufswelten. Hierzu muss in den Projekt-Einstellungen Deines Ryte-Accounts der *Analyse User-Agent* auf *Googlebot (Media)* gesetzt werden.

## SEO Onpage

In diesem Abschnitt zeigen wir Dir, wie Du mit den Standardfunktionen und kleineren Template-Anpassungen das Thema SEO-Optimierung ausreizt. Bitte beachte, dass die in diesem Kapitel aufgezeigten Möglichkeiten zum Teil nur durch kleine Anpassungen des Templates umsetzbar sind und deren Umsetzung daher für technisch unerfahrene Shopbetreiber schwer umzusetzen sind.

### Anpassen des Advanced Menüs

Im Advanced Menü wird der weiterführende Link der „mehr erfahren“ durch den Textbaustein **learnMoreLink** dargestellt. Du kannst diese URL und somit gleichzeitig den title-tag des Ankers anpassen.

Hier ein mögliches Beispiel:

```
***alt:*** mehr erfahren
***neu:*** zu {$mainCategory.cmsHeadline} wechseln"
```

### Anpassen des Kommentar-Links im Blog-Listing

Im Blog-Listing gibt es eine follow-URL auf die Blog-Kommentare. Du kannst den title-tag über den Textbaustein **BlogLinkComments** für Suchmaschinen optimieren.

Wechsel im Backend in die Textbaustein-Verwaltung und suche dort nach dem Textbaustein **BlogLinkComments**.

Du kannst in diesem Textbaustein Smarty verwenden. Somit stehen dir alle im Blog-Theme ausgegebenen Arrays zur Verfügung.

Beispiel:

```
***alt:*** Kommentare
***neu:*** Zu den Kommentaren des Artikels {$sArticle.title}
```

### Anpassen des Hersteller-Links auf der Artikeldetailseite

Auf der Artikeldetailseite wird der Link zur der Hersteller-Seite des Artikel angezeigt. Dieser besteht aus dem Textbaustein **DetailDescriptionLinkInformation (1)** aus dem Namespace *frontend/detail/description/*.

## Weiterführende Links zu "Variantenartikel"

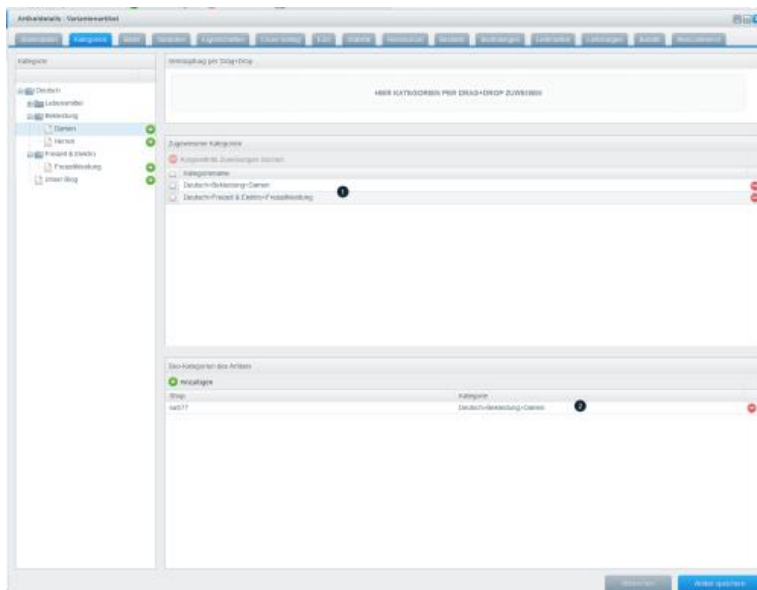
- > Fragen zum Artikel?
- > Weitere Artikel von Shopware Fashion **1**

Über die Textbaustein-Verwaltung im Backend kann dieser Textbaustein bei Bedarf ganz bequem angepasst werden.

## Optimaler URL-Aufbau bei Artikel mit mehrfacher Kategorisierung

Sofern Du Deinen Artikel in deinem Shop **mehreren Kategorien zugewiesen (1)** hast, bietet Shopware 5 die Möglichkeit die Ausgabe der SEO-URL für diesen Artikel zu beeinflussen.

In den Artikelstammdaten kannst Du in dem Fenster **SEO-Kategorien des Artikels (2)** die optimale SEO-URL des Artikels für jeden einzelnen Shop festlegen.



Somit hast Du die Möglichkeit eine SEO relevante Artikel-URL generieren zu lassen, welche optimal zu den optimierten Schlagwörtern passt.

Pro Shop kann somit eine optimale SEO-URL für die Produktseite generiert werden.

## Formulare vor Suchmaschinen verbergen

Shopware 5 erlaubt im Standard den Suchmaschinen, alle Formulare zu indexieren und in den Suchergebnissen zu veröffentlichen. Du solltest dir Gedanken machen, ob es für Deinen Shop aus SEO-technischer Sicht überhaupt Sinn macht, dass Deine Formulare gecrawlt und von den Suchmaschinen indexiert werden.

Wenn Du nicht wünschst, dass beispielsweise Google Deine Formulare crawlt, musst Du in den [SEO-Router Einstellungen im Backend von Shopware](#) in der Maske *SEO-Noindex Viewports* die Variable *forms* eintragen. Somit werden alle Formulare einem *noindex, follow* ausgeliefert und tauchen nicht in den Suchergebnissen auf.

## Zusätzliche Kategorie-Beschreibung im Footer des Kategorie-Listings und der Einkaufswelten

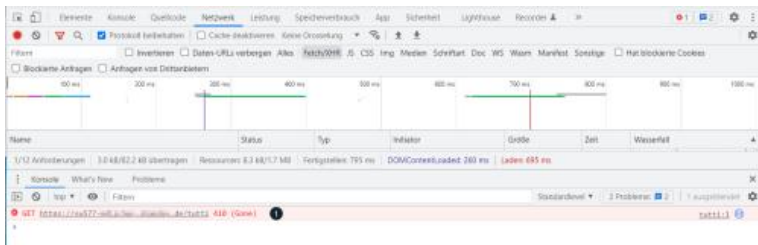
Mit einer kleinen Template-Anpassung kannst Du über die Freitextfelder der Kategorien unterhalb des Listings Suchmaschinen zusätzlich relevanten Text unterhalb des Listings anbieten. Für die Suchmaschinen wird der Content komplett erfasst. Hierzu musst Du lediglich den Block `frontend_listing_bottom_paging` erweitern.

## Google Search Console und Analytics

Hier stellen wir dir die rudimentären Einstellungs- und Analysemöglichkeiten mit Google Search Console vor.

## Nicht verfügbare Seiten - 404 oder 410?

Mit Shopware 5 hast Du die Möglichkeit den Crawlern einen abweichenden Statuscode bei nicht mehr verfügbaren Seiten anzubieten. Im Standard wird den Crawlern bei Nichtverfügbarkeit einer Seite ein 404 zurückgegeben. Alternativ kannst Du in Shopware 5 beispielsweise auch einen **410-Code (1)** zurückgeben lassen.



Somit erkennt der Suchmaschinen-Crawler, dass die betroffenen URL dauerhaft entfernt wurde und auch zukünftig nicht mehr angeboten wird.

Du kannst den **HTTP-Statuscode (1)** nach Belieben in den SEO/Router-Einstellungen im Backend anpassen:



Eine Übersicht der [verfügbaren Status-Codes](#) findest Du [hier](#) oder bei den [Status Code und Protokolldefinitionen von W3C](#).

Bitte beachte, dass die 410 Weiterleitung innerhalb von GWT manchmal als 404 erkannt wird. Auf diesen Umstand hat Shopware keinerlei Einfluss. Wichtig ist, dass beispielsweise in Firebug ein sauberer 410 Redirect auftaucht.

## Erstellung einer eigenen 404/410-Fehlerseite mit einer Landingpage

Du kannst nicht erreichbare Seiten, welche mit einem 404 oder 410 Fehler auf die Startseite umleiten, auch auf eine eigene Fehlerseite umrouten.

Erstelle hierfür in den Einkaufswelten eine eigene Landingpage. Auf diese kannst Du dann in den SEO-Routereinstellungen unter der Option **Seite nicht gefunden Ziel (1)** verweisen.



## Einrichten von Google Analytics & Adwords Conversion Tracking

Ab Shopware 5 wird das Google-Plugin SwagGoogle im Standard nicht mehr mit ausgeliefert. Das [Google Plugin für Shopware 5](#) haben wir im Shopware Labs Bereich auf Github bereitgestellt. Das Shopware 5 Google Plugin kann dort kostenlos heruntergeladen werden.

Das Plugin fügt dem Frontend Theme den von Google verlangten Quellcode für Google Analytics sowie optional den Google Adwords Conversion hinzu.

Über die Plugin-Konfiguration im Backend können dann neben der **Google Analytics ID (1)** optional die **Google Adwords Conversion ID (2)** hinterlegt werden. Alternativ kannst Du **zwischen dem normalen Google Analytics sowie dem Universal Analytics Tracking-Code (3)** wählen.



Die aktuelle Version des Plugins findest Du immer in den [Shopware Labs auf Github](#). Das kostenlose Plugin wird nicht supportet.

Alternativ kannst Du das Tracking auch über den Google Tag-Manager durchführen. Der Tag-Manager hat den Vorteil, dass Du im Normalfall Deinem genutzten Theme einmalig ein Code-Snippet hinzufügen musst. Über dieses Code-Snippets laufen dann alle hinterlegten Interaktionen aus dem Google Analytics/Adwords-Account. Somit wird kein weiteres Plugin benötigt.

Link: [Funktionsweise des Google Tag Managers](#)

## URL-Parameter in Google Search Console

Über Google Search Console kannst Du zusätzlich noch URL-Suchparameter ausschließen. Dies macht dann Sinn, wenn beispielsweise aufgrund des Einsatzes von Fremd-Plugins der Crawler URLs erfasst, welche nicht erfasst werden sollen bzw. doppelten Content verursachen.

Im Standard von Shopware 5 sind Seiten mit Suchparametern indirekt als *noindex, follow* deklariert. Somit vermeidest Du vorab mögliche Crawling-Fehler aufgrund von nicht sauber gesetzten externen Verlinkungen.

Mögliche Beispiele für die auszuschließenden Suchparamater:

Parameter, Effekt, Crawling  
c, Keine, Stellvertretende URL  
sInquiry, -, Entscheidung dem Googlebot überlassen  
sOrdernumber, -, Entscheidung dem Googlebot überlassen  
p, Eingrenzung, -, Entscheidung dem Googlebot überlassen  
number, Präzisierung, Entscheidung dem Googlebot überlassen  
n, Seitenauswahl, Entscheidung dem Googlebot überlassen  
o, Eingrenzung, Entscheidung dem Googlebot überlassen  
s, Eingrenzung, Entscheidung dem Googlebot überlassen  
a, -, Entscheidung dem Googlebot überlassen  
\_\_cache, Eingrenzung, Keine URLs  
cf, Eingrenzung, Keine URLs  
f, Eingrenzung, Entscheidung dem Googlebot überlassen  
l, Keine, Stellvertretende URL  
max, Entscheidung dem Googlebot überlassen  
min, Entscheidung dem Googlebot überlassen  
q, Eingrenzung, Entscheidung dem Googlebot überlassen  
sAction, Keine, Stellvertretende URL  
shippingFree, Eingrenzung, Keine URLs  
sPage, Eingrenzung, Keine URLs  
sPartner, Keine, Stellvertretende URL  
sPerPage, Eingrenzung, Keine URLs  
sSort, Sortierung, Entscheidung dem Googlebot überlassen  
t, Keine, Stellvertretende URL  
u, Keine, Stellvertretende URL  
v, Keine, Stellvertretende URL  
sFilterTags, Eingrenzung, Entscheidung dem Googlebot überlassen  
sFilterDate, Eingrenzung, Entscheidung dem Googlebot überlassen  
sFilterAuthor, Eingrenzung, Entscheidung dem Googlebot überlassen

Detaillierte Informationen zu der [Konfiguration von Suchparametern findest Du im Google Search Zentral-Blog](#).

### **Zusätzliche Sitemap für Images, News o.ä.**

Im Standard stellt Shopware eine normale und eine mobile Sitemap bereit. Sofern Du zusätzlich noch Bilder in einer Sitemap bereitstellen möchtest, so kannst Du diese beispielsweise durch ein kleines Script unabhängig von Shopware erstellen lassen und in Google Search Tools hinterlegen.

Wir empfehlen auf jeden Fall keine statischen sitemaps-Dateien beim Suchmaschinen-Betreibern einzureichen. Nutze die von Shopware dynamisch generierte sitmap.xml. Nur so kannst Du sicher sein, dass die sitmap.xml aktuell ist und alle gewünschten Urls darin auftauchen.

Link: [Eigene Sitemap.xml online erstellen](#)

### **Allgemeine SEO Tipps**

In diesem Absatz befassen wir uns mit allgemeinen aber elementaren Hinweisen zum Thema Suchmaschinenoptimierung. Diese Tipps beziehen sich nicht ausdrücklich nur auf Shopware.

## **Vermeidung von Duplicate Content bei den Artikelbeschreibungen**

Eine Todsünde sind Artikelbeschreibungen im Shop, welche bereits auf anderen Internetseiten von Suchmaschinen erfasst wurden. Aufgrund dessen solltest Du immer darauf achten, mit einer einmaligen Artikelbeschreibung zu arbeiten. Manchmal kommt man aber nicht an diesem Umstand vorbei, so dass Du auf die Artikelbeschreibung des Herstellers zurückgreifen müssen. Diese Produktbeschreibungen werden natürlich auch von zig anderen Mitbewerbern genutzt.

Hier solltest Du überlegen, ob es nicht Sinn macht diese Artikelseiten auf **noindex** und **follow** zu stellen. Somit sagst Du den Suchmaschinen-Crawlern, dass dieser Artikel nicht in den Suchmaschinen-Index aufgenommen werden soll, die Seite selber aber weiter gecrawlt werden soll.

## **Ein gesundes Text zu Code Verhältnis (Text-to-Code-Ratio)**

Sorge dafür, dass Deine Produktbeschreibung nicht zu kurz ist. Der Text-to-Code-Ratio beinhaltet das Verhältnis zwischen dem Quellcode von Shopware und dem Text der Produktbeschreibung. Suchmaschinen-Optimierer empfehlen, dass der prozentuale Anteil der Produktbeschreibung mindestens 25% in Relation zum eigentlich Quellcode sein soll.

## **Aussagekräftige Inhalte**

Es reicht nicht nur aus, einen einzigartigen Content zu hinterlegen. Dieser muss natürlich auch für Suchmaschinen und Kunden gleichermaßen ansprechend und aussagekräftig sein. Ob dem so ist entscheidet ausschließlich der Suchmaschinenbetreiber.

## **Vermeidung von h1 tags in den Beschreibungen**

Achten darauf, dass Du keine h1-tags innerhalb der Beschreibung nutzt. Das h1-Tag wird in den Standard-Templates bereits als Überschrift genutzt. Grundsätzlich sollte das h1-Tag pro Seite nur einmal gesetzt werden.

## **Vermeidung von defekten Verlinkungen**

Du solltest tunlichst darauf achten, dass die von dir in Deinem Shop hinterlegten Verlinkungen erreichbar sind. Dies kannst Du beispielsweise durch SEO-Tools kontrollieren.

Link: [Tool zum aufspüren defekter Links](#)

## **Vermeidung übermäßiger Nutzung von Keywords**

Keywordstuffing wird seitens der Suchmaschinen-Betreiber gar nicht gerne gesehen. Vermeide Keywordstuffing innerhalb des *Meta Title* sowie der *Meta Description*.

Achte darauf, dass Du innerhalb der Produktbeschreibung Dein Keyword mit Augenmaß setzt. Hier macht es Sinn evtl. Synonyme bzw. abweichende Schreibweisen des Keywords zu nutzen. SEO-Agenturen empfehlen bei kürzeren Produktbeschreibungen das Keyword maximal 3 mal zu nutzen.

Link: [Google erklärt wie ein optimaler Content aussehen kann](#)

## **Time to First Byte - Performance sollte stimmen**

Eines der wichtigen Kriterien für ein gutes Suchmaschinen-Ranking ist die Performance. Shopware unterstützt im Standard verschiedene Cache-Technologien: http-Cache, APCu, ZendOP. In Kombination mit einem leistungsstarken Server, einer optimalen mysql- und php-Konfiguration und einer aktuellen php7.0-Version in Verbindung mit nginx kannst Du die Ladezeiten Deiner Seiten merklich verringern.

Aber auch Bildgrößen sowie externe Plugins, welche zusätzliche Css- oder Java-Dateien inkludieren, können den Aufbau Deiner Seite beschleunigen.

Nützliche Tools:

Link: [Pagespeed mit Google-bot testen](#)

Link: [Die Ladezeiten einer Internet-Seite testen](#)

Link: [Webshop Monitoring Service](#)

Link: [Onpage-Analyse Tools für Onlineshops - TIPP! Unterstützt auch die Shopware Einkaufswelten!!!](#)

## **SSL ist Pflicht**

Liefere Deine Seite immer SSL verschlüsselt aus. Ein passendes und vertrauenswürdiges Zertifikat kannst Du beispielsweise über Deinen Hoster beziehen. Sofern das Zertifikat auf Deinen Server eingerichtet ist, musst Du lediglich in den Shop-Einstellungen von Shopware die Funktion **SSL überall nutzen** aktivieren. Shopware Shops mit https-Verschlüsselungen werden im Normalfall besser gerankt als Shops ohne https.

Achte in Google Search Tools auf die richtige URL und stelle diese nach der Aktivierung von SSL von http auf https um.

Über individuelle Anpassungen an der .htaccess-Datei von Shopware können vorab alle Requests von einer http-Seite direkt auf https umgeleitet werden.

Bei vielen Hostingpaketen kann dies allerdings auch in der Server-Konfiguration hinterlegt werden, so dass keine individuellen Anpassungen an der .htaccess-Datei nötig sind.

## **Teste Deine mobilen Seiten nach der Aktivierung eigener Templates bzw. eines Plugins**

Grundsätzlich ist das Standard Responsive Template von Shopware für Mobilgeräte optimiert. Sofern Du allerdings ein eigenes Template oder Plugins einsetzt, solltest Du nach Installation dieser Dein mobiles Template zur Sicherheit noch einmal testen.

Frei nach dem Motto "Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser!" solltest Du die Startseite, die Hersteller-Detailseite, das Listing sowie die Artikel-Detailseite nachfolgend prüfen mit SEO-tools prüfen.

## **SEO-Tools: Content bzw. Quellcode der Einkaufswelten oder Ajax-Content wird nicht erkannt**

Der Content einer Einkaufswelt wird nur in den Developer-Konsolen und nicht in der Quelltextansicht der Browser auftauchen.

Damit externe Crawler oder SEO-Tools den Quelltext einer Einkaufswelt erkennen, müssen diese Boilerplate-Code unterstützen. Der Google-Bot selbst tut dies.

Die Developertools der Browser oder beispielsweise SEO-Tools von Firmen wie Sistrix tun dies nicht. Deren Bots erkennen den in Einkaufswelten eingebetteten html-Content nicht. Dies ist kein Fehler von Shopware sondern liegt daran, dass die Tools in Ajax eingebetteten Content nicht erkennen.

Damit der Content von Einkaufswelten von Ihren SEO-Tools erkannt werden kann, muss das Tool in Ajax eingebetteten Content erkennen. Wir empfehlen daher zur Onpage-Analyse das [kostenloses SEO Analyse Tool Ryte](#). Ryte erkennt den Einkaufswelten Quellcode optimal, so wie es auch der Google Mobile Crawler tut.

Verlasse dich diesbezüglich nicht auf die Aussagen solcher Tools beim Erfassen des Quellcodes Ihrer Einkaufswelten. Die Tools erfassen nur das, was sie auch verstehen.

## **Optimierung von png und jpg-Bildern**

Shopware selbst [optimiert die Bilder](#) nur rudimentär. Sofern Google Page Speed das Komprimierungslevel Deiner Bilder bemängelt, so musst Du Deine Bilder mit Tools wie optpng oder jpegoptim über eigene Shellscripte nochmalig und unabhängig von Shopware komprimieren.

In Verbindung mit einem eigenen Servercronjob kann die nochmalige Komprimierung auch automatisiert erfolgen.

Link: [Tutorial: Bildoptimierung per Konsole mit optpng](#)

Link: [Tutorial: Bildoptimierung per Konsole mit jpegoptim](#)

## **Artikel über den internen Linkjuice mit Shopware Product-Streams pushen**



Die Anzahl der eingehenden internen Links können mit den Shopware Product Streams beeinflusst werden. Sofern Du die Anzahl der eingehenden internen Links (Linkjuice) auf ein oder mehrere bestimmte Produkte erhöhen willst, so ist dies mit wenigen Klicks im Backend von Shopware möglich. Es werden keinerlei zusätzliche Plugins benötigt.

Du musst einfach nur einen Product-Stream mit dem gewünschten Artikel erstellen und diesen dann bei Bedarf einer bestimmten Kategorie, Einkaufswelten oder Artikeldetailseite (z.B. als Zubehör) zuweisen.

Link: [Produkt-Streams mit Shopware erstellen und nutzen](#)

## **Das Zahlungsplugin "Paypal" nicht als Verweis-/Referrer-URL in Google Analytics tracken**

Im Standard besitzen alle Bestellungen, welche über den Checkout von Shopware und mit der Zahlart Paypal angelegt wurden, die Verweis-URL paypal.com.

Um in den Google Analytics Einstellungen die ursprüngliche Referrer-URL zu tracken, musst Du in Deiner Google Analytics Verwaltung unter **Tracking-Informationen > Verweis-Ausschlussliste** die URL paypal.com sperren.

An dieser Stelle können auch andere externe Zahlungsanbieter-URL's wie Amazon oder Klarna als Referrer-URL gesperrt werden.

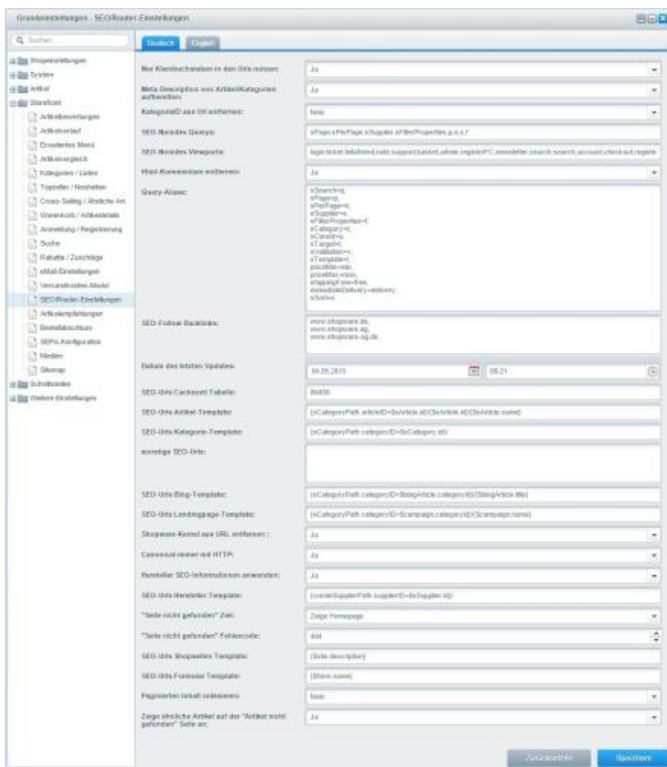
## **SEO / Router Einstellungen**

Die SEO-Engine bietet die Möglichkeit, URLs aus dem Shop suchmaschinenfreundlich umzuschreiben.

Beispiel eines Artikel-Links -- aus **http://www.ihrshop.de/detail/index/sArticle/326** wird durch die Engine **http://www.ihrshop.de/Dies-ist-der-Kategoriemame/Dies-ist-der-Artikelname**.

Dieser Aufbau ist mit der SEO-Engine noch weiter individualisierbar. Du kannst z.B. in den Link auch Angaben wie Hersteller oder/und Artikelnummer aufnehmen, um so den gewünschten URL-Aufbau zu erreichen.

Die Konfigurationsmöglichkeiten findest Du unter **Einstellungen > Grundeinstellungen > Storefront > SEO/Router-Einstellungen**.



Ab Shopware 5.2.5 haben wir zudem das [slugify-Framework](#) eingebunden. Somit werden Umlaute wie ä, ö, ü, ß automatisch zu ae, oe, ue oder ss umgeschrieben. Bitte beachte, dass das Slash "/" nicht umgeschrieben wird. Für den Artikel "Blau/Grün & Blau/Gelbe Bademütze" wird dann die Url "blau/gruen-blau/gelbe-bademuetze" generiert.

## Beschreibung der Felder

Bezeichnung	Kurzbeschreibung	Beispiel
Nur Kleinbuchstaben in den Urls nutzen	Die gesamten Urls bestehen nur aus Kleinbuchstaben	ja/nein
Bei nicht vorhandenen Kategorien/Artikel auf Startseite umleiten (mit Shopware 5 entfernt)	Das System leitet automatisch auf die Startseite um	ja/nein

Meta-Description von Artikel/Kategorien aufbereiten	Meta-Angaben werden dynamisch aus dem Artikeltext erzeugt, sollten die Felder leer sein	ja/nein
KategorieID aus Url entfernen	Anfügen von ?c=XXX an die Artikel-URL	ja/nein
SEO-Noindex Querys	Wenn diese Parameter im Shop gesetzt sind wird automatisch im Quelltext ein "noindex" gesetzt	sPage,sPerPage,sSupplier,sFilterProperties,p,n,s,f
SEO-Noindex Viewports	Diese Seiten werden automatisch mit einem "noindex" im Quelltext gekennzeichnet	login,ticket,tellafriend,note,support,basket,admin,registerFC,newsletter,search,search,account,checkout,register
überflüssige Leerzeichen / Zeilenumbrüche entfernen (mit Shopware 5 entfernt)	Filtert Leerzeichen und Zeilenumbrüche aus dem Seitenquelltext	ja/nein
Html-Kommentare entfernen	Filtert HTML-Kommentare aus dem Seitenquelltext	ja/nein
Query-Aliase	X	sSearch=q, sPage=p, sPerPage=n, sSupplier=s, sFilterProperties=f, sCategory=c, sCoreId=u, sTarget=t, sValidation=v, sTemplate=l

SEO-Follow Backlinks	Aufgeführte Domains erhalten, bei Verlinkung im Shop, keinen nofollow-Tag mehr	www.shopware.de, www.shopware.de
SEO-Canonical-Tags nutzen (mit Shopware 5 entfernt)	auf Kategorie- und Artikeldetailseiten wird im Quelltext ein Canonical-Tag gesetzt	ja/nein
Datum des letzten Updates	Datum des letzten Updates der SEO-Engine	
SEO-Urls Cachezeit Tabelle	Intervall des automatischen SEO-Updates	86400
SEO-Urls Cachezeit Urls	Intervall des automatischen SEO-Updates	86400
SEO-Urls Artikel-Template	Aufbau der URL (Templatesprache Smarty erlaubt)	Beispiele s.u.
SEO-Urls Kategorie-Template	Aufbau der URL (Templatesprache Smarty erlaubt)	Beispiele s.u.
sonstige SEO-Urls	Umschreiben sonstiger Controller/Seiten	sViewport=checkout&sAction=confirm,kasse/  sViewport=note,notiz/ sViewport=checkout&sAction=cart,warenkorb/ sViewport=account,konto/  sViewport=LiveShopping,angebote/
SEO-Urls Blog-Template	Aufbau der URL (Templatesprache Smarty erlaubt)	{sCategoryPath categoryID=\$blogArticle.categoryId}/{sblogArticle.id}- {sblogArticle.title}

SEO-Urls Landingpage- Template	Aufbau der URL (Templatesprache Smarty erlaubt)	{sCategoryPath categoryID=\$campaign.categoryId}/{campaign.name}
Shopware-Kernel aus URL entfernen	Entfernt <b>shopware.php</b> aus der URLs	
Canonical immer mit HTTP	setzt der URL im Canonical Tag immer <b>http://</b> voran	ja/nein
Hersteller SEO- Informationen anwenden	wendet die <a href="#">hier</a> definierten Optionen an	ja/nein
SEO-URLs Hersteller- Template	Hier kannst Du den Aufbau der SEO- URL der Hersteller Seite anpassen	{createSupplierPath supplierID=\$sSupplier.id}/ Marken/{createSupplierPath supplierID=\$sSupplier.id}
"Seite nicht gefunden" Ziel	Hier kannst Du definieren, auf welche Seite Shopware weiterleiten soll, wenn der ursprüngliche Link nicht gefunden wurde	Homepage, Standard Fehlerseite oder Landingpages
"Seite nicht gefunden" Fehlercode	Hier kann der Fehlercode gesetzt werden, welcher bei einer nicht gefundenen Verlinkung ausgegeben wird. (Standard: 404)	404 (nicht gefunden), 410 (gone - Inhalt wird aus dem Index entfernt)
SEO-Urls Shopseiten Template	Hier kann der SEO- URL Aufbau der Shopseiten über den Title der Shopseite definiert werden.	{site.description}

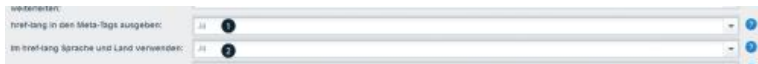
SEO-Urls Formular Template	Hier kann der SEO-URL-Aufbau der Formulare definiert werden.	{ \$form.name }
Paginierten Inhalt indexieren	Weist Google an, paginierten Inhalt mit rel="next" und rel="prev" zu indexieren	Ja/Nein
Zeige ähnliche Artikel auf der "Artikel nicht gefunden" Seite an	Definiert, ob der Slider auf der Fehlerseite ausgegeben wird.	Ja/Nein

Wenn "Paginierten Inhalt indexieren" aktiv ist, werden Canonical Tags nur noch auf Einkaufswelten ohne darunterliegendem Listing erzeugt. Sobald ein Listing unter der Einkaufswelt angezeigt wird, wird dies als "Erste Seite" ausgegeben. Ebenso wird bei paginiertem Inhalt die erste Seite auf index,follow gesetzt, alle weiteren Seiten erhalten noindex,follow. Im Falle eines Updates ist diese Option im Standard deaktiviert.

Wenn Du den Shopcache leerst, werden bei Verwendung der SEO-Engine, nur URLs der veränderten Artikeln neu generiert. Aus den Einstellungen kann das Datum aus "Datum des letzten Updates" entfernt werden. Speichere die Einstellung und leere den Shopcache. Alle URLs werden nun neu aufgebaut/überprüft. Bitte beachte, dass pro Request im Frontend maximal 1000 neue URLs erstellt werden.

## hreflang-Unterstützung

Falls Du Sprachshops einsetzt, so kannst Du nach dem Update auf Version 5.5 die hreflang-Unterstützung aktivieren. Die entsprechenden Übersetzungen der Seiten werden in dem Fall im Quelltext ausgegeben, sodass Suchmaschinen erkennen, dass es sich bei den Sprachshop-Seiten um Übersetzungen handelt und diese entsprechend behandelt. Du kannst dieses Feature über die folgenden zwei Optionen aktivieren:



Wenn **hreflang in den Meta-Tags ausgeben: (1)** aktiviert ist, dann werden alle Sprachen Deiner Seiten in den Meta-Tags ausgegeben. Über die Option **Im hreflang Sprache und Land verwenden: (2)** kannst Du regeln, ob zusätzlich zum Land auch die Sprache Deiner Seite ausgegeben werden soll, z.B. wäre das im Falle Deutschlands "de-DE" anstatt nur "de".

## Beispiel-Templates für den Aufbau einer URL

Aufbau Template Artikel

Aufbau Template Artikel	Ansicht im Shop	Beschreibung
<code>{\${Article.id}-\${Article.name}}.html</code>	554-Mein-Testartikel.html	Artikel vor dem Bezeichnen
<code>{sCategoryPath articleID=\${Article.id}/\${Article.id}-\${Article.name}}.html</code>	Kategorie/Kategorie2/554-Mein-Testartikel.html	Die Kategorie wird Artikel ausgeben
<code>{\${Article.supplier}/\${Article.name}}.html</code>	Hersteller/Mein-Testartikel.html	Der Hersteller wird Artikel ange
<code>shop/{\${Article.date}/\${Article.name}}</code>	shop/2009-09-21/Mein-Testartikel	Ausgabe Text + Artikel
<code>{\${Article.attr1}/\${Article.name}}</code>	Freitext-1/Mein-Testartikel	Ausgabe Artikel Attribut Artikel
<code>{\${Article.id}}/{if \${Article.attr1} \${Article.attr1} {else} \${Article.name} {/if}</code>	Artikel-ID/Freitext-1 oder Artikel-ID/Artikelname	Ausgabe Artikel Attribut oder Artikel je Artikel
<code>{if \${Article.metaTitle} \${Article.metaTitle} {else} \${Article.name} {/if}</code>	/Mein-Meta-Title <b>gültig ab Shopware 4.2</b>	Ausgabe Artikel Title gefügt ansonsten Fallbeispiel den Artikel

Es gibt folgende Variablen für das Artikel-Template:

```
{ $sArticle.id }
{ $sArticle.name }
{ $sArticle.ordernumber }
{ $sArticle.suppliernumber }
{ $sArticle.supplier }
{ $sArticle.date }
{ $sArticle.releasedate }
{ $sArticle.attr1 } bis { $sArticle.attr20 }
```

Zusätzlich ab Shopware 4.2:

```
{ $sArticle.metaTitle }
{ $sArticle.description }
{ $sArticle.keywords }
```

## Aufbau Template Kategorien

**Freitextfelder aus den Kategorien (z.B. { \$sCategory.attribute.attribute1 }) können ab Shopware 4.0.2 genutzt werden.**

Aufbau Template Artikel	Ansicht im Shop	Beschreibung
{sCategoryPath categoryID=\$sCategory.id}	Kategorie1/Kategorie2	Kategorie1 Bezeichnung
{sCategoryPath categoryID=\$sCategory.id}/{ \$sCategory.cmsHeadline }	Kategorie1/Überschrift- der-Kategorie	Kategorie1 Bezeichnung + Überschrift der Kategorie
{sCategoryPath categoryID=\$sCategory.id}{if \$sCategory.attribute.attribute1}/{ \$sCategory.attribute.attribute1 }{/if}	Kategorie1/Freitext- Feld1	Kategorie1 Bezeichnung + Freitext- Feld, freigegeben ausgegeben

Beispiele für Kategorie-Variablen:

```
{ $sCategory.id }
{ $sCategory.path }
{ $sCategory.metaKeywords }
{ $sCategory.metaDescription }
{ $sCategory.cmsHeadline }
```

## Beispiele Blog Template

```
{sCategoryPath categoryID=$blogArticle.categoryId}
```



```
{ $blogArticle.id }
{ $blogArticle.title }
{ $blogArticle.shortDescription }
{ $blogArticle.description }
{ $blogArticle.metaTitle }
```

## Beispiele Hersteller Template

Im Hersteller SEO Template ist neben dem Standard Aufbau nur die Hersteller-ID per { \$\$Supplier.id } möglich.

## Ab Shopware 5.2.4

Mit Shopware 5.2.4 wurde die Generierung in ein Framework ausgelagert, welche Shopware auch schon vorher nutzte, nur ist dies jetzt wieder auf dem aktuellen Stand und ist wesentlich besser geeignet, um internationale URLs zu erzeugen.

## Tipps und Tricks

### SEO Variablen

Hier geben wir Dir einen Überblick über die zur Verfügung stehenden Variablen, die Du für die SEO-URLs nutzen kannst. Die Variablen sind in einem Array aufgebaut, Du sprichst also zuerst die Hauptvariable an und wechselst mit einem Punkt (.) in die jeweils darunterliegende Ebene, für den Hersteller eines Artikel ist das zum Beispiel { \$\$Articles.supplier }, da *supplier* unterhalb von *sArticles* zu finden ist.

Grundsätzlich stehen alle in den Arrays gelisteten Variablen zur SEO-URL-Generierung zur Verfügung, es kann aber je nach Konfiguration vorkommen, dass die Arrays anders aufgebaut sind (wenn der Artikel beispielsweise ein Konfiguratorartikel ist). Gehe sicher, dass die von Dir genutzten Variablen IMMER zur Verfügung stehen, da die SEO URL sonst nicht richtig generiert werden kann und dies Folgen für Dein Ranking haben kann!

### Artikel (Stand 5.2.6)

```
Array
(
    [id] => 49
    [supplierID] => 2
    [name] => DAYPACK
    [description] => SEO Beschreibung
    [description_long] => <p>Meine Beschreibung</p>
    [shippingtime] =>
    [datum] => 2015-01-28
    [active] => 1
    [taxID] => 1
    [pseudosales] => 0
    [topseller] => 0
    [metaTitle] => SEO Titel
    [keywords] => Keywords
    [changetime] => 2015-01-28 10:12:12
    [pricegroupID] =>
    [pricegroupActive] => 0
    [filtergroupID] => 5
    [laststock] => 0
    [crossbundlelook] => 0
)
```

```

[notification] => 1
[template] =>
[mode] => 0
[main_detail_id] => 264
[available_from] =>
[available_to] =>
[configurator_set_id] =>
[ordernumber] => SW10049
[suppliernumber] =>
[supplier] => LEKI
[date] => 2015-01-28
[releasedate] =>
[changed] => 2015-01-28 10:12:12
[attr1] =>
[attr2] =>
[attr3] =>
[attr4] =>
[attr5] =>
[attr6] =>
[attr7] =>
[attr8] =>
[attr9] =>
[attr10] =>
[attr11] =>
[attr12] =>
[attr13] =>
[attr14] =>
[attr15] =>
[attr16] =>
[attr17] =>
[attr18] =>
[attr19] =>
[attr20] =>
)

```

## Kategorien (Stand 5.2.6)

### Array

```

(
  [id] => 5
  [parentId] => 3
  [streamId] =>
  [name] => Höhenluft & Abenteuer
  [position] => 0
  [metaTitle] => SEO Titel
  [metaKeywords] => Keywords
  [metaDescription] => SEO Beschreibung
  [cmsHeadline] => Überschrift
  [cmsText] => Beschreibung
  [active] => 1
  [template] =>
  [productBoxLayout] => minimal
  [blog] =>
  [path] => |3|
  [external] =>
  [hideFilter] =>
  [hideTop] =>
  [changed] => DateTime Object
    (
      [date] => 2015-01-25 20:59:28.000000
      [timezone_type] => 3
      [timezone] => Europe/Berlin
    )
  [added] => DateTime Object
    (
      [date] => 2015-01-25 20:59:28.000000
      [timezone_type] => 3
      [timezone] => Europe/Berlin
    )
  [mediaId] =>
  [media] =>
  [attribute] => Array
    (
      [id] => 35
    )
)

```

```

        [categoryId] => 5
        [attribute1] =>
        [attribute2] =>
        [attribute3] =>
        [attribute4] =>
        [attribute5] =>
        [attribute6] =>
        [attr1] =>
    )
    [childrenCount] => 2
    [articleCount] => 97
)

```

## Einkaufswelten (Stand 5.2.6)

```

Array
(
    [id] => 3
    [parentId] =>
    [active] => 1
    [name] => bree
    [userId] => 50
    [position] => 1
    [device] => 0,1,2,3,4
    [fullscreen] => 0
    [validFrom] =>
    [isLandingPage] => 1
    [seoTitle] => SEO Titel
    [seoKeywords] => Keywords
    [seoDescription] => SEO Beschreibung
    [validTo] =>
    [createDate] => DateTime Object
    (
        [date] => 2015-02-24 09:19:51.000000
        [timezone_type] => 3
        [timezone] => Europe/Berlin
    )
    [modified] => DateTime Object
    (
        [date] => 2016-08-31 15:57:22.000000
        [timezone_type] => 3
        [timezone] => Europe/Berlin
    )
    [rows] => 20
    [cols] => 3
    [cellSpacing] => 10
    [cellHeight] => 185
    [articleHeight] => 2
    [showListing] =>
    [templateId] => 1
    [mode] => fluid
    [categories] => Array
    (
        [0] => Array
        (
            [id] => 7
            [parentId] => 3
            [streamId] =>
            [name] => Handwerk & Tradition
            [position] => 2
            [metaTitle] =>
            [metaKeywords] =>
            [metaDescription] =>
            [cmsHeadline] =>
            [cmsText] =>
            [active] => 1
            [template] =>
            [productBoxLayout] => image
            [blog] =>
            [path] => |3|
            [external] =>
            [hideFilter] =>
            [hideTop] =>
        )
    )
)

```

```

        [changed] => DateTime Object
        (
            [date] => 2015-01-25 20:59:57.000000
            [timezone_type] => 3
            [timezone] => Europe/Berlin
        )
        [added] => DateTime Object
        (
            [date] => 2015-01-25 20:59:57.000000
            [timezone_type] => 3
            [timezone] => Europe/Berlin
        )
        [mediaId] =>
    )
)
)

```

## Blog (Stand 5.2.6)

```

Array
(
    [id] => 2
    [title] => Speisen wie Gott in Frankreich
    [authorId] =>
    [active] => 1
    [shortDescription] => Kurzbeschreibung
    [description] => <p>Beschreibung</p>
    [views] => 6
    [displayDate] => DateTime Object
    (
        [date] => 2015-03-18 09:30:00.000000
        [timezone_type] => 3
        [timezone] => Europe/Berlin
    )

    [categoryId] => 37
    [template] =>
    [metaKeyWords] => Keywords
    [metaDescription] => SEO Beschreibung
    [metaTitle] => SEO Titel
    [tags] => Array
    (
    )

    [author] =>
    [media] => Array
    (
    )

    [attribute] => Array
    (
        [id] => 4
        [blogId] => 2
        [attribute1] =>
        [attribute2] =>
        [attribute3] =>
        [attribute4] =>
        [attribute5] =>
        [attribute6] =>
        [attr1] =>
    )

    [comments] => Array
    (
    )
)
)

```

## Formulare (Stand 5.2.6)

```

Array
(
    [id] => 5
    [name] => Kontaktformular
    [text] => <p>Schreiben Sie uns eine E-Mail.</p>
    [email] => info@example.com
    [emailTemplate] => E-Mail-Template
    [emailSubject] => Kontaktformular Shopware
    [text2] => <p>Ihr Formular wurde versendet!</p>
    [ticketTypeId] => 1
    [isocode] => de
    [metaTitle] => SEO Titel
    [metaKeywords] => Keywords
    [metaDescription] => SEO Beschreibung
    [shopIds] =>
    [attribute] => Array
        (
            [id] => 1
            [formId] => 5
            [attr1] =>
        )
)

```

## Shopseiten (Stand 5.2.6)

```

Array
(
    [id] => 2
    [tpl1variable] =>
    [tpl1path] =>
    [tpl2variable] =>
    [tpl2path] =>
    [tpl3variable] =>
    [tpl3path] =>
    [description] => Hilfe / Support
    [pageTitle] =>
    [metaKeywords] => Keywords
    [metaDescription] => SEO Beschreibung
    [html] => Beschreibung
    [grouping] => Array
        (
            [0] => gLeft
        )

    [position] => 1
    [link] =>
    [target] =>
    [shopIds] =>
    [shops] => Array
        (
        )

    [changed] => Array
        (
            [date] => 2016-08-29 15:10:42.000000
            [timezone_type] => 3
            [timezone] => Europe/Berlin
        )

    [children] => Array
        (
        )

    [parentId] =>
    [parent] =>
    [attributes] => Array
        (
            [core] => Array
                (
                    [id] =>
                    [cmsStaticID] =>
                    [attr1] =>
                )
        )
)

```

)  
)

Hersteller (Stand 5.2.6)

```
Array  
(  
  [id] => 1  
  [name] => Amplid  
  [description] => <p>Beschreibung</p>  
  [metaTitle] => SEO Titel  
  [metaDescription] => SEO Beschreibung  
  [metaKeywords] => Keywords  
  [link] => http://www.amplid.com/  
  [coverFile] => media/image/amplid_logo.jpg  
  [attributes] => Array  
    (  
      [core] => Array  
        (  
          [id] => 1  
          [supplierID] => 1  
          [attr1] =>  
        )  
      )  
    )  
)
```

# Shopeinstellungen - Allgemein

## Stammdaten

An dieser Stelle kannst Du einige generelle Informationen hinterlegen, die später dynamisch über Variablen beispielsweise in den E-Mail-Vorlagen genutzt werden. Änderungen müssen also nur hier zentral hinterlegt werden. Wie Du die Variablen in den E-Mail-Vorlagen nutzen kannst, erklären wir im Artikel [E-Mail-Vorlagen](#).

## Erklärung der einzelnen Felder

Grundinstellungen - Stammdaten

Suchen

Name des Shops: Demoshop

Shopbetreiber E-Mail: info@shopware.com

Adresse: Ebbinghoff 10  
48624 Schöppingen

Bankverbindung: IBAN: DEXX XXXX XXXX XXXX XXXX  
BIC: XXXXXXXXXXXX

Firma: Shopware AG

Shop ist familienfreundlich: Ja

Zurücksetzen Speichern

**Name des Shops:** Hier kannst Du den Shopnamen hinterlegen. Dieser wird Dir unter anderem im Seitentitel (title-Tag) und an weiteren Stellen im Shop angezeigt.

Der Name des Shops wird nur dann berücksichtigt, wenn kein Name in den [Shopeinstellungen](#) hinterlegt wurde.

**Shopbetreiber E-Mail:** An die Shopbetreiber-E-Mail-Adresse werden verschiedene Status-E-Mails (bspw. Registrierungsbestätigungen von neuen Kunden) versendet. Außerdem kann optional die Bestellbestätigung einer jeden Bestellung als Kopie an die hier hinterlegte E-Mail-Adresse geschickt werden. Bitte beachte, dass hier nur eine E-Mail Adresse hinterlegt werden kann.

**Adresse:** Hier kannst Du Deine Geschäftsadresse hinterlegen.

**Bankverbindung:** Hier kannst du Deine Bankverbindung als Zahlungsinformation für Deine Kunden hinterlegen, diese wird dann zum Beispiel als Zahlungsinformation in der Bestellbestätigungs-E-Mail für die Zahlart Vorkasse genutzt.

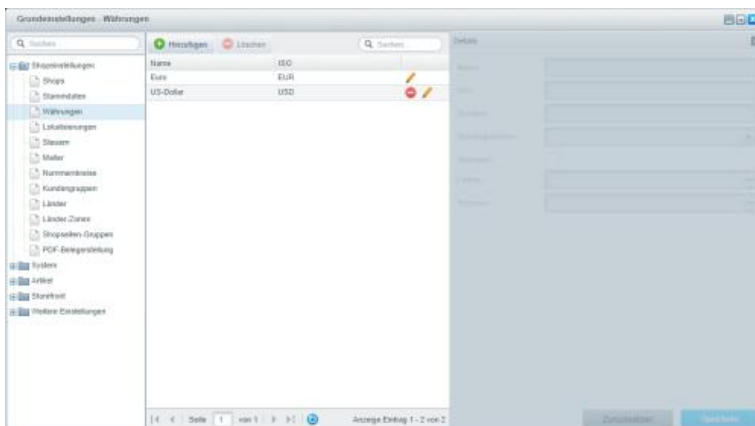
**Firma:** Hier kannst du deine komplette Firmierung hinterlegen.

**Shop ist familienfreundlich:** Diese Einstellung setzt den Metatag "*isFamilyFriendly*" für Suchmaschinen.

## Währungen

Im Bereich Währungen kannst Du bequem und schnell neue Währungen definieren, die Deinen Kunden in der Storefront zur Auswahl angeboten werden. In der mittleren Spalte werden Dir die bereits angelegten Währungen angezeigt bzw. hier kannst Du neue Währungen hinzufügen oder auch bereits hinterlegte Währungen löschen.

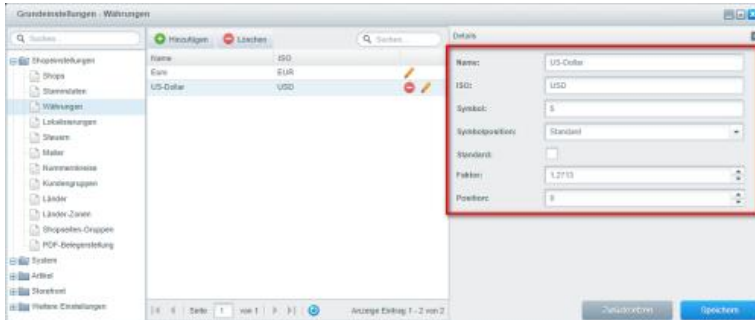
Lösche keine Standardwährung. Falls Du eine andere Währung benötigst, dann ändere die vorhandene oder lege weitere Währungen an.



## Details zu den Währungen

- **Name:** Name / Bezeichnung der Währung
- **ISO:** ISO-Code der Währung (wird in der Storefront für den Währungswechsel angezeigt)
- **Symbol:** Währungssymbol für die Anzeige in der Storefront
- **Symbolposition:** Hier kann festgelegt werden, ob das Währungssymbol rechts oder links neben dem Betrag angezeigt wird. Die empfohlene Einstellung für eine dynamische Einbindung ist Standard.
- **Faktor:** Der Umrechnungsfaktor bezogen auf die Hauptwährung (EUR = 1)
- **Position:** Position der Währung in der Auswahl der Storefront

Bitte beachte, dass der ISO Wert validiert wird und auch für Zahlungsplugins relevant sein kann. Hier müssen also stets korrekte ISO-Codes hinterlegt sein.



## Einbinden von Währungen in die Shops

Um die angelegten Währungen in die jeweiligen Shops einzubinden, öffne die Shoppeinstellungen unter **Einstellungen > Grundeinstellungen > Shoppeinstellungen > Shops**, wähle den betreffenden Shop aus und trage die Währungen, die später im Shop auswählbar sein sollen, im Feld "Währungen auswählen" ein.



Dokumenten-Template: Responsive

Kundengruppe: Shopkunden

Kunden-Scope:  Kunden an den aktuellen Shop binden.

Aktiv:

Standard-Shop:

Währungen auswählen

Währung	Name	
EUR	Euro	-
USD	US-Dollar	-

Shopseiten auswählen

Name	Template-Key
Keine Einträge	

## Währungswechsel in der Storefront

In den Grundeinstellungen unter "Shops" kannst Du nun die neue Währung dem gewünschten Shop zuweisen.



## Lokalisierungen

Hier findest Du alle verfügbaren Lokalisierungen mit den entsprechenden ISO Codes. An diesen Einträgen solltest Du nichts verändern. Anhand der Lokalisierungsfunktion werden automatisch in der Storefront die Übersetzungen zugewiesen, bspw. die Beschriftung des Paypal Express Buttons.

Wenn Länder fehlen sollten, kannst Du natürlich Länder über die Schaltfläche "Hinzufügen" ergänzen. Beim Hinzufügen kannst Du drei Einträge machen.

## Sprache

Hier hinterlegst Du die Sprache. Beispielsweise (wie im Screenshot) "Spanisch"



Ein Artikel der für einen deutschen Kunden Brutto 11,90 Euro kostet (10 Euro netto zzgl. 19% MwSt.) kostet für einen Schweizer Kunden 12,00 Euro (10 Euro netto zzgl. 20% MwSt.)

Diese Steuer-Einstellungen können individuell je Kundengruppe, Land und Bundesstaat gepflegt werden.

Lösche niemals die 2 Standard-Steuersätze!

Bei Bedarf kannst Du die Steuersätze nach Deinen Wünschen anpassen und weiterbenutzen.

Diese findest Du in der Tabelle `s_core_tax` und haben die ids 1 und 4.

## Steuergruppe

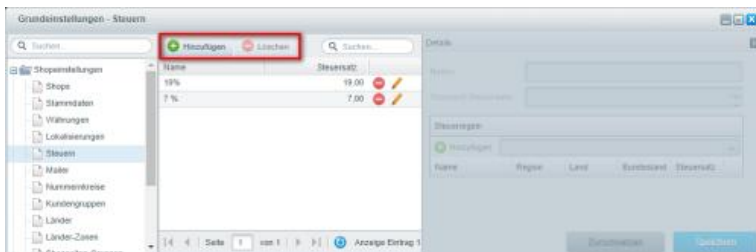
In der mittleren Spalte findest Du **alle angelegten Steuergruppen**. Im Standard sind zwei Steuergruppen (Normaler Steuersatz (hier als Beispiel mit 19% benannt) und ein ermäßigter Steuersatz (hier als Beispiel mit 7% benannt) vorab eingerichtet.

### Steuergruppe hinzufügen

Du kannst beliebig viele **Steuergruppen hinzufügen** und diese auf ausgewählte Länder vererben. Im Normalfall werden aber nur zwei Steuergruppen (Niedrig/Hoch) benötigt.

### Steuergruppe löschen

Durch Klicken auf den Button **löschen** wird die komplette Steuergruppe, samt den sich darin befindlichen Steuerregeln, unwiderruflich gelöscht.



### Steuerregel

In der rechten Spalte findest Du alle benötigten Einstellungen für den in der mittleren Spalte gewählten Steuersatz. Der Steuersatz kann von Land zu Land variieren.

### Name der Steuerregel

Vergebe Deiner Steuerregel einen **frei wählbaren Namen**.

### Standard-Steuersatz

Hier definierst Du den Standard-Steuersatz (hier als Beispiel 19% ).

## Steuerregeln

Hier kann für jede Kundengruppe, jede Region, jedes Land und auch jedes Bundesland ein individueller Steuersatz eingestellt werden. Sind generell oder für bestimmte Konstellationen keine individuellen Steuersätze hinterlegt, so greift automatisch immer der Standard-Steuersatz.

## Auswählen der Kundengruppe

Hier muss zunächst die Kundengruppe ausgewählt werden, für die eine individuelle Steuerregelung greifen soll. Erst nach der Auswahl der Kundengruppe wird der Button "Hinzufügen" aktiv.

## Benennung der Regel

Durch Klick in die Spalte "Name" kann dort eine interne Bezeichnung vergeben werden.

## Region

Du kannst hier die hinterlegten Regionen (Einstellungen > Grundeinstellungen > Shopeinstellungen > Länder-Zonen) auswählen und auch im nächsten Schritt Regeln für einzelne Länder vornehmen.

## Land

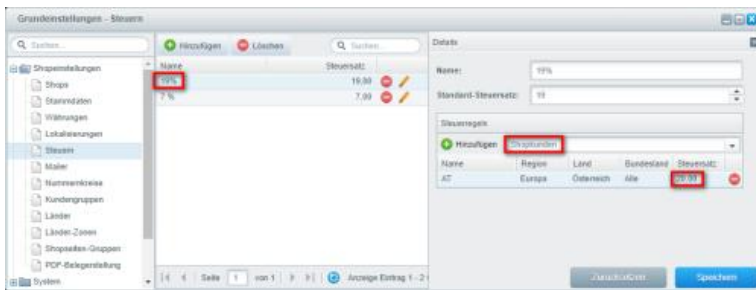
Hier kannst Du das **Land auswählen', in welchem die Steuerregel greifen soll. Wenn vorher eine Region** ausgewählt wurde, stehen in diesem Drop-Down Menü nur die Länder aus der jeweiligen Region zur Auswahl. Mit der Auswahl "Alle" gilt die Steuerregel für alle Länder aus dieser Region.

## Bundesland

Triff eine Vorabauswahl, ob und in welchem **Bundesland** die Steuerregel greifen soll. Die Bundesländer konfigurierst Du in den Länder-Einstellungen.

## Steuern

In dieser Maske hinterlegst Du den **geltenden Steuersatz in Prozent**. Dieser wird dann dynamisch für das Frontend ermittelt.



## EU-OSS

Ab dem 01.07 gilt die One Stop Shop Umsatzsteuer für die EU.

### Gilt die EU-OSS für Dich?

Ab dem 1. Juli 2021 gibt es einen neuen EU Schwellenwert. Der Schwellenwert beträgt 10 000 €. Solltest Du über diesen Schwellenwert kommen musst Du Dich in dem jeweiligen Online-OSS-Portal registrieren.

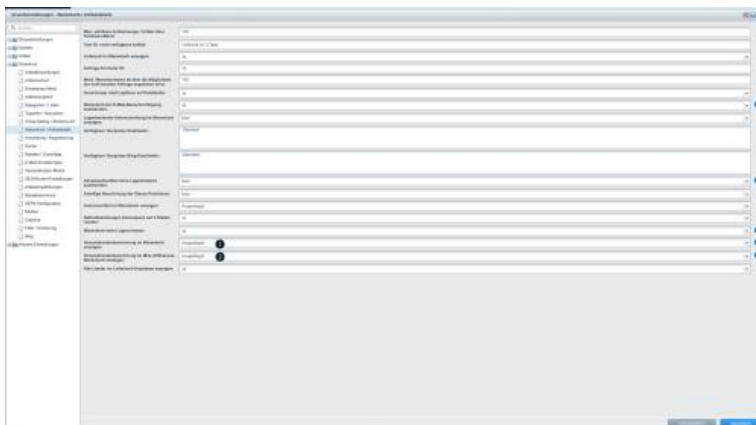
### Was bedeutet das für Dich?

Im Shop soll deutlich dargestellt werden für welches Lieferland die angezeigten Preise gelten. Ebenfalls sollst Du im Shop transparent die Möglichkeit darstellen das Lieferland mit den jeweiligen Preisen auswählen zu können.

Wenn Du Dich weiter über den neuen Schwellenwert informieren möchtest, findest Du [hier](#) weitere Informationen.

### Was ist zu tun?

Unter Einstellungen > Grundeinstellungen > Storefront > Warenkorb / Artikeldetails hast du die Möglichkeit die **Versandkostenberechnung im Warenkorb (1)** und **Versandkostenberechnung im Mini-Off-Canvas Warenkorb (2)** anzuzeigen. Sobald die Optionen auf "Ausgeklappt" stehen werden Dir Lieferland, Zahlungsart und Versandart angezeigt.

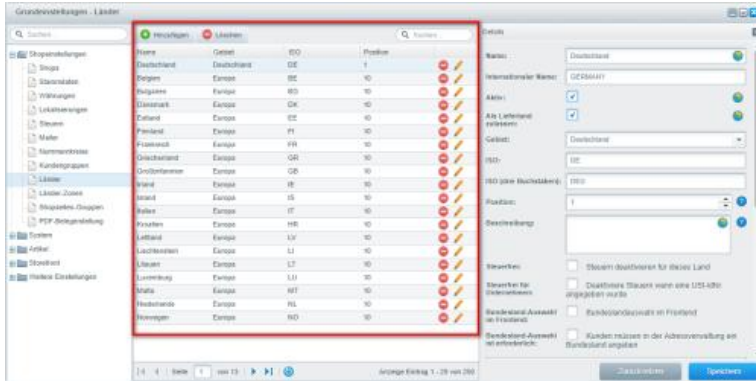


## Länder

### Länderauswahl

Über den Punkt "**Länder**" kannst Du alle Gebiete, Länder und die dazugehörigen Staaten / Bundesländer einpflegen, die der Shop verwalten soll. Diese werden beispielsweise für die Steuereinstellungen der einzelnen Steuergruppen, die Kundenauswahl beim Kauf, der Festlegung von Versandkosten oder aber Einstellungen im Riskmanagement benötigt.

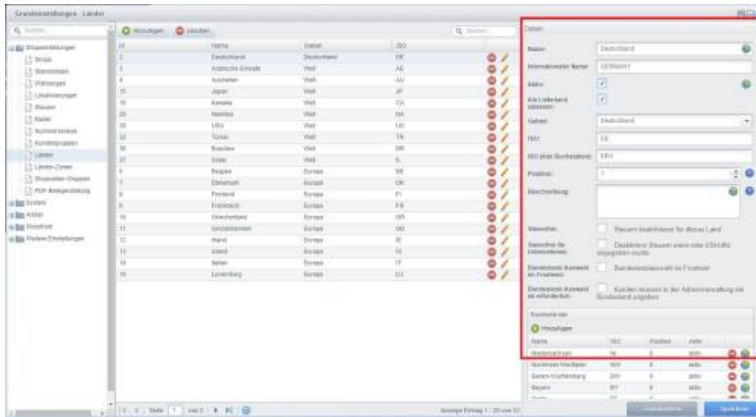
Zunächst erhältst Du eine **Übersicht aller bereits angelegten Länder** mit dem zugewiesenen Gebiet (siehe dazu auch die Info zu den Länder-Zonen) und auch den hinterlegten ISO Code.



## Land hinzufügen

Über den Button **Hinzufügen** hast Du die Möglichkeit neue Länder anzulegen.

## Details



- **Name** - Ländername (z.B. Deutschland)
- **Internationaler Name** - (z.B. Germany)
- **Aktiv** - Land innerhalb des Gebiets aktiv (Ja/Nein)
- **Gebiet** - Auswahl des vorher angelegten Gebietes
- **Iso-Code** - Länder-Code nach ISO 3166 (z.B. DE)
- **Iso-Code3** - 3-stelliger ISO-Ländercode z.B. DEU)
- **Position** - Numerisch / Ausgabe der Reihenfolge im Shop
-

## **Beschreibung**

- **Versandkostenfrei** - Alle Lieferungen in das Land ohne Versandkosten
- **Steuerfrei** - Lieferungen in das Land sind steuerfrei
- **Steuerfrei für Unternehmen** - Steuerfrei bei vom Kunden hinterlegter UstID

Die Prüfung der Umsatzsteuer muss mit dem Plugin Umsatzsteuer-ID Prüfung aktiviert werden.

- **Bundesland-Auswahl im Frontend** - es kann optional in der Storefront ein Bundesland ausgewählt werden
- **Bundesland-Auswahl ist erforderlich** - es muss in der Storefront ein Bundesland ausgewählt werden

## **Bundesland hinzufügen**


Optional kann das Land noch in Staaten untergliedert werden. Hier gelten folgende Pflichtfelder:

- **Name des Staats** - (z.B. Nordrhein-Westfalen)
- **ISO** - (z.B. NW)
- **Position** - (Numerisch / Ausgabe Reihenfolge im Shop)
- **Aktiv** - Staat innerhalb des Land aktiv / inaktiv
- **löschen** - Bundesland wird komplett gelöscht
- **Übersetzung** - über die Weltkugel kann der Name des Bundeslandes mit einer entsprechenden Übersetzung angegeben werden


## **GEO-Blocking - Lieferung in bestimmte Länder blockieren**


Du kannst bei Shopware bestimmte Länder nur für die Registrierung zulassen, aber eine Lieferung in dieses Land sperren. Hierzu deaktivierst Du die Checkbox **Als Lieferland zulassen: (1)**


Details

Name:  

Internationaler Name:




Aktiv:  



Als Lieferland zulassen: **1**  

Gebiet:  

ISO:

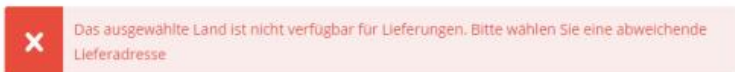
ISO (drei Buchstaben):

Position:    

Beschreibung:   

Steuerfrei:  Steuern deaktivieren für dieses Land

Registriert sich ein Kunde mit diesem Land und gibt keine abweichende Lieferadresse ein so erhält er im Checkout den Hinweis "*Das ausgewählte Land ist nicht verfügbar für Lieferungen. Bitte wählen Sie eine abweichende Lieferadresse*".



## Land entfernen


Es werden nun alle in dem Gebiet verfügbaren Länder angezeigt. Markiere das zu entfernende Land und klicke danach auf den **Löschen** Button.

## Länder-Einstellungen für Subshops


Über das **Übersetzungs-Symbol (1)** kannst Du die Ländereinstellungen für Subshops individuell anpassen.





Details

Name:  

Internationaler Name:




Aktiv:  



Als Lieferland zulassen:  **1** 

Gebiet:  

ISO:

ISO (drei Buchstaben):

Position:    

Beschreibung:   

Steuerfrei:  Steuern deaktivieren für dieses Land


Bitte beachte, dass diese Einstellungen nur dann greifen, wenn Du in dem Feld **Name (1)** eine Übersetzung hinterlegt hast. Wenn Du beispielsweise ein Land in einem Subshop nicht anbieten willst, dann musst Du zuerst den Ländernamen übersetzen. Andernfalls greift die Option *Aktiv* für den Subshop nicht.

Übersetzbare Felder - Sprachshop

Name:  **1**

Aktiv:







Als Lieferland zulassen:




Beschreibung:  



## Länder-Zonen

In den Länder-Zonen legst Du die Gebiete / Regionen fest, die Du in der Länderverwaltung einem Land (unter Gebiet) zuweisen oder in der Steuerverwaltung unter Region auswählen kannst.

Grundeinstellungen - Länder-Zonen

Name	Abkürzung	
Deutschland	abkr	 
Viel	abkr	 
Europa	abkr	 

Navigation:   Seite 1 von 1 |  Anzeige Eintrag 1 - 3 von

Buttons:  

Anhand dieser Zonen können sehr einfach viele Länder, bspw. unter Europa, zusammengefasst werden. Es muss dann nur noch die Länder-Zone ausgewählt werden und es sind automatisch alle zugewiesenen



Hiernach werden die entsprechend gültigen Einstellungen angezeigt. **Beachte:** Bei Sprachshops muss immer ein Hauptshop als Zugehörigkeit definiert werden, Subshops dagegen werden immer mit eigener URL konfiguriert. Diese Einstellung ist im Hauptshop stets deaktiviert, da sie hier nicht änderbar ist.

- **Hauptshop (nur Sprachshops):** Mit dieser Einstellung weist Du Deinen Sprachshop einem bestehendem Hauptshop zu.
- **Name:** Hier kannst Du den Namen Deines Shops definieren. Der Name ist vorrangig für die interne Verwendung vorgesehen, wird aber auch im Frontend als Title-Tag gesetzt, wenn der Titel selbst leer ist.
- **Titel:** Hier definierst Du den Titel Deines Shops. Dieser Wert wird als Title-Tag auf Deinen Seiten gesetzt. Falls hier kein Eintrag vorhanden ist, wird zuerst auf den Namen und danach auf den Namen aus den Stammdaten zurückgegriffen.
- **Position:** Diese Einstellung definiert die Position und wird z.B. bei der Auflistung der Sprachen im Frontend herangezogen. Sonst findet diese Einstellung nur im Backend Verwendung.
- **Host (Nur Subshops):** Diese Einstellung ist nur beim Hauptshop und Subshops verfügbar. Trage hier die URL Deines Shops **ohne http(s)://**: ein.  
Wenn die URL Deines Shops einen Umlaut enthält, musst Du diese in Punycode hinterlegen. Für die URL **dänemark.de** trägst Du also **xn--dnemark-5wa.de** ein.
- **Virtuelle URL:** Diese Einstellung kannst Du nutzen, um eine virtuelle URL, z.B. **meinshop.de/de** und **meinshop.de/en** zu vergeben. Das hat den Vorteil, dass Sprachvarianten eines Shops direkt über eine eigene URL erreichbar sind.
- **Pfad (Nur Subshops):** Liegen die Shopware Dateien in einem Unterordner Deines Hostings, muss der Pfad hier eingegeben werden.
- **SSL verwenden (Nur Subshops):** Schaltet die SSL-Verschlüsselung in sensiblen Bereichen des Frontends, wie z.B. der Registrierung, dem Account und natürlich dem Bestellabschluss, ein. Alle anderen Seiten werden weiterhin über http:// ausgeliefert. Schalte diese Option nur ein, wenn Du ein gültiges SSL-Zertifikat besitzt. Bei Fragen zur Einrichtung eines SSL-Zertifikats, kontaktiere bitte Deinen Hoster.
- **SSL überall verwenden (Nur Subshops):** Diese Option wird nur aktiv, wenn Du **SSL verwenden** aktiv schaltest. Hiermit werden **alle** Daten vom Shop über eine SSL-Verbindung ausgeliefert.

Nach setzen dieser Option werden alle URLs im Quelltext mit *https://...* versehen, sodass Suchmaschinen hier neue Seiten indexieren. Der Shop fängt eine Nichterreichbarkeit zwar ab, jedoch solltest Du eine Umstellung - vor allem bei einem bereits von Google erfassten Shop - genau evaluieren und ggf. mit einer SEO-Agentur klären, welche Anpassungen im Shop getätigt werden müssen, damit ein reibungsloser Übergang gewährleistet werden kann!

- **SSL-Host (Nur Subshops):** Hier muss der Host für die SSL-Auslieferung eingetragen werden. Ist kein abweichender Host definiert, trage hier einfach die URL Deines Shops erneut ein.
- **SSL-Pfad (Nur Subshops):** Soll die SSL-Verbindung über einen separaten Pfad laufen, so kannst Du diesen hier eintragen.
- **Hostalias (Nur Subshops):** Sofern mehrere URLs auf Deine Shopware-Installation routen und Du den Shop auf mehreren URLs erreichbar machen willst, kannst Du diese Einträge hier tätigen. Dies ist zum Beispiel dann sinnvoll, wenn Du Deinen Shop unter *www.meinshop.de* als auch unter *meinshop.de* erreichbar haben möchtest. Trage dann die jeweiligen URLs hier mit einem Umbruch (Enter) getrennt ein.  
Wenn die URL Deines Shops einen Umlaut enthält, musst Du diesen in Punycode hinterlegen. Für die

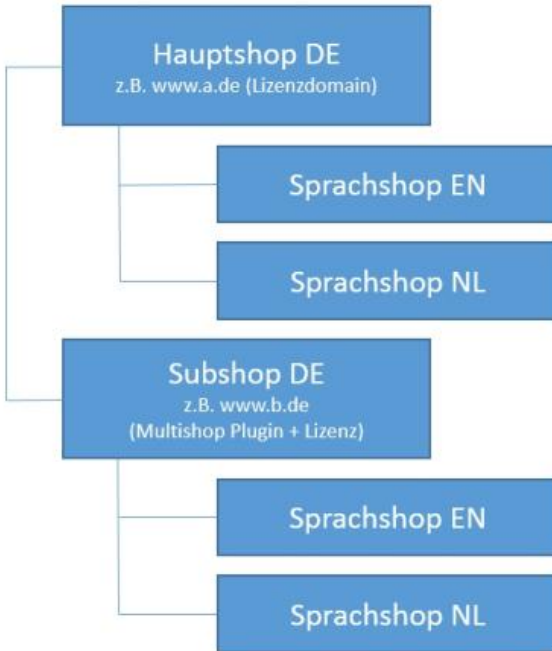
URL **dänemark.de** trägst Du also **xn--dnemark-5wa.de** ein.

- **Währung:** Dies definiert die Standardwährung in Deinem Shop.
- **Lokalisierung:** Dies definiert die Lokalisierung Deines Shops. Diese Einstellung wirkt sich hauptsächlich auf die Auswahl der Textbausteine aus, kann jedoch auch von Plugins abgefragt werden. Daher sollte die Lokalisierung immer entsprechend dem Zielland / -sprache angepasst sein. **Beachte**, dass im Standard nur Textbausteine für Deutsch und Englisch mitgeliefert werden, weitere Sprachpakete findest Du in unserem [Store](#).
- **Kategorie:** Wähle hier die Stammkategorie für Deinen Shop aus. Shopware stellt alle Kategorien unterhalb der hier gewählten Stammkategorie als Kategorie erster Ebene dar.
- **Template (Nur Subshops):** Hier wählst Du Dein Theme aus, welches für Deinen Shop aktiviert sein soll. Einstellungen der Themes kannst du im [Theme Manager](#) tätigen.
- **Dokumenten-Template (Nur Subshops):** Hier wählst Du Dein Dokumententemplate aus, welches Du für Deinen Shop aktivieren willst.
- **Kundengruppe:** Hier wählst Du die Standardkundengruppe für Deinen Shop aus.
- **Kunden-Scope (Nur Subshops):** Diese Einstellung bewirkt, dass Deine Kunden sich mit Ihrem Login nur in diesem Shop und nicht in Deinen anderen Subshops anmelden können. Falls Du diese Funktionalität nutzen möchtest, solltest Du sie jedoch **in allen Shops aktivieren**. Falls diese Option inaktiv ist, können sich Deine Kunden in all Deinen Subshops mit Ihrem Account einloggen, auch wenn sie sich nicht in allen Shops einzeln registriert haben.
- **Übersetzungen übernehmen:** Wenn Du mehrere Sprachshops mit übereinstimmender Sprache erstellst, kannst Du hiermit die Übersetzungen Deiner Entitäten (bspw. Artikel, Kategorien, Shopseiten, ...) vom hier gewählten Shop übernehmen. Die Textbausteine werden über die Lokalisierung des Shops gesteuert.
- **Aktiv:** Schalte hiermit den Shop aktiv / inaktiv.

Falls Du Deinen Shop nur für temporäre Wartungszwecke deaktivieren möchtest, nutze den [Wartungsmodus](#).

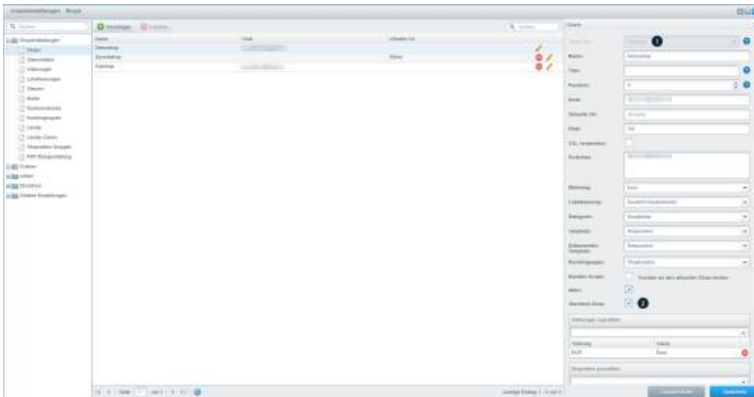
- **Standard-Shop (Nur Subshops):** Diese Einstellung ist nicht aktiv bzw. änderbar. Sie zeigt lediglich an, welcher Shop Dein Hauptshop ist, also der, mit dem Shopware installiert wurde.
- **Währung auswählen (Nur Subshops):** Hier definierst Du alternative Währungen für den Shop. Im Frontend wird dann ein kleines Dropdown für den Währungswechsel angezeigt.
- **Shopseiten auswählen:** Hier kannst Du die gewünschten Shopseiten definieren, die im Shop angezeigt werden sollen. Falls hier keine Auswahl getroffen wird, wird gLeft, gBottom und gBottom2 im Standard genutzt. Für weitere Informationen, schau Dir die Doku zu den [Shopseiten-Gruppen](#) an.

## Was ist ein Hauptshop, Subshop, Sprachshop?



## Hauptshop

Der Hauptshop ist der Shop, der bei der Installation von Shopware automatisch in der gewählten Sprache (aktuell Deutsch oder Englisch) erstellt wird. Beim Hauptshop kannst du den **Shop-Typ (1) nicht wechseln**, zusätzlich wird dieser Shop als **Standard-Shop (2)** markiert.



## Subshop

Ein Subshop bietet Dir die Möglichkeit einen weiteren Shop anzulegen, welcher unabhängig vom Hauptshop ist. Dieser wird über **eine separate Domain z.B. "www.b.de" (1)** aufgerufen und kann ein anderes Template verwenden als der Hauptshop. Nach Außen handelt es sich also um einen komplett getrennten Shop.



## Zusammenfassung

- Hauptshop ist immer der Shop, mit dem Shopware installiert wurde und bei dem "Standard-Shop" gesetzt ist.
- Jeder Subshop kann sich in Sprache, Währung, Kundengruppe und Template vom Hauptshop unterscheiden.
- Der Sprach- und Währungswechsel ist auch ohne zusätzliche URL über eine Storefront umsetzbar.
- Du entscheidest selbst, welche Produkte in welchem Shop abgebildet werden sollen.
- Kategorien und Inhalte können sich zwischen den Shops unterscheiden.
- Deine Artikel werden auch weiterhin zentral über ein Backend gepflegt.

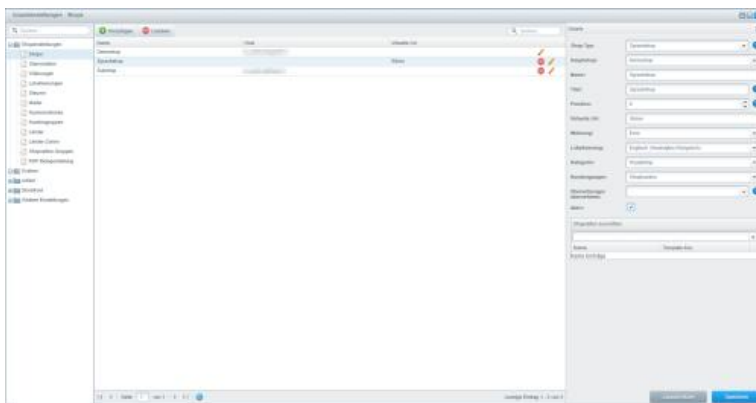
In Shopware ist es nicht möglich, den Shop zu löschen, mit dem Shopware installiert wurde. Eine Löschung über die Datenbank verursacht schweren Schaden, sodass der Shop nicht mehr betrieben werden kann, daher sollte niemals versucht werden, diesen Shop zu löschen!

## Sub- / Sprachshop einrichten

Wir nehmen einen deutschen Hauptshop als Ausgangsbasis und erstellen einen englischen Sprachshop sowie einen englischen Subshop mit abweichender Domain und zugehörigem deutschen Sprachshop.

### Sprachshop erstellen

Du hast Deinen deutschen Hauptshop und möchtest diesen auch Deinen englischsprachigen Kunden zur Verfügung stellen. Da Sprachshops genau diese Übersetzungen bereitstellen, erstellen wir nun einen englischen Sprachshop. Öffne dazu die Shopeinstellungen in **Einstellungen > Grundeinstellungen > Shopeinstellungen > Shops**:



Erstelle nun den englischen Sprachshop mit den folgenden Schritten:

- **Neuen Shop erstellen:** Erstelle zuerst einen neuen Shop, die Felder auf der rechten Seite werden dann aktiv.
- **Shop-Typ wählen:** Wähle "Sprachshop" als Shop-Typ.

- **Hauptshop:** Wähle hier Deinen deutschen Hauptshop
- **Name:** Vergib einen Namen für den Sprachshop
- **Titel:** Vergib einen Titel für den Sprachshop
- **Position:** Hiermit kannst Du optional die Position dieses Shops im Sprachwechsel-Dialog auf deiner Shopseite angeben.
- **Virtuelle Url:** Falls gewünscht, kannst Du hier die virtuelle URL eingeben. Das Schema ist als Standardtext zu sehen.
- **Währung:** Wähle hier die zuvor erstellte Hauptwährung für Deinen Sprachshop, für einen englischsprachigen Shop bietet sich hier GBP oder USD an.
- **Lokalisierung:** Wähle hier die Lokalisierung, zum Beispiel "Englisch (Vereinigtes Königreich)" oder "Englisch (Vereinigte Staaten)".
- **Kategorie:** Wähle hier die zuvor angelegte Kategorie, die Deinem Sprachshop als Root-Kategorie dient. Dies ist nötig, da Kategorien nicht übersetzbar sind.
- **Kundengruppe:** Definiere hier die Standard-Kundengruppe für Besucher.
- **Übersetzungen übernehmen:** Dies ist nur interessant, wenn Du weitere Sprachshops erstellst, die die gleiche Sprache wie ein bereits existenter Shop haben, denn dann kannst Du die Artikelübersetzungen von diesem übernehmen.
- **Aktiv:** Da der Shop natürlich auch nutzbar sein soll, muss aktiv angehakt werden.

Speichere nun Deinen Shop ab und leere den Cache, damit der Shopwechsel im Frontend auch nicht mehr durch Cache verborgen wird. Danach kannst Du Deinen Sprachshop über den Sprachwechsel im Frontend aufrufen:

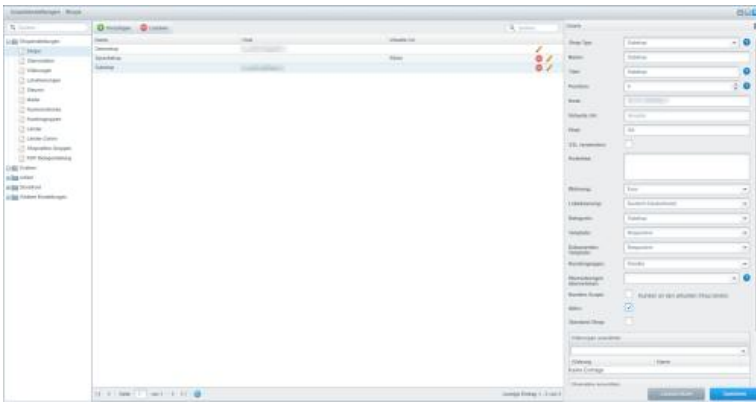


Falls Du Deinen Sprachshop mit virtueller URL angelegt hast, kannst Du ihn auch über die entsprechende URL aufrufen.

## Subshop erstellen

In diesem Abschnitt erstellen wir einen Subshop, um ihn über eine separate Domain und mit einem anderen Template zu betreiben. Folgende Schritte sind dafür nötig: Öffne zuerst wieder die Shopeinstellungen unter **Einstellungen > Grundeinstellungen > Shopeinstellungen > Shops**:





Erstelle nun einen Subshop mit den folgenden Einstellungen:

- **Neuen Shop erstellen:** Erstelle zuerst einen neuen Shop, die Felder auf der rechten Seite werden dann aktiv.
- **Shop-Typ wählen:** Wähle "Subshop" als Shop-Typ. Die Eingabefelder ändern sich dann entsprechend.
- **Name:** Gib hier den Namen Deines Subshops ein.
- **Titel:** Gib hier den Titel Deines Subshops ein.
- **Position:** Hiermit kannst Du optional die interne Position angeben.
- **Host:** Gib hier die URL **ohne** `http(s)://` ein, unter der der Shop erreichbar sein soll. **Beachte**, dass die Domain auch auf Deinen Server routen muss, anderenfalls wird Dich Shopware zur Originaldomain umleiten.  
Wenn die URL Deines Shops einen Umlaut enthält, musst Du diesen in Punycode hinterlegen. Für die URL **dänemark.de** trägst Du also **xn--dnemark-5wa.de** ein.
- **Virtuelle Url:** Falls gewünscht, kannst Du hier die virtuelle URL eingeben. Das Schema ist als Standardtext zu sehen.
- **Pfad:** Trage hier den Pfad zum Shopware-Verzeichnis ein.
- **SSL verwenden:** Je nachdem, ob Du Deinen Subshop mit SSL betreiben willst und ein gültiges Zertifikat besitzt, kannst Du SSL hier aktivieren.
- **SSL überall verwenden:** Falls Du SSL einsetzt, empfehlen wir, dies auch überall zu tun, daher solltest Du diese Option aktivieren.
- **Hostalias:** Falls mehrere Domains auf Deinen Server routen und der Shop unter mehreren Domains erreichbar sein soll, so kannst Du diese als Alias hier eintragen. **Beispiel:** "*meinshop.de*" oder "*www.meinshop.de*".  
Wenn die URL Deines Shops einen Umlaut enthält, musst Du diesen in Punycode hinterlegen. Für die URL **dänemark.de** trägst Du also **xn--dnemark-5wa.de** ein.
- **Währung:** Wähle hier die zuvor erstellte Hauptwährung für Deinen Sprachshop, für einen englischsprachigen Shop bietet sich hier GBP oder USD an.
- **Lokalisierung:** Wähle hier die Lokalisierung, zum Beispiel "Englisch (Vereinigtes Königreich)" oder "Englisch (Vereinigte Staaten)".
- **Kategorie:** Wähle hier die zuvor angelegte Kategorie, die Deinem Sprachshop als Root-Kategorie dient. Dies ist nötig, da Kategorien nicht übersetzbar sind.

- **Template:** Wähle hier das Template, welches vom Shop genutzt werden soll.
- **Dokumenten-Template:** Wähle hier Dein Dokumententemplate, welches der Shop nutzen soll.
- **Kundengruppe:** Definiere hier die Standard-Kundengruppe für Besucher.
- **Übersetzungen übernehmen:** Dies ist nur interessant, wenn Du weitere Sprachshops erstellst, die die gleiche Sprache wie ein bereits existenter Shop haben, denn dann kannst Du die Artikelübersetzungen von diesem übernehmen.
- **Kunden-Scope:** Sollen sich die Kunden, die sich in diesem Shop registriert haben, auch nur in diesem Subshop einloggen können, so aktiviere diese Option. Anderenfalls können sich diese Kunden auch in allen anderen Shops dieser Shopware-Installation einloggen.
- **Aktiv:** Da der Shop natürlich auch nutzbar sein soll, muss aktiv angehakt werden.
- **Standard-Shop:** Da diese Option nur eine anzeigende Option ist, kannst Du hier nichts einstellen.
- **Währungen:** Wähle hier die Währungen, die alternativ zur Standardwährung im Shop auswählbar sein sollen.
- **Shopseiten:** Wähle hier die Shopseiten, die der Shop anzeigen soll.

## Haupt- / Lizenzdomain ändern

Wenn Deine Domain bereits auf Deine Shopware-Installation routet, kannst Du Deinen neu erstellten Subshop direkt aufrufen.

Sobald Dein neuer Subshop erstellt ist, kannst Du auch diesem wieder beliebige Sprachshops zur Übersetzung hinzufügen, der Workflow dazu ist der gleiche wie oben.

Wenn Du Deinen Shop unter einer neuen Domain betreiben willst, gibt es einige wichtige Dinge zu beachten.

Nachfolgend die Anleitung für einen Domainwechsel. Bitte beachte, dass sich dieser Artikel nicht auf einen Serverumzug bezieht, sondern nur die Vorgehensweise bei einer Änderung der Shop-Domains beschreibt.

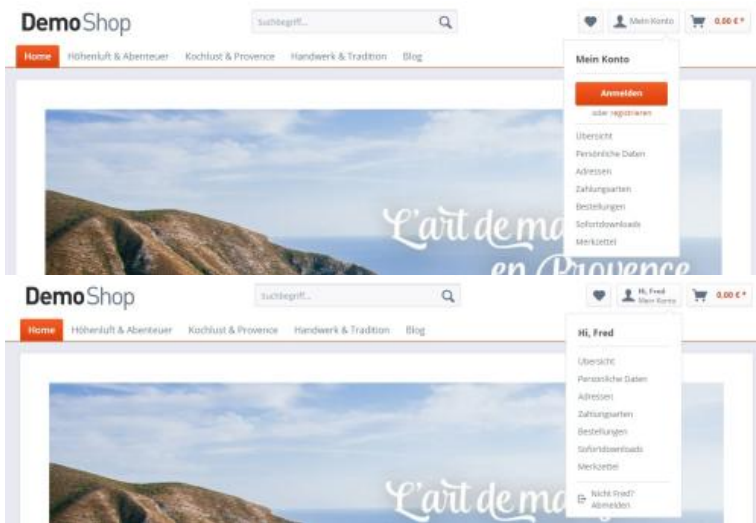
### Domainumzug

Wenn Du Deinen Shop vorab mit einer Testdomain betrieben hast und nun diesen unter einer anderen Domain, aber auf dem selben Server weiter betreiben willst, so müssen bei der Umstellung folgende Punkte beachtet werden.

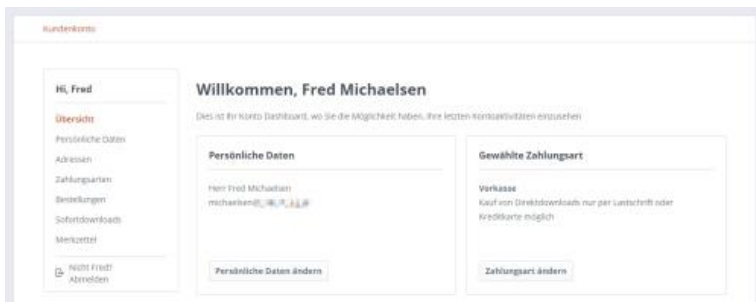
### Shop-Einstellungen

Hinterlege in den Shopeinstellungen die neuen Urls Deines Shops. Überprüfe, ob die neue Hauptdomain, unter welcher der Standard-Shop erreichbar sein soll, aktualisiert ist.



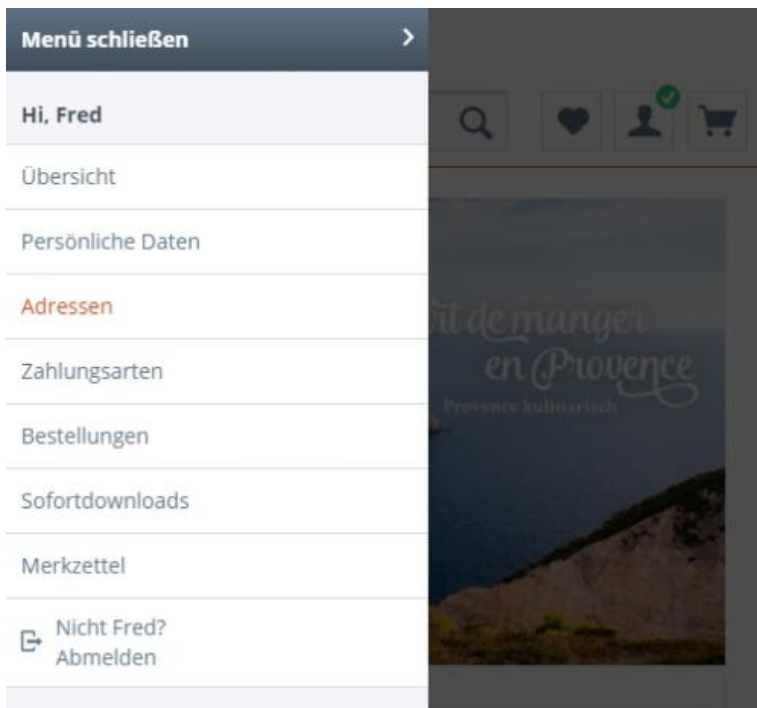


Auch das seitliche Menü passt sich an:



In der mobilen Ansicht sieht das wie folgt aus:





Um die Ansprache weiter zu personalisieren, kannst Du mit den Textbausteinen "AccountGreetingBefore" und "AccountGreetingAfter" arbeiten, diese werden vor und nach dem Kundennamen angezeigt.

## Funktionsweise

Die Funktionsweise des Login Tokens folgt einer gezielt festgelegten Logik:

- Ist der Kunde ein "unbekannter" Besucher (SLT-Cookie nicht gesetzt), zeigt Shopware das Menü mit einem Anmeldebutton an. Der Kunde kann nun zwar in alle Bereiche des Accounts per Link klicken, wird aber immer wieder um Anmeldung / Registrierung gebeten.
- Ist der Kunde eingeloggt, wird er mit seinem Vornamen begrüßt und er kann sich frei im Accountbereich bewegen.
- Schließt der Kunde den Browser, ohne sich aktiv auszuloggen, löscht Shopware die Session, nicht aber den SLT-Cookie. Somit wird der Kunde beim nächsten Besuch im Shop wiedererkannt und persönlich mit seinem Vornamen angesprochen. Shopware verhält sich so, als wäre der Kunde eingeloggt, er ist es zu diesem Zeitpunkt jedoch noch nicht. Klicks auf tiefere Bereiche des Accounts werden beispielsweise wieder mit der Anmeldeseite quittiert.
- Loggt sich der Kunde bewusst aus, löscht Shopware auch den SLT-Cookie und Shopware "vergisst" den Besucher sozusagen, er bekommt direkt nach dem Ausloggen die allgemeingültige Ansprache und ist wieder ein "unbekannter" Besucher.

## Integration in den diversen Modulen

Dadurch, dass Shopware beim Besuch direkt weiß, in welchem Customer Stream sich der Kunde befindet, kannst Du ihm auch direkt vor Login bereits auf ihn zugeschnittene Inhalte liefern. Dazu gehören personalisierte Einkaufswelten, Gutscheine & Newsletter.

## Einkaufswelten

Jede Einkaufswelt kann auf bestimmte Customer Streams beschränkt werden, dabei kannst Du entscheiden, ob diese Beschränkung mit dem Ersetzen einer Einkaufswelt einhergehen soll. In der Praxis bedeutet das: Du kannst für Deinen Customer Stream eine Einkaufswelt definieren, die auf der Startseite angezeigt wird. Diese neue Einkaufswelt soll dann aber die bisherige ersetzen, sodass Kunden dieses Streams dennoch nur eine Einkaufswelt sehen. Wie das genau eingestellt wird, kannst Du im Artikel [Einkaufswelten](#) nachlesen.

## Gutscheine

Auch Gutscheine können mittels Customer Stream-Beschränkung gezielt eingeschränkt werden. Damit Deine Kunden ihre personalisierten Gutscheine jedoch auch vor Login schon einlösen können, braucht es den SLT-Cookie. Sofern der Kunde "wiedererkannt" wird, kann er den Gutschein bereits einlösen, auch wenn er normalerweise im nicht eingeloggten Zustand noch nicht dem Stream angehören würde. Dies verbessert das Nutzererlebnis erheblich! Wie Du Gutscheine auf Customer Streams beschränken kannst, ist im Artikel [Gutscheine](#) beschrieben.

## Newsletter

Ebenso können Newsletter auf Customer Streams beschränkt werden, wie das im Einzelnen passiert, erfährst Du im Artikel [Newsletter](#).

# Storefront - Allgemein

In diesem Artikel geht es darum Zuschläge und Rabatte für Kunden zu konfigurieren. Ebenso wird beschrieben wie in Shopware die Konfiguration der Topseller und Neuheiten stattfindet.

## Rabatte / Zuschläge

In der Konfiguration unter **Einstellungen > Grundeinstellungen > Storefront > Rabatte / Zuschläge** kannst Du die Bestellnummern für Rabatte oder Zuschläge benennen. So gibst Du die Bestellnummern ein, die später in den Belegen und im Shop aufgeführt werden sollen.

The screenshot shows a configuration form with two tabs: 'Demoshop' (selected) and 'Subshop'. The form contains five rows, each with a label on the left and a text input field on the right:

Rabatte Bestellnummer:	sw-discount
Mindermengen Bestellnummer:	sw-surcharge
Zuschlag für Zahlungsart (Bestellnummer):	sw-payment
Abschlag-Versandregel (Bestellnummer):	SHIPPINGDISCOUNT
Pauschaler Aufschlag für Zahlungsart (Bestellnummer):	sw-payment-absolute

- **Rabatte Bestellnummer** - Ausgewiesene Rabatte erhalten ebenfalls eine Bestellnummer um diese z.B. in einer Warenwirtschaft verarbeiten zu können. Die gewünschte Bestellnummer für die Position kann hier definiert werden.

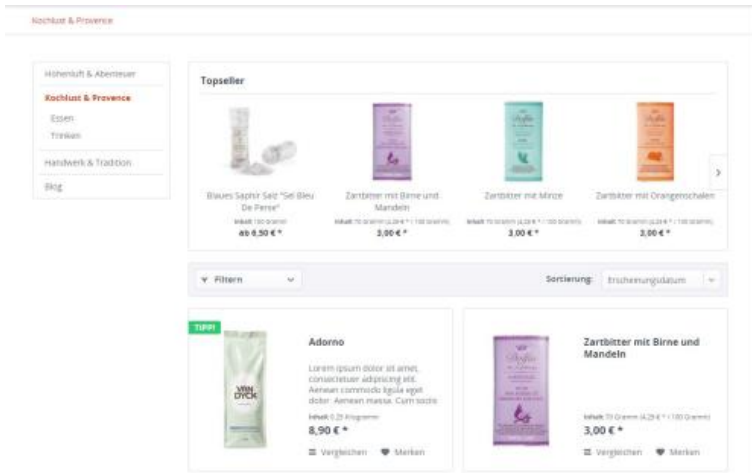
- **Minderungen Bestellnummer** - Berechnete Mindermengenzuschläge erhalten ebenfalls eine eigene Bestellnummer, wie auch bei den Rabatten, um diese z.B. in einer Warenwirtschaft verarbeiten zu können.
- **Zuschlag für Zahlungsart (Bestellnummer)** - Bestellnummer des ZahlungsartenzuschlagsAbschlag-Versandregel (Bestellnummer)
- **Abschlag-Versandregel (Bestellnummer)** - Bestellnummer für den Warenkorbrabatt, welcher angezeigt wird, sobald eine prozentuale Abschlagsversandart aus dem Versandkostenmodul im Warenkorb aktiv ist.
- **Pauschaler Aufschlag für Zahlungsart (Bestellnummer)** - Bestellnummer des Zuschlags für eine Zahlart.

## Topseller / Neuheiten

Als Topseller werden Artikel aufgelistet, die besonders häufig verkauft wurden. In der Konfiguration unter **Einstellungen > Grundeinstellungen > Storefront > Topseller / Neuheiten** hast Du Einfluss auf den Wertungszeitraum, sowie die Menge an auszugebenen Topseller. Die Topsellerbox kann über die [Einstellungen des Performance-Moduls](#) deaktiviert werden.

- **Artikel als neu markieren (Tage)**: Angabe in Tagen, wie lange ein Artikel als Neuheit angezeigt wird. Bsp: Wenn Du hier eine 30 einträgst, so wird ein Artikel 30 Tage nach Erstellung als Neuheit angezeigt.
- **Artikel als Topseller markieren (Verkäufe)**: Anzahl der Bestellungen, die ein Artikel im definierten Zeitraum erhalten muss, um als Topseller zu gelten.
- **Anzahl Topseller für Charts**: Anzahl an Topsellern, die in der grafischen Topseller-Bar angezeigt werden. Beispiel: Wenn Du hier eine 10 hinterlegst, werden die 10 verkaufstärksten Produkte der Kategorie im Topseller dargestellt.
- **Anzahl der Tage, die für die Topseller-Generierung berücksichtigt werden**: Angabe, nach wieviel Tagen ein Verkauf nicht mehr in die Berechnung der Topseller einfließt.

## Anzeige im Frontend



Falls die Anzahl der Topseller-Artikel in der Kategorie zwischen 1 und 3 liegt, wird die Topseller-Box mit Zufallsartikeln aus der gleichen Kategorie aufgestockt.

## Suche

### Features der Suche

- Suche über Produktbezeichnung, Keywords, Hersteller, Kategorienamen
- Automatische Gewichtung der Suchergebnisse
- Auffinden von Teilbegriffen möglich
- Hohe Performance durch Indizierung der Daten und Cachen von Suchergebnissen
- Eigenentwicklung, keine zusätzlichen Kosten durch Anbindung von Third-Party Modulen
- In der Storefront ist eine Suggest-Funktion (Vorschlagsuche) vorhanden

Sollten Dir diese Möglichkeiten noch nicht ausreichen, so bieten wir mit dem Plugin ["Intelligente Suche"](#) eine Vielzahl weiterer Möglichkeiten. Testen und erwerben kannst Du dieses Plugin direkt über unseren [Store](#), den Marktplatz für alle Shopware Erweiterungen.

### Allgemeine Einstellungen

In den allgemeinen Einstellungen (Grundeinstellungen) nimmst Du die Konfiguration der Suche vor. Hierbei kannst Du anhand der Eintragung von Werten die Suchergebnisse optimieren.

Im nachfolgenden Screenshot werden die allgemeinen Konfigurationsmöglichkeiten der Suche dargestellt:





- **Datum des letzten Updates:** Hier kannst Du manuell definieren, wann der Suchindex zu neu aufgebaut wurde. Dadurch wird die Ausführung des Cronjobs vorgezogen/verzögert.
- **Faktor für unscharfe Treffer:**  
Multiplikationswert zur Berechnung des Scoring von Rechtschreibfehlern anhand der hinterlegten Relevanz. Diese Einstellung ist speziell für die fehlertolerante Suche. Ergebnisse können, obwohl die Eingabe nicht mit den Keywords übereinstimmt, angezeigt werden. *Beispiel:* Suchbegriff: Lachx, Ergebnis: Lachs.  
Wenn Dir die Suche dennoch wenige Ergebnisse liefert, so erhöhst Du den Wert der Einstellung dementsprechend
- **Minimale Relevanz zum Topartikel in Prozent:**  
Der hier eingetragene Wert, definiert die prozentuale Übereinstimmung der Ergebnisse einer Suchanfrage ausgehend vom Artikel mit dem höchsten Scoring-Ergebnis. *Beispiel:* Wenn der Wert 80 eingetragen ist, so müssen die Ergebnisse bei der Suchanfrage 80% übereinstimmen. Wenn ein Ergebnis dieses Ziel nicht erreicht, wird es aus der Ergebnisliste ausgeschlossen.

Suchanfrage	Vergleichs-Keyword	Ergebnis
Lachs	Lachs === Lachs	100% Treffer

- **Maximal-Distanz für Teilnamen in Prozent:**  
Der hinterlegte Wert, ist der Wert der die Anzahl der Suchergebnisse der Teil-Treffer definiert. *Beispiel:* Wird hier der Wert 60 hinterlegt, so entspricht diese eine Übereinstimmung der Suchanfrage zu 60% mit den Teiltreffern in den Ergebnissen.

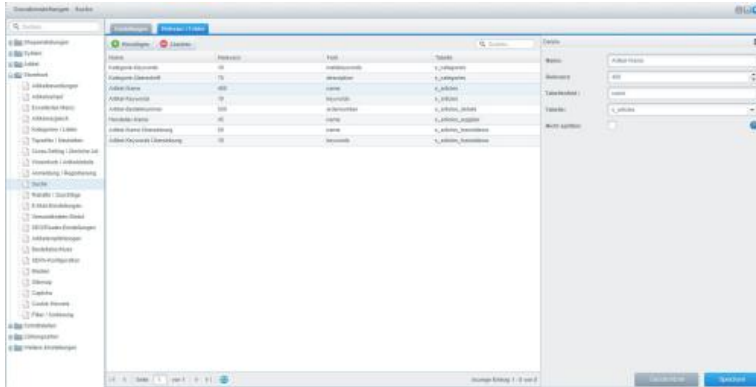
Suchanfrage	Vergleichs-Keyword	Ergebnis
Lachs	Lachs ==? Lachsfilet	50% = Kein Treffer, da Wert kleiner als Maximal-Distanz.
Lach	Lach ==? Lachs	80% = Treffer, da Wert größer als Maximal-Distanz.

- **Faktor für Teiltreffer:**  
Multiplikationswert zur Berechnung des Scoring von Teiltreffern anhand der hinterlegten Relevanz. *Beispiel:* Sucht der Kunde in der Storefront nach "Foto", so werden alle Ergebnisse die das Wort Foto beinhalten mit dem hinterlegten Wert der Relevanz multipliziert, sprich wenn eine Kategorie "Fotobuch" heißt, so wird der hinterlegte Faktor mal Relevanz berechnet.
- **Auswahl Ergebnisse pro Seite:**  
Hier kannst Du die Anzahl der dargestellten Ergebnisse pro Seite auswählen. Die Abstände kannst Du selbst definieren. *Beispiel:* statt 12|24|36|48, kannst Du hier auch 8|16|24|32 hinterlegen.
- **Produktlayout:** Hier kannst du definieren, welches der verfügbaren Produktlayouts für die Ergebnisseite verwendet werden soll.
- **Nummern Suche aktivieren:** Die in SW5 neu hinzugekommene Einstellungen optimiert die Suche nach Artikelnummern.

- **"Und" Suchlogik verwenden:** Dadurch werden nur Ergebnisse angezeigt, in dem alle Wörter der Sucheingabe enthalten sind. So können unter Umständen bessere Treffer erzielt werden, da "Apple" UND "iPod" ein genaueres Ergebnis erzielt als "Apple" ODER "iPod", da dies auch andere Artikel finden wird, wo Apple enthalten ist.

Die Einstellung nennt sich **"Und" Suchlogik verwenden** und kann für jeden Shop individuell eingestellt werden.

## Reiter Relevanz/Felder



Die Ergebnisse werden anhand der Suchkriterien im Reiter "Relevanz/Felder" und den hinterlegten Faktoren aus den allgemeinen Einstellungen berechnet. Je höher ein Wert ist, desto höher fällt das Gesamtscore aus. In der nachfolgenden Übersicht siehst Du die Felder mit ihren Werten:

Lösche keine Felder oder Tabellen! Hier bestehen Abhängigkeiten untereinander! Änderungen können zu Fehlfunktionen der Suche führen.

### Erläuterung der Relevanz-Felder:

- **Artikel-Keywords:**  
Die Keywords werden in den Stammdaten des Artikels hinterlegt. Je nach Wert, kannst Du hier definieren, welche Relevanz die Keywords in den Suchergebnissen aufweisen soll.
- **Artikel-Name:**  
Der Artikel-Name wird in den Stammdaten des Artikels angegeben. Wie stark der Artikel-Name als Relevanz ins Such-Ergebnis einfließen soll, kannst Du hier hinterlegen.
- **Kategorie-Überschrift:**  
Die Kategorie-Überschrift wird beim Anlegen von Kategorien verwendet. Für dieses Feld kannst Du ebenso die gewünschte Relevanz für die Suchergebnisse definieren.
- **Hersteller-Name:**  
Der Hersteller-Name wird wie der Artikel-Name beim Erstellen von Artikeln im Shop in den Stammdaten eingetragen. Die Relevanz kann hier wieder frei vergeben werden.
- **Artikel-Bestellnummer:**  
Die Artikel-Bestellnummer wird desgleichen in den Stammdaten des Artikels verwaltet. Wie stark die

Bestellnummer ins Such-Ergebnis fallen soll, kannst Du frei definieren.

- **Artikel Keywords-Übersetzung:**

Die Einstellung trifft lediglich für die Übersetzungen der Keywords im Subshop zu. Die Keywords für den Subshop hinterlegst Du in den Stammdaten über die Übersetzungsflagge des Artikels. Auch hier kannst Du eine freie Relevanz hinterlegen.

- **Artikel-Name Übersetzung:**

Der Artikel-Name für den Subshop wird auch in den Stammdaten hinterlegt. Hierbei kannst Du eine freie Relevanz wählen.

Falls Du mit eigenen Artikeln im Subshop arbeitest, werden die Einstellung "Artikel Keywords-Übersetzung" und "Artikel-Name Übersetzung" nicht benötigt bzw. berücksichtigt.

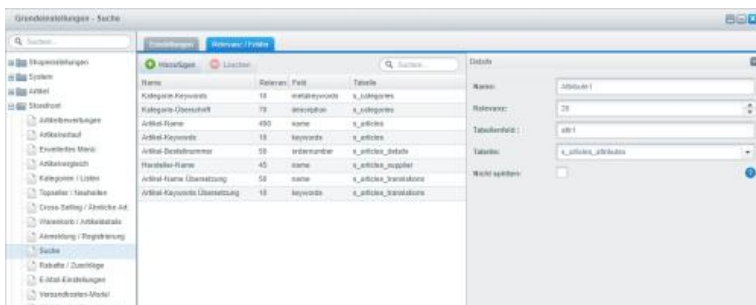
## Freitextfeld in die Suche einbeziehen

Dieses Beispiel zeigt Dir, wie Du Freitextfelder in der Frontend-Suche hinzufügst.

### Schritt 1: Feld und Relevanz hinterlegen

In den **Einstellungen > Grundeinstellungen > Storefront > Suche > Relevanz/Felder (Tab)** kannst Du über den Button **Hinzufügen** ein neues Feld hinzufügen. In diesem Beispiel Fügen wir das Freitextfeld **attr1** der Suche hinzu.

- **Name:** Attribute1 (Die Feldbezeichnung ist frei wählbar)
- **Relevanz:** 20 (Gewünschte Relevanz des Feldes bei der Suche)
- **Feld:** attr1 (Attributfeld in der Datenbank)
- **Tabelle:** s\_articles\_attributes
- **Nicht Splitten:** Kann Optional aktiviert werden.



### Schritt 2: Cache leeren

Damit das Freitextfeld sofort in der Suche im Frontend berücksichtigt wird, musst Du im Anschluss den Cache leeren und den Such-Index neu aufbauen.

# System

In diesem Artikel findest Du nützliche Informationen zu allen Unterpunkten innerhalb des System-Tabs der Grundeinstellungen von Shopware. Unter anderem werden hier die Themen Wartung, InputFilter, Backend, Passwörter und Log im Detail aufgeführt und erläutert.

## Wartung

Shopware bietet die Möglichkeit den Shop in einen Wartungsmodus zu setzen und somit komplett für Zugriffe außerhalb der "ausgeschlossenen IP" un erreichbar zu schalten.

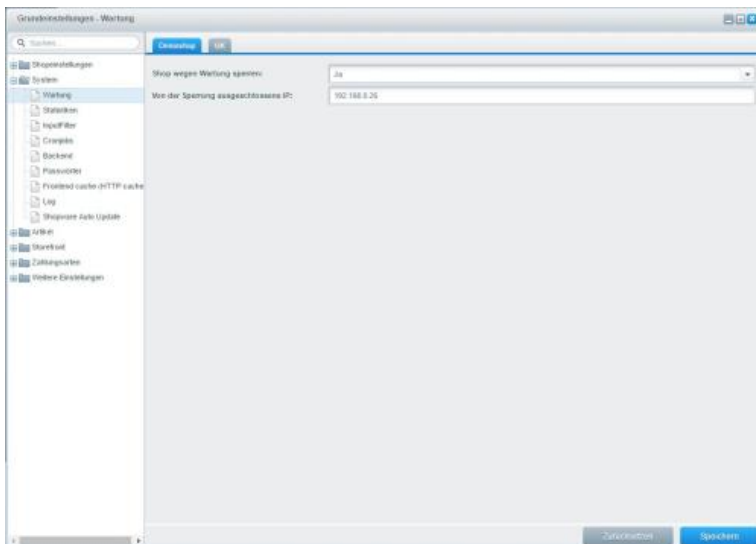
Hierzu musst Du lediglich zwei Einstellungen im Backend vornehmen. Diese Funktion kannst Du in den Grundeinstellungen unter **System > Wartung** aufrufen.

Der Wartungsmodus wird erst im Frontend aktiv zu sehen sein, wenn Du den Shopcache geleert hast. Dies kannst Du im Backend unter **Einstellungen > Caches / Performance > Shop cache leeren** erledigen.

## Wie ist meine IP

Um Deine IP herauszubekommen kannst Du z.B. folgende Seite aufrufen: <http://www.wieistmeineip.de>

Nachdem Du die IP kopiert hast, fügst Du diese in das Feld "Von der Sperrung ausgeschlossene IP:" ein. Wenn mehrere Personen im Backend trotz Sperre arbeiten möchten, können diese Ihre eigene IP ebenfalls in das Feld eintragen. Du kannst auch mehrere IP-Adressen eintragen. Diese werden per Leerzeichen getrennt eingegeben - Beispiel: "192.168.178.100 192.168.178.101". Die Eintragung könnte folglich aussehen:



## Wie kann ich den Text des Wartungsmodus anpassen

Der Text, der bei Versetzung des Status angezeigt wird, kann im Backend in den **Einstellungen > Textbausteine**. Hierzu suchst Du Dir nachfolgende Textbausteine heraus:

<b>Textbaustein</b>	<b>Kurzbeschreibung</b>	
ServiceHeader	Wegen Wartungsarbeiten nicht erreichbar!	
ServiceIndexTitle	Wartungsarbeiten	
ServiceText	Aufgrund nötiger Wartungsarbeiten ist der Shop zur Zeit nicht erreichbar.	

Nach dem Modifizieren der Textbausteine muss, um die Änderung wirksam zu schalten, abgespeichert und der Shopcache geleert werden. Du kannst im Textbaustein auch HTML-Text einfügen und somit beispielsweise Bilder einbinden.

## InputFilter

Shopware bietet im Standard verschiedene Schutzmechanismen gegen Angreifer aus dem Internet.

- SQL-Injection Schutz
- XSS-Schutz aktivieren
- RemoteFileInclusion-Schutz aktivieren

## Eigener Filter

Hier kann ein zusätzlicher Regex für den Inputfilter hinterlegt werden. RequestVariablen, welche diesem Muster entsprechen, werden dann nicht mehr zum Shop durchgelassen. Als Trennzeichen wird "|" genutzt.

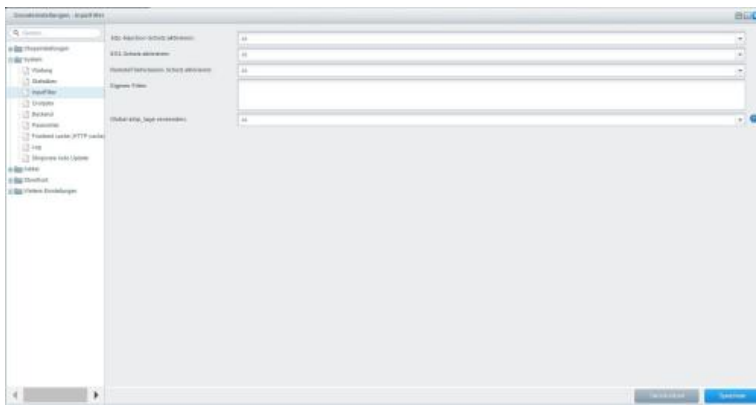
Regex muss diesen Aufbau haben:

```
javascript:|src\s*|=|on[a-z]+\s*|=|style\s*|=
```

Diese Einstellung solltest Du nur mit entsprechendem Wissen/Hintergrundkenntnissen anpassen.

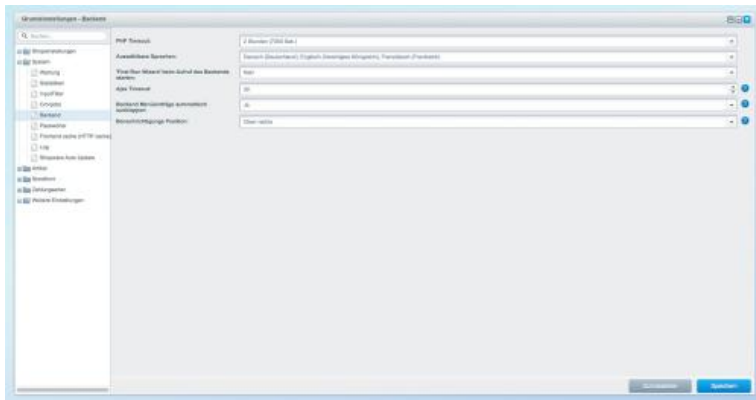
## Global strip\_tags verwenden

Wenn Sie diesen Punkt aktivieren, wird jeder Formularinput mittels strip\_tags gefiltert. Dies bedeutet, dass hier HTML- und PHP-Tags entsprechend aus diesen Formularen gefiltert werden.



## Backend

Im Bereich **Grundeinstellungen > System > Backend** kannst Du grundlegende Einstellungen zum Shopware Backend vornehmen. In diesem Beitrag erklären wir Dir kurz die vorhandenen Einstellungsmöglichkeiten.



- **PHP Timeout:** Mit dieser Einstellung kannst Du definieren, wie lang eine Sessions im Backend inaktive sein darf, bevor der User abgemeldet wird.
- **Auswählbare Sprachen:** Hiermit kannst Du die Sprachauswahl im Backend vordefinieren. Diese Einstellung wird von der Spracheinstellung in der Benutzerverwaltung überschrieben, damit neue Nutzer mit anderer Sprache hier auch direkt berücksichtigt werden.

Entferne auf keinen Fall die Standardsprachen Deutsch und Englisch - Es handelt sich dabei um die Systemsprachen!

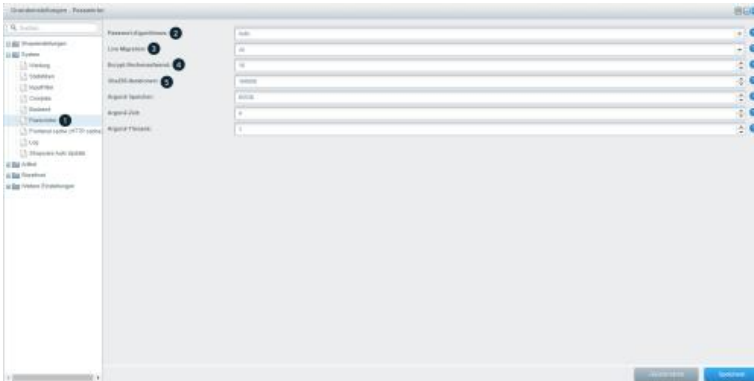
- **'First Run Wizard' beim Aufruf des Backends starten:** Falls Du den First Run Wizard noch einmal starten möchtest, aktiviere diese Option, leere den Cache und melde dich neu im Backend an. Nach erneuter Ausführung des First Run Wizards deaktiviert sich diese Option wieder.
- **Ajax Timeout:** Definiert die maximale Ausführungszeit für ExtJS-Ajax-Requests (in Sekunden). Die Eingabe setzt ein Minimum von 6 Sekunden voraus. Wird ein geringerer Wert eingegeben, kann man die Werte zwar speichern, Shopware greift dann aber auf den Standardwert von 30 Sekunden zurück.
- **Backend Menüeinträge automatisch ausklappen:** Hiermit kannst Du bestimmen, ob die Menüeinträge des Hauptmenüs im Backend beim Hovern automatisch ausklappen sollen (im Standard aktiv), oder ob sie sich nur per Klick öffnen sollen.

- **Benachrichtigungs Position:** Dies bestimmt die Position, an der die "Growl Messages", also die kleinen schwarzen Kurzmeldungen im Backend angezeigt werden sollen. Im Standard ist hier "Oben rechts" eingestellt. Als Einstellung hast Du hier alle 4 Ecken des Backends zur Verfügung.

## Passwörter

Über die Einstellung **Passwörter (1)** können Sie die Verschlüsselungsarten und den Arbeitsaufwand der Hashwert-Berechnung definieren.

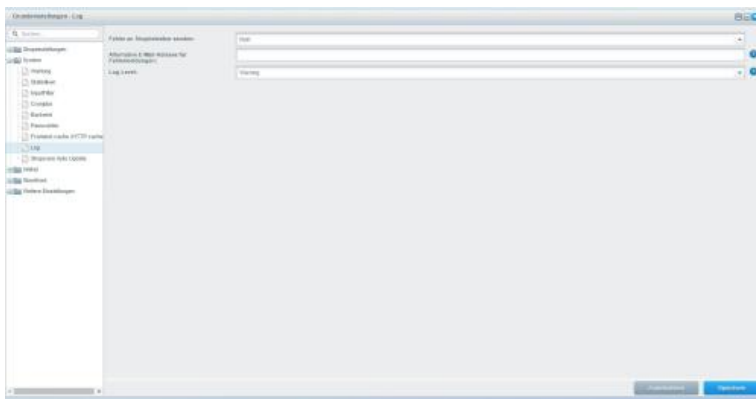
- **Passwort-Algorithmus (2):** Auto, Bcrypt, Sha256, Md5. Standard ist Auto (Bcrypt). Bcrypt steht ab php 5.3.7 zur Verfügung. Als Fallback dient Sha256.
- **Live-Migration (3):** Veraltete Passwort-Algorithmen von Kunden mit Kundenkonto aus alten Shopversionen (kleiner SW4.1.0) werden automatisch aktualisiert.
- **Bcrypt-Rechenaufwand (4):** Je höher der Rechenaufwand desto sicherer das Bcrypt-Passwort. Wir empfehlen vorsichtiges erhöhen um den Wert 1. Standard ist 10. Wenn der Wert zu hoch ist (z.B. 20) kann es zu außergewöhnlich hohen Rechenleistungen beim Anlegen von Kundenkonten kommen, wenn Passwort-Algorithmus auf Bcrypt steht.
- **Sha256-Iterationen (5):** Je höher der Rechenaufwand desto sicherer das Bcrypt-Passwort. Wir empfehlen vorsichtiges erhöhen um den Wert 100. Standard ist 1000. Wenn der Wert zu hoch ist (z.B. 20000) kann es zu außergewöhnlich hohen Rechenleistungen beim Anlegen von Kundenkonten kommen, Passwort-Algorithmus auf Sha256 steht.



## Log

Das Log ist ein hilfreiches Werkzeug vor allem für Entwickler, damit auftretende Fehler im Shop mitgeschnitten werden.





## Fehler an Shopbetreiber schicken

Sollten Fehler im System auftreten, so wird automatisch eine E-Mail an den Shopbetreiber gesendet. Dies ist besonders dann sinnvoll, wenn Du Deinen Shop aufbaust und testest, so kannst Du sichergehen, dass eventuell auftretende Fehler nicht verschluckt werden.

Diese Einstellung richtet sich explizit nicht an Nutzer von Produktivsystemen! Durch den Aufruf von z.B. alten Links, dessen Ziele nicht mehr gefunden werden, würden in diesem Falle nämlich ebenso Fehler-Mails versendet werden, auch wenn dies ein gewollter Fehler ist.

## Alternative E-Mail-Adresse für Fehlermeldung

Hier kannst du eine E-Mail-Adresse angeben, an welche die Fehlermeldungen geschickt werden sollen. Trägst du hier keine E-Mail-Adresse ein, wird die E-Mail-Adresse aus den Stammdaten genutzt.

## Log-Level

Diese Einstellung definiert, ab welchem Log-Level die Mails versendet werden. Standardeinstellung ist hier "Warning", um nur bei Fehlern oder schwerwiegenderen Meldungen die Mails zu bekommen, kann man bspw. die Option "Error" wählen.

Im Folgenden erfährst Du, welche Log-Level es gibt und bei welchen Ereignissen Meldungen versendet werden.

**Debug:** Uwesentliche Ereignisse. Beispiel: Meldungen aus den User- oder SQL-logs.

**Info:** Versendet Mails bei ungewöhnlichen Ereignissen.

**Notice:** Außergewöhnliche Ereignisse, die keine Fehler sind. Beispiele: Verwendung veralteter APIs, fehlerhafte Nutzung einer API.

**Warning:** Runtime Errors.

**Error:** Schwerwiegende Meldungen. Beispiel: Unerwartete Exception

**Critical:** Meldungen, die ein sofortiges Handeln erfordern. Beispiele: Gesamter Shop oder Datenbank sind nicht erreichbar.

**Alert:** Dringende Fehler.

**Emergency:** Höchstes Log-Level. Diese Meldung erscheint nur bei API-Abbrüchen.

## System: Cronjobs

# Was ist ein Cronjob?

Der Cronjob ist eine Steuerung von Unix Betriebssystemen, um wiederkehrende Aufgaben automatisch zu einer bestimmten Zeit oder in Intervallen auszuführen. Shopware besitzt eine Reihe von Aufgaben, die regelmäßig ausgeführt werden können.

Dazu gehört unter anderem die Prüfung des Lagerbestands, um den Shopbetreiber auf Bestandsengpässe hinzuweisen, das Verschicken von Geburtstagsgrüßen oder Newsletter an die Kunden und Geschäftspartner. Shopware bietet dazu zwei verschiedene Grund-Cronjobs, die Du einzeln oder zusammen zu gleichen oder unterschiedlichen Zeiten / Intervallen ansprechen kannst. In der aktuellen Version liegt der Unterschied im Controller, den Du im Verlauf leicht erkennen wirst.

## Konfiguration in Shopware

Grundsätzlich ist Shopware noch nicht für die Verwendung von Cron-Funktionen eingerichtet. Die notwendigen Plugins sind nicht mit der Installation aktiviert. Wenn Du die Cron-Funktionalitäten verwenden möchtest, so installiere nun die erforderlichen Komponenten.

### Notwendige Plugins Installieren und Aktivieren

Im [Plugin-Manager](#) ist es zwingend erforderlich, alle notwendigen Plugins zu installieren und zu aktivieren, um die entsprechenden Cronjobs nutzen zu können. Nachfolgend eine Auflistung aller Cron-Plugins und den zugehörigen Cronjobs, die durch das Installieren der Plugins nutzbar werden:

#### Cron:

- **Suche:** Baut den Suchindex neu auf (alter Job - abgelöst durch Refresh search index)
- **E-Mail-Benachrichtigung:** verschickt Artikelverfügbarkeits-E-Mail an Kunden
- **Topseller Refresh:** die *Topseller* werden neu berechnet
- **Similiar shown article refresh:** berechnet *Diese Artikel könnten Ihnen gefallen* neu
- **Refresh seo index:** leert den SEO Cache
- **Refresh search index:** leert den Suche Cache
- **HTTP Cache löschen:** leert den HTTP Cache
- **Media Garbage Collector:** erfasst alle Bilder ohne Zuweisung und verschiebt diese in den Papierkorb des Media Manager.
- **Cancelled baskets cleanup:** Löscht abgebrochene Bestellungen, welche älter sind, als unter **Einstellungen > Grundeinstellungen > Weitere Einstellungen > Datenschutz > Abgebrochene Bestellungen nach X Monaten löschen** definiert.

#### CronBirthday:

- **Geburtstagsgruß:** Verschickt Geburtsgrüße per E-Mail an Kunden

## CronRating:

- **Artikelbewertung per E-Mail:** verschickt Erinnerung zur Artikelbewertung an den Kunden

## CronStock:

- **Lagerbestands Warnung:** Schickt eMail mit Artikel-Lagerbestand an hinterlegte E-Mail-Adresse

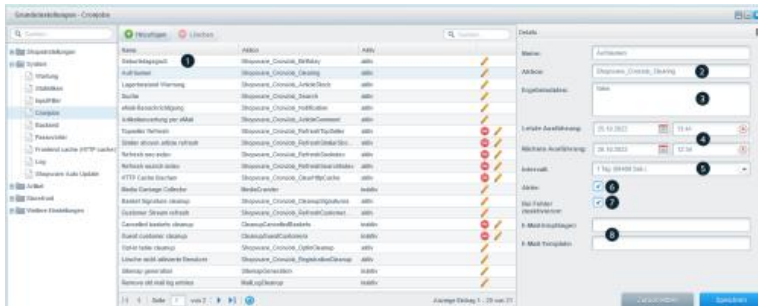
## CronRefresh:

- **Aufräumen:** Bereinigt `s_core_log`, `s_emarketing_lastarticles`, `s_search_statistics`
- **Basket Signature cleanup:** Bereinigt die `s_order_basket_signatures` und setzt dadurch die Session des Checkouts zurück
- **Guest customer cleanup:** Löscht inaktive Schnellbesteller
- **Opt-In table cleanup:** Bereinigt die `s_core_optin`

Bitte beachte dabei, je mehr Du an zusätzlichen Cron-Aufgaben aktivierst, umso länger dauert auch die Abarbeitung. Das wiederum führt dazu, dass gerade beim Cron Aufruf per Browser u. U. nicht alles abgearbeitet werden kann oder der Seitenaufruf sehr lange dauert.

Grundvoraussetzung für die Benutzung aller Shopware-Cronjobs ist das installierte und aktivierte Plugin "Cron".

## Die Cronjob-Steuerung im Detail



Beschreibung der Felder:

- **Name (1):** Name des Cronjobs (Funktion).
- **Aktion (2):** Funktion im Cronjob.
- **Ergebnisdaten (3):** Informationen aus der Funktion.
- **Letzte & Nächste Ausführung (4):** Datum & Uhrzeit der letzten und nächsten Ausführung des Cronjobs.
- **Intervall (5):** Gibt den Intervall in Sekunden an, wann die Funktion als nächstes aufgerufen wird.
- **Aktiv (6):** Schaltet die Funktion An oder Aus.

- **Bei Fehler deaktivieren (7):** Deaktiviert den Cronjob, falls bei der Ausführung Fehler auftreten. (Im Standard aktiv)
- **E-Mail-Empfänger (8):** Gibt dem Empfänger eventuell in der Funktion zu verschickende E-Mails an.
- **E-Mail-Template (8):** Optional verwendetes E-Mail-Template.

Einige dieser aufgeführten Cronjobs werden nur im Zusammenhang mit dem Plugin CronRefresh ausgeführt.

## Cron Sicherheit

Mit Hilfe der Cron-Sicherheit kannst Du die Ausführung der Cronjobs auf eine bestimmte IP beschränken, nur ausführen, wenn ein User im Backend eingeloggt ist oder mit einem Key versehen, damit nicht jeder die Ausführung anstoßen kann. Die Einstellungen findest Du in der Konfiguration des Plugin Cron:

- **Gültiger Schlüssel:** Hier können Cronjobs nur noch per URL Attribut mit dem gültigen Schlüssel aufgerufen werden. An die bestehende URL ist dann `?key=MEINKEY` anzuhängen
- **Zulässige IP(s):** Aufrufe von Cronjobs werden nur noch von hier eingetragenen IPs akzeptiert. Mehrere IPs werden durch ein ';' getrennt.
- **Durch Benutzerkonto absichern:** Cronjobs werden nur dann aufgerufen, wenn ein Benutzer im Backend eingeloggt ist.

Es ist nicht möglich, mehrere Filter miteinander zu kombinieren, da die Sicherheitsabfrage nicht auf alle Felder prüft, sondern die Anfrage passieren lässt, wenn EINE der Vorgaben erfüllt ist!

## Wie starte ich einen Cronjob?

Da gibt es mehrere Möglichkeiten, je nach Hoster kannst du eventuell nicht alle davon nutzen, setze Dich daher im Zweifel mit Deinem Hoster in Verbindung.

### Cronjob per Browser starten

Um den Cronjob zu testen oder unter Windows-Umgebungen per Aufgabenplanung regelmäßig auszuführen, rufst du folgende URL im Browser auf:

```
// Aufruf aller Crons AUSSER Newsletter
http://www.meinshop.de/backend/cron
// Aufruf des Newsletter-Cronjobs
```

<http://www.meinshop.de/backend/Newsletter/cron>

Die Ausführung erfolgt dann direkt und das Ergebnis ist im Browser als Text zu lesen. Bitte beachte, dass es einige Cronjobs gibt, die evtl. über die erlaubte Verbindungszeit oder die erlaubte Script-Laufzeit hinauslaufen. In solchen Fällen kannst Du die Cronjob-Aufgaben reduzieren, der Hoster/Provider die Ausführungszeit erhöhen oder der Cronjob muss per Shell/Konsole ausgeführt werden. Alternativ kannst Du Deine Cronjobs auch so anordnen, dass alle eine unterschiedliche Ausführungszeit besitzen, also pro Aufruf immer nur wenige Cronjobs ausgeführt werden, um Timeouts zu verhindern.

## Aufruf per Shell / Konsole

Innerhalb der Shell gibt es keine Begrenzungen was die Script-Laufzeit betrifft. Da hierbei auch keine Verbindung per Browser benötigt wird, können die Cronjobs idealerweise per Shell gestartet werden. Schau in der Verwaltungsoberfläche Deines Hosters, ob Du Shell-Zugriff hast, Dein Provider hilft Dir gegebenenfalls beim Einrichten weiter.

Um Cronjobs per Shell zu starten, kannst Du wie folgt vorgehen (stelle aber sicher, dass Du Dich in der Shell Sitzung bereits im Shopware Verzeichnis befindest!):

**Klassische Methode:** Diese Methode ist veraltet und wird nicht mehr empfohlen. Bitte verwende wenn möglich unsere CLI Tools.

```
// direkte Ausführung im Shopware Verzeichnis:  
php shopware.php /backend/cron  
  
// (intelligenter) Newsletter  
cd /pfad/zumShop && php shopware.php /backend/Newsletter/cron
```

## Empfohlene Methode über die SW-Tools:

```
// Ausführen aller geplanten Cronjobs, falls fällig  
php bin/console sw:cron:run  
  
// Ausführen eines Cronjobs via Action-Name:  
php bin/console sw:cron:run ACTION-NAME  
  
// Forcierter (erzwungener) Aufruf des Cronjobs:  
php bin/console sw:cron:run ACTION-NAME -f
```

Beachte, dass sich "ACTION-NAME" nach der ersten Ausführung ändern kann, der Aufruf ist aber dennoch gültig. Es genügt den Action-Name aufzurufen. (z.B. Shopware\_CronJob\_Clearing > Hier ist "Clearing" der Action-Name). Das Aufrufen von Cronjobs per ACTION-NAME umgeht die "Aktiv"-Einstellung im Backend. Wenn Du also einen inaktiven Cronjob ausführen willst, so wird dieser auch ausgeführt!

Wenn Du Cronjobs via Shell ausführst, achte unbedingt darauf, dass der ausführende Benutzer mit dem der Shopware-Installation übereinstimmt, da es sonst zu Problemen mit Dateirechten kommen kann.

## Cronjob Einrichten



Weitere Befehle findest du in unserem [Shopware CLI Artikel](#).

## Wenn es nicht klappt

### Rechte

Bei Unix / Linux-Servern hat der Cronjob (also die Datei für den Cronjob) in der Regel nach dem Erstellen noch keine ausreichenden Rechte zum Ausführen. Setze daher die Rechte auf mindestens 755.

### Mailfunktionen

Normalerweise funktioniert die »mail()«-Funktion auf allen Linux-basierenden Systemen direkt ohne weitere Konfiguration. Unter Windows-Servern gibt es diese Funktion nicht. Daher müssen bei Windows-Servern speziell noch weitere Schritte vorgenommen werden.

Richte im Backend unter **Einstellungen > Grundeinstellungen > System > Mailer** einen Mailserver ein, den Du ansprechen kannst. Als Methode trägst Du "smtp" ein. Ab jetzt sucht der Shopware-Server nach dem unter SMTP Host eingetragenen Server. Mit dem SMTP-Username und dem SMTP password authentifizierst Du Dich dort. Frage bei Deinem Mail-Provider nach, ob dort eine Plain, Login oder die verschlüsselte CramMD5-Methode zur Übertragung der Zugangsdaten erforderlich ist.

## Systeminfo

### Server-Konfiguration

In der Startansicht findest Du alle, für Shopware relevanten, Server-spezifischen Parameter und Einstellungen aufgeführt. Die Mindestvoraussetzung wird den vorhandenen Voraussetzungen gegenüber gestellt.

Die Nicht-Erfüllung wird durch ein rotes Kreuz gekennzeichnet.

Um diese Werte ggf. anzupassen, kannst Du Dich am besten mit Deinem Hosting-Partner abstimmen.

Name	Benötigt	Version	Status
<b>Einstellungen</b>			
ex_ext	1	1	✓
include_path	1	1	✓
session.auto_start	0	0	✓
memory_limit	256M	512M	✓
max_execution_time	30	60	✓
upload_max_filesize	6M	64M	✓
post_max_size	8M	64M	✓
allow_url_fopen	1	1	✓
curl_exec	1	1	✓
curl_multi_exec	1	1	✓
file_uploads	1	1	✓
session.session.cookie	0	0	✓
session.gc_max_value_length	2000	2000	✓
parse_ini_file	1	1	✓
<b>Allgemein</b>			
php	5.6.4	7.0.33	✓
mysql	5.5.0	5.7.24	✓
mysql_abcd_mode	0	0	✓
<b>Erweiterungen</b>			
pdo	1	1	✓
pdo_mysql	1	1	✓
gd	2.0.0	2.1.1	✓
gd_2d	1	1	✓
fileinfo	1	1	✓
libxml	2.6.36	2.9.3	✓
curl	7.0.0	7.47.0	✓
openssl	1	1	✓
session	1	1	✓

Die hier angezeigten Werte müssen nicht zwangsläufig stimmen. Je nach Server-Konfiguration kann es sein, dass die hier angezeigten Werte mit den tatsächlichen Werten Deines Servers nicht übereinstimmen. Die solltest Du bei Bedarf mit Deinem Hoster abklären.

## Shopware-Verzeichnisse

In diesem Bereich prüft Shopware alle erforderlichen Verzeichnisse auf dem Server, die zum Betrieb notwendig sind. Sind Verzeichnisse nicht vorhanden oder besitzen keine vollen Lese- und Schreibrechte, so wird dies durch ein rotes Kreuz visualisiert.

Passe die Ordner im Filesystem ggf. an, so dass ein grüner Haken erscheint.

## Shopware-Dateien

Shopware überprüft zudem die eigenen Systemdateien. Sind diese nicht im Binär-Modus übertragen worden oder entsprechen nicht mehr auf dem aktuell eingesetzten Versionsstand, so werden diese ab Shopware 4.1.1 ebenfalls durch ein rotes Kreuz hervorgehoben.

Ein reibungsloser Betrieb kann nur dann garantiert werden, wenn alle Dateien grün markiert sind. Falls eine Datei rot markiert ist, so überprüfe anhand der Originaldateien (welche Du unter Downloads herunterladen kannst) ob die Datei eine abweichende Größe hat und tausche diese ggfls. aus.

## Versions-Info

Die Versions-Info führt alle Shopware Default-Plugins und deren Versionsstand auf.

## PHP-Info



Zusätzlich ist eine Standard PHP-Info-Seite verfügbar, welche alle Server-Konfiguration und Extensions aufführt. Genutzt wird die Variable `phpinfo()`;

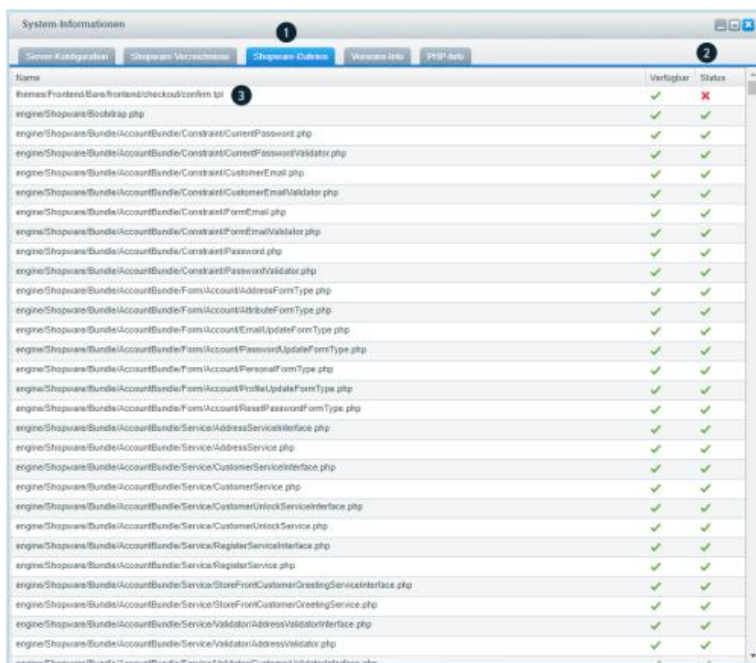
## Warum werden in der Systeminfo Dateien rot aufgelistet?

Seit Shopware 4.1.1 wird die Dateistruktur innerhalb des Ordners `/engine` per Hash-Wert überprüft. Somit stellt Shopware sicher, dass diese Dateien dem aktuell eingesetzten Versions-Stand von Shopware entsprechen und nicht zu einer anderen Shopware-Version gehören. Falls die Datei zu einer älteren Shopware-Version gehört oder die Datei individuell angepasst wurde, so werden **diese Dateien (3)** innerhalb der Systeminfo unter **Shopware-Dateien (1)** mit einem **roten Kreuz (2)** markiert.

Bitte beachte, dass es sich bei den rot markierten Dateien auch um Dateien von Plugins handeln kann. Dies betrifft beispielsweise alle Zahlungsschnittstellen. In diesem Fall reicht es aus das entsprechende Plugin zu aktualisieren. Ob es sich bei der bemängelten Datei um eine Plugin-Datei handelt, kannst Du an dem Ordner erkennen in welchem sich die Datei befindet. Plugin-Dateien befinden sich immer unterhalb des Ordners `/engine/Shopware/Plugins/`.

Bitte beachte, dass Dateien aus dem Plugin-Ordner nach einem Update des Plugins einen neuen Hashwert bekommen und aufgrund dessen rot markiert werden können. Um das zu umgehen, lösche den Cache, lade das Backend neu und öffne das Modul erneut.

In diesem Beispiel entspricht die Dateien **themes\Frontend\Bare\frontend\checkout\confirm.tpl (3)** nicht dem Stand der original Dateien.



Name	Verfügbar	Status
themes\Frontend\Bare\frontend\checkout\confirm.tpl	✓	✗
engine\Shopware\Bootstrap.php	✓	✓
engine\Shopware\Bundle\AccountBundle\Constraint\CurrentPassword.php	✓	✓
engine\Shopware\Bundle\AccountBundle\Constraint\CurrentPasswordValidator.php	✓	✓
engine\Shopware\Bundle\AccountBundle\Constraint\CustomerEmail.php	✓	✓
engine\Shopware\Bundle\AccountBundle\Constraint\CustomerEmailValidator.php	✓	✓
engine\Shopware\Bundle\AccountBundle\Constraint\FormEmail.php	✓	✓
engine\Shopware\Bundle\AccountBundle\Constraint\FormEmailValidator.php	✓	✓
engine\Shopware\Bundle\AccountBundle\Constraint>Password.php	✓	✓
engine\Shopware\Bundle\AccountBundle\Constraint>PasswordValidator.php	✓	✓
engine\Shopware\Bundle\AccountBundle\Form\AccountAddressFormType.php	✓	✓
engine\Shopware\Bundle\AccountBundle\Form\AccountAttributeFormType.php	✓	✓
engine\Shopware\Bundle\AccountBundle\Form\AccountEmailUpdateFormType.php	✓	✓
engine\Shopware\Bundle\AccountBundle\Form\AccountPasswordUpdateFormType.php	✓	✓
engine\Shopware\Bundle\AccountBundle\Form\AccountPersonalFormType.php	✓	✓
engine\Shopware\Bundle\AccountBundle\Form\AccountProfileUpdateFormType.php	✓	✓
engine\Shopware\Bundle\AccountBundle\Form\AccountResetPasswordFormType.php	✓	✓
engine\Shopware\Bundle\AccountBundle\Service\AddressServiceInterface.php	✓	✓
engine\Shopware\Bundle\AccountBundle\Service\AddressService.php	✓	✓
engine\Shopware\Bundle\AccountBundle\Service\CustomerServiceInterface.php	✓	✓
engine\Shopware\Bundle\AccountBundle\Service\CustomerService.php	✓	✓
engine\Shopware\Bundle\AccountBundle\Service\CustomerUnlockServiceInterface.php	✓	✓
engine\Shopware\Bundle\AccountBundle\Service\CustomerUnlockService.php	✓	✓
engine\Shopware\Bundle\AccountBundle\Service\RegisterServiceInterface.php	✓	✓
engine\Shopware\Bundle\AccountBundle\Service\RegisterService.php	✓	✓
engine\Shopware\Bundle\AccountBundle\Service\StoreFrontCustomerCreatingServiceInterface.php	✓	✓
engine\Shopware\Bundle\AccountBundle\Service\StoreFrontCustomerCreatingService.php	✓	✓
engine\Shopware\Bundle\AccountBundle\Service\Validator\AddressValidatorInterface.php	✓	✓
engine\Shopware\Bundle\AccountBundle\Service\Validator\AddressValidator.php	✓	✓

## Überprüfung der bemängelten Dateien

Überprüfe nun, ob die bemängelten Dateien die gleiche Dateigröße haben wie die Dateien aus einer original Shopware Installation.

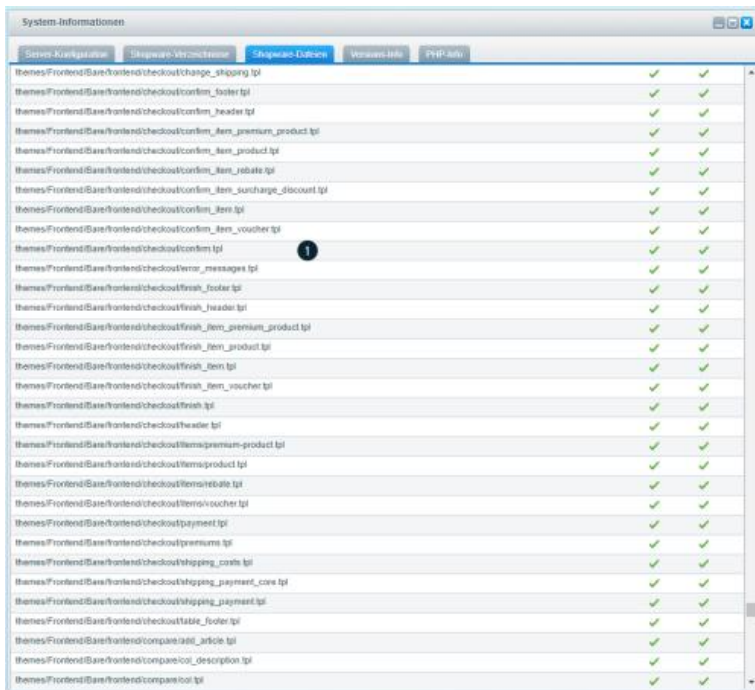


Tausche nun die beiden Dateien per FTP-Client aus. **Benutze beim Upload der Dateien ausschließlich den Binary-Mode!** Andernfalls werden die Dateien nach dem Tausch immer noch bemängelt. Vergleiche nach dem Austausch der Dateien erneut die Dateigröße. Diese muss nun absolut gleich sein. Leere nachfolgend den kompletten Cache (außer Suche und SEO) und lade das Backend neu.

Wenn die Dateien nach dem Austausch immer noch Rot angezeigt wurde, so erfolgte der FTP-Transfer nicht im Binärmodus. Stelle Dein FTP-Programm auf Binär-Übertragung um und übertrage die Dateien erneut!

## Überprüfen der System-Dateien nach dem Austausch

Da die zuvor bemängelte Datei **themes\Frontend\Bare\frontend\checkout\confirm.tpl (1)** nun die richtige Dateigröße und Datum besitzt und dem Original entsprechen, werden diese in der Systeminfo nicht mehr bemängelt:



System-Informationen	System-Datei/Datei	Shopware-Version	Shopware-Datens	Verweis links	PHP Info
	themes\Frontend\Bare\frontend\checkout\change_shipping.tpl	✓	✓		
	themes\Frontend\Bare\frontend\checkout\confirm_footer.tpl	✓	✓		
	themes\Frontend\Bare\frontend\checkout\confirm_header.tpl	✓	✓		
	themes\Frontend\Bare\frontend\checkout\confirm_item_premium_product.tpl	✓	✓		
	themes\Frontend\Bare\frontend\checkout\confirm_item_product.tpl	✓	✓		
	themes\Frontend\Bare\frontend\checkout\confirm_item_jobate.tpl	✓	✓		
	themes\Frontend\Bare\frontend\checkout\confirm_item_surcharge_discount.tpl	✓	✓		
	themes\Frontend\Bare\frontend\checkout\confirm_item.tpl	✓	✓		
	themes\Frontend\Bare\frontend\checkout\confirm_item_voucher.tpl	✓	✓		
	themes\Frontend\Bare\frontend\checkout\confirm.tpl (1)	✓	✓		
	themes\Frontend\Bare\frontend\checkout\error_messages.tpl	✓	✓		
	themes\Frontend\Bare\frontend\checkout\finish_footer.tpl	✓	✓		
	themes\Frontend\Bare\frontend\checkout\finish_header.tpl	✓	✓		
	themes\Frontend\Bare\frontend\checkout\finish_item_premium_product.tpl	✓	✓		
	themes\Frontend\Bare\frontend\checkout\finish_item_product.tpl	✓	✓		
	themes\Frontend\Bare\frontend\checkout\finish_item.tpl	✓	✓		
	themes\Frontend\Bare\frontend\checkout\finish_item_voucher.tpl	✓	✓		
	themes\Frontend\Bare\frontend\checkout\finish.tpl	✓	✓		
	themes\Frontend\Bare\frontend\checkout\header.tpl	✓	✓		
	themes\Frontend\Bare\frontend\checkout\itemspremium-product.tpl	✓	✓		
	themes\Frontend\Bare\frontend\checkout\itemsproduct.tpl	✓	✓		
	themes\Frontend\Bare\frontend\checkout\itemsstable.tpl	✓	✓		
	themes\Frontend\Bare\frontend\checkout\itemsvoucher.tpl	✓	✓		
	themes\Frontend\Bare\frontend\checkout\payment.tpl	✓	✓		
	themes\Frontend\Bare\frontend\checkout\premiums.tpl	✓	✓		
	themes\Frontend\Bare\frontend\checkout\shipping_costs.tpl	✓	✓		
	themes\Frontend\Bare\frontend\checkout\shipping_payment_core.tpl	✓	✓		
	themes\Frontend\Bare\frontend\checkout\shipping_payment.tpl	✓	✓		
	themes\Frontend\Bare\frontend\checkout\table_footer.tpl	✓	✓		
	themes\Frontend\Bare\frontend\compare\all_article.tpl	✓	✓		
	themes\Frontend\Bare\frontend\compare\col_description.tpl	✓	✓		
	themes\Frontend\Bare\frontend\compare\col.tpl	✓	✓		

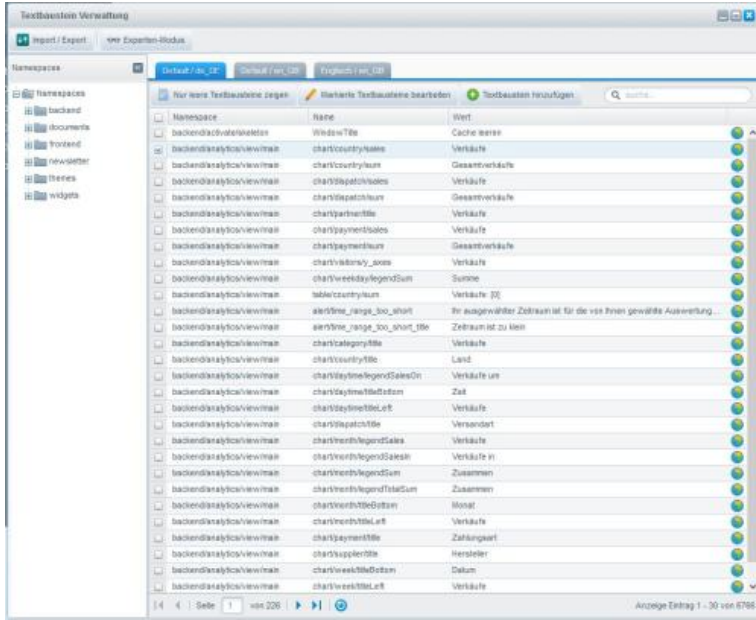
Falls die Dateien immer noch rot markiert werden, so entsprechen die von Dir getauschten Dateien nicht denen der original Version. Überprüfe, ob die richtige Shopware-Version heruntergeladen wurde. Updaten Sie ggfls. auf die aktuelle Shopware-Version und überprüfen Sie die Dateien erneut.

## Textbausteine

Um die Übersetzung und die Anpassung von Texten in Templates zu vereinfachen, benutzt Shopware Textbausteine, die im Template durch Smarty-Variablen abgerufen werden. Somit müssen für Änderungen des Textes keine Anpassungen am Template vorgenommen werden.

## Modifizieren von Textbausteinen

# Normaler Modus



Das Modul zur Pflege der Textbausteine des Shops befindet sich unter *Einstellungen > Textbausteine*. Nach Aufruf des Fensters erscheint die gesamte Übersicht aller vorhandenen Textbausteine aller Shops. Um den gewünschten Textbaustein zu lokalisieren, bestehen neben der Filterung der Textbausteine in der linken Navigation des Fensters, auch die Möglichkeit nach **Haupt- oder Subshop, leeren Textbausteinen** sowie direkt nach dem **Inhalt des Bausteins in der Suche** zu suchen.

Wenn der passende **Textbaustein gefunden** ist, kann man diesen über den **Editier-Stift** bearbeiten. Der entsprechende **Textbaustein** wird nun hervorgehoben. Du kannst diesen nun in dem Feld **Wert** anpassen. Nachdem Du den Textbaustein geändert hast, steht Dir nun der **Update-Button** zum Speichern zur Verfügung.

Damit die Änderungen an den Textbausteinen sichtbar sind, leerst Du nachfolgend den "Konfiguration + Template-Cache".

## Experten-Modus



Textbaustein erstellen

Locale: de\_DE

Shop: Demo Shop

Namespace:

Name:

Wert:

Speichern

Folgende Daten sind für die Anlage des Textbausteins erforderlich.

- **Locale:** Wähle hier aus, für welche Sprache der Textbaustein initial gepflegt werden soll. Weitere ggf. vorhandene Sprachen können nach der Anlage des Textbausteins ergänzt werden.
- **Shop:** Wähle hier aus, für welchen Shop der Textbaustein initial gepflegt werden soll. Weitere ggf. vorhandene Shops können nach der Anlage des Textbausteins ergänzt werden.
- **Namespace:** Der Namespace ist der Bereich, in dem der Textbaustein einsortiert werden soll. Es ist sinnvoll, den Textbaustein im passenden Modul abzulegen, da er so einfacher gefunden/identifiziert werden kann.
- **Name:** Wird z.B. als Variable verwendet, um den Textbaustein im Template einzubauen
- **Wert:** Inhalt des Textbausteins. Wird an dieser Stelle zunächst für die unter **Locale** und **Shop** ausgewählte Sprache und Shop gepflegt. Nachdem der Textbaustein erstellt wurde, können die Inhalte für weitere Sprachen und Shops im Textbaustein ergänzt werden.

## Import / Export von Textbausteinen

Textbaustein Verwaltung

Export

Format: SQL (Backup)

Export

Import

File: Bitte wählen Sie eine Datei. Datei wählen

Import starten

## Importieren & Aktualisieren von Textbausteinen

Du hast die Möglichkeiten neue Textbausteine zu importieren oder bereits bestehende Textbausteine mit einem Import zu verändern. Dies kannst Du ganz leicht mit einer CSV-Datei durchführen. Folgende Felder werden benötigt:

Feldbezeichnung	Erklärung
namespace	Name des Controllers
name	Name der Variable
value-de_DE-1	Deutscher Text/Inhalt
value-en_GB-1	Englischer Text/Inhalt

Nicht vorhandene Textbausteine werden angelegt, bereits vorhandene erhalten ein Update.

Bitte lege vor jeder Anpassung der Textbausteine ein Backup der Datenbank an! Im Standard solltest Du in jedem Fall die Datenbank Tabelle `s_core_snippets` sichern. Drittanbieter Plugins können unter Umständen weitere Tabellen nutzen.

## Exportieren von Textbausteinen

Natürlich kannst Du auch deine vorhandenen Textbausteine in verschiedene Formate exportieren. Hier stehen Dir **CSV (MS)**, **CSV (Trennzeichen)** und **SQL (Backup)** zur Verfügung. Letzteres kann für das Zurücksetzen der Textbausteine via SQL-Statement genutzt werden.

## Rückspielung der SQL-Datei

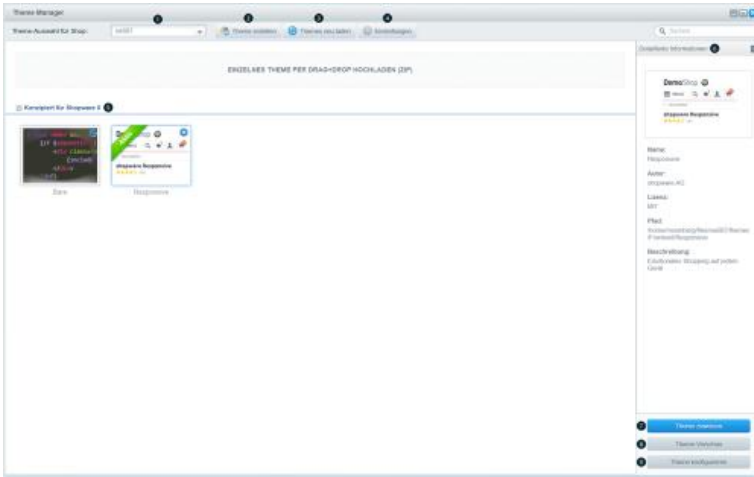
Falls die Textbausteine nicht mehr korrekt angezeigt werden, ist die Möglichkeit gegeben, den Stand wie vor dem Import der Textbausteine zurück zuspielden. Hierzu öffnet man sich die vor dem Import exportierte SQL-Datei und kopiert die SQL-Befehle aus dem Dokument. Im Anschluss muss die Datenbank geöffnet werden und der Dump über das SQL-Feld eingespielt werden. Nach der Änderung sollte der alte Stand der Textbausteine gegeben sein.

# Theme Manager

Die Storefront von Shopware ist individuell gestaltbar. Hierzu wurde in Shopware 5 ein komplett neuer Theme Manager entwickelt, welchen Du als eigenständiges Modul im Backend unter "*Einstellungen > Theme Manager*" finden kannst. In diesem Modul hast Du die Möglichkeit, das Aussehen Deiner Storefront in Farbe, Logo und Funktionen zu verändern.

Hinterlege Deine Änderungen niemals im original Bare oder Responsive Theme. Diese Anpassungen können bei einem Shopware Update überschrieben werden! Erstelle hierfür ein [eigenes Theme](#).

# Übersicht



**Shop-Auswahl (1):** Hier wählst Du den Shop aus, an dessen Theme Du Änderungen durchführen willst bzw. dessen zugewiesenes Theme Du ändern willst.

**Theme erstellen (2):** Mit dieser Funktion kannst Du ein neues Theme anlegen, welches entweder vom Responsive- oder vom Bare Theme ableiten kann. Weitere Informationen hierzu findest Du weiter unten im entsprechenden Abschnitt.

**Themes neu laden (3):** Hiermit kannst Du die Ansicht des Theme Managers aktualisieren.

**Einstellungen (4):** In den Theme Manager Einstellungen hast Du die Möglichkeit, den CSS und JS Compiler einzustellen. Zudem kannst Du hier einstellen, dass die Textbausteine im Frontend immer neu geladen werden, was vor allem in Entwicklungsumgebungen sinnig sein kann. Nähere Informationen zu den Einstellungsmöglichkeiten findest Du etwas weiter unten im entsprechenden Abschnitt.

**Konzipiert für Shopware 5 (5):** In dieser Kategorie findest Du alle Themes, die für Shopware 5 konzipiert wurden.

**Detaillierte Informationen (6):** Hier werden Dir Informationen über das ausgewählte Theme angezeigt.

**Theme zuweisen (7):** Hiermit weist Du das ausgewählte Theme dem im Menüpunkt **(1)** ausgewählten Shop zu. Nach der Zuweisung erscheint ein Popup, welches das Theme kompilieren und den HTTP-Cache leert, wir empfehlen, dies direkt zu tun, da der Theme Cache sonst beim ersten Aufruf des Frontends generiert wird, was den Seitenaufruf dann deutlich verlangsamt.

**Theme-Vorschau / Vorschau stoppen (8):** Hiermit kannst Du Dir das ausgewählte Theme in einer Vorschau ansehen bzw. eine aktive Vorschau beenden.

**Theme konfigurieren (9):** In der Theme Konfiguration hast Du die Möglichkeit, einige Einstellungen bezüglich auf Funktionen und Aussehen des Themes vorzunehmen. Nähere Informationen zu den Einstellungsmöglichkeiten findest Du [hier](#). Die Einstellungen, die Du hier vornimmst, werden nur für den



ausgewählten Shop **(2)** übernommen. Daher ist es nicht mehr zwingend nötig, mehrere Themes für mehrere Subshops zu erstellen. Bitte beachte, dass dieses Verhalten nur beim Bare und Responsive Theme zur Verfügung steht oder in Themes, die von diesen ableiten.

## Theme erstellen

**Name: (2)** Hier kannst Du den Namen angeben, der im Quelltext und als Verzeichnisname im Dateisystem verwendet wird.

**Kurzbeschreibung: (3)** Kurzbeschreibung bzw. Name, der im Theme Manager angezeigt wird.

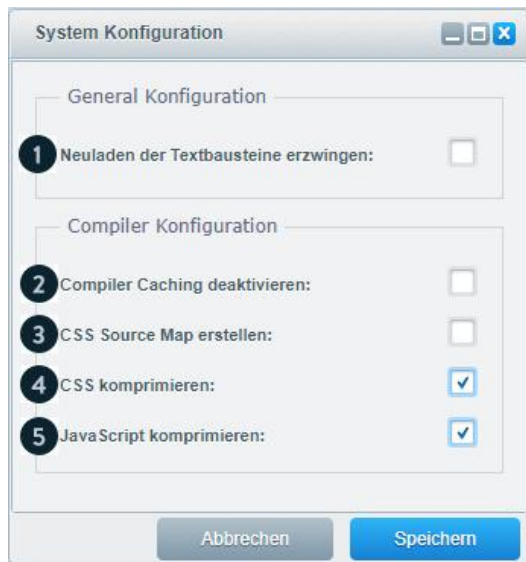
**Beschreibung: (4)** Hier kannst Du einen Beschreibungstext für Dein neues Theme hinterlegen.

**Autor: (5)** Hier kannst Du den Autor des neuen Themes angeben.

**Lizenz: (6)** Hier kannst Du die Art der Lizenz hinterlegen.

Nachdem Du alle Felder ausgefüllt hast, klicke auf "*Speichern*", um dein neues Theme zu erstellen.

## Einstellungen



**Neuladen der Textbausteine erzwingen: (1)** Durch das Aktivieren dieser Funktion kannst Du das Neuladen der Textbausteine erzwingen. Hierdurch ist es nicht mehr nötig, nach jeder Änderung an den Textbausteinen den Cache zu leeren. Aus Performancegründen solltest Du diese Funktion im Live Betrieb nicht verwenden.

**Compiler Caching deaktivieren: (2)** Durch die Deaktivierung des Compiler Cachings, werden die CSS- und JS-Dateien bei jedem Seitenaufruf neu generiert. Somit ist es nicht nötig nach jeder Anpassung den Theme Cache neu aufzubauen.

Das Aktivieren dieser Funktion ist sehr performancelastig und sollte nur für Entwicklungszwecke durchgeführt werden!

**CSS Source Map erstellen: (3)** Diese Funktion erstellt eine Verbindung zwischen den kompilierten CSS-Code und den LESS-Code her, was das Debugging von LESS-Code wesentlich vereinfacht.

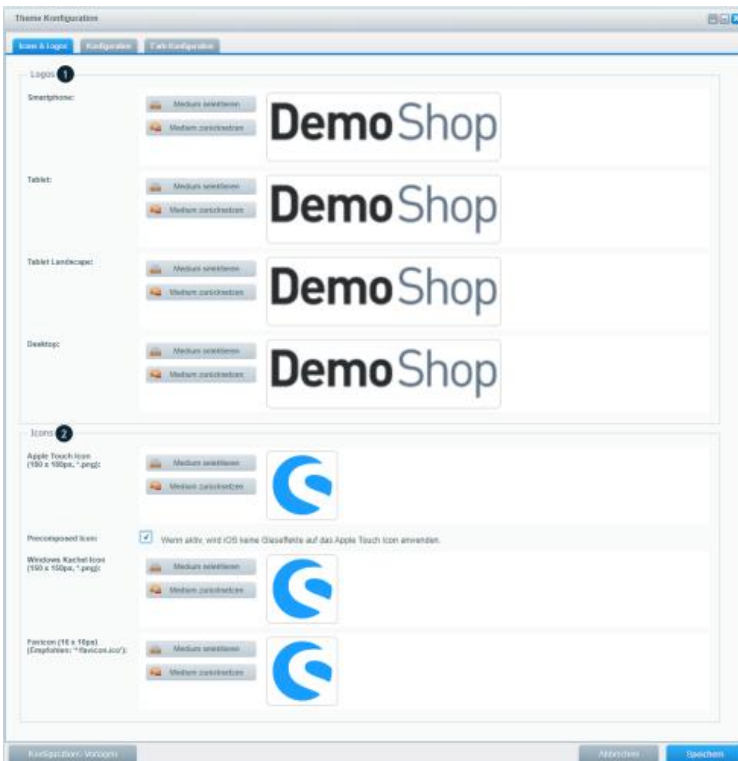


**CSS komprimieren: (4)** Ist diese Funktion aktiv, werden alle Whitespaces und Kommentare beim Kompilervorgang aus der CSS-Datei entfernt.

**JavaScript komprimieren: (5)** Ist diese Funktion aktiv, werden alle Whitespaces und Kommentare beim Kompilervorgang aus der JS-Datei entfernt.

## Theme konfigurieren

### Icons & Logos



**Logos (1):** Hier kannst Du für die einzelnen Viewports separate Logos definieren. Beachte bitte, dass für alle Breakpoints ein Logo hinterlegt werden muss, da es hier keinen Fallback gibt.

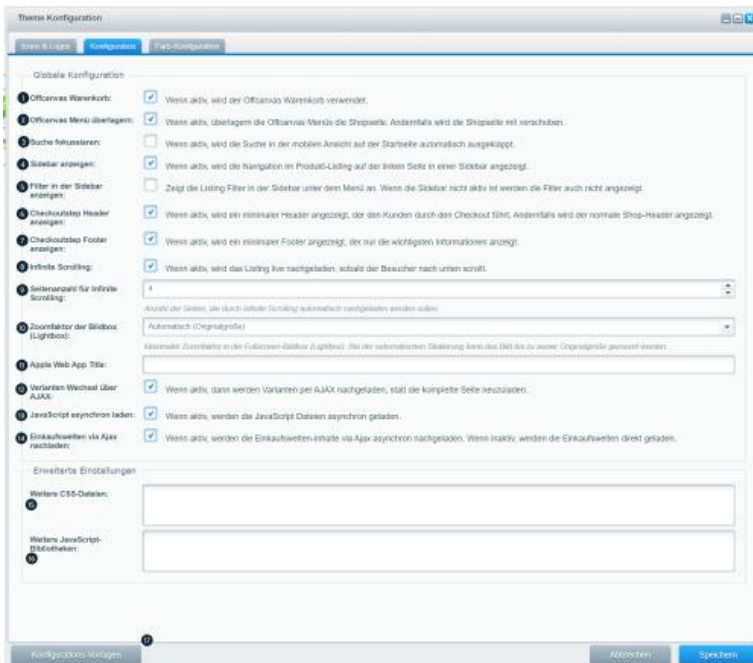
Die Logo Größe wird vom Container vorgegeben. Dieser räumt dem Logo den entsprechenden Platz ein. Der Logo-Container hat auf dem Desktop eine maximale Höhe von 80px und eine Breite von 300px. Das Logo passt sich unabhängig von der Größe der hochgeladenen Bilddatei immer dem Container an.

In einigen Browsern, wie z.B. dem Internet Explorer, kann es bei der Neuberechnung von Bildern auf Grund von fehlendem Antialiasing dazu kommen, dass das Bild unscharf dargestellt wird. Hierbei kann es helfen, das Bild direkt in der benötigten Größe hochzuladen, um eine Neuberechnung seitens des Browsers zu umgehen.

**Icons (2):** Hier kannst Du die Icons für Deinen Shop hinterlegen.

## Konfiguration

### Globale Konfiguration



**Offcanvas Warenkorb: (1)** Durch die Aktivierung dieser Konfiguration wird anstelle der Modalbox beim Hinzufügen eines Artikels in den Warenkorb der Offcanvas Warenkorb angezeigt. *Standard: aktiv*

**Offcanvas Menü überlagern: (2)** Wenn diese Konfiguration aktiv ist, wird beim Einblenden des Offcanvas Warenkorbs das Theme selbst nicht nach links verschoben. *Standard: aktiv*

**Suche fokussieren: (3)** Durch die Aktivierung dieser Konfiguration, wird die Suche im Mobile Viewport immer ausgeklappt angezeigt. *Standard: inaktiv*

**Sidebar anzeigen: (4)** Hier kannst Du einstellen, ob im Produktlisting die linke Kategorie-Navigation angezeigt werden soll oder nicht. *Standard: aktiv*

**Filter in Sidebar anzeigen: (5)** Hier kannst Du einstellen, ob der Eigenschaften-Filter auf der Kategorienseite zwischen der Kategoriebeschreibung und dem Listing oder unter dem linken Menü auftauchen soll.

**Checkoutstep Header anzeigen: (6)** Hier kannst Du bestimmen, welcher Header im Checkout angezeigt werden soll. Ist die Konfiguration aktiv, wird der minimale Checkout Header angezeigt. Wenn die Option inaktiv ist, wird der normale Header weiter verwendet. *Standard: aktiv*

**Checkoutstep Footer anzeigen: (7)** Hier kannst Du bestimmen, welcher Footer im Checkout angezeigt werden soll. Ist die Konfiguration aktiv, wird der minimale Checkout Footer angezeigt. Wenn die Option inaktiv ist, wird der normale Footer weiter verwendet. *Standard: aktiv*

**Infinite Scrolling: (8)** Durch Aktivieren dieser Konfiguration wird das Paging aus dem Produktlisting entfernt und die Artikel werden beim Scrollen nach unten automatisch nachgeladen. Infinite Scrolling funktioniert im Standard im Artikellisting, auf Herstellerseiten und im Suchergebnislisting. *Standard: aktiv*

**Seitenanzahl für Infinite Scrolling: (9)** Hier kannst Du einstellen, wie viele Seiten automatisch nachgeladen werden sollen. Ist die letzte Seite erreicht wird ein Button angezeigt, mit dem die nächste Seite geladen werden kann. *Standard: 4*

**Zoomfaktor der Bildbox (Lightbox): (10)** Hier kannst Du einstellen, wie weit in die Artikelbilder hineingezoomt werden kann. Bei der Einstellung **Automatisch** wird maximal bis zur nativen Größe hineingezoomt, bei den fixen Einstellungen kann es je nach Bildgröße dazu kommen, dass Bilder schwammig dargestellt werden, wir empfehlen daher "Automatisch". *Standard: Automatisch.*

**Apple Web App Title: (11)** Hier kannst Du einen Title angeben, der nur für die Apple Web App gilt. Ist dieses Feld leer, wird der Name des Shops verwendet.

**Varianten Wechsel über AJAX: (12)** Hier kannst Du definieren, ob der Variantenwechsel auf der Detailseite über AJAX und somit ohne Reload funktionieren soll, oder konventionell ohne AJAX. *Standard: Aktiv*

**JavaScript asynchron laden: (13)** Lädt JavaScript im Frontend asynchron.

Javascript asynchron laden

Ab Shopware 5.3, kann das kompilierte und minifizierte Javascript asynchron geladen werden. Das bedeutet, dass der Browser bereits nach Erhalt der HTML und CSS-Daten mit dem Seitenaufbau beginnt und dein Kunde den Inhalt schneller sehen kann. Wenn dann Javascript geladen wurde, wird die Seite vom Browser nochmal gerendert und aktualisiert. Diese Art und Weise kann den Pagespeed deines Shops verbessern. Wenn Du Shopware direkt installierst, ist diese Einstellung standardmäßig aktiv, wenn Du deinen Shop auf 5.3 geupdatet hast, ist dies erst einmal deaktiviert.

Falls Du eigenes Javascript in deinem Theme verwendest und es über den Shopware Compiler inkludierst, wirst Du nichts verändern müssen - Dein Code wird weiterhin wie gewohnt funktionieren. Solltest du dein Skript direkt im Template einbinden (zum Beispiel über script-Tags), könntest du Javascript-Fehler bekommen: Falls es hier Abhängigkeiten auf Shopwares Javascript oder auch bspw. auf jQuery gibt, könnte es vorkommen, dass dein eigener Code vor der Ausführung des asynchronen Scripts ausgeführt wird. Um dieses Risiko einer Race Condition abzumildern, führe deinen Code nach dem asynchronen Laden aus. Um dies einfacher zu machen, haben wir eine globale Callback Funktion hinzugefügt, weiterführende Informationen findest du dazu in unseren DevDocs.

**Einkaufswelten via Ajax nachladen(14):** Ist diese Option aktiv werden die Einkaufswelten über AJAX asynchron nachgeladen. Ist Sie inaktiv, erfolgt das Nachladen direkt.

## Erweiterte Einstellungen

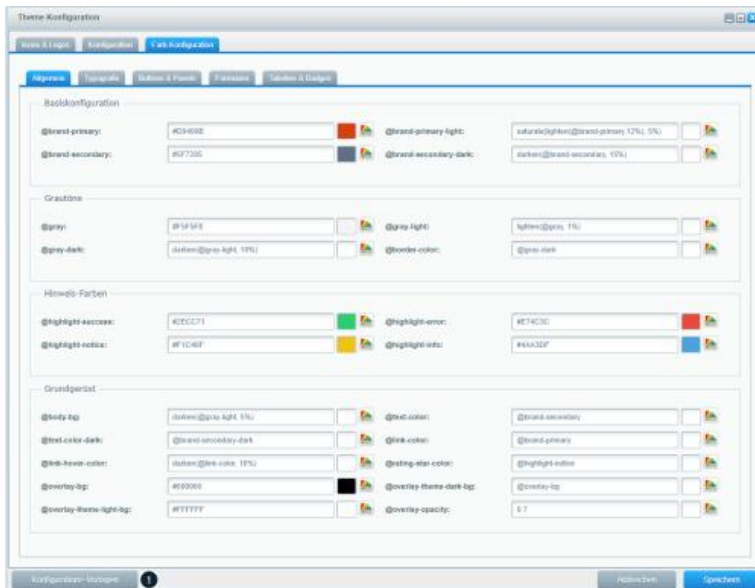
**Weitere CSS-Dateien: (15)** Das Feld dient dazu, CSS-Dateien von externen Diensten einzubinden, z.B. um Google Fonts einzubinden.

**Weitere JavaScript-Bibliotheken: (16)** Hier können externe Skripte eingebunden werden, z.B. für Google Analytics oder andere externe Dienste. Lokale Javascript Komponenten sollten jedoch mit Hilfe des \$javascript-Arrays eingebunden werden.

## Konfigurations-Vorlagen

**Konfigurations-Vorlagen: (17)** Durch klick auf den Button stehen voreingestellte Farb-Konfigurationen zur Auswahl.

## Farb-Konfiguration



In diesem Tab hast Du die Möglichkeit, Dein Theme in Farbe, Schriftart, Schriftgröße und Format individuell zu gestalten. Du kannst hier entweder alle Einstellungen manuell vornehmen oder Du lädst eine Konfigurations-Vorlage (1) mit einer vordefinierte Farbvariation. Eine Übersicht der einzelnen Einstellungsmöglichkeiten findest Du in der Stylecheatsheet.pdf im Anhang. Mit den Konfigurations-

Vorlagen hast Du die Möglichkeit, Vorlagen für Farbvariationen **(1)** oder verschiedene Theme Einstellungen zu laden.

Die Farb-Konfiguration arbeitet LESS-basiert, Du kannst also in allen Feldern mit LESS Code arbeiten und z.B. auch Felder untereinander referenzieren.

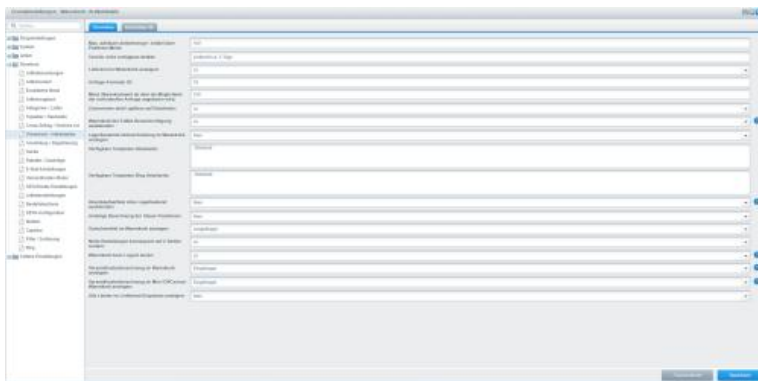
## Verfügbare Downloads

[Download Stylecheatsheet](#)

# Warenkorb / Artikeldetails

## Allgemeines

Übersicht der Einstellungen für die Artikeldetailseite und den Warenkorb:



- **Max. wählbare Artikelmenge / Artikel über Pulldown-Menü:** Die maximale Artikelmenge, die ein Kunde im Pulldown-Menü wählen kann.
- **Text für nicht verfügbare Artikel:** Text der ausgegeben wird, wenn ein Artikel einen Lagerbestand von "0" oder weniger besitzt (nur für Shopware 3.5 Templates relevant).
- **Lieferzeit im Warenkorb anzeigen:** Definiert, ob die Spalte "Verfügbarkeit" im Warenkorb für die hinterlegte Lieferzeit ausgegeben wird.
- **Anfrage-Formular ID:** Bitte hinterlege hier die ID des Warenkorb-Anfrage-Formulars (einsehbar unter **Inhalte > Formulare**).
- **Mind. Warenkorbwert ab dem die Möglichkeit der individuellen Anfrage angeboten wird:** Ab diesem Wert wird im Warenkorb die zusätzliche Option (es muss hier ein Wert >0 stehen, da ansonsten die Funktion "Frage zum Artikel?" auf der Artikeldetailseite ohne Funktion bleibt) "*Angebot anfordern*" angezeigt, worüber der Kunde eine individuelle Anfrage stellen kann.
- **Zoomviewer statt Lightbox auf Detailseite:** Stelle ein ob auf der Artikeldetailseite der Zoomviewer oder die Lightbox genutzt werden soll.

Für die Zoomfunktion wird immer das Bild in Originalgröße gezogen. Zu kleine Bilder werden hochskaliert und dadurch verständlicherweise unscharf angezeigt. Nutze die Zoomfunktion also nur bei qualitativ hochwertigen Bildern.

- **Warenkorb bei E-Mail-Benachrichtigung ausblenden:** Hier kannst Du entscheiden, ob der Warenkorb-Button auf der Artikeldetailseite, bei der Aktivierung der Funktion *E-Mail-Benachrichtigung* in den Stammdaten des Artikels, angezeigt werden soll.
- **Lagerbestands-Unterschreitung im Warenkorb anzeigen:** Bei Aktivierung dieser Funktion, wird eine Meldung im Warenkorb ausgegeben, dass der Lagerbestand unterschritten ist.
- **Verfügbare Templates Detailseite:** Hier definierst Du die Verfügbarkeit der Templates auf der Detailseite in der Storefront. Beispiel: Du hast Artikel, die Du ausschließlich in einer Katalog Darstellung ohne Bestellmöglichkeit darstellen möchtest oder aber, Du möchtest bei bestimmten Artikeln einen abweichenden Aufbau der Detailseite realisieren. (Standard: :Standard) Wie diese Option genutzt werden kann, findest Du hier: [Tutorial: Abweichendes Detailseiten-Template erstellen](#)
- **Verfügbare Templates Blog-Detailseite:** Hier definierst Du die Verfügbarkeit der Templates auf der Detailseite in der Storefront. Wie diese Option genutzt werden kann, findest Du hier: [Tutorial: Abweichendes Detailseiten-Template erstellen](#)
- **Abverkaufsartikel ohne Lagerbestand ausblenden:** Definiert, ob Abverkaufsartikel ohne Bestand weiter angezeigt werden sollen oder nicht. Beachte hierbei, dass sich diese Funktion durch den Einsatz von Caching verzögern kann.
- **Anteilige Berechnung der Steuer-Positionen:** Schalte hier die anteilige Steuerberechnung für Rabatte und Zuschläge im Checkout ein oder aus. Für den Fall dass Artikel mit unterschiedlichen Steuersätzen im Warenkorb landen (z.B. in Deutschland 7% und 19% Mehrwertsteuer) kann die Berechnung der einzelnen Steueranteile, bei Warenkorbrabatten oder Zahlartzuschlägen, anteilig für die jeweiligen Artikel erfolgen und ebenso ausgewiesen werden. In der Standardeinstellung ist diese Funktion deaktiviert.
- **Gutscheinfeld im Warenkorb anzeigen:** Legt fest, ob das Gutscheinfeld im Warenkorb angezeigt wird. Hierbei lässt sich angeben, ob es vollständig ausgeblendet ist oder ob es standardmäßig eingeklappt oder ausgeklappt angezeigt werden soll.
- **Netto-Bestellungen konsequent auf 2 Stellen runden:** Erzwingt bei Netto-Bestellungen konsequent auf zwei Nachkommastellen zu runden, um "Rundungsfehler" zu vermeiden.
- **Warenkorb beim Logout leeren:** Falls aktiv, wird der Warenkorb nach einem Logout geleert, andernfalls wird der Warenkorb beim Logout nicht geleert und bleibt für einen späteren Login erhalten
- **Versandkostenberechnung im Warenkorb anzeigen:** Hier kannst Du definieren, ob nicht angemeldete Besucher die Versandkostenberechnung im Warenkorb sehen sollen oder nicht.
- **Versandkostenberechnung im Mini-/OffCanvas-Warenkorb anzeigen:** Hierüber kannst Du die Versandkostenberechnung im direkt Mini-/OffCanvas-Warenkorb ermöglichen. Beachte hierbei bitte, dass die Option "Nein" dazu führt, dass keine Versandkosten ausgewiesen werden und nur eine Verlinkung auf die Versandkosten-Shopseite erfolgt.
- **Alle Länder im Lieferland-Dropdown anzeigen:** Ermöglicht die Anzeige aller Länder im Lieferland-Dropdown.

## Darstellung im Frontend

### Anteilige Berechnung der Steuer-Positionen

Wenn die Option **Anteilige Berechnung der Steuer-Positionen** aktiviert ist, werden Deinen Kunden die anteiligen Steuern (**1**) bei Rabatten und Zuschlägen im Warenkorb angezeigt.

Artikel	Anzahl	Enthaltene MwSt.	Summe
<b>7 %</b> Testartikel I - 7% MwSt <small>Artikel-Nr.: SW10002 Sofort versandfertig, Lieferzeit ca. 1-3 Werktage</small>	1	7,85 €	120,00 €
<b>19 %</b> Testartikel II - 19% MwSt <small>Artikel-Nr.: SW10005 Sofort versandfertig, Lieferzeit ca. 1-3 Werktage</small>	1	15,97 €	100,00 €
<b>%</b> Abschlag für Zahlungsart <small>(Anteilige Berechnung für unterschiedliche Mehrwertsteuersätze)</small>		7%: -0,39 € 19%: -0,80 €	-11,00 €
<b>%</b> -10 % Warenkorbrabatt <small>(Anteilige Berechnung für unterschiedliche Mehrwertsteuersätze)</small>		7%: -0,79 € 19%: -1,60 €	-22,00 €
		Summe:	187,00 €*
		Versandkosten:	10,00 €*
		<b>Gesamtsumme:</b>	<b>197,00 €</b>
		Gesamtsumme ohne MwSt:	175,48 €
		zzgl. 7 % MwSt:	7,85 €
		zzgl. 19 % MwSt:	14,90 €


**Zahlungspflichtig bestellen** >

## Versandkostenberechnung im Mini-/OffCanvas-Warenkorb anzeigen

Bei der Option **Versandkostenberechnung im Mini-/OffCanvas-Warenkorb anzeigen** gibt es drei verschiedene Auswahlmöglichkeiten, welche sich wie folgt im Warenkorb darstellen lassen.

### Nein:

[< Weiter einkaufen](#)



1× Hauptartikel mit Eigenschaften S

**19,99 €\***

Inhalt: 1 Stück

×

Zwischensumme:

**19,99 €**


inkl. MwSt. [zzgl. Versandkosten](#)

[Zur Kasse >](#)

[Warenkorb bearbeiten >](#)

### Eingeklappt:

[< Weiter einkaufen](#)



1× Hauptartikel mit Eigenschaften S

**19,99 €\***

Inhalt: 1 Stück

×

Zwischensumme:

19,99 €\*

**Versandkosten >**

3,90 €\*

**Gesamtsumme:**

**23,89 €\***

\*inkl. MwSt.

[Zur Kasse >](#)

[Warenkorb bearbeiten >](#)

### Ausgeklappt:



**< Weiter einkaufen**

 **1x** Hauptartikel mit Eigenschaften S X  
**19,99 €\***  
Inhalt: 1 Stück

---

Zwischensumme: 19,99 €\*  
Versandkosten: 3,90 €\*

**1. Lieferland:**  
Deutschland v

**2. Zahlungsart:**  
Vorkasse v

**3. Versandart:**  
Standard Versand v

**Gesamtsumme:** **23,89 €\***  
\*inkl. MwSt.

**Zur Kasse** >

Warenkorb bearbeiten >

## Inhaltstypen

Die Inhaltstypen ermöglichen es Dir, Backendmodule zu erstellen, über die Du eigene Inhalte pflegen und z.B. im Frontend ausspielen kannst. Denkbar ist es z.B., eine Liste mit verschiedenen Rezepten zu erstellen. In diesem Artikel zeigen wir Dir, welche Schritte dazu notwendig sind.

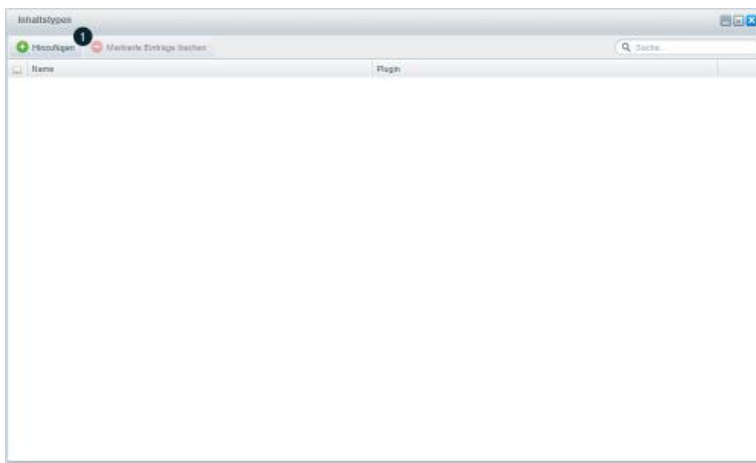
Um das Ganze noch besser zu verdeutlichen, findest Du am Ende ein konkretes [Beispiel](#) mit entsprechenden Screenshots.

## Anlegen eines neuen Inhaltstyps

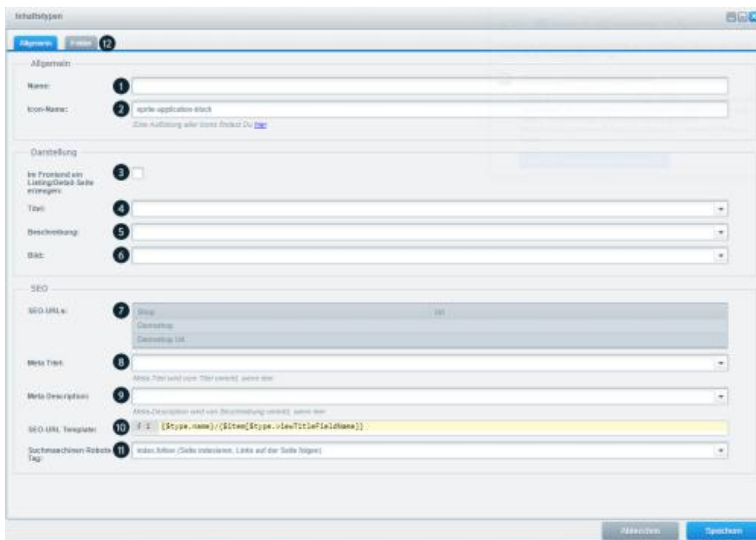
Bevor Du einzelne Seiten erstellen und mit Inhalt füllen kannst, ist es zunächst erforderlich das Grundgerüst für die Seiten zu definieren.

Wie Du dies manuell über das Backend vornimmst, beschreiben wir Dir hier. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit einen Inhaltstyp über ein eigenes Plugin bereitzustellen - wie dies möglich ist, erfährst Du in unserer Entwicklerdokumentation unter <https://developers.shopware.com/developers-guide/content-types>.

Um einen Inhaltstyp anzulegen, rufe zunächst das Modul unter **Einstellungen > Inhaltstypen** auf und klicke auf **Hinzufügen (1)**.



## Allgemeine Konfiguration



Im Bereich Allgemein kannst Du zunächst einen **Namen (1)** für den Inhaltstyp vergeben. Dieser wird im Backend unter *Inhalte* als Menüeintrag für den Inhaltstyp verwendet. Über diesen Menüeintrag kannst Du später die einzelnen Inhalte verwalten. Dies beschreiben wir näher im Abschnitt [Inhalte pflegen](#).

Außerdem wird der Name für den Seitentitel im Frontend verwendet, wenn Du die Funktion **Im Frontend ein Listing/Details-Seite erzeugen (3)** aktiviert hast.

Der **Icon-Name (2)** definiert das Symbol, das im Menü im Backend neben dem Namen angezeigt wird. Hierzu steht Dir eine große Auswahl an vordefinierten Icons zur Verfügung. Die Übersicht mit dem hier einzutragenden Namen findest Du unter <https://developers.shopware.com/designers-guide/backend-icons/>.

Für die Darstellung kannst Du folgende Punkte konfigurieren:

Zunächst legst Du fest, ob dieser Inhaltstyp **im Frontend ein Listing/eine Detail-Seite erzeugen soll (3)**. Wenn Du dies aktivierst, wird Dir unterhalb des Namens eine Infozeile eingeblendet, in der Du entnehmen kannst, wie die Inhaltsübersicht aufgerufen werden kann. Diesen Eintrag kannst Du dann z.B. in einer Kategorie verlinken, um Deinen Kunden den Aufruf per Klick auf diese Kategorie zu ermöglichen.

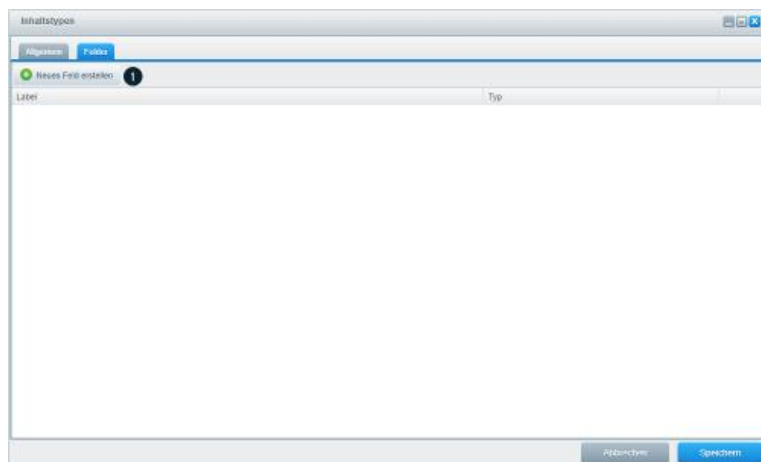
Bitte beachte, dass für die Generierung dieses Links der Initial vergebene Name verwendet wird. Du kannst den Namen zwar nachträglich ändern, die technische URL (Aufruf über die *shopware.php*) behält

jedoch den ursprünglichen Aufbau.

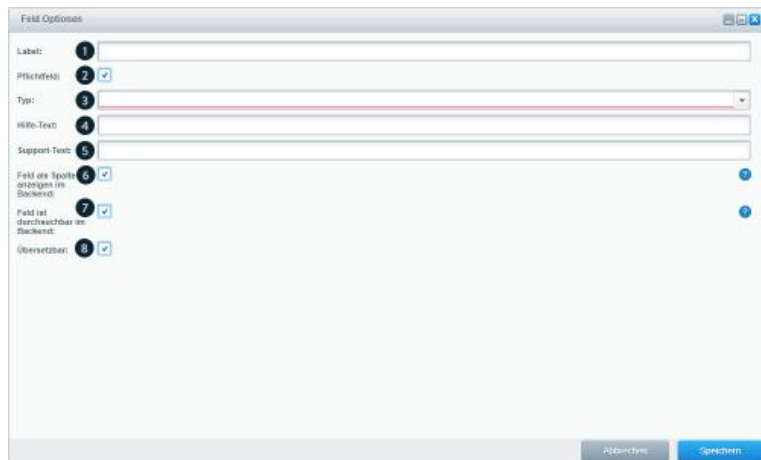
Die SEO-URLs werden jedoch bei einem Neuaufbau des SEO-Index umbenannt, wenn die entsprechende URL noch verfügbar ist.

In der Tabelle **Seo-URLs (7)** werden Dir die generierten Seo-URLs angezeigt, hierüber kannst Du die Seiten dann im Frontend aufrufen. Den Aufbau der Seo-URLs definierst Du über das **Seo-URL-Template (10)**. Wenn Du die Anzeige im Frontend aktivierst, sind die Angaben **Titel (4)**, **Beschreibung (5)**, **Bild (6)**, **Meta Title (8)** und **Meta Description (9)** verpflichtend. Beachte hierbei bitte, dass es notwendig ist, zunächst entsprechende Felder im Bereich **Felder (12)** anzulegen, um eine Auswahl treffen zu können. Dazu erfährst Du mehr im Abschnitt [Felder konfigurieren](#). Die DropDown-Liste **Suchmaschinen Robots Tag (11)** ermöglicht Dir festzulegen, ob Seiten indexiert oder nicht indexiert werden sollen und ob Links auf der Seite gefolgt oder nicht gefolgt werden sollen.

## Felder konfigurieren



Um ein Feld anzulegen, klicke auf **Hinzufügen (1)**, dadurch öffnet sich folgende Maske:



Das **Label (1)** dient der Bezeichnung des Felds. Es wird im Backend-Modul als Spaltenüberschrift genutzt (vorausgesetzt **Feld als Spalte anzeigen im Backend (6)** ist aktiv) und im Frontend als Überschrift für den jeweiligen Block verwendet.

Außerdem kannst Du definieren, ob für dieses Feld die Angabe **verpflichtend (2)** ist.

Über den **Typ (3)** legst Du fest, welches Datenformat für das Feld verwendet wird bzw. welchen Inhalt es

enthalten kann.

Der (optionale) **Hilfetext (4)** wird im Backend-Modul per Mouseover über ein blaues Fragezeichen-Symbol neben dem Feld angezeigt. Außerdem kann unter dem jeweiligen Feld zusätzlich ein **Support-Text (5)** angezeigt werden, der z.B. eine kurze Erklärung zu dem Feld bietet.

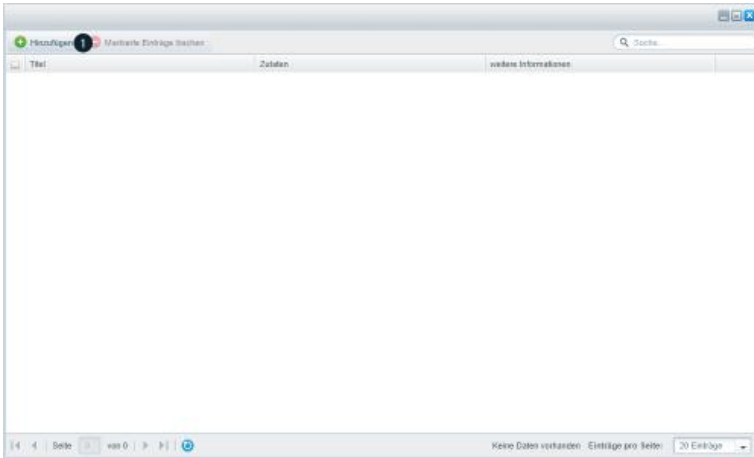
Gerade bei umfangreicheren Inhalten kann die Übersicht im jeweiligen Modul aufgrund der großen Spaltenzahl unübersichtlich werden, daher besteht die Möglichkeit, ein **Feld nicht als Spalte im Backend anzuzeigen (6)**. Der Inhalt des Feldes kann dann weiterhin normal gepflegt werden, wird jedoch nicht in der Backend-Übersicht angezeigt.

Außerdem ist es möglich, den Inhalt eines Feldes **von der Suche im jeweiligen Inhaltsmodul auszuschließen (7)**. Für jedes Feld kann konfiguriert werden, ob dieses **Übersetzbar (8)** ist. Hierbei geht es nur um den Inhalt des Feldes. Die weiteren Übersetzungsmöglichkeiten beschreiben wir im Abschnitt [Übersetzung](#).

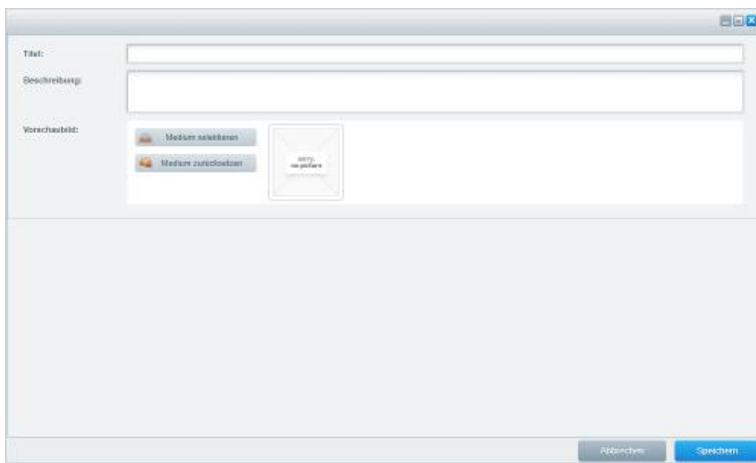
Nachdem Du Deine benötigten Felder angelegt und die im Reiter Allgemein notwendigen Angaben gemacht hast, kannst Du den Inhaltstyp speichern. Hierdurch wird nun ein neuer Eintrag im Menü Inhalte erzeugt (ggfs. ist der Eintrag erst korrekt sichtbar, wenn Du das Backend einmal neu geladen hast).

## Inhalte pflegen

Jeder angelegte Inhaltstyp stellt im Menü **Inhalte** einen eigenen Menüeintrag bereit, über den die einzelnen Inhalte gepflegt werden können.



Um einen Inhalt anzulegen, klicke auf den Button **Hinzufügen (1)**, es öffnet sich dann die Maske mit den einzelnen Feldern, die Du vorher bei der Anlage des Inhaltstyps definiert hast.



Nachdem Du die einzelnen Felder gefüllt und das Fenster gespeichert hast, wird eine entsprechende Inhaltsseite angelegt.

Im Frontend erreichst Du die Inhalts-Übersicht über die Url `dein-shop.de/name-des-inhaltstyps`, eine einzelne Inhaltsseite über `dein-shop.de/name-des-inhaltstyps/titel-des-inhalts`.

Wie dies im Detail aussieht, zeigen wir Dir im unten aufgeführten [Beispiel](#).

Bitte beachte, dass für die Anzeige der Bilder auf der Detailseite des einzelnen Inhalts Thumbnails verwendet werden. Sollten die Bilder, die Du verwenden möchtest, in einem Album der Medienverwaltung abgelegt sein, für die noch keine Thumbnailgrößen definiert sind, ist es erforderlich, diese anzulegen. Wie dies möglich ist, beschreiben wir in Dokumentation für den [Medien-Manager](#).

## Übersetzung

### Backend

Wenn Du einen Inhaltstyp anlegst und somit ein Backendmodul erstellt wird, ist dies im Backend zunächst nur in einer Sprache verfügbar. Um die Bezeichnungen der Felder auch für andere Sprachen verfügbar zu machen, werden beim Anlegen eines Feldes automatisch Textbausteine erstellt, über die Du dann die Übersetzung vornehmen kannst. Die Textbausteine sind je Inhaltstyp in einem eigenen Unterverzeichnis hinterlegt und Du findest sie in der Textbaustein Verwaltung unter `Namespaces/backend/custom"namedesmoduls"`.

Zusätzlich zur Bezeichnung des Feldes kannst du hier auch den Hilfe- und Support-Text anpassen. Um den Eintrag im Menü Inhalte zu übersetzen, steht unter `backend/index/view/main` der Eintrag `CustomNamedesModuls/index` zur Verfügung.

### Frontend

#### Feldinhalte

Wenn Du ein Feld für einen Inhaltstypen anlegst, kannst Du definieren, ob dieses Feld übersetzt werden kann. Aktivierst Du die Option, wird in dem entsprechenden Feld dann das (auch aus anderen Bereichen in Shopware bekannte) Globus-Symbol eingeblendet, worüber Du das Übersetzungsmodul für das Feld öffnen kannst. Hierüber ist es dann möglich für jeden Sprach- bzw. Subshop einen eigenen Inhalt anzulegen.

#### Textbausteine

In der Textbaustein-Verwaltung wird ebenso - wie für die Backendübersetzung - ein Bereich für

Textbausteine des Inhaltstyps im Frontend angelegt. Auch dieser trägt den Namen *custom"namedesinhaltstyps"* und ist unter *Namespace/frontend* zu finden.

In diesen Textbausteinen kannst Du u.A. Meta-Title und Meta-Description setzen.

Außerdem nimmst Du hier die Übersetzung des Namens vor, der im Frontend auf der Übersichtsseite des Inhaltstyps angezeigt wird. Hierzu ist es erforderlich, einen weiteren Textbaustein mit dem Namen *name* anzulegen und mit entsprechendem Inhalt zu pflegen.

Weitere Informationen zu den Textbausteinen findest Du unter <https://docs.shopware.com/de/shopware-5-de/einstellungen/textbausteine>

## Beispiel

Da bei der Verwendung der Inhaltstypen Einstellungen an mehreren Stellen vorgenommen werden, möchten wir dies mit einem Beispiel verdeutlichen. Es soll eine Seite mit Rezepten erstellt werden.

Das Grundmodul, über das die Rezepte angelegt werden, wird über Einstellungen > Inhaltstypen erstellt und konfiguriert. Hier kannst Du auch festlegen, welche Daten Du für die Rezepte pflegen möchtest und die entsprechenden Felder anlegen. Im Beispiel verwenden wir Titel, Beschreibung, Bild, Zutaten und Zubereitung.

Nachdem Du dies wie im Abschnitt [Anlegen eines neuen Inhaltstyps](#) beschrieben durchgeführt hast, kannst Du nun die einzelnen Rezepte anlegen. Dies ist im Menü Inhalte möglich. Hier ist nun ein neuer Eintrag mit dem Namen des Inhaltstyps (beispielhaft "Rezepte") vorhanden. Hierüber öffnest Du die Übersicht der angelegten Rezepte und kannst neue Rezepte hinzufügen. In dem Fenster für das Anlegen eines Rezepts siehst Du nun die einzelnen Felder, die Du vorab bei der Erstellung des Inhaltstyps definiert hast.

Für die Übersetzungen stehen hier folgende Textbausteineinträge zur Verfügung:

backend/index/view/main - CustomRezepte/index für den Eintrag im Menü Inhalte

backend/customrezepte/main enthält die Textbausteine für die einzelnen Einträge innerhalb des Backendmoduls

frontend/customrezepte/main stellt Textbausteine bereit, um im Frontend Metainformationen anpassen zu können.

## Ansichten

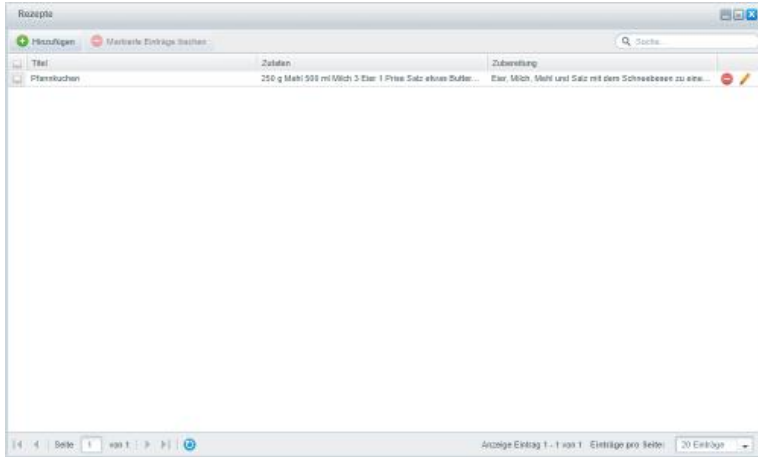
### Backend

Einstellungen > Inhaltstypen:

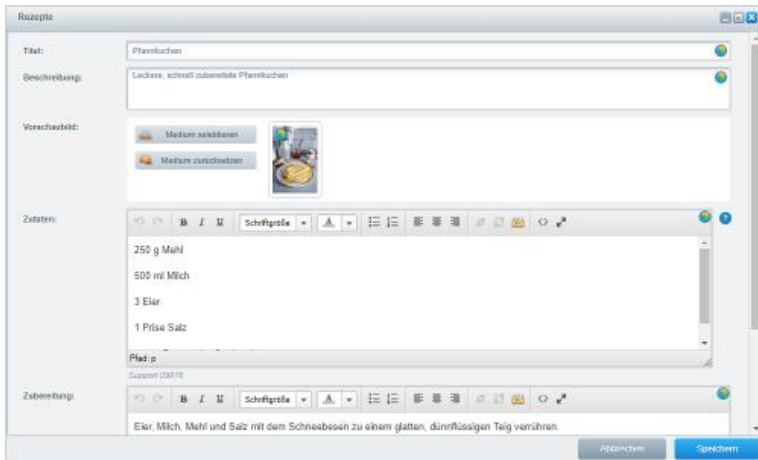




Inhalte > Rezepte:

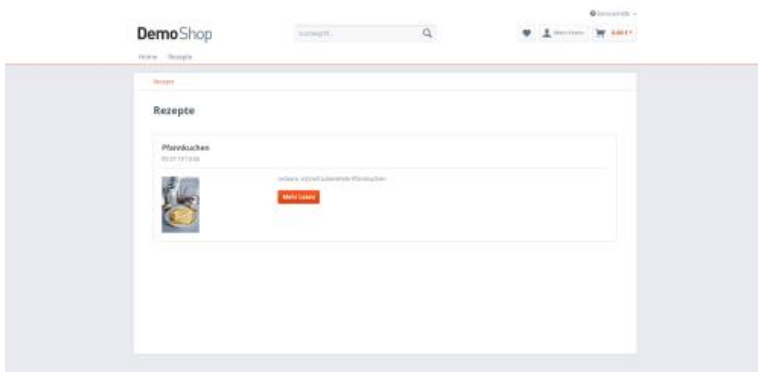


Rezepte > Details

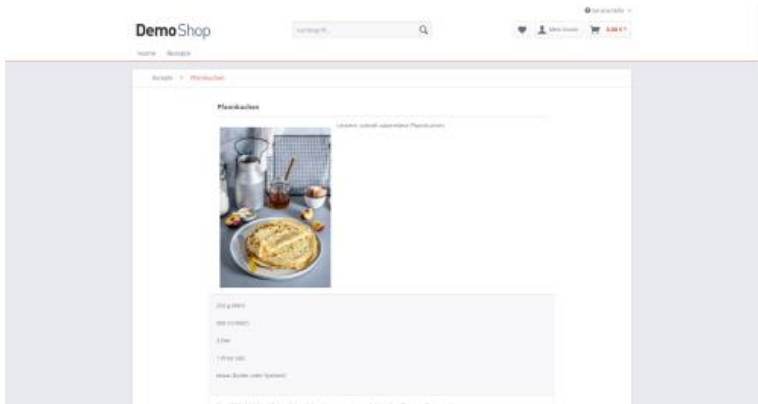


**Frontend**  
Übersicht:





Detailansicht:



# Import / Export

Du kannst in Shopware Deine Inhalte simpel und schnell über Importe pflegen und über Exporte an Schnittstellen oder Auswertungstools übermitteln.

In diesem Part unserer Dokumentation beschreiben wir Dir allgemein die Optionen, die Du für Importe und Exporte hast.

Außerdem gibt es für jedes importierbare Element nochmal genaue Beispiele inkl. Beispieldateien.

So kannst Du direkt loslegen und Deinen Shop mit Inhalten befüllen.

## Import/Export: Grundmodul

Mit Hilfe des Import / Exports Plugins lassen sich große Dateimengen mittels CSV oder XML importieren.

### Installation

Das Plugin "Shopware Import/Export" wird wie ein ganz gewöhnliches Plugin installiert.

Nach der Installation des Plugins solltest Du das Backend einmal neu laden, damit das Plugin in der Menüstruktur sichtbar ist. Gegebenenfalls leerst Du den Konfigurationscache und lädst die Seite nochmals neu. Das Plugin ist anschließend unter dem Menüpunkt "Inhalte" zu finden:



### Konfiguration des Plugins

Die Konfiguration des Plugins bietet aktuell die folgenden Einstellungen:

- Mit der Option **Mit Import/Export fortfahren, wenn ein Fehler auftritt** wird definiert, ob bei einem Fehler der Import abgebrochen werden soll, oder alternativ die fehlerhafte Zeile übersprungen wird.

- Der **Bildimport-Modus** legt fest, ob gleiche Artikelbilder mehrmals importiert werden sollen oder nur einmal.
- Die Option **Komma als Dezimal-Trennzeichen nutzen** legt fest, ob als Dezimaltrennzeichen ein Komma oder Punkt verwendet wird.

## Das Backend-Modul

Das neue Backend-Modul des Import/Exportes bietet Dir 4 Bereiche: Import, Export, Protokoll und die Profile.

## Import/Export-Manager

In diesem Bereich findest Du die Möglichkeit verschiedene Daten zu importieren oder zu exportieren, sowie die letzten Änderungen zu verwalten.

### Export

Im Export-Reiter kannst Du Exporte aus dem System im CSV oder XML Format vornehmen. Du wählst hier Dein zuvor angelegtes Profil und das Export-Format (CSV oder XML).

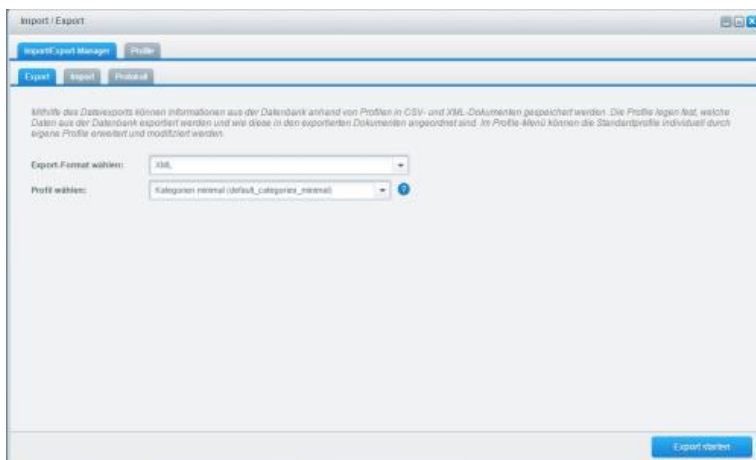
Abhängig vom Export-Typ (Artikel, Bestellungen, Kunde, Kategorien) werden ggf. zusätzliche Export-Optionen abgefragt, die die Exportierten Daten genauer einschränken.

Die einzelnen Filter-Möglichkeiten werden in den weiteren Artikeln zu den einzelnen Profiltypen genauer erläutert.

Sind die entsprechenden Einstellungen vorgenommen, kannst Du mit einem Klick auf den "Export"-Knopf den Export anstoßen. Hierbei erscheint zunächst ein Fenster mit der Anzahl der ermittelten Datensätze.

Ein Klick auf "Export starten" wird die Datensätze in eine Datei exportieren, die am Ende mit einem Klick auf "Herunterladen" auf dem eigenen PC gespeichert werden kann.

Wird die Datei erst später benötigt, kann Sie auch jeder Zeit im Reiter "Protokoll" heruntergeladen werden.



### Import

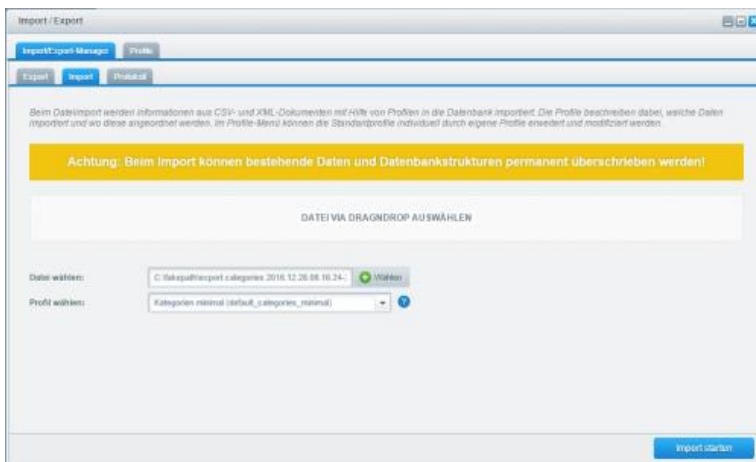
Im Reiter "Import" können bestehende XML und CSV-Dateien in das Shopware-System importiert werden. Die gewünschte Datei kann dabei via Drag'n'Drop in die dafür vorgesehene Zone gezogen oder über den Punkt "Datei wählen" vom lokalen PC ausgewählt werden.

Danach musst Du nur noch angeben, welches Profil für diese Datei angewendet wird. Hierbei musst Du unbedingt darauf achten, dass die Spaltennamen, bzw. XML-Knoten-Namen genau mit den im Profil bestimmten Spalten-Namen übereinstimmen.

Jetzt kann durch einen Klick auf "Import" der Import angestoßen werden. Auch hier öffnet sich zunächst ein Fenster, das die Anzahl der erkannten Datensätze zeigt und durch einen weiteren Klick auf den "Import" Button den eigentlichen Import startet.

Der Import erfolgt in kleinen Schritten, so dass auch langsame Server bei großen Importen nicht in einen Timeout laufen.

Wird ein Import abgebrochen, kann er im Reiter "Protokoll" bequem fortgesetzt oder beendet werden.

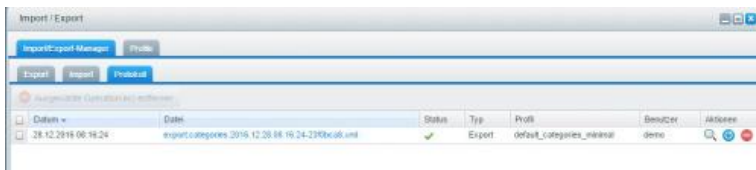


## Protokoll

In diesem Bereich findet sich eine Übersicht aller durchgeführten Operationen.

So können zuvor importierte Dateien jeder Zeit erneut eingespielt, heruntergeladen oder gelöscht werden. Gleichzeitig haben wir die Möglichkeit, abgebrochene Importe fortzusetzen oder einzusehen, wie viele Artikel importiert wurden.

Diese Ansicht ist also ein wertvolles Tool, um die vorgenommenen Import und Exporte im Blick zu behalten, die importierten Inhalte auch später noch nachzuvollziehen oder Fehler aufzuspüren.



## Profil

Der Reiter "Profil" ist das Herzstück des Import/Export-moduls. Ein Profil definiert das "Aussehen" eines Importes oder Exportes, oder auch die Verknüpfung (Mapping) zu den einzelnen Datenbank-Spalten. Das Import/Export-modul bietet bereits im Standard einige nützliche vorgefertigte Profile z.B. für die Artikelanlage, Kundenimport oder Bestellexporte.

Diese Standard-Profile kannst Du ausblenden indem Du die Checkbox "Standardprofile ausblenden" aktivierst, so bekommst Du nur Deine individuellen Profile angezeigt.

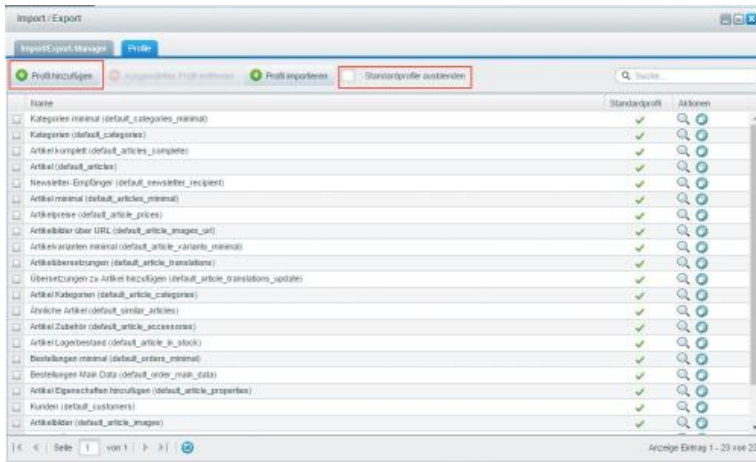
Du kannst allerdings auch ganz eigene Profile anlegen, welche genau auf Deine Anforderungen zugeschnitten sind.

Klicke zunächst auf "Profil hinzufügen", um ein neues Profil zu erzeugen. Dann wirst Du aufgefordert, einen Namen und ein Standard-Profil auszuwählen, auf welchem Dein eigenes Profil basiert.

Soll z.B. ein Artikel-Profil erzeugt werden, wählst Du als "Basierend auf" beispielsweise "Artikel minimal", den Namen kannst Du dann frei vergeben, Beispiel "Artikel - Shopware".

Nach einem Klick auf "Save" wird ein vorgefülltes Profil erzeugt, das bereits alle Felder des Basis Profils enthält.

Diesem kannst Du dann beliebig neue Spalten und Attribute hinzufügen, oder bestehende entfernen.

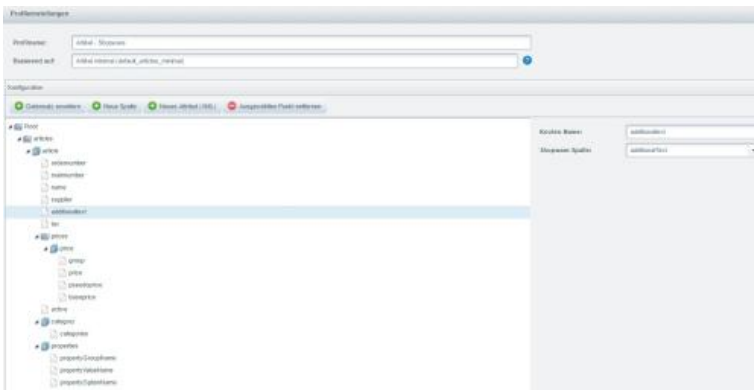


Auf der linken Seite im Profil-Fenster siehst Du nun einen Baum, der die XML-Datenstruktur wieder gibt. Wenn Du ein Feld auswählst (etwa: ordernummer), kannst Du rechts den Namen des Knotens innerhalb der XML / CSV bearbeiten - und diesen beispielsweise auch "bestellnummer" nennen, genauso wie die Spalte, bzw. der Knoten später in Deiner Datei heißen soll.

Darunter kannst Du wählen, aus welcher Shopware-Spalte der Knoten befüllt wird (in diesem Fall also "orderNumber").

Zur Auswahl stehen hier alle verfügbare Spalten des aktuellen Datentyps - da zuvor "Artikel" als Typ gewählt wurde, können hier also alle verfügbaren Artikel-Felder gewählt werden.

Welche Felder für die einzelnen Profiltypen verfügbar sind findest Du in den weiterführenden Wiki-Artikeln zu den jeweiligen Typen genau erläutert.



## Konfiguration des Profils

Über die Schaltflächen "Datensatz erweitern", "Neue Spalte" und "Neues Attribut (XML)" kannst Du dem Profil weitere Datenfelder hinzufügen.

Eine "Spalte" ist ein Datenfeld, das eine Information wie "Artikel-Name" beinhalten kann. Der anzuzeigende Datensatz einer Spalte wird über das Feld "Shopware-Spalte" ausgewählt, der Name der Spalte unter "Knoten-Name".

Neben Spalten gibt es in XML auch sogenannte "Attribute". Das sind Datenfelder, die in der Spalte selbst definiert werden können:

```
<meineSpalte meinAttribut="hallo">
  Welt
</meineSpalte>
```

Hier gibt es einen Knoten mit dem Namen "meineSpalte" und ein Attribut mit dem Namen "meinAttribut". Letztlich können Spalten und Attribute also gleichermaßen Daten beinhalten, es hängt von Deinen Erfordernissen und Schnittstellen ab, was Du verwenden willst.

Ein Datensatz schließlich ist ein spezielles Element für Datenfelder, von denen ein Artikel mehrere haben kann (sog. ToMany-Relationen).

Darunter fallen beispielsweise Preise, Kategorien oder Eigenschaften. Ein Datensatz hat einen Knoten-Namen (etwa "MeinePreise"), einen Adapter ("category" für Kategorien, "price" für Preise) und einen "Eltern-Schlüssel", über den beispielsweise ein Preis dem eigentlichen Artikel zugeordnet wird.

Der Datensatz selbst enthält zunächst keine Daten - werden ihm aber weitere Knoten und Attribute hinzugefügt, können hier nun die Datenfelder des entsprechenden Adapters ausgewählt werden - etwa der pseudoprice des jeweiligen Preises oder der Name der jeweiligen Kategorie.

Letztlich können Datensätze auch als "Unterprofile" verstanden werden, da Sie es erlauben, in einem Artikel-Profil weitere Informationen einzubinden, welche nicht direkt in den Artikel-Tabellen verfügbar wären.

Auf Datenbankebene ist der Datensatz wie ein join, also eine Verbindung zu einer weiteren Tabelle. Am Beispiel des "price"-Datensatzs wäre dies z.B. die Verbindung der Hauptartikel-Tabelle (s\_articles) zur Artikel-Preis-Tabelle (s\_articles\_prices).

Der Datensatz verschafft nur eine Verknüpfung der Tabellen, sorgt also dafür, dass die beiden Tabellen



## CSV

Um CSV-Dateien zu bearbeiten oder zu erstellen sollte ein Programm wie Open Office verwendet werden, welches in der Lage ist eine Datei in validem UTF-8 Format zu erzeugen. Aktuell ist Excel hierzu nicht gut geeignet, da dieses kein valides UTF-8 Format unterstützt. Bearbeitest Du eine Datei in Excel kann es zu Problemen mit Umlauten und Sonderzeichen kommen.

Sollte eine Datei doch einmal in einem Programm bearbeitet werden, welches kein UTF-8 unterstützt, so kann diese mit einem Programm wie Notepad ++ einfach korrigiert werden. Hierzu öffnest Du die nicht korrekt formatierte Datei in Notepad ++ und öffnest zusätzlich eine weitere leere Datei, für diese stellst du über das Menü Kodierung manuell UTF-8 ein. Nun kannst Du aus deiner eigentlichen Datei mit Strg-A und Strg-C den gesamten Text kopieren und mit Strg-V in die neue korrekt kodierte Datei einfügen. Diese neue Datei speicherst Du dann als .csv Datei wieder ab und kannst Sie korrekt kodiert in das System importieren.

## XML

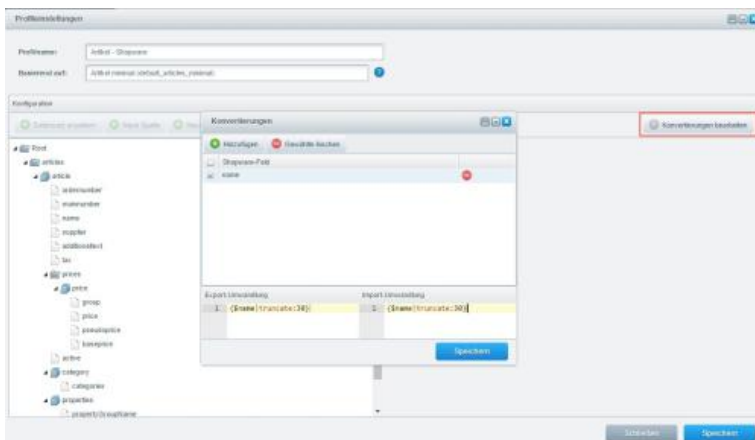
Für die Bearbeitung von XML-Dateien kannst Du ein beliebiges Programm nutzen. Wichtig hierbei ist nur, dass die Struktur und das Format der XML-Datei erhalten bleibt.

## Konvertierungen

Im Profil-Reiter des Moduls hast Du die Möglichkeit, Konvertierungen vorzunehmen. Damit kann der Feldinhalt bei Importen und Exporten unabhängig voneinander manipuliert werden.

Auf diese Weise kannst Du beispielsweise definieren, dass das "active"-Flag eines Artikels beim Export nicht als 0 oder 1 ausgegeben wird, sondern als "aktiviert" oder "deaktiviert". Für Importe können wir umgekehrt definieren, dass die Zeichenkette "aktiviert" als "1" und "deaktiviert" als "0" importiert werden soll.

Ebenso können Ersetzungen und andere Zeichenkettenoperation vorgenommen werden - auch mathematische Berechnungen und Bedingungen sind möglich.





Verwendet wird dazu die Smarty-Engine. Die Namen der zur Verfügung stehenden Felder können für das aktuelle Profil im Konvertierungs-Fenster eingesehen werden, nachdem ein neuer Eintrag hinzugefügt wurde:

In der Auswahlbox steht eine Liste aller Felder bereit, wie für Smarty üblich muss ein Dollar-Zeichen vor das bezeichnete vorangestellt werden, um darauf zu verweisen.

### **Namen auf 30 Zeichen kürzen**

```
{ $name | truncate:30 }
```

### **Preis um Faktor 10 erhöhen**

```
{math equation="x*10" x=$price}
```

### **Abfragen anderer Felder, Bedingungen**

```
{if $attributeAttr8 < 10}
  4
{else}
  $attributeAttr9
{/if}
```

### **"aktiviert" und "deaktiviert" statt des active-Flags ausgeben**

```
{if $active == 0}deaktiviert{else}aktiviert{/if}
```

## **Konsolenwerkzeuge & Cronjobs**

Das Import/Export-Plugin erlaubt es, Import und Exporte auch über die Kommandozeile vorzunehmen. Weiterhin kannst Du durch Ablegen von Importen in ein vorgegebenes Verzeichnis automatisierte Importe via Cronjob laufen lassen.

Aktuell ist ein Export von Bildern via CLI nicht möglich.

### **Konsolenbefehle**

#### **Profile anzeigen**

Für den Export und Import benötigst Du bestehende Profile.

Mit dem Befehl

```
php bin/console sw:importexport:profiles
```

kannst Du Dir eine Liste aller vorhandenen Profile ausgeben lassen.

## Export

Aus dem Shopware-Verzeichnis heraus kannst Du mit diesem Befehl Exporte vornehmen:

```
php bin/console sw:importexport:export
```

Hierfür musst Du die folgenden Parameter angeben:

- `-p/--profile`: Name des zu verwendenden Profils, etwa "Artikel - Shopware"
- `filepath`: Name der zu exportierenden Datei, etwa: "out.xml"

### Beispiel Standard Bestellungen:

```
php bin/console sw:importexport:export -p "default_orders"
```

### Beispiel erweitert mit Datum:

```
php bin/console sw:importexport:export --dateFrom "16-05-2021" -p "default_orders" out.xml
```

### Beispiel erweitert von/bis:

```
php bin/console sw:importexport:export --dateFrom "10-05-2021" --dateTo "15-05-2021" -p "default_orders"
```

Das Export-Format wird über die Endung der angegebenen Datei automatisch bestimmt, endet der Name also auf ".xml", wird automatisch nach XML exportiert, endet er auf ".csv", wird nach CSV exportiert.

```
php bin/console sw:importexport:export --dateFrom "01-05-2021" -p "default_orders"
```

Weitere mögliche Parameter sind:

- `-f/--format`: Um ein Ausgabeformat (CSV, XML) zu erzwingen
- `-x/--exportVariants`: Bei Artikeln: Varianten ebenfalls exportieren
- `-o/--offset`: Versatz
- `-l/--limit`: Limit
- `-u/-customerstream`: exportieren von ein customerstream
- `--dateFrom`: Datum von
- `--dateTo`: Datum bis
- `-c/-category`: exportieren von eine Kategorie
- `--productStream`: exportieren von ein Product stream

## Import

Um eine bestehende Datei in das System zu importieren lautet der Befehl:

```
php bin/console sw:importexport:import
```

Erwartet werden die Parameter:

- `-p/--profile`: Name des zu verwendenden Profils, etwa "Artikel - Shopware"
- `filepath`: Name der zu importierenden Datei

### Beispiel:

```
php bin/console sw:importexport:import -p "Artikel - Shopware" in.xml
```

, wobei sich der Dateipfad immer auf den aktuellen Ordner bezieht. Bist Du also im Shopware Stammverzeichnis und wählst "out.xml", so muss sich die Datei im gleichen Verzeichnis, also im Stammverzeichnis liegen.

Optional möglich:

- `-f/--format`: Importformat (CSV, XML) erzwingen

## Cronjobs

Das neue Import/Export-modul erlaubt es, CSV oder XML-Dateien in das Verzeichnis **files/import\_cron/** abzulegen.

Wenn der Cronjob im Standard ausgeführt wird, werden einmal am Tag alle Dateien aus dem Verzeichnis in das System importiert.

Die Dauer zwischen zwei Import-Vorgängen kannst Du natürlich in den Grundeinstellungen anpassen: (Informationen: [Cronjobs](#)).

Um eine dort abgelegte Datei zu importieren zu können, muss der Name des Profils im Dateinamen zwischen zwei Punkten vorhanden sein.

Für das Profil Artikel könnte dies z.B. so aussehen:

```
export.Artikel.Shopware.24.09.2014.csv
```

oder

```
Artikel.Shopware.csv
```

Die Importe können im Nachgang im Backendmodul unter "Protokoll" überprüft werden. Fehlgeschlagene Importe werden mit dem Präfix "broken-" im Verzeichnis **files/import\_export/** abgelegt.

Du kannst den Cronjob entweder direkt über die Konsole anstoßen indem Du z.B. einen Befehl wie diesen hier verwendest:

php shopware.php SwagImportExport/cron

Oder Du stößt den Cronjob über wget oder einen Browser-Aufruf an:

http://www.meine-domain.de/backend/SwagImportExportCron/cron

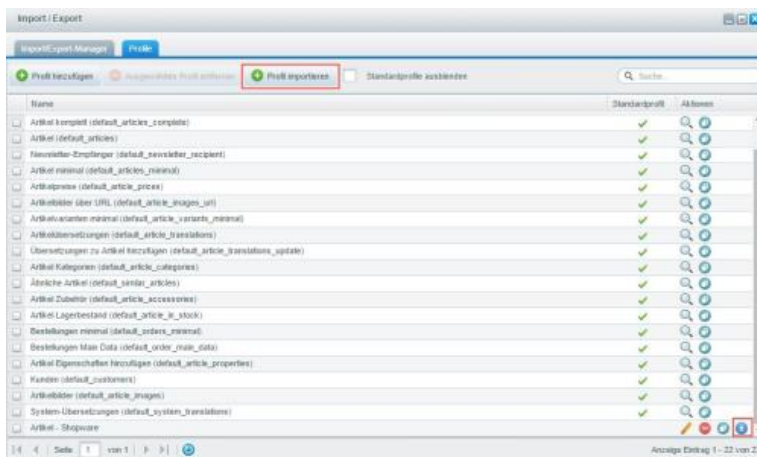
Ein Export der Daten ist ausdrücklich nur über die Shopware-Konsole möglich. Per Cronjobs können nur Importe durchgeführt werden!

## Ein Profil exportieren/importieren

Im Import/Export-modul gibt es die Möglichkeit erstellte Profile zu importieren, welche Du zuvor als JSON Datei exportiert hast.

Hierzu kannst Du die Schaltfläche "Profil importieren" im Reiter Profile nutzen.

Ein Profil kannst Du über den blauen Export-Button direkt in der Profil-Zeile exportieren.



## Import/Export: Artikel

### Artikel

Beim Importieren von Artikeln musst Du beachten, dass jeder Artikel einen Namen, Artikelnummer, Hersteller, Steuersatz und einen Preis benötigt um als korrekter Datensatz angelegt zu werden. Außerdem sollte beachtet werden, dass Verknüpfungen zu anderen Artikeln nur möglich sind, wenn es diese bereits im System gibt.

### Allgemeine Hinweise

Die csv-Datei muss UTF8 codiert sein. Bevor ein Import in das Live-System vorgenommen wird, sollte ein Datenbankbackup vorgenommen werden. In jedem Fall empfiehlt sich auch den Import zuvor in einer Testumgebung oder im Staging-System zu prüfen.

# Basis Artikel

Beim Import von Artikeln müssen wir unterscheiden zwischen der Aktualisierung und der Neuanlage von Artikeln. Bei der Aktualisierung müssen nur die Pflichtfelder ordernumber, mainnumber und der Preis vorhanden sein, sowie die zu aktualisierenden Felder. Für die korrekte Neuanlage müssen auch die Felder supplier, name, tax, price gefüllt werden. Um den Artikel korrekt im Frontend anzuzeigen sollte diesem direkt eine Kategorie zugewiesen, sofern diese bereits bekannt ist, und das Kennzeichen active auf 1 gesetzt werden. Erst dann wird der erstellte Artikel korrekt im Frontend und Backend angezeigt.

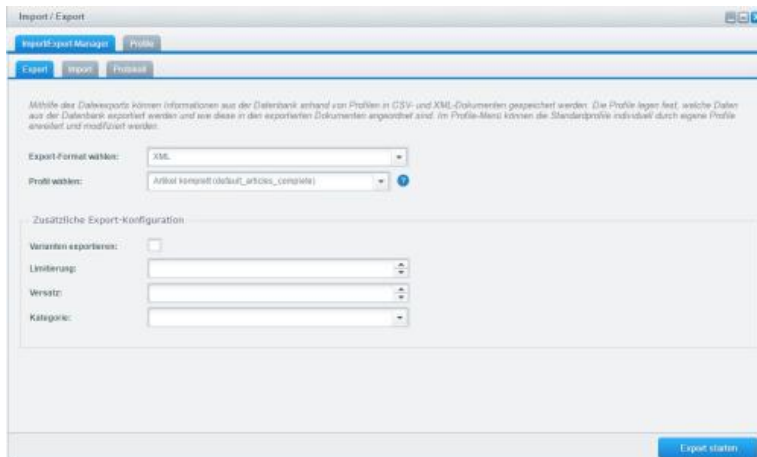
Die Funktion **Export von Artikeln** bietet zusätzlich folgende Filtermöglichkeiten:

**Varianten exportieren:** Sollen Varianten exportiert werden Ja/Nein

**Limitierung:** Nur die gegebene Anzahl an Artikeln exportieren

**Versatz:** Nach der gegebenen Anzahl an Artikeln den Export beginnen

**Kategorie:** Nun Artikel aus der gegebenen Kategorie exportieren



## Unterstützte Felder inkl. Beschreibung

Datensatz: Article

Feldname	Beschreibung	Gültige Werte	Besonderheiten
articleID	Artikel ID, dieses Feld ist der Datenbank Primary Key und muss zwingend einmalig sein!	numerisch	Optional

name	Artikel-Name	Text	Pflichtfeld für Neuanlage
description	Kurzbeschreibung des Artikels	Text	Optional
descriptionLong	Lange Beschreibung des Artikels	Text	Optional
date	Einstellungsdatum	Datum	Optional
pseudoSales	Pseudo Verkäufe	numerisch	Optional
topSeller	Topseller	boolean	Optional
metaTitle	Meta-Titel	Text	Optional
keywords	Keywords	nText	Optional
changeTime	Änderungsdatum	Datum	Optional
priceGroupId	ID der Preisgruppe	numerisch	Optional, auszulesen aus s_core_pricegroups
priceGroupActive	Preisgruppe aktiv	boolean	Optional
lastStock	Abverkauf	boolean	Optional
crossBundleLook	crossBundleLook	boolean	Optional
notification	Email-Benachrichtigung	boolean	Optional
template	Template	Text	Optional
mode	Modus	numerisch	Optional
availableFrom	Verfügbar ab	Datum	Optional
availableTo	Verfügbar bis	Datum	Optional

supplierId	Hersteller-Id	numerisch	Optional
supplierName	Hersteller	Text	Pflichtfeld bei Anlage
taxId	Steuer-ID	numerisch	Optional
tax	Steuersatz	Text	Pflichtfeld bei Anlage
filterGroupId	Eigenschaften-Gruppe-ID	numerisch	Optional
filterGroupName	Eigenschaften Gruppe	Text	Optional
variantId	Artikel-Detail ID	numerisch	Optional
ordernumber	Artikelnummer	alphanummerisch	Pflichtfeld
mainnumber	Artikelnummer des Hauptartikels	alphanummerisch	Pflichtfeld
kind	Typ	numerisch	Optional
additionalText	Zusatztext für Varianten	Text	Optional
inStock	Bestand	numerisch	Optional; Bitte nutze niemals dieses Feld bei Importen, wenn Du Shopware ERP powered by Pickware nutzt sondern die Pickware-Profiltypen
active	Aktiv	boolean	Optional
stockMin	Mindestbestand	numerisch	Optional
weight	Gewicht	numerisch	Optional
position	Position	numerisch	Optional
width	Weite	numerisch	Optional

height	Höhe	numerisch	Optional
length	Länge	numerisch	Optional
ean	EAN	Text	Optional
unitId	Maßeinheit ID	numerisch	Optional
purchaseSteps	Staffelung	numerisch	Optional
minPurchase	Mindestabnahme	numerisch	Optional
maxPurchase	Maximalabnahme	numerisch	Optional
purchaseUnit	Kaufeinheit	numerisch	Optional
referenceUnit	Grundeinheit	numerisch	Optional
PackUnit	Verpackungseinheit	Text	Optional
releaseDate	Veröffentlichungs-Datum	Datum	Optional
shippingTime	Lieferzeit	numerisch	Optional
shippingFree	Versandkostenfrei	boolean	Optional
supplierNumber	Hersteller-Nummer	Text	Optional
purchasePrice	Einkaufspreis	numerisch	Optional
attributeAttr#(1-20)	Attributfeld	Text	Optional

## Minimaler Import zur Artikelanlage

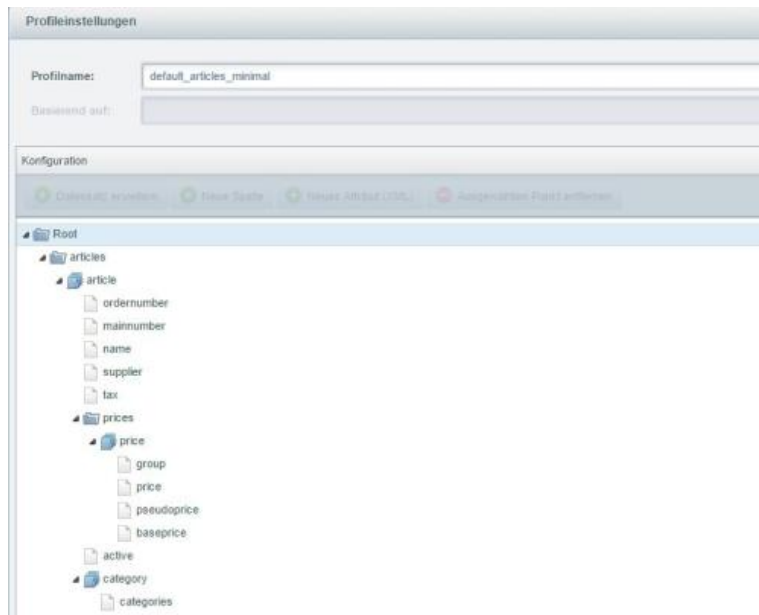
Dieser Import enthält nur die wichtigsten Felder um einen Artikel-Import durchzuführen (ordernumber, mainnumber, supplier, name, tax, price). Sobald diese Felder beinhaltet sind kann ein Artikel neu angelegt werden, zur Korrekten Anzeige im Frontend sollten noch eine Kategorie und das Feld "Aktiv" gefüllt werden.



Das Profil zu diesem Import kannst Du aus der Liste der Standard-Profile auswählen unter dem Namen "Artikel minimal (default\_articles\_minimal)".

Eine Beispiel XML-Datei findest Du hier: [ArticleMinimal.xml](#)

Eine Beispiel CSV-Datei kannst Du hier finden: [AricleMinimal.csv](#)



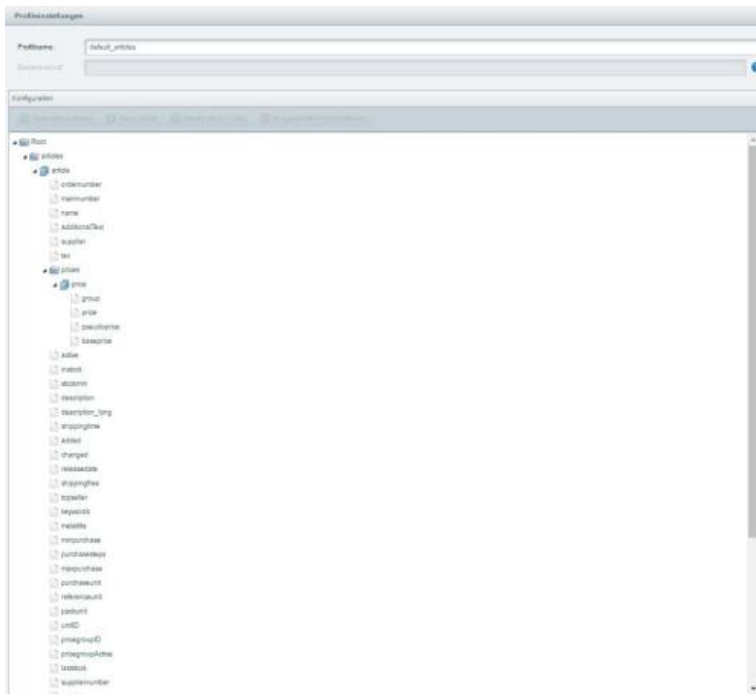
## Standard Profil

Dieses Profil liefert alle Felder, welche für eine Neuanlage eines Artikels benötigt werden, sowie die meisten sinnvollen Detail-Felder. Sofern Eigenschaften, Übersetzungen oder Bilder mit im-/exportiert werden sollen müssen diese über die jeweiligen Datensätzen hinzugefügt werden.

Das Profil zu diesem Import kannst Du aus der Liste der Standard-Profile auswählen unter dem Namen "Artikel (default\_articles)".

Eine Beispiel XML-Datei findest Du hier: [Article.xml](#)

Eine Beispiel CSV-Datei kannst Du hier finden: [Article.csv](#)



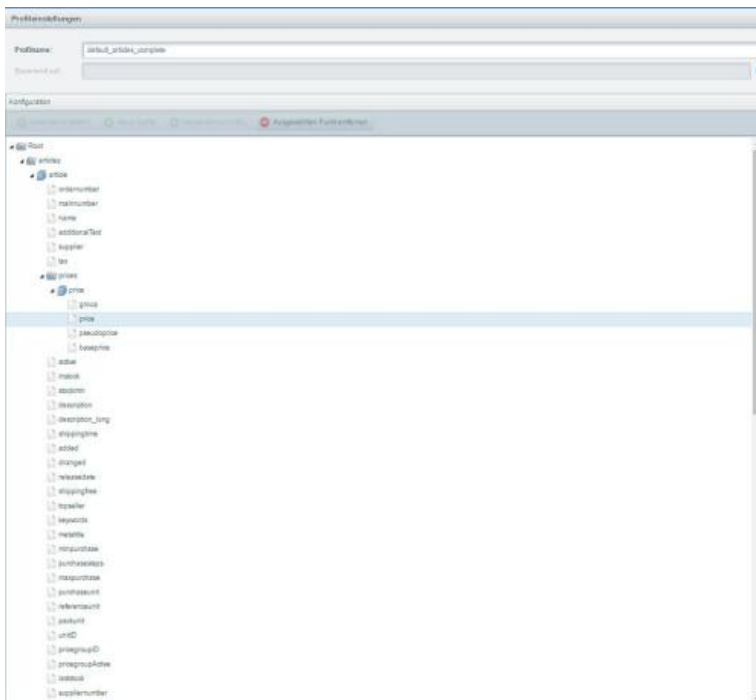
## Artikel komplett

Dieses Profil enthält alle möglichen sinnvollen Felder und erweiterten Datensätze wie Preise, Varianten, Eigenschaften usw.

Das Profil zu diesem Import kannst Du aus der Liste der Standard-Profile auswählen unter dem Namen "Artikel komplett (default\_articles\_complete)".

Eine Beispiel XML-Datei findest Du hier: [ArticleComplete.xml](#)

Eine Beispiel CSV-Datei kannst Du hier finden: [ArticleComplete.csv](#)



# Varianten

Bei der Anlage von Varianten ist zu beachten, ob Varianten zu einem bestehenden Artikel hinzugefügt werden, oder ob ein neuer Artikel angelegt wird, welcher Varianten haben soll. Es ist nicht möglich Varianten über einen Import zu entfernen, oder bestehende Nicht-Varianten-Artikel zu einem Varianten-Artikel zusammenzufügen. Ob eine Variante die Vorauswahl ist oder nicht wird durch den Knoten "kind" bestimmt, dieser kann den Wert 1 für die Vorauswahl und 2 für alle weiteren Varianten haben. Es darf immer nur eine Variante bei kind eine 1 erhalten, also Vorauswahl-Variante sein.

## Unterstützte Felder inkl. Beschreibung

Datensatz: Configurator

Feldname	Beschreibung	Gültige Werte	Besonderheiten
variantId	Artikel-Detail ID	numerisch	Optional
configOptionId	Options-ID	alphanummerisch	Optional
configOptionName	Optionsname	Text	Pflichtfeld
configOptionPosition	Position der Option	numeric	Optional
configGroupId	Gruppen-ID	numerisch	Optional
configGroupName	Gruppen-Name	Text	Pflichtfeld
configGroupDescription	Beschreibung der Gruppe	Text	Optional
configSetId	Set-ID	numerisch	Optional
configSetName	Set-Name	Text	Optional
configSetType	Set-Type	numerisch	Optional

## Artikelvarianten Neuanlage Minimal

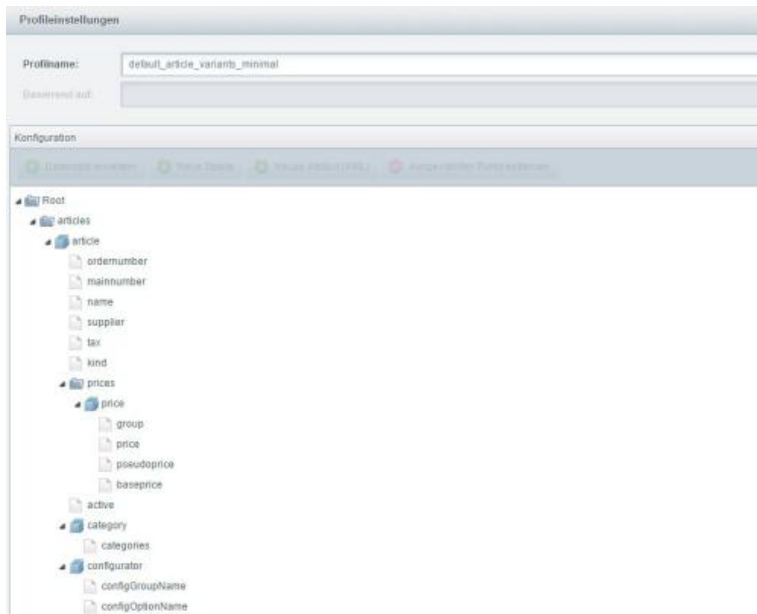
Um einen Varianten-Artikel zu erstellen, muss zusätzlich der Datensatz **configurator** hinzugefügt werden (im Standardprofil enthalten). Wichtig sind hier vor allem die Knoten **configuratorGroupName** und **configuratorOptionName** die im CSV-Export zu einer gemeinsamen Spalte **configuratorOptions** zusammengesetzt werden. Der Aufbau ist hier so: Gruppe:Option. Bitte beachte auch die Hinweise zu

möglichen Fehlerquellen weiter unten.

Das Profil zu diesem Import kannst Du aus der Liste der Standard-Profile auswählen unter dem Namen "Artikelvarianten minimal (default\_article\_variants\_minimal)".

Eine Beispiel XML-Datei findest Du hier: [ArticleVariantsMinimal.xml](#)

Eine Beispiel CSV-Datei kannst Du hier finden: [ArticleVariantsMinimal.csv](#)



## Bilder

Um Bilder zu importieren dient der Datensatz **image**. Es ist zu unterscheiden, ob ein Bild via URL oder ein Bild aus dem Media Manager importiert werden soll.

Aktuell ist ein Export von Bildern via CLI nicht möglich.

## Unterstützte Felder inkl. Beschreibung

Datensatz: Image

Aktuell können sowohl bestehende Bilder aus der Medienverwaltung über diesen Datensatz zugewiesen werden, als auch neue Bilder angelegt werden. Für einen separaten Bildimport muss das Profil **article images** genutzt werden, welches zusätzliche Bildoptionen bietet.

Feldname	Beschreibung	Gültige Werte	Besonderheiten
id	id aus s_article_images	numerisch	Optional
variantId	Artikel-Detail ID	numerisch	Optional

articleId	Artikel-ID	numerisch	Optional
path	Name des Artikelbildes	Text	Optional
imageUrl	HTTP-Link zum Bild	Text	Erforderlich bei Neuanlage des Bildes
main	Vorschaubild	boolean	Pflichtfeld
mediaId	mediaID	numerisch	Pflichtfeld, Auszulesen aus der s_media
thumbnail	Thumbnail	numerisch	Optional

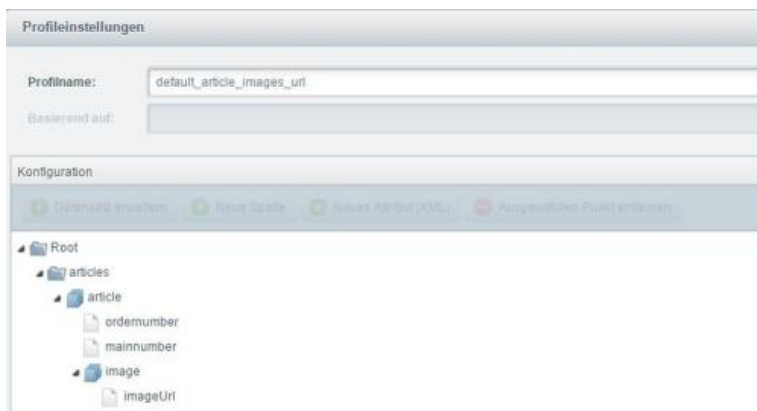
## Bild über HTTP-Link hinzufügen

Um einem bestehenden Artikel ein Bild über einen HTTP-Link hinzu zu fügen, kann dieses Profil verwendet werden.

Das Profil zu diesem Import kannst Du aus der Liste der Standard-Profile auswählen unter dem Namen "Artikelbilder über URL (default\_article\_images\_url)".

Eine Beispiel XML-Datei findest Du hier: [ArticleImageURL.xml](#)

Eine Beispiel CSV-Datei kannst Du hier finden: [ArticleImageURL.csv](#)



## Similar/ Ähnliche Artikel

Der Datensatz **similar** ist für die ähnlichen Artikel zuständig. Die Verknüpfung erfolgt hier über die Spalte "ordernumber", also die Artikelnummer des Produktes.

## Unterstützte Felder inkl. Beschreibung

Datensatz: Similar

Feldname	Beschreibung	Gültige Werte	Besonderheiten
ordernumber	Bestellnummer des Artikels	alphanummerisch	
mainnumber	Bestellnummer des Hauptartikels	alphanummerisch	
similarId	Artikle-ID des/der ähnlichen Artikel	numerisch	Optional (mehrere Artikel werden mit einem Pipe getrennt)

## Minimal zuweisen von Similars zu bestehendem Artikel

Dieses Profil kann verwendet werden, wenn einem bestehenden Artikel, in diesem Beispiel SW10002.3, ein bestehender ähnlicher Artikel zugewiesen werden soll.

Das Profil zu diesem Import kannst Du aus der Liste der Standard-Profile auswählen unter dem Namen "Ähnliche Artikel (default\_similar\_articles)".

Eine Beispiel XML-Datei findest Du hier: [ArticleSimilar.xml](#)

Eine Beispiel CSV-Datei kannst Du hier finden: [ArticleSimilar.csv](#)



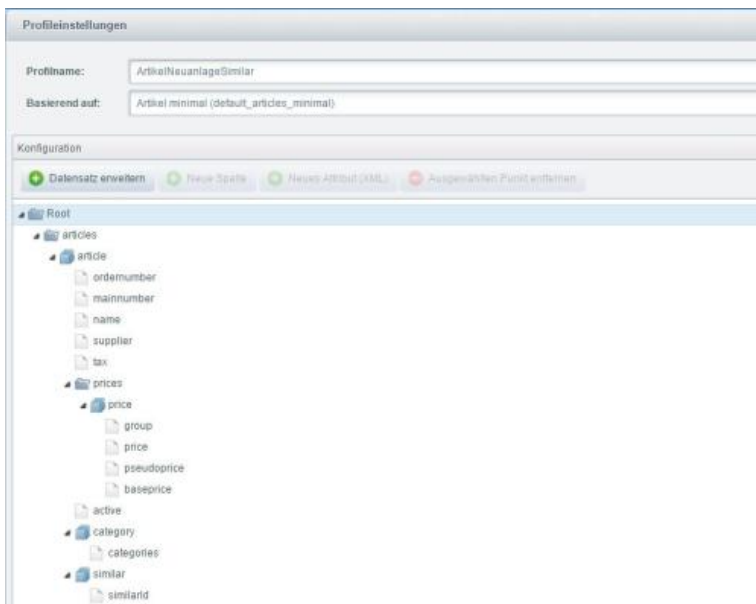
## Neuanlage von Artikel und ähnlichem Artikel

In diesem Profil werden zwei neue Artikel erstellt, zwischen denen eine Ähnliche-Artikel-Beziehung besteht. Hier muss zunächst der ähnliche Artikel erstellt werden, damit dieser dem zweiten neuen Artikel zugewiesen werden kann.

Das Profil für diesen Import kann hier heruntergeladen werden: [ArticleNewSimilar.json](#)

Eine Beispiel XML-Datei findest Du hier: [ArticleNewSimilar.xml](#)

Eine Beispiel CSV-Datei kannst Du hier finden: [ArticleNewSimilar.csv](#)



## Zubehörartikel

Mithilfe des Datensatzs **accessory** kannst Du Zubehörartikel importieren. Auch hier wird die Bestellnummer als Referenz verwendet.

### Unterstützte Felder inkl. Beschreibung

Datensatz: Accessory

Feldname	Beschreibung	Gültige Werte	Besonderheiten
accessoryId	Accessory-ID	numerisch	Optional
ordernumber	Bestellnummer	alphanummerisch	Bestellnummern der Zubehör-Artikel mit einem Pipe getrennt
articleId	Artikel-ID	numerisch	Optional

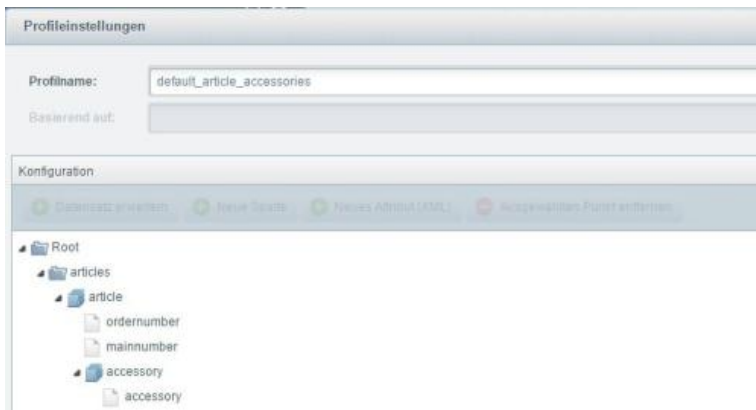
### Minimal zuweisen von Accessories zu bestehendem Artikel

Mit diesem Profil werden einem bestehenden Artikel bestehende Zubehörartikel zugewiesen. Es sind nur die IDs der jeweiligen Artikel nötig um die Verknüpfung herzustellen.

Das Profil zu diesem Import kannst Du aus der Liste der Standard-Profile auswählen unter dem Namen "Artikel Zubehör (default\_article\_accessories)".

Eine Beispiel XML-Datei findest Du hier: [ArticleAccessory.xml](#)

Eine Beispiel CSV-Datei kannst Du hier finden: [ArticleAccessory.csv](#)



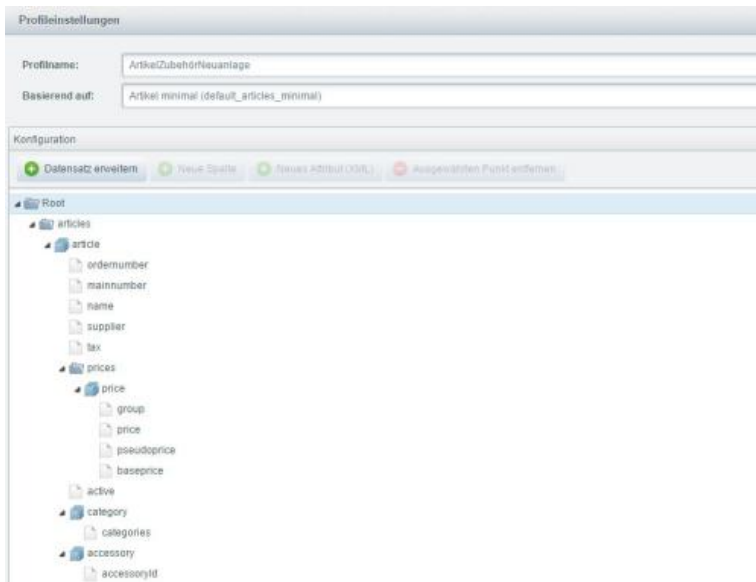
## Neuanlage von Artikel und Zubehörartikel

In diesem Profil werden zwei neue Artikel erstellt, zwischen denen eine Zubehör-Artikel-Beziehung besteht. Hier muss zunächst der Zubehörartikel erstellt werden, damit dieser dem zweiten neuen Artikel zugewiesen werden kann. In diesem Profil werden zwei neue Artikel erstellt, zwischen denen eine Ähnliche-Artikel-Beziehung besteht. Hier muss zunächst der ähnliche Artikel erstellt werden, damit dieser dem zweiten neuen Artikel zugewiesen werden kann.

Das Profil für diesen Import kann hier heruntergeladen werden: [ArticleNewAccessory.json](#)

Eine Beispiel XML-Datei findest Du hier: [ArticleNewAccessory.xml](#)

Eine Beispiel CSV-Datei kannst Du hier finden: [ArticleNewAccessory.csv](#)



## Preise

Mit diesem Profil kannst Du Kundengruppen-Preise importieren. Hierzu dient der Datensatz **Price** (bereits im Standardprofil enthalten). Wenn Preise für eine andere Kundengruppe als EK importiert werden möchten, ist zwingend der Knoten **priceGroup** für das Profil notwendig. Für jede Kundengruppe wird im CSV-Export eine neue Preisspalte übergeben. Du kannst also mit price\_EK oder price\_H die Preise für unterschiedliche Kundengruppen importieren. Dieser Datensatz ist zwingend notwendig um einen neuen Artikel importieren zu können, da der Preis eine Mindestangabe ist.



Über den Import können keine Staffelpreise am Artikel entfernt oder angepasst werden, bspw. Änderungen an den einzelnen Staffeln. Die Staffelpreise sollten nur über das gesonderte Profil **Artikelpreise** importiert werden und nicht über die allgemeinen Artikel-Profile. Informationen zu dem Artikelpreis-Profil findest Du [hier](#).

## Unterstützte Felder inkl. Beschreibung

Datensatz: Price

Feldname	Beschreibung	Gültige Werte	Besonderheiten
variantId	Artikel-Detail ID	numerisch	Optional
articleId	Artikel-ID	numerischer	Optional
price	Artikelpreis	numerisch	Verkaufspreis
pseudoPrice	Pseudopreis	numerisch	Optional
priceGroup	Kundengruppe	numerischer Wert	Kürzel der Kundengruppe

## Preise aktualisieren bei bestehendem Artikel

Mit diesem Profil werden Kundengruppen-Preise zu einem bestehenden Artikel importiert. Hierzu dient der Datensatz **Price**.

Das Profil für diesen Import kann hier heruntergeladen werden: [ArticlePrices.json](#)

Eine Beispiel XML-Datei findest Du hier: [ArticlePrices.xml](#)

Eine Beispiel CSV-Datei kannst Du hier finden: [ArticlePrices.csv](#)

Profileinstellungen

Profilname: ArtikelPreise

Basierend auf: Artikel minimal (default\_articles\_minimal)

Konfiguration

Datensatz erweitern | Neue Spalte | Neues Attribut (XML) | Ausgewähltes Punkt entfernen

Root

- articles
  - article
    - ordernumber
    - mainnumber
    - name
    - prices
      - price
        - group
        - price
        - pseudoprice
        - baseprice

# Eigenschaften

Um Eigenschaften zu importieren dient der Datensatz Properties. Es können auch Eigenschaften angegeben werden, welche noch nicht vorhanden sind. Diese werden dann im Zuge des Imports neu erstellt. Die beiden Knoten `propertyValueName` und `propertyOptionName` werden im CSV-Export und Import zu einer Spalte `propertyValueName` zusammengefasst. Der Aufbau ist hier so: Gruppe:Option. Eigenschaften lassen sich ab Version 1.0.2 importieren.

## Unterstützte Felder inkl. Beschreibung

Datensatz: PropertyValues

Feldname	Beschreibung	Gültige Werte	Besonderheiten
articleId	ID des Artikels	numerisch	Optional
propertyGroupName	Name des Eigenschaften-Sets	Text	Pflichtfeld
propertyValueId	Artikel-ID	numerisch	Optional
propertyValueName	Name der Eigenschaften-Option	Text	Pflichtfeld
propertyValuePosition	Positionsnummer	numerisch	Optional
propertyOptionName	Name der Eigenschaften-Gruppe	Text	Pflichtfeld

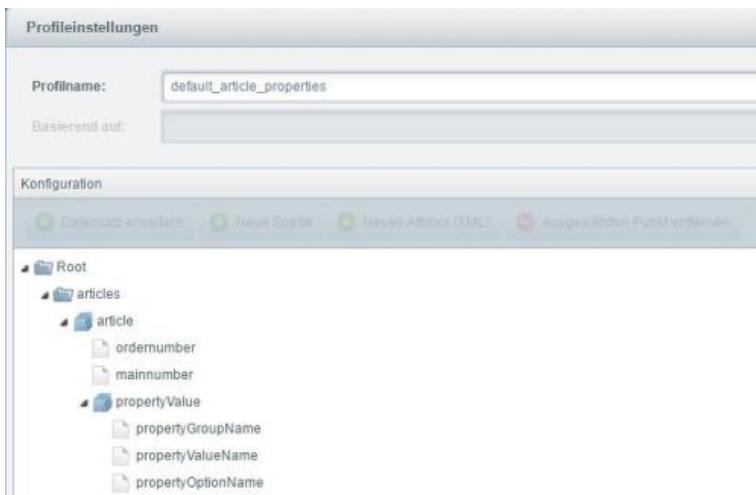
## Eigenschaften aktualisieren bei bestehendem Artikel

Dieses Profil dient dazu Eigenschaften bei einem bestehenden Artikel zu aktualisieren.

Das Profil zu diesem Import kannst Du aus der Liste der Standard-Profile auswählen unter dem Namen "Artikel Eigenschaften hinzufügen (default\_article\_properties)".

Eine Beispiel XML-Datei findest Du hier: [ArticleProperties.xml](#)

Eine Beispiel CSV-Datei kannst Du hier finden: [ArticleProperties.csv](#)



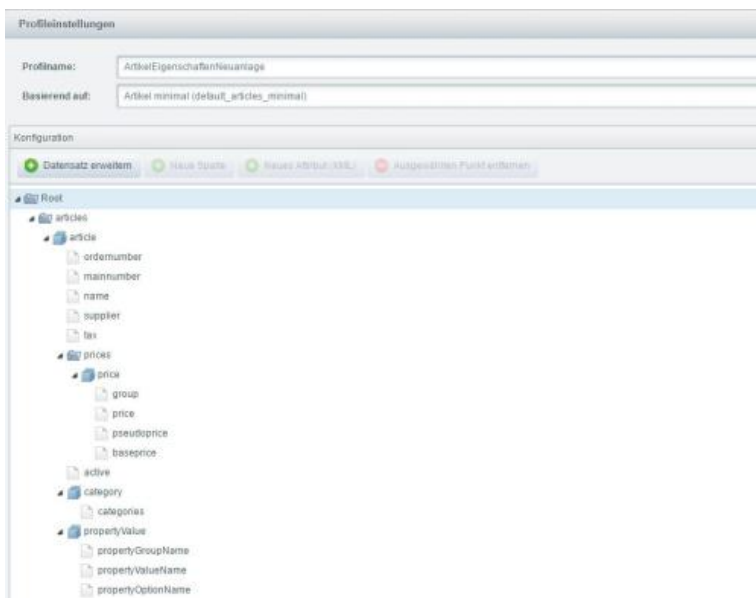
## Neuanlage mit noch nicht bestehenden Eigenschaften

Mit diesem Profil wird ein Artikel neu angelegt, welchem neue Eigenschaften zugewiesen werden.

Das Profil für diesen Import kann hier heruntergeladen werden: [ArticlePropertiesNew.json](#)

Eine Beispiel XML-Datei findest Du hier: [ArticlePropertiesNew.xml](#)

Eine Beispiel CSV-Datei kannst Du hier finden: [ArticlePropertiesNew.csv](#)



## Kategorien

Der Datensatz **category** dient der Kategoriezuordnung. Eine Verknüpfung zur Kategorie ist nur über die Kategorie-ID möglich. Diese kann bspw. über das Kategoriemodul im Backend ausgelesen werden. Mehrere Kategorien werden durch ein Pipe getrennt.

## Unterstützte Felder inkl. Beschreibung

Datensatz: Category

Feldname	Beschreibung	Gültige Werte	Besonderheiten
categoryId	Kategorie-ID	numerisch	Pflichtfeld
categoryPath	Kategorie-Pfad	text	Optional
articleId	Artikel-ID	numerisch	Optional

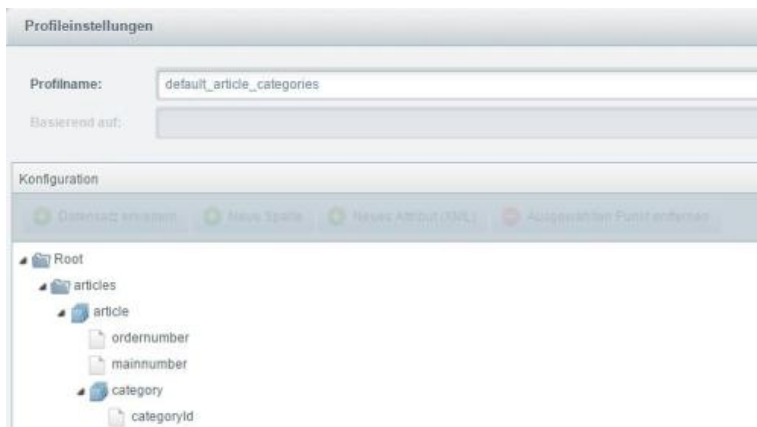
## Kategorie hinzufügen zu bestehendem Artikel

Dieses Profil dient dazu bei einem bestehenden Artikel eine weitere Kategorie hinzuzufügen.

Das Profil zu diesem Import kannst Du aus der Liste der Standard-Profile auswählen unter dem Namen "Artikel Kategorien (default\_article\_categories)".

Eine Beispiel XML-Datei findest Du hier: [ArticleCategories.xml](#)

Eine Beispiel CSV-Datei kannst Du hier finden: [ArticleCategories.csv](#)



## Mögliche Fehlerquellen und Lösungsansätze

### configuratorGroup

Im Standard des Import-Export-Moduls werden im Import die Optionen und Gruppen der Varianten durch einen Doppelpunkt getrennt. Wenn nun ein Doppelpunkt im Gruppen-Namen enthalten ist, kann dies zu Fehlern im Import führen, da der Importer nicht mehr definieren kann, wo die Option anfängt. (Bspw. **Bitte auswählen::rot**). In diesem Fall kann man mit den Conversions im Export arbeiten und dann für die Spalte **configGroupName** eine Conversion anlegen. Hier reicht es aus mit einem Replace zu arbeiten: **{ \$configGroupName|replace::":"::" }**

Im Anschluss kannst Du die Gruppe dann wieder über die Datenbank anpassen und ein ":" hinzufügen. Hierzu musst Du nur die Spalte **name** in der Tabelle **s\_article\_configurator\_groups** anpassen.

# Import/Export: Artikel Übersetzungen

Bitte beachte, dass Du mit diesem Profiltypen nur Übersetzungen zu bestehenden Artikeln hinzufügen kannst. Es ist nicht möglich mit diesem Import neue Artikel anzulegen.

## Allgemeine Hinweise

Bevor ein Import in das Live-System vorgenommen wird, sollte ein Datenbankbackup vorgenommen werden. In jedem Fall empfiehlt sich auch den Import zuvor in einer Testumgebung oder im Staging-System zu prüfen.

## Basis Übersetzungen

Beim Import von Übersetzungen müssen wir darauf achten, dass die Übersetzungen für die korrekte LanguageID bzw. ShopID erfolgen müssen. Diese kann in der Tabelle s\_core\_shops ausgelesen werden.

## Unterstützte Felder inkl. Beschreibung

Feldname	Beschreibung	Gültige Werte	Besonderheiten
articleNumber	Artikelnummer	alphanummerischer Wert	
languageId	ID der Sprache	numerischer Wert	Auszulesen aus der Datenbanktabelle s_core_shops
name	Übersetzung des Namens	Text	
keywords	Keywords, Relevant für die Shopware Suche	Text	
description	Übersetzung der Kurzbeschreibung	Text	
descriptionLong	Übersetzung der Beschreibung	Text	
additionalText	Übersetzung des Variantentextes	Text	

metaTitle	Übersetzung des Metatitles	Text	
packunit	Übersetzung der Verpackungseinheit	Text	
attr#	Übersetzung der Freitextfelder	Text	

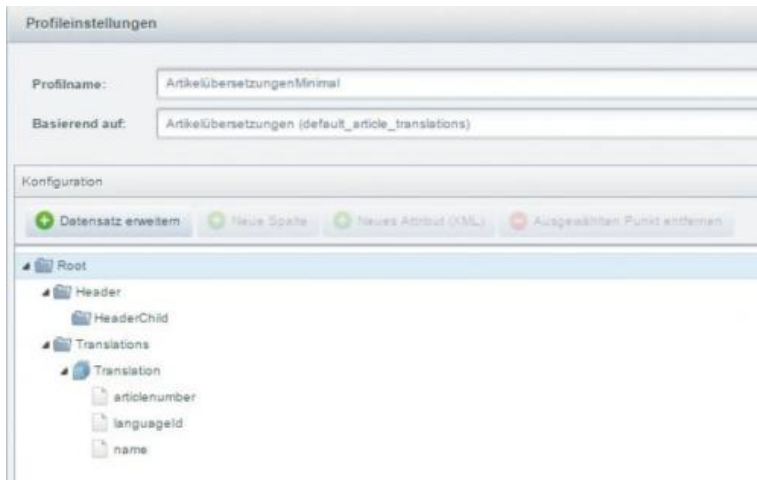
## Minimaler Import

Dieses Profil enthält die minimalen Daten für den import inkl. des übersetzbaren Feldes name. Es muss zwingend die languageld und die articlenumber und ein übersetzbares Feld enthalten sein.

Das Profil für diesen Import kann hier heruntergeladen werden: [ArticlesTranslationsMinimal.json](#)

Eine Beispiel XML-Datei findest du hier: [ArticlesTranslationsMinimal.xml](#)

Eine Beispiel CSV-Datei kannst du hier finden: [ArticlesTranslationsMinimal.csv](#)



Aktuell werden bestehende Übersetzungen bei einem Import nicht berücksichtigt, sondern überschrieben. Sollen bestehende Übersetzungen erhalten bleiben, so sollten diese vorher exportiert werden und beim Import weiterhin enthalten sein.

## Standard Profil

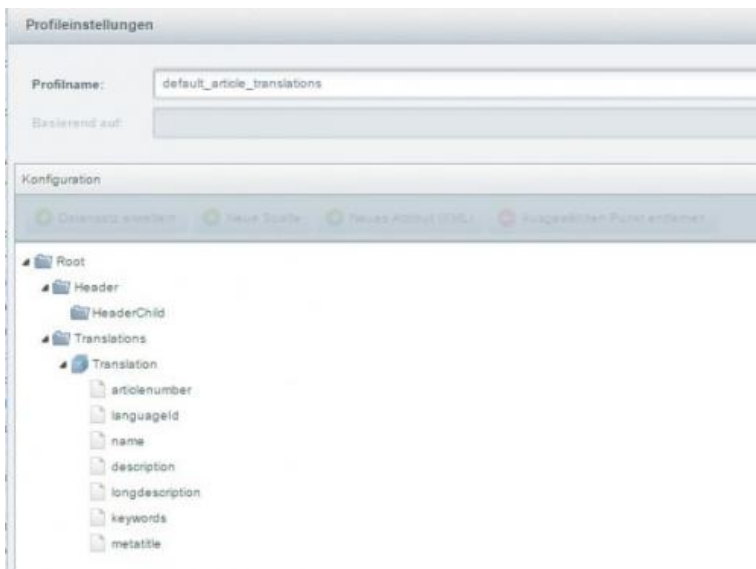
Dies ist das Standard Profil für Artikel Übersetzungen. Es enthält alle im Standard übersetzbaren Artikelfelder. Zusätzlich können noch übersetzbare Attributsfelder hinzugefügt werden, wenn diese in den Grundeinstellungen definiert sind.

Das Profil zu diesem Import kannst du aus der Liste der Standard-Profile auswählen unter dem Namen "Artikelübersetzungen (default\_article\_translations)" finden.

Das Profil für diesen Import kann hier heruntergeladen werden: [default.article.translation.json](#)

Eine Beispiel XML-Datei findest Du hier: [ArticlesTranslations.xml](#)

Eine Beispiel CSV-Datei kannst Du hier finden: [ArticlesTranslations.csv](#)



## Import/Export: Artikelbilder

Bitte beachte beim Import, dass Du nur Bilder zu Artikeln hinzufügen kannst. Ein Entfernen ist über einen Import nicht möglich.

Bevor ein Import in das Live-System vorgenommen wird, sollte ein Datenbankbackup vorgenommen werden. In jedem Fall empfiehlt sich auch den Import zuvor in einer Testumgebung oder im Staging-System zu prüfen.

### Basis Artikelbilder

Beim Import von Artikelbildern müssen wir darauf achten, dass Bilder immer nur dem Hauptartikel zugewiesen werden. Es ist also nicht nötig pro Variante das allgemeine Artikelbild zu importieren. Ob Bilder mit gleichem Namen mehrfach importiert werden, kann in den Plugin-Einstellungen eingegeben werden.

Die Angabe der Bildrelations erfolgt immer in der Form *Gruppe:Option* Hier einige Beispiele:

```
{Größe:L}
{Farbe:Rot|Größe:XL}
{Farbe:Gelb|Größe:S|Geschmack:süß}
{Farbe:Rot|Größe:XL}&{Größe:L}
```

Aktuell ist ein Export von Bildern via CLI nicht möglich.

### Unterstützte Felder inkl. Beschreibung

Feldname	Beschreibung	Gültige Werte	Besonderheiten
----------	--------------	---------------	----------------

ordernumber	Artikelnummer	Text	Merkmal zur Identifizierung des Artikels
image	Link zum Bild des Artikels	HTTP-Link	Das Feld darf nicht leer sein
main	Vorschaubild (ja/nein)	boolean (1 oder 2)	
description	Bildbeschreibung	Text	
position	Position auf der Artikeldetailseite	numerisch	Das Bild mit dem kleinsten Positionswert steht an erster Stelle
width	Größe des Bildes (Breite)	Angabe in Pixeln	Wird im Standard nicht verwendet, Angabe nicht erforderlich
height	Größe des Bildes (Höhe)	Angabe in Pixeln	Wird im Standard nicht verwendet, Angabe nicht erforderlich
relations	Varianten/Bildmapping	Text	Angabe immer in Form von Gruppe:Option, Beispiele im Bereich <i>Besonderheiten</i>
thumbnail	Beim Import sollen Thumbnails erstellt werden (Ja/Nein)	Boolean (0 oder 1)	Bei 0 müssen die Thumbnails später manuell oder via CLI erstellt werden

## Minimaler Import

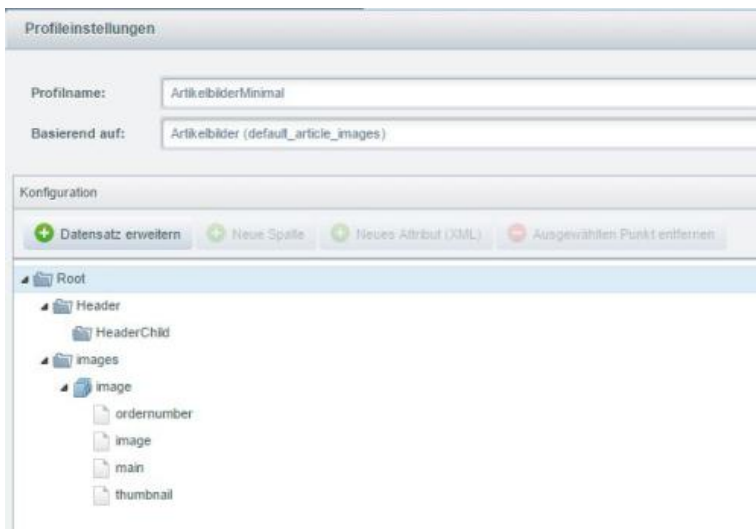
Dieser Import enthält nur die Felder `ordernumber`, `image` und `main`. Diese Felder sind zwingend notwendig für jeden Import mit diesem Profil.

Das Profil für diesen Import kann hier heruntergeladen werden: [ArticlesImagesMinimal.json](#)

Eine Beispiel XML-Datei findest Du hier: [ImagesMinimal.xml](#)

Eine Beispiel CSV-Datei kannst Du hier finden: [ImagesMinimal.csv](#)





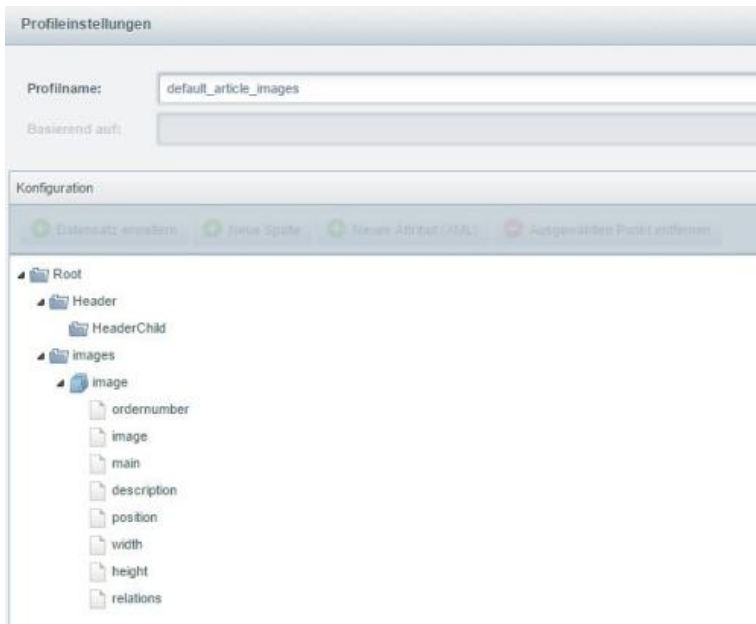
## Standard Profil

Dies ist das Standard Profil für Artikelbilder. Es enthält alle zusätzlichen Informationsfelder für Artikelbild-Importe.

Das Profil zu diesem Import kannst Du aus der Liste der Standard-Profile auswählen unter dem Namen "Artikelbilder (default\_article\_Images)".

Eine Beispiel XML-Datei findest Du hier: [Images.xml](#)

Eine Beispiel CSV-Datei kannst Du hier finden: [Images.csv](#)



## Import/Export: Artikelpreise

Bitte beachte beim Import, dass Du nur Preise zu bestehenden Artikeln aktualisieren kannst. Eine Neuanlage von Artikeln ist über diesen Import nicht möglich.

# Allgemeine Hinweise

Bevor ein Import in das Live-System vorgenommen wird, sollte ein Datenbankbackup vorgenommen werden. In jedem Fall empfiehlt sich auch den Import zuvor in einer Testumgebung oder im Staging-System zu prüfen.

## Basis Artikelpreise

Beim Import von Artikelpreisen ist zu beachten, dass das Profil lediglich für den Ex- und Import von Artikelpreisen dient. Alle nicht Preis-Felder dienen nur der Identifizierung des Artikels und werden nicht mit importiert.

Über den Import können keine Staffelpreise am Artikel entfernt oder angepasst werden, bspw. die Bereiche der einzelnen Staffeln.

Zudem sind die Preise abhängig von der Kundengruppe anzugeben. Für jeden Preis muss je Kundengruppe eine eigene Zeile verwendet werden.

Ob die Preise Brutto- oder Nettopreise sind richtet sich nach den Einstellungen der Kundengruppe, welche unter Einstellungen > Grundeinstellungen > Kundengruppen getroffen werden kann.

Es sollten immer alle Preise (price, pseudoprice, baseprice) mit übergeben werden, da diese ansonsten leer überschrieben werden.

## Unterstützte Felder inkl. Beschreibung

Feldname	Beschreibung	Gültige Werte	Besonderheiten
ordernumber	Artikelnummer des Artikels	alphanumerischer Wert	Pflichtfeld bei einem Import
id	ID innerhalb der Tabelle s_article_prices	numerischer Wert	Optional
articleid	ID des Artikels in der Tabelle s_articles	numerischer Wert	Optional
articleDetailsId	ID des Artikels in der Tabelle s_articles_details	numerischer Wert	Optional

from	Angabe für Staffelpreise	numerischer Wert	Muss immer mit 1 beginnen bei einem Artikel, Pflichtfeld bei einem Import
to	Angabe für Staffelpreise	numerischer Wert	Optional
price	Preis des Produktes	numerischer Wert	Ob Brutto oder Netto orientiert sich an den Einstellungen der Kundengruppe, Pflichtfeld bei einem Import
pseudoprice	Pseudopreis des Produktes	numerischer Wert	Ob Brutto oder Netto orientiert sich an den Einstellungen der Kundengruppe
percent	Prozentrabatt bei Staffelpreisen	numerischer Wert	Optional, kann nur bei Staffelpreisen genutzt werden
pricegroup	Kundengruppe für die der Preis gilt	Kürzel einer Kundengruppe	Pflichtfeld bei einem Import
name	Name des Produktes	Text	Kann nicht importiert werden
addionalText	-Text des Produktes	Text	Kann nicht importiert werden
purchasePrice	Einkaufspreis des Produktes	numerischer Wert	
supplierName	Herstellernamen des Produktes	Text	Kann nicht importiert werden

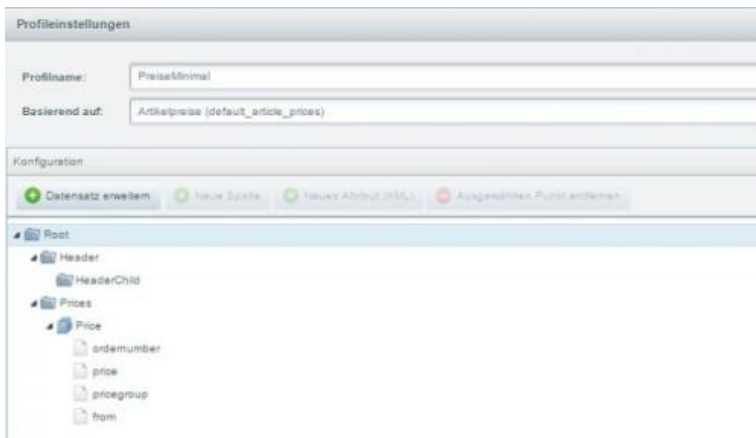
## Minimaler Import

Dieses Profil importiert lediglich den eigentlichen Artikelpreis eines Artikels. Einkaufspreis und Pseudopreis werden leer gesetzt.

Das Profil für diesen Import kann hier heruntergeladen werden: [ArticlesPricesMinimal.json](#)

Eine Beispiel XML-Datei findest Du hier: [ArticlesPricesMinimal.xml](#)

Eine Beispiel CSV-Datei kannst Du hier finden: [ArticlesPricesMinimal.csv](#)



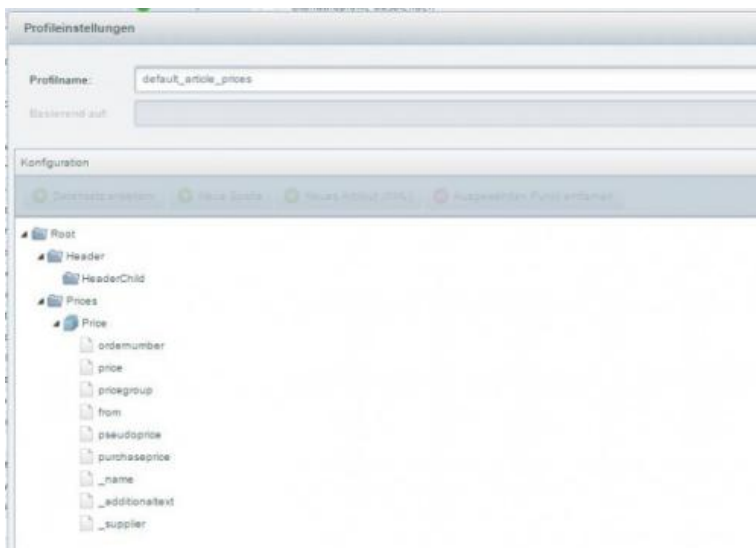
## Standard Profil

Dies ist das Standard Import Profil. Es sind alle Preise inkl. der zusätzlichen Definitionsfelder enthalten.

Das Profil zu diesem Import kannst Du aus der Liste der Standard-Profile auswählen unter dem Namen "Artikelpreise (default\_article\_prices)".

Eine Beispiel XML-Datei findest Du hier: [ArticlesPrices.xml](#)

Eine Beispiel CSV-Datei kannst Du hier finden: [ArticlesPrices.csv](#)



## Import/Export: Bestellungen

### Bestellungen

Für den Bestellexport gibt es zwei verschiedene Profiltypen. Das Standard Orders Profil exportiert pro Position der Bestellung eine eigene Zeile mit Informationen, der Profiltyp Orders Main Data dagegen exportiert nur eine Zeile pro Bestellung mit den allgemeinen Informationen dieser Bestellung ohne Positionsdaten. Bitte beachte, dass es nicht möglich ist Bestellungen komplett zu importieren. Der Import kann nur den Bestellstatus updaten.

# Allgemeine Hinweise

Bevor ein Import in das Live-System vorgenommen wird, sollte ein Datenbankbackup vorgenommen werden. In jedem Fall empfiehlt sich auch den Import zuvor in einer Testumgebung oder im Staging-System zu prüfen.

## Basis Bestellungen

Beim Import von Bestellungen muss beachtet werden, dass es nicht möglich ist komplette Bestellungen zu importieren, es kann lediglich der Bestellstatus aktualisiert werden.

Im Standard-Profil Orders wird für jede Bestellposition ein eigener Eintrag angelegt. Sollen nur die wichtigsten Daten der Bestellung zusammengefasst dargestellt werden, muss das Profil Orders main data genutzt werden.

Komplette Bestellungen können nicht importiert werden. Es ist lediglich möglich den Bestellstatus per Import zu aktualisieren.

Die Funktion **Export von Bestellungen** bietet zusätzlich folgende Filtermöglichkeiten:

- **Bestellnummer von:** Angabe einer Bestellnummer ab der der Export starten soll
- **Datum von:** Eingrenzung eines Start-Datums
- **Datum bis:** Eingrenzung eines End-Datums
- **Bestellstatus:** Filterung nach Bestellstatus
- **Zahlungsstatus:** Filterung nach Zahlungsstatus.

## Unterstützte Felder inkl. Beschreibung

Feldname	Beschreibung	Gültige Werte	Besonderheiten
----------	--------------	---------------	----------------

orderId	ID der Bestellung	numerisch	ID der Bestellung aus der Tabelle s_order
orderDetailId	ID der Bestelldetails	numerisch	ID der Bestelldetails aus der Tabelle s_order_details
articleId	ID des Artikels	numerisch	
number	Bestellnummer	alphanummerisch	Bezugspunkt zur Bestellung, Pflichtfeld
customerId	ID des Kunden	numerisch	ID des Kunden aus der s_user
status	ID des Bestellstatus	numerisch	ID des Bestellstatus aus der s_core_states
cleared	ID des Bezahlstatus	numerisch	ID des Bezahlstatus aus der s_core_states
orderTime	Bestelldatum	Datum	
transactionId	Transaktionsnummer	Text	
partnerId	Partner ID	Text	
shopId	ID des Shops	Text	
invoiceAmount	Rechnungsbetrag	numerisch	
invoiceAmountNet	Rechnungsbetrag Netto	numerisch	
invoiceShipping	Versandkosten	numerisch	
invoiceShippingNet	Versadnkosten Netto	numerisch	
comment	Kommentar	Text	

customerComment	Kunden-Kommentar	Text	
internalComment	interner Kommentar	Text	
net	Rechnung Netto	boolean	Legt fest ob die Rechnung mit Nettobeträgen erstellt wird
taxfree	Steuerfrei	boolean	Legt fest ob die Rechnung Steuerfrei erstellt wird
temporaryID	temporäre ID	numerisch	
referer	Verknüpfung zum Partner	numerisch	
clearedDate	Zahlungsdatum	Datum	
trackingCode	Tracking-Code	Text	
languageIso	ID der Sprache	numerisch	Auszulesen aus der s_core_multilanguage
currency	Kürzel der Währung	Text	
currencyFactor	Umrechnungsfaktor der Währung	numerisch	
remoteAddress	IP-Adresse	Text	
paymentId	Zahlungsart	numerisch	Auszulesen aus der Tabelle s_core_paymentmeans
paymentDescription	Name der Zahlungsart	Text	
paymentStatusId	ID des Zahlungsstatus	numerisch	

paymentStatusDescription	Name des Zahlungsstatus	Text	
dispatchId	ID der Versandart	numerisch	Auszulesen aus der s_premium_dispatch
dispatchDescription	Beschreibung der Versandart	Text	
taxId	ID des Steuersatzes	numerisch	Auszulesen aus der s_core_tax
taxRate	Steuersatz	numerisch	
statusId	ID des Bestellstatus	numerisch	
articleNumber	Artikelnummer	alphanummerisch	
articleName	Name des Artikels	Text	
price	Preis des Artikels	numerisch	
quantity	Anzahl des Artikels	numerisch	
invoice	Rechnung erstellt	boolean	
shipped	Versendet	boolean	
shippedGroup	Versand Gruppe	boolean	
releasedate	Erscheinungsdatum	Datum	
tax	ID des Steuersatzes	numerisch	Auszulesen aus der s_core_tax
esd	ESD-Artikel	boolean	
config	Konfigurator	boolean	



mode	Modus des Artikels	numerisch	0: normaler Artikel, 2: Gutschein, 4: Rabatte
billingCompany	Firmenname der Rechnungsadresse	Text	
billingDepartment	Abteilung der Rechnungsadresse	Text	
billingSalutation	Anrede der Rechnungsadresse	Text	
billigFirstname	Vorname der Rechnungsadresse	Text	
billingLastname	Nachname der Rechnungsadresse	Text	
billingStreet	Straße der Rechnungsadresse	Text	
billingZipCode	Postleitzahl der Rechnungsadresse	Text	
billingCity	Ort der Rechnungsadresse	Text	
billingVatId	USt.Id der Rechnungsadresse	Text	
billingPhone	Telefonnummer der Rechnungsadresse	Text	
billingCountryName	Ländername der Rechnungsadresse	Text	
billingCountryIso	ID des Landes der Rechnungsadresse	numerisch	
billingAdditionalAddressLine1	Zusätzliche Adressezeile 1 der Rechnungsadresse	Text	

billingAdditionalAddressLine2	Zusätzliche Adressezeile 2 der Rechnungsadresse	Text	
shippingCompany	Firmenname der Lieferadresse	Text	
shippingDepartment	Abteilung der Lieferadresse	Text	
shippingSalutation	Anrede der Lieferadresse	Text	
shippingFirstname	Vorname der Lieferadresse	Text	
shippingLastname	Nachname der Lieferadresse	Text	
shippingStreet	Straßenname der Lieferadresse	Text	
shippingZipcode	Postleitzahl der Lieferadresse	Text	
shippingCity	Ort der Lieferadresse	Text	
shippingCountryName	Ländernamen der Lieferadresse	Text	
shippingCountryIso	ID des Landes der Lieferadresse	numerisch	
shippingAdditionalAddressLine1	Zusätzliche Adressezeile 1 der Lieferadresse	Text	
shippingAdditionalAddressLine2	Zusätzliche Adressezeile 2 der Lieferadresse	Text	
email	eMail-Adresse des Kunden	Text	

customergroup	Kundengruppe des Kunden	Text	
newsletter	Newsletterempfänger	Boolean	
affiliate	Partner des Shops	Boolean	
AttributeAttribute1	Attribut der Bestellungen	Text	
AttributeAttribute2	Attribut der Bestellungen	Text	
AttributeAttribute3	Attribut der Bestellungen	Text	
AttributeAttribute4	Attribut der Bestellungen	Text	
AttributeAttribute5	Attribut der Bestellungen	Text	
AttributeAttribute6	Attribut der Bestellungen	Text	

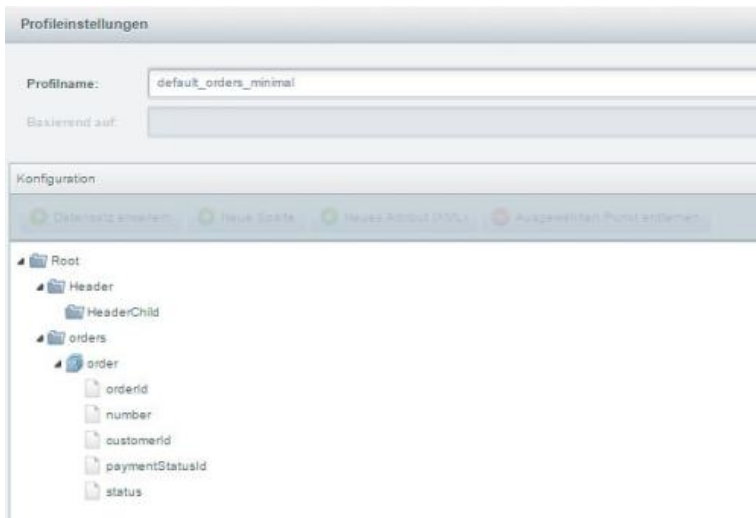
## Minimaler Import zum Updaten der Stati

Aktuell ist es nur möglich den Bestellstatus zu updaten.

Das Profil zu diesem Import kannst Du aus der Liste der Standard-Profile auswählen unter dem Namen "Bestellungen minimal (default\_orders\_minimal)".

Eine Beispiel XML-Datei findest Du hier: [OrdersMinimal.xml](#)

Eine Beispiel CSV-Datei kannst Du hier finden: [OrdersMinimal.csv](#)



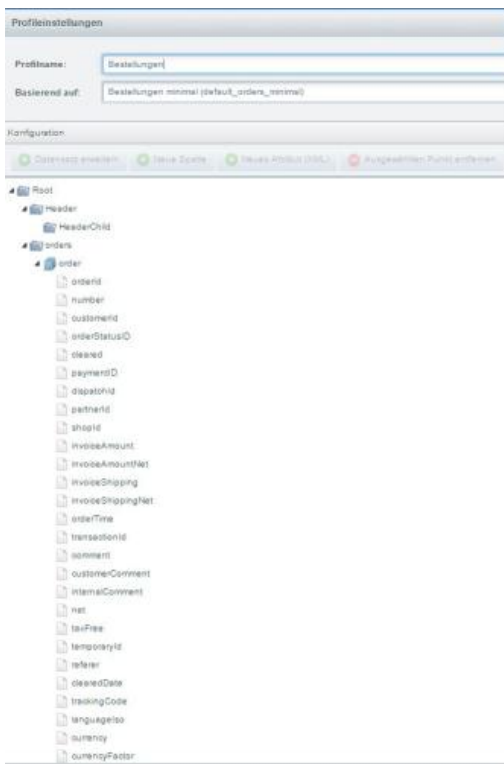
## Standard Profil Orders

Dies ist das Standard Bestell-Profil. Es wird hier für jede Bestellposition ein eigener Eintrag generiert.

Das Profil für diesen Import kann hier heruntergeladen werden: [Orders.json](#)

Eine Beispiel XML-Datei findest Du hier: [Orders.xml](#)

Eine Beispiel CSV-Datei kannst Du hier finden: [Orders.csv](#)



## Standard Profil Order Main Data

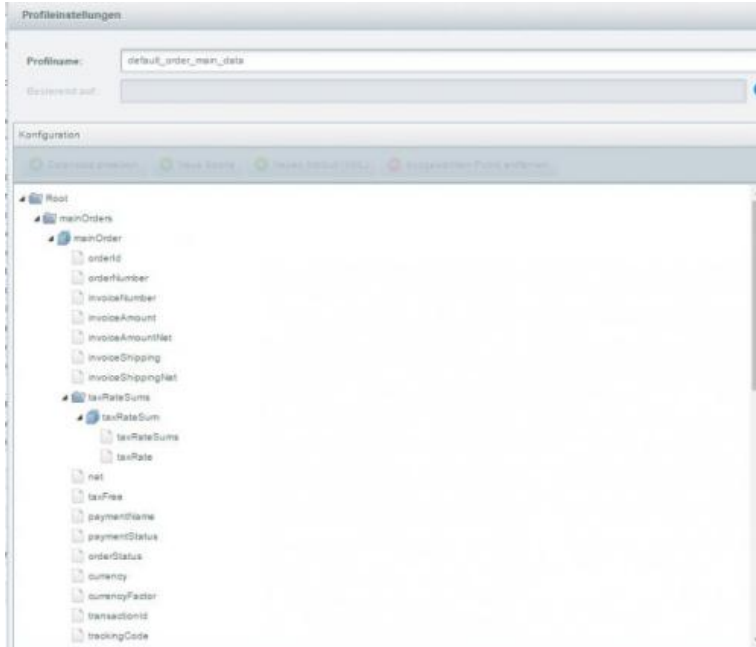
Dies ist das Standard Profil um pro Bestellung einen zusammengefassten Eintrag zu erstellen.

Das Profil zu diesem Import kannst Du aus der Liste der Standard-Profile auswählen unter dem Namen

"Bestellungen Main Data (default\_order\_main\_data)".

Eine Beispiel XML-Datei findest Du hier: [OrdersMainData.xml](#)

Eine Beispiel CSV-Datei kannst Du hier finden: [OrdersMainData.csv](#)



## Import/Export: Kunden

Beim Import von Kunden musst Du beachten, dass über den Import nur Kunden aktualisiert oder angelegt werden können. Es ist nicht möglich Kunden über einen Import zu löschen.

## Allgemeine Hinweise

Bevor ein Import in das Live-System vorgenommen wird, sollte ein Datenbankbackup vorgenommen werden. In jedem Fall empfiehlt sich auch den Import zuvor in einer Testumgebung oder im Staging-System zu prüfen.

## Basis Kunden

Sollten bei einem Import die Felder shipping\_ verwendet werden, so sollten diese auch alle gültigen Werte enthalten, da es ansonsten dazu kommen kann, dass ein leerer Eintrag in die Datenbank geschrieben wird und somit die Lieferadresse unvollständig ist. Das Feld "unhashedPassword" dient zum Import von Klartext-Passwörtern und wird während des Importes mithilfe des angegebenen Encoders verschlüsselt. Beim Import von Passwörtern ist besonders darauf zu achten, dass der Encoder korrekt angegeben ist.

Das Feld newsletter setzt lediglich ein Kennzeichen. Um einen Kunden als Newsletterempfänger hinzuzufügen gibt es ein eigenes separates Profil.

## Unterstützte Felder inkl. Beschreibung

<b>Feldname</b>	<b>Beschreibung</b>	<b>Gültige Werte</b>	<b>Besonderheiten</b>
id	Kunden-ID in der Datenbank	Zahl	
password	verschlüsseltes Passwort des Kunden	Text	Über das Feld Encoder wird die Verschlüsselung des Passworts angegeben
unhashedPassword	unverschlüsseltes Passwort	Text	Wird nur benutzt, wenn "password" leer ist. Das Passwort wird mit der Verschlüsselung aus "Encoder" verschlüsselt
encoder	Verschlüsselungsmethode	md5, bcrypt	Muss bei der Übergabe eines Passwortes mit angegeben werden
email	E-Mail-Adresse des Kunden	E-Mail	Das Feld darf nicht leer sein
active	Legt fest ob das Kundenkonto aktiv ist	boolean (0 oder 1)	Wenn nicht vorhanden, ist das Kundenkonto inaktiv
accountMode	Kundenkonto oder Schnellbesteller	boolean (0 oder 1)	
paymentID	Zahlungsart-ID	numerisch	
firstLogin	Erster Login	Datum	
lastLogin	Letzter Login	Datum	
sessionId	ID der aktiven Session	numerisch	

newsletter	Newsletteranmeldung über Kundenkonto (Ja/Nein)	boolean (0 oder 1)	Trägt den Kunden nicht automatisch als Newsletterempfänger ein! Hiermit wird nur festgelegt, ob das Feld im Kundenkonto gesetzt ist.
validation	Datum der Validierung	Date	
affiliate	Partner des Shops	Boolean	Kennzeichen ob das Kundenkonto zu einem Partner im Partnerprogramm zugeordnet ist
customergroup	Kundengruppe	Text	Angabe des Kürzels, auszulesen unter Einstellungen > Grundeinstellungen > Shopeinstellungen > Kundengruppen
paymentPreset	Zahlungsart-ID Vorauswahl	numerisch	
language	Sprache	numerisch	
subshopID	Zuordnung zum jeweiligen Sprach- und Subshop	numerisch	
referer	Zuordnung zum Partner	alphanumerisch	
priceGroupId	Id der Preisgruppe	numerisch	
internalComment	Kommentar	Text	
failedLogins	Fehlgeschlagene Login-Versuche	numerisch	
lockedUntil	Gesperrt bis	Datum	

customerNumber	Kundennummer	Text	Merkmal zur Identifizierung des Kunden, wenn bereits vorhanden erfolgt ein Update
birthday	Geburtsdatum	Datum	
billingCompany	Rechnungsadresse: Firmenname	Text	
billingDepartment	Rechnungsadresse: Abteilung	Text	
billingSalutation	Rechnungsadresse: Anrede	Text	
billingFirstname	Rechnungsadresse: Vorname	Text	
billingLastname	Rechnungsadresse: Nachname	Text	
billingStreet	Rechnungsadresse: Straße	Text	
billingZipcode	Rechnungsadresse: Postleitzahl	Text	
billingCity	Rechnungsadresse: Wohnort	Text	
billingPhone	Rechnungsadresse: Telefonnummer	Text	
billingCountryID	Rechnungsadresse: Länder-ID	Text	
billingStateID	Rechnungsadresse: Bundesland-ID	Text	
ustid	Umsatzsteuer-ID	Text	



billingAdditionalAddressLine#	Rechnungsadresse: Zusätzliche Addresszeile #	Text	
attrBillingText#	Rechnungsadresse: Zusätzliches Attributsfeld #	Text	
shippingCompany	Lieferadresse: Firma	Text	
shippingDepartment	Lieferadresse: Abteilung	Text	
shippingSalutation	Lieferadresse: Anrede	Text	
shippingFirstname	Lieferadresse: Vorname	Text	
shippingLastname	Lieferadresse: Nachname	Text	
shippingStreet	Lieferadresse: Straßenname	Text	
shippingZipcode	Lieferadresse: Postleitzahl	Text	
shippingCity	Lieferadresse: Wohnort	Text	
shippingCountryID	Lieferadresse: Länder-ID	Text	
shippingStateID	Lieferadresse: Bundesland-ID	Text	
shippingAdditionalAddressLine#	Lieferadresse: Zusätzliche Addresszeile #	Text	
attrShippingText#	Lieferadresse: Zusätzliches Attributsfeld #	Text	

## Minimaler Import

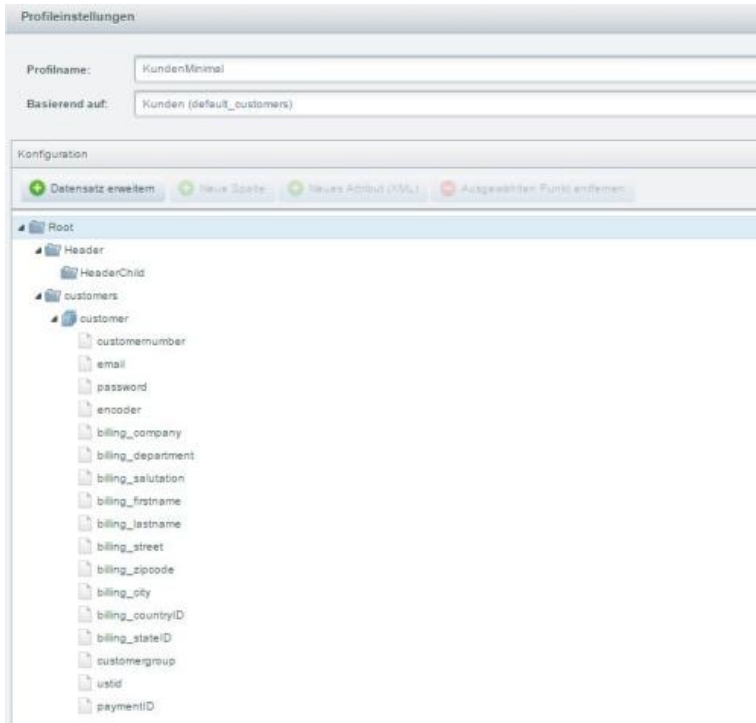
Der minimale Import für Kunden enthält sowohl Mailadresse, Kundennummer, Passwort und Encoder, als auch die Angaben zur Rechnungsadresse, sowie eine Kundengruppe und Zahlungsart. Mit diesem Import

kann ein neuer Kunde angelegt werden, dieser ist jedoch noch deaktiviert. Um diesen direkt zu aktivieren muss der Knoten active hinzugefügt und als Wert 1 angegeben werden.

Das Profil zu diesem Import kannst Du hier herunterladen: [CustomersMinimal.json](#)

Eine Beispiel XML-Datei findest Du hier: [CustomersMinimal.xml](#)

Eine Beispiel CSV-Datei kannst Du hier finden: [CustomersMinimal.csv](#)



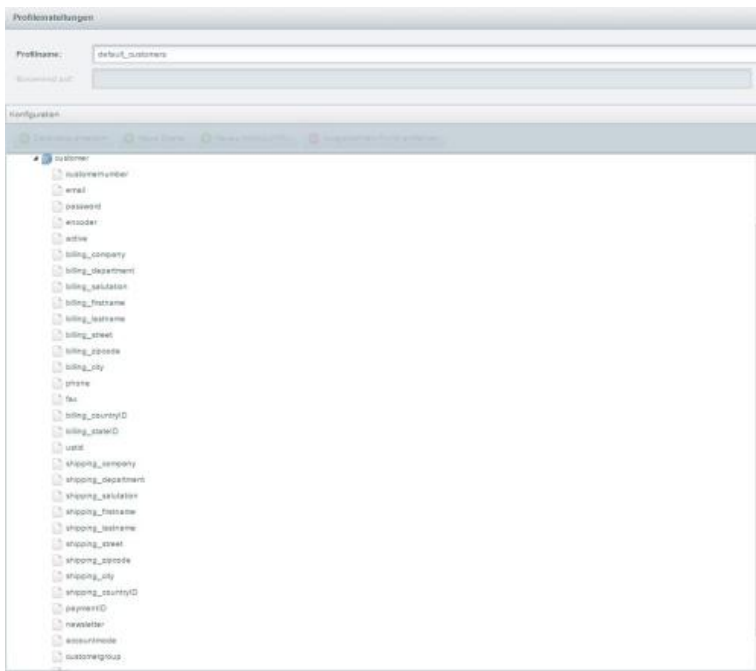
## Standard Profil

Das Standard Profil enthält alle Pflichtfelder, sowie die oft genutzten Detail-Informationen.

Das Profil zu diesem Import kannst Du aus der Liste der Standard-Profile auswählen unter dem Namen "Kunden (default\_customers)".

Eine Beispiel XML-Datei findest Du hier: [Customers.xml](#)

Eine Beispiel CSV-Datei kannst Du hier finden: [Customers.csv](#)



## Profil "Kunden komplett"

Ab der Version 2.4.0 kannst Du im Plugin ein neues Standardprofil namens "Kunden komplett" (default\_customers\_complete) verwenden. Dieses Profil dient zum reinen Export der personenbezogenen Daten der Kunden, einschließlich den allgemeinen Kundendaten, hinterlegten Adressen und Bestellungen. Du kannst also diese Daten erhalten, indem du das Profil beim Export auswählst. Beachte bitte, dass für dieses Profil nur XML als Export-Format zur Verfügung steht.

Es ist weder eine Bearbeitung noch ein Import bei diesem Profil vorgesehen. Entsprechend ist das Profil nur beim Export zu finden und taucht in der Profilübersicht nicht auf.

## Import/Export: Lagerbestand

### Lagerbestand

Beim Import von Lagerbeständen musst Du beachten, dass Du mit diesem Profil nur den Lagerbestand von bestehenden Artikeln verändern kannst. Dieser Profiltyp kann keine neuen Artikel anlegen.

### Allgemeine Hinweise

Benutzt Du die Funktionen des Plugins Shopware ERP powered by Pickware nutze bitte die Pickware-Profile und niemals dieses Profil, ansonsten kann es zu Bestandsverfälschungen kommen.

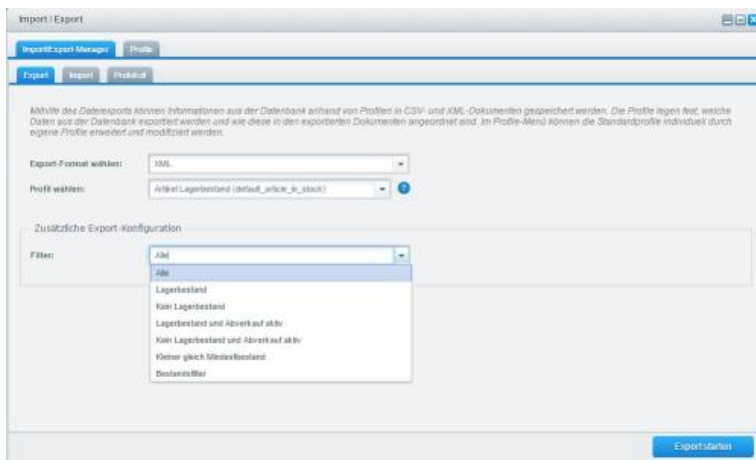
Bevor ein Import in das Live-System vorgenommen wird, sollte ein Datenbankbackup vorgenommen werden. In jedem Fall empfiehlt sich auch den Import zuvor in einer Testumgebung oder im Staging-System zu prüfen.

## Basis Lagerbestand

Beim Import von Lagerbeständen müssen wir beachten, dass das Profil lediglich für den Ex- und Import von Lagerbeständen dient. Alle anderen Felder dienen nur der Identifizierung des Artikels und werden nicht mit importiert.

Die Funktion **Lagerbestand exportieren** bietet zusätzlich folgende Filtermöglichkeiten:

- Alle
- Lagerbestand
- Kein Lagerbestand
- Lagerbestand und Abverkauf aktiv
- Kein Lagerbestand und Abverkauf aktiv



## Unterstützte Felder inkl. Beschreibung

Feldname	Beschreibung	Gültige Werte	Besonderheiten
ordernumber	Artikelnummer	alphanummerischer Wert	Merkmal zur eindeutigen Identifizierung des Artikels
instock	Lagerbestand	numerischer Wert	
_name	Artikelname	Text	Über dieses Profil nicht importierbar, dient nur zur Identifizierung des Artikels
_addionaltext	Variantentext	Text	Über dieses Profil nicht importierbar, dient nur zur Identifizierung des Artikels

_supplier	Hersteller	Text	Über dieses Profil nicht importierbar, dient nur zur Identifizierung des Artikels
_price	Preis	numerischer Wert	Über dieses Profil nicht importierbar, dient nur zur Identifizierung des Artikels

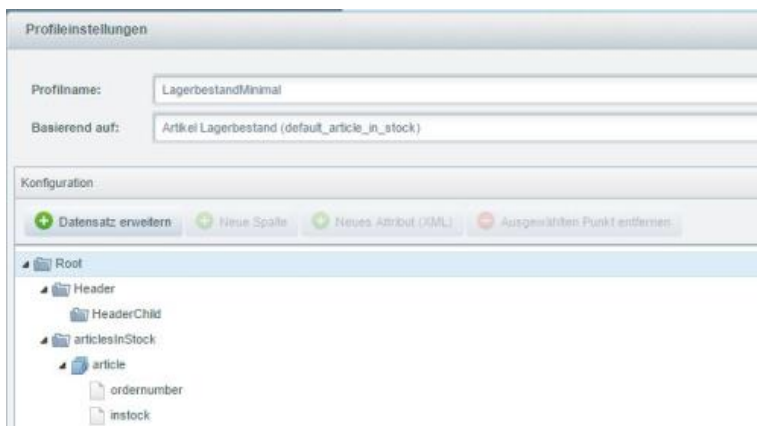
## Minimaler Import

Dieser Import enthält nur die Felder ordernumber und instock, welche in jedem Import vorhanden sein müssen. Auf weitere Felder zur besseren Identifizierung wurde verzichtet.

Das Profil zu diesem Import kannst Du hier herunterladen: [ArticleInstockMinimal.json](#)

Eine Beispiel XML-Datei findest Du hier: [InstockMinimal.xml](#)

Eine Beispiel CSV-Datei kannst Du hier finden: [InstockMinimal.csv](#)



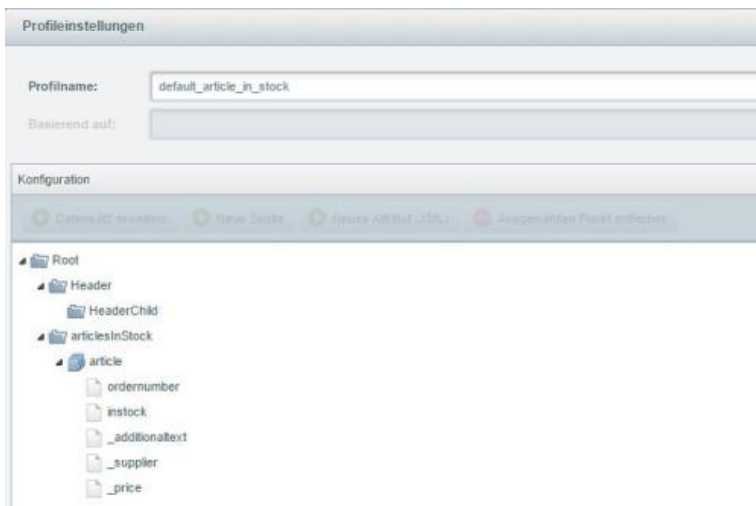
## Standard Profil

Dies ist das Standard Profil, welches neben den beiden Pflichtfeldern auch die anderen verfügbaren Felder zur besseren Identifizierung des Artikels enthält. Es wird jedoch nur der Lagerbestand importiert, alle anderen Felder haben keine Auswirkung.

Das Profil zu diesem Import kannst Du aus der Liste der Standard-Profile auswählen unter dem Namen "Artikel Lagerbestand (default\_article\_in\_stock)".

Eine Beispiel XML-Datei findest Du hier: [Instock.xml](#)

Eine Beispiel CSV-Datei kannst Du hier finden: [Instock.csv](#)



## Import/Export: Newsletter-Empfänger

Newsletter-Empfänger sind ein wichtiger Bestandteil für das erfolgreiche Newsletter-Marketing. Dabei musst Du jedoch bestimmte Felder wie die E-Mail-Adresse und die Empfängergruppe beachten. Es ist wichtig zu beachten, dass beim Import nur neue Empfänger hinzugefügt oder bestehende aktualisiert werden können, und es nicht möglich ist, Empfänger über einen Import zu löschen.

Im Folgenden erfährst Du, wie Du eine E-Mail-Adresse verschiedenen Empfängergruppen zuordnen kannst und wie eine Beispiel-Dateien für den Import und Export von Newsletter-Empfängern aussieht.

### Allgemeine Hinweise

Beim Import von Newsletter-Empfängern ist zu beachten, dass hier nur neue Empfänger importiert oder bestehende Empfänger aktualisiert werden können. Es ist nicht möglich über einen Import Empfänger zu löschen.

### Basis Newsletter

#### Unterstützte Felder inkl. Beschreibung

Feldname	Beschreibung	Gültige Werte	Besonderheiten
email	E-Mail-Adresse des Empfängers	Text	
groupName	Newsletter-Gruppe	Text	

salutation	Anrede	Text	Wird nur bei Empfängern ohne Kundenkonto benötigt, entspricht den erweiterten Feldern in der Registrierung
firstName	Vorname	Text	Wird nur bei Empfängern ohne Kundenkonto benötigt, entspricht den erweiterten Feldern in der Registrierung
lastName	Nachname	Text	Wird nur bei Empfängern ohne Kundenkonto benötigt, entspricht den erweiterten Feldern in der Registrierung
street	Straße	Text	Wird nur bei Empfängern ohne Kundenkonto benötigt, entspricht den erweiterten Feldern in der Registrierung
zipCode	Postleitzahl	Text	Wird nur bei Empfängern ohne Kundenkonto benötigt, entspricht den erweiterten Feldern in der Registrierung
city	Stadt	Text	Wird nur bei Empfängern ohne Kundenkonto benötigt, entspricht den erweiterten Feldern in der Registrierung
lastNewsletter	Letzter Newsletter	Datum	
lastRead	Zuletzt gelesen	Datum	
userID	Kunden-ID	numerisch	Wird nur bei Empfängern mit Kundenkonto benötigt

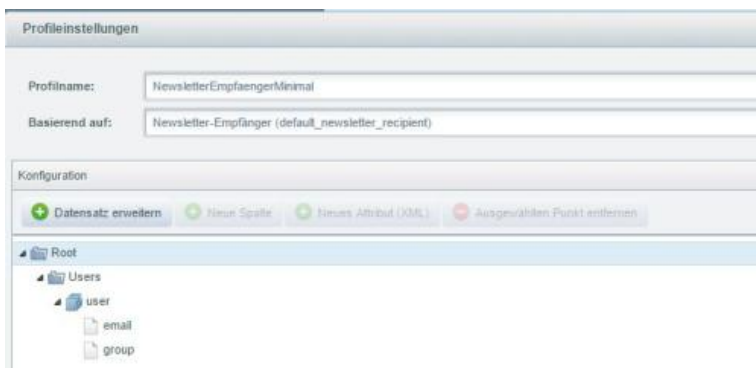
## Minimaler Import

Dieser Import enthält lediglich die Pflichtfelder, um einen neuen Newsletter-Empfänger anzulegen. Hierzu ist die E-Mail-Adresse, sowie eine Empfängergruppe erforderlich. Eine E-Mail-Adresse kann mehrfach vorhanden sein, und verschiedenen Gruppen zugeordnet werden.

Das Profil zu diesem Import kannst Du hier herunterladen: [NewsletterReceiverMinimal.json](#)

Eine Beispiel XML-Datei findest Du hier: [NewsletterMinimal.xml](#)

Eine Beispiel CSV-Datei kannst Du hier finden: [NewsletterMinimal.csv](#)



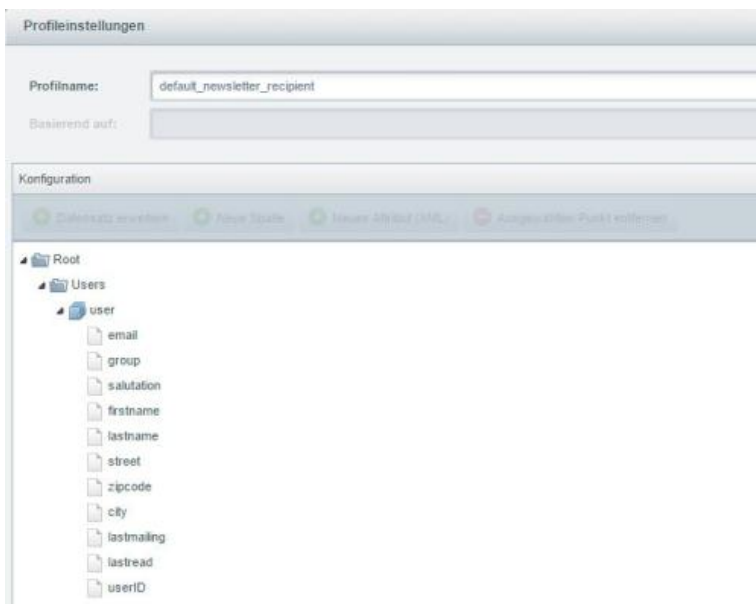
## Standard-Profil

Das Standard Profil enthält die Pflichtfelder inkl. einiger oft genutzter Detailfelder. Das Feld userID wird nur bei Newsletter-Empfängern zu bestehenden Benutzern mit 1 gefüllt, der Knoten groupName ist hier dann leer.

Das Profil zu diesem Import kannst Du aus der Liste der Standard-Profile auswählen unter dem Namen "Newsletter-Empfänger (default\_newsletter\_recipient)".

Eine Beispiel XML-Datei findest Du hier: [Newsletter.xml](#)

Eine Beispiel CSV-Datei kannst Du hier finden: [Newsletter.csv](#)



## Import/Export: Häufige Fragen und Fehler

In diesem Wiki-Artikel werden häufig auftretende Fragen und Fehlerquellen im Import/Export Advanced Modul behandelt. Genaue Hinweise und spezielle Anleitungen für die einzelnen Profiltypen findest Du in den [jeweiligen spezifischen Doku-Artikeln](#).

### Fragen



## **Warum sollte ich das alte Import/Export Modul nicht mehr benutzen?**

Das alte Import/Export Modul ist noch an die Datenstrukturen von Shopware 4 angepasst. Es wird seit einiger Zeit nicht mehr weiterentwickelt und hat somit alle Änderungen an Kunden, Bestellungen, Adressen und Artikeln seit dieser Zeit nicht mehr bekommen. Wir können Dir nicht garantieren, dass ein Export/Import noch fehlerfrei funktioniert.

## **Mir fehlt eine Information in Profil XY**

Natürlich versuchen wir immer alle sinnvollen Informationen in den Profilen anzubieten. Solltest Du hier dennoch Informationen vermissen kannst Du uns gerne einen Verbesserungsvorschlag in unseren [Issue-Tracker](#) einstellen. Bitte beachte hierbei immer ob es wirklich für eine größere Anzahl an Kunden sinnvoll ist, diese Informationen dort zu übergeben.

## **Wie muss meine Datei eigentlich aussehen?**

Du weißt nicht wie genau Deine Datei aussehen soll, wenn Du einen Import vornehmen willst. Lege einmal einen Datensatz im Backend an, wie Du ihn Dir später vorstellst, dies dient auch dazu keine Pflichtfelder zu vergessen. Dann nimmst Du Dir eines der Beispielprofile aus dem spezifischen Wiki-Artikel des Profiltyps und exportierst diesen. Dort siehst Du nun deinen Beispieldatensatz und kannst die weiteren Datensätze in der Datei an diese Struktur anpassen.

Nicht jeder Export lässt sich unverändert wieder importieren. Fehlen Pflichtfelder kann ein Import nicht vorgenommen werden!

## **Welchen Profiltyp nehme ich am besten?**

Hier gilt die Faustregel, dass man am besten den Profiltyp mit den wenigsten zusätzlichen Informationen nehmen sollte. Willst Du beispielsweise nur Lagerbestände aktualisieren, dann solltest Du auch den Profiltyp für Lagerbestände mit dem Beispielprofil Artikel Lagerbestand `default_article_in_stock` nehmen. Nimmst Du hier stattdessen z.B. das Profil Artikel oder Artikel komplett vom Profiltyp Artikel so hast Du viele unbenötigte Informationen, welche ggfs. zu Fehlern oder unerwünschten Verhalten beim Import führen können. Je weniger Informationen in deinem Profil und deiner Datei vorkommen umso weniger Zusammenhänge und Bereiche musst Du berücksichtigen.

## **Fehler**

### **Artikel XXXXX benötigt einen Namen oder eine ID für den Eigenschaftswert**

Ist bei einem Artikel bereits ein Eigenschafts-Set verknüpft so muss dieses bei Importen, die die Felder `propertyGroupName` und `propertyValueName` enthalten auch angegeben werden. Die Werte dürfen hier nicht leer sein.

### **Hauptbestellnummer für Artikel XXXXX erforderlich**

Die Spalte `mainnumber` ist für den Artikel nicht/nicht richtig befüllt. Jeder Artikel benötigt immer einen Eintrag für die Shopware-Spalten `ordernumber` und `mainnumber`. Die `mainnumber` ist bei nicht Varianten-

Artikeln die eigene ordernumber, bei Varianten-Artikeln die ordernumber des Hauptartikels.

## **Variante/Artikel mit der Nummer XXXXX nicht gefunden**

Beim Import von Varianten wurde der Eltern-Artikel nicht gefunden. Mögliche Ursache wäre hier, dass die Varianten (ordernumber) keinem Hauptartikel (mainnumber) zugeordnet werden können.

Richtiges Beispiel:

```
ordernumber mainnumber name
SW100231.1 SW100231.1 Hauptartikel (Parent)
SW100231.2 SW100231.1 Variantenartikel (Child)
SW100231.3 SW100231.1 Variantenartikel (Child)
```

## **Unable to install, got exception: An exception occurred while executing ' INSERT IGNORE INTO [...] Unknown column 'XXXX' in 'field list'**

Hier fehlt eine Spalte in der Datenbank-Struktur. In der Fehlermeldung findest Du nach einem INTO die Tabelle und nach Unknown column am ende die fehlende Spalte. Diese kannst Du ggfs. manuell neu anlegen, oder das Modul komplett reinstallieren.

## **Errors: Could not load image http://www....**

Die zu importierenden Bilder befinden sich nicht unter dem im Import-Feed angegebenen Link. Überprüfe den Link zur Bild-Datei und korrigiere diesen ggfs. Oft blockiert auch ein htaccess Verzeichnis Schutz die Abfrage der Bilder, dieser muss für den Import deaktiviert werden.

## **Passwort und Encoder müssen für die E-Mail XXXXX übergeben werden**

Jeder Kundendatensatz muss immer ein Passwort und einen Encoder enthalten. Bitte überprüfe die genannte E-Mail und gebe korrekte Daten für Passwort und Encoder an.

# Inhalte & Medien

Neben den Produkten, welche verkauft werden sollen, sind die Inhalte ein wichtiger Bestandteil eines Shops. In Shopware sind das beispielsweise Inhalte wie Blogbeiträge, statische Seiten oder Bilder.

Dieser Bereich der Dokumentation beschreibt Dir genau wie Du in Deinem Shopware Shop statische Seite erstellen und integrieren kannst, um zum Beispiel ein Impressum, die Datenschutzordnung oder auch individuelle Seiten anzubieten. Auch zeigen wir in diesem Bereich, wie Du Formulare einsetzen kannst, um beispielsweise eine Kontaktmöglichkeit zu bieten oder auch die Medienverwaltung in Shopware zu nutzen, um Bilder und Dateien für Produkte, Einkaufswelten und Kategoriebeschreibungen zu verwalten.



## Blog

Eines der wichtigsten Ranking Kriterien für Suchmaschinen ist Unique Content. Das bedeutet, dass Dein Shop über einmalige Inhalte verfügt und regelmäßig um neue Inhalte erweitert wird. Neben den Artikelbeschreibungen, die möglichst eindeutig sein sollten, ist es SEO-technisch auch von Vorteil, wenn man einen eigenen Blog betreibt.

Ein Blog ist im Prinzip eine Art "Web-Tagebuch", wo man Informationen und Neuigkeiten aus verschiedenen Bereichen publiziert. Das können zum Beispiel Informationen über Dein Unternehmen selbst sein, aber auch aktuelle Produktvorstellungen oder Tipps und Tricks rund um Dein Produktsortiment. Die Möglichkeiten sind also vielfältig. Pauschal lässt sich sagen: Je mehr eigenen Inhalt Du publizierst und desto mehr Arbeit Du in Deinen Shop investierst, desto besser wirst Du auch von den Suchmaschinen bewertet.

## Kategorie anlegen

Um Blog-Artikel in Ihrem Shop anzeigen zu können ist eine Blog-Kategorie erforderlich. Diese wird regulär, wie auch anderen Kategorien des Shops, über den Punkt "Artikel --> Kategorien" an gewünschter Stelle im Kategoriebaum des Shops angelegt.

Achte bitte darauf, dass die Kategorie "Aktiv" und als "Blog-Kategorie" gekennzeichnet ist. Eine Artikelzuordnung bei Blog-Kategorien ist nicht möglich. Artikel können nur bei einzelnen Blog-Artikeln zugewiesen werden.

## Artikel anlegen

Um den ersten Blog-Artikel anzulegen öffnest Du den Punkt "Blog" unter "Inhalte" in der Navigation der Administration. Es öffnet sich die allgemeine Übersicht, in der Du alle im Shop verfügbaren Artikel dargestellt hast.

Verfügbare Artikel können editiert, gelöscht und dupliziert werden.

Die Maske für einen neuen Artikel öffnest Du nun über den Button "Blogartikel hinzufügen" im oberen Bereich des Fensters.

**Blog-Artikel sind nicht übersetzbar. Solltest Du einen mehrsprachigen Shop einsetzen, so könntest Du je Sprache bzw. Kategoriebaum einen eigenen Artikel anlegen.**

## Verfügbare Felder

- **Titel:** Überschrift / Bezeichnung des Artikels
- **Autor:** Der Autor kann aus den Backend-Benutzern ausgewählt werden
- **Aktiv:** Wenn aktiv wird der Artikel im Shop angezeigt
- **Kurzbeschreibung:** Die Kurzbeschreibung entspricht einem Teaser und wird in der Kategorie angezeigt
- **Langbeschreibung:** In diesem Editor wird der eigentliche Blog-Text eingetragen

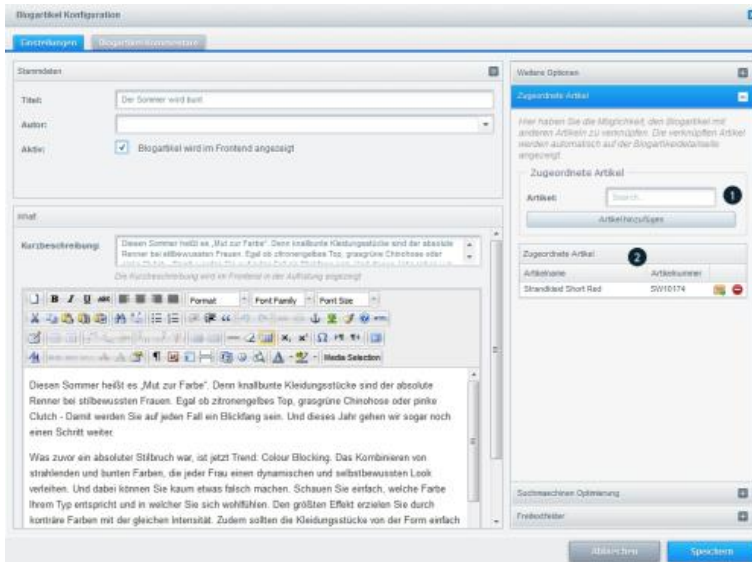
## Weitere Optionen

- **Template:** Hier kannst Du ein eigenes Template auswählen, welches Du unter *Einstellungen > Grundeinstellungen > Storefront > Warenkorb / Artikeldetails > Verfügbare Templates Blog-Detailseite* anlegst. Weitere Informationen dazu findest Du [hier](#).
- **Anzeigedatum:** angezeigtes Datum im Blogartikel
- **Anzeigezeit:** angezeigte Uhrzeit im Blogartikel
- **Kategorie:** Wählen Sie hier eine Blog-Kategorie aus Ihrem Shop aus

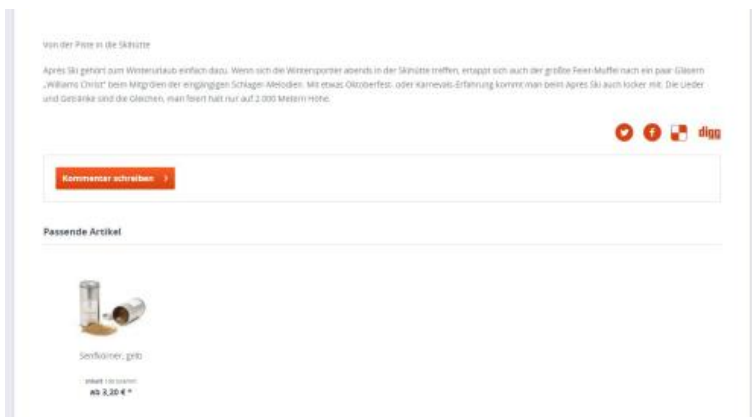
- **Tags:** Tags sind vergleichbar mit Filter-Eigenschaften. Hier können mehrere Werte hinterlegt werden. Nach einem "Tag" drückst Du die Eingabetaste (Enter) um eine weitere Eigenschaft (Tag) zu definieren. In der Kategorie kann nach diesen "Tags" gefiltert werden.
- **Bilderverwaltung:** Erlaubt es Bilder aus der Medienverwaltung im Blog zu verwenden und ein Vorschaubild zu markieren. Für den Blog vorgesehene Bilder müssen sich nicht länger im Album "Blog" befinden. Jedes Bild kann nun verwendet werden.

## Zugeordnete Artikel

Ordne Deinem Blogartikel über diese Funktion bestehende **Artikel aus Deinem Shop zu (1)**. Welche Artikel bereits zugeordnet wurden, findest Du in der **Auflistung (2)** darunter.



So können Besucher aus diesem Blog heraus auf die ggf. **passenden Artikel (1)** in Deinem Shop gelangen.



## Suchmaschinen Optimierung

- **Keywords:** Keywords werden mit ", " getrennt definiert. Diese werden als Meta-Angabe im Seitenquelltext genutzt

- **Beschreibung:** Die Beschreibung wird ebenfalls als Meta-Angabe im Seitenquelltext hinterlegt

Über den Button "Vorschau" bekommst Du einen Eindruck, wie die Darstellung in einer Suchmaschine aussehen könnte

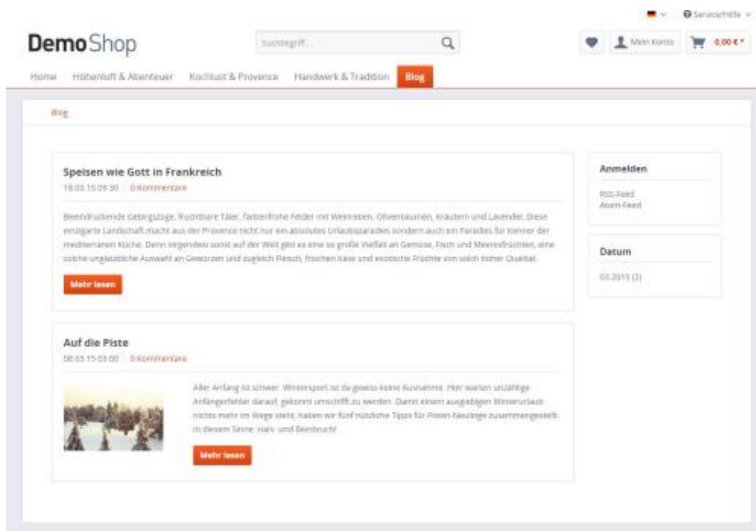
## Freitextfelder

An dieser Stelle kannst Du weitere optionale Freitextfelder füllen. Standardmäßig werden diese nicht weiter genutzt und sind somit für eigene Anpassungen bzw. individuelle Erweiterungen gedacht.

Die Freitextfelder können innerhalb des Blog-Templates folgendermaßen abgefragt werden:

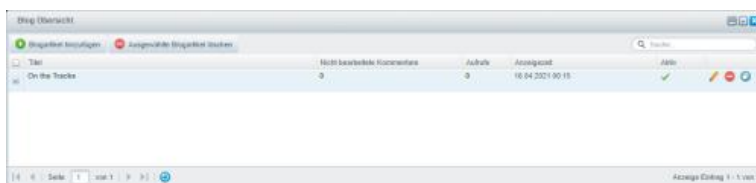
```
{${Article.attribute.attribute1}}
```

## Ansicht der Blog-Kategorie

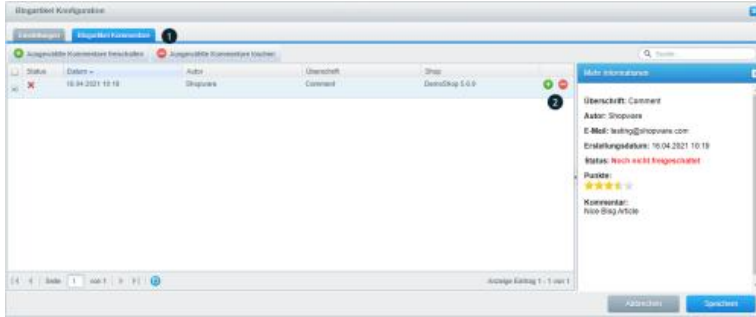


## Blog Bewertungssystem

Einzelne Blogartikel können, genau wie Artikel, über die Kommentarfunktion unterhalb des Blog-Artikels bewertet werden. Der Benutzer, welcher einen Kommentar hinterlegt hat, wird per E-Mail (Vorlage ist sOPTINVOTE) benachrichtigt und per Link gebeten seinen hinterlegten Kommentar zu bestätigen. Sobald der Kunde den Bestätigungs-Link in der E-Mail angeklickt hat, taucht **der freizuschaltende Kommentar in der Blog-Übersicht** auf.



Editiere nun in der Übersicht den bewerteten Blog-Artikel. Unter dem Reiter **Blogartikel Kommentare (1)** hast Du nun die Möglichkeit den **Kommentar freizuschalten oder zu löschen (2)**.



Die Bewertungsfunktion des Blogs ist unabhängig von

der Artikelbewertung zu sehen und kann nicht über das Backend deaktiviert werden.

## Formulare

Der Formular-Generator ist das perfekte Baukastensystem, um individuelle Kontakt-, Support- und Serviceformulare für die Storefront zu erstellen. Formulare können dabei ganz nach individuellen Anforderungen des Shopbetreibers im Shopware-Backend zusammengelinkt werden. Shopware generiert dann entsprechende Links, die auf einfache Art und Weise in die Storefront integrierbar sind.

Die Formulare erscheinen automatisch im Look & Feel des eingesetzten Templates.

Die hier erstellten Formulare können auch mit dem Ticketsystem verknüpft werden. So kannst Du die Anfragen auch bequem aus Shopware heraus bearbeiten und beantworten, ohne ein extra E-Mail-Programm nutzen zu müssen.

Nur einige Vorteile:

- Der Formular-Generator zum Erstellen beliebiger Eingabefelder für die Storefront, je nach Anforderungen des Shops
- Eingabefelder können als Pflichtfelder oder optionale Eingaben erstellt werden, inkl. Ausgabe von konfigurierbaren Meldungen, wenn Pflichtfelder nicht ausgefüllt werden
- Pulldown-Menüs, Checkboxes oder Radio-Buttons können zusätzlich zu reinen Textfeldern angelegt werden
- Jedes erstellte Formular kann an eigene, individuelle E-Mail-Adressen verschickt werden, z.B. je nach Zuständigkeiten von Mitarbeitern
- Formulare erscheinen als eigene HTML-Seiten im Look & Feel des Webshops
- Reklamationen können vom Handling technisch und funktionell komplett in Shopware integriert werden (über E-Mails oder Ticketsystem)

## Übersicht

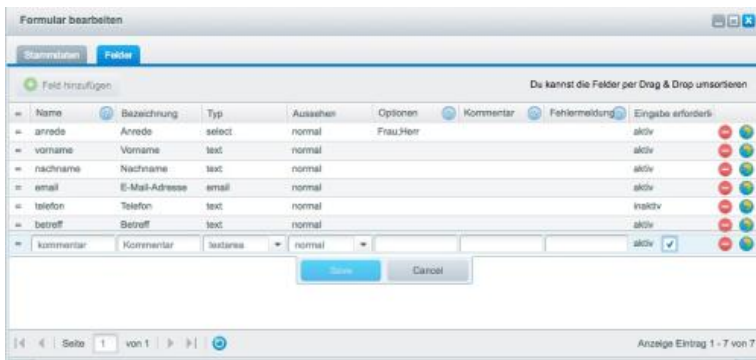
### Übersicht über alle Formulare

Name	E-Mail-Adresse	Aktiv
<input type="checkbox"/> Kontaktformular		✓
<input type="checkbox"/> Partnerformular		✓
<input type="checkbox"/> Defektes Produkt		✓
<input type="checkbox"/> Rückgabe		✓
<input type="checkbox"/> Anfrage-Formular		✓
<input type="checkbox"/> Support beantragen		✓

- Formular löschen **(1)**
- Formular bearbeiten **(2)**
- Formular duplizieren **(3)**

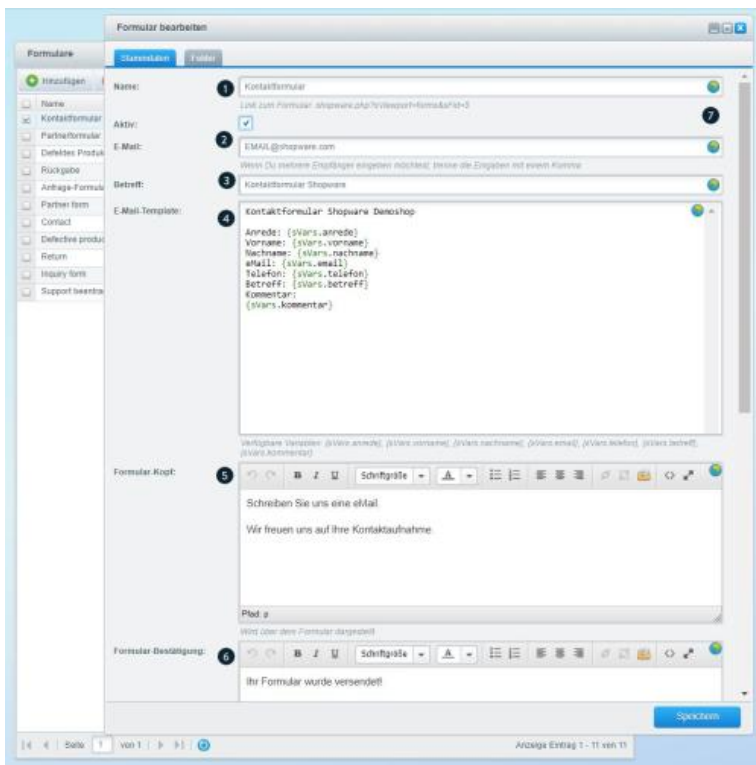
### Erstellen / Bearbeiten eines Formulars



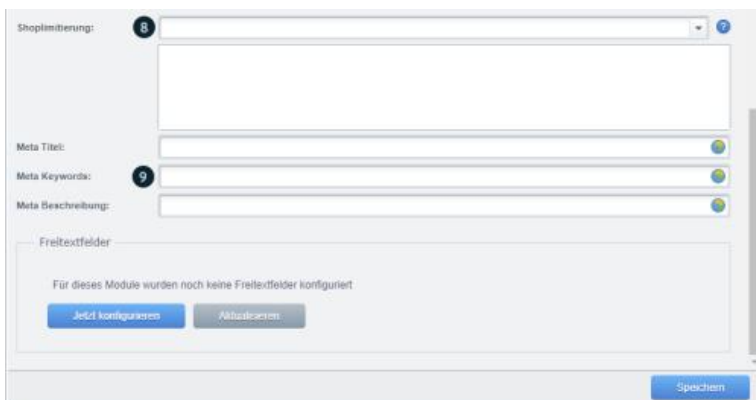


- **Name:** Variablen-Bezeichnung z.B. comment für Kommentar (Diese Bezeichnung kann mit {sVars.comment} im E-Mail-Template eingebunden und somit der Inhalt mit versendet werden.) Sollen in einer Zeile zwei Felder stehen, z. B. PLZ und Ort, so muss die Eingabe mit einem Semikolon getrennt werden (zipcode;city). Die Bezeichnung darf kein Leerzeichen, Umlaute oder Sonderzeichen enthalten.
- **Bezeichnung:** Diese Bezeichnung wird vor dem jeweiligen Inputfeld in der Storefront angezeigt.
- **Typ:** Auswahl zwischen einem Eingabe Feld (*Text*), zwei Eingabefeldern (*Text2*), Radio-Button, Auswahlfeld, Textfeld, Checkbox und E-Mail. Wird der Typ E-Mail genutzt, wird bei der Eingabe überprüft, ob eine korrekte E-Mail eingetragen ist bevor der Versand erfolgt.
- **Aussehen:** Normal, PLZ und Ort und Straße und Nr wählbar
- **Optionen:** Werte die in Auswahlfeldern, Checkboxes und Radio-Buttons wählbar sind. Eingabe durch ein Semikolon getrennt. (Die Angabe mehrerer Auswahlmöglichkeiten mit Semikolon ist nur beim Typ Auswahlfeld möglich)
- **Kommentar:** Hinterlegen eines Beschreibungstexts oder Kommentars, die in der Storefront zum jeweiligen Feld angezeigt werden.
- **Fehlermeldung:** (Optional) Definieren einer Fehlermeldung.
- **Eingabe erforderlich:** Pflichtfeld ja oder nein
- **Weltkugel:** Über die Weltkugel kannst Du das jeweilige Feld für Sprach- bzw Subshops übersetzen.

## Formular Stammdaten



- Als **Name (1)** wird der Name von dem Formular eingetragen. Zusätzlich ist darunter der Link zu dem Formular zu finden, da die Formulare direkt über den Punkt "*Inhalte / Shopseiten*" verlinkt werden und somit im Shop erreichbar sind. Als Vorlage kann unter *Shopseiten* z.B. das Kontaktformular genutzt werden, welches im Standard bereits immer angelegt ist. Aufbau des Links: `shopware.php?sViewport=forms&sFid=5` (5 steht für die ID des Formulars)
- Mit dem Feld **E-Mail (2)** kannst Du festlegen an welche E-Mail-Adresse das Formular gesendet wird.
- Der **Betreff (3)** gibt den Betreff an, welcher später in der E-Mail erscheint.
- Unter **E-Mail Template (4)** kannst Du den Inhalt der E-Mail bestimmen. Hier hast Du nun die Möglichkeit, die zuvor in dem Formular eingetragene Informationen als Variablen festzulegen. Nutze hierzu den in Felder eingetragenen '**Name**' wie folgt: `{sVars.Name}`
- In dem **Formular-Kopf (5)** trägst Du die Überschrift für die Seite ein.
- **Formular-Bestätigung(6)** gibt den Text an, der angezeigt wird, nachdem das Formular erfolgreich versendet wurde.
- **Übersetzungen (7):** Klick auf das kleine Weltkugelsymbol um dem zugehörigen Feld eine Übersetzung anzufügen.



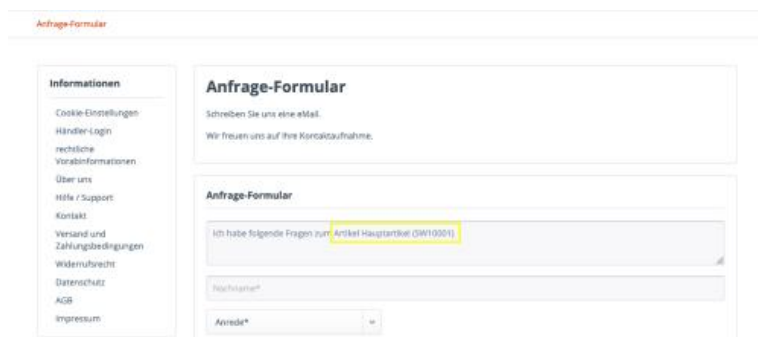
Zusätzlich hast Du noch die Möglichkeit unter **Shoplimitierung (8)** anzugeben, in welchen Shops die Seite angezeigt werden soll. Wird hier nichts ausgewählt, ist die Shopseite in allen Shops verfügbar.

Am Ende kannst Du die entsprechenden **Meta-Daten (9)** wie gewohnt eingeben. Hier hast Du die Felder:

- Meta Titel
- Meta Keywords
- Meta Beschreibung

## Formular Fragen zum Artikel

Auf der Artikeldetailseite findest Du unter "Weiterführende Links" auch **Fragen zum Artikel?** Wenn der Kunde darauf klickt, erscheint das Anfrage-Formular mit der Besonderheit, dass im ersten Textfeld direkt der Artikel sowie die Artikelnummer vermerkt ist.



## Tipps & Tricks

### Erzwinge E-Mail trotz Ticket System

Wenn Du möchtest, dass E-Mails versendet werden, obwohl Du das Ticket System benutzt, kannst Du den Link entsprechend anpassen.

Hier ist die Struktur von dem Link: **shopware.php?sViewport=ticket&sFid=5&forceMail=1**

### Beispiel Checkbox

Sollte es erforderlich sein, dass Du eine Checkbox in Dein Formular einbauen musst, welche angehakt werden muss, um das Formular abzusenden, kannst Du wie folgt vorgehen:

Erstelle das Feld im Formular:

Name	Bezeichnung	Typ	Aussehen	Optionen	Kommentar	Fehlermeldung	Eingabe erforderlich
anrede	Anrede	select	normal	Frau/Herr			aktiv
vorname	Vorname	text	normal				aktiv
nachname	Nachname	text	normal				aktiv
email	E-Mail-Adresse	email	normal				aktiv
telefon	Telefon	text	normal				aktiv
betreff	Betreff	text	normal				aktiv
kommentar	Kommentar	textarea	normal				aktiv
bestaetigung	Bestätigung	checkbox	normal	1	Ich willige ein, d...	Dieses Feld ist ...	aktiv

Zur Bestätigung kannst Du Dir den Wert der Eingabe auch in der E-Mail ausgeben lassen:

```

Betreff: Kontaktformular Shopware
E-Mail-Template: Kontaktformular Shopware Demoshop
Anrede: {sVars.anrede}
Vorname: {sVars.vorname}
Nachname: {sVars.nachname}
E-Mail: {sVars.email}
Telefon: {sVars.telefon}
Betreff: {sVars.betreff}
Bestätigung: {sVars.bestaetigung}
Kommentar:
{sVars.kommentar}
  
```

Im Frontend sieht das Ergebnis dann wie folgt aus:

Betreff\*

Kommentar\*

Bestätigung\*  
 Ich willige ein, dass meine Angaben zur Kontaktaufnahme und Zuordnung für eventuelle Rückfragen dauerhaft gespeichert werden.

cf ab8

Bitte geben Sie die Zahlenfolge in das nachfolgende Textfeld ein

Die mit einem \* markierten Felder sind Pflichtfelder.

## Beispiel Registrierungsformular

Da das Formular für die Registrierung ein zentrales Element des Shops ist, wird dieses über die Grundeinstellungen konfiguriert. Du findest die Konfiguration unter **Einstellungen > Grundeinstellungen > Anmeldung/ Registrierung**. Weitere Informationen findest Du unter [Anmeldung/ Registrierung](#).

## Konfiguration für Subshops und Sprachshops

Bei Verwendung von Subshops verweist in der Artikeldetail-Ansicht der Link "Frage zum Artikel?" immer auf das gleiche Formular.

## Formular kopieren

Im Shopware Backend findest Du unter dem Punkt "Inhalte > Formulare" alle bisher angelegten Formulare. Dort findest Du auch das **Anfrage-Formular mit der ID 16**, welches das deutschsprachige Formular beinhaltet. Auf der rechten Seite dieser Liste findest Du ein **Icon mit welchem Du das Formular**

duplizieren kannst.

Name	E-Mail-Adresse
Kontaktformular	info@example.com
Partnerformular	info@example.com
Defektes Produkt	info@example.com
Rückgabe	info@example.com
Anfrage-Formular	info@example.com
Partner form	info@example.com
Contact	info@example.com
Defective product	info@example.com
Return	info@example.com
Inquiry form	info@example.com
Support beantragen	info@example.com

Du findest das duplizierte Formular nun an unterster Stelle in der Liste (Copy of Anfrage-Formular). Öffne die Kopie und benenne alle Felder entsprechend Deinen Wünschen um. Notiere dir die **ID des Formulars**. In diesem Beispiel lautet die ID 24.

Name: Copy of Anfrage-Formular

Addr: info@example.com

E-Mail-Templates:

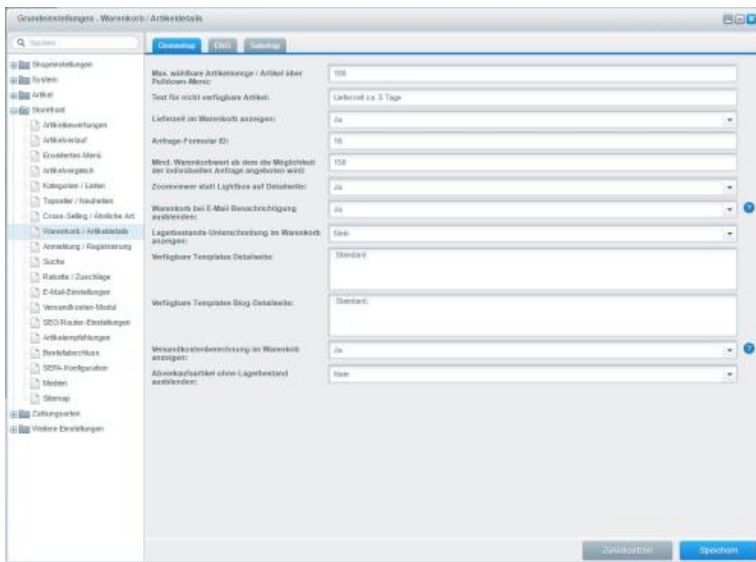
- 1 (Shopname) Anfrage-Formular
- 2
- 3 Anrede: {Vars.anrede}
- 4 Vorname: {Vars.vorname}
- 5 Nachname: {Vars.nachname}
- 6 eMail: {Vars.email}
- 7 Telefon: {Vars.telefon}
- 8 Artikel: {Vars.sondernumber}
- 9
- 10 Frage:
- 11 {Vars.inquiry}

Speichern

Nachdem das Formular angepasst wurde, muss es nun für den jeweiligen Subshop hinterlegt werden.

## Formular dem Subshop zuweisen

Öffne im Backend unter "Einstellungen > Grundeinstellungen > Storefront" den Menüpunkt "**Warenkorb / Artikeldetails**". Hier findest Du die Option "**Anfrage-Formular ID**" (2). Über die "**Subshop-Reiter**" hast Du nun die Möglichkeit eine abweichende Formular-ID für das Anfrage Formular zu hinterlegen. "**Speicher**" diese Einstellungen nun ab.

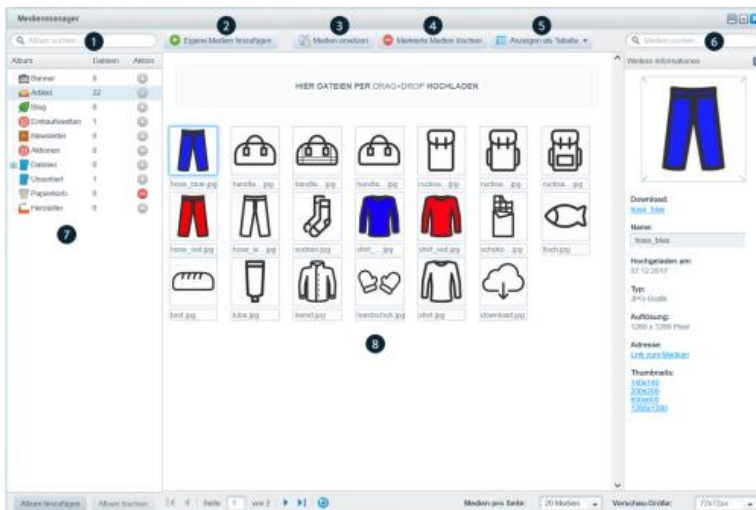


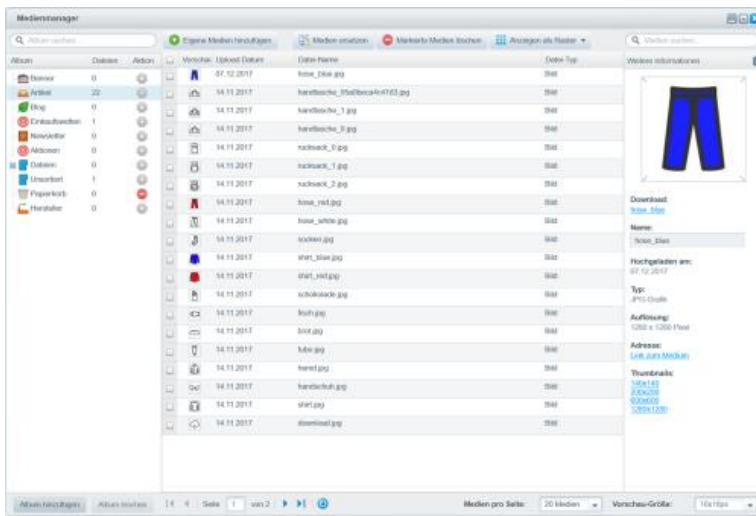
Leere abschließend den Shop-Cache. In Deinem Subshop wird nun das abweichende Anfrage-Formular geöffnet.

## Medien

Die Medienverwaltung ist das zentrale Modul, um Bilder, Videos und andere Medien zu verwalten. Zudem bietet das Modul einen komfortablen Uploader um die Medien per Drag&Drop hochzuladen.

## Oberfläche





Die Oberfläche teilt sich in vier Hauptbereiche auf. Oben findest Du die "Aktionsleiste" mit den folgenden Aktionsmöglichkeiten:

- **Album suchen (1):** Sucht nach Alben.
- **Eigene Medien hinzufügen (2):** Öffnet ein Pop-Up zum Medienupload.
- **Markierte Medien ersetzen (3):** Öffnet ein Pop-Up zum Ersetzen der markierten Medien.
- **Markierte Medien löschen (4):** Löscht die markierten Medien.
- **Anzeigen als Tabelle (5):** wechselt die Darstellungsart zur Tabellenansicht. Wenn Du dich in der Tabellenansicht befindest, kommst Du über den gleichen Button wieder in die Rasteransicht.
- **Medien suchen (6):** Sucht nach Medien und listet die die Ergebnisse unten auf.

Auf der linken Seite **(7)** findest Du alle Alben und Unter-alben Deiner Installation. Wenn gewünscht, kannst Du natürlich jederzeit neue Alben und Unter-alben anlegen und sortieren. Im mittleren Bereich **(8)** befinden sich alle Medien des jeweils ausgewählten Albums sowie darüber eine Zone, in der Du Medien per Drag&Drop hochladen kannst, sofern Dein Browser dies unterstützt. Wenn vom Format her möglich, wird Dir auch ein Thumbnail des Mediums angezeigt. Unter **weitere Informationen (9)** werden Dir alle relevanten Informationen zum ausgewählten Medium angezeigt: Download-Link, Name, Upload-Datum, Typ, Auflösung und die direkte URL, falls Du das Medium direkt verlinken musst. Dies solltest Du aber soweit es geht vermeiden und alternativ den MediaService nutzen, um die Inhalte dynamisch zu halten.

## Medien einem Album hinzufügen/löschen

Du kannst Medien auf 2 Arten zu einem Album hinzufügen. Die einfachste Möglichkeit ist, das Album, in die Du die Medien hochladen möchtest, auszuwählen und die Medien dann über den Button **Eigene Medien hochladen** hochzuladen. Die Bilder werden dann dem richtigen Album zugeordnet und es werden auch direkt die richtigen Thumbnails erstellt.

Alternativ kannst Du bereits hochgeladene Medien auch im Medienmanager verschieben, indem Du die gewünschten Bilder markierst und per Drag&Drop in das gewünschte Album ziehst. Wenn Du Medien hochlädst, wird der Medienmanager versuchen, direkt Vorschauen - sogenannte Thumbnails - zu erstellen. Für bestimmte Dateitypen gibt es keine Thumbnails, dann werden diese auch nicht durchgeführt. Gibt es für den Dateityp Thumbnails, so werden die in den Albumeinstellungen definierten Thumbnails beim

Hochladen mit den entsprechenden Einstellungen erzeugt.

**Beachte** bitte, das individuelle Thumbnailgrößen des Hauptordners nicht automatisch auf bereits bestehende Unterordner vererbt werden, Änderungen von Thumbnailgrößen bzw. neue Thumbnailgrößen müssen bei bestehenden Unterordner immer manuell angelegt werden. Anders verhält es sich bei neuen Unterordnern. Neu angelegte Alben erben automatisch die Thumbnail-Einstellungen des Hauptordners.

**Löschen** kannst Du Bilder jederzeit im Medienmanager, indem Du die entsprechenden Bilder markierst und auf **markierte Bilder löschen** klickst, die Bilder und die zugehörigen Thumbnails werden dann vom Server gelöscht. **Beachte** hierbei aber, dass die Bildzuordnung beim Artikel oder andere statische Verlinkungen nicht gelöscht werden, diese musst Du selbst aufheben!

## Medien ersetzen

Ab Shopware 5.3 ist es möglich, bestehende Medien direkt im Medienmanager zu ersetzen. Dies ist auch dateityübergreifend möglich (z.B. jpg durch png ersetzen), der Bildname bleibt hierbei gleich.

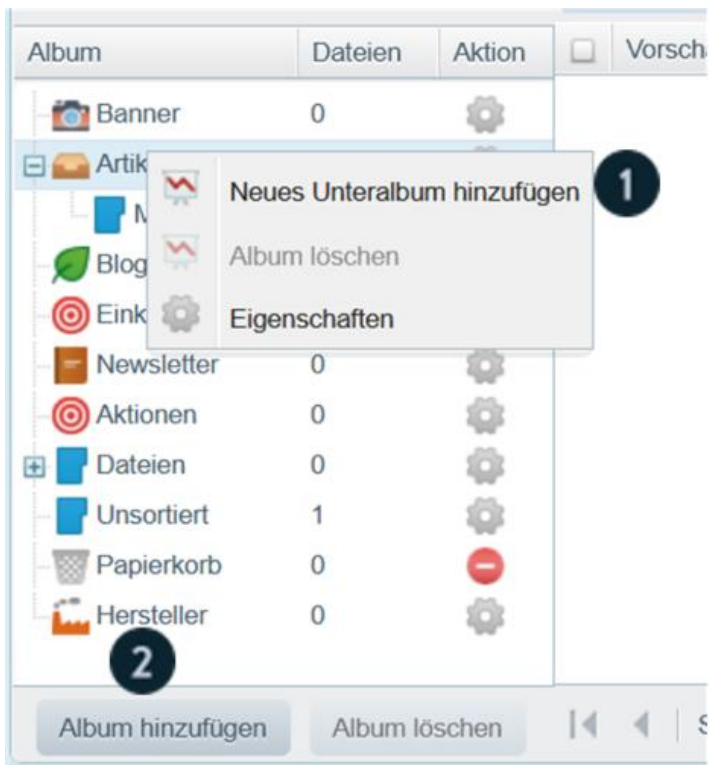
Um ein bestehendes Bild zu ersetzen, markiere das gewünschte Bild und klicke dann auf den Button **Medien ersetzen**. In dem sich nun öffnenden Fenster kannst du das neue Bild auswählen. Auf diese Weise ist es auch möglich mehrere Bilder gleichzeitig zu ersetzen.



Durch das Browsercaching kann es vorkommen, dass nach dem Ersetzen noch alte Bilder im Frontend angezeigt werden. Da dieser Cache nicht durch Shopware ersetzt werden kann ist es evtl. erforderlich, den Browsercache zu leeren.

## Neues Album anlegen

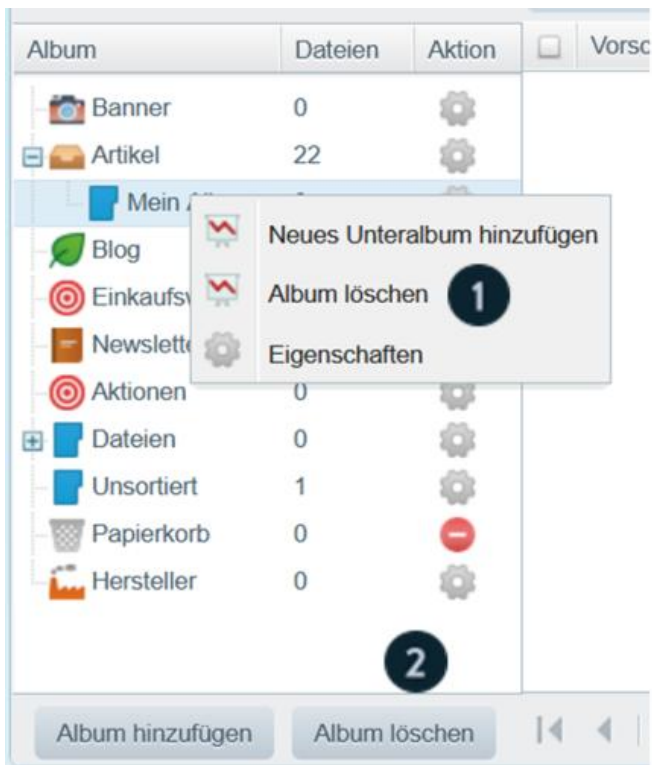




Ein neues Album kannst Du Dir ganz einfach anlegen, indem Du mit der rechten Maustaste in einen freien Bereich der Albumübersicht klickst und auf **Neues Album erstellen** klickst. Ein Unteralbum erstellst Du, indem Du mit einem Rechtsklick auf das gewünschte Hauptalbum, beispielsweise "Artikel" klickst und dann wieder **Neues Unteralbum erstellen (1)** - Es wird dann ein neues Album unterhalb von "Artikel" erstellt.

Alternativ kannst Du auch per **Album erstellen (2)** in der unteren Leiste ein neues Album erstellen. Dein neu erstelltes Album erhält dann automatisch die Thumbnail-Einstellungen des übergeordneten Albums. Falls Du ein neues Hauptalbum erstellt hast, erhält dieses keine Thumbnail-Einstellungen.

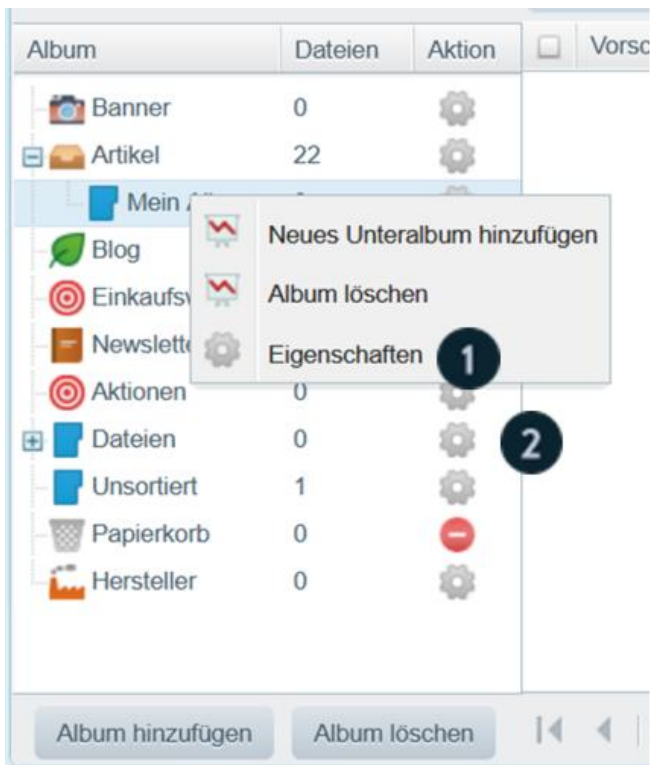
## Album löschen



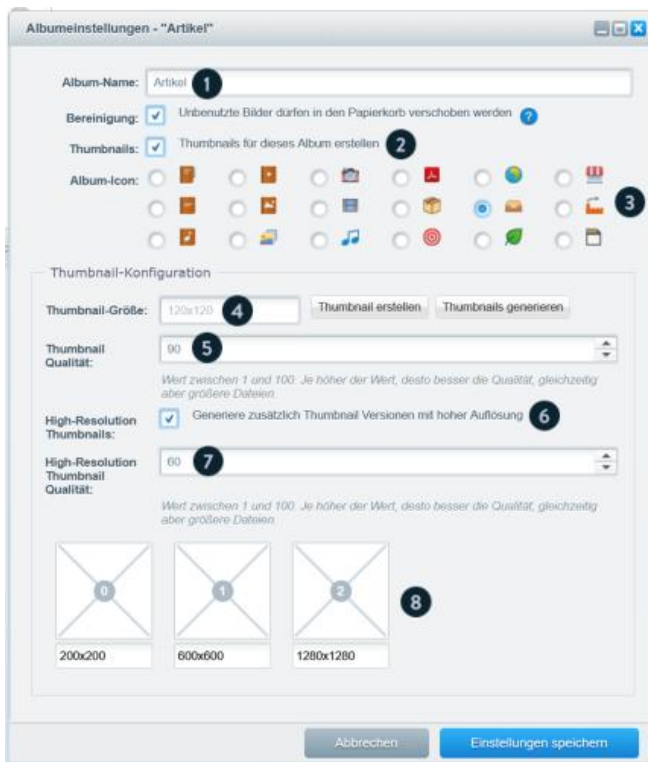
Um ein Album zu löschen klicke dieses mit der rechten Maustaste an und wähle im erscheinenden Kontextmenü **Album löschen**, alternativ kannst Du das Album auch selektieren und per Klick auf **Album löschen** in der unteren Leiste löschen.

Enthaltene Medien aus dem betroffenen Ordner werden nicht gelöscht! Diese befinden sich nach dem Löschvorgang in dem Album "Unsortiert".

## Album-Einstellungen



In die Einstellungen für die Alben gelangst du, indem Du entweder auf das **Zahnrad (2)** des Albums klickst, oder das Album mit rechter Maustaste > Eigenschaften **(1)** aufrufst. Es öffnet sich das folgende Fenster:



- **Album Name (1):** Hier kannst Du den Namen des Albums ändern.

- **Thumbnails (2):** Hier definierst Du, ob für die Medien in diesem Album Thumbnails erstellt werden sollen. Wenn Du keine Thumbnails brauchst oder das Album nur Dateitypen enthält, die keine Vorschau ermöglichen (z.B. Videos), kannst Du diese Einstellung natürlich deaktivieren.
- **Album-Icon (3):** Hier kannst Du Dir ein individuelles Icon definieren, damit Du Dein Icon einfacher wiederfindest.
- **Thumbnail-Größe (4):** Hier kannst Du neue Thumbnail-Größen eingeben, das Format hierfür ist "200x200". Klicke nach Deiner Eingabe auf "Thumbnail erstellen", um die neue Thumbnailgröße anzulegen. Über den Button "Thumbnails generieren" kannst Du die Thumbnails für alle Medien im ausgewählten Album neu erstellen.
- **Thumbnail-Qualität (5):** Definiere hier Deine gewünschte Bildqualität für deine Thumbnails > Wert zwischen 1 und 100, je höher der Wert, desto besser die Qualität, gleichzeitig werden die Dateien aber größer.
- **High-Resolution Thumbnails - Ab Shopware 5 (6):** Generiert Thumbnails mit höherer Auflösung, diese Option richtet sich ausschließlich an Geräte mit hoher Pixeldichte.
- **High-Resolution Thumbnail Qualität - Ab Shopware 5 (7):** Definiere hier Deine gewünschte Bildqualität für deine High-Resolution Thumbnails > Wert zwischen 1 und 100, je höher der Wert, desto besser die Qualität, gleichzeitig werden die Dateien aber größer.
- **Aktuell aktive Thumbnailgrößen (8):** Hier siehst Du alle aktuell definierten Thumbnailgrößen.

Falls Du Änderungen an den Thumbnailgrößen vorgenommen hast, hat das keine Auswirkungen auf die bereits hochgeladenen Medien im Album. Falls Du hier Einstellungen verändern musst, ist es nötig, die Thumbnails neu zu generieren, je nach Anzahl, Auflösung und vor allem Menge der Medien kann dies einiges an Zeit in Anspruch nehmen!

## Thumbnailgrößen

Die Standardgrößen für den Artikel-Ordner sind:

- 0 = 200x200
- 1 = 600x600
- 2 = 1280x1280

## Tipps & Tricks

### Thumbnailgrößen ab Shopware 5

Für das Responsive Theme werden neue Thumbnailgrößen benötigt. Für das Responsive Theme sind die folgenden Thumbnailgrößen erforderlich:

Album	Thumbnailgrößen
Einkaufswelten	800x800 / 1280x1280 / 1920x1920

Album	Thumbnailgrößen
Banner	800x800 / 1280x1280 / 1920x1920
Artikel	200x200 / 600x600 / 1280x1280
Blog	200x200 / 600x600 / 1280x1280

## High Resolution-Thumbnail

Ein konventioneller PC-Monitor hat eine Pixeldichte von 72 ppi, also 72 Pixel pro Inch. Mobile Geräte haben teilweise Pixeldichten von 500ppi und mehr. Daher werden Bilder auf mobilen Endgeräten tendenziell kleiner dargestellt. Um diesen Umstand zu beheben, kannst Du von Deinen Thumbnails High-Resolution-Versionen erstellen, welche dann immer die jeweils doppelten Abmaße bieten, somit wird gewährleistet, dass die Anzeige auf mobilen Endgeräten nicht schwammig wird, sondern trotz hohen Pixeldichten noch scharf ist. **Beachte hierbei aber, dass Thumbnails nie größer als das Original gerechnet werden!** Wenn Du also ein 500x500 px kleines Bild hochlädst, wird dies unabhängig der eingestellten Thumbnail-Größen nie größer als 500x500 px!

Thumbnail-Konfiguration

Thumbnail-Größe:

Thumbnail Qualität:

Wert zwischen 1 und 100. Je höher der Wert, desto besser die Qualität, gleichzeitig aber größere Dateien.

High-Resolution Thumbnails:  Generiere zusätzlich Thumbnail Versionen mit hoher Auflösung

High-Resolution Thumbnail Qualität:

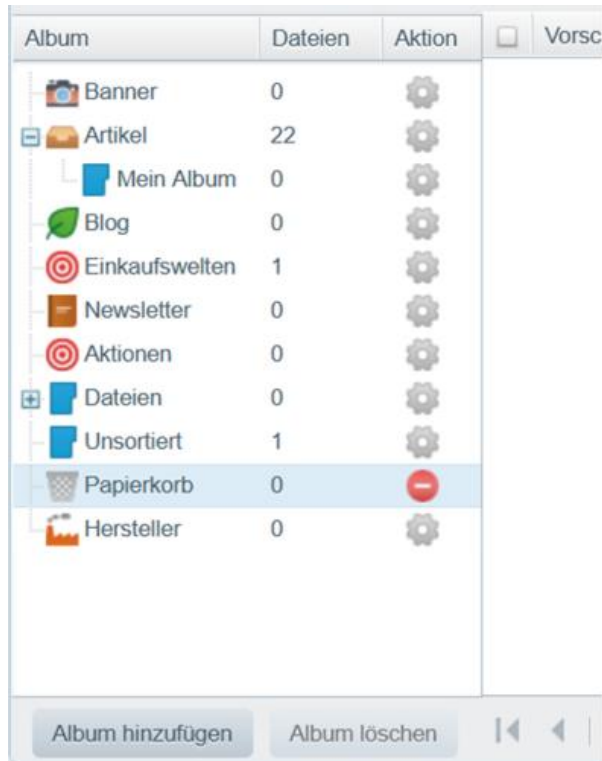
Wert zwischen 1 und 100. Je höher der Wert, desto besser die Qualität, gleichzeitig aber größere Dateien.

Im gezeigten Bild werden die High-Resolution Thumbnails also unter Berücksichtigung des Seitenverhältnisses mit max. 400x400px, 1200x1200px & 2560x2560px erzeugt. Hier wird immer die jeweils längere Seite auf das Maximum skaliert.

## Ordnerstruktur

Medien werden nicht mehr in einem einzigen Ordner abgelegt, sondern es wird ein Hash genutzt, aus dem sich die Ordnerstruktur ergibt, zum Beispiel `/media/image/1d/4a/8c/meinBild.jpg`. Nach dem Update auf Shopware 5.1 werden alle Bilder bei Aufruf im Frontend einmalig in die neue Struktur importiert.

## Papierkorb



Album	Dateien	Aktion	Vorsch
Banner	0	⚙️	
Artikel	22	⚙️	
└─ Mein Album	0	⚙️	
Blog	0	⚙️	
Einkaufswelten	1	⚙️	
Newsletter	0	⚙️	
Aktionen	0	⚙️	
Dateien	0	⚙️	
Unsortiert	1	⚙️	
Papierkorb	0	⊖	
Hersteller	0	⚙️	

Album hinzufügen    Album löschen    ⏪ ⏩

Der Medienmanager enthält nun eine Papierkorbfunktion, sodass ungenutzte Bilder automatisch bereinigt werden können. Hierzu muss der neue Cronjob "Media Garbage Collector" aktiv sein. Dieser erfasst alle Bilder (im Ordner "Artikel" in der Medienverwaltung) ohne Zuweisung und verschiebt diese in den Papierkorb. Dieser kann dann händisch im Medienmanager geleert werden, indem Du im Kontextmenü auf **Papierkorb leeren** oder auf das rote Icon neben dem Papierkorb klickst.

## 3D Modell-Support

Ab Shopware 5.2.4 unterstützt der Medienmanager nun auch 3D-Objekte mit den folgenden Dateiendungen:

- .dae
- .obj
- .fbx
- .spx
- .3ds
- .3mf

- .blend
- .awd
- .ply
- .pcd
- .stl
- .skp

Diese Objekte können derzeit noch nicht mit Bordmitteln im Frontend angezeigt werden, sie sind lediglich mit dem Medienmanager kompatibel und hochladbar.

## Konsolentools

Im nachfolgenden Bereich wird auf Shell-Ebene gearbeitet, diese Arbeiten erfolgen grundsätzlich ohne Rückfrage seitens der Konsole, nutze diese Befehle also nur, wenn Du weißt was Du tust und lege Backups an!

Viele Aufgaben des Medienmanagers lassen sich auch über SSH durchführen, davon ausgehend, dass Du Dich per Shell im Shopware-Hauptverzeichnis befindest, kannst Du die folgenden Befehle nutzen:

- **php bin/console sw:media:migrate** - migriert Medien aus der alten Struktur (vor 5.1) in die neue Struktur (ab 5.1)
- **php bin/console sw:media:cleanup** - verschiebt ungenutzte Bilder in den Papierkorb (ab 5.1)
- **php bin/console sw:media:cleanup --delete** - verschiebt ungenutzte Bilder in den Papierkorb und löscht diese direkt (ab 5.1)
- **php bin/console sw:thumbnail:cleanup** - löscht nicht mehr genutzte Thumbnails aus allen Alben
- **php bin/console sw:thumbnail:generate** - generiert alle Thumbnails neu (schneller als im Backend, kann je nach Menge, Qualität und Einstellungen dennoch lange dauern!)
- **php bin/console sw:media:cleanup** - durchsucht die Installation direkt auf dem Dateisystem, erstellt einen Index über alle originalen Bilder und deren Thumbnails und löscht die verwaisten Thumbnails. (Ab Shopware 5.3.0)

Du kannst an die Befehle jeweils die Option "-h" anhängen, um eine Hilfe dazu aufzurufen, da sich die Befehle sehr granular anpassen lassen.

## Definieren von erlaubten Dateitypen im Medienmanager

Über die config.php hast Du die Möglichkeit zu definieren, welche Dateitypen über den Medienmanager hochgeladen werden können.

Bitte beachte, dass einige grundlegende Mediendateien generell hochgeladen werden können, z.B. jpg, png und pdf.

Außerdem ist aus Sicherheitsgründen der Upload ausführbarer Dateien wie php, com und exe generell untersagt, auch wenn die Dateierweiterungen in die whitelist eingetragen werden.

In folgendem Beispielcode für die config.php wird der Upload für docx und xlsx-Dateien ermöglicht:

```
'media' => [
    'whitelist' => [
        'docx',
        'xlsx'
    ],
]
```

Groß- und Kleinschreibung der Dateiendungen ist nicht relevant.

## Medienoptionen

In den Grundeinstellungen können Einstellungen zu den Medien getroffen werden. Hierbei steht Dir die folgende Option zur Verfügung:

- **Rauschfilterung bei Thumbnails:** Wenn aktiv, werden die beim Upload erzeugten Thumbnails einer Rauschreduzierung unterzogen. Da dieser Prozess sehr rechenintensiv ist, benötigt der Vorgang Zeit und Rechenleistung. Die Erstellung der Thumbnails wird daher unter Umständen massiv verlangsamt.

## Shopware Media Optimizer

Mit Hilfe dieses Tools kannst Du Deine Medien in Shopware direkt optimieren und dadurch Speicherplatz sparen, was wiederum zu einer Verbesserung bei Googles Pagespeed führen kann.

Die Optimierung der Medien erfolgt lossless, Deine Bilder werden im Standard nicht komprimiert, es werden lediglich Metadaten und andere zur Anzeige unnötigen Informationen gelöscht, um Speicherplatz zu sparen! Verwende für die Komprimierung weiterhin die Shopware-interne Komprimierungseinstellung.

Bei Tests wurde klar ersichtlich, dass ein erneutes Komprimieren von Bildern durch den sw:media:optimize-Befehl keinen weiteren Erfolg bringt. Es reicht also aus, die Komprimierung im Media-Manager einzustellen und den Optimizer in Standardeinstellungen zu betreiben.

## Hochladen neuer Medien

Beim Hochladen neuer Medien über den Media-Manager wird der Optimizer automatisch auf jedes Bild ausgeführt. Das Original bleibt dabei unberührt, es werden lediglich alle Thumbnails optimiert.

So stellen wir sicher, dass Du jederzeit vom Original ausgehend neue Thumbnailgrößen erstellen kannst und das Original dabei unverändert bleibt.

## Update bestehender Bilder ohne SSH



Wenn Du Shopware geupdated hast, kannst Du die Bilder optimieren, indem Du alle Thumbnails neu generierst. Beim Thumbnails generieren werden die Bilder auch wieder durch den Optimizer geschleust, das Originalbild bleibt auch hier wieder unberührt!

## Einmaliges Optimieren aller vorhandener Bilder

Um Deine Bilder manuell zu optimieren, ist eine SSH-Session erforderlich. Verbinde dich per SSH auf Deinen Server, navigiere ins Shopware-Verzeichnis und führe den folgenden Befehl aus, um die Optimierung der Medien anzustoßen:

```
bin/console sw:media:optimize [Parameter] [Pfad]
```

Shopware scannt dann das Dateisystem und optimiert die gefundenen Medien. Dabei wird keine Unterscheidung gemacht, ob es sich um ein Original oder ein Thumbnail handelt, es werden hier also auch Originale optimiert, jedoch im Originalzustand immer lossless!

Der Befehl prüft die gesamte Shopware-Installation nach Medien ab, falls Du also andere optimierbare Medien in einem anderen Ordner liegen hast, werden diese im Standard mit optimiert! Um das zu vermeiden, kannst du den Pfad angeben, um das zu durchsuchende Verzeichnis direkt anzugeben.

Hier ein paar Beispiele für die Verwendung:

```
// Hilfe
bin/console sw:media:optimize -h

// Info über die installierten Optimierungstools
bin/console sw:media:optimize -i

// Nur Dateien eines bestimmten Pfades optimieren
bin/console sw:media:optimize /var/www/media

// Zu erfassende Medien nach Datum/Zeit einschränken
bin/console sw:media:optimize -m

// Anzeige weiterer Informationen beim Verarbeiten
bin/console sw:media:optimize -v
```

## Die verschiedenen Optimizer

Shopware kann im Standard die folgenden Optimizer nutzen:

Programm	Unterstützte MIME-Types
jpegoptim	image/jpeg, image/jpg
pngout	image/png

optipng	image/png
jpegtran	image/jpeg, image/jpg
pngcrush	image/png

Ist eins dieser Tools installiert, werden die entsprechenden Medien über dieses Tool optimiert. Sind mehrere Tools installiert, regelt eine integrierte Priorität, mit welchem Tool die Bilder optimiert werden. Ist kein Tool installiert, läuft der Prozess ohne Aktion über die Medien.

Bitte erfrage bei Deinem Hoster, welches dieser Tools installiert ist und lass dir ggf. mindestens ein jpeg und ein png Tool installieren, wir empfehlen hierfür jpegtran & optipng.

## Erweiterung

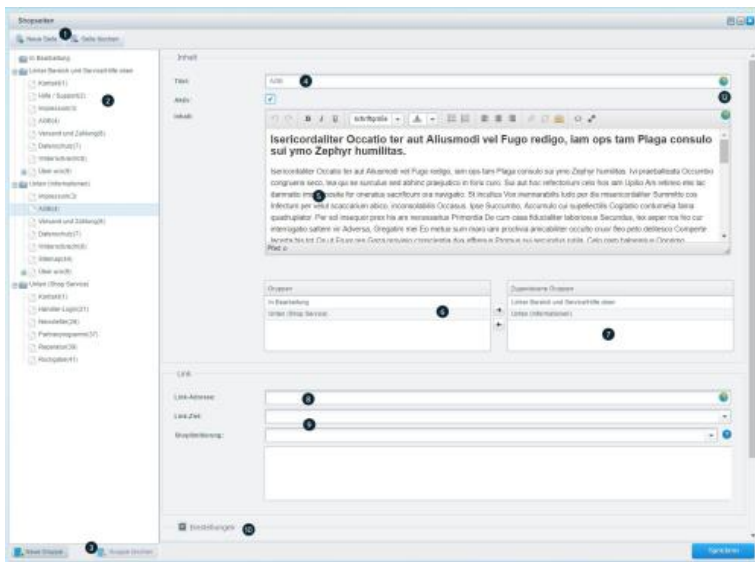
Der Media-Optimizer kann durch Plugins erweitert werden, um so noch individueller zu optimieren. Mehr darüber erfährst Du in der [Developer-Dokumentation des Media-Optimizers](#).

# Shopseiten

Unter Shopseiten fallen Seiten wie die AGB-, Datenschutz-, Über uns- und Hilfe-Seiten. Im Standard liefert Shopware bereits einige (mit Blindtext befüllte) Shopseiten mit, die Du individuell gestalten und ändern kannst und auch solltest.

Neu angelegte Shopseiten kannst Du existierenden Gruppen zuordnen, diese Gruppen werden dann dynamisch ins Template eingebunden. Du brauchst also nichts weiter zu tun, als die jeweilige Shopseite einer Gruppe zuzuweisen, damit Sie angezeigt wird.

## Das Modul



**Neue Seite / Seite löschen (1):** Hiermit kannst Du eine neue Seite erstellen oder die markierte Seite löschen. Beachte, dass neu erstellte Seiten unbedingt einer Gruppe zugewiesen werden müssen, da sie sonst ggf. nur noch über die Datenbank erreichbar sind.

**Gruppennavigation (2):** Über die Baumstruktur kannst Du zwischen den Gruppen navigieren.

**Neue Gruppe / Gruppe löschen (3):** Hiermit kannst Du eine neue Gruppe erstellen bzw. die aktuell markierte Gruppe löschen. **Beachte**, dass neue Gruppen nicht automatisch im Frontend erscheinen, dazu ist die Zuordnung in den **Shopseiten-Gruppen** nötig.

**Titel (4):** Gib hier den Titel der Seite an. Dieser wird als Link in der Shopseiten-Gruppe verwendet und dient auch der Generierung der SEO-URL. **Beachte** aber, dass SEO URLs nur einmal pro Shop vorkommen können, benenne Deine Shopseiten daher nie gleich!

**Inhalt (5):** Lege hier den Inhalt der Shopseite fest.

**Verfügbare Gruppen (6):** Hier siehst Du alle zur Zuweisung verfügbaren Gruppen.

**Zugewiesene Gruppen (7):** Verschiebe die gewünschte Gruppe aus der Liste der verfügbaren Gruppen in die Liste der zugewiesenen Gruppen, damit die Shopseite innerhalb dieser Gruppe angezeigt wird. Dies kannst Du über die Buttons mit den Pfeilen oder über Drag & Drop machen. **Stelle sicher**, dass Du immer eine Gruppe zuweist, da die Shopseite sonst unter Umständen nicht mehr über die Baum-Navigation auswählbar ist. Die Gruppe "In Bearbeitung" ist hierfür ideal, falls Du Deine Shopseite noch nicht veröffentlichen willst.

**Verlinkungen (8):** Hiermit kannst Du die Shopseite auf eine andere (externe) Seite verlinken.

**Shoplimitierung (9):** Hier definierst Du, welchen Shops die Seite zugewiesen wird. Wenn Du hier nichts eingibst, ist die Seite aus jedem Shop aufrufbar (jedoch nicht sichtbar!). Alternativ kannst Du hier den/die gewünschten Shops auswählen.

**Einstellungen (10):** Hier kannst Du die Position der Shopseite innerhalb der Gruppe definieren, SEO-Daten hinterlegen und noch ein paar weitere Felder definieren, die wir weiter unten genauer erklären.

**Freitextfelder (11):** Hier kannst Du Freitextfelder definieren, mehr Informationen dazu findest Du im Artikel [Freitextfeld-Verwaltung](#).

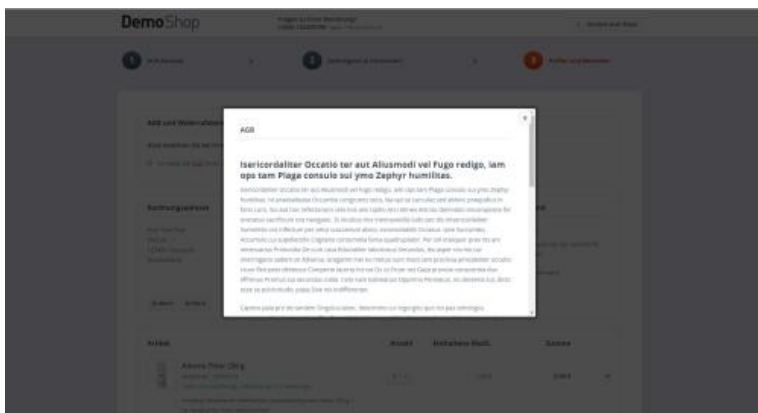
**Shopseiten übersetzen (12):** Ab Version 5.5: Mit einem Klick auf die Weltkugel kannst Du die Übersetzungsmaske öffnen und die Übersetzungen der zugehörigen Shopseiten-Felder direkt in der Shopseite hinterlegen. Das hat den Vorteil, dass Du Deine Shopseiten nicht mehr für jeden Sprachshop einzeln erstellen musst, sondern die Übersetzungen innerhalb einer Shopseite ausspielen kannst.

## "Einstellungen" - optionale Felder

- **Position:** In diesem Feld sind numerische Werte erlaubt. Nach diesem Wert richtet sich die Ausgabereihenfolge im Shop.

- **Embed-Code:** Hier wird der Smarty-/HTML-Code angezeigt, mit dem Du die Shopseite manuell im Template verlinken kannst. Shopware kümmert sich automatisch um die Generierung einer SEO-URL.
- **Template Variable 1-3:** Trage hier die Variable ein, deren Inhalt Du in der Shopseite austauschen willst. *sContent* zum Beispiel tauscht den Inhalt der Seite aus, also alles das, was Du oben unter "Inhalt" eingegeben hast. Die Angabe der Variable erfordert auch die Eingabe einer Templatedatei im Feld darunter!
- **Template Pfad 1-3:** Gib hier den Pfad zur Templatedatei ein, die statt dem ursprünglichen Inhalt eingebunden werden soll, zum Beispiel *frontend/custom/google.tpl*
- **SEO Title:** Hier kannst Du einen eigenen Seitentitel festlegen, der in den Suchmaschinen auftaucht.
- **Meta-Keywords:** Definiere hier Schlagwörter, die Deine Shopseite beschreiben. Falls Du hier keine Daten einträgst, wird der Textbaustein "IndexMetaKeywordsStandard" genutzt.
- **Meta-Description:** Hier definierst Du die Beschreibung, die im Suchergebnis einer Suchmaschine angezeigt wird. Füllst Du dieses Feld nicht aus, wird der Textbaustein "IndexMetaDescriptionStandard" genutzt.

## Ansicht im Frontend



## Tipps und Tricks

### Shopübergreifende Erreichbarkeit

Beachte bitte, dass Shopseiten in den Standardeinstellungen nicht an einen Shop oder eine Sprache gekoppelt sind. Shopseiten werden Gruppen zugeordnet, die dann wiederum einem Shop zugewiesen werden, sodass im Standard immer die korrekte Anzeige gewährleistet wird. Dennoch sind Shopseiten in den Standardeinstellungen in jedem Sub- und Sprachshop aufrufbar. Allerdings nur, wenn man die URL direkt eingibt. Die Einstellung "Shoplimitierung" verhindert diese Aufrufbarkeit.

### Shopseite Ebenen

Es ist natürlich auch möglich, Shopseiten in verschiedenen Ebenen zu verschachteln. Um eine Shopseite auf einer weiteren Ebene zu erstellen, klicke auf die Shopseite für die Du eine Unterseite erstellen möchtest und klicke anschließend auf "Neue Seite". Nun erscheint eine Abfrage: "Wollen Sie eine Unterseite von "IhreShopseite" erstellen, bestätige diese Abfrage mit "Ja".

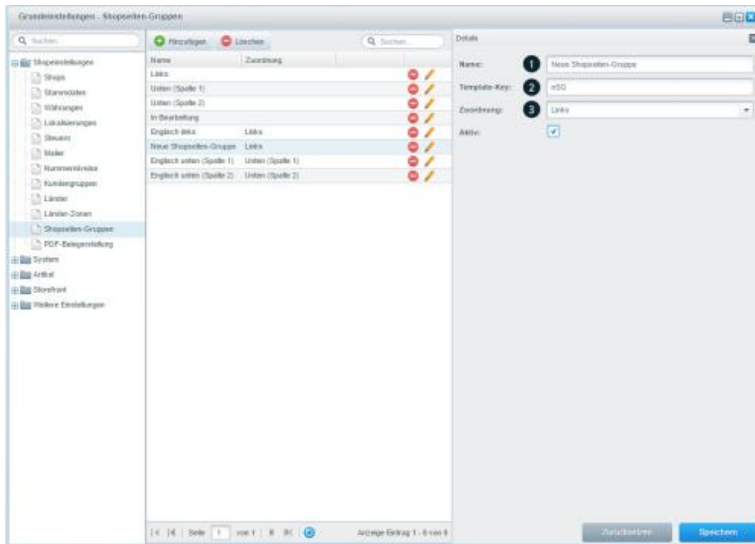
### Seiten von der Indexierung ausschließen

Du kannst die Shopseiten mit einem "noindex" versehen, indem Du unter **Einstellungen > Grundeinstellungen > Storefront > SEO/Router-Einstellungen** das Feld "SEO-Nofollow Viewports" durch **custom** erweiterst.

## Shopseiten-Gruppen

Wenn Du z.B. einen Subshop mit separaten Shopseiten betreiben möchtest, kannst Du unter **Einstellungen > Grundeinstellungen > Shopseinstellungen > Shopseiten-Gruppen** neue Gruppen für die Shopseiten definieren.

## Hinzufügen von neuen Shopseiten-Gruppen



Klicke auf **Hinzufügen** und vergebe für die neue Shopseiten-Gruppe einen **Namen (1)**, anschließend einen **Template-Key (2)**. Diesen kannst Du beliebig vergeben, es ist es jedoch wichtig, dass dieser Key im System nicht doppelt verwendet wird, da es ansonsten zu Fehlern kommen kann.

Der Template-Key darf nicht aus rein numerischen Zeichen bestehen. Vorangestellt muss hier zwingend ein Buchstabe sein, ansonsten kann es zu einem Fehlverhalten kommen

Nun wähle noch aus in welchem Bereich die Shopseiten-Gruppe im Frontend erscheinen soll. Hier ist unbedingt darauf zu achten, dass die **Zuordnung zur originalen Shopseiten-Gruppe (3)** erstellt wird, da in Subshops sonst die falschen Shopseiten angezeigt werden.

Die Standardzuordnungen sind:

- Linker Bereich und Service/Hilfe oben
- Unten (Shop Service)
- Unten (Informationen)

- in Bearbeitung

Diese sollten auch unbedingt beibehalten werden, da es sonst zu Fehlern kommen kann.

Die **neu angelegte Shopseiten-Gruppe** wird nun automatisch unter **Inhalte > Shopseiten** generiert.

# Kunden & Bestellungen

Dieser Artikel beschreibt, wie Du im Shopware Backend die Bestellungen Deiner Kunden einsehen, bearbeiten und gegebenenfalls stornieren kannst.

Darüber hinaus wird hier die Kundenübersicht beschrieben, in der Du alle Kunden sehen und nach ihnen suchen bzw. filtern kannst und die Customer Streams, hier erstellst Du auf Basis von Dir vordefinierten Kriterien Streams.

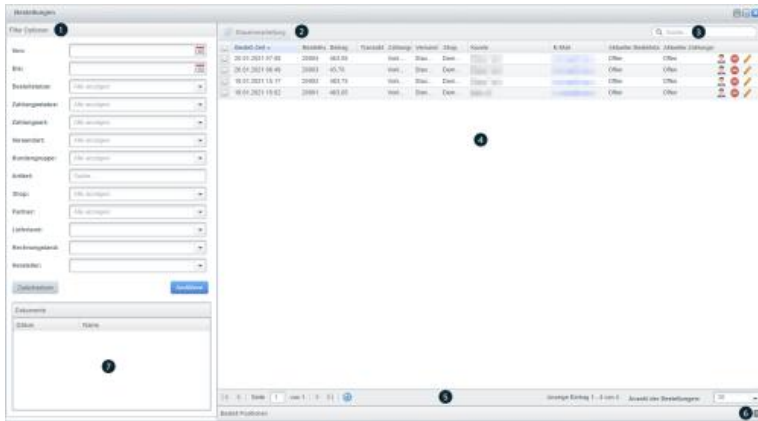
Mit Newslettern, Gutscheinen oder Startseiteninhalten, die eigens für die jeweiligen Streams angepasst werden können, zeigst Du Deinen Kunden das, was sie wirklich interessiert und weckst Ihre Kauflust.



## Bestellungen

Unter **Kunden > Bestellungen** findest Du alle eingegangenen Bestellungen und kannst diese hier bearbeiten.

## Übersicht über das Modul

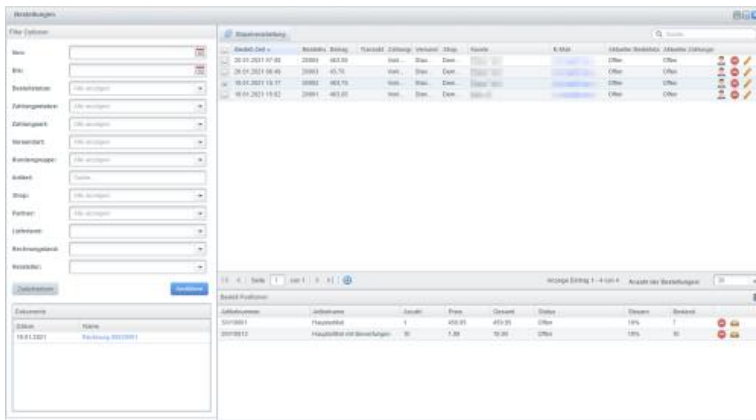


In der Übersicht hast Du auf der linken Seite unter **Filter-Optionen (1)** die Möglichkeit, Deine Bestellungen nach Datum, Bestellstatus, Zahlungsstatus, Zahlungsart etc. zu filtern. So kannst Du Dir z.B. auch alle Bestellungen filtern lassen, die über die PayPal-Schnittstelle abgewickelt wurden oder die einen bestimmten Status haben, wie z.B. Inkasso. Mithilfe der **Stapelverarbeitung (2)** kannst Du mehrere Bestellungen gleichzeitig bearbeiten, um zum Beispiel den Versandstatus am Abend zu aktualisieren oder

allen heute bearbeiteten Bestellungen die Rechnung zuzustellen. Mithilfe des **Suchfeldes (3)** kannst Du schnell und einfach nach Bestellungen suchen, das Feld unterstützt die Eingabe von: Bestellnummer, Transaktionsnummer, Name, E-Mail und die Kundennummer. Mittels der **Optionsleiste (5)** unten kannst Du durch die Seiten blättern, die "Anzahl Bestellungen pro Seite" nach Deinen Wünschen einstellen und siehst ganz rechts die Gesamtanzahl der Bestellungen. In der **Dokumentenliste (7)** findest Du alle bereits erstellten Dokumente zur ausgewählten Bestellung.

Hauptbestandteil ist die **Auflistung der Bestellungen (4)**. Wichtige Informationen wie z.B. den Zeitpunkt der Bestellung, Bestellnummer, Betrag, Transaktionsnummer, Zahlungsart, Versandart, Shop, Kunde, E-Mail, aktueller Bestell- sowie Zahlungsstatus kannst Du direkt aus der Tabellenübersicht entnehmen. Durch einen Klick auf die jeweilige Spaltenüberschrift kannst Du Dir alle Bestellung auf- oder absteigend nach dem Inhalt der jeweiligen Spalte sortieren lassen.

Wählst Du eine Bestellung über die Checkbox auf der linken Seite, kannst Du Dir über die **Bestellpositionen (6)** die einzelnen Positionen der Bestellung anschauen, ohne sie öffnen zu müssen.

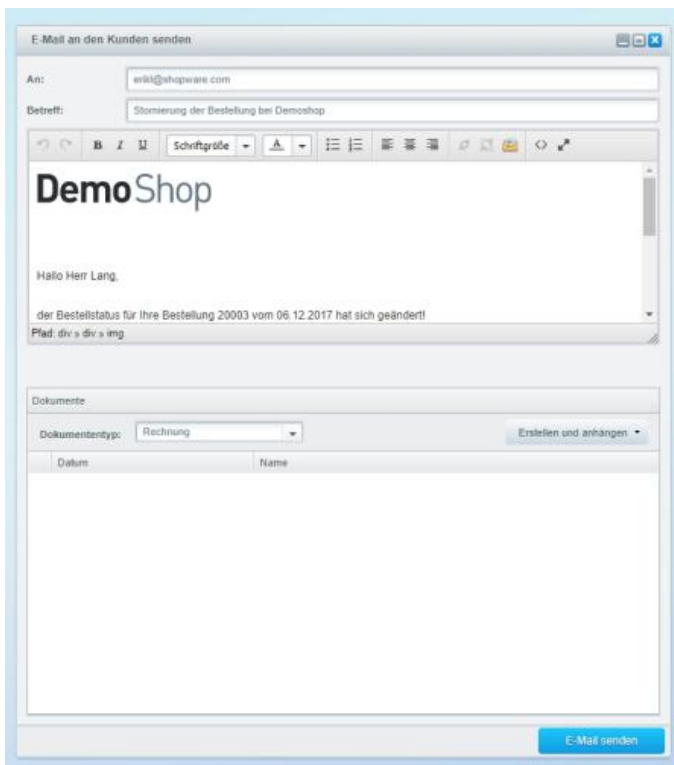


## Bestellstatus und Zahlstatus

Der **Bestellstatus** ist der aktuelle Status der Bestellung an sich, hier wird definiert, ob die Bestellung noch offen ist, bereit zum Versand, teilweise oder komplett ausgeliefert ist. Ähnlich verhält es sich beim **Zahlstatus**, hier werden den Bestellungen Status zugeordnet wie "in Rechnung gestellt", "teilweise" oder "komplett bezahlt", "Mahnung" oder "Inkasso". Durch diese Status erhältst Du eine schnelle Übersicht, wie es um Deine Bestellungen steht.

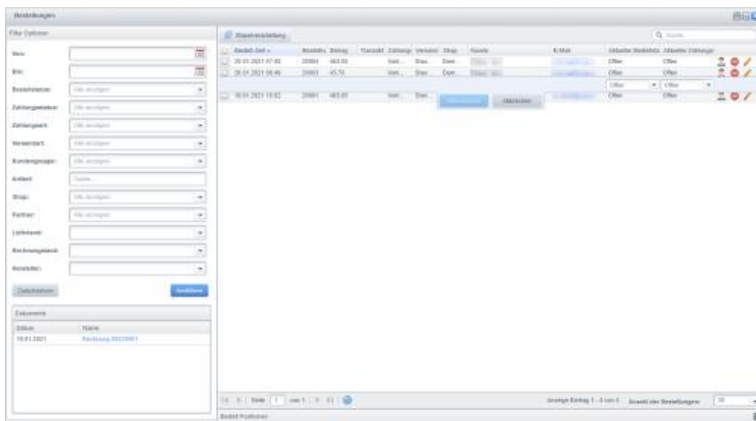
Wenn Du einen Status änderst, öffnet sich nach dem Speichern ein Pop-up, welches dem Kunden eine Status-Mail senden kann. Falls gewünscht, kannst Du Deinem Kunden hier mitteilen, dass sich der Status seiner Bestellung geändert hat und ihm auf Wunsch auch ein Dokument (Rechnung, Lieferschein, Gutschrift oder Stornorechnung) anhängen.





Wenn Du die E-Mail senden willst, klicke auf **E-Mail senden**, ansonsten kannst Du das Fenster schließen, der Kunde bekommt dann keine E-Mail.

Zur schnellen Änderung von Bestell- oder Zahlstatus kannst Du in der Bestellübersicht eine Bestellung doppelt anklicken und dann die beiden Status der Bestellung jeweils ändern:



## Die Bestelldetails

Klicke auf das "Stift"-Icon einer Bestellung in der Bestellübersicht, damit Du auf die Bestelldetails gelangst und die Bestellung im Detail betrachten und bearbeiten kannst.

## Übersicht

Bestellungs-Details: 20003

Übersicht Details Itemauswahl Produkte Customer Status History

Rechnung	Versand	Zahlungsarten
Herr Erik Lang Holländer Straße 65 76891 Rumbach Deutschland	Herr Erik Lang Holländer Straße 65 76891 Rumbach Deutschland	Vorkasse

Bestellungs-Details

Shop:	Demoshop	Herkunft:	
Sprache:	Deutsch (Deutschland)	IP-Adresse:	172.16.10.xxx
Bestellzeit:	Wed Dec 06 2017 09:29:12 GMT+0100 (Mitteleuropäische Zeit)	Geräte-Typ:	Desktop
Bestellnummer:	20003		
Währung:	EUR		
Gesamtbetrag:	69,86		
Gewählte Versandart:	Standard Versand		
Partner-ID:			
E-Mail:	erik@shopware.com		

Bestellung bearbeiten

Bezahlt am:

Tracking Code:

Versandkosten (EUR):

Versandkosten netto (EUR):

Bestellstatus:

Zurücksetzen Speichern

In den Bestelldetails findest Du alle relevanten Daten zur Bestellung wie Rechnungs- und Lieferadresse, Zahlungsart und Details wie Bestellzeitpunkt, Währung, Geräte-Typ und die Sprache. Weiter kannst Du hier den Status "bezahlt am" setzen, siehst die Versandkosten, den Bestell- & Zahlstatus und die Freitextfelder.

Das Feld **Herkunft** wird befüllt, wenn der Shopkunde über eine externe Seite auf Deinen Shop gelangt ist und anschließend eine Bestellung durchführt. Die **Partner-ID** wird hinterlegt, wenn ein aktiver Partner Deines [Partnerprogramms](#) eine Bestellung durchführt. Solltest Du nicht mit dem Partnerprogramm arbeiten oder keine Partner hinterlegt haben, wird das Feld leer gelassen.

Der Trackingcode ist hier zur Information des Kunden gedacht, im Standard wird die Trackingnummer in den Bestelldetails des Kunden im Frontend ausgegeben, aber nicht verlinkt. Wenn Du wissen möchtest, wie Du Trackingnummern im Account verlinken kannst und diese auch in die E-Mail-Vorlagen einbinden kannst, dann schau Dir den Artikel [Verwendung der Paketnummern zur Sendungsverfolgung](#) an.

## Details

Bestellungs-Details: 20003

Übersicht Details Kommunikation Probleme Dokumente Status History

Anpassungen in diesem Formular beziehen sich nur auf die aktuelle Bestellung

Shop Konfiguration

Shop:

Rechnungs-Daten

Anrede:  Straße:

Titel:  Adresszusatz 1:

Vorname:  Adresszusatz 2:

Nachname:  Postleitzahl:

Firma:  Stadt:

Abteilung:  Land:

UstID:

Telefon:

Freitextfelder

Für dieses Modul wurden noch keine Freitextfelder konfiguriert

Alternative Lieferadresse

Die Detailmaske bietet u.a. die Möglichkeit, Rechnungs- und Lieferadresse, sowie die Zahlungs- oder Versandart zu ändern. Ebenso kannst Du hier die Freitextfelder der Adressen einsehen, falls diese gepflegt werden.

## Kommunikation

Bestellungs-Details: 20003

Übersicht Details Kommunikation Probleme Dokumente Status History

Interne Kommunikation

Dieses Kommentarfeld dient nur der internen Kommunikation. Das Feld wird zu keiner Zeit im Frontend und für den Kunden sichtbar ausgegeben.

Kommunikation mit dem Kunden

Die beiden nachfolgenden Kommentarfelder sind im Kundenkonto für den Kunden sichtbar. Nach dem Speichern der externen Kommentare ist dein Kommentar unmittelbar sichtbar.

Kunden-Kommentar:

Dein Kommentar:

Unter dem Tab Kommunikation hast Du die Möglichkeit, interne und externe Kommentare für jede einzelne Bestellung zu hinterlegen oder zu beantworten. **Interne Kommentare** können vom Kunden nicht eingesehen werden und dienen nur zur internen Verarbeitung. Im Feld **Kunden-Kommentar** sind Kommentare des Kunden beim Bestellabschluss zu finden, falls Du die Option "Zeige weitere Optionen an" aktiviert hast. Die im Feld **Ihr Kommentar** hinterlegten Informationen sind für den Kunden in seiner

Bestellung unter "Mein Konto > Meine Bestellungen" einsehbar, indem er bei der jeweiligen Bestellung auf den Button **Anzeigen** klickt.

## Positionen

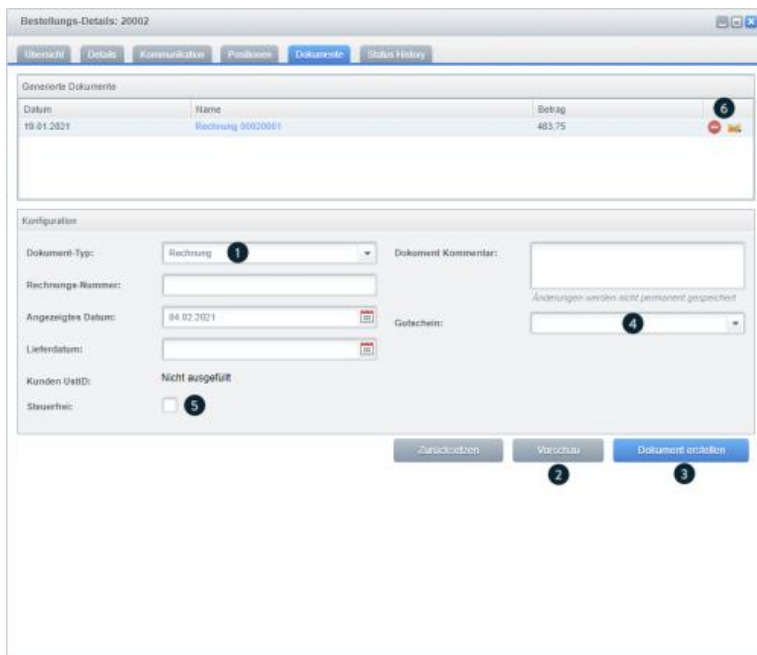
Artikelnummer	Artikelname	Anzahl	Preis	Gesamt	Status	Steuer	Bestand
SW10081	Hauptartikel	1	459,95	459,95	Offen	19%	7
SW10013	Hauptartikel mit Bewert...	10	1,99	19,90	Offen	19%	10

Hier werden alle Artikel der aktuellen Bestellung aufgelistet. Du kannst die Bestellung nachträglich bearbeiten und **Artikel hinzufügen (1)** oder **löschen (2)**. Zudem kannst Du Änderungen an der Anzahl oder dem Artikelpreis durch einen Doppelklick auf das jeweilige Feld vornehmen. Über die **Aktionsbuttons (3)** kannst Du den Artikel aus der Bestellung löschen oder die Artikeldetailseite öffnen.

Um eine Bestellposition hinzuzufügen, klicke auf **Hinzufügen (1)**, in der Tabelle erscheint dann eine weitere Zeile, in der Du den Artikel mittels Artikelnummer oder Bezeichnung suchen kannst. Bestätige die Eingabe mit dem Button "Aktualisieren".

**Hinweis:** Wenn Du Artikel nachträglich zu einer Bestellung hinzufügst oder entfernst, wird weder der Bestand des Artikels angepasst, noch die Versandkosten neu berechnet.

## Dokumente



Shopware bringt im Standard eine Belegerzeugung mit. So lassen sich im Handumdrehen Rechnungen, Lieferscheine, Stornierungen und Gutschriften im PDF-Format erzeugen. Die Konfiguration der Dokumente kannst Du in den Grundeinstellungen unter [PDF-Belegerstellung](#) vornehmen.

Um ein Dokument zu erstellen, wähle zuerst das Dokument aus, dass Du erstellen möchtest (**1**), hier stehen Dir die folgenden Optionen zur Verfügung:

- Rechnung
- Lieferschein
- Gutschrift
- Stornorechnung

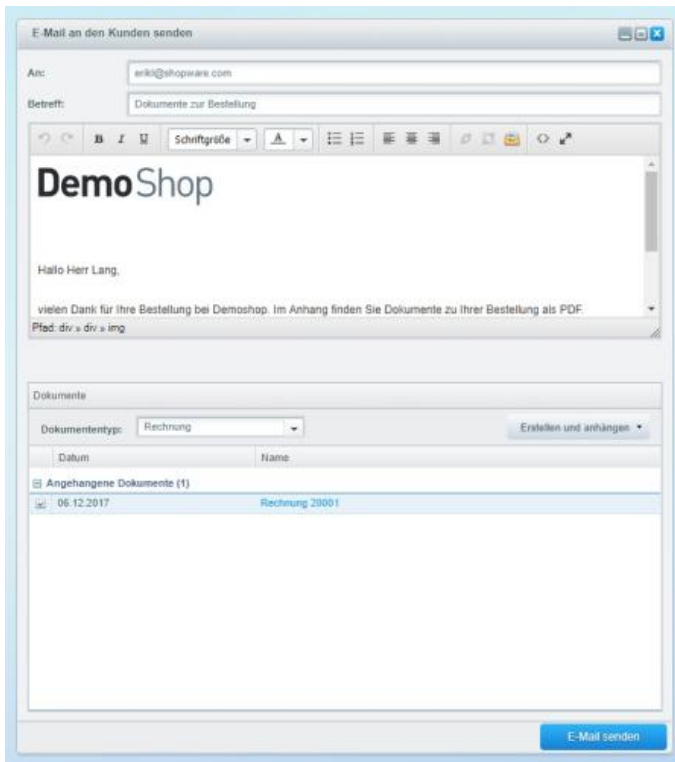
Mit der **Vorschau (2)** kannst Du Dir eine Vorschau des Dokuments erstellen lassen, über **Dokument erstellen (3)** wird das Dokument erstellt und auf dem Server gespeichert.

Falls gewünscht, kannst Du **vor** der Erstellung des Dokuments noch weitere Einstellungen treffen, zum Beispiel einen **Gutschein (4)** hinzufügen, oder auch eine Rechnungsnummer für die Stornorechnung angeben. Der angegebene Gutschein wird dem Kunden im unteren Teil des Dokumentes ausgegeben. **Beachte**, dass an dieser Stelle nur individuelle Gutscheine genutzt werden können. Wurde von ausländischen Kunden eine Umsatzsteuer-ID hinterlegt, kannst Du nach erfolgreicher Überprüfung eine umsatzsteuerbefreite Rechnung erstellen. Aktiviere hierzu die Checkbox **Steuerfrei (5)**. Das so erzeugte PDF weist dann keine Mehrwertsteuer mehr aus, sondern nur noch Netto-Beträge.

Das Feld Rechnungsnummer ist nicht dazu gedacht, um eine individuelle Rechnungsnummer zu vergeben. Das Feld ist für Stornorechnungen und dient nur zum Verweis auf die zu stornierende Rechnungsnummer.

Nachdem das Dokument erstellt wurde, kannst Du es dem Kunden per E-Mail zusenden, indem Du auf das **Brief-Icon (6)** klickst. Damit öffnet sich ein Pop-up-Fenster, welches die E-Mail-Vorlage "Dokumente zur

**Bestellung"** lädt und das Dokument direkt anhängt. Mit einem Klick auf **E-Mail senden** sendest Du dem Kunden die E-Mail.



## Status History

Bestellungs-Detail: 20003

Benutzer	Änderungsdatum	Vorheriger Bestellstatus	Aktueller Bestellstatus	Vorheriger Zahlungstatus	Aktueller Zahlungstatus
Demo-Admin	06.12.2017 14:11:06	Storniert / Abgelehnt	Komplett abgeschlossen	Komplett in Rechnung ge...	Komplett in Rechnung ge...
Demo-Admin	06.12.2017 13:59:05	Komplett abgeschlossen	Storniert / Abgelehnt	Komplett in Rechnung ge...	Komplett in Rechnung ge...
Demo-Admin	06.12.2017 13:54:38	Komplett abgeschlossen	Komplett abgeschlossen	Offen	Komplett in Rechnung ge...
Demo-Admin	06.12.2017 10:31:53	Offen	Komplett abgeschlossen	Offen	Offen

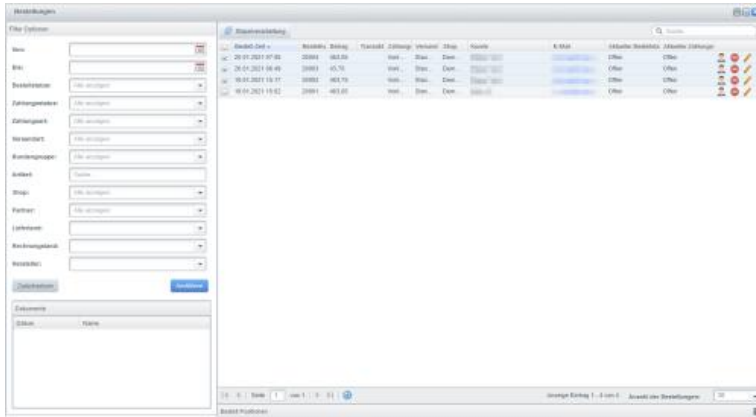
Anzeige Eintrag 1 - 4 von 4

In der Status History werden alle Änderungen der Status der Bestellung geloggt. So kannst Du nachvollziehen, welcher Backend-Benutzer wann welchen Status für die Bestellung gesetzt hat.

## Stapelverarbeitung

Über die Stapelverarbeitung ist es möglich, Änderungen auf mehrere Bestellungen anzuwenden. Möchtest Du zum Beispiel den Status für mehrere Bestellungen ändern oder mehrere Dokumente erstellen und/oder versenden, so eignet sich die Stapelverarbeitung dafür perfekt.

Markiere zuerst alle Bestellungen, die Du bearbeiten willst, per Checkbox aus und klicke auf ***Stapelverarbeitung***



Im sich öffnenden Pop-up kannst Du nun Deine Einstellungen tätigen, die Du auf die Bestellungen anwenden möchtest:

- **Dokument-Typ:** Falls Du Dokumente erzeugen / versenden möchtest, wähle hier das Dokument aus, welches Du erstellen/versenden möchtest.
- **Modus:** Falls Du Dokumente erzeugst, wähle hier aus, ob nur die fehlenden Dokumente erzeugt werden sollen oder ob alle Dokumente neu erzeugt werden sollen.
- **Bestellstatus:** Wähle hier den Bestellstatus, den die Bestellung bekommen soll.
- **Zahlungsstatus:** Wähle hier den Zahlungsstatus aus, den die Bestellung bekommen soll.
- **E-Mails automatisch senden:** Wenn Du bei Bearbeitung automatisch E-Mails an Deine Kunden senden willst, dann aktiviere diese Option.
- **Dokumente an E-Mail anhängen:** Wähle hier, ob Du das erzeugte Dokument an die E-Mail anhängen möchtest oder nicht. **Hinweis:** Diese Option ist nur aktiv, wenn die Option "E-Mails automatisch senden" aktiv ist und ein "Dokument-Typ" gewählt ist.
- **Ausgabe in einem Dokument sammeln:** Aktiviere diese Option, wenn die generierten Dokumente gesammelt ausgegeben werden sollen, dies dient zum Beispiel dem Sammeldruck von Rechnungen oder Lieferscheinen.

**Bestellungen**

Achtung: Wenn Bestellungen mit bereits bestehenden Belegen ausgewählt wurden, so werden diese neu erzeugt

Einstellungen zur Generierung

Dokument-Typ:

Modus:

Bestellstatus:

Zahlungstatus:

E-Mail automatisch senden:

Dokumente an E-Mail anhängen:

Ausgabe in einem Dokument sammeln:

**Änderungen durchführen**

Ausgewählte Bestellungen

Bestellnummer	Bestell-Zeitr	Aktueller Bestellst	Aktueller Zahlung	E-Mail generiert	E-Mail versendet
20002	19.01.2021	Offen	Offen	x	x
20003	20.01.2021	Offen	Offen	x	x
20004	20.01.2021	Offen	Offen	x	x

Klicke nach Wählen Deiner Einstellungen auf **Änderungen durchführen**, um die Stapelverarbeitung anzustoßen.

Die Stapelverarbeitung unterliegt einer gewissen Logik, sodass Du ohne ein Dokument auszuwählen auch keine Anhänge versenden kannst. Daher kann es vorkommen, dass je nach Konfiguration und Situation keine E-Mails versendet werden, auch wenn das entsprechende Häkchen dafür aktiviert ist. In diesem Fall würde sich für den Kunden nichts ändern und Shopware vermeidet unnütze E-Mails an Deine Kunden.

## Tipps & Tricks

### Teilstornierungen

**Beachte**, dass Teilstornierungen technisch über den folgenden Weg zwar möglich sind, wir diesen Weg im Standard aber nicht supporten, da er mit viel Aufwand verbunden ist. Falls Du Teilstornierungen benötigst, kannst Du Dir das [Shopware ERP powered by Pickware](#) anschauen.

Um Teile einer Bestellung zu stornieren, setze die betroffenen Artikel unter Status auf "Abgebrochen". Damit ein korrekter Stornierungsbeleg erzeugt wird, setze die Bestellmenge der nicht zu stornierenden Artikel auf 0. Nach der PDF-Generierung kannst Du die bestellten Artikel wieder auf den Ursprungszustand und die stornierten Artikel, z.B. auf Menge 0, setzen. Du hast auch die Möglichkeit, die komplette Bestellposition durch klicken auf das "Löschen"-Icon oder durch Selektierung der jeweiligen Positionen und Klicken von "Alle markierten löschen" zu entfernen.

Der Status der jeweiligen Position ist zur internen Verwaltung gedacht und wird nicht weiter durch Shopware verwendet oder verändert.



## Wie kann ich die E-Mail-Vorlagen ändern?

Die Vorlagen werden alle in dem Modul **E-Mail-Vorlagen** verwaltet, hier kannst Du die Vorlagen nach Deinen Wünschen anpassen.

## Wie kann ich die Dokumente ändern?

Die Dokumente werden in den Grundeinstellungen im Bereich **PDF-Belegerstellung** verwaltet, Du kannst die Belege dort nach Deinen Wünschen konfigurieren und anpassen.

# Kunden

Das Kundenmodul von Shopware findest Du im Backend unter **Kunden > Kunden**, es teilt sich in 2 Untermodule auf: Die Kundenübersicht, in der Du alle Kunden sehen und nach ihnen suchen bzw. filtern kannst und die Customer Streams, auf die wir weiter unten eingehen.

Wenn Du das Kundenmodul oder das Customer-Stream-Menü das erste Mal aufrufst, öffnet sich ein Wizard, der Dir die Funktion der Customer Streams grob erklärt. Ob Du Dir den Wizard bereits angeschaut hast, wird in der Datenbank gespeichert. Der Wizard wird Dir bei späteren Aufrufen des Moduls nicht mehr angezeigt. Dieses Merkmal wird für jeden Backend-User separat gespeichert.

## Kundenübersicht

In der Kundenübersicht kannst Du Deinen Kundenstamm verwalten. Hier siehst Du auf einen Blick alle Kundenkonten, kannst nach ihnen suchen, sie filtern und auch die Details öffnen.

Das Modul bietet Dir mehrere Möglichkeiten, die wir Dir gern erläutern.

## Filtern

Durch Klick auf die schmale Leiste auf der linken Seite erscheint das Filterpanel, durch das Du Deinen Kundenstamm filtern kannst, um so schnell nach Kunden mit bestimmten Attributen zu suchen.

Aktiviere die Filter über die vorangestellte Checkbox und trage ggf. den Wert ein, nachdem Du filtern möchtest. Klicke anschließend auf den Button "*Filter anwenden*" unterhalb des Filterpanels, um die Filter anzuwenden, die Kundenliste aktualisiert sich dann. Um die Filter zurückzusetzen, klicke auf "*Filter zurücksetzen*".

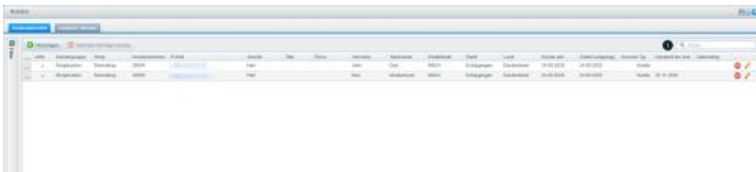
## Die Kundenliste

Die Kundenliste beschreibt die Auflistung Deiner Kunden, diese bildet das Hauptmerkmal dieses Moduls. In der Kundenliste hast Du mehrere Möglichkeiten:

- Öffnen von Kunden per Doppelklick oder per Klick auf das Stift-Icon auf der rechten Seite
- Senden einer E-Mail per Klick auf die E-Mail, es öffnet sich dann Dein Standardprogramm für E-Mails (mailto Link)
- Einzelne Kunden löschen durch einen Klick auf das Löschen-Icon auf der rechten Seite
- Löschen mehrerer Kunden durch Markieren der Checkboxen auf der linken Seite und anschließendes klicken auf "*Markierte Einträge löschen*"

## "Gesperrt bis zum"

In der Spalte **Gesperrt bis zum (1)** kannst Du sehen, ob Kundenaccounts bis zu einem gewissen Zeitpunkt gesperrt sind. Die Sperrung eines Kunden wird durch einen automatischen Sicherheitsmechanismus vorgenommen, wenn bei einem Account das Kennwort zu oft falsch eingegeben wurde. Die Zeit verlängert sich weiter, wenn weiterhin falsche Kennwörter eingegeben werden. Durch diesen Sicherheitsmechanismus soll verhindert werden, dass die Kennwörter der Kunden ermittelt bzw. geknackt werden.



## Ein neues Kundenkonto erstellen

Um ein neues Kundenkonto zu erstellen, klicke "*Hinzufügen*". Es öffnet sich ein neues Fenster, die Kunden-Detailansicht.

Beim Erstellen eines neuen Kundenkontos sind die folgenden Angaben Pflichtangaben:

- E-Mail
- Kundengruppe
- Shop
- Passwort
- Anrede ([kann optional geschaltet werden](#))
- Vorname
- Nachname
- Straße
- PLZ

- Ort
- Land
- Aktuelle Zahlungsart
- Checkbox Aktiv

Die Zahlungsart, die Du im Backend setzt, hat Vorrang vor den im Frontend zur Verfügung stehenden Zahlungsarten. Wenn Du Deinem Kunden also hier die Zahlungsart "Rechnung" zuweist, wird er diese als Standardzahlungsart vorfinden, auch wenn er diese normalerweise im Checkout nicht angeboten bekäme. Erst eine Änderung des Kunden im Frontend hebt diese Überschreibung wieder auf.

## Bestehende Kunden ändern

Um einen bestehenden Kunden zu ändern, klicke ihn doppelt in der Kundenliste an oder klicke das Stift-Icon auf der rechten Seite, um die Detailseite zu öffnen. In dieser kannst Du dann alle Felder frei bearbeiten.

## Daten

Im Reiter "Daten" eines bestehenden Kunden siehst Du neben den Stammdaten (E-Mail, Kundengruppe, Shop etc.) auch persönliche Daten wie Name und Geburtsdatum und die Standard Rechnungs- und Lieferadresse sowie die aktuelle Standardzahlungsart. Darunter findest Du ein Kommentarfeld und mögliche Freitextfelder. Auf der rechten Seite findest Du einen Abriss der Statistiken wie Registrierungsdaten, letzter Login, Sprache, Anzahl Bestellungen, Umsatz und Zahlungsausfälle, ebenso kannst Du Dich per Klick auf "*Bestellung durchführen*" im Frontend mit dem Kundenaccount anmelden, um zum Beispiel eine telefonisch eingegangene Bestellung zu tätigen. Sollte der geöffnete Kunde ein Schnellbesteller sein, kannst Du diesen hier auch in einen Kunden mit gewöhnlichem Account umwandeln, sodass sich der Kunde dann mit einem neuen Passwort einloggen kann.

## Adressen

Im Reiter Adressen findest Du eine Übersicht aller dem Kunden zugeordneten Adressen. Ein Kunde kann dabei beliebig viele Adressen zugeordnet haben.

Die Spalte **Standard für** sagt Dir dabei, ob es sich hierbei um die Standard Rechnungs- oder Lieferadresse handelt.

Mittels des "*Hinzufügen*"-Buttons kannst Du eine neue Adresse hinzufügen, mithilfe des Stift-Icons kannst Du die gewählte Adresse bearbeiten:

In den Adressdaten kannst Du alle Daten zur Adresse hinterlegen und die aktuelle Adresse als Standard Rechnungs- und Lieferadresse markieren.

Im Reiter "Freitextfelder" kannst Du alle ggf. konfigurierten [Freitextfelder](#) zur Adresse pflegen.

# Ansicht im Frontend

## Accountbereich

Im Account wurde "Rechnungsadresse ändern" und "Lieferadresse ändern" gegen "Adressen" getauscht, ebenso sieht Dein Kunde nun im Account immer seine Standard Liefer- und Rechnungsadresse:

Über die Links "oder andere Adresse wählen" kann der Kunde eine andere existierende Adresse auswählen oder eine neue Adresse eintragen:

Unter "Adressen" kann Dein Kunde seine Adressen verwalten, in der Übersicht werden alle existenten Adressen aufgelistet:

Wenn gewünscht, kann unter "Neue Adresse hinzufügen" eine neue Adresse hinzugefügt werden. Beim Hinzufügen kann direkt definiert werden, ob die neue Adresse eine Standard-Liefer- oder Rechnungsadresse sein soll:

## Bestellungen

Im Reiter "Bestellungen" kannst Du alle Bestellungen dieses Kunden einsehen, Shopware stellt Dir hierzu sogar eine Statistik bereit:

Oberhalb des Graphen kannst Du den gewünschten Zeitraum für eben diesen einschränken, unten siehst Du eine Auflistung aller Bestellungen des Kunden. Du siehst auf einen Blick alle wichtigen Details wie Bestelldatum, Bestellnummer, Zahlungsart, Status und hast die Möglichkeit, die Bestellung über das Icon auf der rechten Seite zu öffnen, Du gelangst dann in die normale Bestelldetailansicht, die Du bereits aus den [Bestellungen](#) kennst. In dieser Übersicht kannst Du selbstverständlich auch suchen.

## Checkout

Im Checkout führt sich der Workflow fort. Sind Rechnungs- und Lieferadresse identisch, werden diese auch so visualisiert:

Dein Kunde kann seine Rechnungs- und Lieferadresse über den entsprechenden Button ändern oder die Adresse gegen eine andere ersetzen. Falls er nur eine abweichende Lieferadresse definieren möchte, geht das über den entsprechenden Button, nach der Auswahl / Eingabe der abweichenden Adresse ändert sich entsprechend auch das Layout:

Im Checkout hinzugefügte Adressen bleiben natürlich im Adressbuch gespeichert und stehen somit auch für folgende Bestellungen erhalten.

## Customer Streams

Mithilfe von Customer Streams kannst Du Kunden anhand von Filtern in Gruppen unterteilen, denen Du dann individuelle Inhalte ausspielen kannst. Das reicht von Einkaufswelten über Gutscheine und Newsletter bis zu den Promotions. Wie das funktioniert, erklären wir Dir in diesem Abschnitt. Customer Streams sind in die Kundenübersicht integriert, Du erreichst die Customer Streams im Backend sowohl über **Kunden > Kunden > Customer Streams** als auch direkt über **Kunden > Customer Streams**.

## Erklärung des Moduls

Das Modul gliedert sich in die folgenden Bereiche:

**Stream Übersicht:** In der Customer Stream Übersicht auf der linken Seite siehst Du alle vorhandenen Customer Streams mit dem Namen und der Kundenanzahl. **Dynamische Streams** haben daneben ein offenes Schloss als Kennzeichnung und Aktionsbuttons zum Löschen, Kopieren und neu Indexieren. **Statische Streams** hingegen haben ein geschlossenes Schloss mit dem Ablaufdatum (falls gesetzt) und sind nur löschar.

**Filter** sind grundsätzlich nur bei dynamischen Streams verfügbar und dienen der automatischen Filterung der Kunden. Bei Erstellung eines neuen dynamischen Streams oder bei der Bearbeitung eines solchen kannst Du die Filter hier einstellen.

Die **Kundenliste** listet Dir je nach Situation entweder alle Kunden auf (bei erster Öffnung des Moduls) oder zeigt Dir bei Auswahl eines dynamischen Streams die darin enthaltenen Kunden an. Im Falle eines dynamischen Streams kannst Du hier Kunden suchen und sie zum Stream hinzufügen.

Über den Dropdown-Button **Ansicht wechseln** kannst Du Dir Auswertungen für die jeweiligen Streams anschauen.

## Kundenanalyse

Beginnen wir mit einigen Worten zur Datenpflege, da diese essenziell wichtig ist für die Nutzung des Moduls.

Das Erfassen von neuen Kunden und das Einsortieren dieser in die jeweiligen Streams funktioniert am einfachsten über den Cronjob **Customer Stream Refresh**, den Du in den Grundeinstellungen unter "*System > Cronjobs*" findest. Dieser läuft im Standard alle 2 Stunde, analysiert neue Kunden und sortiert diese in die jeweiligen Streams ein. Läuft dieser Cronjob nicht, muss das Einsortieren manuell passieren.

Manuell kannst Du dies tun, indem Du das Modul öffnest und zuerst den Button "*Kunden analysieren*" klickst. Dieser Vorgang kann je nach Anzahl der Kunden einige Augenblicke dauern.

Zusätzlich kannst Du die Kunden bei jedem Start des Moduls analysieren, dann läuft dieser Prozess jedoch bei **jedem** Öffnen des Moduls ab und kann je nach Kundenanzahl auch länger dauern. Wir empfehlen daher, die Analyse über Cronjob laufen zu lassen.

## Handhabung

Im Folgenden erklären wir die Handhabung des Moduls. Als Erstes sollten die Kunden analysiert werden, damit der Kundenstamm erstmalig erfasst wird. Wie dies funktioniert, haben wir bereits im vorhergehenden Punkt Kundenanalyse erwähnt.

## **Einen neuen Customer Stream erstellen**

Wenn Du einen neuen Customer Stream erstellen willst, klicke zunächst auf den Button "*Stream hinzufügen*". Wie Du sehen kannst, wurde ein neuer Stream in der Liste erstellt, mit dem Hinweis, dass dieser noch nicht gespeichert wurde.

Für diesen Stream kannst Du nun im unteren Bereich einen Namen und eine Beschreibung hinterlegen und die Angabe, ob der Stream statisch sein soll oder nicht. Statisch bedeutet, dass sich der Kunden des Streams nicht anhand von Automatismen verändern, sondern die zugewiesenen Kunden erhalten bleiben, bis das Ablaufdatum überschritten ist oder der Stream manuell auf einen dynamischen Stream umgestellt wird.

Möchtest Du einen **dynamischen Stream** erstellen, dann lasse die Einstellung "*Statisch*" deaktiviert und füge Deine gewünschten Filterkriterien hinzu:

Erst, wenn der Stream Filter enthält, kannst Du ihn speichern!

Möchtest Du hingegen einen **statischen Stream** erstellen, aktiviere die Option "*Statisch*" und speichere den Stream. Erst dann kannst Du über die Kundensuche auf der rechten Seite manuell Kunden zum Stream hinzufügen:

Klicke nach Fertigstellung der Kundenauswahl auf "*Stream speichern*", um den Stream zu speichern.

## **Einen bestehenden Customer Stream verändern**

Um einen bestehenden dynamischen Stream zu ändern, wähle diesen in der Liste der Customer Streams aus, danach werden die entsprechenden Filter geladen und die dem Stream zugewiesenen Kunden werden aktualisiert.

Verändere nun die Filter entsprechend Deiner Vorstellungen und klicke auf "*Stream speichern*", der gewählte Stream wird nun aktualisiert.

Um einen statischen Stream zu editieren, klicke diesen in der Liste der Streams an, füge die gewünschten Kunden hinzu oder entferne welche. Mit einem Klick auf "*Stream speichern*" kannst Du den Stream im Anschluss daran speichern.

## **Einen Stream kopieren**

Zunächst ist es wichtig zu bedenken, dass nur dynamische Streams kopierbar sind. Wähle zum Kopieren einfach den gewünschten Stream aus und klicke auf das "*Kopieren-Icon*". Der Stream wird jetzt mit allen

Eigenschaften kopiert. Du kannst ihn nun nach Deinen Wünschen anpassen.

## **Auswertung**

Eine Auswertung der Streams ist direkt im Modul zu bekommen, indem Du im Modul auf den Button "*Ansicht wechseln*" klickst. Hier gibt es die folgenden 2 Ansichten:

## **Streamumsatz**

Der Streamumsatz beschreibt eine Auswertung des links ausgewählten Streams. Hierbei wird der Stream nach den folgenden Werten analysiert:

- Anzahl Bestellungen
- Teuerste / Günstigste Bestellung
- Durchschnittlicher Produktpreis

## **Umsatzvergleich**

Der Umsatzvergleich vergleicht die Umsätze der einzelnen Streams und stellt diese gegenüber:

## **Integration**

Customer Streams sind nahtlos in bestehende Module integriert.

## **Einkaufswelten**

In den Einkaufswelten kannst Du die Customer Streams auswählen, für die die Einkaufswelt ausgespielt wird. Zusätzlich kannst Du definieren, welche Einkaufswelt stattdessen ersetzt werden soll. So kannst Du für einen Customer Stream eine zusätzliche Einkaufswelt erstellen oder die Standard-Einkaufswelt komplett ersetzen.

Wähle hier einfach die Customer Streams, deren Kunden die Einkaufswelt erhalten sollen und ggf. die Einkaufswelt, die ersetzt werden soll.

## **Gutscheine**

Im Gutscheinmodul steht Dir die Customer Stream Auswahl als Einschränkungsmerkmal zur Verfügung. Mit dieser Funktion können z.B. Gutscheine auf bestimmte Customer Streams beschränkt werden.

Auch nicht angemeldete User können einen solchen Gutscheincode über die Eingabe im Warenkorb eingeben. Wenn diese sich dann auf dem Weg zum Checkout anmelden, wird der Gutschein aus dem Warenkorb entfernt, sofern der jetzt angemeldete Kunde nicht zum ausgewählten Customer Stream gehört.

Lediglich, wenn der Kunde über den SLT-Cookie wiedererkannt wurde und Shopware somit weiß, welchem Stream er angehört, wird der Gutschein auch im nicht eingeloggten Zustand direkt abgelehnt.

## **Newsletter**

In den Newsletter-Einstellungen kannst Du nun neben den Kundengruppen auch die Customer Streams auswählen. Beachte hierbei jedoch, dass diese mit einer ODER-Verknüpfung verbunden sind. Wenn Du den Newsletter also z.B. an Deine B2B-Kunden und an den Stream mit den umsatzstärksten Endkunden schickst, werden **beide** Gruppen den Newsletter bekommen!

## **Advanced Promotion Suite**

Auch in der Advanced Promotion Suite lassen sich Customer Streams als Beschränkung in den Regeln definieren.

## **Shopware Login Cookie**

Die Nutzung von Customer Streams ist zwar auch ohne Nutzung des Shopware Login Cookie möglich, dann werden kundenspezifische Inhalte jedoch erst nach dem Login angezeigt. Falls Du den [Shopware Login Cookie](#) aktiviert hast, steht bei Wiedererkennung auch ohne Login bereits kundenspezifischer Inhalt bereit.

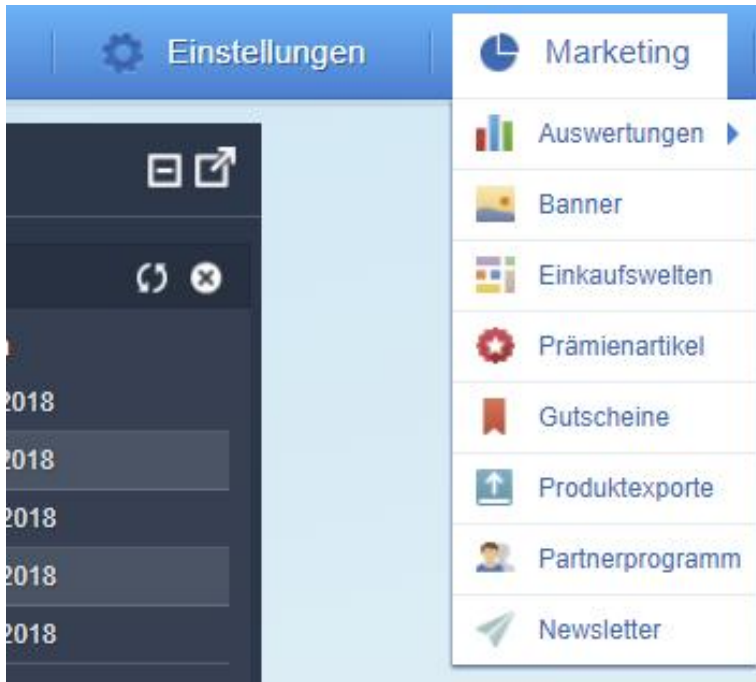
## **Nutzung der Customer Streams über die REST-API**

Solltest Du die Customer Streams extern pflegen wollen, bieten wir Dir hierfür eine umfangreiche API-Ressource. Weitere Informationen findest Du in unserem [Developers-Guide](#).



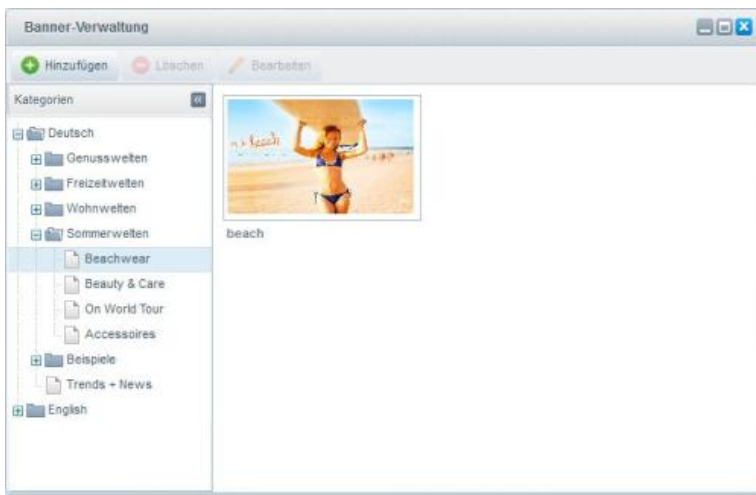
# Marketing & Einkaufswelten

Ein Kernbestandteil von Shopware sind die zahlreichen Marketing-Tools. Wir zeigen Dir hier ausführlich, was Du für Möglichkeiten bei der Gestaltung der Einkaufswelten hast. Mit den Produktexporten kannst Du deine Produkte schnell und einfach auf verschiedene Plattformen und Preisportalen ausspielen. Funktionen wie die Prämienartikel stärken die Kundenbindung, unser Newsletter erreicht dabei deine Stammkunden. Nutze die Vielzahl an verkaufsfördernden Tools, um mit deinem Shop erfolgreich durch zu starten.



## Banner

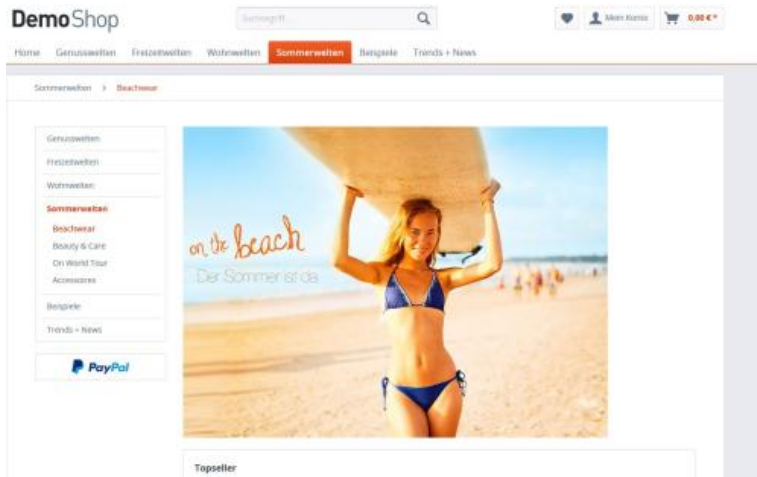
Über die Banner-Verwaltung kannst Du Banner auf der Startseite oder z.B. auf Kategorie-Seiten einstellen. Über das Tree-Menü auf der linken Seite wählst Du die gewünschte Kategorie aus, in der ein Banner in der Storefront angezeigt werden sollen. Dies kannst Du zum Beispiel nutzen, um auf Landingpages oder Aktionen (LiveShoppingListing) zu verlinken.



## Banner hinzufügen

- Als erstes vergibst Du eine **Beschreibung des Banners (1)**. Diese Beschreibung dient auch als Alternativer Text, wenn das Banner nicht angezeigt werden kann. ("alt"-Attribut innerhalb des img-Tag )
- Optional kannst Du hier für das Bild einen **Hyperlink hinterlegen (2)**. Dieser kann auf eine Seite in Shopware verlinken (z.B. Artikel-Detailseite) oder auf eine externe Quelle verweisen (z.B. Herstellerseite).
- **Link target: (5)** gibt an, wo der Link geöffnet werden soll:
  - Bei *External* wird der Link in einem neuen Fenster geöffnet.
  - Bei *Shopware* wird der Link in dem selben Fenster geöffnet, wo der Banner geklickt wird.
- Die Anzeige von Bannern kann zeitlich eingegrenzt werden. Klicke auf das rote Kalender-Icon in den Feldern **Aktiv von: (4)** und **Aktiv bis: (5)** und wähle das Start- und End-Datum aus. Zusätzlich kannst Du noch in den Eingabefelder rechts daneben die genauen Uhrzeiten definieren. *Diese Zeitangaben sind optional*. Werden die Einträge nicht gefüllt, sind Banner ab sofort und auf unbestimmte Zeit gültig.
- Zum Abschluss wird die eigentliche Grafik über **Dateien auswählen (6)** über [Medien](#) ausgewählt.
- Durch klicken auf **Speichern** wird die Grafik überprüft und das Banner gespeichert.

Das fertige Banner würde im Frontend so aussehen:



## Banner löschen

Möchtest Du Banner entfernen, so wähle bitte die betroffene Kategorie in dem Tree-Menü aus, markieren das Banner und entfernen dieses über den Button **Löschen**.

## Banner Bearbeiten

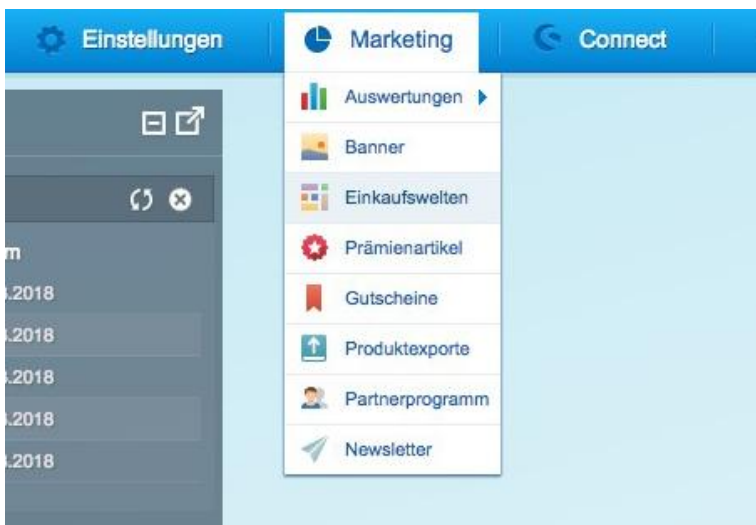
Auch das Editieren von Banner-Einstellungen ist hier möglich. Wähle bitte die jeweilige Kategorie in dem Tree-Menü aus. Markiere das zu editierende Banner und klicke danach auf den Button **Bearbeiten**.

Unterstützte Dateiformate: gif, jpg, png und swf. Grafiken werden nicht hochskaliert, daher ist ein Upload in der korrekten Breite, je nach Template, notwendig.

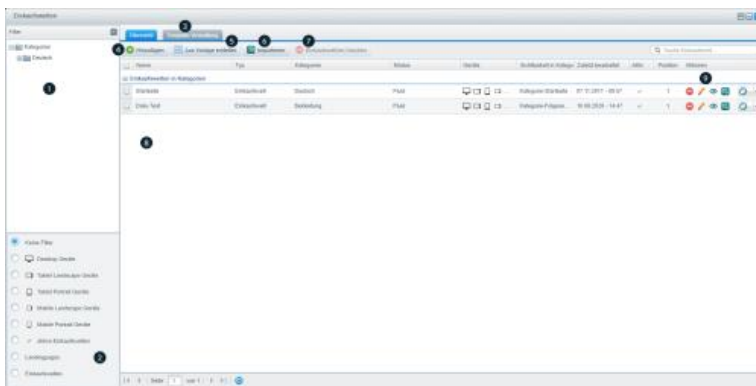
## Einkaufswelten

Einkaufswelten bieten Dir die Möglichkeit, beeindruckende Landingpages, Produktpräsentationen, oder Marketingaktionen ganz einfach selbst zu erstellen. Einkaufswelten helfen Dir, Deine Kunden einzufangen und ihnen eine emotionale Geschichte zu erzählen, und zwar komplett geräteunabhängig!

In diesem Artikel zeigen wir Dir, wie das Modul funktioniert und wie Du geräteunabhängige Einkaufswelten bauen kannst. Du erreichst das Modul im Backend unter **Marketing > Einkaufswelten**



## Übersicht



- **Kategorie-Filter (1):** Hier kannst Du nach Kategorien filtern. Es werden Dir dann alle Einkaufswelten innerhalb der gewählten Kategorie angezeigt. Ebenso werden alle Einkaufswelten in Unterkategorien gesondert aufgeführt.
- **Geräte-Filter (2):** Hier kannst Du nach Endgeräten filtern. Es werden Dir dann nur Einkaufswelten angezeigt, die auch für das ausgewählte Endgerät erstellt wurden.
- **Template-Verwaltung (3):** In der Templateverwaltung kannst Du, als technisch versierter Nutzer oder Entwickler, eigene Templates für Deine Einkaufswelten erstellen und diese dann als Basis für Deine Einkaufswelten nutzen.
- **Einkaufswelt anlegen (4):** Hier kannst Du eine neue Einkaufswelten anlegen. Bei Klick öffnet sich ein neues Fenster, in dem Du die neue Einkaufswelt bearbeiten kannst.
- **Aus Vorlage erstellen (5):** Hiermit kannst Du eine Einkaufswelt aus einer Vorlage erstellen. Diese Vorlagen werden u.a. von Shopware, durch Drittanbieter (Plugins) oder durch Dich selbst bereitgestellt. Wie das im Detail funktioniert, erklären wir Dir weiter unten.
- **Importieren (6):** Über diesen Button kannst Du zuvor exportierte Einkaufswelten wieder importieren.
- **Einkaufswelt löschen (7):** Hiermit kannst du die selektierte(n) Einkaufswelt(en) löschen. **Beachte:** Die in der Einkaufswelt enthaltenen Medien werden **nicht** vom System gelöscht, sie verbleiben im [Media-Manager](#) und müssen bei Bedarf händisch gelöscht werden!

- **Listing (8):** Hier werden abhängig von der gewählten Kategorie die Einkaufswelten und Landingpages aufgelistet.
- **Aktionsbuttons (9):** Über die Aktionsbuttons kannst Du die Einkaufswelt löschen, bearbeiten, duplizieren oder die Vorschau öffnen. Beim Duplizieren kannst Du wählen, ob Du die Einkaufswelt für alle Geräte duplizieren willst, indem Du direkt auf den Button klickst, oder sie nur selektiv für eine bestimmte Gruppe duplizieren willst, indem Du das Dropdown des Buttons nutzt.

Die Einkaufswelten sind in der Übersicht nach Kategoriezuordnung sortiert dargestellt, dies ermöglicht, dass Du pro Kategorie immer die perfekte Übersicht hast, welche Einkaufswelten für welche Endgeräte erstellt / aktiv sind.

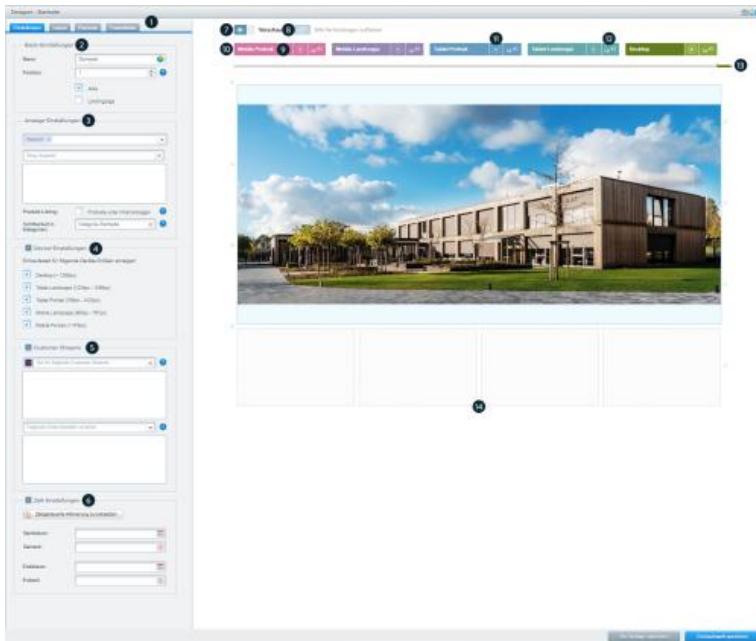
Über einen Doppelklick auf eine Einkaufswelt kannst Du die wichtigsten Dinge inline, also direkt in der Tabelle, bearbeiten, die Einkaufswelt damit aktivieren/deaktivieren und ihre Position ändern.

## Screencast

Der hierunter verlinkte Screencast (YouTube-Tutorial) wurde nicht mit der aktuellen Version von Shopware angefertigt, sodass Elemente der aktuellen Versionen im Tutorial fehlen können! Die grundlegende Handhabung ist aber nach wie vor gleich und lässt sich mithilfe des Screencasts sehr leicht nachverfolgen.

## Eine Einkaufswelt erstellen

Mithilfe des Designers ist es möglich, Einkaufswelten mit unterschiedlichem Layout bzw. unterschiedlichen Elementen für verschiedene Endgeräte, auch innerhalb einer einzigen Einkaufswelt, darzustellen.



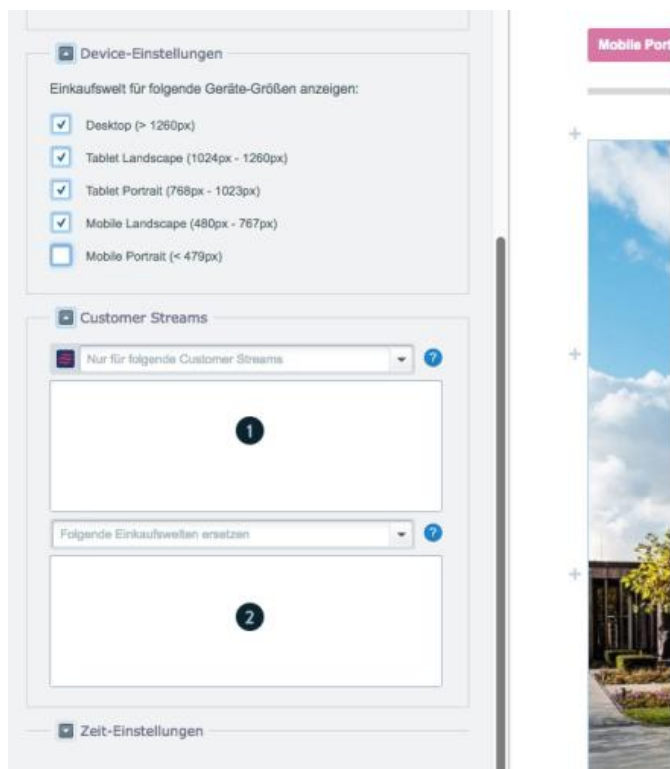
- **Tabs (1):** Um die Übersicht zu gewährleisten, wurde der Designer in Tabs unterteilt. Du kannst nahtlos zwischen "Einstellungen", "Layout" und "Elemente" hin und her wechseln, ohne dass die Vorschau auf der rechten Seite verschwindet. Lediglich die "Freitextfelder" werden beim Anklicken mit voller Fensterbreite angezeigt.
- **Basis-Einstellungen (2):** Hier kannst Du den Namen der Einkaufswelt vergeben, die Position, die Einkaufswelt aktivieren und einstellen, ob es sich um eine Landingpage handelt, oder um eine normale Einkaufswelt. Was eine Landingpage ist, erklären wir Dir weiter unten
- **Anzeige-Einstellungen (3):** Hier werden Kategorie(n) definiert und die Einstellung, ob unter der Einkaufswelt noch das Produkt-Listing angezeigt werden soll, getätigt. Bei der Kategorieauswahl ist es möglich, die Einkaufswelt mehreren Kategorien zuzuweisen. Somit kann also ein und dieselbe Einkaufswelt innerhalb des Shops gleichzeitig in Kategorie A und Kategorie B auftauchen. Das geht auch, wenn sich Kategorie B in einem Subshop befindet. Die Einkaufswelt wird dann gleichermaßen in Shop A und Shop B auftauchen. Darüber hinaus lässt sich über die Sichtbarkeit in Kategorien einstellen, ob die Einkaufswelt auf der Startseite der Kategorie, ihren Folgeseiten oder beidem angezeigt werden soll.
- **Device-Einstellungen (4):** Mit den Device-Einstellungen kannst Du festlegen, auf welchen Endgeräten die Einkaufswelt dargestellt werden soll. Wenn Du hier eine Gerätegruppe deaktivierst, wird im oberen Viewport-Selektor ein **Ausrufezeichen (9)** angezeigt.
- **Customer Streams (5):** Hier kannst Du die [Customer Streams](#) auswählen, für die die Einkaufswelt gelten soll. Wie diese genau funktionieren, erklären wir weiter unten im Artikel.
- **Zeit-Einstellungen (6):** Definiere hier eine Start- und Endzeit für die Einkaufswelt, falls Du diese nur zeitlich begrenzt anzeigen willst. **Hinweis:** Die zeitliche Begrenzung ist im Standard nicht mit dem HTTP-Cache kompatibel!
- **Vorschau (7):** Hier kannst Du die Vorschau der Einkaufswelt aktivieren oder deaktivieren. Die Einkaufswelt wird hier datentechnisch genauso angezeigt, wie sie auch im Frontend aussehen würde.
- **Alle Verbindungen aufheben (8):** Falls Du mehrere Einkaufswelten verkettet hast, kannst Du diese Verkettung hier wieder auflösen. Damit kannst Du die Bearbeitung ausschließlich auf den selektierten Viewport anwenden und nicht auch auf verkettete Viewports.
- **Warnung (9):** Die Warnung in der Viewport-Oberfläche, falls vorhanden, zeigt Dir an, dass dieser Viewport der Einkaufswelt im Frontend nicht angezeigt wird. Weitergehende Optionen hierfür findest Du in den **Device-Einstellungen (4)**.
- **Viewports (10):** Hier kannst Du auf die einzelnen Viewports klicken und die Einkaufswelt für den jeweiligen Viewport über den **Designer (14)** anpassen.
- **Ausgeblendete Elemente (11):** Hier siehst du, ob und wie viele Elemente im aktuellen Viewport ausgeblendet sind. **Erklärung:** Wenn Du z.B. ein Banner, für das Quer- und das Hochformat unterschiedlich erstellen musst, kannst Du erstmal beide Elemente zur Einkaufswelt hinzufügen. Das Element für das Querformat blendest Du dann in den Hochformat-Viewports aus und nur in den Querformat Viewports wieder ein. So kannst Du innerhalb einer Einkaufswelt alle Arten von Displays optimal bedienen, ohne unnützen Inhalt mitauszuliefern zu müssen.
- **Verketteten (12):** Mit dieser Funktion kannst Du Viewports verketteten, sodass Deine Einstellungen automatisch für alle verketteten Viewports gelten. Um die Verkettung zu nutzen, aktiviere zuerst den Viewport, der als "Master" dienen soll, danach klickst Du in den anderen Viewports, die Du verketteten willst, auf das Verketteten-Icon. Die Verkettung ist erfolgreich aktiviert, wenn sich die Kettenglieder im Logoicon schließen. Kommt es zu Komplikationen, weil in den Viewports unterschiedliche Inhalte hinterlegt sind, wirst Du gefragt, ob Du die Einstellungen Deines zu verkettenden Viewports überschreiben willst. Bestätige dies mit "Ja", um die Verkettung zu übernehmen, das Layout und die Elemente des Master-Viewports werden dann auf die des verketteten Viewports übertragen.

- **Viewport-Reichweite (13):** Dieser Balken dient als Indikator für Dein Layout. Die Einkaufswelt wird immer in kleinstmöglicher Größe dargestellt. Der farbige Bereich gibt dabei an, wie groß die Einkaufswelt in dem jeweiligen Viewport maximal werden kann.
- **Designer (14):** Im Designer kannst Du Elemente frei platzieren, verschieben und die Elemente bearbeiten, die in der Einkaufswelt in dem jeweiligen Viewport platziert wurden.

Hast Du Änderungen vorgenommen, vergiss nicht, Deine Änderungen mit einem Klick auf "*Speichern*" zu speichern!

## Customer Streams

Mithilfe der Customer-Streams Einstellungen kannst Du Deine Einkaufswelten auch nur für bestimmte Kundengruppen anzeigen lassen. Durch die Nutzung des [Shopware Login Tokens](#) kannst Du, sofern sie wiedererkannt werden, Kunden eines bestimmten Customer Streams direkt auf der Startseite und ohne vorherigen Login individuell mit den Inhalten Deiner Einkaufswelten bespielen.



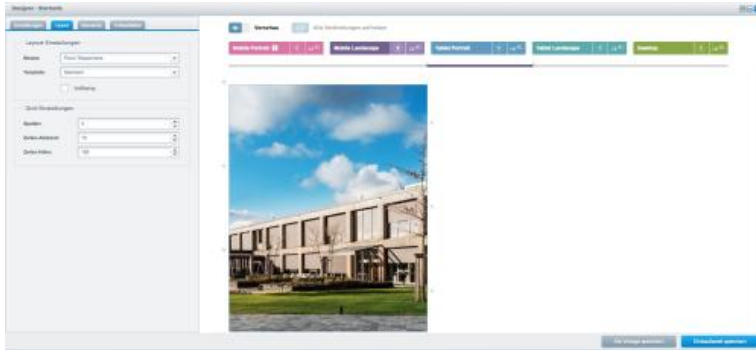
Mit der Auswahl **Nur für folgende Customer Streams (1)** legst Du die Customer Streams fest, deren Kunden die aktuelle Einkaufswelt angezeigt bekommen sollen. Die Einkaufswelt wird dann erst einmal zusätzlich zu bisherigen Einkaufswelten angezeigt, die z.B. keiner Einschränkung unterliegen. Mit **Folgende Einkaufswelten ersetzen (2)** kannst Du optional eine oder mehrere Einkaufswelten auswählen, die dafür nicht mehr angezeigt werden sollen.

So kannst Du unterschiedliche Ansichten Deines Shops realisieren. So kannst Du Deinen Shop so konfigurieren, dass Kunden eines Customer Streams komplett andere Einkaufswelten zu sehen bekommen, als Besucher (keinem Customer Stream zugewiesen) oder Kunden von anderen Customer Streams.

In der Praxis ist das interessant, wenn Du z.B. für die Händler in Deinem Shop Produkte anders bewerben möchtest, als Du das für Endkunden tust. Möglich ist z.B. auch eine gezielte Ansprache von Kunden, die bisher noch nichts bei Dir gekauft haben, indem Du diesen Kunden einen Rabatt gewährst.

## Arbeiten mit dem Designer

Die Arbeit im Designer ist übersichtlich und relativ angenehm. Wechsel einfach den Viewport über die obere Auflistung und das Grid darunter passt sich automatisch auf die entsprechenden Maße an, sodass Du schon beim Erstellen einen sehr guten Eindruck davon bekommst, wie Deine Einkaufswelt später auf dem Endgerät aussehen wird.



## Layout

Im Tab "Layout" kannst Du diverse Einstellungen der Einkaufswelt vornehmen, um das Layout anzupassen:

## Modus

Nicht für jede Einkaufswelt ist jeder Modus geeignet, wir erklären Dir hier, wie die Modi funktionieren und welcher Modus wofür genutzt werden kann.

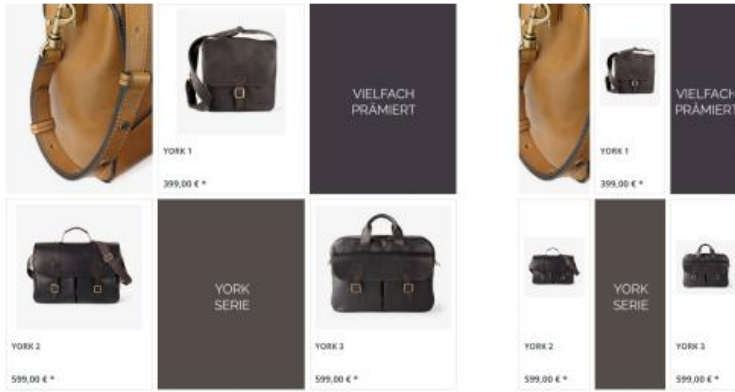
## Fluidier Modus

Der fluide Modus ähnelt dem alten Masonry Modus - mit der Ausnahme, dass sich die Anordnung der Elemente nicht dynamisch ändert, sondern lediglich die Breite der Elemente. Somit bleibt die Anordnung der Elemente immer gewahrt und die Einkaufswelt ist immer noch auf allen Endgeräten anzeigbar.



# Desktop

# Mobile



## Resize Modus

Die Elemente werden auf dem Endgerät genauso dargestellt, wie sie angelegt wurden. Die Anordnung bleibt immer gleich, jedoch werden Elemente je nach Endgerät evtl. recht schnell kleiner, da alle Elemente ihre Position und auch ihr Seitenverhältnis beibehalten.

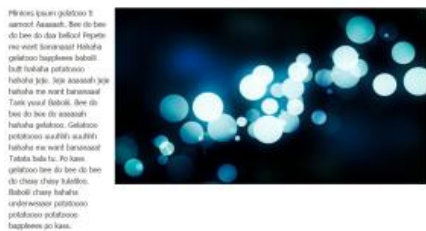
## Zeilen-Modus

Der Zeilen-Modus ist vorrangig für Content-Seiten vorgesehen und arbeitet ohne feste Zeilenhöhen. Der Inhalt einer Zeile bestimmt in diesem Modus auch deren Höhe.

Im Zeilenmodus bestimmt das höchste Element einer Zeile die dazugehörige Zeilenhöhe. Andere Elemente in der Zeile werden nur dann hochskaliert, wenn es die Größe der Zelle zulässt, da in diesem Modus das Seitenverhältnis immer bestehen bleibt!

# Desktop

# Mobile



Wie Du hier sehen kannst, passen sich die Elemente untereinander an. Dadurch, dass das Bild-Element schmaler wird, wird das Text-Element länger / höher. Da das Bild aber sein Seitenverhältnis beibehält, wird es an dieser Stelle nicht verändert. Daher muss für die Mobile-Einkaufswelt ein anderes Layout her, im Beispiel wird das Bild einfach ins Hochformat gebracht:

# Mobile

Minions ipsum  
gelatooo ti aamool  
Aaaaaah. Bee do  
bee do bee do daa  
bellool Pepete me  
want bananaaa!  
Hahaha gelatooo  
bappleees baboili  
butt hahaha  
potatoooo hahaha  
jeje. Jeje aaaaaah  
jeje hahaha me  
want bananaaa!  
Tanik yuuul Baboili.  
Bee do bee do bee  
do aaaaaah hahaha  
gelatooo. Gelatooo  
potatooo uuuhhh  
uuuhhh hahaha me  
want bananaaa!  
Tatata bala tu. Po  
kass gelatooo bee  
do bee do bee do  
chasy chasy  
tulalloo. Baboili  
chasy hahaha  
underweaar  
potatoooo  
potatoooo  
potatoooo  
bappleees po kass.



Da das Bild nun deutlich höher ist, kann es auch mit der Textlänge mithalten und die Einkaufswelt sieht auf dem mobilen Endgerät auch wieder besser aus.

## Abmessungen von Elementen im Zeilen Modus

Element	Beschreibung
Text Element	Höhe richtet sich nach Inhalt des Textes.
Banner Element	Zoomt das Banner auf die maximal mögliche Größe (innerhalb des Elements), ohne die Proportionen zu ändern.
Banner-Slider	Verhält sich analog zum Banner Element, wobei hier die Höhe des höchsten Banners die Höhe des Elements bestimmt. Kleinere Banner werden am oberen Rand des Sliders platziert.
Artikel	Feste Höhe von 360px.
Artikel-Slider	Feste Höhe von 360px.
Kategorie-Teaser	Feste Höhe von 360px.

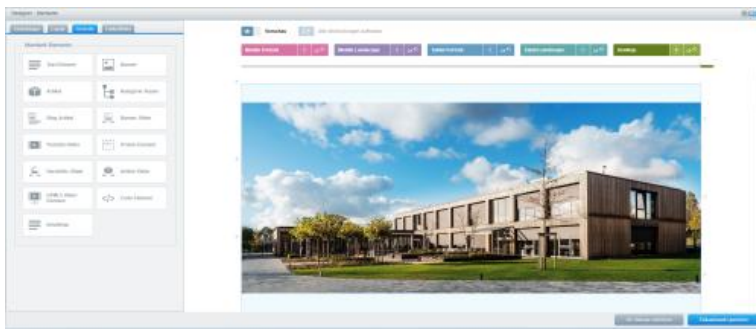
Hersteller-Slider	Feste Höhe von 360px.
iFrame-Element	Feste Höhe von 360px.
YouTube-Video	Feste Höhe von 360px, alternativ das Code Widget mit Embed-Code verwenden.
HTML5 Video-Element	Erbt die Proportionen des Videos (Skalierungsmodus hier ohne Funktion).
Blog-Artikel	Vorschaubilder haben eine Höhe von 160px, der Text streckt das Element dann weiter (siehe Text-Element).
Code Element	Bekommt keine Maße, hier kann mit eigenen Anpassungen gearbeitet werden.
Sideview-Element	Bekommt die Maße des Bildes, analog zum Banner-Element.
Digital Publishing Banner	Falls ein Bild als Hintergrund gewählt ist, werden die Bildproportionen genutzt, falls eine Farbe als Hintergrund genutzt wird, wird eine feste Höhe von 360px gesetzt.
Digital Publishing Slider	Analog zum Banner-Slider Element, das größte Digital Publishing Banner definiert die Größe des Elements.

## Grid-Einstellungen

Der Designer unterstützt die direkte Änderung von Grid-Einstellungen, sodass Du die Einstellungen für Spalten, Zeilen-Abstand und Zeilen-Höhe direkt in der Einkaufswelt anpassen kannst. Der Designer passt sich direkt Deinen Anpassungen an und stellt das Grid entsprechend um.

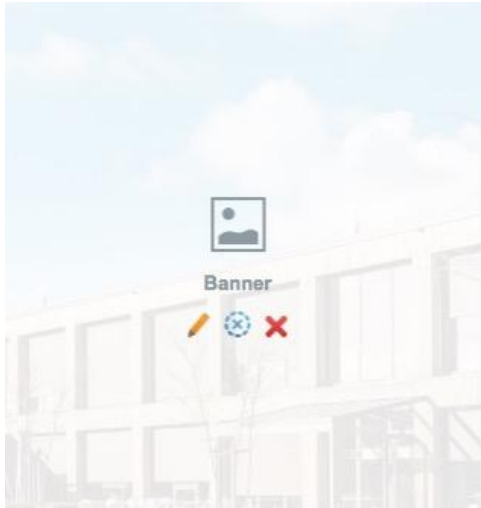
## Platzieren von Elementen

In diesem Abschnitt erklären wir das Handling mit Elementen innerhalb der Einkaufswelten. Klicke in Deiner geöffneten / erstellten Einkaufswelt auf den Tab "*Elemente*":



Um ein Element nun in der Einkaufswelt zu platzieren, ziehe es aus der linken Auswahl in den Designer. Neue Elemente sind im Standard immer ein Kästchen groß. Beim Platzieren im Designer zeigt Dir der Designer ein blaues oder rotes Kästchen an. Das blaue Kästchen bedeutet, dass Du das Element platzieren kannst. Das rote weist darauf hin, dass das Element an dieser Stelle nicht passt. Mögliche Ursachen dafür können sein: Element zu breit für die Einkaufswelt, Element überlappt mit anderen Elementen, Element ist mehr als 1 Spalte breit, soll aber ganz rechts positioniert werden.

Bereits in der Einkaufswelt platzierte Elemente kannst Du mit der Maus bearbeiten: Fahre mit der Maus über das Element, es werden dann die folgenden Steuerelemente sichtbar:



Über das **Stift**-Icon kannst Du das Element bearbeiten. Das **blaue X** blendet ein Element auf dem aktuellen Viewport aus, sodass es in eventuell anderen Viewports noch zur Verfügung steht. Das **rote X** hingegen löscht das Element aus der Einkaufswelt und somit auch aus allen anderen Viewports!

Nutze die Ausblenden-Funktion, um ohne separate Einkaufswelt ein alternatives Layout mit anderen Elementen für spezielle Viewports zu erstellen. Ausblenden ist nur dann nötig, wenn Du ein Element im aktuellen Viewport **nicht** verwenden möchtest, aber es in anderen Viewports zur Verfügung stehen soll.

## Ausgeblendete Elemente

Befinden sich ausgeblendete Elemente in Deiner Einkaufswelt, wird Dir das anhand des **rund gestrichelten Icons** angezeigt, die Zahl im Icon gibt die Anzahl des ausgeblendeten Elemente an:



Bei Klick auf das Icon öffnet sich eine kleine Leiste mit den ausgeblendeten Elementen:

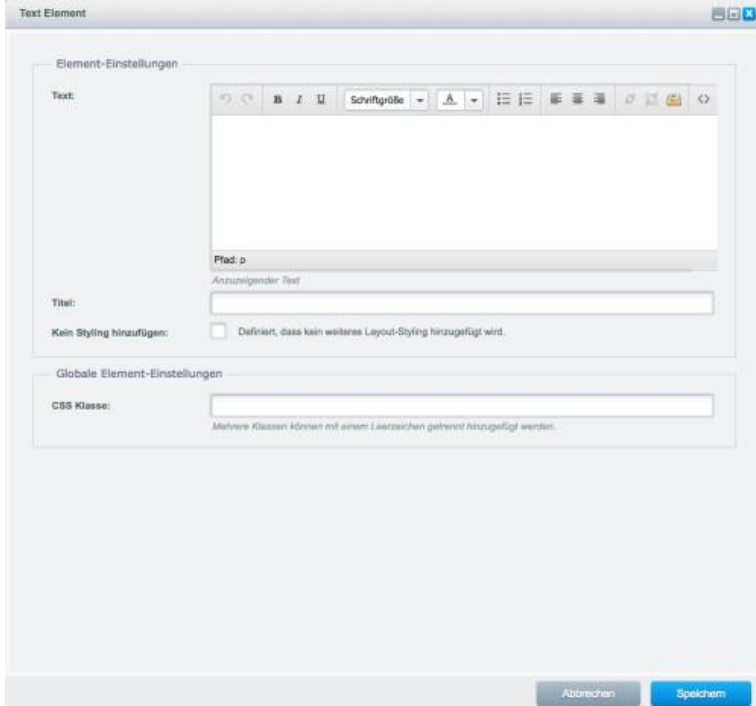


Diese Elemente kannst Du dann per Drag'n'Drop wieder auf der Einkaufswelt platzieren oder mit einem Klick auf das rote X löschen. **Beachte**, dass die Elemente beim Löschen komplett aus der Einkaufswelt entfernt werden, also auch in anderen Viewports nicht mehr zur Verfügung stehen!

"Ausgeblendete Elemente" können nur für den aktiven Viewport geöffnet werden. Wenn Du Dich zur Bearbeitung im Viewport "Desktop" befindest, kannst Du nicht direkt die ausgeblendeten Elemente des "Mobile Portrait" Viewports öffnen, sondern nur die des aktiven Viewports "Desktop".

## Verfügbare Elemente

### Text Element



- **Text:** Im Text Element kannst Du eigene HTML Inhalte in die Einkaufswelt einbinden, hierzu kannst Du den Editor verwenden. In diesem kannst Du direkt bearbeiten oder auch per "HTML Quellcode bearbeiten" fertigen Quellcode einfügen.

- **Titel:** Der Titel wird im Frontend über dem Element selbst angezeigt.
- **Kein Styling hinzufügen:** Hiermit definierst Du, ob das Styling des Templates auch auf das HTML Element wirken soll oder nicht. Dies ist für unerfahrene Anwender empfehlenswert, da hierbei die einheitliche Optik im Shop gewahrt wird.
- **CSS Klasse:** Hiermit kannst Du eine CSS-Klasse auf das Element setzen, wenn Du das Styling im Frontend individueller anpassen möchtest, als es im Standard möglich ist.

## Banner

Im Banner Element kannst Du ein Banner einbinden und entsprechend verlinken, das Link-Ziel definieren, einen Titel vergeben und eine CSS-Klasse auf das Element setzen. Wenn hier ein Banner hochgeladen wird, erscheint dies als Vorschau im unteren Bereich des Elements. Die Vorschau enthält ein 3x3 Raster, dies erfährt Bedeutung, wenn Deine Einkaufswelt den fluiden Effekt nutzt. Der Effekt sieht vor, Elemente immer zu füllen, dazu wird an einigen Stellen auch Bildmaterial abgeschnitten. Über das Setzen des Rasters kann hierzu ein Ausgangspunkt für den Zoom verwendet werden. So wird sichergestellt, dass der wichtigste Inhalt des Bildes stets zu sehen bleibt. Setze diese Einstellung durch Klicken in das entsprechende Feld im Raster.

Weiter kann im Banner Element noch die Mapping-Funktion genutzt werden. Dadurch ist es möglich, einzelne Bereiche des Banners zu verlinken und z.B. auf verschiedene Artikeldetailseiten zu verweisen. Per Klick auf **Bild-Mapping anlegen**: öffnet sich die folgende Ansicht:



Hier wird das Banner in Originalgröße angezeigt und Du kannst nun neue Mappings erstellen. Diese kannst Du frei auf dem Banner platzieren und über die dazugehörige Zeile im Mapping verlinken. Hierbei kann der Link-Typ (intern, extern), Titel, sowie "Titel als Tooltip" konfiguriert werden. Das Mapping verhält sich analog zum Zoom. Es zoomt also dynamisch mit, sodass die Positionen im Bild weiterhin bestehen bleiben.

## Artikel

Das Artikel-Element kann Artikel in der Einkaufswelt darstellen. Hierbei wird zwischen den Artikeltypen **Ausgewählte Artikel**, **Ausgewählte Variante**, **Newcomer**, **Topseller** & **zufälliger Artikel** unterschieden. Ausgewählte Artikel können frei aus dem Sortiment ausgewählt werden. Alle anderen Typen werden automatisch vom System ermittelt. **Kategorie** steht Dir als Kategorieauswahl zur Verfügung, wenn der Artikel vom System ermittelt werden soll, damit keine willkürlichen Artikel angezeigt werden. **Nur Produktbild** sorgt dafür, dass der Kunde im Frontend nur das Bild des Artikels sieht. **Kein Rahmen** sorgt dafür, dass im Frontend kein Rahmen um das Element gesetzt wird und über die **CSS Klasse** kannst Du eine individuelle CSS-Klasse auf das Element setzen.

## Kategorie Teaser

The 'Kategorie-Teaser' window is divided into two main sections: 'Element-Einstellungen' and 'Globale Element-Einstellungen'. In the 'Element-Einstellungen' section, there are two dropdown menus for 'Typ' and 'Kategorie-Auswahl', both with the placeholder text 'Bitte wählen...'. Below these is a checkbox labeled 'Blog-Kategorie:' with the text 'Bei der ausgewählten Kategorie handelt es sich um eine Blog-Kategorie'. The 'Globale Element-Einstellungen' section contains a text input field for 'CSS Klasse:' with a small note below it: 'Mehrere Klassen können mit einem Leerzeichen getrennt hinzugefügt werden.' At the bottom right of the window are two buttons: 'Abbrechen' and 'Speichern'.

Der Kategorie Teaser stellt in der Einkaufswelt eine Kategorieverlinkung bereit. Hierzu kannst Du einen beliebigen Artikel aus einer ausgewählten Kategorie oder ein ausgewähltes Bild verwenden. Ebenso kannst Du angeben, ob die Zielkategorie eine Artikelkategorie oder eine Blog-Kategorie ist und eine zusätzliche CSS-Klasse, falls erforderlich.

## Blog-Artikel

The 'Blog-Artikel' window is divided into two main sections: 'Element-Einstellungen' and 'Globale Element-Einstellungen'. In the 'Element-Einstellungen' section, there is a dropdown menu for 'Kategorie:' with the placeholder text 'Bitte wählen...' and a numeric input field for 'Anzahl:' with the value '1'. The 'Globale Element-Einstellungen' section contains a text input field for 'CSS Klasse:' with a small note below it: 'Mehrere Klassen können mit einem Leerzeichen getrennt hinzugefügt werden.' At the bottom right of the window are two buttons: 'Abbrechen' and 'Speichern'.

Das Blog-Artikel-Element zeigt Artikel aus der ausgewählten Blog-Kategorie in der Einkaufswelt an. Hierbei kannst Du die Blog-Kategorie auswählen, sowie die Anzahl der angezeigten Artikel festlegen.



## Banner-Slider

Element-Einstellungen

Titel:

Pfeile anzeigen:

Navigation anzeigen:  Bitte beachte, dass keine Nummern sondern Punkte in der Desktop Ansicht angezeigt werden.

Scroll-Geschwindigkeit:

Automatisch rotieren:

Rotations-Geschwindigkeit:

Globale Element-Einstellungen

CSS Klasse:   
Mehrere Klassen können mit einem Leerzeichen getrennt hinzugefügt werden.

Banner Verwaltung

Banner auswählen:

Bildpfad	Link	Alternativ Text	Titel	Aktion(en)

Im Banner Slider kannst Du mehrere Banner in einer Slideshow ablaufen lassen. Die folgenden Optionen stehen zur Verfügung:

- **Titel:** Titel des Elementes, dieser wird im Frontend als Overlay angezeigt.
- **Pfeile anzeigen:** Zeigt Pfeile im Frontend an, die den Kunden im Frontend manuell durch die Banner navigieren lassen.
- **Navigation anzeigen:** Zeigt die Navigation der Banner durch Punkte am unteren Rand des Sliders an. Durch Klicken auf einen Punkt wird das entsprechende Banner angezeigt.
- **Scroll-Geschwindigkeit:** Hier stellst Du die Dauer des Überganges von einem zum anderen Banner in Millisekunden (ms) ein.
- **Automatisch rotieren:** Definiert, ob Shopware die Banner automatisch rotiert oder nicht.
- **Rotationsgeschwindigkeit:** Hier stellst Du die Anzeigedauer in Millisekunden (ms) ein. Die Anzeigedauer ist dann für jedes im Slider enthaltene Banner gleich.

Im Bereich "Banner-Verwaltung" kannst Du die Bilder hochladen und für jedes Bild per Doppelklick einen Link, Alternativ-Text und einen Titel definieren.

## Youtube-Video

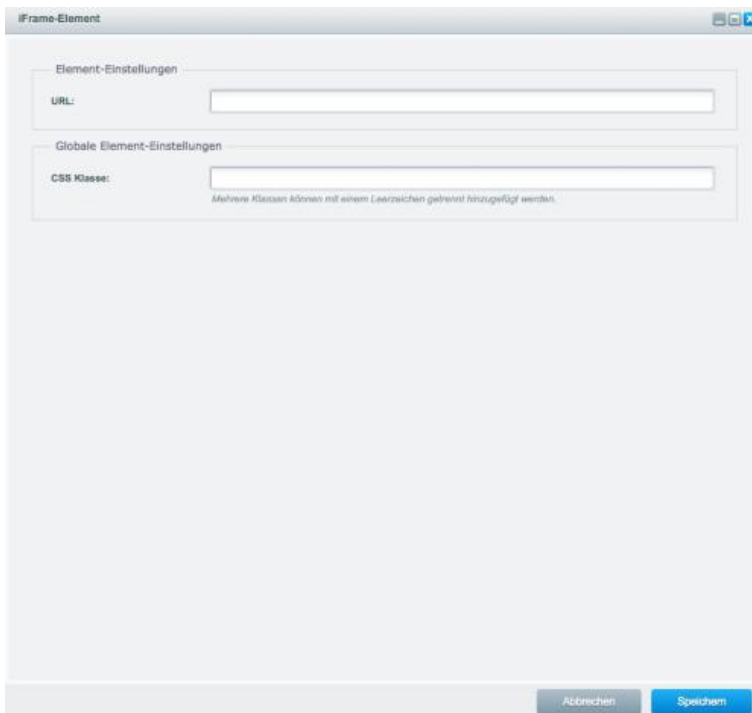
Hiermit kannst Du ein YouTube-Video einbinden. Einstellen kannst Du dabei die folgenden Dinge:

- **Youtube-Video-ID:** Füge hier die ID des Videos oder die gesamte Video-URL ein.
- **HD-Videos verwenden:** Weist das Widget an, das Video in HD abzuspielen
- **Video automatisch starten:** startet das Video automatisch nach dem Laden der Seite.
- **Empfehlungen ausblenden:** Unterdrückt Video-Empfehlungen am Ende des Videos.
- **Steuerung ausblenden:** Blendet die Steuerung aus, die normalerweise beim Hovern unten im Video angezeigt wird. Die Funktionen Start und Stop können nun noch über einen direkten Klick auf das Widget ausgeführt werden.
- **Starten nach x Sekunden:** Startet das Video beim Zeitindex von "x" Sekunden. D.h. zum Beispiel für 30 Sekunden, dass das Video 30 Sekunden nach dem eigentlichen Anfang gestartet wird.
- **Stoppen nach x Sekunden:** Stoppt das Video bei "x" Sekunden (nicht nach "x" Sekunden!!) Bei einem Wert von z.B. 60 würde das Video bei Sekunde 60 stoppen. In Kombination mit "Starten nach 30 Sekunden" würde somit eine Nettowiedergabe von 30 Sekunden erfolgen.
- **Info ausblenden:** Blendet den Videonamen im Element aus.
- **Branding ausblenden:** Blendet das YouTube-Logo aus.
- **Loop aktivieren:** Wiederholt das Video mit den o.g. Einstellungen automatisch und in Endlosschleife
- **CSS Klasse:** Vergib hier eine separate CSS-Klasse, wenn Du Anpassungen vornehmen willst, die das Element selbst nicht bereitstellt.

Die YouTube-Video-ID findest Du übrigens hier:

<https://www.youtube.com/watch?v=aGQHr4luXqU>

## iFrame-Element



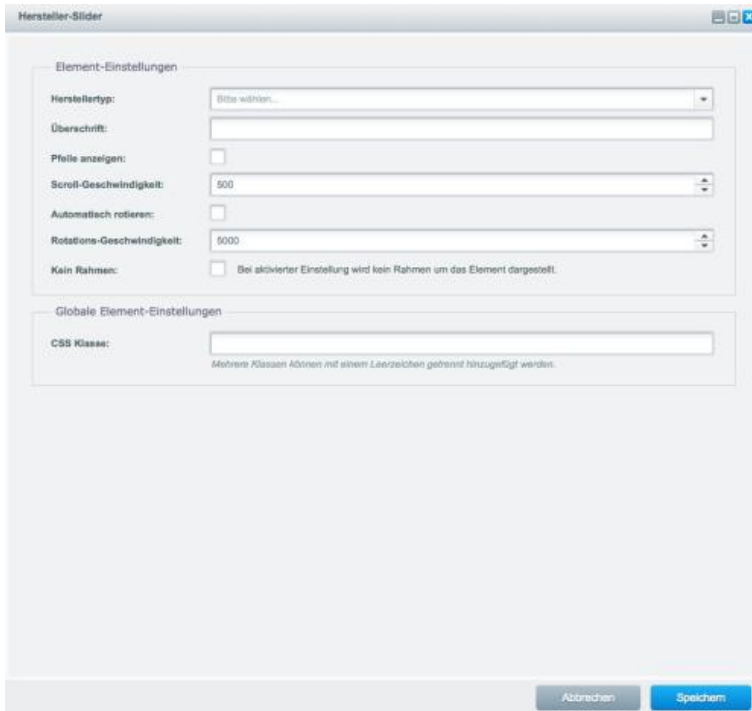
The screenshot shows a configuration window titled "iFrame-Element". It contains two main sections: "Element-Einstellungen" and "Globale Element-Einstellungen".

- Element-Einstellungen:** Includes a text input field labeled "URL:".
- Globale Element-Einstellungen:** Includes a text input field labeled "CSS Klasse:" with a small note below it: "Mehrere Klassen können mit einem Leerzeichen getrennt hinzugefügt werden."

At the bottom of the window, there are two buttons: "Abbrechen" (grey) and "Speichern" (blue).

Im iFrame-Element kannst Du bestehende URLs einbetten.

## Hersteller-Slider



The screenshot shows a configuration window titled "Hersteller-Slider". It contains two main sections: "Element-Einstellungen" and "Globale Element-Einstellungen".

- Element-Einstellungen:** Includes a dropdown menu for "Herstellertyp:" (currently showing "Bitte wählen..."), a text input for "Überschrift:", a checkbox for "Pfeile anzeigen:", a spinner for "Scroll-Geschwindigkeit:" (set to 500), a checkbox for "Automatisch rotieren:", a spinner for "Rotations-Geschwindigkeit:" (set to 5000), and a checkbox for "Kein Rahmen:" with a note: "Bei aktivierter Einstellung wird kein Rahmen um das Element dargestellt."
- Globale Element-Einstellungen:** Includes a text input field labeled "CSS Klasse:" with a small note below it: "Mehrere Klassen können mit einem Leerzeichen getrennt hinzugefügt werden."

At the bottom of the window, there are two buttons: "Abbrechen" (grey) and "Speichern" (blue).

Der Hersteller-Slider bietet die Möglichkeit, Hersteller Logos als Slider in die Einkaufswelt einzubinden. Du kannst hier die folgenden Einstellungen anpassen:

- **Herstellertyp:** *Hersteller einer Kategorie* holt sich nur Hersteller einer ausgewählten Kategorie. *Ausgewählte Hersteller* lässt dich die gewünschten Hersteller komplett individuell definieren.
- **Überschrift:** Hier kannst Du die Überschrift definieren, die als Overlay auf dem Element dargestellt wird.
- **Pfeile anzeigen:** Zeigt die Pfeile zur manuellen Navigation im Slider an.
- **Scroll-Geschwindigkeit:** Definiert die Zeit, die der Slider benötigt, um die Seite zu wechseln.
- **Automatisch rotieren:** Lässt den Slider automatisch rotieren.
- **Rotations-Geschwindigkeit:** Definiert die Zeit, die eine Seite sichtbar bleibt, bevor der Slider die Seite wechselt.

## Artikel-Slider

Artikel-Slider

Element-Einstellungen

Listentyp: Bitte wählen...

Kategorieauswahl: Bitte wählen...

Max. Anzahl: 25

Überschrift:

Pfeile anzeigen:

Slide Geschwindigkeit: 500

Automatisch rotieren:

Slide-Intervall: 5000

Kein Rahmen:  Bei aktivierter Einstellung wird kein Rahmen um das Element dargestellt.

Globale Element-Einstellungen

CSS Klasse:

Mehrere Klassen können mit einem Leerzeichen getrennt hinzugefügt werden.

Abbrechen Speichern

Der Artikel Slider kann Artikel in einer Vorschau in die Einkaufswelt einbinden. Hier finden sich folgende Einstellungen:

- **Listentyp:**
  - **Ausgewählte Artikel:** Hier kannst Du die Artikel komplett selbst definieren. Wenn Du diese Option auswählst, erscheint im unteren Bereich eine Artikel-Auswahl, in der Du die anzuzeigenden Artikel suchen und auswählen kannst.
  - **Ausgewählte Varianten:** Diese Option funktioniert im Grunde genauso, wie die ausgewählte Artikel-Auswahl, nur stehen Dir hier die separaten Varianten der Artikel zur Verfügung statt nur der Hauptartikel.
  - **Newcomer Artikel:** Hier werden alle neuen Artikel im Shop ausgegeben.
  - **Topseller-Artikel:** Hier werden alle Topseller ausgewählt.

- **Preis (aufsteigend):** Die Artikel werden in aufsteigender Reihenfolge ausgewählt.
- **Preis (absteigend):** Die Artikel werden in absteigender Reihenfolge ausgewählt.
- **Product-Stream:** Hiermit kannst Du einen Product-Stream zur Auswahl der Produkte heranziehen. Falls Du diese Variante wählst, wird die darunter liegende Kategorie-Auswahl gegen die Product-Stream-Auswahl getauscht.
- **Kategorie-Auswahl:** Hier wird die Kategorie ausgewählt, aus der die Artikel geholt werden. Möchtest Du alle vorhandenen Kategorien ausgeben, wähle einfach die Hauptkategorie des Shops aus.
- **Max Anzahl:** Definiert, wie viele Artikel maximal im Slider angezeigt werden. Diese Option wird Dir nur angezeigt, wenn Shopware die Artikel selbständig holt (Topseller, Newcomer & Preis).
- **Überschrift:** Hier kann eine Überschrift definiert werden, die dann als Overlay auf dem Element dargestellt wird.
- **Pfeile anzeigen:** Zeigt im Slider Pfeile zur manuellen Navigation an.
- **Slide-Geschwindigkeit:** Diese Einstellung legt fest, wie lange der Slider zum Wechseln der Seiten braucht.
- **Automatisch rotieren:** Hiermit kannst Du die Bilder im Slider automatisch rotieren lassen.
- **Slide-Interval:** Definiert die Anzeigedauer der einzelnen Sliderseiten/Bilder.

## HTML5 Video-Element

The screenshot shows the configuration panel for the HTML5 Video-Element. The settings are organized into several sections:

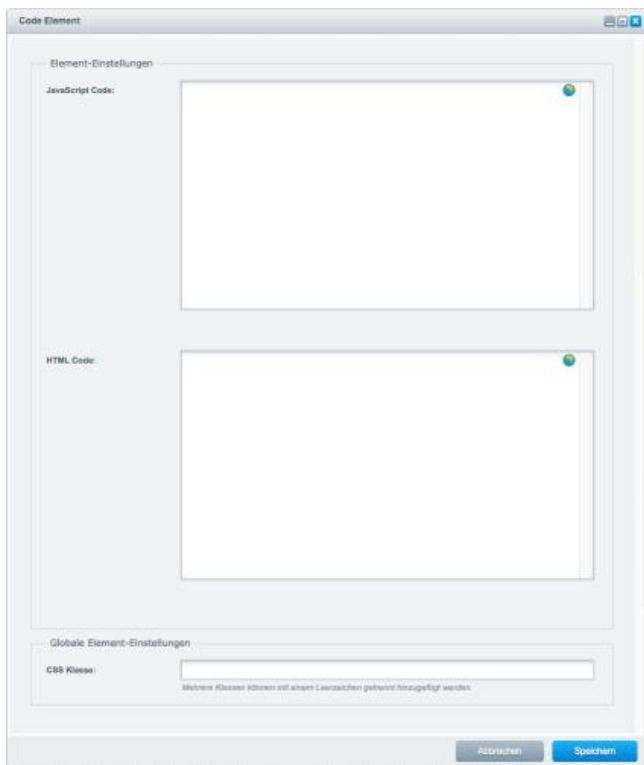
- Element-Einstellungen:** A dropdown menu for selecting the video format (MP4, WebM, Ogg, H.264).
- Video Modus:** A text input field for the video URL and a 'Datei auswählen' button.
- Video-Format:** Four separate input fields for different video formats (MP4, WebM, Ogg, H.264), each with a 'Datei auswählen' button.
- Vorschau-Bild:** A text input field for a thumbnail image, with a note that it is only shown if the video is not yet published.
- Video automatisch abspielen:** A checkbox to enable automatic playback.
- Video automatisch vorladen:** A checkbox to enable automatic loading of the video.
- Video-Speicherung anzeigern:** A checkbox to show the video player's controls.
- Video kontrollieren:** A checkbox to show the video player's controls.
- Video-Kontrollen:** A checkbox to show the video player's controls.
- Zoom-Faktor:** A numeric input field for the zoom factor.
- Linker Ausgangspunkt:** A numeric input field for the left starting point (0-100%).
- Oberer Ausgangspunkt:** A numeric input field for the top starting point (0-100%).
- Overlay Text:** A rich text editor for the overlay title.
- Overlay Farbe:** A color picker for the overlay background color.
- Globale Element-Einstellungen:** A text input field for the CSS class name.

Das HTML-Video-Element kann genutzt werden, um ein selbst gehostetes Video in die Einkaufswelt einzubinden. Dieses Element sieht folgende Einstellungen vor:

- **Video Modus:**

- **Skalieren** Ist diese Einstellung aktiv, wird das Video so im Element platziert, dass es stets zu 100% sichtbar bleibt **und** das Seitenverhältnis erhalten bleibt. Hier kann es, abhängig vom Videoformat zu schwarzen Balken im Element kommen.
- **Füllen** Ist diese Einstellung aktiv, wird das Element unter Berücksichtigung des Seitenverhältnisses so vergrößert, dass keine schwarzen Balken im Element erscheinen. Jedoch kann hierbei, abhängig vom zugrunde liegenden Format, ein Teil des Videos abgeschnitten werden.
- **Strecken** Ist diese Einstellung aktiv, wird das Video, ohne Rücksicht auf das Seitenverhältnis auf die Größe des Elementes, gestreckt. Hier kann es abhängig vom Videoformat zu Streckungen oder Stauchungen im Bild kommen. **Beachte**, dass die Elemente je nach genutztem Endgerät zusätzlich unterschiedlich groß dargestellt werden können, dadurch kann es vorkommen, dass ein Video auf dem Desktop anders dargestellt wird, als auf einem Smartphone. Dieses Verhalten ist technisch bedingt.
- **.webm-Video:** Gibt die Dateiquelle für WebM-Videos an. Hier kann sowohl ein Element aus dem Media-Manager als auch eine externe Quelle angegeben werden.
- **.ogv-Video:** Gibt die Dateiquelle für OGG-Videos an. Hier kann sowohl ein Element aus dem Media-Manager als auch eine externe Quelle angegeben werden.
- **.mp4-Video:** Gibt die Dateiquelle für MP4-Videos an. Hier kann sowohl ein Element aus dem Media-Manager als auch eine externe Quelle angegeben werden.
- **Vorschau-Bild:** Hier kann ein Bild angegeben werden, das angezeigt wird, wenn das Video noch nicht gestartet wurde.
- **Video automatisch abspielen:** Spielt das Video automatisch ab, sobald die Seite angezeigt wird.
- **Video automatisch vorladen:** Lädt das Video automatisch vor, sodass es im Regelfall flüssiger und ohne zwischenzeitiges Laden abgespielt werden kann.
- **Video-Steuerung anzeigen:** Ist diese Funktion aktiv, wird eine Steuerungsleiste am unteren Rand des Videos dargestellt, mit der sich die Wiedergabe des Videos steuern lässt. Wenn deaktiviert, wird zur Navigation nur ein Play/Pause-Button oben rechts im Element angezeigt. Beachte, dass die Video-Steuerung nur im Modus *skalieren* zur Verfügung steht.
- **Video schleifen:** Stellt das Video in Dauerschleife dar.
- **Video stumm schalten:** Schaltet das Video so lange stumm, bis der Kunde den Ton wieder aktiviert. Beachte, dass der Ton nur mit aktiver Video-Steuerung wieder aktivierbar ist!
- **Zoom-Faktor:** Wenn der Video-Modus *Füllen* aktiv ist, kann hier der Zoom-Faktor des Videos gewählt werden.
- **Linker Ausgangspunkt:** Legt den linken Ausgangspunkt des Videos für die Skalierung in Prozent fest.
- **Oberer Ausgangspunkt:** Legt den oberen Ausgangspunkt des Videos für die Skalierung in Prozent fest.
- **Overlay Text:** Legt einen Text für ein Overlay über dem Video fest.
- **Overlay-Farbe:** Legt die Farbe des Overlay(textes) in RGBA fest.
- **CSS-Klasse:** Falls Du weitere CSS-Anpassungen vornehmen möchtest, kannst Du hier eigene CSS-Klassen einfügen

## Code Element



Das Code Element ist für HTML und JavaScript gedacht und führt hier eingegebenen Code ohne jegliche Anpassung im Frontend aus. Zuerst wird der HTML-Code ausgeführt, danach der JavaScript Code.

JavaScript ist ohne `<script>`-Tags einzugeben.

## Zeilen hinzufügen und löschen

Zeilen hinzufügen und entfernen kannst Du direkt im Designer, auf der linken Seite im Designer findest Du zwischen jeder Zeile ein kleines "+"-Icon. Durch Klicken wird an dieser Stelle eine neue Zeile eingefügt.

Auf der rechten Seite des Designers kannst Du mit Hilfe des "x"-Icons die jeweilige Zeile löschen. Befinden sich noch Elemente in der Zeile, werden diese ausgeblendet. Du kannst Sie aber jederzeit über die Liste der ausgeblendeten Elemente wieder abrufen und neu platzieren.

## Storytelling

Hast Du das [Shopware Storytelling](#) Plugin installiert, kannst Du die Einkaufswelten noch weiter optimieren. Durch die Kombination dieser beiden Shopware Funktionalitäten schickst Du Deine Kunden auf eine emotionale Entdeckungsreise und wirst ihn für Deine Produkte begeistern. Mit Einsatz des Storytelling-Plugins schaffst Du folgende Möglichkeiten:

- Einkaufswelt in Abschnitte einteilen, durch die der Kunde geleitet wird.
- SideView Elemente ermöglichen Dir in der Einkaufswelt aktiv Produkte zu bewerben.
- QuickView ermöglicht es die Artikel anzuschauen und ggf. gleich merken können, ohne die Einkaufswelt verlassen zu müssen.

Einkaufswelten werden, in Kombination mit dem Plugin Storytelling **immer** bildschirmfüllend angezeigt! Ebenso haben Storytelling Einkaufswelten **immer** Priorität. Das heißt, dass - sofern schon eine Storytelling Einkaufswelt in der Kategorie angezeigt wird - keine weitere Einkaufswelt angezeigt werden kann, egal ob aktiviert oder nicht.

Ein ausführliches How-To zum Plugin Storytelling findest Du [hier](#) oder [hier](#).

## Zusätzliche Optionen

### Einkaufswelten Einstellungen

**Einstellungen** | Layout | Elemente | Freitextfelder

**Basis-Einstellungen**

Name: Startseite

Position: 1

Aktiv

Landingpage

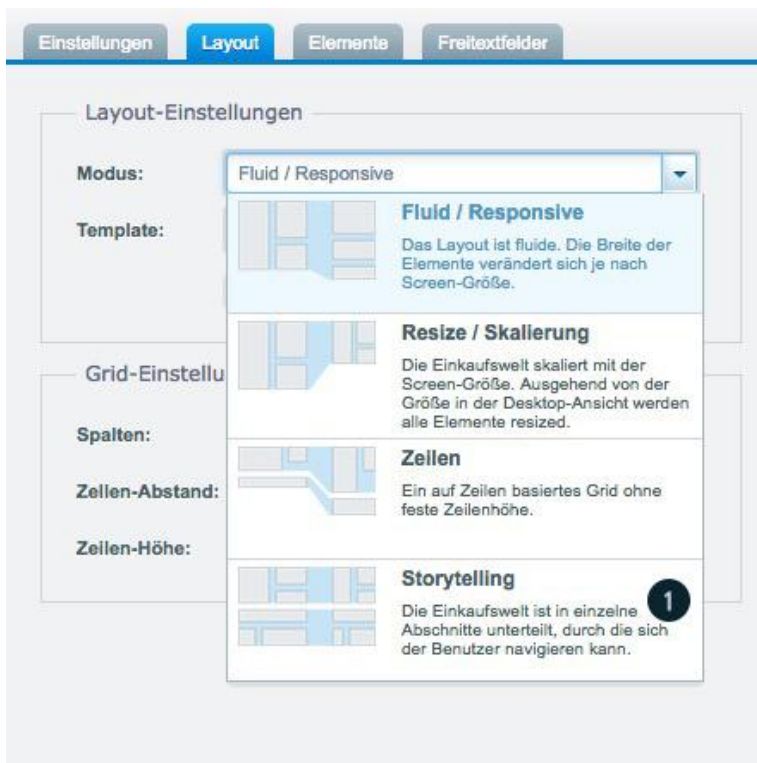
**Anzeige-Einstellungen**

Deutsch

Produkt-Listing:  Produkte unter Inhalt anzeigen

Quick-View:  Schnellansicht für Produktlinks. 1





Über die allgemeinen Einstellungen kannst Du nun zusätzlich in allen Einkaufswelten die Quick-View aktivieren. Diese öffnet innerhalb der Einkaufswelt eine Art Vorschau des Produktes, nutzt dabei aber "echte" Informationen von der zugehörigen Detailseite. Damit können auch innerhalb der Quick-View z.B. Varianten gewechselt werden etc.

In den Layout-Einstellungen kannst Du den Typ der Einkaufswelt wählen. Hier wird definiert, ob es sich um eine "normale" Einkaufswelt, oder eine Storytelling-Einkaufswelt handelt. **Beachte bitte**, beim Wechsel des Einkaufswelttyps kann es vorkommen, dass Elemente ausgeblendet werden, wenn sie sich über einem der eingefügten Übergänge der Sektionen befinden. Das passiert, weil Elemente nicht sektionsübergreifend platziert werden können.

Hast Du Deine Einkaufswelt in den Storytelling-Modus gebracht, kannst Du in den Storytelling-Einstellungen die Anzahl der Zeilen pro Abschnitt einstellen. Beachte aber, dass beim Verringern der Zeilen die darin vorhandenen Elemente ausgeblendet werden.

## Designer

Erstellst Du eine Storytelling-Einkaufswelt, verändert sich das Layout des Designers. Dadurch wird die Erstellung der einzelnen Abschnitte komfortabler gemacht.

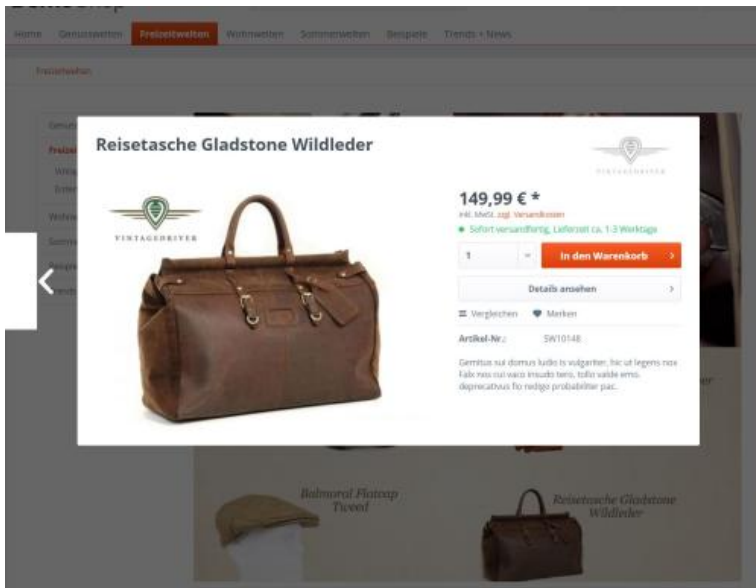


Der Designer kann nun jedoch keine Zeilen mehr hinzufügen oder entfernen. Dafür kannst Du Abschnitte hinzufügen oder entfernen, in denen Du Deine gewünschten Elemente platzieren kannst. Ansonsten kannst Du die Einkaufswelt wie gewohnt gestalten.

Im "Storytelling"-Layout haben die Zeilen keine feste Höhe mehr! die Zeilenhöhe wird hier aus der Höhe des Viewports, der Zeilenanzahl und des Zellen-Abstandes errechnet, da jeder Abschnitt stets so hoch ist, wie der Viewport selbst, da diese stets bildschirmfüllend angezeigt werden.

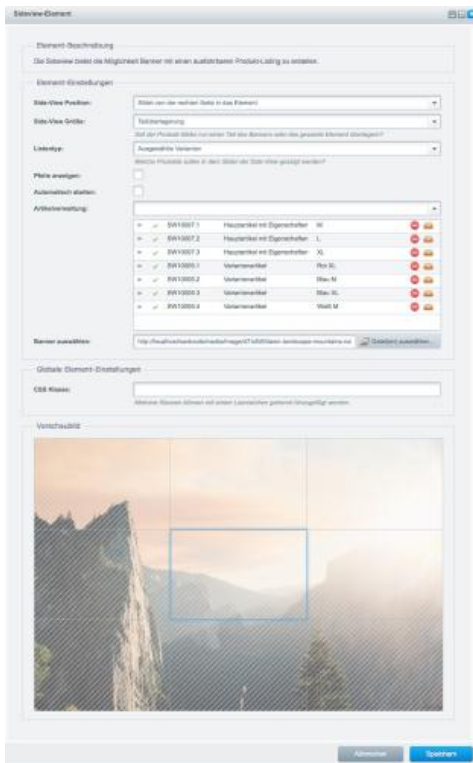
## Quick View

Mit "Storytelling" hast du eine zusätzliche Auswahlmöglichkeit in der Gestaltung Deiner Einkaufswelten. Unter *Einstellungen* > *Basis-Einstellungen* kannst du nun unter Quick-View ein Häkchen setzen bei "Schnellansicht für Produktlinks". Dies ermöglicht die Darstellung von Artikeln innerhalb eines Sliders, der wiederum als Overlay über die aktive Einkaufswelt gelegt wird.



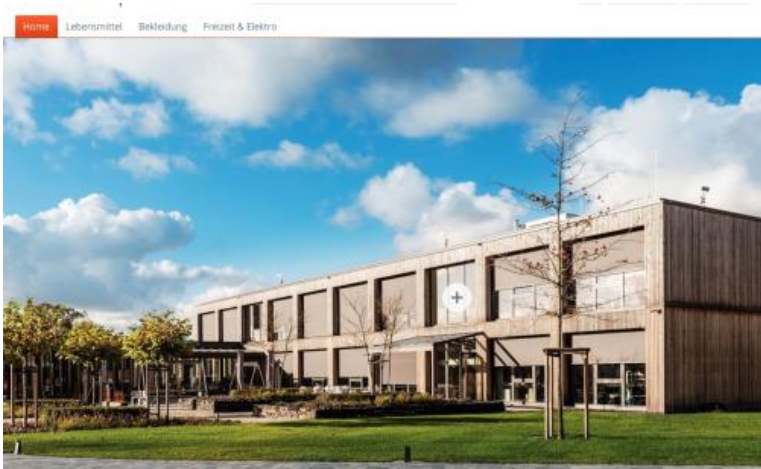
## SideView-Element

Das SideView-Element kann ein Banner mit einem ausklappbaren Artikel-Slider bereitstellen, um spezielle Artikel direkt im Banner platzieren zu können.



- **SideView-Position:** Hier kannst Du definieren, ob der Artikel-Slider rechts oder unten im Banner erscheint.
- **SideView- Größe:** Hier definierst Du, ob der Artikel-Slider das Banner komplett überlagern soll, oder nur zum Teil.
- **Kategorie auswählen:** Definiert eine Kategorie, aus der die Artikel angezeigt werden sollen. Diese Einstellung wird nur bei den folgenden Listentypen verwendet: *Newcomer Artikel*, *Topseller Artikel*, *Preis (aufsteigend)* sowie *Preis (absteigend)*
- **Listentyp:** Hier kannst Du auswählen, ob das Element die Artikel selbstständig holen soll (*Newcomer*, *Topseller*, *Preis (aufsteigend)* und *Preis (absteigend)*) oder ob Du die Artikel (und -varianten) selbst definieren möchtest. In diesem Fall erscheint unten die bekannte Artikeleingabe, in der die Artikel und -varianten definiert werden können:
- **Maximale Produktanzahl:** Dies reguliert die maximale Artikelanzahl, die im SideView-Element angezeigt werden soll. Beachte, dass diese Option nur zur Verfügung steht, wenn das Element die Artikel selbstständig holt, der Listentyp also nicht auf *ausgewählte Artikel* oder *ausgewählte Varianten* steht.
- **Pfeile anzeigen:** Dies zeigt Navigationspfeile an, um den Slider manuell durchzublättern. Beachte hierbei, dass ohne die Navigationspfeile der Slider zwar durch Mouseover angehalten werden, dann jedoch nicht wieder gestartet werden kann.
- **Automatisch starten:** Lässt den Slider nach Seitenaufruf automatisch durchlaufen.
- **Banner auswählen:** Hier wählst Du ein Banner aus, das im Element angezeigt werden soll. Nach der Auswahl eines Banners wird Dir unten eine Vorschau des Banners angezeigt. Hier kann auch der Ausgangspunkt des Zooms ausgewählt werden. Beachte hierzu die Beschreibung des Banner-Elements, dort wird dessen Funktion ebenfalls genau erklärt.





# Landingpages

## Einleitung

Landingpages bieten vielfältige Gestaltungs- und Marketingmöglichkeiten im Shop. Angefangen von Themenseiten, in denen sich Marketing betreiben lässt, bis hin zur individuellen Fehlerseite. Damit Landingpages technisch noch flexibler werden, kannst Du Master- und Slave-Landingpages erstellen.

## Master und Slave

In früheren Shopwareversionen war das Konzept der Master- und Slave-Landingpages dem unterschiedlichen Layout der möglichen Endgeräte geschuldet. Aber auch heute, da Landingpages innerhalb einer separaten Einkaufswelt unterschiedliche Elemente beinhalten können, ist das Master/Slave-Prinzip noch sinnvoll einsetzbar.

Hauptgrund hierfür ist seine technische Flexibilität: Eine Slave-Landingpage wird nur im entsprechenden Viewport geladen. Sind Deine Landingpages also aufwendig gestaltet, kannst Du Ladezeit einsparen, da bei geräteübergreifenden Landingpages zwar nur die Elemente des jeweiligen Viewports angezeigt werden, aber dennoch im Hintergrund sämtliche Elemente geladen werden. Beim Master wird je Viewport nur die entsprechende Landingpage geladen, was ebenfalls weniger Traffic erzeugt.

Zusätzlich kannst Du mittels getrennter Landingpages verschiedene Layoutoptionen realisieren. Zum Beispiel kannst Du eine andere Spaltenanzahl oder unterschiedliche Zeilenhöhen pro Viewport einrichten. Das ist möglich, da die Landingpages eigenständige Einkaufswelten sind.

Im **Master** werden alle übergreifenden Einstellungen wie URL, Teaser-Bild, sowie Kategorieweise, Position und SEO-Angaben definiert. Der **Slave** dagegen erbt diese Einstellungen vom Master, sodass alle Landingpages für die jeweiligen Geräte unter einer einzigen URL erreichbar sind, gleiche SEO-Angaben verwenden, aber dennoch ein anderes Layout angezeigt werden kann.

Der Master ist kein Fallback, wenn also für einen Viewport (Mobile Portrait, Mobile Landscape, ...) keine Landingpage verfügbar ist, wird im Frontend auch nichts angezeigt werden. Stelle daher sicher, dass für jeden Viewport eine Landingpage existiert. Hierfür ist die Sektion *Device-Einstellungen* verantwortlich. Innerhalb eines Master-/Slave-Verbundes werden alle Landingpages angezeigt, die den jeweiligen Viewport

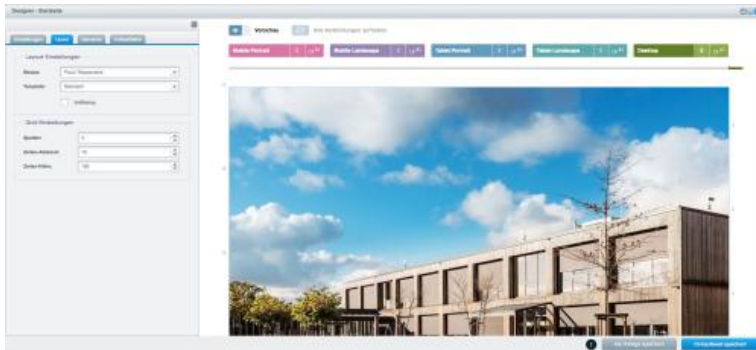
aktiviert haben.

## Einkaufswelten-Vorlagen

Ab Shopware 5.3 stehen Dir die neuen Einkaufswelten-Vorlagen zur Verfügung. Sie sollen es Dir noch einfacher machen, ein emotionales Einkaufserlebnis in Deinen Shop zu integrieren und dieses auch zu teilen. Es ist zudem möglich eigene Vorlagen zu erstellen, zu exportieren und Vorlagen von anderen Autoren in deinen Shop zu importieren. Schon im Standard sind in Shopware Vorlagen für verschiedene Einsatzbereiche enthalten. Mit dem Vorlagenmanager kannst Du diese Einkaufswelten auf einfache Weise managen und so perfekt abgestimmte Einkaufswelten schnell und unkompliziert mit Deinen Inhalten füllen. Im Folgenden werden wir Dir zeigen, wie Du das konkret umsetzen kannst.

### Verwaltung der Einkaufswelten-Vorlagen

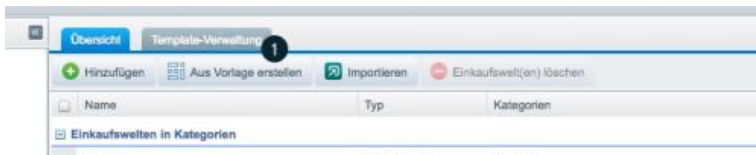
Die Einkaufswelten-Vorlagen lassen sich einfach verwenden: Wenn Du deine Einkaufswelt fertiggestellt hast und diese als Vorlage verwenden möchtest, kannst du sie direkt als Vorlage abspeichern. Hierzu musst du nur auf den Button **"Als Vorlage speichern" (1)** klicken.



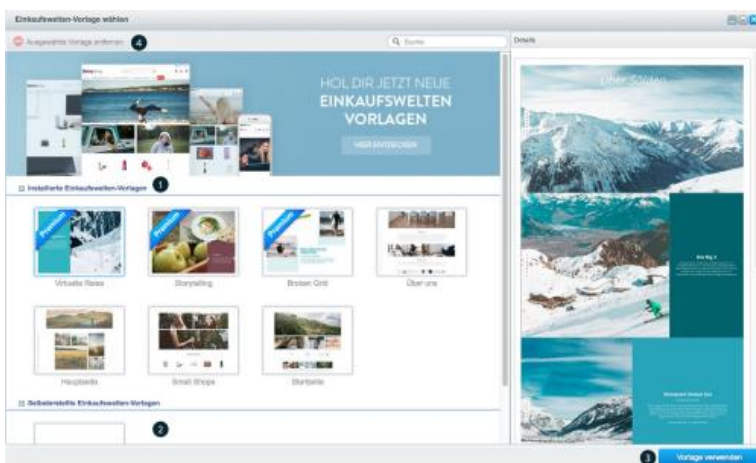
Nach einem Klick auf den Button öffnet sich ein kleines Fenster, in dem Du Deiner Vorlage einen Namen, eine Beschreibung und ein Vorschaubild zuweisen kannst. Mit einem Klick auf "Vorlage speichern" wird deine Vorlage angelegt.



Wenn Du Deine so erstellte Vorlage verwenden willst, kannst Du sie über **Aus Vorlage erstellen (1)** wieder aufrufen.



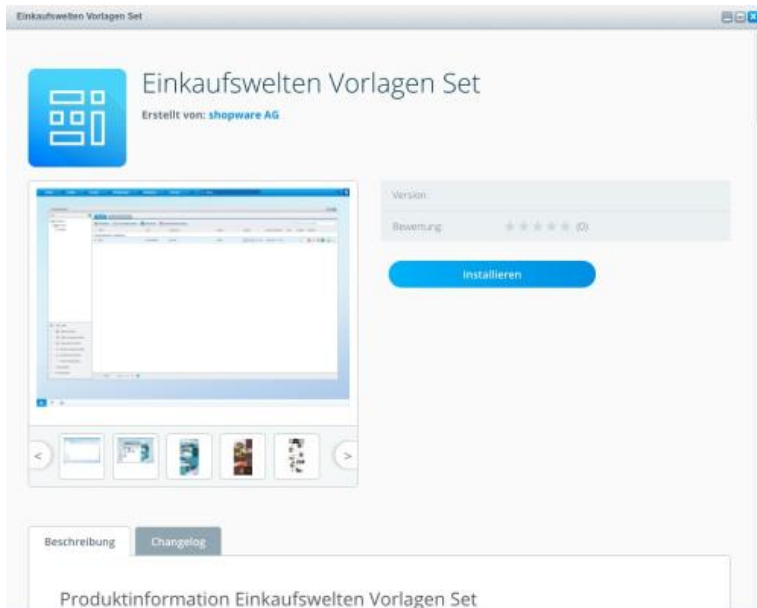
Hier kannst du die mit Shopware mitgelieferten Vorlagen, Vorlagen aus anderen Plugins **(1)** und natürlich deine selbst erstellten Vorlagen **(2)** verwalten. Um eine Vorlage für eine neue Einkaufswelt zu laden, wähle die betreffende Vorlage aus und klicke auf den Button "Vorlage verwenden" **(3)**. Solltest du mit einer Vorlage nicht mehr zufrieden sein, kannst du sie über "Ausgewählte Vorlage entfernen" **(4)** löschen.



So wird auf Basis der Vorlage eine neue Einkaufswelt erstellt, die Du komplett nach deinen Wünschen weiterentwickeln kannst.

## Einkaufswelten Vorlagen Set

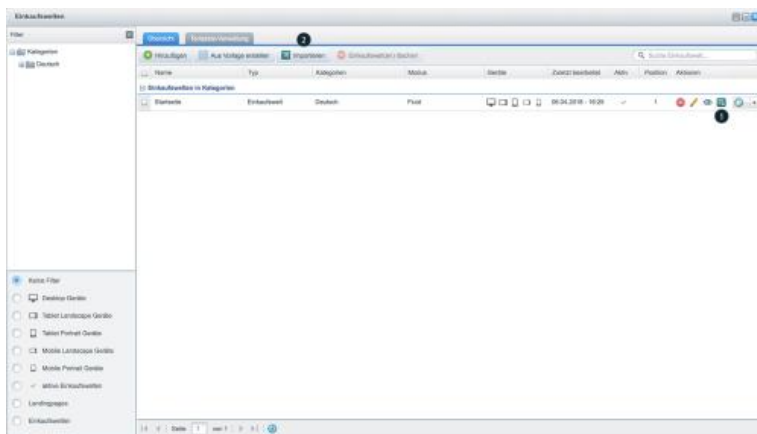
Shopware bietet Dir Vorlagen aus dem eigenen Hause an, die du auf einfache Weise herunterladen, verwenden und weiterentwickeln kannst. Hierzu gibt es ein eigenes, kostenloses Plugin, welches Du im Store bzw. über den Plugin-Manager herunterladen kannst.



Beachte bitte, dass einige Vorlagen die Plugins "Digital Publishing" und "Storytelling" benötigen, um korrekt verwendet werden zu können. Sind diese Plugins nicht oder in falscher Version installiert, kannst Du die entsprechende Vorlage nicht herunterladen.

## Import und Export von Vorlagen

Du kannst Deine fertige Einkaufswelt exportieren, um diese zum Beispiel auch in anderen Shops verwenden zu können. Genauso ist es ebenfalls möglich, weitere Einkaufswelten von Dritten direkt in Deinen Shop zu importieren und sie dann wie eine eigene Einkaufswelt zu nutzen.



Mit einem Klick auf das Icon zum Export **(1)** wird deine Einkaufswelt als zip-Archiv exportiert. Mit einem Klick auf "Importieren" **(2)** kannst Du Deinen Shop eine bereits bestehende Einkaufswelten hinzufügen.



Sind in einer exportierten Einkaufswelt Elemente enthalten, die ein weiteres Plugin voraussetzen, wird Dir das beim Importversuch mitgeteilt. Shopware nennt Dir dann das benötigte Plugin und die benötigte Version des Plugins, erst wenn diese Voraussetzungen erfüllt sind, kannst Du die Einkaufswelt importieren.

Sind Medien in der Einkaufswelt mehrfach vorhanden, werden sie von Shopware trotzdem nur einmal importiert.

Falls beim Import Medien mit dem angegebenen Namen bereits existieren, wird das neue Bild im Media-Manager wie ein Duplikat behandelt und es wird ein Hash an den Dateinamen angehängt. Der Zuordnung des Bildes zur Einkaufswelt tut dies aber keinen Abbruch.

## Tipps & Tricks für optimale Einkaufswelten

### Vorwort

Da das Shopware Theme responsive ist, solltest Du immer sicherstellen, dass die Elemente Deiner EKW auf allen Geräten möglichst gut zu sehen sind. Wir geben Dir jetzt noch ein paar Tipps an die Hand, mit denen Du optimale Einkaufswelten für Deinen Shop gestalten kannst. Alle responsive Themes haben eins gemeinsam: Es gibt keine festen Auflösungen für eingefügte Medien, an denen Du Dich orientieren kannst, da diese ja je nach Endgerät variieren. Wichtiger ist beim Responsive Theme ist das Seitenverhältnis der Inhalte. Zuerst solltest Du Dir klar darüber werden, ob Du eine Einkaufswelt für alle Endgeräte im gleichen Layout erstellen willst, oder für jedes Endgerät bzw. eine bestimmte Auswahl an Endgeräten separate Layouts definieren möchtest. Die Anordnung der Elemente kannst Du innerhalb einer Einkaufswelt anpassen. Möchtest Du hingegen ein anderes Template oder eine abweichende Spaltenzahl auf gewissen Viewports realisieren, so kannst Du eine separate Einkaufswelt erstellen und diese jedoch nur für die ausgewählten Viewports aktivieren. Das hat sogar den Vorteil, dass im jeweiligen Viewport nur die dazugehörige Einkaufswelt mit ihren speziellen Elementen geladen werden muss und keine viewportübergreifende Einkaufswelt mit Elementen, die auf dem jeweiligen Viewport vielleicht gar nicht angezeigt werden. Hier musst Du überlegen, welches Konzept sich für Dich besser eignet.

### Zustandekommen der Anzeigegrößen

Im Standard geben die Einstellungen einer neuen Einkaufswelt folgende Parameter vor:

- Zellenhöhe 185 px
- Abstand: 10 px
- Spalten: 4

Nicht vollflächige Einkaufswelten sind im Standard immer 1160px breit. Entsprechend Deiner Einstellungen musst Du nun die Gesamtbreite um die Abstände zwischen den Zellen (10px x 4) reduzieren und durch die Anzahl der Spalten teilen, die Formel dazu lautet also  $(1160-40)/4 = 280\text{px}$

Ähnlich funktioniert die der Berechnung der Höhe: Zeilenhöhe plus Abstand mal Anzahl der Zeilen:  $(185+10)*4$  für ein 4 Zeilen hohes Element.

Wenn Dein Bild größer als das Element ist, wird es unter Beachtung des Seitenverhältnis in das Element eingepasst, dabei wird jeweils die Seite des Bildes als Maßstab genommen, die die geringere Abweichung vom vorgegebenen Bildmaß zu den Maßen des Elements hat. So stellt Shopware sicher, dass das Element stets vollflächig gefüllt ist. Es wird außerdem der Ausgangspunkt des Bildzoooms berücksichtigt, den Du im Banner-Element einstellen kannst. Im Fullscreen Modus verhält sich das Element genauso, nur dass es dann auf der vollen Bildschirmbreite angezeigt wird.

## HTML in Modalbox anzeigen

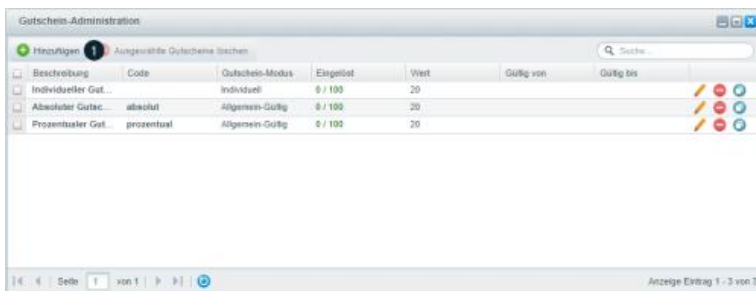
Wenn man Links mittels TinyMCE in der Einkaufswelt anzeigt, kann man diese in einem Modalfenster öffnen, anbei ein Beispiel für einen Versandkosten-Link:

```
<p class="product--tax" data-content="" data-modalbox="true" data-targetselector="a" data-mode="inkl. MwSt." ><a title="Versandkosten" href="/versand-und-zahlung" style="text-decoration:underline" ></p>
```

# Gutscheine

Gutscheine sind immer eine gute Möglichkeit neue Kunden in Deinen Shop zu holen und alte Kunden zu reaktivieren. Shopware bietet Dir eine Reihe von verschiedenen Gutscheinen. Du kannst einen allgemeingültigen Gutscheincode erzeugen, den Du vielleicht in einer Facebook Promo Aktion verwendest. Oder Du erstellst individuelle Gutscheine, die Du an Deine Bestandskunden per Newsletter verschickst - als Dankeschön oder Geburtstagsgeschenk.

## Erstellen eines Gutscheins



Das Gutschein-Modul kannst Du im Shopware Backend unter Marketing > Gutscheine erreichen. Um einen neuen Gutschein anzulegen, klicke in der Gutschein-Administration auf **Hinzufügen (1)**.

## Allgemeine Konfiguration



Gib unter **Beschreibung (1)** zunächst einen Namen für den Gutschein ein. Der Name kann zum Beispiel den Zweck des Gutscheines enthalten.

Wähle nun den **Gutschein Modus (2)** aus. Hier hast Du die Auswahlmöglichkeit, ob es ein allgemeingültiger, stückzahlbegrenzter oder ob es ein individueller, einmal zu benutzender Gutschein sein soll. Bei allgemeinen Gutscheinen definiere einen gleichbleibenden Gutscheincode. Diesen kannst Du sehr gut für Promoaktionen einsetzen. Bei einem individuellen Gutschein werden verschiedene Gutscheincode generiert. Diese eignen sich z.B. für den Newsletterversand.

Die **Anzahl der Gutscheine (3)** legt fest, wie oft der Gutschein insgesamt eingelöst werden kann. Der Mindestumsatz, den der Kunde erreichen muss um den Gutschein einzulösen ist in das folgende Feld **Mindestumsatz (4)** einzutragen. Der Mindestumsatz muss immer größer oder gleich dem Gutscheinwert sein. So ist sichergestellt, dass der Kunde nicht am Ende noch etwas raus bekommt und Du draufzahlen musst.

Über die Option **Abzug (5)** definierst Du den prozentualen oder absoluten Abzug. Soll dem Kunden ein gewisser Prozentsatz vergütet werden, wählst Du die Option "Prozentualer Abzug". Handelt es sich um einen absoluten Abzug so wähle "Absolut". Die Checkbox **Versandkostenfrei (6)** erlaubt es einen Gutschein zu erstellen, welcher die Bestellung ohne Versandkosten berechnet.

Gib auch eine **Bestellnummer (7)** an. Diese wird im Warenkorb und bei der Bestellung angezeigt. Die Bestellnummer wird auch mit an die Warenwirtschaft (sofern vorhanden) übergeben, damit der Gutschein dort korrekt verbucht werden kann.

Bitte vergib hier keine Bestellnummern, welche Länger als 29 Zeichen sind. Ansonsten werden die Gutscheine nicht korrekt behandelt.

Bei einem allgemeinen Gutschein definierst Du im Feld **Code (8)** einen Wert aus beliebigen Zahlen und/oder Buchstaben. Dieser Code ist anschließend der Gutschein-Code, den Kunden in Deinem Shop einlösen können. Du kannst beliebig viele Stellen für diesen Code eintragen. Wir empfehlen allerdings diese, der Eingabe wegen, nicht zu umfangreich zu gestalten. Im Feld **Wert (9)** trägst den Wert des Gutscheins ein. Über die Option **Einlösbare Gutscheine je Kunde (10)** trägst Du einfach die Anzahl ein, die an Gutscheinen pro Kunde einlösbar sein soll. So verhinderst Du eine Mehrfachnutzung des Codes. Über die Auswahl **Steuer-Konfiguration (11)** definierst Du den Steuersatz des Gutscheins.

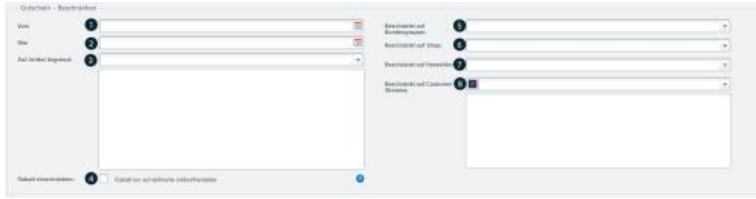
## Steuer-Konfiguration

Folgende Steuerkonfigurationen sind möglich und per Pulldown Menü auszuwählen:

- Standard (Verwendet die Standardberechnung aus dem Warenkorb)
- Auto-Ermittlung (Nimmt den höchsten Steuersatz aus dem Warenkorb)
- 19% / 7% (MwSt-Satz für Gutschein wird vorgegeben)
- Steuerfrei (Der Gutschein ist komplett MwSt-befreit)

## Beschränkungen

Shopware bietet Dir eine Reihe von Möglichkeiten einen Gutschein einzuschränken und so optimal Ihren Bedürfnissen anzupassen.

The image shows a screenshot of the Shopware coupon configuration interface. It features several input fields and dropdown menus for setting restrictions. On the left side, there are fields for 'Von' (1), 'Bis' (2), and 'Auf Artikel begrenzt' (3). Below these is a checkbox labeled 'Rabatt einschränken' (4). On the right side, there are dropdown menus for 'Beschränkt auf Kundengruppe' (5), 'Beschränkt auf Shop' (6), 'Beschränkt auf Hersteller' (7), and 'Beschränkt auf Customer Streams' (8). At the bottom left, there is a checkbox for 'Rabatt einschränken' and a text field for 'Gültig bis zum nächsten Einkauf'.

Mit den Datumsfeldern **Von (1)** und **Bis (2)** kannst Du Deinen Gutschein auf einen Aktionszeitraum beschränken. Zum Beispiel für eine Aktionswoche. Es müssen immer beide Felder gefüllt werden. **Beachte**, dass das "bis"-Datum **ab Shopware 5.2.8** "bis einschließlich" bedeutet, also am "bis"-Tag noch gültig ist, vorher waren Gutscheine am "bis"-Tag bereits nicht mehr gültig.

Die Checkbox **Rabatt einschränken (4)** kannst Du nutzen, um den Gutschein auf von Ihnen gewählte Artikel oder Hersteller zu beschränken. Artikel werden mit dem Feld **Auf Artikel begrenzt (3)** eingeschränkt. Du kannst die zu beschränkenden Artikel in dem Dropdown auswählen, zusätzlich hast Du hier die Möglichkeit nach Artikelnummern und Artikelnamen zu suchen. Eine **Beschränkung auf Hersteller (7)** kannst Du über das dazugehörige Pulldown Menü erreichen. Dies lässt sich gut nutzen, um zum Beispiel einen Hersteller oder Artikel besonders zu bewerben.

Wenn Du **Customer Streams (8)** angelegt hast, kannst Du den Gutschein an dieser Stelle auch auf diese beschränken.

Um einen Gutschein zum Beispiel nur für eine bestimmte Kundengruppe zu erstellen, wählst Du im Drop-Down Menü **Beschränkt auf Kundengruppe (5)** die gewünschte Kundengruppe aus. Auch eine **Einschränkung auf einen beliebigen Sub-Shop (6)** ist möglich.

Wird ein Artikel mit einem Mindestumsatz versehen, so gilt dieser Mindestumsatz auch nur für die eingeschränkten Artikel. Beispiel: Ein Mindestumsatz von 500€ bei einem Gutschein der auf den Hersteller "Test" beschränkt ist: Der Mindestumsatz wird erst dann erreicht, wenn Artikel im Wert von 500 Euro des Herstellers "Test" in den Warenkorb gelegt werden. Sollten andere Artikel im Warenkorb liegen werden diese bei der Ermittlung des Mindestbestellwertes nicht berücksichtigt.

## Individueller Gutschein

Bei einem individuellen Gutschein fallen die Felder "Code" und "Einlösbare Gutscheine je Kunde" weg. Alle anderen Felder, bis auf "Anzahl der Gutscheine" sind ebenso zu pflegen, wie bei einem allgemeinen Gutschein. Der Vorgang unterscheidet sich in der Eingabe nicht.

In dem Feld "Anzahl der Gutscheine" wird in diesem Fall festgelegt wie viele individuelle Gutscheine erzeugt werden sollen. Willst Du den Gutschein für einen Newsletter nutzen, so solltest Du vorher prüfen wie viele Empfänger der Newsletter haben wird.

Nach dem Speichern kannst Du auf dem Reiter "Individuelle Gutscheincodes" auf den Button "Neue Codes generieren" klicken. Shopware erstellt dann eine Tabelle mit den entsprechenden Gutscheincodes. Diese Tabelle kann über den Button "Download Codes" als Excel-File gedownloadet und im Anschluss weiter bearbeitet werden. In der Tabelle wird Ihnen z.B. auch angezeigt, wie viele Codes bereits benutzt worden sind und von welchem User (Kundennummer).



## Neue Codes generieren

Über den Button **Neue Codes generieren** werden so viele neue Codes generiert, wie Du im Reiter **Gutschein - Konfiguration** unter **Anzahl der Gutscheine** hinterlegt hast. Eventuell vorher schon generierte Gutscheine werden dabei überschrieben. Reduzierst Du die Anzahl der Gutscheine nachträglich und generierst sie neu, werden alle vorherigen Gutscheincodes gelöscht und die neue Anzahl an Gutscheinen generiert.

Die generierten Gutschein Codes bestehen dabei aus einer 8-stelligen Kombination aus Zahlen und Buchstaben.

## Gutscheinmusters

Im Feld Gutscheinmusters kannst Du ein eigenes Muster erstellen. Hierbei stehen Dir die Variablen **%d** für eine Ziffer und **%s** für einen Buchstaben zur Verfügung.

### Beispiele:

<code>%d%d%d%d_OSTERN_%d%d%d%d</code>	2654_OSTERN_3326
<code>%s%d%s%d-HAPPY-BIRTHDAY-%s%d%s%d</code>	N5R3-HAPPY-BIRTHDAY-Y2W7
<code>%s%s%s%s-%s%s%s%s-%d%d%d%d-%s%s%s%s</code>	RTQF-BUKF-4255-JFFQ

Die Anzahl der notwendigen Variablen hängt dabei von der Anzahl der zu erstellenden Codes ab. Nur so ist eine Komplexität gewährleistet, bei der ein Gutscheincode Besitzer nicht durch Probieren weitere Codes

erraten kann.

Für 100 generierte Codes werden beispielsweise mindestens 7 Variablen benötigt, für 1000 generierte Codes sind es 8 und für 10000 wären es mindestens 9 Variablen.

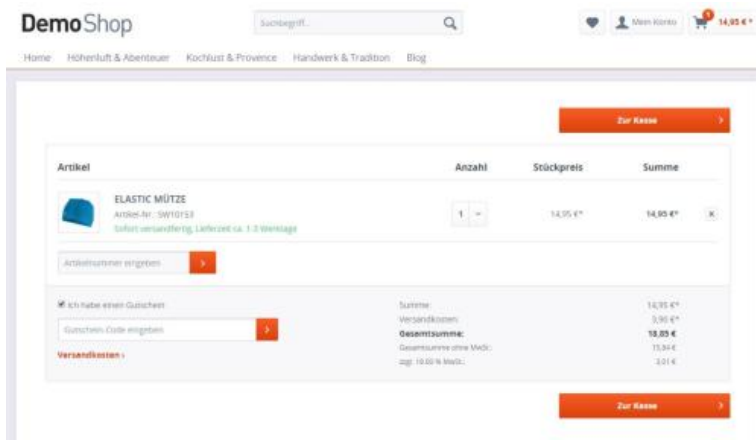
## Eigene Gutscheincodes

Die generierten Gutscheincodes werden in der Datenbanktabelle **s\_emarketing\_voucher\_codes** hinterlegt. Möchtest Du eigene Gutscheincodes verwenden statt der generierten, kannst Du diese in dieser Tabelle ersetzen. Ersetze dafür einfach den jeweiligen Wert in der Spalte **code**.

Bei Änderungen in der Datenbank solltest Du zuvor immer eine Sicherung der Datenbank durchführen, um bei einem Problem auf diesen Stand zurücksichern zu können.

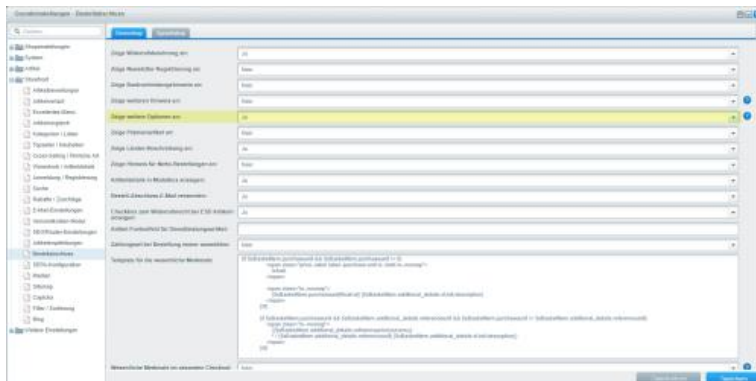
## Ansicht im Frontend

### Anzeige im Warenkorb



### Anzeige im Checkout

Standardmäßig ist die Ansicht auf der Bestellabschluss-Seite deaktiviert. Hierfür musst Du in den Grundeinstellungen unter **Storefront, Bestellabschluss "Zeige weitere Optionen an"** aktivieren.

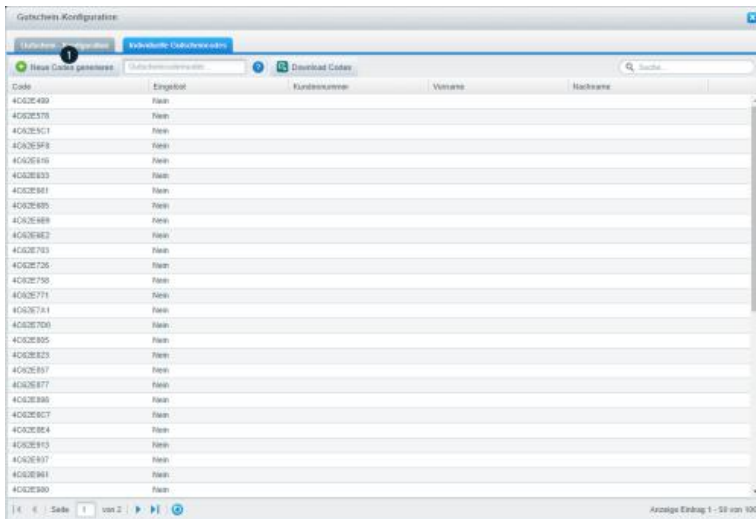




**Gutscheins (5).** Wir haben hier den Wert 5 gewählt. Der Abzug kann individuell **Absolut (fester Betrag) oder prozentual (abhängig vom Bestellwert) (6)** eingestellt werden. In unserem Beispiel geben wir dem Jubilar einen Rabatt von 5 Euro.

Bist Du vorsteuerberechtigt, so wählst Du hier den für Dich **erforderlichen Steuersatz (7)** des Gutscheins. Der Gutscheinwert wird abgezogen, wenn der **Mindestumsatz (8)** erreicht ist. Wähle den Mindestumsatz beliebig, jedoch nicht kleiner als den Wert des Gutscheins selbst (hier also mindestens »5« ). In unserem Beispiel verzichten wir auf die Beschränkung des Gutscheins. Nun speicherst Du Deine Einstellungen ab und wechselst in den Reiter **Individuelle Gutscheincodes**.

## Individuelle Gutscheincodes



The screenshot shows a web interface titled 'Gutschein Konfiguration'. It has two tabs: 'E-Mail-Vorlage' and 'Individuelle Gutscheincodes'. The 'Individuelle Gutscheincodes' tab is active, showing a table with columns for 'Code', 'Ergebnis', 'Kundennummer', 'Vorname', and 'Nachname'. The table contains 20 rows of generated codes, all with the status 'Nein'. A button labeled 'neue Codes generieren' is visible at the top left of the table area. The interface also includes a search bar and pagination controls at the bottom.

Code	Ergebnis	Kundennummer	Vorname	Nachname
40G2E489	Nein			
40G2E578	Nein			
40G2E5C1	Nein			
40G2E5F8	Nein			
40G2E496	Nein			
40G2E833	Nein			
40G2E841	Nein			
40G2E895	Nein			
40G2E889	Nein			
40G2E842	Nein			
40G2E783	Nein			
40G2E726	Nein			
40G2E750	Nein			
40G2E771	Nein			
40G2E741	Nein			
40G2E709	Nein			
40G2E885	Nein			
40G2E823	Nein			
40G2E817	Nein			
40G2E877	Nein			
40G2E886	Nein			
40G2E827	Nein			
40G2E814	Nein			
40G2E810	Nein			
40G2E817	Nein			
40G2E841	Nein			
40G2E880	Nein			

Damit der Geburtstags-Gutschein auch auf die entsprechenden Gutschein-Codes zurückgreifen kann, musst Du nun einen Pool von individuellen Gutscheincodes erstellen. Klicke auf **neue Codes generieren (1)**. Es werden exakt so viele Codes generiert, wie Du vorab in der Gutscheinkonfiguration des Geburtstags-Gutschein hinterlegt hast. Die E-Mail-Vorlage zieht sich aus diesem Pool von Gutscheincodes einen noch nicht verschickten Code und fügt diesen in die Vorlage ein. Welche Gutschein Mengen sind ausreichend?

Grundsätzlich ist die Anzahl Deiner Kunden / Newsletterempfänger und das Intervall, in dem Du neue Codes generieren willst relevant. Hast Du 500 Kunden und möchtest Du jedes Jahr neue Gutscheincodes generieren, dann erstellst Du mindestens 500 Gutscheincodes.

## E-Mail Vorlage anpassen

Falls Du Deinen Kunden keine Gutschein-Codes zur Verfügung stellen willst, so kannst Du auch die Anpassungen in der E-Mail-Vorlage überspringen.

## Vorlage anpassen

Du benötigst die Vorlage "sBIRTHDAY", die Du im Backend unter **Einstellungen > eMail-Vorlagen > System eMails** findest. Die Absender E-Mail sowie der Absender Name werden durch die vorgegebene Variable aus der Systemkonfiguration entnommen. Du kannst diese Werte aber auch nach Deinen



Wünschen überschreiben.

Im Plaintext kannst Du sodann Deine persönlichen Glückwünsche und den persönlichen Gutscheincode des Kunden platzieren. Damit Shopware erkennt, an welche Stelle welche Information gesetzt werden soll, platzierst Du Platzhalter - sogenannte Variablen.

## Verwendbare Variablen

Es können folgende Empfängerdaten genutzt werden:

```
{ $$sConfig.?} (Zugriff auf alle globalen sConfig-Variablen möglich)
{$sVoucher.vouchercodeID}
{$sVoucher.code}
{$sUser.userID}
{$sUser.company}
{$sUser.department}
{$sUser.salutation}
{$sUser.customernumber}
{$sUser.firstname}
{$sUser.lastname}
{$sUser.street}
{$sUser.streetnumber}
{$sUser.zipcode}
{$sUser.city}
{$sUser.phone}
{$sUser.fax}
{$sUser.countryID}
{$sUser.ustid}
{$sUser.text1}
{$sUser.text2}
{$sUser.text3}
{$sUser.text4}
{$sUser.text5}
{$sUser.text6}
{$sUser.email}
{$sUser.paymentID}
{$sUser.firstlogin}
{$sUser.lastlogin}
{$sUser.newsletter}
{$sUser.affiliate}
{$sUser.customergroup}
{$sUser.language}
{$sUser.subshopID}
{$sData}
```

## Beispiele für eine E-Mail-Vorlage

### E-Mail-Vorlage im Plaintext

Sehr geehrte{if \$\$sUser.salutation eq "mr"}r Herr{elseif \$\$sUser.billing\_salutation eq "ms"} Frau  
Alles Gute zum Geburtstag. Zu Ihrem persönlichen Jubiläum haben wir uns etwas Besonderes ausgesucht.  
Ihr persönlicher Geburtstags-Code lautet: {\$sVoucher.code}  
Mit freundlichen Grüßen nach {\$sUser.city},  
Ihr Team von {\$sShop}

### E-Mail-Vorlage im html-Format

<p>Sehr geehrte{if \$\$sUser.salutation eq "mr"}r Herr{elseif \$\$sUser.billing\_salutation eq "ms"} Frau

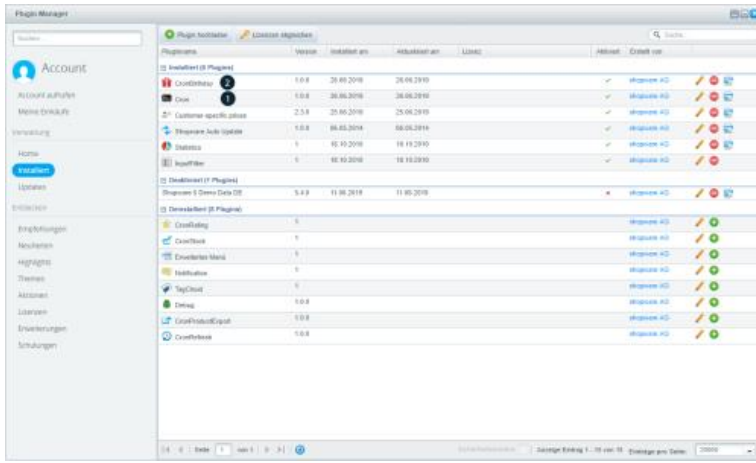
<p><strong>Alles Gute zum Geburtstag</strong></p>. Zu Ihrem persönlichen Jubiläum haben wir un  
<p><strong>Ihr persönlicher Geburtstags-Code lautet: <span style="text-decoration:underline;">  
<p>Mit freundlichen Grüßen nach { \$\$User.city },

Ihr Team von <a href="{ \$\$ShopURL}" title="{ \$\$Shop}">{ \$\$Shop}</a></p>

## Cronjob einrichten

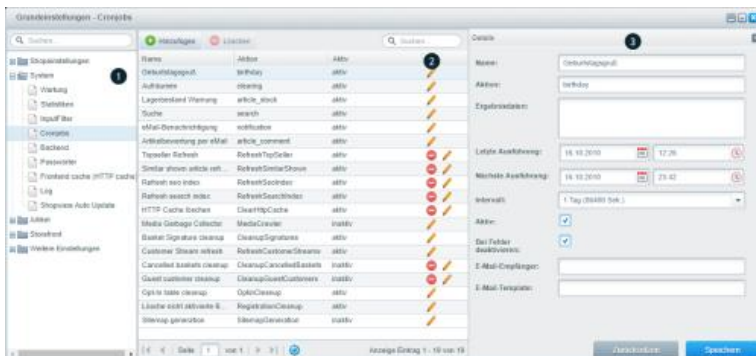
### Erforderliche Plugins

Erforderliche Plugins stellst Du unter **Einstellungen > Plugin Manager** ein. Hier suchst Du über die Schnellsuche oben rechts nach "Cron", nun werden Dir alle verfügbaren Cron-Plugins angezeigt.



Damit die Geburtstags-E-Mail auch verschickt wird, musst Du zuerst überprüfen, ob Du im Plugin-Manager die Plugins **Cron (1)** und **CronBirthday (2)** aktiviert hast. Nur so kannst Du über die Cron-Einstellungen in den Grundeinstellungen den Cronjob für die Geburtstags-E-Mail konfigurieren und aufrufen. Installiere und aktiviere diese 2 Plugins. Nur wenn diese Plugins unter "Aktive Plugins" gelistet sind, können diese auch korrekt ausgeführt werden.

### Konfigurieren von CronBirthday



In den Grundeinstellungen unter **System > Cronjobs** findest Du nun den Cronjob **Geburtstagsgruß (1)**. Durch klicken auf den **Editier-Stift (2)** wird das **Details-Fenster (3)** sichtbar.

## Verschicken der Geburtstags-E-Mail

Du kannst den Cron-Job mit folgender URL starten: <http://www.meinshop.de/backend/cron>. Weitere Informationen zum Thema Cron-Jobs findest du auch [hier](#).

# Newsletter

Mit dem Newsletter Manager von Shopware hast Du den idealen Weg um mit Deinen Kunden dauerhaft in Kontakt zu bleiben. Wir erklären Dir hier wie Du in wenigen Schritten Deinen ersten Newsletter Konfigurierst.

Neben dem hier beschriebenen HTML-Newsletter bieten wir mit dem Plugin "[Intelligenter Newsletter](#)" die Möglichkeit Newsletter bequem per drag&drop um Banner, Bilder, Artikel und weitere Elemente zu ergänzen. Das Plugin ist sogar in der Lage dem Kunden auf ihn zugeschnittene Produktvorschläge zu unterbreiten.

## Newsletter Übersicht

Als erstes rufe im Backend das Newsletter Modul auf, dieses findest Du unter "Marketing > Newsletter". Nach dem Aufruf des Fensters erhältst Du die Übersicht erstellter Newsletter sowie weitere Einstellungsmöglichkeiten.

Datum	Betreff	Status	# Empfänger	# Gelesen	# Klicks	Umsatz	Freigegeben	Versandzeitpunkt	Aktionen
20.03.2018	Newsletter Demo Shop	Kein Versand	0	0	0	0	x	Sofort	

## Status

Im Status siehst Du auf einen Blick ob Dein Newsletter noch nicht versandt wurde, bei wie viel Prozent der Versand im Augenblick ist bzw. das alle Mails versendet wurden.

## **Empfänger / Gelesen / Geklickt**

Hier erhältst Du eine kompakte Ansicht darüber wie viele Empfänger Dein Newsletter erreicht hat. Unter Dem Punkt "# Gelesen" wird aufgezählt wie viele Newsletter geöffnet wurden. (Hier wird nur das erste Öffnen der Email berücksichtigt.) Im Abschnitt "# Geklickt" findest Du die Anzahl aller Klicks im Newsletter die in Deinem Shop endeten.

## **Umsatz**

Am interessantesten an einem Newsletter ist mitunter wie viel Umsatz der Versand eingebracht hat. Unter dem Punkt "Umsatz" zeigt dir Shopware die Summe aller Verkäufe die mit einen Shop Zugriff durch den Newsletter erzeugt wurden.

## **Aktionen**

Im rechten Bereich der Übersicht befinden sich die Steuerung der Newsletter **(3)**. Hier hast Du Die Möglichkeit Deinen Newsletter zu bearbeiten, löschen oder zu versenden.

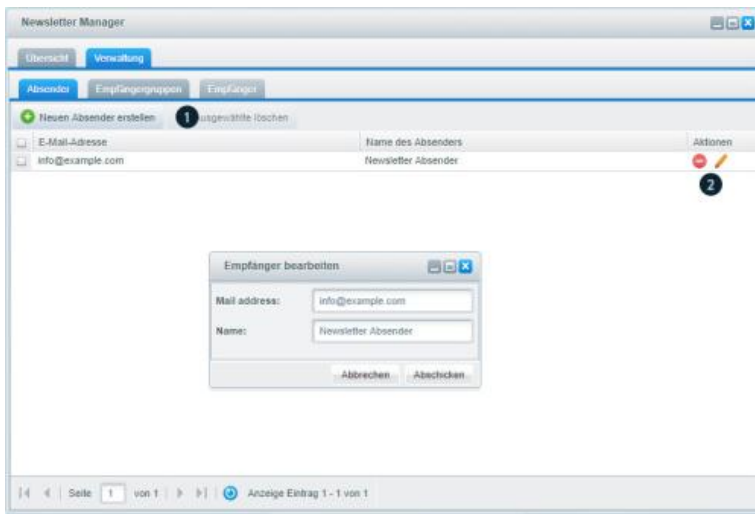
Über die Suchfunktion **(4)** kannst Du einen bestimmten Newsletter schneller finden. In der Suche werden Absender Adresse und Betreff des jeweiligen Newsletters berücksichtigt.

## **Verwaltung**

Im Reiter Verwaltung kannst Du allgemeingültige Einstellungen Deines Newsletters vornehmen. Hier kannst Du Deinen Absender festlegen, Empfängergruppen erstellen sowie Empfänger verwalten.

## **Absender**

Hier verwaltest, erstellst, bearbeitest oder löschst Du die Absenderadressen und Namen für Deine Newsletter. Die Eingetragenen Adressen/Namen werden dem Empfänger als Absender des Newsletters angezeigt. Über die Schaltfläche "Neuen Absender erstellen" **(1)** kannst Du durch Eingabe einer E-Mail Adresse und eines Namens einen neuen Absender erstellen. Bearbeiten oder löschen kannst Du Deinen Absender über die Aktionsfelder am rechten Rand **(2)**.



## Empfängergruppe

durch Unterschiedliche Empfängergruppen kannst Du Deine Abonnenten sortieren und so eine bessere und effizientere Nutzung Deines Newsletters erreichen. So kannst Du beispielsweise, eine Empfängergruppe anlegen die einen wöchentlichen Newsletter erhält oder eine Gruppe die lediglich einmal im Monat einen zugestellt bekommt. Du hast neben den einzelnen Kundengruppen, bei der Erstellung Deines Newsletters, auch alle Empfängergruppen zur Auswahl die Du hier erstellst. Welcher Empfängergruppe ein neuer Kunde standardmäßig zugeordnet wird stellst Du im Menü "**Einstellungen > Grundeinstellungen > Storefront > Anmeldung/Registrierung**" ein.

**Notiz zur Anzahl der Empfänger:** Diese Empfängergruppen zählen alle Empfänger, die zugeordnet sind. Duplikate werden an dieser Stelle noch nicht berücksichtigt! Die endgültige Anzahl der Empfänger wird erst beim Ausführen des Cronjobs sichtbar, da dieser die Duplikate herausfiltert und die Anzahl dann ausgibt.

## Empfänger

Hier kannst Du manuell eMail Adressen hinzufügen oder löschen. Zudem änderst Du mit einem Doppelklick in die Gruppe, über ein Pull down-Menü, die Zugehörigkeit eines Kunden.

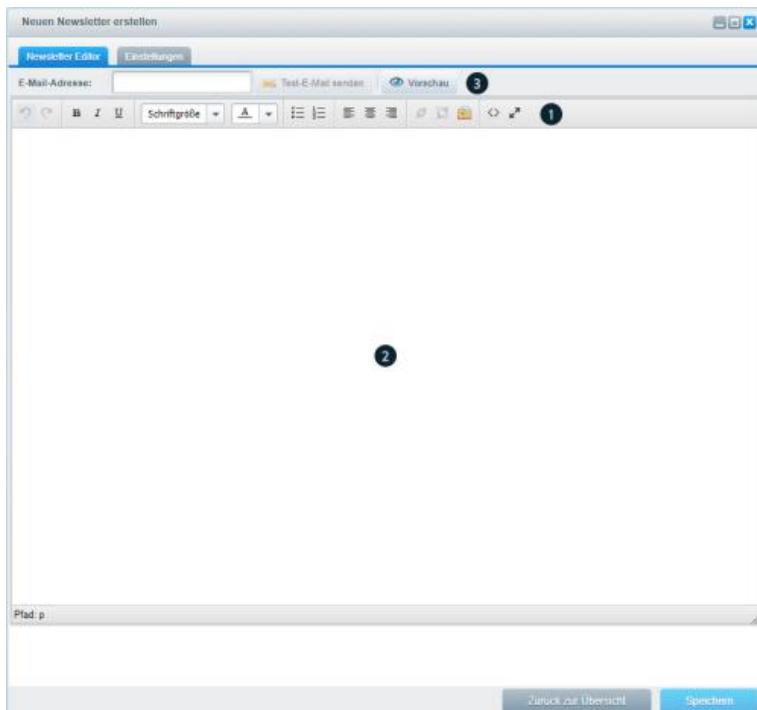
## Der Newsletter

Der Newsletter selbst besteht aus 2 Reitern. Dem Editor, in dem du deinen Newsletter in HTML oder Plaintext eintragen kannst, sowie dem Reiter Einstellungen. Hier werden alle Einstellungen hinterlegt die nur für diesen Newsletter gelten. Über die Schaltfläche "Newsletter erstellen" **(1)** erzeugst du einen neuen Newsletter.



## Newsletter Erstellen

Mit diesem HTML Fenster kannst Du Deinen Newsletter mit Leben füllen. Über den Integrierten TinyMce Editor **(1)** kannst Du Deinen Newsletter auch ohne HTML-Kenntnisse erstellen. Trage einfach den Inhalt in die Eingabemaske **(2)** ein. Über die Schaltfläche "Vorschau" **(3)** kannst Du dir ansehen wie der Newsletter bei Deinen Kunden aussehen wird.



## Einstellungen

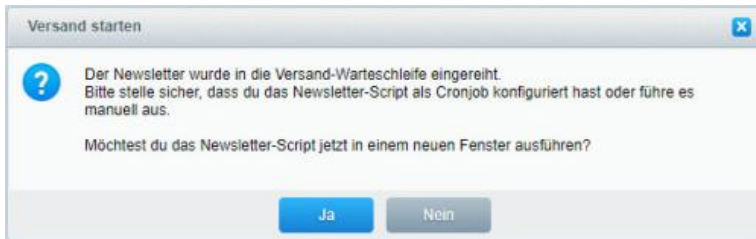
Gebe nun einen Betreff **(1)** für Deinen Newsletter ein. Der Absender ist über ein Pull down-Menü auswählbar **(2)**. Nun wählst Du aus an welche Kundengruppe sich der Newsletter richtet, solltest Du einen Subshop haben so musst Du auch angeben auf welchen Shop er sich bezieht **(3)**, so definierst Du, dass

Händler im Newsletter zum Beispiel Netto-Preise im Newsletter sehen, wenn Du Artikel bewirbst. Die Option **Versenden am (4)** definiert einen Zeitpunkt, an dem der Newsletter Versendet werden soll. Bei "Versandart" kannst Du noch auswählen ob der Newsletter als Plaintext oder HTML + Plaintext versendet wird **(5)**. Wenn Dein Newsletter fertig ist, kannst Du den Haken bei **Bereit zum Versenden (6)** setzen, damit der Newsletter beim Cron-Aufruf zum angegebenen Zeitpunkt versendet wird. Abschließend kannst Du auswählen, welchen Kunden der erstellte Newsletter zugestellt werden soll **(7)**.

Unter "**Einstellungen > Grundeinstellungen > Weitere Einstellungen > Datenschutz**" hast Du die Möglichkeit, ein Double Opt-In zur Newsletter-Anmeldung zu setzen, der Kunde bekommt dann eine Mail, in der er den Empfang des Newsletters bestätigen muss.

## Versand

Am rechten Rand der Newsletter Übersicht befindet sich die Funktion "Newsletter versenden" **(1)**. Nach einem Klick auf diese Schaltfläche erscheinen 2 Bestätigungen. Mit der ersten bestätigst Du den Versand des Newsletters. Mit der 2. kannst Du auswählen ob das Versandsript manuell ausgeführt werden soll oder der Versand über einen zuvor eingerichteten Cronjob abgearbeitet wird.



## Cronjob per Browser starten

Um den Cronjob zu testen gebe im Browser die URL Deines Shops ein:

<http://www.meinshop.de/backend/Newsletter/cron>

Wenn Du beim Versand des Newsletters die manuelle Ausführung bestätigst öffnet sich automatisch ein neuer Tab mit der für Deinen Shop gültigen Cronjob URL.

Die Ausführung erfolgt dann direkt und das Ergebnis ist im Browser als Text zu lesen. Diese Seite aktualisierst Du im 5 Minuten Rhythmus bis die Meldung "Nothing to do..." erscheint.

## Aufruf per Shell / Konsole

Innerhalb der Shell gibt es keine Begrenzungen was die Script-Laufzeit betrifft. Da hierbei auch keine Verbindung per Browser benötigt wird, können die Cronjobs idealerweise per Shell oder Konsolenbefehl gestartet werden. In der Verwaltungsoberfläche Deines Providers findest Du dazu passende Einstellungen.



Dein Provider hilft dir ebenfalls beim Einrichten weiter. Trage hierfür die Cronjob URL Deines Shops ein:

<http://www.meinshop.de/backend/Newsletter/cron>

Wir empfehlen hier eine Einstellung zu wählen, die die Datei alle 10-15 Minuten ausführt.

## Newsletter Archiv für das Frontend

Wenn Du mit Shopware auch Deine Newsletter versendest, so kannst Du diese im Modul zur "Veröffentlichung" kennzeichnen. So markierte Newsletter werden nach dem kompletten Versand im Archiv sichtbar und können somit von Deinen Besuchern eingesehen werden.

Somit können auch Besucher, die den Newsletter nicht empfangen, auf dem Laufenden bleiben.

Mit dem Link <http://www.meinshop.de/newsletterListing> werden dir alle verschickten Newsletter angezeigt.

Über eine [Shopseite](#) kannst Du so bequem auf das Newsletter-Archiv verlinken.

## Newsletter Textbausteine

Das Layout des Newsletters verfügt ebenfalls über die in Shopware üblichen Textbausteine. So ist es über das Backend sehr einfach und komfortabel möglich, die Texte wie Copyright oder auch die Verlinkungen anzupassen.

Öffne im Backend den Punkt "**Einstellungen > Textbausteine**". Wähle dort auf der linken Seite in der Sidebar "Namespaces" den Ordern "newsletter" aus. Es werden nun im rechten Bereich alle Textbausteine des Newsletter-Templates aufgeführt.

**Beispiel:** Anpassung der Verlinkung *Kontakt* und *Impressum* im Baustein **NewsletterFooterNavigation**

Standardwert des Bausteins:

```
<a href="#" target="_blank" style="font-size:10px;">Kontakt</a> | <a href="#" target="_blank"
```

*Die Rauten sind in diesem Fall Platzhalter für den jeweiligen Link in Deinem Shop zur entsprechenden Seite*

Aussehen des Bausteininhalts mit Anpassung:

```
<a href="http://www.meinshop.de/kontaktformular" target="_blank" style="font-size:10px;">Konta
```

# Tipps & Tricks

## Grundeinstellungen



Unter "**Einstellungen > Grundeinstellungen > Weitere Einstellungen > Newsletter**" kannst Du einstellen wieviele eMails sollen pro Schritt/Request verschickt werden. Es ist wichtig den Versand des Newsletter in kleinere Teilschritte zu zerlegen um zu verhindern, dass der Mailserver überlastet wird. Zusätzlich kann es bei bestimmten Providern zu Problemen kommen, wenn zu viele Mails gleichzeitig über SMTP versendet werden.

## Newsletter Freigabe

Sobald Du Deinen Newsletter zum Versand freigibst, kannst Du ihn nicht mehr manuell versenden, falls Du das doch willst, musst Du die Versandfreigabe deaktivieren.

## Benutzerverwaltung

Die Einstellung des Versandzeitpunktes ist ACL kompatibel, das bedeutet, wenn Deine Benutzer nur Leserechte auf dieses Modul haben, kannst Du den Versand auch nicht steuern.

## Eigenes Logo in den Newsletter hinzufügen

Du möchtest Dein eigenes Logo in den Newsletter hinzufügen?

Erstelle hierzu eine header.tpl in Deinem eigenem Theme unter

**themes\Frontend\Dein\_THEME\newsletter\index\header.tpl**

Hier kannst Du dann folgenden Inhalt hinzufügen:

```
<div>
  <div align="left">
    { * align left needed for old outlook versions * }
    
    <span style="color:#999;font-size:13px;">NEWSLETTER</span>
  </div>
</div>

{ * Clear floating * }
<div style="clear:both;float:none;height: 0px; line-height: 0px;"></div>
```

<br>

Anschließend kannst Du dann **frontend/\_public/src/img/logos/logo--mobile.png** durch Dein eigenes Shoplogo ersetzen.

## Deaktivieren der Newsletterfunktion

Das Newsletter-Modul ist eines der mächtigsten Marketinginstrumente in Shopware. Im Standard ist es nicht möglich die Newsletterfunktion global auszuschalten. Um die Newsletterfunktion im Frontend und Backend auszublenden, musst Du nachfolgende Checkliste abarbeiten.

### Deaktivieren der Newsletterfunktion im Backend

- **Newsletter-Registrierung deaktivieren:** Grundeinstellungen > Storefront > [Bestellabschluss](#)

### Deaktivieren der Newsletterfunktion im Frontend

- **Link zum Newsletter-Formular löschen:** Inhalte > [Shopseiten](#) > Unten (Spalte 2) > den Link **Newsletter** entfernen
- **Theme Anpassungen:** Um die entsprechenden Blöcke, die die Newsletter-Registrierung im Frontend einblenden, zu entfernen, ist eine individuelle Template-Anpassung erforderlich. Weitere Hinweise hierzu findest Du in unserem Tutorial-Artikel zum Thema [Änderungen am Template vornehmen](#)

Damit die Einstellungen übernommen werden muss der Cache geleert werden. Leere nachfolgend bis auf den SEO- und Suche den kompletten Cache.

# Partnerprogramm

## Allgemeine Informationen

Nutze dieses Marketinginstrument um Direktlinks von anderen Plattformen umsatztechnisch auszuwerten. Indem Du Partner prozentual am Umsatz beteiligst, schaffst Du die notwendige Attraktivität bei der Platzierung Deiner Artikel auf fremden Portalen.

Das Partnerprogramm gibt Dir zusätzlich die Möglichkeit, vorhandene CPC-Ausgaben von Preissuchmaschinen wie z.B. Idealo, Billiger.de oder Ciao zu überprüfen. Du kannst auf den ersten Blick sehen, welchen Nutzen diese Preissuchmaschinen haben und welche Umsätze über diese getätigt worden sind. Durch das gezielte Werben mit Artikeln auf anderen Internetseiten steigertest Du die Besucherzahl und den Verkauf und damit die Effizienz des Webshops.

- Jeder Partner erhält einen individuellen Tracking-Link
- Automatisches Generieren von Hyperlinks (Link zum Artikel + Code)

- Tracking aller Umsätze durch Shopware
- Automatisch Berechnung der Provisionen an Partner
- Partner sehen über das Kundenkonto ihre Netto-Umsätze und Provisionen (optional)
- Die Provisionierung erfolgt anhand der Netto-Umsätze

Ein potentieller Partner kann sich z. B. über ein Formular, welches im Backend unter **Inhalte > Formulare** erstellt werden kann, mit Dir in Verbindung setzen. Mit Klick auf **Hinzufügen** kannst Du alle erforderlichen Daten für einen neuen Partner eingeben.

Bitte beachte, dass das Partnerprogramm nur genutzt werden kann, wenn die Shopware Statistiken aktiv sind!

## Übersicht

Name	Eingetragen	Aktiv	Monatsumsatz	Jahresumsatz	Partner Link	
Mazdafirma	16.11.2022	ja	84,03	84,03	ja	[edit] [delete] [add]
LEO Shop	16.11.2022	nein	773,03	773,03	ja	[edit] [delete] [add]
Bilger.de	16.11.2022	ja	0,00	0,00	ja	[edit] [delete] [add]
Partner	16.11.2022	ja	189,06	189,06	ja	[edit] [delete] [add]

Zusätzlich zu den **provisionierten Beträgen (1)** wird auch der **Partner-Link (2)** angezeigt. Diesen Link kann der Partner, z.B. über ein entsprechendes Banner auf seiner Webseite, zu Deinem Shop verknüpfen. Jeder Shopbesucher, welcher über diesen Link auf den Webshop kommt wird dann automatisch getrackt. Bei Bestellungen werden entsprechende Provisionen beim Partner geschrieben.

Sofern die Gültigkeit der Cookies auf einen längeren Zeitraum eingestellt ist, wird der Partner erneut provisioniert, wenn der Kunde in dem eingestellten Zeitraum erneut den Shop besucht und eine Bestellung tätigt. Unabhängig davon, ob er über den Partner Link kommt oder evtl. sogar direkt den Shop aufruft.

Eine grafische Auswertung der Netto-Umsätze nach Datum findest Du in der **Statistik (3)**.

## Neuen Partner hinzufügen

In der Maske **Partner-Konfiguration** kannst Du alle wichtigen Einstellungen für den Partner hinterlegen.

## Konfiguration

Die **Konfiguration (1)** beinhaltet alle technisch relevanten Einstellungen:

- **Tracking-Code:** Dieser muss eindeutig und ohne Leer- oder Sonderzeichen hinterlegt werden, z. B. musterfirma. Hieraus wird dann folgender Link erzeugt: **<http://www.ihrshop.de/shopware.php?sPartner=musterfirma>**. Der Parameter: *?sPartner=musterfirma* kann an jede beliebige Kategorie- oder auch Artikel-URL gehängt werden. Dieser Code muss in dem entsprechenden Export-Feed für den Partner im Feld **Partner ID** hinterlegt werden.
- **Kundenkonto:** Du kannst den Partner mit einem Kundenkonto verknüpfen. Gebe hier die Kundennummer des Partners ein. Der Partner steht nach der Anmeldung im Shop unter **Mein Konto** seine Provisionsabrechnung in Echtzeit zur Verfügung.
- **Provision in %:** Hinterlege hier die prozentuale Partner-Provision. Bezieht sich auf den Netto-Gesamtwert (ohne Versandkosten) bei einer Bestellung. Je nach Partner können unterschiedliche Prozentsätze definiert werden. Wenn nur die Umsätze des Partners getrackt werden sollen, kannst Du hier auch eine 0 eintragen.
- **Gültigkeit Cookie (Sek.):** Bei der Gültigkeit kann festgelegt werden, wie lange der Partner provisioniert wird. 86400 = ein Tag, 0 = eine Bestellung. Die Eingabe erfolgt in Sekunden.

## Partner Informationen

In den **Partner Informationen (2)** werden alle allgemeinen Informationen vom Partner hinterlegt. Diese können vom Partner weder eingesehen noch gelöscht werden.

- **Firma:** Firmenname oder Name des Projekts (Pflichtfeld)
- **Straße:** (optional)
- **Hausnummer:** (optional)
- **Postleitzahl:** (optional)
- **Stadt:** (optional)
- **Land:** (optional)

- **Telefon:** (optional)
- **Fax:** (optional)
- **E-Mail:** (optional)
- **Web:** (optional)
- **Profil:** (optional)

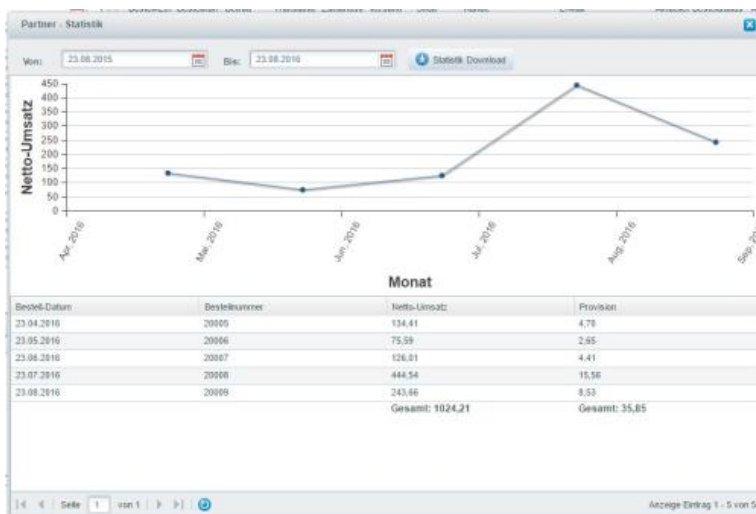
## Übersicht Mein Konto Provisionen

Unter **Mein Konto > Provisionen** hat der Partner die Möglichkeit seine Umsätze sowie seine Provision in Echtzeit einzusehen.



## Diagramm im Backend

Im Backendmodul kann für jeden Partner eine Analyse angezeigt werden, welche wie folgt aussieht:



## Prämienartikel

Der Prämienartikel ist ein Marketingmittel, das dir zusätzlichen Umsatz generieren kann. Er soll den Kunden dazu bewegen, bei einem niedrigeren Bestellwert noch einen zusätzlichen Artikel in den Warenkorb zu legen, um sich damit seinen Prämienartikel zu sichern. Prämienartikel werden standardmäßig auf der Warenkorbseite in der Storefront angezeigt.

Prämienartikel werden nicht auf Lagerbestand geprüft. Wenn Artikel als Prämien angeboten werden, müssen diese immer mit ausreichendem Lagerbestand im Shop verfügbar sein. Prämienartikel können keine ESD-/Download-Artikel sein.

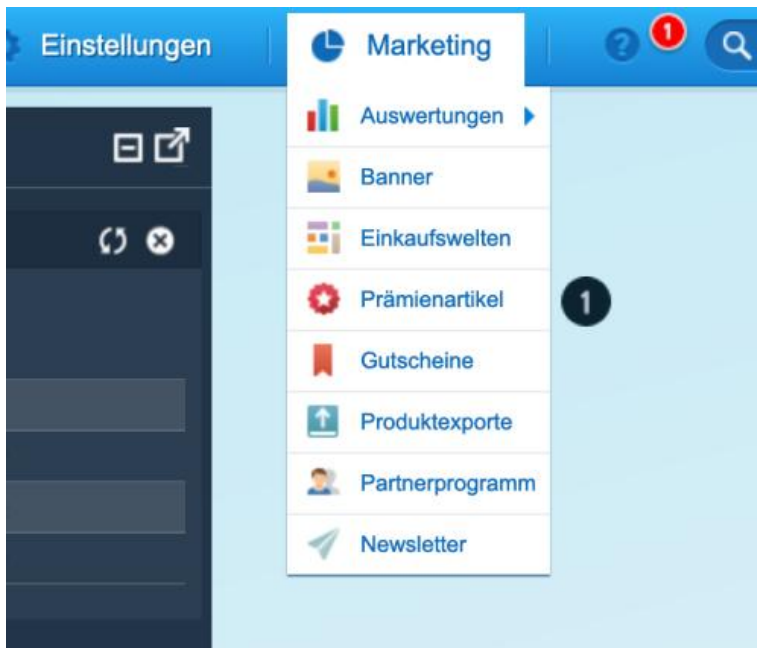
## Voraussetzungen

Wenn du Prämienartikel einsetzen möchtest, beachte bitte die folgenden Voraussetzungen, da es anderenfalls zu Problemen kommen kann.

- Prämienartikel müssen einer aktiven dem Shop zugehörigen Kategorie zugewiesen sein
- Bei Variantenartikeln kann der Kunde sich die Variante des Prämienartikels frei aussuchen.
- Unter **Einstellungen** > **Grundeinstellungen** > **Storefront** > **Bestellabschluss** muss die Option "Zeige Prämienartikel an" auf "JA" gesetzt werden, damit diese in der Storefront sichtbar werden.

## Anlegen von Prämienartikeln

Prämienartikel sind im Menu unter **Marketing** > **Prämienartikel (1)** zu finden:



In den folgenden Modul kannst Du Deine gewünschten Prämienartikel erstellen:

Name	Export-Bestellnummer	Subshop	Mindest-Bestellwert
TUBENHONG (SW10018)	SW10018	Deutsch	100

Klicke auf "**Hinzufügen**", es öffnet sich nun das Prämienartikel - Detail Fenster:

Prämienartikel - Detail

Bestellnummer:

Export-Bestellnummer:

*Diese Nummer ist frei wählbar. Sie darf leer bleiben.*

Shop:

Mindestbestellwert:

*Der Mindest-Bestellwert für den Prämienartikel.*

Unter **Bestellnummer** kannst Du Deinen gewünschten Artikel suchen, das Eingabefeld unterstützt auch die Eingabe von Artikelnamen. Die **Export-Bestellnummer** ist optional und für den Export zu Schnittstellen wie Deine Warenwirtschaft gedacht (da der Artikel in deiner Warenwirtschaft evtl. anders gehandhabt wird), wenn du das Feld leer lässt, wird der Artikel mit der originalen Bestellnummer exportiert. Mit der **Shop**-Begrenzung kannst du den Prämienartikel auf bestimmte Shops beschränken, diese Angabe ist ebenfalls optional. **Mindestbestellwert** definiert, ab welchem Warenwert der Artikel im Warenkorb als Prämie verfügbar wird. Beachte hierbei bitte, dass sich der Wert auf deine Standardwährung bezieht. Wenn du also 100 Als Warenwert definierst und Dein Kunde in GBP einkauft, wird die Grenze entsprechend dem Umrechnungsfaktor umgerechnet. Klicke anschließend auf **Speichern**, um den Prämienartikel zu speichern.

## Arbeiten mit Prämienartikeln

Generell ist es natürlich möglich, mehrere Prämienartikel für unterschiedliche Bestellwerte und unterschiedliche Subshops zu konfigurieren. Wenn mehrere Prämienartikel für den Bestellwert gültig sind, werden diese im Warenkorb zur Auswahl gestellt.

Wenn Du einen Konfigurator-Artikel als Prämie hinterlegst, kann sich Dein Kunde unabhängig vom Preis die Variante frei auswählen.

## Storefront Ansicht Prämienartikel



Nach dem Anlegen im Backend werden die Prämienartikel wie folgt dargestellt:

The screenshot shows a shopping cart interface. The top section displays a table with columns: Artikel, Anzahl, Stückpreis, and Summe. The first row shows 'FREE RIDER 26' with an article number 'SW10141', a quantity of 1, a unit price of 159,95 €, and a total of 159,95 €. Below the table, there are buttons for 'Artikelnummer eingeben' and 'Ich habe einen Gutschein'. A summary section shows 'Summe: 159,95 €', 'Versandkosten: 3,90 €', and a total of 163,85 €. A 'Prämie wählen' section offers three reward options: 'jetzt Gratis verfügbar' (with a red checkmark), 'jetzt Gratis verfügbar' (with a red checkmark), and '40.200,00 € Warenkorbwert' (with a red checkmark). The first two options have 'Prämie auswählen' and 'Bitte wählen' buttons respectively. The third option has a 'noch 40,00 €' indicator. At the bottom, there are buttons for 'Weiter shoppen', 'Angebot anfordern', and 'Zur Kasse'.

## Produktexporte

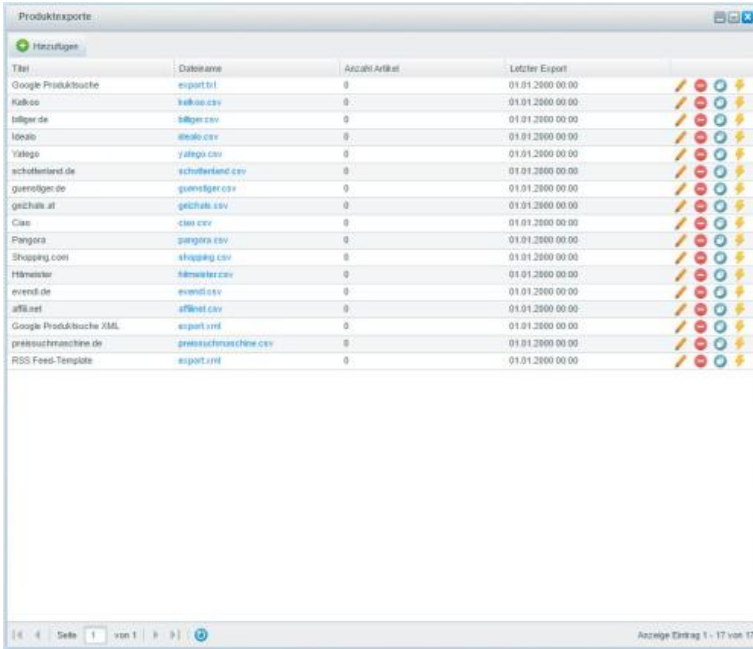
Mit dem Modul Produktexporte können nicht nur vorhandene Exporte zu Preisportalen genutzt werden, sondern auch komplette Anbindungen an neue Marktplätze geschaffen werden. Durch die Verwendung eines Export-Templates, welches mit Smarty-Variablen arbeitet, kannst Du schnell Anpassungen/Erweiterungen oder neue Exporte schaffen.

Durch die verschiedenen Einstellungsmöglichkeiten ist auch die Unterstützung der verschiedenen Formate gewährleistet. So kannst Du wahlweise Text-Dateien, XML-Dateien oder auch CSV-Dateien erstellen, je nach Anforderung des jeweiligen Portals.

Bei den meisten Portalen kann ein Link zur Exportdatei hinterlegt werden. Je nach Caching-Methode wird die Datei bei jedem Aufruf neu erzeugt und das Portal erhält immer den aktuellsten Datenstand. Alternativ wird die Datei in regelmäßigen Abständen erneuert und das Portal kann die Datei wesentlich schneller holen.

## Das Grundmodul

# Oberfläche



Titel	Dateiname	Anzahl Artikel	Letzter Export	
Google Produktliste	export.txt	0	01.01.2000 00:00	👍👎🔄
Kaloo	kaloo.csv	0	01.01.2000 00:00	👍👎🔄
ldgper.de	ldgper.csv	0	01.01.2000 00:00	👍👎🔄
localo	localo.csv	0	01.01.2000 00:00	👍👎🔄
Vitego	vitego.csv	0	01.01.2000 00:00	👍👎🔄
schottland.de	schottland.csv	0	01.01.2000 00:00	👍👎🔄
guerdiger.de	guerdiger.csv	0	01.01.2000 00:00	👍👎🔄
gechalls.at	gechalls.csv	0	01.01.2000 00:00	👍👎🔄
Ciao	ciao.csv	0	01.01.2000 00:00	👍👎🔄
Pangora	pangora.csv	0	01.01.2000 00:00	👍👎🔄
Shopping.com	shopping.csv	0	01.01.2000 00:00	👍👎🔄
Hämmeler	haemmer.csv	0	01.01.2000 00:00	👍👎🔄
eventi.de	eventi.csv	0	01.01.2000 00:00	👍👎🔄
affinet	affinet.csv	0	01.01.2000 00:00	👍👎🔄
Google Produktliste XML	export.xml	0	01.01.2000 00:00	👍👎🔄
preisvergleich.de	preisvergleich.csv	0	01.01.2000 00:00	👍👎🔄
RSS Feed-Template	export.rss	0	01.01.2000 00:00	👍👎🔄

Beim Aufruf des Moduls erhältst Du einen Überblick über bereits angelegte Export-Feeds. Zusätzlich befinden sich hier Grundfunktionen wie:

- **Feed hinzufügen:** Um einen neuen Export-Feed zu erstellen
- **Feed editieren:** Über diese Funktion kann ein angelegter Export-Feed bearbeitet werden.
- **Feed löschen:** Hiermit wird der gewählte Export-Feed gelöscht.
- **Feed duplizieren:** Durch Klicken auf das *Feed duplizieren*-Icon öffnet sich ein neuer Export-Feed mit den exakt gleichen Daten des Quell-Feeds, der nach dem Speichern aber als neuer Feed angelegt wird.
- **Export Starten:** Führt den im Feed konfigurierten Export aus

## Feed-URL kopieren

An die Feed-URL kommst Du über 2 Wege:

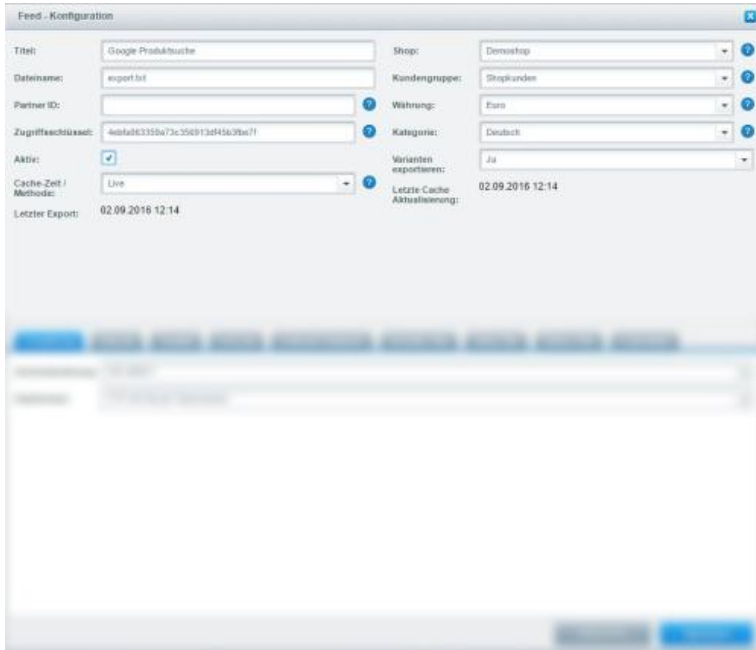
- Aufruf über Shopware: Klicke mit der rechten Maustaste auf den Link in der Übersicht und wähle "Link-Adresse kopieren"
- Aufruf über das Dateisystem (Caching und ein erfolgter Export vorausgesetzt!): Öffne den Feed und merke dir den Hash (Zugriffsschlüssel) und den Dateinamen, danach schaue nach im Dateisystem unter `/var/cache/production_REVISION/productexport/`. Hier wird die Datei als "HASH\_FILENAME" abgelegt, also zum Beispiel `4ebfa063359a73c356913df45b3fbe7f_export.txt`

## Export-Feeds

Hier erklären wir Dir, wie Du Export-Feeds anlegen und individualisieren kannst.

Die Individualisierung benötigt unter Umständen Programmierkenntnisse. Falls Du diese nicht hast, oder Zweifel hast, ob Deine Kenntnisse ausreichen, solltest Du hier nicht eingreifen, da Du Dir mit den Änderungen Deinen Export-Feed kaputt machen kannst.

## Grundeinstellungen für alle Feeds



- **Titel:** Name des Exports (relevant für die Bezeichnung in der Produktexport-Übersicht).
- **Dateiname:** Teil der Bezeichnung der zu erstellenden Datei auf dem Server.
- **Partner ID:** Die Partner ID wird an den jeweiligen Artikellink zum Shop angehängt. Somit entsteht beim Kauf des Artikels die Zuordnung zu einem Partner aus dem [Partnerprogramm](#). Dieses wird ebenfalls in den Statistiken berücksichtigt und macht Verkäufe transparenter.
- **Zugriffsschlüssel:** Der Zugriffsschlüssel wird beim Anlegen eines neuen Produkt-Exports automatisch generiert. Dieser Schlüssel ist Bestandteil des Dateinamens der anzulegenden Datei auf dem Server und wird in die URL zur XML/CSV Datei eingebunden. Durch Ändern dieses Zugriffsschlüssels kann das Preisportal nicht mehr auf die Datei zugreifen.
- **Aktiv:** Zum De-/Aktivieren des Exports
- **Cache-Zeit / Methode:** Diese Einstellung definiert, ob der Export-Feed immer neu erzeugt, über bestimmte Zeit gecacht oder ausschließlich über Cronjobs erzeugt wird. Cronjobs empfehlen sich besonders in Szenarien, in denen der Feed sehr groß ist, die Serverlast kann dann besser verteilt werden. **Beachte**, dass das Speichern des Feeds im Backend den Cache invalidiert und die Datei danach erst wieder neu erzeugt werden muss! Erst nach der ersten Erzeugung greifen die definierten Caching-Einstellungen wieder!
  - Wenn Du ausschließlich über Cron arbeiten willst, so muss das Plugin 'Cron' sowie 'CronProductExport' installiert und aktiv sein, da die Feeds sonst nicht erzeugt werden. **Beachte**, dass sowohl der Cron-User als auch der User des Webservers Lese- und Schreibberechtigungen zum Ordner `/var/cache/production_REVISION/productexport` brauchen!
- **Letzter Export:** Zeigt an, wann der Feed das letzte mal erzeugt wurde.

- **Shop:** Definiert, für welchen Shop der Feed gelten soll, entsprechend werden auch nur Artikel aus diesem Shop exportiert.
- **Kundengruppe:** Definiert diejenige Kundengruppe, aus der die Preise entnommen werden (Im Standard: Shopkunden)
- **Währung:** Definiert die Währung, in der die Preise im Feed ausgegeben werden. **Beachte**, dass die Währung die Preise auch direkt umrechnet!
- **Kategorie:** Hiermit ist ein Export für eine bestimmte Kategorie möglich. Bei Subshops wird hier für einen gesamten Export die Hauptkategorie des jeweiligen Shops ausgewählt.
- **Varianten exportieren:** Wahlweise können Variantenartikel vom Export ausgeschlossen werden. In diesem Fall wird immer nur die Vorauswahl mit den zugehörigen Daten exportiert.
- **Letzte Cache Aktualisierung:** Zeigt an, wann der Cache das letzte mal aktualisiert wurde.

## Detaillierte Einstellungen:

### Formatierung

The screenshot shows a configuration window for export settings. The 'Formatierung' (Formatting) tab is selected. Below the tab, there are two dropdown menus. The first is labeled 'Zeichenkodierung' (Character encoding) and is set to 'ISO-8859-1'. The second is labeled 'Dateiformat' (File format) and is set to 'TXT mit Tab als Trennzeichen' (TXT with tab as separator). At the bottom of the window, there are two buttons: 'Abbrechen' (Cancel) and 'Speichern' (Save).

- **Zeichenkodierung:** standardmäßig ISO-8859-1 für CSV/TSV / UTF-8 für XML-Exporte
- **Dateiformat:** Einstellen des akzeptierten Formats (CSV/XML/TXT)

### Kopfzeile



## Liste der verfügbaren Variablen

<b>Konfigurationsvariablen</b>	<b>Beschreibung</b>
<code>{sConfig.sBASEPATH}</code>	URL zum Shop
<code>{sConfig.sSHOPNAME}</code>	Name des Shops
<b>Exporteinstellungen</b>	<b>Beschreibung</b>
<code>{sSettings.feedID}</code>	Eindeutige ID des Produktexportes
<code>{sSettings.name}</code>	Produktexport-Bezeichnung
<code>{sSettings.last_export}</code>	Datum der letzten Ausführung
<code>{sSettings.hash}</code>	Zugriffs-Hash
<code>{sSettings.count_articles}</code>	Artikelanzahl der letzten Ausführung
<code>{sSettings.formatID}</code>	DateiformatID
<code>{sSettings.filename}</code>	Dateiname
<code>{sSettings.encodingID}</code>	ZeichenkodierungsID
<code>{sSettings.categoryID}</code>	Hauptkategorie
<code>{sSettings.currencyID}</code>	WährungsID
<code>{sSettings.customergroupID}</code>	KundengruppenID
<code>{sSettings.partnerID}</code>	PartnerID
<code>{sSettings.languageID}</code>	SprachID
<code>{sSettings.multishopID}</code>	ShopID

{sSettings.variant_export}	Varianten exportieren
{sSettings.encoding}	Zeichenkodierung
<b>Filter-Einstellungen</b>	<b>Beschreibung</b>
{sSettings.active_filter}	Nur aktive Artikel
{sSettings.image_filter}	Nur Artikel mit Bildern
{sSettings.stockmin_filter}	Bestand kleiner Mindestbestand
{sSettings.instock_filter}	Bestand kleiner
{sSettings.price_filter}	Preis kleiner
{sSettings.own_filter}	Eigener Filter
{sSettings.count_filter}	Maximale Artikel Anzahl
{sSettings.header}	Kopfzeile eigener Filter
{sSettings.footer}	Fußzeile
{#F#}	Feldmarkierung
{#EF#}	Escaped-Feldmarkierung
{#S#}	Trennzeichen
{#ES#}	Escaped-Trennzeichen
{#L#}	Zeilentrennzeichen
{#EL#}	Escaped-Zeilentrennzeichen

Folgende Variablen stehen nur im Body zur Verfügung:

## Artikelvariablen

<b>Konfigurationsvariablen</b>	<b>Beschreibung</b>
<code>{sArticle.articleID}</code>	ArtikelID
<code>{sArticle.name}</code>	Artikel-Bezeichnung
<code>{sArticle.articleID link:sArticle.name escape}</code>	Artikel-URL
<code>{sArticle.description}</code>	Kurzbeschreibung
<code>{sArticle.description_long}</code>	Beschreibung
<code>{sArticle.shippingtime}</code>	Lieferzeit (In Tagen)
<code>{sArticle.added}</code>	Artikel hinzugefügt
<code>{sArticle.shippingfree}</code>	Versandkostenfrei
<code>{sArticle.releasedate}</code>	Erscheinungsdatum
<code>{sArticle.topseller}</code>	Artikel hervorheben
<code>{sArticle.keywords}</code>	Keywords
<code>{sArticle.minpurchase}</code>	Mindestabnahme
<code>{sArticle.purchasesteps}</code>	Staffelung
<code>{sArticle.maxpurchase}</code>	Maximalabnahme
<code>{sArticle.purchaseunit}</code>	Preis bezieht sich auf
<code>{sArticle.referenceunit}</code>	Referenzeinheit
<code>{sArticle.taxID}</code>	SteuerID



{sArticle.supplierID}	Hersteller ID
{sArticle.unitID}	EinheitID
{sArticle.unit_description}	Maßeinheit
{sArticle.changed}	Datum der letzten Änderung
{sArticle.active}	Artikel aktiv
{sArticle.variantActive}	Variante aktiv
{sArticle.articledetailsID}	Artikeldetails ID
{sArticle.ordernumber}	Artikelnummer
{sArticle.suppliernumber}	Herstellernummer
{sArticle.standard}	Default-Variante
{sArticle.additionaltext}	Variantentext
{sArticle.impressions}	Seitenaufrufe
{sArticle.sales}	Verkäufe
{sArticle.instock}	Bestand
{sArticle.stockmin}	Mindestbestand
{sArticle.laststock}	Abverkaufsartikel
{sArticle.esd}	Downloadartikel
{sArticle.weight}	Gewicht
{sArticle.ean}	EAN

{sArticle.position}	Position
{sArticle.attr1} bis {sArticle.attr20}	Attribute
{sArticle.supplier}	Hersteller
{sArticle.unit}	Einheit
{sArticle.tax}	Steuer
{sArticle.image}	Artikelbild
{sArticle.netprice}	Netto-Preis
{sArticle.price}	Brutto-Preis
{sArticle.netprice_numeric}	Netto-Preis wie im Frontend gerundet
{sArticle.price_numeric}	Brutto-Preis wie im Frontend gerundet
{sArticle.purchaseprice}	Einkaufspreis
{sArticle.netpseudoprice}	Netto-Pseudopreis
{sArticle.pseudoprice}	Brutto-Pseudopreis
{sArticle.baseprice}	Einkaufspreis
{sArticle.discount}	Preisgruppen-Rabatt
{sArticle.sVoteCount}	Produktbewertung Anzahl
{sArticle.sVoteAverage}	Produktbewertung Durchschnitt
{sArticle.metaTitle}	Meta Titel
{sArticle.pseudosales}	Pseudo-Verkäufe

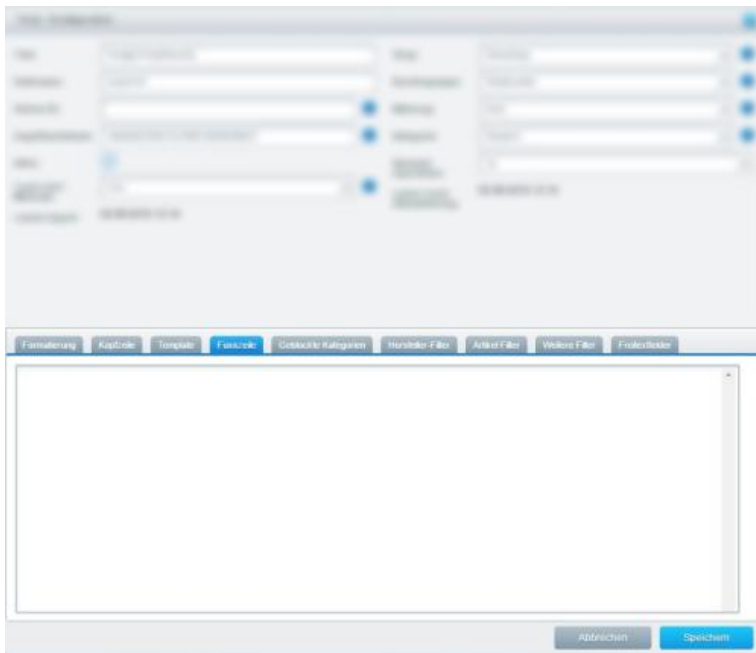
{ <code>\$\$sArticle.notification</code> }	E-Mail-Benachrichtigung aktiv?
{ <code>\$\$sArticle.pricegroupActive</code> }	Preisgruppe aktiv?
{ <code>\$\$sArticle.pricegroupID</code> }	ID der ausgewählten Preisgruppe
{ <code>\$\$sArticle.available_from</code> }	Verfügbar von
{ <code>\$\$sArticle.available_to</code> }	Verfügbar bis
{ <code>\$\$sArticle.articleID category:" &gt; " escape</code> }	Ausgabe der Kategorien

- mit {`$$sArticle.image|image:4`} oder {`$$sArticle.image|image:5`} usw. können die entsprechenden Thumbnailgrößen ausgegeben werden.

#### Ergänzungen zu den Variablen

<b>Befehl</b>	<b>Beschreibung</b>
<code>strip_tags</code>	Herausfiltern von html-Code
<code>strip</code>	Entfernt doppelte Leerzeichen und ersetzt Zeilenumbrüche durch Leerzeichen.
<code>trim</code>	Entfernt hinter und vor dem Text überflüssige Leerzeichen
<code>truncate:500</code>	Der Text wird auf 500 Zeichen begrenzt
<code>html_entity_decode</code>	Umwandlung der Umlaute
<code>escape</code>	Umwandlung Sonderzeichen in html, z.B. <code>&amp; = &amp;</code>
<code>escape:xml</code>	Encoding nur für xml-Exporte
<code>@shippingcost</code>	Berechnet die Versandkosten zum jeweiligen Artikel
<code>format:"number"</code>	formatiert eine Zahl entsprechend der gewählten Lokalisierung/Sprache

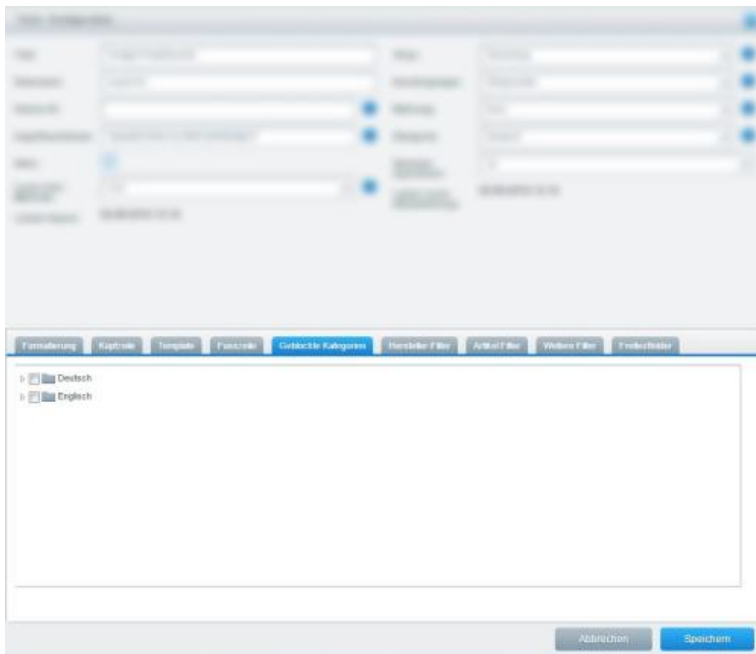
#### Fußzeile



Die Fußzeile wird ausschließlich für die XML-Exporte benötigt. In diesem Feld stehen die End-Tags die in der Kopfzeile geöffnet werden. Für Google sähe die Fußzeile wie folgt aus:

```
</channel>  
</rss>
```

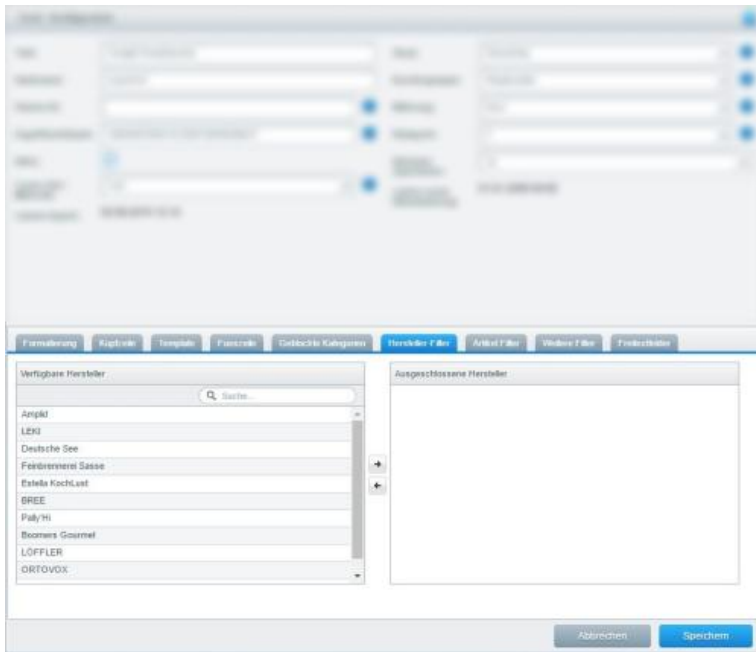
## Geblockte Kategorien



Hier kannst Du Kategorien vom Export ausschließen.

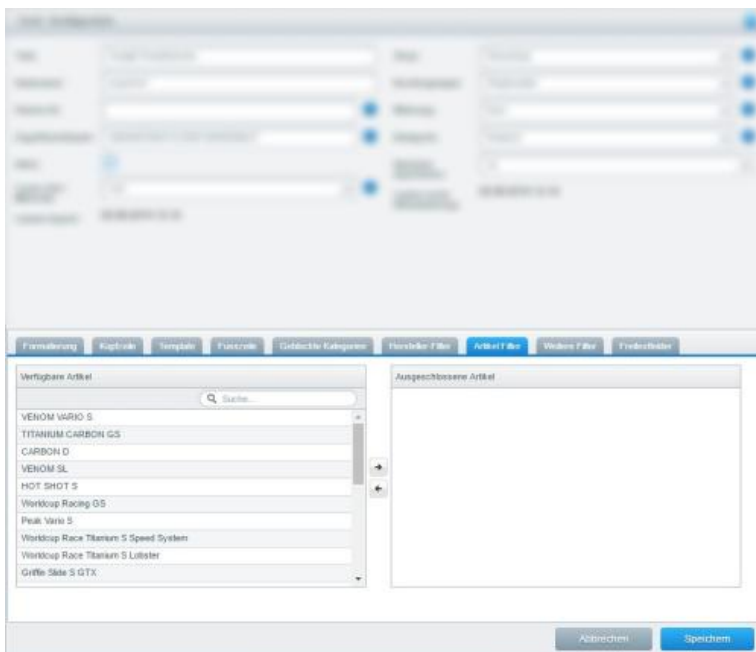
Auch wenn Artikel mehreren Kategorien zugewiesen sind: Sobald die Zuweisung zu mindestens einer blockierten Kategorie besteht, wird dieser Artikel nicht exportiert!

## Hersteller Filter



Im linken Feld befinden sich alle Hersteller Deines Shops. Um Artikel eines bestimmten Herstellers vom Export auszuschließen, kann dieser per Doppelklick oder per Markierung und Klick auf den jeweiligen Pfeil in der Mitte zur Liste der ausgeschlossenen Hersteller hinzugefügt werden.

## Artikel Filter



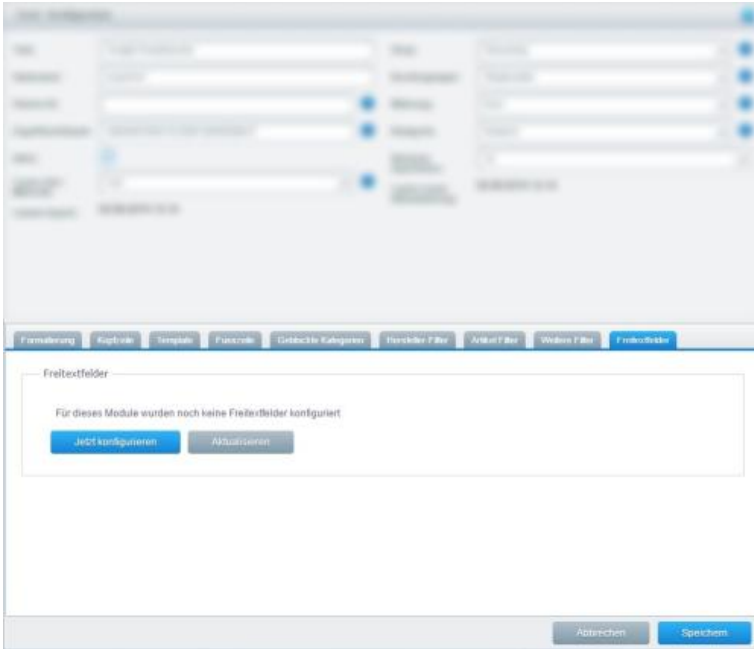
Ähnlich zum Hersteller-Filter findest Du auch hier auf der linken Seite alle Deine Artikel. Diese kannst Du entweder per Drag'n'Drop oder durch Markieren und Klick auf den jeweiligen Pfeil in der Mitte, zur Liste der vom Export ausgeschlossenen Artikel, auf der rechten Seite, hinzufügen.

## Weitere Filter

- **Preis größer:** z.B. 1000 - Export von Artikeln mit Verkaufspreis  $\geq$  1000
- **Bestand größer:** z.B. 10 - Export von Artikeln mit Lagerbestand  $\geq$  10
- **Maximale Artikel Anzahl:** Limitiert die Ausgabe der Artikel im Export-File auf diesen Wert.
- **Bestand kleiner Mindestbestand:** Artikel mit einem Lagerbestand, der unter dem Mindestbestand liegt, werden vom Export ausgeschlossen.
- **Nur aktive Artikel:** Wenn angehakt, werden nur die aktiven Artikel des Shops exportiert.
- **Eigene Filter:** Dieses Feld setzt MySQL-Kenntnisse voraus. Hier sind z.B. folgende Einträge möglich:
  - `at.attr6="true"` - Attribut 6 ist gesetzt
  - `a.topseller="true"` - Exportiert nur Artikel, die im Shop hervorgehoben werden
  - `d.releasedate >= CURDATE() OR d.releasedate = 0000-00-00` - Artikel ist bereits erschienen
  - `SELECT 1 FROM s_articles_categories WHERE articleID=a.id AND categoryID=42` - Alle Artikel aus der Category-ID 42
  - `d.ean!=""` - Exportiert nur Artikel mit einer EAN
  - `a.id in (select articleid FROM s_articles_details group by articleid having count(id) >= 50000 and count(id) <= 100000)` - Versatz Artikel im Feed vom 50.000sten Eintrag bis zum 100.000sten
  - `DAYOFWEEK(NOW()) not in (2, 5)` - Wochentage außer Dienstag und Donnerstag
  - `(time(now()) > '10:00:00' and time(now()) < '12:00:00' ) or (time(now()) > '17:00:00' and time(now()) < '22:00:00' )` - Uhrzeit zwischen 10:00 und 12:00 oder 17:00 und 22:00 Uhr

**Nur Artikel mit Bildern:** Wenn aktiv, werden nur Artikel exportiert, die Bilder enthalten.

## Freitextfelder



Hier kannst Du Freitextfelder für Deinen Export-Feed definieren. Wenn Du mit Freitextfeldern arbeiten möchtest, lies Dir parallel dazu den folgenden Artikel durch: [Freitextfeld-Verwaltung](#)

## Tipps & Tricks

### Grundpreisberechnung / Grundpreisangabe

Mit folgender Ergänzung kann der Inhalt, sowie der Grundpreis des Artikels im Produktexport aufgeführt werden:

#### Kopfzeile:

```
Grundpreis{#S#}  
Inhalt{#S#}
```

#### Template:

```
{if $$Article.referenceunit && $$Article.purchaseunit}  
{assign var="sArticleReferenceprice" value=$$Article.price/$$Article.purchaseunit*$$Article.re  
{$$Article.referenceunit} {$$Article.unit} = {$$ArticleReferenceprice|escape:"number"}{#S#}  
{$$Article.purchaseunit} {$$Article.unit}{#S#}  
else  
{#S#}{#S#}  
{/if}
```

### Ausgabe Additionaltext

Du kannst Dir auch die verschiedenen Variationen eines Konfigurator Artikel ausgegeben lassen. Damit die Variablen zur Verfügung stehen, muss die oben beschriebene Grundeinstellung **Varianten exportieren** auf **Ja** stehen.

So können die Konfigurator Variablen im Produktexport verwendet werden.

Konfigurationsvariablen	Ausgabe
<code>{\${sArticle.additionaltext}</code>	blau XL

Wenn Du Konfigurator-Artikel und Varianten exportierst, ist es sinnvoll, den Titel des Templates zu erweitern. Damit nicht mehrmals der gleiche Artikelname ausgegeben wird, empfehlen wir, dass Du die Variable **`{${sArticle.additionaltext}`** hinter dem Titel im Template hinterlegst. So kannst Du die Ausgabe **Nova Jacket blau / XL** mit folgendem Templatetext realisieren:

```
{${sArticle.name|strip_tags|strip|truncate:80:"...":true|escape|htmlentities} {${sArticle.additi
```

## Eigenschaften

Um Articleigenschaften im Feed zu übergeben, muss zuerst an gewünschter Stelle in der Kopfzeile eine neue Spalte eingefügt werden. Die Bezeichnung ist für die Funktion irrelevant.

Das Template muss dann an passender Stelle um folgenden Code erweitert werden:

```
{assign var="properties" value=${sArticle.articleID|property:${sArticle.filtergroupID}}
{foreach from=${properties} item=property}
  {if $property}
    {property.groupName|escape}: {${property.name|escape}}: {${property.value|escape}}
  {/if}
{/foreach}
```

Im Feed werden dann alle dem Artikel zugewiesenen Eigenschaften ausgegeben.

## Variantenbilder / weitere Artikelbilder

Um Variantenbilder auszugeben, kannst Du den Template-Code des Bildes im bestehenden Feed durch folgenden ersetzen:

```
{${sArticle.articleID|articleImages:${sArticle.ordernumber:2:">"|escape}}
```

Dieser Code zeigt im Feed zuerst die der Variante zugewiesenen Bilder in der zugewiesenen Thumbnailgröße (hier: 2) an und nachfolgend alle dem Artikel allgemein zugewiesenen Bilder. Welche Thumbnailgröße zur Verfügung steht, erfährst Du im Medienmanager im Punkt [Thumbnails](#).

Möchtest Du zum Beispiel nur das erste zugewiesene Bild ausgeben, kannst Du wie folgt vorgehen: In das Template muss ganz am Anfang (vor den Strip) folgender Code platziert werden:



```
{assign var="string" value=$sArticle.articleID|articleImages:$sArticle.ordernumber:2:"##"|escape}
{assign var="productVariantImage" value="##"|explode:$string}
```

Dieser Code holt sich die Artikelbilder und setzt diese in einen String, den wir später wieder bearbeiten können.

Im eigentlichen Bildabschnitt muss dann folgender Code verwendet werden:

```
{productVariantImage[0]}
```

Die 0 gibt hierbei die Bildnummer an, wobei 0 hier immer das erste Bild ist.

## Direktlink zur Variante

Einzelne Varianten können auch direkt aufgerufen werden. Hierzu muss der Parameter **?number="Artikelnummer der Variante"** an die URL des Artikels gehängt werden.

- **Beispiel für den Produktexport ohne Partner ID:**

```
{sArticle.articleID|link:$sArticle.name}{if $sArticle.additionaltext}?number={sArticle.order
```

- **Beispiel für den Produktexport mit Partner ID:**

```
{sArticle.articleID|link:$sArticle.name}{if $sArticle.additionaltext}?number={sArticle.orde
```

## Preisauflschlag im Export

Da das Template auf Smarty basiert, können hier alle bisher bekannten Kniffe aus Smarty angewandt werden, auch um die Preise zu ändern:

Manche Preissuchmaschinen vergleichen Deinen Artikelpreis im Feed mit dem auf der Detailseite und geben Dir Fehler aus, wenn diese nicht übereinstimmen.

## Prozentualer Aufschlag

Im folgenden Beispiel wird ein Aufschlag von 5% auf den Artikelpreis errechnet:

```
// Vorher:
{sArticle.price|escape:"number"}{#S#}

// Nachher:
{sArticle.price*1.05|escape:"number"}{#S#}
```

## Pauschaler Aufschlag

Hier wird ein pauschaler Aufschlag von 0,50 Einheiten einer entsprechenden Währung addiert:

```
// Vorher:
{{ $sArticle.price|escape:"number" }}{#S#}

// Nachher:
{{ $sArticle.price+0.50|escape:"number" }}{#S#}
```

## Warum werden nicht alle Artikel exportiert?

Dass Artikel nicht im Feed landen, kann mehrere Ursachen haben. Kontrolliere daher die folgenden Einstellungen:

- Prüfe, ob Du ein Limit für den Export definiert hast
- Prüfe die Filtereinstellungen
- Prüfe, ob der Server den Export stemmt. Falls Du sehr viele Artikel exportierst, kann es passieren, dass der Server in das sogenannte "memory\_limit" läuft. Falls das der Fall ist, wende Dich an Deinen Hoster, da diese Einstellung vom Server vorgegeben wird und nichts mit Shopware zu tun hat.

Wenn Du Kategorien vom Export ausschließt, schließt Du automatisch auch alle darin enthaltenen Artikel aus. **Beispiel:** Dein Artikel ist in Kategorie A und B enthalten. Wenn Du nun Kategorie B sperrst, wird der Artikel ebenfalls ausgeschlossen, auch wenn er noch in Kategorie A vorhanden ist.

## Konfiguratoroptionen in eigenen Spalten

Du kannst Konfiguratorgruppen in eigenen Spalten ausgeben, statt den Additionaltext als Ganzes auszugeben. So stellst Du sicher, dass die Beschreibung für die Preissuchmaschine passgenauer ist.

### XML Dynamisch

Dynamisch funktioniert nur, wenn es keine Konfigurationsgruppen / -optionen gibt, die mit Leerzeichen getrennt sind!

Der folgende Code muss ins Template eingefügt werden:

```
{foreach $sArticle.configurator_options as $option}
  <{{ $option@key }}>{{ $option }}</{{ $option@key }}>
{/foreach}
```

### XML Statisch

Der folgende Code muss ins Template eingefügt werden:

```
<farbe>{{ $sArticle.configurator_options['Farbe'] }}</farbe>
<groesse>{{ $sArticle.configurator_options['Größe'] }}</groesse>
```

*"Farbe" und "Größe" stehen hier exemplarisch als Beispiel und müssen gegen die eigenen Gruppennamen getauscht werden.*



## IP von Statistiken ausschließen

Hier kannst Du z.B. Deine eigene IP-Adresse hinterlegen. Besucher und Seitenzugriffe werden dann z.B. nicht mit dieser IP-Adresse in Shopware erfasst. Mehrere IP-Adressen können mit Leerzeichen oder Komma getrennt werden.

Beispiel:

192.168.0.2,192.168.0.3

## Referrer Statistikdaten

Du kannst bei der Option **Maximales Alter für Referrer Statistikdaten** einen Zeitraum hinterlegen, in welchem die alten Referrer Daten über den Aufräumen Cronjob gelöscht werden, falls dieser aktiv ist. Der Standardwert beträgt hier 90.

## Artikel-Impressions

Bei der Option **Maximales Alter für Artikel-Impressions** gibst Du einen Zeitraum an, in welchem alte Impression-Daten über den Aufräumen Cronjob, falls aktiv, gelöscht werden. Der Standardwert ist hier ebenfalls 90.

## Bot-Liste

Sollte ein Crawler Deine Seite besuchen, welcher in dieser Liste aufgeführt ist, so werden auch dabei keine Seitenzugriffe erfasst und die Bots nicht als Besucher in Shopware geführt.

In der Bot-Liste kannst Du auch weitere Bots aufnehmen. Sollte eine bestimmte Seite oder Plattform Deinen Shop crawlen, so kannst Du prüfen, unter welcher Bezeichnung dieser Crawler agiert und in der Bot-Liste mit aufnehmen. So werden auch hier keine Daten, wie Besucher oder Seitenzugriffe erfasst.

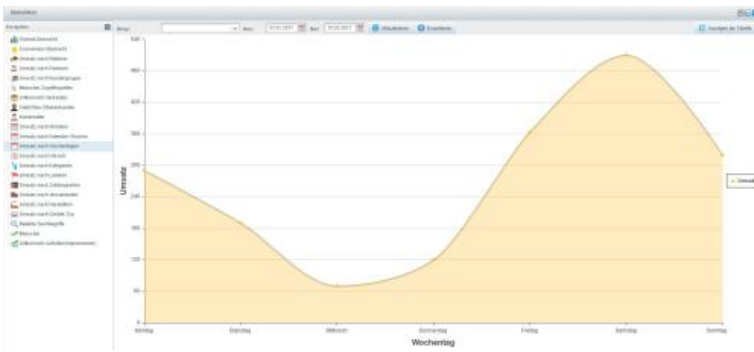
## Auswertungen

Shopware liefert viele Statistiken, die wichtige Kennzahlen des eigenen Shops aufzeigen wie z.B. Besucher, Seitenzugriffe, diversen Conversion-Rates sowie weitere gezielte Auswertungen direkt im Standard mit aus.

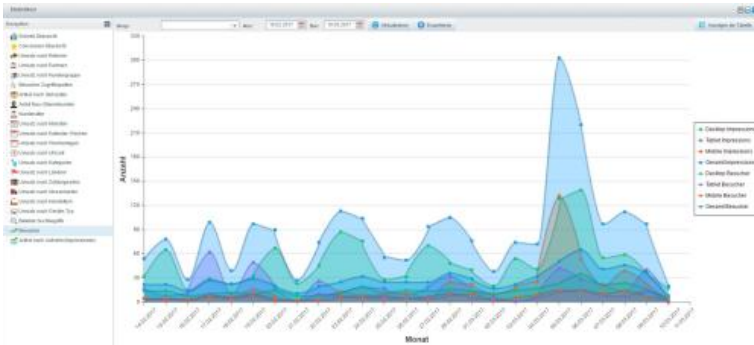
Solltest Du verschiedene Sprachen/Shops nutzen, so kannst Du an den relevanten Stellen auch auf Shop-Ebene detaillierte Informationen abrufen und diese zudem auch als CSV-Datei exportieren.

Viele tabellarische Auswertungen verfügen zusätzlich über ein Diagramm-/Statistik-Modus um die Daten visualisiert darstellen zu können.

Die Tabellen verfügen über eine Standard-Sortierung um die Daten sauber und performant ausliefern zu können. Beachte, dass diese Standard-Sortierung nicht änderbar ist.



Beispiel: Umsatz nach Wochentagen



Beispiel: Besucher

- Neue Benutzer sind Kunden, welche sich am selben Tag in dem Shop registriert haben.
- Neue Kunden sind Kunden, welche am selben Tag ihre erste Bestellung vorgenommen haben.
- Besucher sind Besucher, welche sich weder registriert noch jemals eine Bestellung vorgenommen haben.

## Berechnungen der Umsatz-Statistiken

In den Umsatz-Statistiken werden Berechnungen erstellt. Da diese meist gleich oder ähnlich arbeiten, erklären wir diese hier einmalig im Detail und verweisen in den einzelnen Statistiken nur darauf, welche Berechnung herangezogen wird.

**BERECHNUNG 1:** Summe aus "Bestellwert inkl. Versandkosten" durch den Währungsfaktor:  $SUM(\text{orders.invoice\_amount} / \text{orders.currencyFactor})$

### Nicht berücksichtigt werden:

- Bestellungen die storniert oder abgebrochen wurden
- Bestellungen ohne Rechnungsadresse
- Bestellungen ohne existierendes Rechnungsland

**BERECHNUNG 2:** Summe aus Produktpreis \* Verkaufsmenge durch den Währungsfaktor

## Die einzelnen Statistiken

### Schnell-Übersicht

Die Schnell-Übersicht eignet sich perfekt um einen schnellen Überblick über wichtige Kennzahlen des Shops zu bekommen. Pro Tag ist die Anzahl der Bestellungen, Conversion-Rate, Umsatz, Neukunden-Anzahl, Besucher sowie die Seitenaufrufe abzulesen.

**Berechnung der Conversion-Rate:**  $(\text{Anzahl der Bestellungen} / \text{Anzahl der Besucher}) * 100$

### Conversion-Übersicht

- **Abschlussrate Bestellvorgang:** Prozentsatz der erfolgreich durchgeführten Bestellungen entsprechend aller getätigten Bestellungen. **Beispiel:** 100 Checkout-Prozesse wurden von Kunden gestartet - davon 40 aber nicht abgeschlossen (wurden also abgebrochen), so beträgt die Abschlussrate 60 %

**Berechnung der Abschlussrate:**  $(\text{Anzahl Bestellungen} / (\text{Anzahl abgebr. Warenkörbe} + \text{Anzahl Bestellungen})) * 100$

- **Bestellungs-Konversionrate:** Prozentsatz der Bestellungen die pro eindeutigem Besucher getätigt wurden.

**Berechnung:**  $(\text{Anzahl Bestellungen} / \text{Anzahl eindeutiger Besucher}) * 100$

- **Abgebrochene Warenkörbe / Besucher:** Prozentsatz der abgebrochenen Warenkörbe pro eindeutigem Besucher. **Beispiel:** Wenn von 100 eindeutigen Besuchern 80 Bestellungen abgebrochen wurden erhält Du hier 80%.

**Berechnung:**  $(\text{Anzahl abgebr. Warenkörbe} / \text{Anzahl eindeutiger Besucher}) * 100$

### Umsatz nach Referrer

Zeigt an über welche Seite (Domain/Host) der Kunde auf Deine Seite gelangt ist.

- **Host:** Herkunft des Kunden (Domain/Host)
- **Bestellungen:** Anzahl der Bestellungen
- **Umsatz:** Generierter Umsatz
- **Durchschnittlicher Bestellwert:** Durchschnittlicher Bestellwert
- **Bestellungen Neukunden:** Anzahl der Bestellungen die durch Neukunden generiert wurden
- **Umsatz Neukunden:** Umsatz der durch die Neukunden generiert wurde
- **Durchschnittlicher Neukunden Bestellwert:** Durchschnittlicher Bestellwert bei Neukunden

- **Bestellungen Stammkunden:** Anzahl der Bestellungen die durch Stammkunden generiert wurden
- **Umsatz Stammkunden:** Umsatz der durch die Stammkunden generiert wurde
- **Durchschnittlicher Stammkunden Bestellwert:** Durchschnittlicher Bestellwert bei Stammkunden

Als Neukunde gilt ein Kunde, der noch keine 24h im Shop registriert ist.

## Umsatz nach Partnern

Es werden alle Umsätze aufgeführt, die über einen Partner-Tracking-Link (meinshop.de?sPartner=ID) aus dem Shopware [Partnerprogramm](#) generiert wurden.

Umsätze mit sCampaign\_\_ wurden über einen Shopware Newsletter generiert.

## Umsatz nach Kundengruppen

Hier sind alle Umsätze nach Kundengruppe aufgeschlüsselt. Es werden die getätigten Bestellungen und damit verknüpften Kundenkonten geprüft. Aufgrund des Kundenkontos ist der Rückschluss auf die jeweilige Kundengruppe möglich. Umsätze nach Kundengruppen können, sofern die Kundengruppen in mehreren Shops vorhanden sind, nicht nach Shop getrennt werden.

## Besucher Zugriffsquellen

Diese Auswertung ermöglicht die Einsicht der Zugriffsquellen auf Deinen Shop. Beispielsweise wenn der Besucher zuvor eine Suchmaschine aufgerufen hat und über das Suchergebnis dann auf den Shop gelangt ist.

Hier stehen weitere Details zur Verfügung, wie z.B. Einsicht der genauen Referer-URL sowie der genutzten Suchbegriffe.

Manche Browser(-erweiterungen) oder Betriebssysteme maskieren die Referer-URL u.U., so dass diese nicht getrackt werden können.

## Artikel nach Verkäufen

Dies stellt einen Überblick über die im gewählten Zeitraum verkauften Artikel dar. Abgebrochene oder auch stornierte Bestellungen werden nicht mit eingerechnet.

## Anteil Neu-/Stammkunden

Zeigt an wie viele Bestellungen an einem Tag eingegangen sind und wie viele davon Neu- oder Stammkunden sind.

## Kundenalter

Erlaubt die Einsicht des Kundenalters im Shops für den gewählten Zeitraum. Diese Auswertung macht natürlich nur dann Sinn, wenn Du diese Daten auch abfragst, da Kunden ohne hinterlegtes Geburtsdatum auch nicht in die Statistik fließen können.

## **Umsatz nach Monaten**

**BERECHNUNG 1** - Hier wird der Umsatz gruppiert nach Monaten angezeigt.

## **Umsatz nach Kalender-Wochen**

**BERECHNUNG 1** - Hier wird der Umsatz gruppiert nach Kalender-Wochen angezeigt.

## **Umsatz nach Wochentagen**

**BERECHNUNG 1** - Hier kann im Detail eingesehen werden, welche Wochentage im definierten Zeitraum besonders umsatzstark sind.

## **Umsatz nach Uhrzeit**

**BERECHNUNG 1** - Hier kann im Detail eingesehen werden, zu welchen Uhrzeiten der meiste Umsatz erzielt wird.

## **Umsatz nach Kategorien**

An dieser Auswertung kann der Erfolg einzelner Kategorien und ggf. dem damit verbundenen Sortiment gemessen werden. Hierbei ist zu beachten, dass die Umsätze nicht 1 zu 1 genutzt werden können, da in Shopware Artikel mehreren Kategorien zugeordnet sein können. Ist Artikel A in Kategorie B und C, so wird der Umsatz für beide Kategorien angezeigt, es findet keine detaillierte Aufteilung statt, aus welcher Kategorie der Artikel gekauft wurde.

## **Umsatz nach Ländern**

**BERECHNUNG 1** - Der Umsatz wird nach den jeweiligen Ländern der Kunden aufgeschlüsselt.

## **Umsatz nach Zahlungsarten**

**BERECHNUNG 1** - Umsatz aufgeteilt auf die jeweiligen im Shop genutzten Zahlungsarten.

## **Umsatz nach Versandarten**

**BERECHNUNG 1** - Umsatz aufgeteilt auf die jeweiligen im Shop genutzten Versandarten.

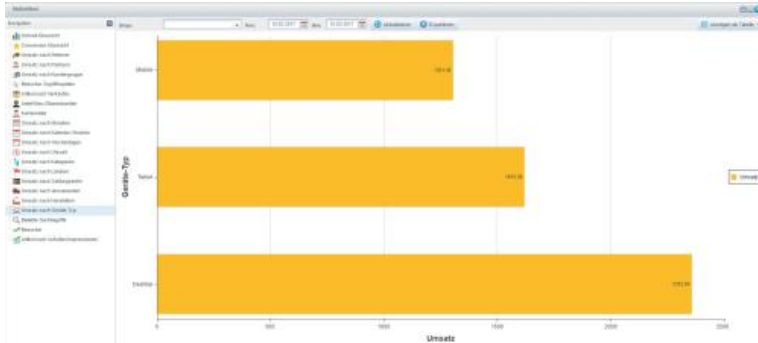
## **Umsatz nach Herstellern**



**BERECHNUNG 2** - Umsatz aufgeteilt auf die Hersteller der verkauften Artikel.

## Umsatz nach Geräte-Typ

Hier wird der Umsatz nach den Geräten erfasst.



## Beliebte Suchbegriffe

Diese Statistik liefert die erfassten Suchanfragen zurück. Erkennbar ist die Anzahl der Suchanfragen und die Anzahl der Artikel auf der Ergebnisseite. Das kann Dir helfen, Dein Sortiment besser auf die gesuchten Artikel abzustimmen.

## Besucher

Zeigt auf Tages-Ebene die Anzahl der Besucher und der jeweiligen Seitenaufrufe (Page Impressions) auf Basis des verwendeten Endgerätes an.



## Artikel nach Aufrufen

Überblick über die im gewählten Zeitraum angesehenen Artikel, auch Seitenaufrufe/Impressions. Auch hier werden die Statistiken nach den Endgeräten aufgeschlüsselt.

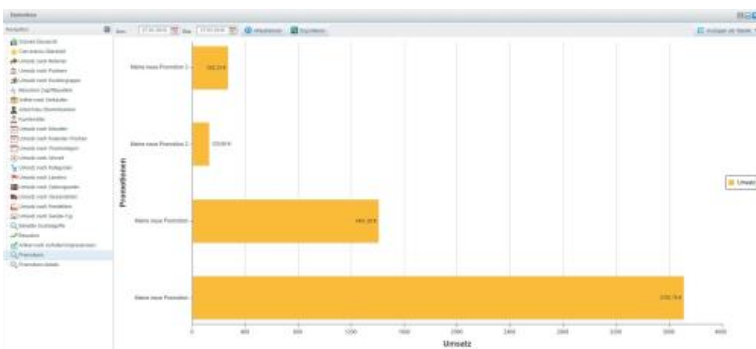
Profilname	Datum	Umsatz	Bestellungen
Profilname 1	2023-01-01	1000	50
Profilname 2	2023-01-02	2000	100
Profilname 3	2023-01-03	3000	150
Profilname 4	2023-01-04	4000	200
Profilname 5	2023-01-05	5000	250
Profilname 6	2023-01-06	6000	300
Profilname 7	2023-01-07	7000	350
Profilname 8	2023-01-08	8000	400
Profilname 9	2023-01-09	9000	450
Profilname 10	2023-01-10	10000	500

## Auswertungen des Plugins "Advanced Promotion Suite"

Wenn Du das Shopware Plugin **Advanced Promotion Suite** aktiv einsetzt, hast Du in Deinen Auswertungen zwei zusätzliche Statistiken.

- Promotions:** Zeigt die wichtigsten Informationen über Deine Promotions an. Die Werte in den Spalten 'Umsatz' und 'Bestellungen' gelten für den gesamten Zeitraum, also seit Deiner ersten Promotion.

Du kannst dir die Statistik sowohl als Diagramm als auch als Tabelle anzeigen lassen.



- Promotions details:** Zeigt zu jeder Promotion zusätzlich den Name des Kunden, die Bestellnummer sowie den Umsatz jeder einzelnen Promotion-Bestellung an.

Profilname	Kundenname	Bestellnummer	Umsatz
Profilname 1	Kunde 1	12345	1000
Profilname 2	Kunde 2	67890	2000
Profilname 3	Kunde 3	11111	3000
Profilname 4	Kunde 4	22222	4000
Profilname 5	Kunde 5	33333	5000
Profilname 6	Kunde 6	44444	6000
Profilname 7	Kunde 7	55555	7000
Profilname 8	Kunde 8	66666	8000
Profilname 9	Kunde 9	77777	9000
Profilname 10	Kunde 10	88888	10000

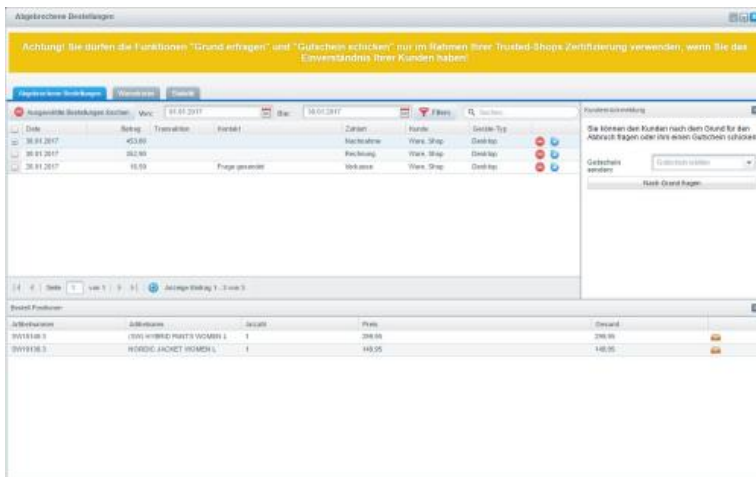
## Abbruch-Analyse

Hat sich ein Kunde registriert und eingeloggt, so entsteht ein Bezug zwischen Warenkorb und Kunde, sobald Waren in den Warenkorb gelegt werden. Sollte an dieser Stelle keine Bestellung vom Kunden durchgeführt werden, gelten solche Szenarien als abgebrochene Bestellung. Bei einer endgültig durchgeführten Bestellung werden diese Warenkorbdaten aus der Abbruch-Statistik entfernt. Die Abbruchstatistiken kannst Du unter **Marketing > Auswertungen > Abbruch-Analyse** einsehen.

Diese Bestellabbrüche können für Dich jedoch eine wichtige Informationsquelle sein. Denn interessant wäre es natürlich, an dieser Stelle etwas über den Grund für den Bestellabbruch zu erfahren. Nun ist es nicht möglich, die Entscheidung des Kunden automatisiert zu analysieren - aber wir bieten Dir hier eine Möglichkeit an, neben der Datenauswertung, den Kunden auch aktiv anzuschreiben und nach dem Grund des Abbruches zu fragen.

Ohne Zustimmung des Kunden ist die Nutzung der Funktionen "Grund erfragen" und "Gutschein schicken" in Deutschland nicht zulässig. Sprich vorab mit einem Anwalt, Rechtsberater oder sonstigen, einschlägigen Experten über die Thematik!

## Abgebrochene Bestellungen



Im Modul (**Marketing > Auswertungen > Abbruch-Analyse**) findest Du alle abgebrochenen Warenkörbe Deines Shops. Es wird Dir das Datum, der Betrag, die gewählte Zahlart, der Kunde und der Geräte-Typ angezeigt. Ein Klick auf einen der gelisteten Warenkörbe öffnet im unteren Abschnitt die Details zum Warenkorb und Du kannst Dir alle Positionen anschauen, die in den Warenkorb gelegt wurden.

Die Informationen für die Abbruch-Analyse werden aus den Datenbanktabellen "s\_order" und "s\_statistics\_currentusers" entnommen.

## Grund für den Bestellabbruch erfragen

Unter "Abgebrochene Bestellungen" hast Du die Möglichkeit, Kunden, die Bestellungen abgebrochen haben, per E-Mail nach einem Grund dafür zu fragen.

Hierfür verwendet Showpare die E-Mail-Vorlage "sCANCELEDQUESTION", die Du unter "**E-Mail-Vorlagen > System-E-Mails**" findest.

Für diese E-Mail stehen aus Datenschutzgründen keine Variablen, wie Artikelnummern, Warenkorbsummen oder sonstige Kundendaten zur Verfügung.

## Grund für den Bestellabbruch erfragen und Gutscheincode anbieten

Optional kannst Du dem Kunden mit der Anfrage auch direkt einen individuellen Gutscheincode zur Verfügung stellen. Wichtig ist, dass vorher ein individueller [Gutschein angelegt](#) und entsprechend viele Codes erzeugt wurden.

Für die Anfrage verwendet Shopware im Standard die E-Mail-Vorlage "sCANCELEDVOUCHER", die Du unter **E-Mail-Vorlagen > System-E-Mails** findest. Auch die folgende Variable, {`$$Vouchercode`}, ist in dieser Vorlage verfügbar.

## Abgebrochene Bestellungen in abgeschlossene Bestellungen umwandeln

Über das blaue "Reload"-Icon kann eine abgebrochene Bestellung in eine normale Bestellung umgewandelt werden.

Abgebrochene Bestellungen können nur dann zu regulären Bestellungen umgewandelt werden, wenn die Option [Shopware generiert Kundennummern](#) in den Grundeinstellungen aktiviert ist.

## Warenkörbe

Unter "Warenkorb" erhältst Du eine detaillierte Übersicht darüber, wann und wieviele Warenkörbe mit welchem Betrag und welchem durchschnittlichen Stückpreis vorhanden waren. Desweiteren wird ermittelt, welche Artikel wie oft in den Warenkörben vorhanden waren und an welcher Stelle die Kunden den Shop verlassen haben.

Datum	Betrag	Stückpreis	Anzahl der Warenkörbe
14.02.2017	460,00	234,47	2
14.02.2017	460,00	234,47	2

## Übersicht

Diese Statistik zeigt Dir alle Warenkörbe, die nicht zu einem Kaufabschluss geführt haben. Hierbei werden auch die Warenkörbe berücksichtigt, die ohne erfolgte Anmeldung im Shop befüllt und ohne Kaufabschluss wieder verlassen wurden.

**Betrag:** Der Wert des Betrags berechnet sich aus der Summe aller Stückpreise der im Warenkorb befindlichen Artikel, die Bestellmenge der einzelnen Artikel wird hierbei nicht berücksichtigt

**Durchschnittlicher Stückpreis:** Der Wert in dieser Spalte wird folgendermaßen berechnet: Summe aller Warenkörbe an einem Tag / Anzahl der Positionen (hierbei wird je Position immer nur ein Stück berücksichtigt, egal wie hoch die Anzahl der in den Warenkorb gelegten Artikel war).

**Anzahl der Warenkörbe:** Diese Zahl sagt Dir, wieviele abgebrochene Warenkörbe es an dem ausgewählten Tag gab.

## Artikel

In dieser Ansicht kannst Du sehen, welche Artikel in den Warenkorb gelegt wurden. Ebenso wird Dir hier angezeigt, in wievielen Warenkörben ein Artikel überhaupt vorhanden war. Der Zeitraum lässt sich durch die integrierte Filterfunktion eingrenzen.

## Ausstiegsseiten

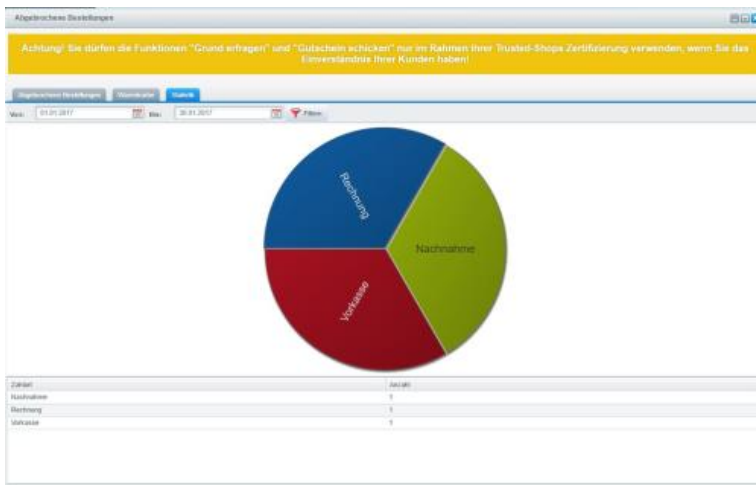
Diese Übersicht hilft Dir, festzustellen, auf welcher Seite ein Kunde war, als er Deinen Shop verlassen hat. Die Bezeichnungen der Ausstiegsseiten haben folgenden Hintergrund:

- **listing:** Der Kunde ist auf einer Kategorie-Seite/Einkaufswelt ausgestiegen
- **register:** Der Kunde ist auf der Registrierungsseite ausgestiegen
- **index:** Der Kunde ist auf der Startseite ausgestiegen
- **custom:** Der Kunde ist auf einer individuellen Shopseite ausgestiegen
- **account:** Der Kunde ist auf der Seite "Mein Konto" ausgestiegen
- **forms:** Der Kunde ist auf einer Formular Seite ausgestiegen, z.B. Kontaktformular
- **detail:** Der Kunde ist auf der Artikeldetailseite ausgestiegen
- **checkout:** Der Kunde ist auf der Checkout Seite ausgestiegen

Sollte dieses Feld leer bleiben, ist der Kunde auf einer Seite ausgestiegen, die nicht direkt zu Shopware gehört. Das könnte z.B. die Seite eines Drittanbieter-Plugins o.ä. sein

## Statistik

Unter "Statistik" kannst Du einsehen, welche Zahlungsarten von Abbrüchen betroffen waren. So können gezielt einzelne Zahlungsarten überprüft werden, bei denen es z.B. in einem bestimmten Zeitraum zu häufigen Abbrüchen kam.



## Auswertung der E-Mail-Benachrichtigung

Im Frontend können Kunden sich, bei nicht lieferbaren Artikeln per E-Mail benachrichtigen lassen. Die Statistik dieser Anfragen kannst Du unter **Marketing > Auswertungen > E-Mail-Benachrichtigung** auswerten.

Artikel mit Benachrichtigungsanfragen (1)			
Artikel	Artikelbestellnummer	Registriert	Noch nicht benachrichtigt
Hauptartikel mit...	SHV19011	1	1
		Gesamt: 1	Gesamt: 1

Kunden mit Benachrichtigungsanfragen (2)			
Registriert am	E-Mail	Name	Benachrichtigt
04.02.2021 08:55		Max Mustermann	Nein

Die Gesamtübersicht ist aufgeteilt in 2 Fenster. Links befindet sich die **Übersicht der Artikel mit Benachrichtigungsanfragen (1)** und rechts die **Übersicht der Kunden mit Benachrichtigungsanfragen (2)**, welche sich auf den in der linken Spalte ausgewählten Artikel beziehen.

## Artikel mit Benachrichtigungsanfragen

Artikel	Artikelbestellnummer	Registriert	Noch nicht benachrichtigt
Hauptartikel mit...	SW10002	1	1
Hauptartikel mit...	SW10011	1	1
		Gesamt: 2	Gesamt: 2

In dieser Spalte findest Du eine Auflistung aller Artikel, welche nicht verfügbar waren/sind. Bitte beachte, dass Artikel nur dann eine Benachrichtigungsfunktion im Frontend anzeigen, wenn die Option **E-Mail-Benachrichtigung** auf der Artikeldetailseite aktiviert wurde. Ebenso müssen die Erweiterungen **Cron** und **Notifications** im Plugin-Manager installiert und aktiviert sein.

### Erklärung der Spalten:

- **Artikel:** Artikelname
- **Artikelbestellnummer:** Artikelnummer
- **Registriert:** Gesamtanzahl aller Benachrichtigungsanfragen für diesen Artikel
- **Noch nicht benachrichtigt:** Anzahl der Benachrichtigungsanfragen, welche noch nicht verschickt wurden

Durch Klicken auf das **Kunden-Icon (1)** aktualisierst Du das **rechte Fenster (2)**. In diesem werden dann die Kunden gelistet, welche sich benachrichtigen lassen wollen, wenn der Artikel wieder verfügbar ist bzw. benachrichtigt haben lassen, als dieser wieder verfügbar war.

### Kunden mit Benachrichtigungsanfragen

Registriert am	E-Mail	Name	Benachrichtigt
04.02.2021 08:55		Max Mustermann	Nein

Hier hast Du eine detaillierte Übersicht aller Kunden, welche sich für den zuvor ausgewählten Artikel interessieren.

## Erklärung der Spalten:

- **Registriert am:** Wann hat der Kunde sich für die Benachrichtigung registriert (bzw. wann hat er den Bestätigungs-Link innerhalb der E-Mail angeklickt).
- **E-Mail:** E-Mail-Adresse des Kunden
- **Name:** Name des Kunden (nur gefüllt wenn Kunde während der Registrierung mit seinen Kundendaten angemeldet war)
- **Benachrichtigt:** Wurde der Kunde bereits benachrichtigt (Ja/Nein).

Durch Klicken auf das Kunden-Icon kannst Du sofort das entsprechende Kundenkonto aufrufen.

# Shopware BI (Business Intelligence)

## Einleitung

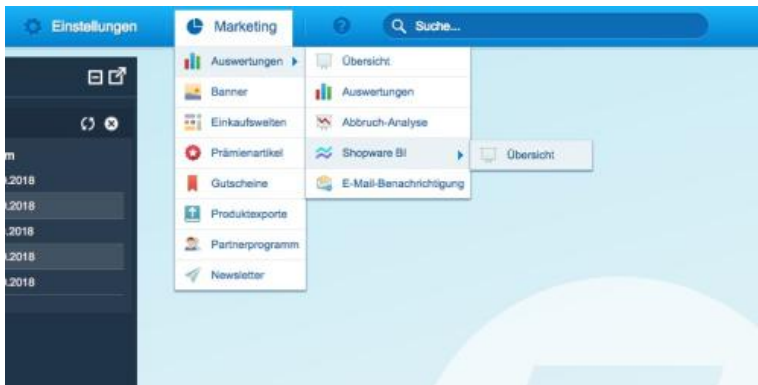
"BI" steht für Business Intelligence - mit Shopware BI möchten wir diesen Ansatz nutzen, um Dir Chancen und Möglichkeiten aufzuzeigen, wie Du Deinen Shop noch besser auf Deine Zielgruppe abstimmen und somit Conversion und Umsatz erhöhen kannst.

In Shopware BI stehen Dir mehrere Daten aus Deinem Shop und den Shops Deiner Branche bereit, in der Du Deinen Shop vergleichen kannst.

**Datenschutz** nehmen wir sehr ernst! Deine Daten werden völlig **anonym** erhoben und weiterverarbeitet. Auch die Branchendaten sind hier völlig anonym.

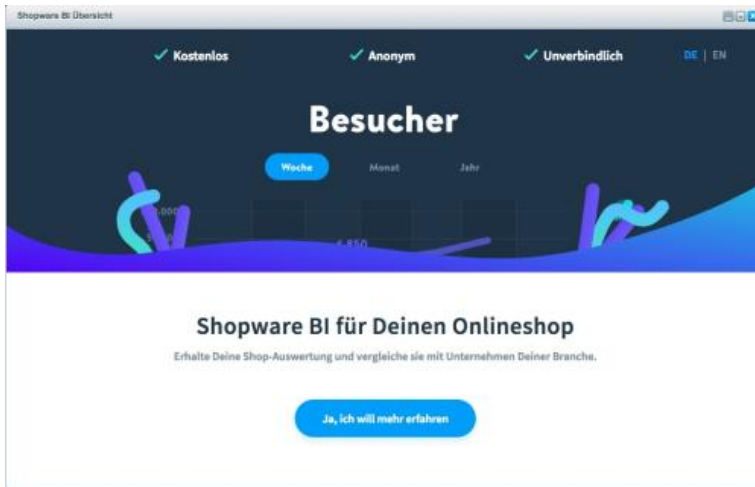
## Einrichtung

Die Einrichtung der Shopware BI kannst Du im zugehörigen Modul unter **Marketing > Auswertung > Shopware BI > Übersicht** vornehmen:

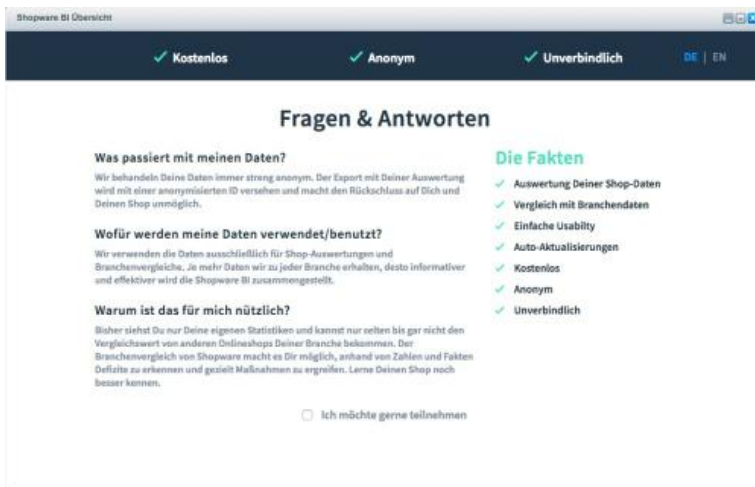




Nach Klick auf **Übersicht** öffnet sich das BI-Modul



Folge nun den Schritten bis zur Shopseinrichtung:



Klicke am jeweiligen Shop auf das "..."-Icon, um die Einstellungen für diesen Shop zu treffen:

Du kannst hier aus der Branche wählen und Deinem Geschäftsmodell (B2C und B2B).

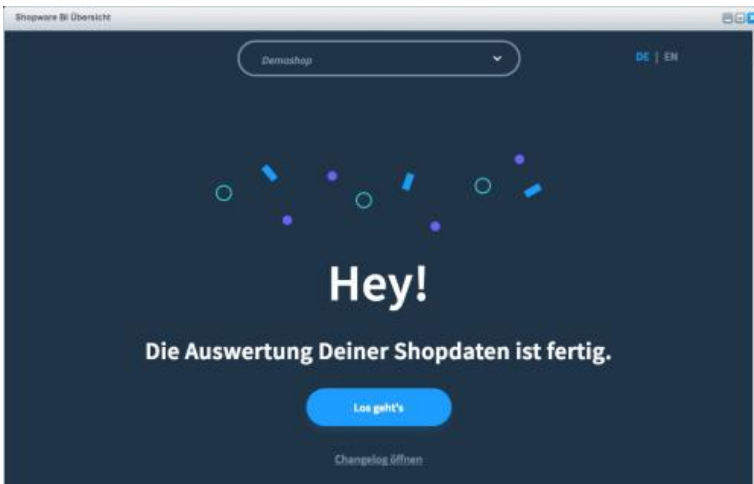
Nachdem Du alle Shops konfiguriert hast, klicke auf **Jetzt Shop-Auswahl senden**.



An dieser Stelle ist ein wenig Geduld gefragt, da Deine Daten erstmal an unsere Server gesendet werden müssen. Du kannst hier nun entweder eine Runde "Pong" spielen oder das Modul verlassen und später erneut reinschauen:



Wenn Deine Daten hochgeladen und ausgewertet wurden wirst Du im Backend über eine Growl-Message darüber informiert:



Du kannst das Modul nun direkt öffnen oder die Meldung schließen.

## Statistiken abrufen

Öffne das Modul wie gewohnt über **Marketing > Auswertungen > Shopware BI > Übersicht**. Im Dropdown oben in der Mitte findest Du Deine Shopauswahl, die Statistiken werden dann immer für den jeweiligen Shop angezeigt.



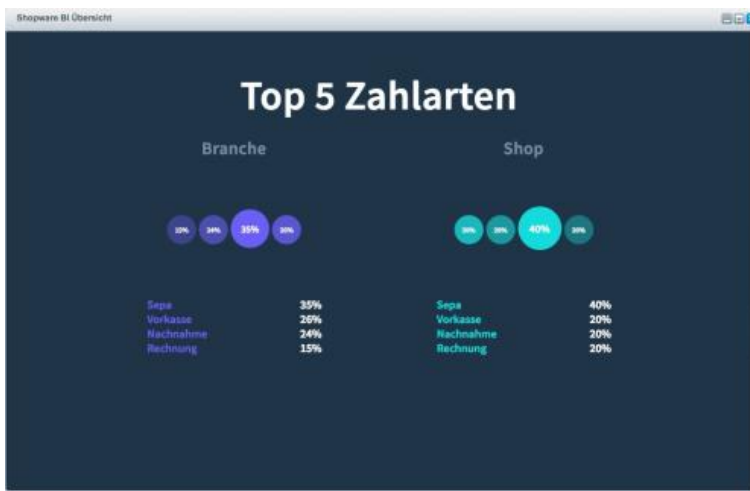
**Falls noch keine Branchendaten vorliegen**, bekommst Du das im Modul gesagt:

Du siehst dann vorerst nur Deine eigenen Daten und kannst diese noch nicht mit der Branche vergleichen. Das passiert vor allem dann, wenn noch nicht genügend Branchendaten vorliegen, um ein aussagekräftiges Ergebnis liefern zu können.

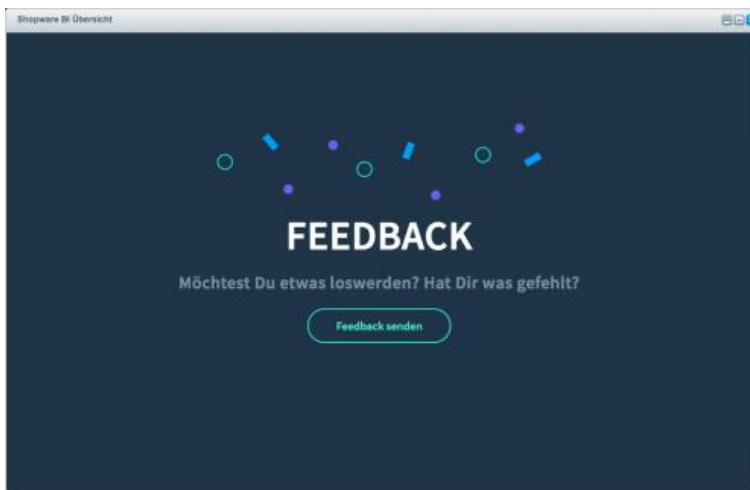
Nachfolgend kannst Du Dir die Statistiken von Shopware BI anschauen:





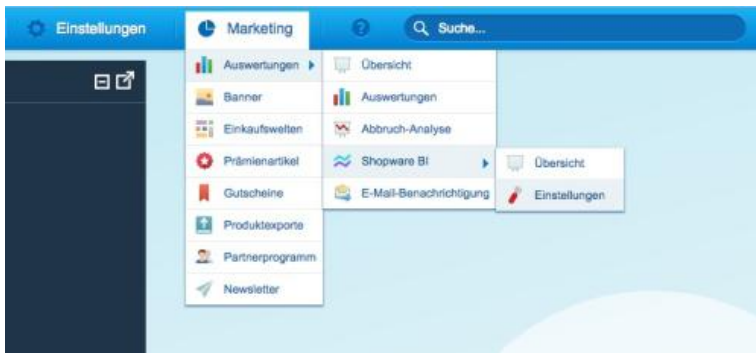


Ganz unten im Fenster hast Du noch die Möglichkeit, Feedback abzugeben:

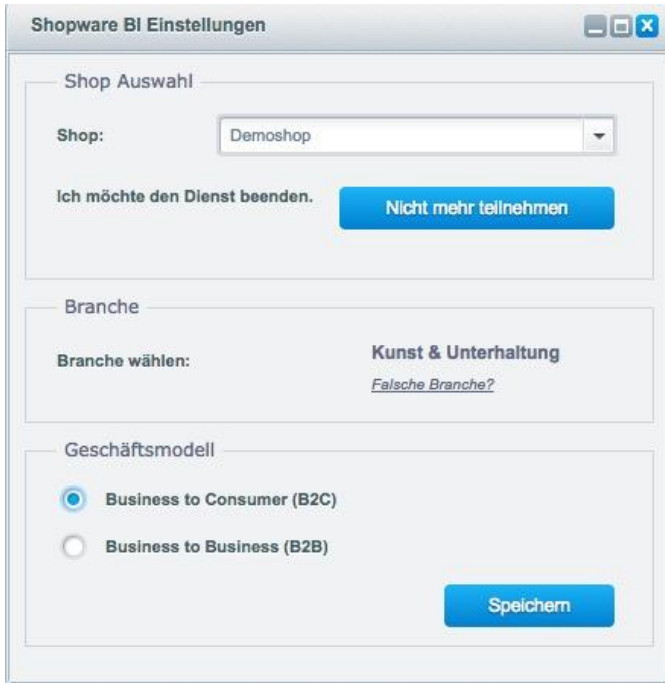


## Einstellungen

Nachdem Du Shopware BI zum ersten Mal konfiguriert hast, findest Du im Menü unter **Marketing > Auswertungen > Shopware BI > Einstellungen** die zugehörigen Einstellungen.

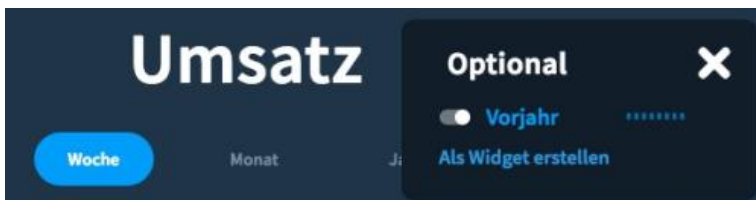


Hier kannst Du Einstellungen für Shopware BI treffen und zum Beispiel die Teilnahme stoppen, die Branche ändern oder das Geschäftsmodell ändern.



## Integration als Widget

Du kannst fast jede Statistik auch als Widget in Dein persönliches Dashboard einbinden. Öffne dazu das BI-Modul, wähle Deinen gewünschten Shop aus und klicke bei der gewünschten Statistik auf das Zahnrad-Icon:



Klicke in dem sich öffnenden Popup auf **Als Widget hinzufügen**, die Statistik erscheint dann als Widget in Deinem Dashboard:

Demoshop - Shopware BI - Umsatz ✕

Woche Monat Jahr ⚙️



Shop

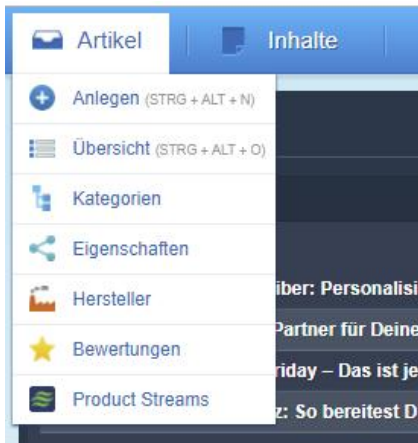
**01.10. - 07.10.**  
Zeitraum 0,00 €  
Gesamt

Tage

# Produkte & Kategorien

Bestandteil jedes Online-Shops sind natürlich die Produkte die verkauft werden. Die Einstellungen zu den Produkten und die Aufteilung dieser Produkte in einen Kategoriebaum werden in diesem Bereich der Dokumentation für Dich beschrieben.

Ebenso findest Du hier Informationen zu speziellen Artikel-Formen wie Varianten, ESD-Artikeln und den produktspezifischen Grundlagen wie Bewertungen, Filter oder Hersteller.

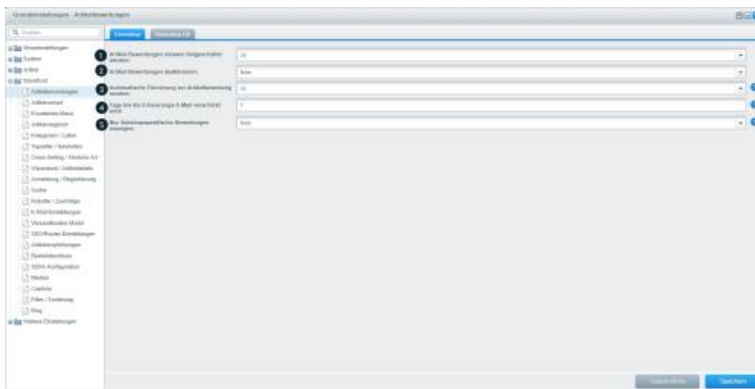


## Bewertungen

Shopware bietet Besuchern Deines Shop im Standard bereits die Möglichkeit, Artikel zu bewerten und damit erweiterte Artikel-Informationen bereitzustellen, von denen alle Kunden profitieren.

## Einstellungen

Unter **Einstellungen > Grundeinstellungen > Storefront > Artikelbewertungen** hast Du die Möglichkeit für das Bewertungssystem Einstellungen vorzunehmen.

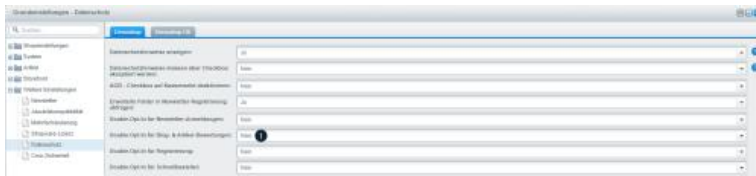




- **Artikel-Bewertungen müssen freigeschaltet werden (1):** Hier kannst Du definieren, ob die Bewertungen zuerst von Dir freigegeben werden müssen.
- **Artikel-Bewertungen deaktivieren (2):** Hier kannst Du die Bewertungen im Frontend aktivieren/deaktivieren.
- **Automatische Erinnerung zur Artikelbewertung senden (3):** Mit dieser Einstellung kannst Du steuern, ob dem Kunden eine E-Mail mit der Bitte, den gekauften Artikel zu bewerten, zugeschickt werden soll.
- **Tage bis die Erinnerungs-E-Mail verschickt wird (4):** Über diese Option kannst Du die Anzahl der Tage definieren, nach welcher Shopware den Kunden an die Artikel-Bewertung erinnern soll. Als Voraussetzung dient dabei, dass die Bestellung vor X Tagen getätigt wurde und den Bestellstatus "Komplett abgeschlossen" oder "Komplett ausgeliefert" besitzt, andernfalls wird die E-Mail nicht versendet.

Die Erinnerungs-E-Mail wird nur dann verschickt, wenn der Cronjob Artikelbewertung per E-Mail entsprechend in den Cronjob-Einstellungen konfiguriert und aktiviert wurde. Hierbei wird die E-Mail-Vorlage sARTICLECOMMENT genutzt. Der Cronjob sollte unbedingt nur einmal am Tag ausgeführt werden, da die bereits versendeten Mails sonst nochmal versendet würden! Der Cronjob prüft nicht, welche E-Mails schon versandt wurden und welche nicht!

- **Nur Subshopspezifische Bewertungen anzeigen (5):** Hier kannst Du auswählen, ob Du zu einem Artikel in jedem Shop alle Bewertungen anzeigen lassen willst oder ob Du nur die Bewertungen aus dem entsprechenden Shop anzeigen lässt. Dies funktioniert für Subshops genauso wie für Sprachshops. So kannst Du beispielsweise nur Bewertungen in der zum Shop passenden Sprache ermöglichen. Auch die Trennung von verschiedenen Shops, welche nach Außen hin keine Verbindung haben, sollen wird vereinfacht. Im Frontend werden dann sowohl die Texte im Reiter Bewertungen als auch die Berechnung der Sterne pro Shop vorgenommen.



Zudem hast Du noch unter **Einstellungen > Grundeinstellungen > Weitere Einstellungen > Datenschutz** die Möglichkeit einzustellen, ob die Double-Opt-In Funktion für Artikelbewertungen genutzt werden soll **(1)**. Wenn diese auf **Ja** steht, so muss der Kunde erst einen Link bestätigen, welcher per E-Mail an der angegebenen E-Mail Adresse verschickt wird.

## Bewertung anlegen

Beschreibung | **Bewertungen 1**

Kundenbewertungen für "Artikel mit Standard-Konfigurator"

★★★★★  
 Von: Tim Taler  
 Am: 09.02.2021  
**Schicker Rucksack, sehr funktional**  
 Toller und hübscher Rucksack, er bietet viel Platz.

**Bewertung schreiben**

⚠️ Bewertungen werden nach Überprüfung freigeschaltet.

Ihr Name:

Zusammenfassung\*

10 sehr gut

Ihre Meinung:

Bitte geben Sie die Zeichenfolge in das nachfolgende Textfeld ein:

Die mit einem \* markierten Felder sind Pflichtfelder.

Ich habe die [Datenschutzbestimmungen](#) zur Kenntnis genommen.

**Speichern**

Auf der Artikeldetailseite im Frontend findest Du einen Reiter **Bewertungen (1)**. Hier kann der Kunde bequem seine Bewertung für den Artikel einreichen.

Wenn der Kunde alle Daten korrekt ausgefüllt hat kann dieser durch den Speichern Button die Bewertung absenden. Anschließend erscheint hier eine Erfolgsmeldung sowie der Hinweis, dass der Link in der E-Mail bestätigt werden muss.

## Bewertungsmodul

Gehen wir davon aus der Kunde hat nun den Link seiner eingereichte Artikel Bewertung bestätigt, so taucht die Bewertung anschließend in dem Bewertungsmodul im Backend auf. Das Bewertungsmodul findest Du unter **Artikel > Bewertungen**.

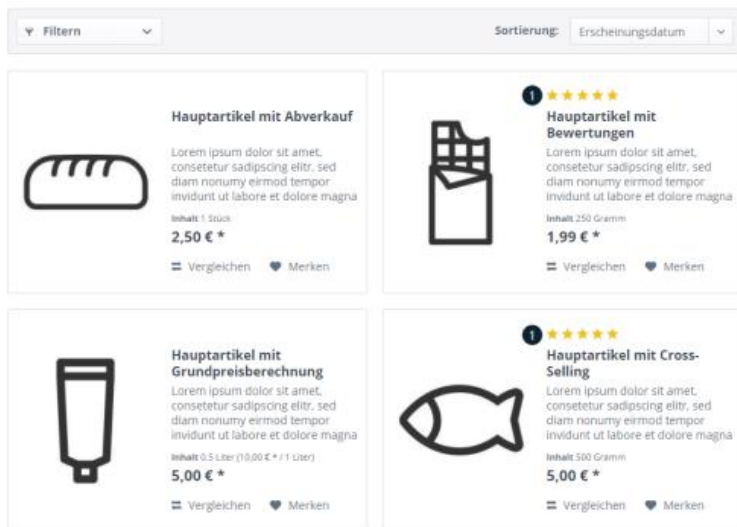
Personen	Shop	ID	Datum	Autor	Bestand	Punkte
1	Standard	1	09.02.2021	Tim Taler	Schicker Rucksack	★★★★★
2	Standard	2	09.02.2021	Tim Taler	Schicker Rucksack	★★★★★
3	Standard	3	09.02.2021	Tim Taler	Schicker Rucksack	★★★★★
4	Standard	4	09.02.2021	Tim Taler	Schicker Rucksack	★★★★★

- **Markierte Bewertungen Freigeben (1):** Hier kannst Du mehrere Bewertungen markieren und anschließend freigeben.
- **Markierte Bewertungen löschen (2):** Mit diesem Button kannst Du die vorher markierten Bewertungen löschen.

- **Filter (3):** Hier kannst Du mit Hilfe des Filters die Liste der Bewertungen gezielt eingrenzen.
- **Weitere Optionen (4):** Hier kannst Du einzelne Bewertungen freigeben, löschen oder auf die Bewertung antworten.
- **Detaillierte Informationen (5):** Hier werden Dir die Details der ausgewählten Artikel-Bewertung noch einmal in der Übersicht angezeigt.

## Darstellung im Kategorie Listing

Wenn Bewertungen für den Artikel vorhanden sind siehst Du dies anhand der **Sterne (1)**. Die Sterne werden hier je nach Durchschnittsbewertung dargestellt.



## Export der Bewertungen

Du hast die Möglichkeit, für jeden einzelnen Artikel die zugehörige Anzahl der Bewertungen sowie den Bewertungsdurchschnitt als Variable zu exportieren. Diese beiden Werte stehen Dir beim Export für z.B. Preissuchmaschinen zur Verfügung:

**{`$$Article.sVoteCount`}** = Produktbewertung Anzahl

**{`$$Article.sVoteAverage`}** = Produktbewertung Durchschnitt

## Automatische Erinnerung

Artikelbewertungen tragen maßgeblich zum Erfolg von Produkten im Shop bei, da andere Kunden auf die Bewertungen vertrauen und gut bewertete Produkte eher kaufen, als weniger gut bewertete. Mit Shopware kannst Du Deine Kunden an die Abgabe einer Bewertung erinnern, sodass Du das volle Umsatzpotential ausschöpfen kannst.

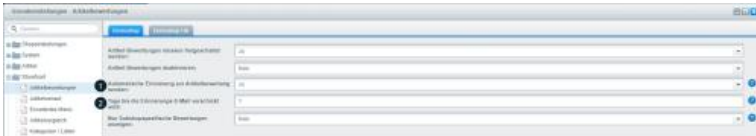
## Grundeinstellungen

Damit die Erinnerungs-E-Mail verschickt wird, musst Du diese Funktion zuerst aktivieren. Installiere dazu die folgenden Erweiterungen, falls noch nicht geschehen:

- Cron (siehe Artikel: [Cronjobs](#))
- CronRating

Danach kannst Du alle nötigen Einstellungen unter **Einstellungen > Grundeinstellungen > Storefront > Artikelbewertungen** vornehmen:

Stelle den Intervall des Bewertungs-Cronjobs auf mindestens 86400 Sekunden bzw. 24 Stunden, da Deine Kunden die Bewertungsaufforderung sonst mehrfach bekommen!



Mittels **Automatische Erinnerung zur Artikelbewertung senden (1)** aktivierst Du die Erinnerung. Unter **Tage bis die Erinnerungs-E-Mail verschickt wird (2)** legst Du fest, wie viele Tage nach der Bestellung die E-Mail versandt wird. Dabei sind 2 Dinge zu beachten:

- Die Einstellung geht immer vom Tag des Bestellabschlusses aus.
- Die Erinnerung wird nur versendet, wenn die Bestellung an diesem Tag den Status **Komplett ausgeliefert** oder **Komplett abgeschlossen** hat.

Wir empfehlen, den Wert **Tage bis die Erinnerungs-E-Mail verschickt wird** nicht unter 7 einzustellen, denn durch die gängigen Zahlungs- und Versandzeiten soll die Bewertungsaufforderung schließlich nicht zu früh beim Kunden ankommen.

## Erklärung der Logik

Wenn heute der 26.03. ist und das Feld **Tage bis die Erinnerungs-E-Mail verschickt wird** in den Grundeinstellungen den Wert 20 enthält, werden bei der Ausführung des Cronjobs alle Bestellungen überprüft, die am 06.03. getätigt wurden. Alle Bestellungen vom 06.03, die den Status **Komplett Abgeschlossen** oder **Komplett ausgeliefert** besitzen, bekommen die Bewertungs-E-Mail. Zu Testzwecken kannst Du den Wert der Tage auf 0 stellen, eine Bestellung abschließen, deren Status entsprechend anpassen und den Cronjob ausführen. Nachdem dann der Cronjob gestartet wurde, bekommen alle Kunden, die am gleichen Tag bestellt haben und den entsprechenden Status besitzen, eine E-Mail.

Der Cronjob sendet alle zu diesem Zeitpunkt fälligen Artikelbewertungsaufforderungs-E-Mails. Es wird hier nicht überprüft, ob diese bereits versendet worden sind, von daher empfehlen wir, den Cronjob nicht mehrmals nacheinander auszuführen, sonst wird die E-Mail möglicherweise mehrfach verschickt.

## E-Mail-Vorlage

Unter **Einstellungen > E-Mail-Vorlagen** kannst Du die E-Mail-Vorlage **System E-Mails > sARTICLECOMMENT** nach Deinen Wünschen anpassen. Weitere Informationen zu den E-Mail-Vorlagen findest Du im Artikel [E-Mail-Vorlagen](#).

## Verfügbare Variablen in der E-Mail

Um eine Übersicht der verfügbaren Variablen zu bekommen, kannst Du bei geöffneter E-Mail-Vorlage die Leiste auf der rechten Seite öffnen, es werden Dir dann alle verfügbaren Variablen angezeigt. Beachte, dass die Liste erst dann vollständig erscheint, wenn die E-Mail-Vorlage mindestens einmal versendet wurde.

## Tipps & Tricks

### Bewertung über ein Bewertungsportal

Du kannst diese E-Mail auch z.B. mit einem externen Bewertungsportal kombinieren, einige Portale benötigen die Daten, wie z.B. E-Mail-Adresse, in einer base64 Codierung. Dieses kann mit Shopware ebenfalls realisiert werden. Statt der regulären Variablen **{\$sUser.email}** oder **{\$sOrder.ordernumber}** können diese auch wie folgt angegeben werden **{\$sUser.email|base64\_encode}** oder **{\$sOrder.ordernumber|base64\_encode}**.

Beispiel-Link zur Verdeutlichung:

[https://www.BEWERTUNGSPORTAL.de/bewertung/bewerten\\_XXXXXXXXXXXX.html&buyerEmail={\\$sUser.email|base64\\_encode}](https://www.BEWERTUNGSPORTAL.de/bewertung/bewerten_XXXXXXXXXXXX.html&buyerEmail={$sUser.email|base64_encode})

### Probleme beim Versand der E-Mail

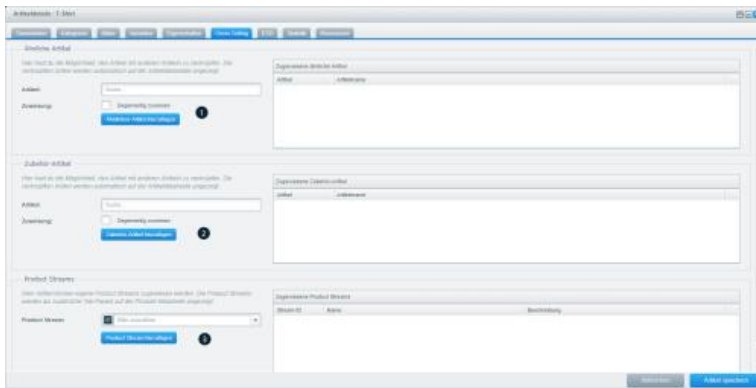
#### Falls die Funktion keine E-Mails verschickt, prüfe bitte folgende Punkte:

- Ist der Bestellstatus der Bestellung auf "*Komplett ausgeliefert*" oder "*Komplett abgeschlossen*"?
- Ist die Erweiterung "Cron" aktiviert?
- Ist die Erweiterung "CronRating" aktiviert?
- Ist der Cronjob aktiv?
- Ist der Cronjob auf dem Server korrekt konfiguriert?
- Sind die Einstellungen in den Grundeinstellungen korrekt?

## Cross-Selling

### Allgemeines

Shopware bietet Dir verschiedene Möglichkeiten weitere Artikel-Empfehlungen auf der Detailseite auszusprechen. Dies dient zum Einen dem Cross-Selling z.B. durch die Empfehlung eines passenden Zubehör-Artikels, aber auch dem Upselling. Kunden bekommen so auf der Detailseite des Artikels die passenden interessanten Inhalte angeboten um das optimale Einkaufserlebnis im Shop zu erreichen. Hierzu findest Du im Backend in den Artikelstammdaten im Reiter "Cross-Selling" die passenden Einstellmöglichkeiten.



Die Unterteilung gliedert sich hier in:

- Ähnliche Artikel **(1)**
- Zubehör Artikel **(2)**
- Product Streams **(3)**

## Ähnliche Artikel

Die ähnlichen Artikel auf der Detailseite werden im Standard anhand der Kategoriezuweisung ermittelt. Du hast neben dieser automatischen Ermittlung auch die Möglichkeit, eine manuelle Zuweisung vorzunehmen. Dies empfiehlt sich, wenn Du gezieltes Upselling für definierte Produkte betreiben möchtest oder einfach auf ein ähnliches Produkt gezielt hinweisen willst.

### Definition im Backend



- **Artikel (1):** Bei diesem Feld handelt es sich um eine Artikelsuche. Dort kannst Du die Artikelnummer oder Bezeichnung für den Artikel eintragen, den Du diesem Artikel zuweisen möchtest.
- **Zuweisung - Gegenseitig zuweisen (2):** Hier kann definiert werden, ob der ähnliche Artikel nur beim aktuell geöffneten Artikel angezeigt wird oder auch im Artikel den Du hier einträgst.
- **Zuweisung - Ähnlichen-Artikel hinzufügen (3):** Dieser Button bestätigt das Hinzufügen eines neuen ähnlichen Artikels mit den zuvor definierten Eigenschaften.
- **Zugewiesene ähnliche Artikel (4):** In dieser Übersicht werden alle dem Artikel zugewiesenen ähnlichen Artikel aufgelistet.

## Anzeige im Frontend



Die ähnlichen Artikel werden unterhalb der Produktbeschreibung als Tab neben "Kunden haben sich ebenfalls angesehen" angezeigt.

## Einstellungen

In den Grundeinstellungen unter *Storefront* > *Cross-Selling* / *Ähnliche Artikel* kannst du folgende Einstellungen definieren:

- **Anzahl automatisch ermittelter, ähnlicher Artikel (Detailseite):** Auf der Detailseite werden standardmäßig 3 ähnliche Artikel vorgeschlagen. Der Minimalwert für die automatische Ermittlung beträgt 1. Hierbei werden generell Artikel aus der gleichen Kategorie vorgeschlagen.

## Zubehör Artikel

Die Zubehör-Artikel werden nicht automatisch generiert. Hier kannst Du festlegen, welche anderen Artikel als Zubehör bei Deinem Artikel gelistet werden sollen.

## Definition im Backend



Diese Funktion verhält sich identisch zu oben beschriebenen Feldern bei "Ähnliche Artikel".

## Anzeige im Frontend



## Product-Streams

Um weitere Up- und Cross-Selling Möglichkeiten auf der Detailseite zu implementieren, können auch Product-Streams genutzt werden, die dann ebenso in einem Slider erscheinen. Ähnlich dem "Zubehör Artikel-Reiter" wird der Reiter der Product-Streams auch nur auf der Detailseite angezeigt, wenn dieser befüllt ist.

## Definition im Backend



Wähle mittels Dropdown den gewünschten Product-Stream und klicke auf "*Product-Stream hinzufügen*". Beachte, dass das gegenseitige Zuweisen hier nicht funktioniert.

## Anzeige im Frontend



Die Product-Streams werden im Frontend als neuer Reiter neben Zubehör und Ähnliche Artikel angezeigt. Der Name des Product-Streams wird dabei als Name für den Reiter genutzt.

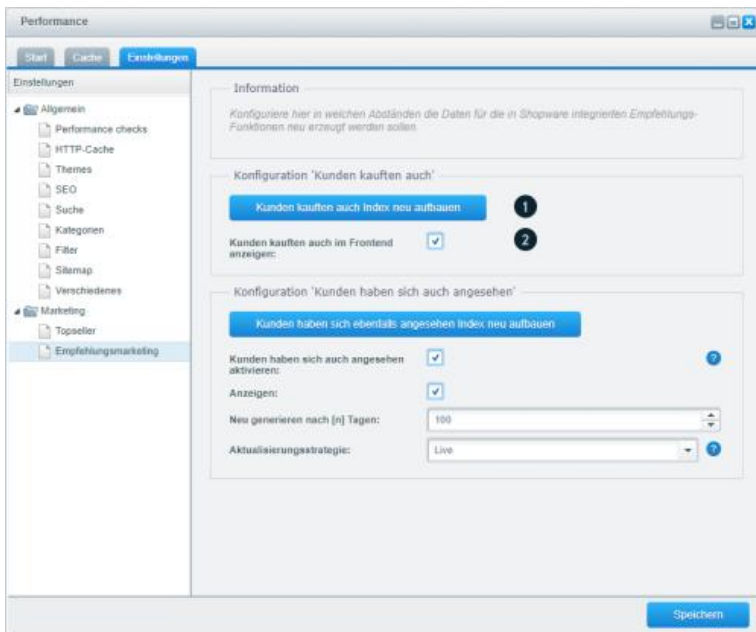
## Weitere Einstellungen

Neben den Cross-Selling Möglichkeiten in den Artikelstamdaten gibt es noch weitere Upselling und Cross-Selling Möglichkeiten, die der Shop anhand der generierten Statistiken wie Bestellungen, Impressionen uvm. generiert. Die wichtigsten Einstellungen für die hier beschriebenen Funktionen erreichst Du über das [Performance-Modul](#), welches per Klick auf den Menüpunkt *Einstellungen > Caches/Performance* erreicht werden kann.

## Kunden kauften auch

## Einstellungen im Backend





Im [Performance-Modul](#) im Bereich Empfehlungsmarketing bieten sich die folgenden beiden Möglichkeiten:

- **Kunden kaufen auch Index neu aufbauen (1):** Mit diesem Button kannst Du den Index neu erzeugen.
- **Kunden kaufen auch im Frontend anzeigen (2):** Hier definierst Du, ob der Slider im Frontend angezeigt werden soll. Darüber hinaus findest Du unter *Einstellungen > Grundeinstellungen > Storefront > Cross-Selling / Ähnliche Artikel* folgende Einstellmöglichkeit: **Anzahl Kunden kaufen auch Artikel Cross-Selling** - Bestimmt die Anzahl der Artikel, die dem Kunden automatisch im Cross-Selling vorgeschlagen werden, hierzu werden die Warenkörbe erfolgreicher Bestellungen ausgewertet.

## Anzeige im Frontend

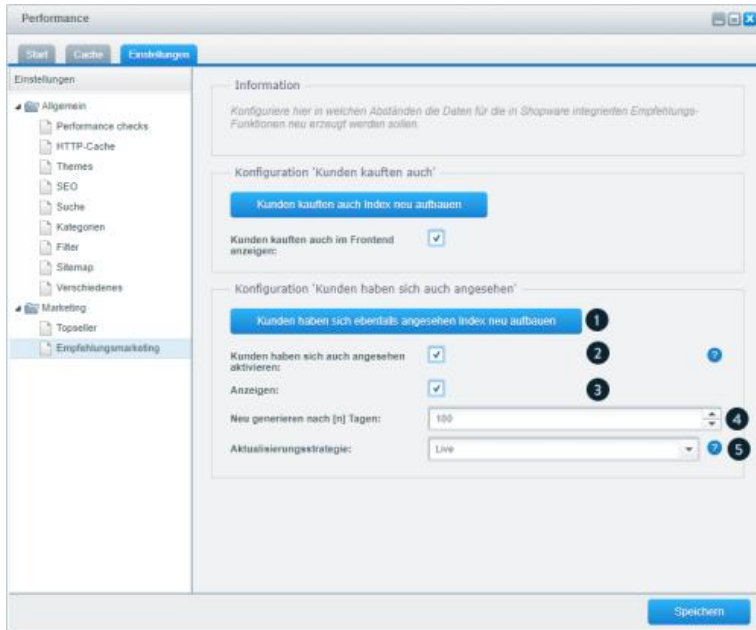


Diese Funktion wird ebenfalls, wie auch alle anderen Cross-Selling Funktionen, direkt auf der Detailseite neben den ähnlichen Artikeln angezeigt.

## Kunden haben sich ebenfalls angesehen

Diese Funktion wird anhand der gesammelten Daten aus "zuletzt angesehen" generiert und zeigt Artikel als Empfehlung direkt auf der Detailseite an.

## Einstellungen im Backend



Im [Performance-Modul](#) hast Du im Standard folgende Einstellungsmöglichkeiten:

- **Kunden haben sich ebenfalls angesehen Index neu aufbauen (1):** Mit diesem Button kannst Du den Index für "Kunden haben sich ebenfalls angesehen" manuell neu aufbauen. Das ist beispielsweise sinnig, wenn Du die Aktualisierungsstrategie auf "manuell" gestellt hast.
- **Kunden haben sich auch angesehen aktivieren (2):** Hier kannst Du die Erfassung der statistischen Daten bei einem Bestellabschluss (de-)aktivieren.
- **Anzeigen (3):** Diese Einstellung legt fest, ob "Kunden haben sich ebenfalls angesehen" im Frontend angezeigt werden soll.
- **Neu generieren nach "n" Tagen (4):** Anhand dieser Einstellung wird definiert, wie lange der Index gültig ist, also in welchem Zeitabstand ein Eintrag aus dem Index gelöscht werden soll. Alle Einträge, die älter sind als der definierte Wert, werden beim Aufruf des Cronjobs "Aufräumen" aus der Datenbank gelöscht.
- **Aktualisierungsstrategie (5):** Hier kannst Du definieren, wie der Index erzeugt werden soll. Wir empfehlen die Einstellung Cronjob zu nutzen um unnötige Last bei einem Seitenaufruf zu vermeiden und solche Prozesse auf einen Zeitpunkt auszulagern, in der der Shop wenig besucht wird. Die Einstellung "Live" erzeugt den Index pro Seitenaufruf.

## Anzeige im Frontend

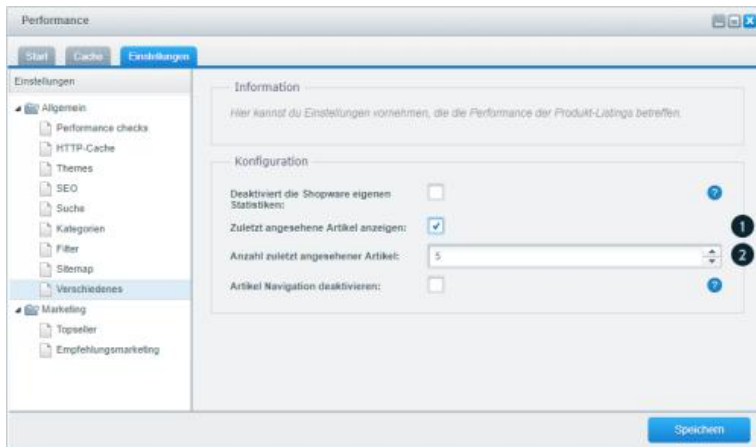


Die "Kunden haben sich ebenfalls angesehen"-Artikel werden auf der Detailseite neben den ähnlichen Artikeln angezeigt. Zudem fließen diese Daten in die Recommendation-Engine mit ein, die beispielsweise Empfehlungen im "In den Warenkorb"-Popup anzeigt. Das Popup wird jedoch nur angezeigt, wenn der "OffCanvas-Warenkorb" im [Theme-Manager](#) deaktiviert ist.

## Zuletzt Angesehen

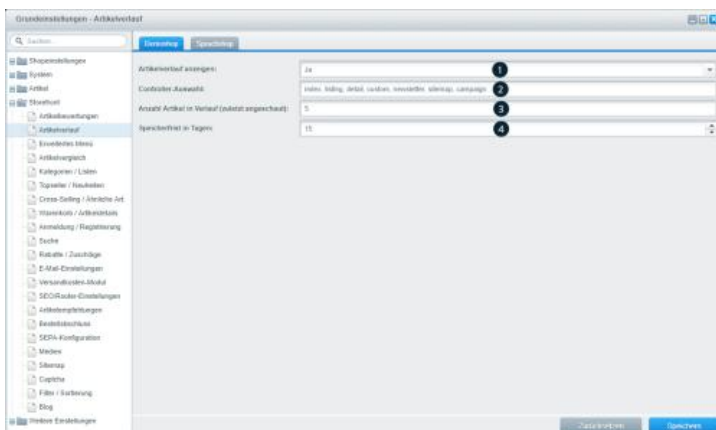
Die zuletzt angesehenen Artikel werden im Browser des Besuchers abgelegt und daher nicht von Shopware gecached. Zum einen dient der Artikelverlauf dem Kunden als Stütze um schnell wieder auf einen Artikel, den er zuvor geöffnet hat, zurück zu kehren und zum anderen auch, um genug statistische Inhalte für den "Kunden haben sich ebenfalls angesehen"-Slider zu sammeln.

## Einstellungen im Backend



Auch hier findest Du die Einstellungen direkt im [Performance-Modul](#) im Bereich "Verschiedenes". Dort kannst Du die folgenden Einstellungen definieren:

- **Zuletzt angesehene Artikel anzeigen (1):** Mit Hilfe dieser Einstellung kannst Du die zuletzt angesehenen Artikel im Frontend deaktivieren.
- **Anzahl zuletzt angesehener Artikel (2):** Hier kannst Du definieren, wie viele Produkte im Artikelverlauf gespeichert werden. Dies ist beispielsweise nötig, wenn Du die Anzeige im Frontend per Templateanpassung anpasst. Die Standardeinstellung ist 5.



Darüber hinaus findest Du in den **Grundeinstellungen** noch weitere Konfigurationsmöglichkeiten:

- **Artikelverlauf anzeigen (1):** Diese Einstellung verhält sich 1:1 wie die oben beschriebene "Zuletzt angesehene Artikel anzeigen". Du kannst damit die Anzeige im Frontend (de-)aktivieren.
- **Controller-Auswahl (2):** Hier kannst Du definieren, auf welchen Seiten die zuletzt angesehenen Artikel angezeigt werden sollen. Die vordefinierten Controller sind: index (Startseite), listing (Kategorieseite), detail (Detailseite), custom (Shopseiten), newsletter (Newsletter), sitemap (Sitemap) und campaign (Einkaufswelten).
- **Anzahl Artikel in Verlauf (zuletzt angeschaut) (3):** Hier definierst Du, wie auch oben im Performance-Modul, wie viele Artikel im Verlauf angezeigt werden, der Standard ist 5.
- **Speicherfrist in Tagen (4):** Die Speicherfrist in Tagen gibt an, wie lange die zuletzt angesehenen Artikel in der Datenbank gespeichert werden sollen. Dies wird speziell für die Recommendation-Engine benutzt - im speziellen für **Kunden haben sich ebenfalls angesehen**

## Anzeige im Frontend



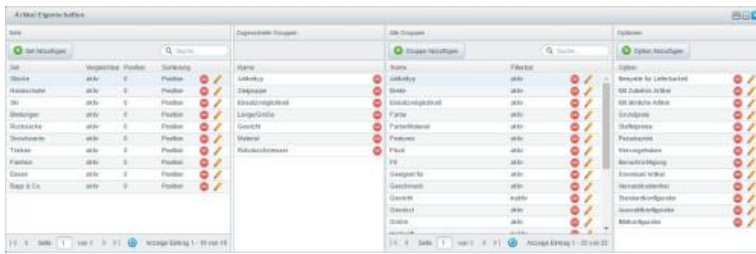
Die zuletzt angesehenen Artikel werden im Kategorielisting, der Artikeldetailseite und eine Reihe weiterer Seiten direkt unterhalb des Content-Bereichs angezeigt. Auf der Detailseite ist dies beispielsweise unterhalb der ähnlichen Artikel, im Listing unterhalb des Kategorielistings.

## Eigenschaften / Filter

Eigenschaften sind Unterschiede und Ausprägungen eines Artikels. Zum Beispiel können die Farbe, das Material, Form, Typ etc. Eigenschaften eines Artikels sein. Diese Eigenschaften sind, wenn sie definiert wurden, im Frontend filterbar und bieten Deinen Kunden einen enormen Mehrwert.

Sucht Dein Kunde beispielsweise ein rotes T-Shirt, kann er, sofern Du die Eigenschaften deiner Artikel pflegst, im Listing nach dem Typ "T-Shirt" und/oder der Farbe "Rot" filtern und bekommt alle Artikel angezeigt, welche die Eigenschaft "Rot" und/oder "T-Shirt" besitzen. Die gezielte Suche wird somit für Deine Kunden einfacher, intuitiver und liefert noch öfter die gerade passenden Produkte. Wie Du Eigenschaften konfigurierst und pflegst, erklären wir Dir in diesem Artikel.

## Das Modul



Das Modul gliedert sich in 4 Bereiche auf: die Sets **(1)**, Zugeordnete Gruppen **(2)**, Alle Gruppen **(3)** und die Optionen **(4)**.

Unter "Alle Gruppen" findest Du alle von Dir erstellten und verfügbaren Eigenschaftsgruppen. Das könnten zum Beispiel *Farbe*, *Größe* oder *Geschmacksrichtung* sein. Unter "Optionen" findest Du alle möglichen (definierten) Werte für die jeweilige Gruppe. Für die Eigenschaft "Größe" also *S*, *M*, *L*, *XL* usw. Unter "Sets" findest Du alle von Dir erstellten Sets, klickst du auf ein Set, findest Du unter "Zugeordnete Gruppen" die Gruppen, die Du diesem Set zugeordnet hast.

Ein Set kann ganz beliebig aufgebaut sein. Im Beispiel haben wir die Sets nach Artikelgruppen unterteilt. Da diese zumeist die gleichen oder sehr ähnliche Gruppen verwenden, was die Zuweisung später vereinfacht. **Beachte**, dass eine Gruppe zwar in beliebig vielen Sets enthalten sein kann, aber für einen Artikel immer nur ein Set ausgewählt werden kann. In diesem Set müssen also alle benötigten Gruppen und Werte verfügbar sein.

## Sets erstellen

Klicke links im Modul auf "Set *hinzufügen*", vergib einen Namen für Dein neues Set (z.B. "Bekleidung") und setze die weiteren Optionen:

- **Vergleichbar:** Diese Option bestimmt, ob das Set im Artikelvergleich im Frontend zu sehen sein soll oder nicht.
- **Position:** Dies bestimmt die Position des Sets, für den Fall dass mehrere Sets untereinander sortiert werden, wie zum Beispiel im Listing.
- **Sortierung:** Diese Option bestimmt die Art der Sortierung der im Set enthaltenen Gruppen. Z.B. nach Alphabet, numerisch oder nach Position (manuelle Sortierung in "Zugeordnete Gruppen" per Drag and Drop).

Sets

[+ Set hinzufügen](#)

Set	Vergleichbar	Position	Sortierung
Stöcke	aktiv	0	Position
Handschuhe	aktiv	0	Position
Ski	aktiv	0	Position
Bindungen	aktiv	0	Position
Rucksäcke	aktiv	0	Position
Snowboards	aktiv	0	Position
Trinken	aktiv	0	Position
Fashion	aktiv	0	Position
Essen	aktiv	0	Position
Bags & Co.	aktiv	0	Position

Seite  von 1 Anzeige Eintrag 1 - 10 von 10

Sets

[+ Set hinzufügen](#)

Set	Vergleichbar	Position	Sortierung
Stöcke	aktiv	0	Position
Handschuhe	aktiv	0	Position
Ski	aktiv	0	Position
Bindungen	aktiv	0	Position
Rucksäcke	aktiv	0	Position
Snowboards	aktiv	0	Position
Trinken	aktiv	0	Position
Fashion	aktiv	0	Position
Essen	aktiv	0	Position
Bags & Co.	aktiv	0	Position

Seite  von 1 Anzeige Eintrag 1 - 10 von 10

Klicke dann auf "Aktualisieren", um das neue Set zu speichern.

Um bei einem Artikel Eigenschaften zu setzen, kannst Du immer nur ein Set auswählen, stelle also sicher, dass Dein Set alle für die Artikel nötigen Gruppen beinhaltet.

## Gruppen erstellen

Um eine Gruppe zu erstellen, klicke im Modul auf den Button "Gruppe hinzufügen" und gib danach den gewünschten Namen (z.B. "Farbe" oder "Größe") an und ob die Gruppe später im Frontend filterbar sein soll:

Alle Gruppen

Name	Filterbar		
Artikeltyp	aktiv		
Breite	aktiv		
Einsatzmöglichkeit	aktiv		
Farbe	aktiv		
Farbe/Material	aktiv		
Features	aktiv		
Fisch	aktiv		
Fit	aktiv		
Geeignet für	aktiv		
Geschmack	aktiv		
Gewicht	inaktiv		
Gewürzt	aktiv		
Größe	aktiv		
Herkunft	inaktiv		

Seite 1 von 1 Anzeige Eintrag 1 - 22 von 22

Alle Gruppen

Name	Filterbar		
Gewürzt	aktiv		
Größe	aktiv		
Herkunft	inaktiv		
Inhalt	aktiv		
Länge/Größe	aktiv		
Material	aktiv		
Rohrdurchmesser	aktiv		
Volumen	aktiv		
Wärmelevel	aktiv		
Zielgruppe	aktiv		
Zutaten	aktiv		





Seite 1 von 1 Anzeige Eintrag 1 - 22 von 22

Klicke dann auf "Aktualisieren", um die neue Gruppe zu speichern.



## Optionen erstellen

Um Optionen zu erstellen, klicke die gewünschte Gruppe an, auf der rechten Seite aktualisiert sich dann der Bereich "Optionen". Klicke nun auf "Optionen hinzufügen" und trage in dem neu erscheinenden Feld Deinen gewünschten Wert ein, für Farbe also z.B. "Rot":

The image shows two screenshots of a web interface for managing options. The top screenshot shows a list of options with a '+ Option hinzufügen' button. The bottom screenshot shows the same list with an input field and 'Aktualisieren' and 'Abbrechen' buttons.

Optionen	
+ Option hinzufügen	
Option	
Weiß	 
Gelb	 
Orange	 
Rot	 
Pink	 
Adria	 
Blau	 
Royal	 
Apfel	 
Grün	 
Grau	 
Schwarz	 

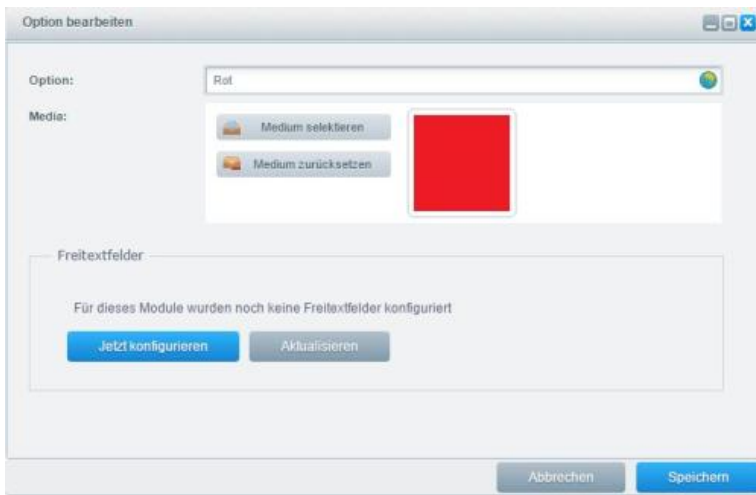
  

Optionen	
+ Option hinzufügen	
Option	
Weiß	 
Gelb	 
Orange	 
Rot	 
Pink	 
Adria	 
Blau	 
Royal	 
Apfel	 
Grün	 
Grau	 
Schwarz	 

Klicke dann auf "Aktualisieren", um die neue Option zu speichern.

Nachdem Du die Option erstellt hast, kannst Du sie mit Klick auf den Stift editieren und zu der Option auch ein Bild hinzufügen, das später im Frontend im Filterpanel dargestellt wird:

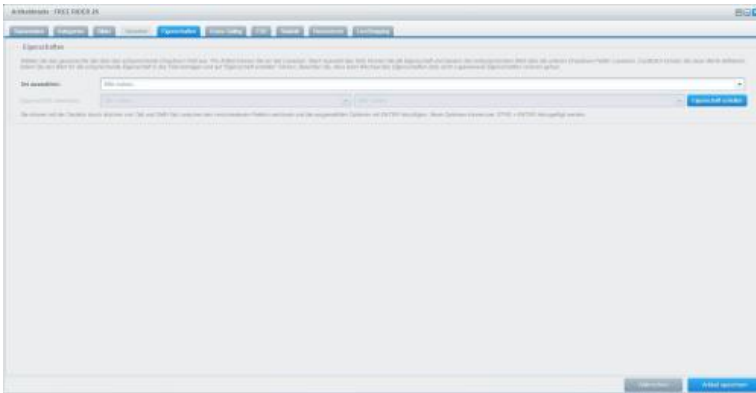




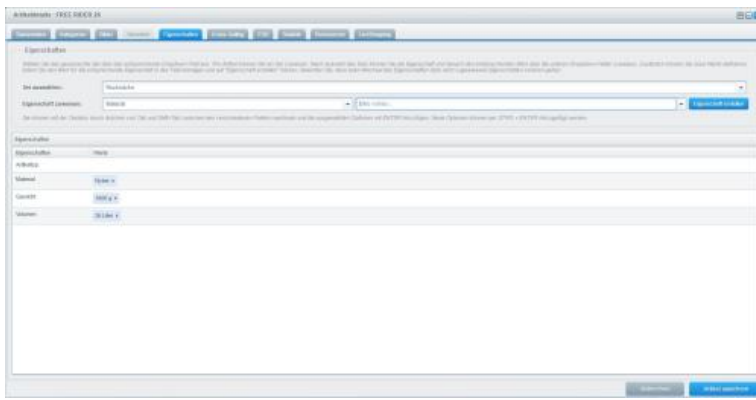
## Gruppen einem Set zuweisen

Um eine Gruppe einem Set zuzuweisen, so dass Du diese auch im Artikel pflegen kannst, markiere zuerst das Set auf der linken Seite (z.B. "Bekleidung"), der Bereich "*Zugeordnete Gruppen*" wird darauf aktiv. Ziehe nun die gewünschte Gruppe (z.B. "Farbe" oder "Größe") per Drag and Drop in den Bereich "*Zugeordnete Gruppen*", die Gruppe ist nun dem Set zugeordnet.

## Artikeln Eigenschaften zuweisen



In der Artikelansicht kannst Du dem Artikel, über den gleichnamigen Tab, Eigenschaften zuweisen. Wenn der Artikel bisher keine Eigenschaften besaß, sieht der Tab wie im Screenshot oben aus. Wähle nun das Set (z.B. Bekleidung) aus, dessen Eigenschaften du dem Artikel zuweisen willst. Danach wird das Eingabefeld für die Gruppe und die gesamte Eigenschaftenübersicht für dieses Set (weiter unten) aktiv. Wähle hier die gewünschte Gruppe (z.B. Farbe) aus. Nachdem Du die Gruppe ausgewählt hast, wird wiederum das Feld für die Optionen aktiv, wähle hier die gewünschte Option (z.B. Rot) aus, die Eigenschaft wird Dir unten in der Übersicht angezeigt. Speichere den Artikel, damit auch die zugewiesenen Eigenschaften gespeichert werden. Im Ergebnis sieht das dann wie folgt aus:



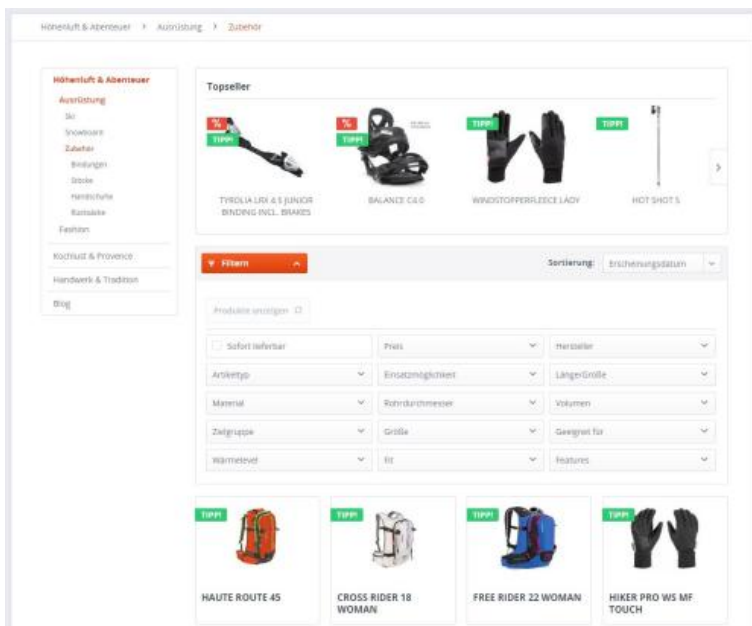
Beim Zuweisen von Eigenschaften kannst Du auch per Tastatur navigieren. Um ein Feld weiter zu springen, drücke "Tab", um ein Feld zurück zu springen, drücke "Shift"+"Tab". Zur Navigation kannst Du die Pfeiltasten benutzen, zur Eingabe bzw. Bestätigung kannst Du die Entertaste nutzen.

## Ansicht im Frontend

Eigenschaften werden natürlich auch im Frontend genutzt, und zwar im wesentlichen im Listing, auf der Detailseite und im Artikelvergleich.

## Listing

Im Listing werden Eigenschaften zur Filterung verwendet. Dein Kunde kann hiermit innerhalb einer Kategorie die Artikel nach den gewünschten Eigenschaften filtern. Falls bei den Optionen Bilder hinterlegt wurden, werden diese hier angezeigt, was gerade für Farben sinnvoll ist. Anbei ein Beispiel der Filtermöglichkeiten mittels Eigenschaften:



Dein Kunde kann hier die jeweiligen Eigenschaften auswählen und das Listing entsprechend filtern:

Filtern Sortierung: Erscheinungsdatum

Race Fit
  Pro Fit
  Alle Filter zurücksetzen

Produkte anzeigen

Sofort lieferbar
 Preis 
 Hersteller

Artikeltyp 
 Einsatzmöglichkeit 
 Länge/Größe

Material 
 Rohrdurchmesser 
 Volumen

Zielgruppe 
 Größe 
 Geeignet für

Wärmelevel 
 Fit 
 Features


Race Fit

Pro Fit

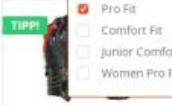
Comfort Fit

Junior Comfort Fit


Women Pro Fit



**Griffin Slide S GTX**



**Worldcup Race Titanium S Speed**



**Worldcup Race Titanium S Lobster**

## Detailseite

Auf der Detailseite findest Du die zugeordneten Eigenschaften unterhalb der Artikelbeschreibung:

Beschreibung Bewertungen

**Produktinformationen "Worldcup Race Titanium S Lobster"**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu.

In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper nisi. Aenean vulputate eleifend tellus. Aenean leo ligula, porttitor eu, consequat vitae, eleifend ac, enim. Aliquam lorem ante, dapibus in, viverra quis, feugiat a, tellus.




Phasellus viverra nulla ut metus varius laoreet. Quisque rutrum. Aenean imperdiet. Etiam ultricies nisi vel augue. Curabitur ullamcorper ultricies nisi. Nam eget dui. Etiam rhoncus. Maecenas tempus, tellus eget condimentum rhoncus, sem quam semper libero, sit amet adipiscing sem neque sed ipsum. Nam quam nunc, blandit vel, luctus pulvinar, hendrerit id, lorem. Maecenas nec odio et ante tincidunt tempus. Donec vitae sapien ut libero venenatis faucibus. Nullam quis ante. Etiam sit amet orci eget eros faucibus tincidunt. Duis leo. Sed fringilla mauris sit amet nibh. Donec sodales sagittis magna. Sed consequat, leo eget bibendit sodales, augue vel cursus nunc.

Artikeltyp:	Mit Zubehör Artikel, Pseudopreis, Bildkonfigurator
Länge/Größe:	8,5, 7,0, 7,5, 8,0, 8,5, 9,0, 9,5, 10,0, 10,5, 11,0
Zielgruppe:	Unisex
Wärmelevel:	Extra Warm
Einsatzmöglichkeit:	Ski
Material:	Premium Goatskin, Ceramic Shell, Neoprene
Fit:	Race Fit
Features:	Pro Glide Zone, Pro Grip Zone

**Weiterführende Links zu "Worldcup Race Titanium S Lobster"**  
[> Fragen zum Artikel?](#)  
[> Weitere Artikel von L&L](#)

## Artikelvergleich

Im Artikelvergleich werden neben den Basisdaten der Artikel auch die Eigenschaften ausgegeben:

Vergleichen			
Bild			
Name	Worldcup Race Titanium S Lobster <a href="#">Zum Produkt &gt;</a>	Worldcup Race Titanium S Speed System <a href="#">Zum Produkt &gt;</a>	Griffin Slide S GTX <a href="#">Zum Produkt &gt;</a>
Bewertung			
Beschreibung	Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor...	Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor...	Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor...
Preis	499,95 € * <b>189,95 € *</b>	<b>199,95 € *</b>	<b>149,95 € *</b>
Artikeltyp:	Mit Zubehör-Artikel, Pseudopres, Bildkonfigurator	Mit Zubehör-Artikel, Hervorgehoben, Bildkonfigurator	Mit Zubehör-Artikel, Beispiele für Lieferbarkeit, Auswahlkonfigurator
Länge/Größe:	6,5, 7,0, 7,5, 8,0, 8,5, 9,0, 9,5, 10,0, 10,5, 11,0	6,5, 7,0, 7,5, 8,0, 8,5, 9,0, 9,5, 10,0, 10,5, 11,0	6,5, 7,0, 7,5, 8,0, 8,5, 9,0, 9,5, 10,0, 10,5, 11,0
Zielgruppe:	Unisex	Unisex	Unisex
Wärmelevel:	Extra Warm	Extra Warm	Extra Warm
Einsatzmöglichkeit:	Ski	Ski	Ski

## Tipps & Tricks

### Umgang mit vielen Gruppen / Optionen

Solltest Du viele Gruppen / Optionen pflegen, so stelle bitte sicher, dass auf dem Server oder Hosting-Paket die MySQL-Option "*optimizer\_search\_depth*" auf "0" gesetzt ist.

## ESD

Electronic Software Distribution (ESD) hilft Dir bei dem Vertrieb von reinen Software Produkten. Diese Produkte werden online bestellt, bezahlt und zum Download bereitgestellt. Neben Software können auch andere digitale Artikel, wie E-Books, Musik (mp3), Videos, Computerspiele, etc. auf ESD-Basis angeboten werden.

## Einstellungen und Konfiguration

Unter **Grundeinstellungen > Artikel > ESD** kannst Du die Einstellungen bzgl. der ESD-Artikel pflegen.



Für die Methoden X-Sendfile und X-Accel sind Einrichtung und Konfiguration des Servers / der Module notwendig. Traust Du Dir dies nicht zu oder bist Dir hier unsicher, kontaktiere bitte Deinen Hoster. Falsche Einrichtung oder Fehler in der Konfiguration können zur Nichterreichbarkeit des Servers führen!

## Sofortdownloads im Account anzeigen

Wähle aus, ob Deine Kunden im **Account einen Bereich Sofortdownloads (5)** angezeigt bekommen sollen. Hier erhalten die Kunden Zugriff auf Ihre gekauften Downloads. Wird der Bereich Sofortdownloads nicht aktiviert, können die Kunden die Dateien über den Link aus der E-Mail-Bestätigung herunterladen.

## Zahlungsarten für ESD-Verkäufe freischalten

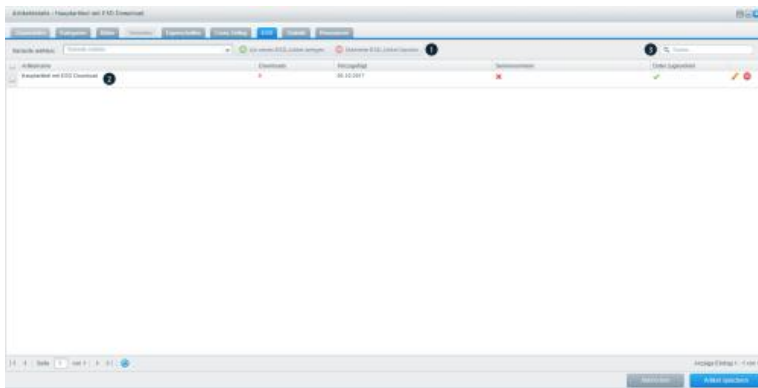
ESD-Artikel sind nur kaufbar, wenn die Zahlarten in Deinem Shop dafür freigeschaltet sind. Um dies zu konfigurieren, aktiviere in der von Dir gewünschten Zahlart "Aktiv für ESD-Produkte". Das macht vor allem für Zahlarten Sinn, die die Zahlung direkt abschließen (z.B.: PayPal), damit Dein Kunde direkt nach Kaufabschluss Zugriff auf die Daten hat.

Informationen zur Konfiguration der Zahlungsarten findest Du [hier](#).

## ESD-Artikel anbieten

### Übersicht

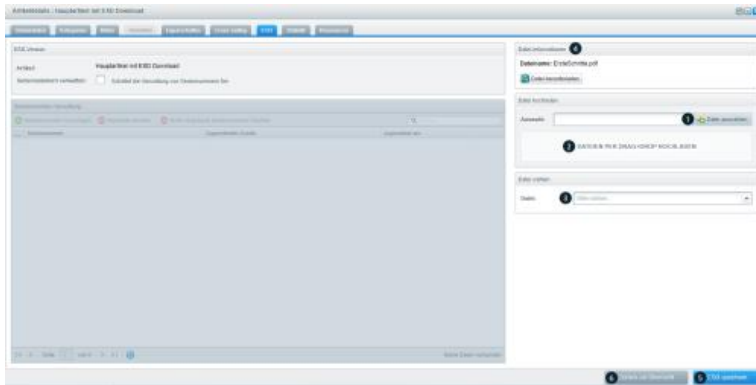
Damit Du den Artikel überhaupt als ESD-Artikel definieren kannst, musst Du zuerst einen Artikel ganz normal über den Menüpunkt **Artikel > Neu** anlegen und speichern. Wechsel nachfolgend in den Artikeldetails auf den Reiter **ESD (1)**. Die Übersicht zur Erstellung eines ESD-Artikels ist wie folgt strukturiert:



Im oberen Bereich findet sich die Leiste, in der vorhandene Varianten als neue ESD-Artikel angelegt oder vorhandene gelöscht werden können **(1)**. Im Bereich darunter werden die bereits vorhandenen ESD-Artikel aufgelistet **(2)**. Hier kannst Du zusätzlich einsehen, wie viele Downloads bereits erfolgt sind, wann der ESD-Artikel hinzugefügt wurde und ob bereits Seriennummern oder eine Datei zum Artikel hinzugefügt wurden. Zudem kannst Du hier Deinen ausgewählten ESD-Artikel bearbeiten oder löschen. Über die Suche **(3)** kannst Du bereits vorhandene ESD-Artikel schnell wiederfinden.

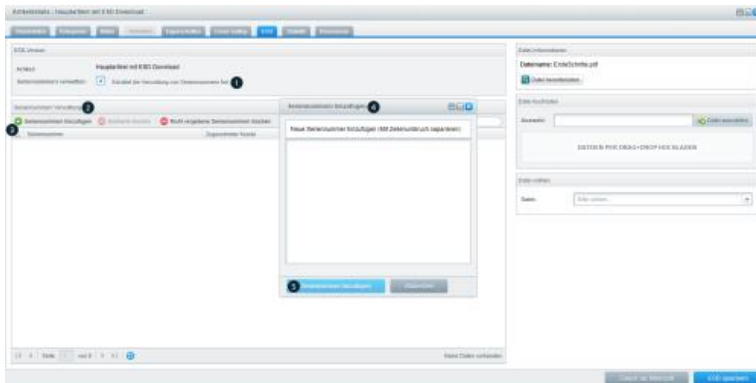
## Erstellen und bearbeiten des ESD-Artikels

Zuerst wählst Du in der ESD-Maske unter **Variante wählen** den Artikel bzw. die Variante aus und klickst nachfolgend auf **Als neuen ESD-Artikel anlegen**. Der Artikel ist anschließend zur Verknüpfung mit einer Datei vorbereitet und kann bearbeitet werden. Wenn Du den so erstellten ESD-Artikel zur Bearbeitung öffnest, findest Du die folgende Ansicht vor:



Sofern sich die benötigte Datei noch nicht in dem ESD-Verzeichnis auf Deinem Server befindet, kannst Du über den Button **Datei auswählen (1)** eine neue Datei hochladen. Alternativ kannst Du (je nach Browser) eine Datei per Drag & Drop hochladen. Ziehe bitte in diesem Fall die Datei einfach in das schraffierte **Drag & Drop Feld (2)**. Beachte hier bitte das "upload\_max\_filesize" Deines Servers, wenn dies kleiner ist als die Datei, die Du hochladen willst, wird der Upload abbrechen. In dem Block **Datei wählen (3)** kannst Du nun die benötigte Datei von Deinem Server auswählen und verknüpfen. Falls die Datei bereits auf Deinem Server vorhanden ist, so kann dieser Eintrag über das Pulldown-Menü ausgewählt werden. Sobald die Datei mit dem Artikel verknüpft ist, wird diese im Block **Datei-Informationen (4)** angezeigt, hier kannst Du die Datei auch herunterladen. Nachfolgend klickst Du auf **ESD speichern (5)** um die Änderungen zu übernehmen. Über den Button **Zurück zur Übersicht (6)** direkt neben dem Speichern-Button gelangst Du zurück zur Gesamtübersicht der ESD-Artikel.

## Seriennummer(n) erstellen und verknüpfen

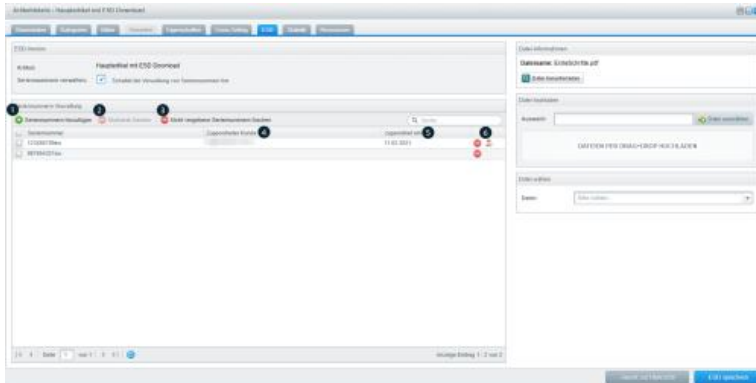


Nachdem Du eine Variante als ESD-Artikel definiert hast, kannst Du diesen nun mit einer Seriennummer versehen. Klicke auf die Checkbox neben dem Satz **Seriennummern verwalten (1)**, damit wird die **Seriennummern Verwaltung (2)** aktiviert. Klicke nun auf **Seriennummern hinzufügen**, es öffnet sich nachfolgend ein Pop-Up Fenster, in welchem Du die **Seriennummer(n) hinzufügen (4)** kannst. Gib in diesem Fenster die Seriennummer ein und speichere diese durch klicken auf den Button **Seriennummern hinzufügen (5)** ab.

## Übersicht über die Seriennummer(n)

Abschließend eine Erklärung der Oberfläche der Seriennummern Verwaltung.

- **Seriennummer hinzufügen (1)** - öffnet das Fenster zur Erstellung der Seriennummern
- **Markierte löschen (2)** - löscht Seriennummern, welche die Checkbox in der 1. Spalte aktiv haben
- **Nicht vergebene Seriennummern löschen (3)** - löscht alle Seriennummern, welche keinem Kunden zugeordnet sind
- **Zugeordneter Kunden (4)** - zeigt die E-Mail des Käufers
- **Zugeordnet am (5)** - zeigt das Bestelldatum
- **Seriennummer löschen / Kundenkonto öffnen (6)** - das erste Icon löscht die Seriennummer - Durch Klick auf das 2. Icon wechselst Du direkt in das Kundenkonto des Käufers



Bitte beachte, dass selbst bei nicht mehr vorhandenen Seriennummern der Artikel weiterhin bestellbar bleibt. Du kannst im Backend einstellen, wann Du eine E-Mail mit dem Hinweis auf nicht mehr vorhandenen Seriennummern bekommen sollst.

## Große Dateien auf dem FTP-Server ablegen

Je nach Serverkonfiguration kann es durchaus vorkommen, dass ein bestimmtes Limit des Uploads erreicht werden kann. Dies kann an der hochzuladenden Größe der Datei liegen, aber auch an der benötigten Zeit. Somit bricht der Vorgang nach einiger Zeit im Backend ab. Um dies zu umgehen, kannst Du größere Dateien einfach über einen FTP-Client in den definierten Ordner hochladen. Der Ordner auf dem FTP-Server befindet sich unter **/files/ESD-KEY**. Die Datei wird via php ausgeliefert - somit wird die URL umgeschrieben und ist im Frontend niemals als Direktlink sichtbar.

## ESD-Artikel im Frontend

In der Storefront wird der Artikel aufgrund der Verknüpfung zu einem Download direkt als **Sofortdownload (1)** markiert.



0,99 € \*

Inhalt: 1 Stück

inkl. MwSt. zzgl. Versandkosten

• Versandkostenfreie Lieferung!

• Als Sofortdownload verfügbar

1

Vergleichen  Merken  Bewerten

Artikel-Nr.: SW10003

Wenn es sich bei einem Artikel um einen ESD-Artikel handelt, wird ein entsprechender Hinweis im Bereich "AGB und Widerrufsbelehrung" des Checkouts hinzugefügt.

AGB und Widerrufsbelehrung

Bitte beachten Sie bei Ihrer Bestellung auch unsere [Widerrufsbelehrung](#).

Ich habe die [AGB](#) Ihres Shops gelesen und bin mit deren Geltung einverstanden.

Ja, ich möchte sofort Zugang zu dem digitalen Inhalt und weiß, dass mein Widerrufsrecht mit dem Zugang erlischt.

## ESD-Artikel im Kundenkonto

Der Download-Artikel sowie die Seriennummer stehen nach erfolgreichem Checkout und bei entsprechend gesetztem Zahlstatus (siehe Freischaltung bei Zahlart) sofort unter **Mein Konto > Meine Sofortdownloads** zur Verfügung. Es macht also Sinn, für ESD-Produkte ausschließlich Zahlungsarten anzubieten, welche einen Zahlungseingang nach erfolgreichem Checkout garantieren (z.B. Paypal), damit der Kunde auch direkt nach dem Checkout Zugriff auf seine Daten erhält.

Kundenkonto > Meine Sofortdownloads

Hi, Max

Übersicht  
Persönliche Daten  
Adressen  
Zahlungsmethoden  
Bestellungen  
**Sofortdownloads**  
Merkmale  
Nicht Max?  
Abmelden

### Downloads

Hier finden Sie Ihre Sofortdownloads nach Datum sortiert.

Datum	Artikel	Download
11.02.2021 10:35:00	Hauptartikel mit ESD Download Ihre Seriennummer: 123456789sw	<input type="button" value="Downloaden"/>

Seite 1 von 1

## Musik-Album als ESD-Artikel verkaufen

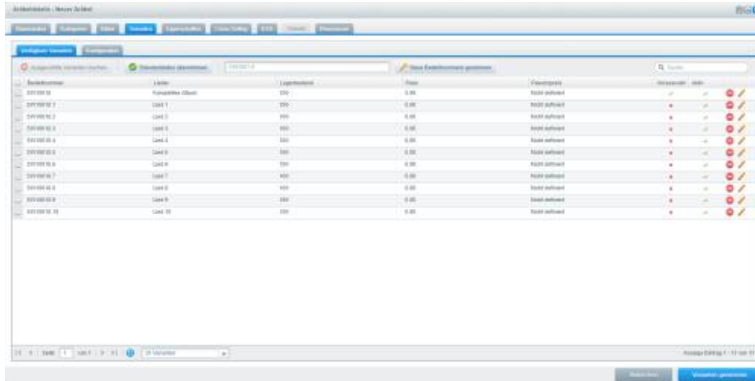
Im nachfolgenden Beispiel zeigen wir Dir, wie Du einen ESD-Artikel beispielsweise als Album verkaufen kannst und so die vollen Möglichkeiten der ESD-Funktion nutzt.

### Schritt 1: Anlegen eines normalen Artikels

Damit Du den Artikel überhaupt als ESD-Artikel definieren kannst, musst Du zuerst einen Artikel ganz normal über den Menüpunkt *Artikel > Neu* anlegen und speichern. Da Du ein komplettes Album sowie auch einzelne Titel des Albums verkaufen möchtest, aktivierst Du zusätzlich die Option *Variantenartikel* und erstellst entsprechende Varianten. Eine Variante für das komplette Album und je eine Variante für je einen Titel.

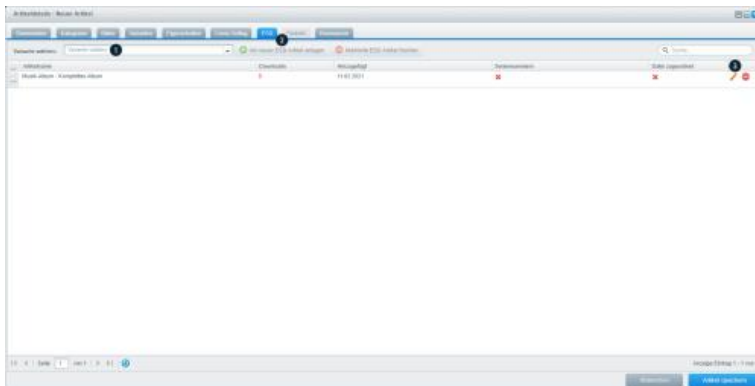
## Schritt 2: Varianten erstellen

Bevor Du nun in den Reiter *ESD* wechselst, musst Du die Varianten erstellen. Diese Varianten kannst Du auch mit jeweils einem anderen Preis hinterlegen. Nach dem Erstellen der Varianten kannst Du nun in den Reiter *ESD* wechseln.



## Schritt 3: Varianten mit ESD-Artikel verknüpfen

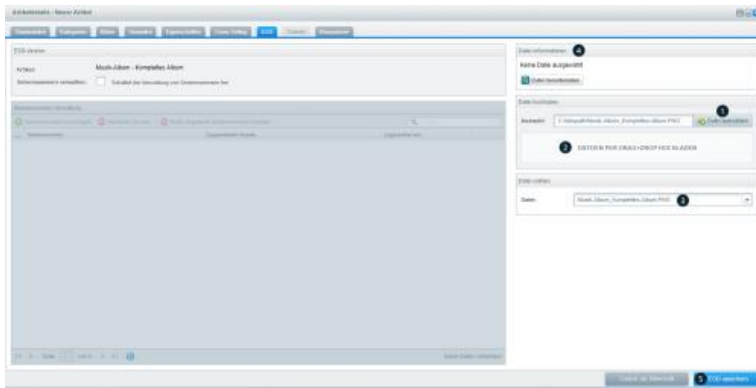
Wähle nun über das **Drop-Down-Menü (1)** die jeweilige Variante aus und lege danach einen neuen **ESD-Artikel für die Variante (2)** an. Bitte beachte, dass hier nur Varianten zur Auswahl stehen, welche noch keinem ESD-Artikel zugewiesen sind. Nachdem die Variante für die Verknüpfung mit einer Datei vorbereitet wurde, kannst Du über den **Bearbeiten-Button (3)** die Detailmaske für die Datei-Informationen öffnen.



## Schritt 4: Datei mit Variante verknüpfen

Sofern sich die Datei noch nicht in dem ESD-Verzeichnis auf Deinem Server befindet, klicke nun auf den Button **Datei auswählen (1)**. Alternativ kannst Du (je nach Browser) eine Datei per Drag & Drop hochladen. Ziehe in diesem Fall die Datei einfach in das schraffierte **Drag & Drop Feld (2)**. In dem Block **Datei wählen (3)** kannst Du nun die benötigte Datei von Deinem Server auswählen und mit der Variante

verknüpfen. Falls ein Download bereits auf Deinem Server vorhanden ist, so kann dieser Eintrag über das Pulldown-Menü ausgewählt werden. Sobald die Datei mit der Variante verknüpft ist, wird diese im Block **Datei-Informationen (4)** angezeigt. Klicke nachfolgend auf **ESD speichern (5)**. Über den Button **Zurück zur Übersicht** direkt neben dem Speichern-Button gelangst Du zurück zur Gesamtübersicht.



## Schritt 5: ESD-Artikel in den Warenkorb legen

In der Storefront kann der Kunde per Drop-Down-Menü eine Auswahl eines Titels oder des gesamten Albums tätigen. Der jeweilige Variantenartikel wird aufgrund der Verknüpfung zu einem ESD-Artikel direkt als Sofortdownload markiert.

Musik-Album



## Schritt 6: Datei herunterladen

Der Download-Artikel steht sofort nach erfolgreichem Checkout unter **Mein Konto > Meine Sofortdownloads** zur Verfügung. Es macht also Sinn, für ESD-Produkte ausschließlich Zahlungsarten anzubieten, welche einen Zahlungseingang nach erfolgreichem Checkout garantieren (z.B. Paypal).

# Grundkonfiguration Produkte

## Preiseinheiten

Über die Verwaltung der Preiseinheiten lassen sich individuelle Verkaufs-/ Maßeinheiten festlegen. **Einstellungen > Grundeinstellungen > Artikel > Preiseinheiten**

Klicke auf **Hinzufügen**, um eine neue Einheit zu erstellen. Bei **Name:** gibst Du die Bezeichnung ein, die im Frontend für den Kunden zu sehen ist, z.B. **ml** für Milliliter. Für die Einheit:, den dazugehörigen Namen, in diesem Fall Milliliter. Anschließend speicherst Du die Änderungen und leerst den Cache.

Damit die Einheit auch angezeigt wird, muss sie im Artikel als Maßeinheit hinterlegt werden. **Artikel > Übersicht / Anlegen > Artikeldetails** hier scrollst Du runter bis zu den **Grundpreisberechnungen** und wählst als Maßeinheit die erstellte Einheit. Jetzt noch den Artikel speichern und den Cache leeren. Der Artikel sollte nun im Frontend mit der gewünschten Maßeinheit angezeigt werden.

## Preisgruppen

Triff hier die Einstellungen für die Artikel-Preisgruppen, die Du in den Artikeldetails auswählen und aktivieren kannst.

Wenn Du eine Preisgruppe bearbeitest bzw. eine neue über die Schaltfläche *Hinzufügen* anlegst, hast Du die Möglichkeit für bestimmte Stückzahlen den einzelnen Kundengruppen prozentuale Rabatte zu gewähren.

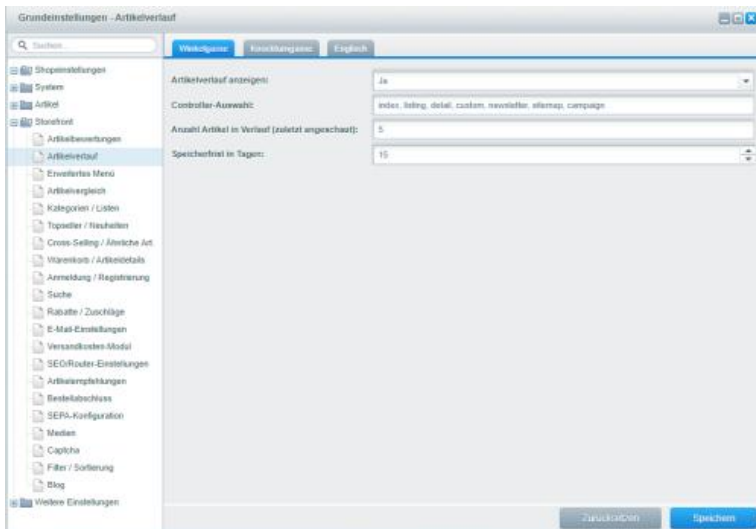
### Anwendungsbeispiel:

In dem Beispiel würde die Kundengruppe "Shopkunden" ab einer Artikelanzahl von 10 einen Rabatt von 5% erhalten. Bei einer Artikelanzahl von 20 dann 10% Rabatt.

Bitte beachte, dass Staffelpreise in Artikeln nicht mehr greifen, wenn eine Preisgruppe aktiv ist. Hier kann es zu falschen Listen-Preisen kommen, da beide Funktionen nicht miteinander kompatibel sind!

## Artikelverlauf

In diesem Einstellungspunkt definierst Du die Ansicht der Funktion "**zuletzt angeschaute Artikel**"



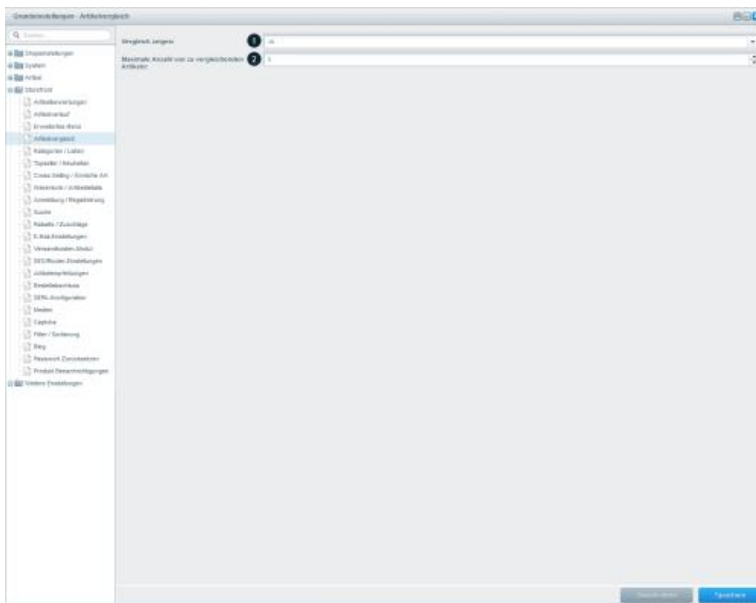
- **Artikelverlauf anzeigen:** Blendet die Ansicht der zuletzt angeschauten Artikel ein oder aus
- **Controller-Auswahl:** (für Entwickler) Auf welchen Shopware Controllern steht im Frontend diese Funktion zur Verfügung
- **Vorschaubild-Größe:** Definiere hier, welche Thumbnailgröße für das Artikelbild genutzt werden soll. (Standard: 2)
- **Anzahl Artikel in Verlauf:** Die Anzahl der max. sichtbaren Artikel, die zuletzt angeschaut wurden (Standard: 5)
- **Speicherfrist in Tagen:** Speicherdauer der zuletzt angeschauten Artikel. Ältere Einträge werden gelöscht (Standard: 15)

Der Verlauf wird in der Datenbank-Tabelle s\_emarketing\_lastarticles gespeichert. Dort wird auch der Pfad zum Vorschaubild gespeichert. Das bedeutet, wenn in diesen Einstellungen die Thumbnailgröße geändert wird, dieses nur Auswirkung auf eine neue Session / neue Artikel hat.

## Artikelvergleich

Der Artikelvergleich ermöglicht es dem Shopkunden, mehrere Artikel miteinander zu vergleichen, um so das passende Produkt zu finden.

## Konfiguration



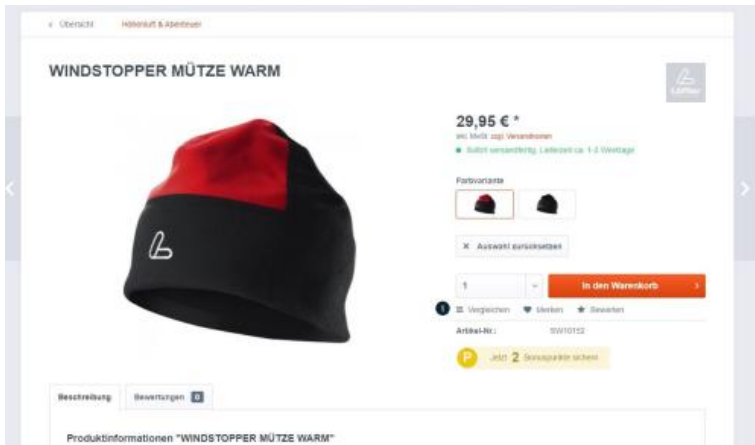
Unter **Einstellungen > Grundeinstellungen > Storefront > Artikelvergleich** findest Du die Konfiguration des Artikelvergleiches. Hier lässt sich die Funktion an- und abschalten **(1)** sowie die maximale Anzahl der zu vergleichenden Produkte definieren **(2)**.

## Ansicht im Frontend

### Listing

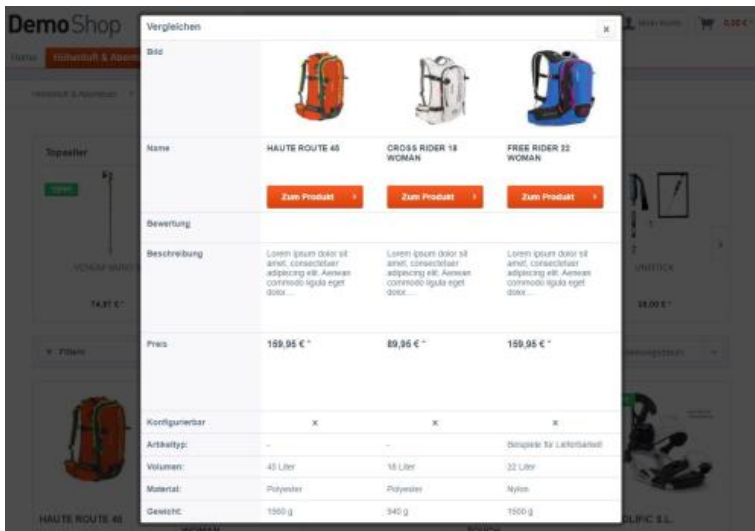
Im Listing macht sich der Artikelvergleich durch einen Button **(1)** im Kategorielisting bemerkbar. Klickst Du nun auf den Button, kannst Du am oberen Bildschirmrand eine kleine "Artikel vergleichen" Box aufklappen, in der Deine zu vergleichenden Produkte aufgelistet werden **(2)**.

## Detailseite



Auf der Artikeldetailseite kannst Du, so wie im Listing auch, den Vergleichsbutton nutzen **(1)**.

## Vergleich



Wenn Du den Vergleich anstößt, öffnet sich eine Modalbox und zeigt Dir die gewünschten Artikel nebeneinander an. Hier werden die folgenden Merkmale aufgelistet und verglichen:

- Bild
- Name mit einem Link zur Artikeldetailseite
- Bewertung
- Beschreibung

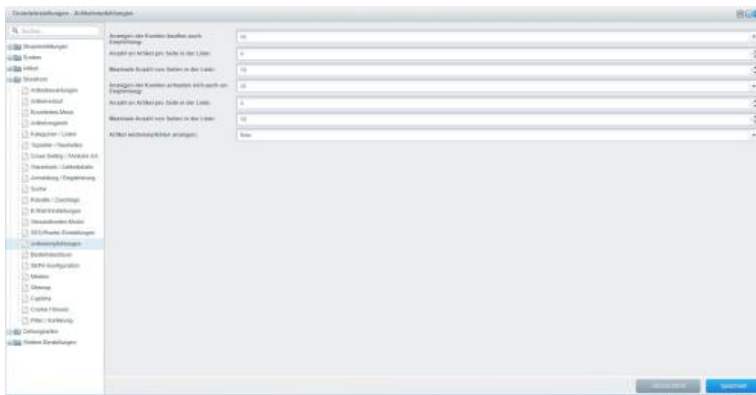
- Preis
- Artikeleigenschaften

Die Artikeleigenschaften werden natürlich nur ausgegeben, wenn diese auch hinterlegt wurden. Daher sollten diese stets gewissenhaft und aussagekräftig gepflegt werden. Des Weiteren kannst Du die Eigenschaften-Sets unter **Artikel > Eigenschaften** als "Vergleichbar" aktivieren oder deaktivieren. Mehr zum Thema Artikeleigenschaften erfährst Du unter folgendem Link: [Artikeleigenschaften](#)

## Artikelempfehlungen

Mit den Artikelempfehlungen bietet sich die Möglichkeit dem Shopbesucher auf der Detailseite weitere Artikel zu empfehlen.

## Konfiguration

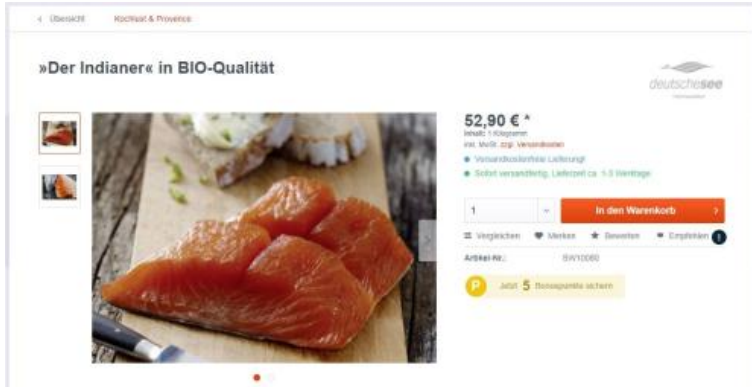


- **Anzeigen der "Kunden-kaufte-auch-Empfehlung":** zeigt die Box "**Kunden kauften auch**" auf der Artikeldetail-Seite
- **Anzahl der Artikel pro Seite in der Liste:** wie viele Artikel sollen im Standard auf den ersten Blick angezeigt werden?
- **Maximale Anzahl von Seiten in der Liste:** wie viele Slider sollen erstellt werden. Im Standard 10 Slider à 4 Artikel (= 40 Artikel).
- **Anzeigen der "Kunden-schauten-sich-auch-an-Empfehlung":** zeigt die Box "**Kunden schauten sich auch an**" auf der Artikeldetail-Seite
- **Anzahl an Artikel pro Seite in der Liste:** wie viele Artikel soll im Standard auf den ersten Blick angezeigt werden?
- **Maximale Anzahl von Seiten in der Liste:** wie viele Slider sollen erstellt werden. Im Standard 10 Slider à 4 Artikel (= 40 Artikel).
- **Artikel weiterempfehlen anzeigen:** wähle hier aus, ob Du "**Artikel weiterempfehlen**" aktivieren möchtest.

## Ansicht im Frontend



## Artikel empfehlen

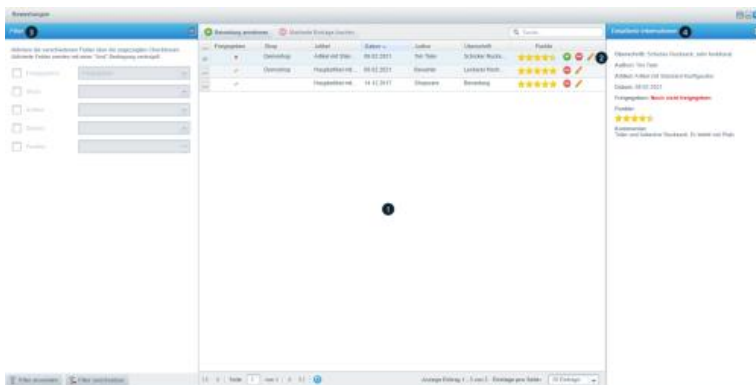


Über den Button "Empfehlen **(1)**" gelangst Du auf das Empfehlungs-Formular.

## Artikelbewertung

Shopware gibt Besuchern die Möglichkeit, Artikel zu bewerten und damit erweiterte Artikel-Informationen bereitzustellen, von denen alle Kunden profitieren. Bewertungen können für jeden Artikel abgegeben werden. In der Übersicht sind alle Bewertungen einzusehen und können an dieser Stelle ggf. gelöscht werden.

## Übersicht der Bewertungen im Backend



Unter dem Menüpunkt **Artikel > Bewertungen** werden in Tabellenform alle eingehenden Bewertungen **(1)** gelistet. Um eine Bewertung zu lesen, klicke auf das kleine **Stift-Icon (2)** am Ende der Zeile neben der zugehörigen Bewertung. Neu eingehende Bewertungen kannst Du vor Veröffentlichung prüfen und dann über das grüne Plus-Symbol in der Zeile freischalten. Zusätzlich hast Du ab der Version 5.3 von Shopware die Möglichkeit die Liste der Bewertungen über die **Filter (3)** einzugrenzen. Hier kannst du nach den



Kriterien freigegeben (Ja oder Nein), dem Shop, dem Artikel, nach Datum oder auch nach Punkten beliebige Filterkombinationen wählen, um die Liste der Bewertungen auf Deine Auswahl zu beschränken. Wenn Du auf eine Bewertung klickst, werden Dir die **detaillierten Informationen (4)** auf der rechten Seite angezeigt.

## Übersicht der Bewertungen im Frontend

Nachdem die Bewertung im Backend freigeschaltet wurde, wird diese im Anschluss in der Storefront angezeigt.

### Hauptartikel mit Bewertungen

★★★★★ (1)



1,99 € \*

inkl. MwSt. zzgl. Versandkosten

Sofort versandfertig, Lieferzeit ca. 1-3 Werktage

1

Vergleichen

Artikel-Nr.: SW10013

Beschreibung **Bewertungen** (1)

Kundenbewertungen für "Hauptartikel mit Bewertungen"

★★★★★

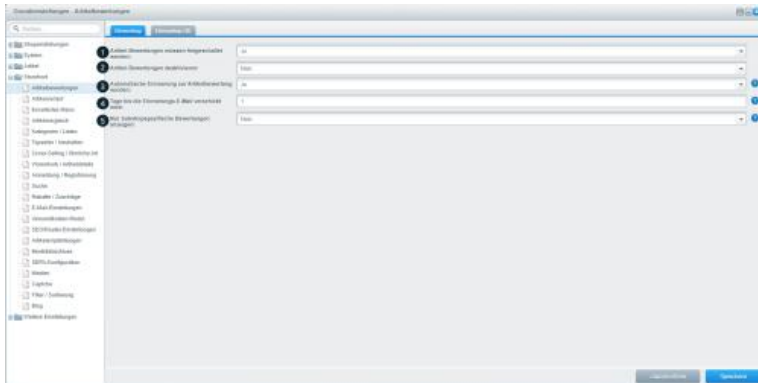
Vom: Shopware  
Am: 14.12.2017

**Bewertung**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. sed diam nonummy nibh euismod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet citta kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonummy nibh euismod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet citta kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.

## Einstellungen

In den Grundeinstellungen von Shopware können folgende Einstellungen getätigt werden:



- **Artikel-Bewertungen müssen freigeschaltet werden**

Über die Option **Artikel-Bewertungen müssen freigeschaltet werden (1)** hast Du die Möglichkeit, die Artikel-Bewertungen vor Veröffentlichung zu prüfen und erst im Anschluss freizugeben. Eine Übersicht der Bewertungen der Artikel kannst Du im Backend unter **Artikel > Bewertungen** einsehen.

- **Artikel-Bewertungen deaktivieren**

Über **Artikel-Bewertungen deaktivieren (2)** kannst Du die Anzeige von Artikel-Bewertungen auf der Artikeldetailseite aktivieren/deaktivieren.

- **Automatische Erinnerung zur Artikelbewertung senden**

Mit der Einstellung **Automatische Erinnerung zur Artikelbewertung senden (3)** kannst Du steuern, ob dem Kunden eine E-Mail mit der Bitte, den gekauften Artikel zu bewerten, zugeschickt werden soll.

- **Tage bis die Erinnerungs-E-Mail verschickt wird**

Über die Einstellung **Tage bis die Erinnerungs-E-Mail verschickt wird (4)** kannst Du die Anzahl der Tage definieren, nach welcher Shopware den Kunden an die Artikel-Bewertung erinnern soll. Als Voraussetzung dient dabei, dass die Bestellung vor X Tagen getätigt wurde und den Bestellstatus "Komplett abgeschlossen" oder "Komplett ausgeliefert" besitzt, andernfalls wird die E-Mail nicht versendet.

Die Erinnerungs-E-Mail wird nur dann verschickt, wenn der Cronjob Artikelbewertung per E-Mail entsprechend in den Cronjob-Einstellungen konfiguriert und aktiviert wurde. Hierbei wird die E-Mail-Vorlage sARTICLECOMMENT genutzt. Der Cronjob sollte unbedingt nur einmal am Tag ausgeführt werden, da die bereits versendeten Mails sonst nochmal versendet würden! Der Cronjob prüft nicht, welche E-Mails schon versandt wurden und welche nicht!

- **Nur Subshopspezifische Bewertungen anzeigen (5)**

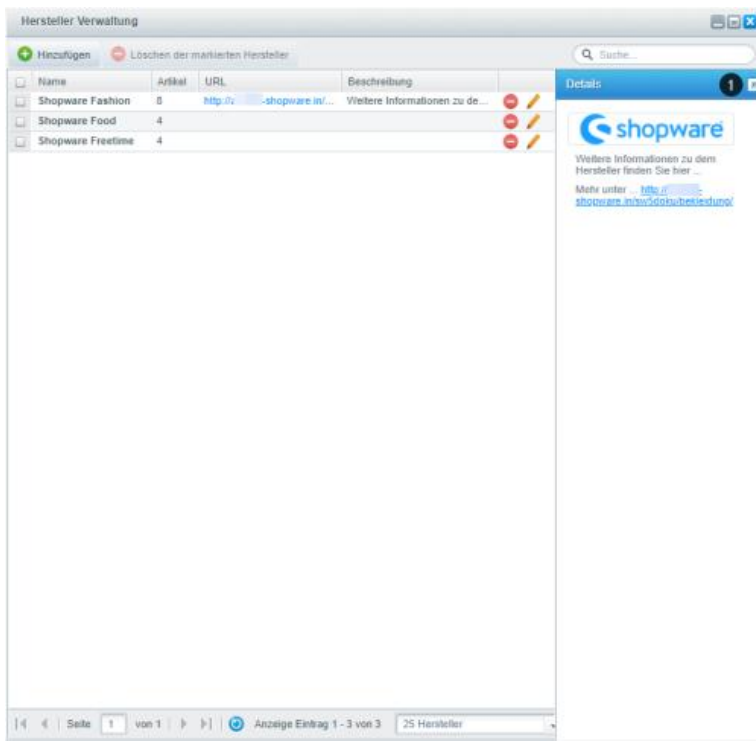
Hier kannst Du auswählen, ob Du zu einem Artikel in jedem Shop alle Bewertungen anzeigen lassen willst oder ob Du nur die Bewertungen aus dem entsprechenden Shop anzeigen lässt. Dies funktioniert für Subshops genauso wie für Sprachshops. So kannst Du beispielsweise nur Bewertungen in der zum Shop passenden Sprache ermöglichen. Auch die Trennung von verschiedenen Shops, welche nach Außen hin keine Verbindung haben, sollen wird vereinfacht. Im Frontend werden dann sowohl die Texte im Reiter Bewertungen als auch die Berechnung der Sterne pro Shop vorgenommen.

## Hersteller

In diesem Modul werden alle verfügbaren Hersteller in Deinem Shop verwaltet. Des weiteren ist auch die Bearbeitung sowie das Hinzufügen von Herstellern möglich. Der jeweilige Hersteller kann optional zum Namen auch mit einem Logo, einem Link, sowie einer Beschreibung ausgestattet werden. Im Standard werden Logo, Name und Beschreibung im Shop Frontend zur Verfügung gestellt.

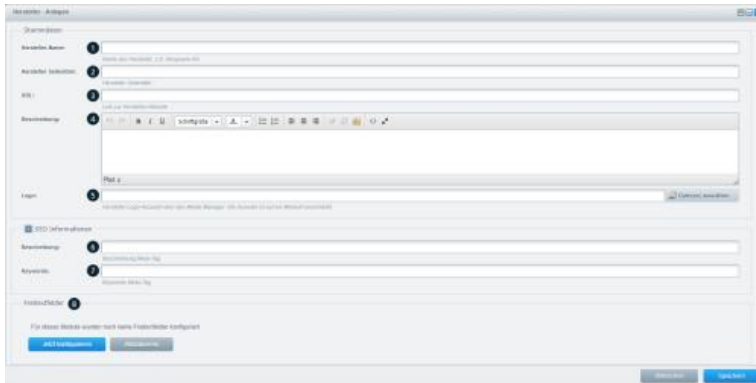
## Übersicht

Alle Hersteller werden in einer tabellarischen Auflistung angezeigt. Durch Klick in eine Zeile selektierst Du einen gewünschten Hersteller. Durch klicken auf den Detail-Button **(1)** klappt sich die rechte Sidebar aus und zeigt detailliertere Informationen an, z.B. ein verfügbares Hersteller-Logo.



## Neuer Hersteller

Klicke auf "Hinzufügen", um einen neuen Hersteller anzulegen.



Der **Hersteller-Name (1)** ist hierbei ein Pflichtfeld. Alle weiteren Felder sind nur optional.

Das Eingabefenster sieht wie folgt aus:

Im Bereich der Stammdaten kannst Du einen **Hersteller Seitentitel (2)**, die **URL (3)** zur Herstellerseite, eine **Beschreibung (4)** sowie ein **Logo (5)** des Herstellers hinterlegen.

Zu den jeweiligen Hersteller Stammdaten können zusätzlich auch SEO Informationen hinzugefügt werden. Dies sind die Felder **Beschreibung (6)** und **Keywords (7)** (sowie der **Hersteller Seitentitel (2)** aus den Hersteller Stammdaten), welche Du nach belieben füllen kannst. Diese werden dann, wie alle anderen SEO Informationen auch, im Quelltext der entsprechenden Hersteller-Seite ausgegeben.

Zudem kannst Du die SEO-URL in den SEO Einstellungen unter **Einstellungen > Grundeinstellungen > Storefront > SEO/Router-Einstellungen** nach Deinen Wünschen anpassen.



Du hast außerdem die Möglichkeit bequem über Dein Backend **Freitextfelder (8)** an verschiedenen Stellen des Shops einzubinden. Selbstverständlich kannst Du auch für das Herstellermodul Freitextfelder anlegen und verwalten, um z.B. weitere Informationen zum Hersteller zu pflegen, bspw. ein Freitextfeld, welches Kontaktdaten zum Hersteller oder Links zu seinen Social Media-Auftritten enthält. Weitere Informationen zur Freitextfeldverwaltung findest Du [hier](#).

Beschreibung und URL können optional im Frontend angezeigt werden.

## Herstellerlogo auf der Artikeldetailseite


Seit Shopware 5 wird Dir das Hersteller Logo direkt auf der Artikel-Detailseite angezeigt **(1)**.




Beim Klick auf das Logo gelangst Du zum Hersteller Listing, indem Dir die Herstellerbeschreibung sowie weitere Artikel des Herstellers angezeigt werden.

## Herstellerseite im Frontend

Produkte von Shopware Fashion

 Weitere Informationen zu dem Hersteller finden Sie hier ...

Filtern      Sortierung: Erscheinungsdatum




**Variantenartikel**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna

Inhalt: 1 Stück  
**19,99 € \***

[Vergleichen](#) [Merken](#)




**Artikel mit Bild-Konfigurator**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna

Inhalt: 1 Stück  
**ab 259,99 € \***

[Vergleichen](#) [Merken](#)

**TIPPI!**




**Hauptartikel mit Kennzeichnung...**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna

Inhalt: 1 Stück  
**15,00 € \***

[Vergleichen](#) [Merken](#)



**Hauptartikel mit Eigenschaften**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna

Inhalt: 1 Stück  
**19,99 € \***

[Vergleichen](#) [Merken](#)

## Hersteller bearbeiten

Durch Klick auf das "Stift-Icon" öffnet sich eine neue Maske, die die Editierung eines bestehenden Herstellers erlaubt. Hier stehen die editierbaren Felder wieder zur Verfügung. Das Gleiche gilt auch für das Hinzufügen eines neuen Herstellers.

## Hersteller löschen

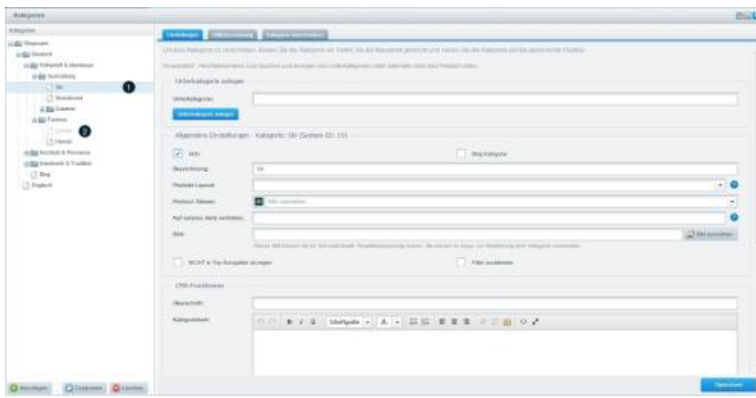
Durch Klick auf das "Löschen-Icon" kann ein einzelner Hersteller gelöscht werden. Es folgt ein Dialogfenster in welchem dieser Löschvorgang erneut bestätigt werden muss. Auch das Markieren mehrerer Hersteller per Checkbox ist möglich. So können verschiedene Hersteller auf einmal gelöscht werden. Ein Hersteller kann nur gelöscht werden, wenn diesem keine Artikel mehr zugeordnet sind.

## Kategorie

Mit Hilfe der Kategorie-Verwaltung kann das gesamte Artikelangebot sinnvoll strukturiert werden. Du kannst dabei beliebig viele Haupt- und Unterkategorien anlegen, diese mit Überschriften und Texten versehen sowie jede Kategorie individuell für Suchmaschinen optimieren.

## Einstellungen

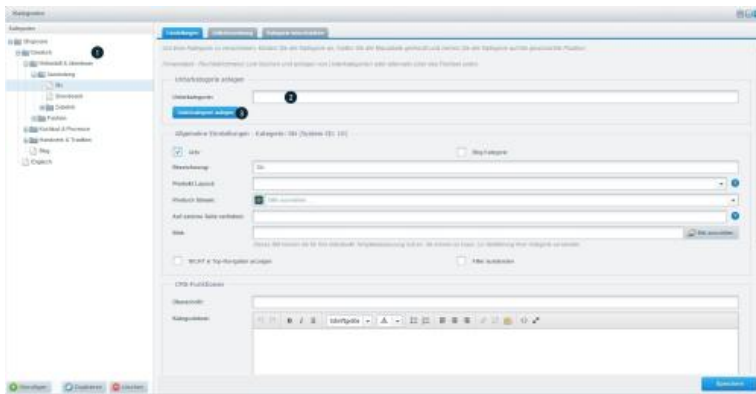
### Kategorien Übersicht



In der linken Spalte findest Du die komplette Kategorie-Übersicht. Der **Highlighter (1)** zeigt Dir, welche Kategorie Du gerade ausgewählt hast und bearbeitest. **Inaktive Kategorie (2)** werden ausgegraut angezeigt.

## Kategorie anlegen

Wenn in Shopware noch keine Kategorien angelegt wurden und der Kategorie-Baum somit leer ist, müssen zunächst Hauptkategorien angelegt werden. Bei einer normalen Shopware-Installation wird in der Regel die Systemkategorie "Shopware" und die dazugehörige Kategorie "Deutsch" vorangelegt.



Klicke links auf **Deutsch (1)** und gib dann bei **Neue Unterkategorie (2)** den Namen für die neue Kategorie ein. Durch Bestätigen mit dem Button **Unterkategorie anlegen (3)** wird die neue Unterkategorie angelegt.

Die erste Ebene unter "Deutsch" bildet das "Grundgerüst" in Shopware und wird zentral in der Storefront (in allen Standardtemplates) visualisiert, sofern die Kategorien aktiv und sichtbar sind. Wie schon am Anfang erwähnt, darf diese Kategorie unter keinen Umständen gelöscht werden. **Das Shopware-Verzeichnis (Root) kann nicht als Grundgerüst benutzt werden!**

Die Kategorie "Deutsch" ist gleichzeitig die Startseite. Dies ist wichtig für das Anlegen von Bannern, Einkaufswelten oder das Definieren von Keywords und Descriptions oder anderen SEO-relevanten Informationen.

Ist das Grundgerüst gebaut, kannst Du dann unter den soeben angelegten Kategorien entsprechende Unterkategorien anlegen und auch darunter wieder z.B. einen weiteren Kategorie-Baum aufbauen. Sobald

den Kategorien Artikel zugeordnet sind, wird der Reiter "Artikelzuordnung" klickbar und Du kannst Dir die der Kategorie zugeordneten Artikel anzeigen lassen. Nachdem Du neue Kategorien angelegt hast, kannst Du bei diesen Kategorien unter dem Punkt Einstellungen noch weitere Einstellungen definieren, die Du beim Anlegen nicht direkt auswählen kannst (z.B. Aktiv, Templateauswahl oder Filteransichten).

Wird eine neue Kategorie angelegt, so wird diese immer als einfache Kategorie dargestellt. Möchtest Du eine bestehende Kategorie in die neue migrieren, musst Du Deiner neuen Kategorie zuerst eine neue Unterkategorie hinzufügen, erst wenn Deine Kategorie ein Ordner-Icon besitzt, kannst Du Kategorien in diese verschieben.

## Kategorie umbenennen

Um eine Kategorie umzubenennen, klicke links im abgebildeten Kategorie-Zweig auf die gewünschte Kategorie, diese wird nun markiert. Im rechten Bereich wurden nun die Kategorie Informationen geladen. In der Box "Allgemeine Einstellungen - Kategorie:" kannst Du nun die Kategorie umbenennen. Vergiss nicht, nach dem Umbenennen die Kategorie zu speichern!

## Kategorie duplizieren

Um eine Kategorie zu duplizieren, wähle zuerst die zu kopierende Kategorie im Kategoribaum auf der linken Seite aus und klicke dann unten links im Modul auf "*Duplizieren*". Im folgenden Popup kannst Du dann die Zielkategorie auswählen, also die Kategorie, unter der das Duplikat erstellt wird. Ebenso kannst Du hier wählen, ob Du die bereits bestehenden Artikelzuordnungen übernehmen willst oder nicht.



**Beachte**, dass beim Duplizieren von Kategorien diese rekursiv dupliziert werden, Shopware dupliziert also auch alle Unterkategorien mit.

## Kategorie verschieben/Reihenfolge ändern

Wenn Du die Reihenfolge der Kategorien ändern möchtest, kannst Du mit Shopware ganz einfach die gewählte Kategorie per Drag & Drop an die gewünschte Position ziehen. Klicke die Kategorie an, halte die Maustaste gedrückt und ziehe die Kategorie auf die gewünschte Position. Bestätige anschließend die Meldung, Deine Kategorie wird dann an die gewünschte Position verschoben.

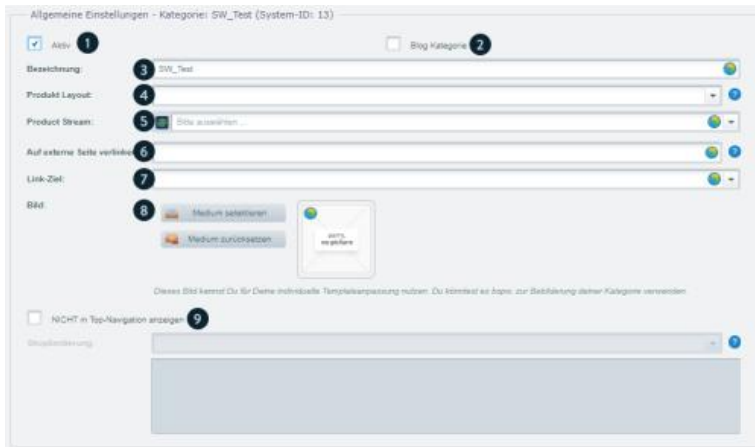
Du hast mit Shopware auch die Möglichkeit, ganze Kategoriezweige in einen bereits bestehenden Kategoriezweig zu verschieben. Hier musst Du lediglich die zu verschiebende Kategorie mit gedrückter Maustaste auf die Kategorie ziehen, in die die Kategorie verschoben werden soll. Es folgt eine Sicherheitsabfrage. Sobald Du diese bestätigst, wird die Kategorie verschoben. Kategoriebäume, die Unterkategorien beinhalten, können auch nur in Kategorien mit bestehenden Unterkategorien verschoben

werden. Um Kategorien in einer anderen Kategorie zu verschieben, ist es immer notwendig das die Ziel Kategorie einen Unterordner besitzt, ansonsten ist es nicht möglich, in diese Kategorie zu verschieben.

## Kategorie löschen

Um eine Kategorie zu löschen, wähle die gewünschte Kategorie links aus Deinem Menü aus. Klicke nun links unter dem Kategoriebaum den Button "Kategorie löschen". Sobald Du die Sicherheitsabfrage bestätigst, wird die Kategorie gelöscht. Die zugeordneten Artikel der zu löschenden Kategorie werden nicht gelöscht! Es wird lediglich die Kategorie und die Kategoriezuordnung in den darin befindlichen Artikeln gelöscht. Falls die gewählte Kategorie Unterkategorien enthält, werden mit diesem Schritt auch alle Unterkategorien sowie die darin befindlichen Artikelzuordnungen gelöscht. Sollten Deine Artikel jetzt keine Kategoriezuordnung mehr haben, findest Du diese Artikel in der bersicht wieder und kannst eine erneute Zuordnung vornehmen.

## Allgemeine Einstellungen



- **Aktiv: (1)** Hier hast Du die Möglichkeit, Kategorien zu deaktivieren. Um eine Kategorie zu deaktivieren, entferne einfach die Checkbox "Aktiv". **Beachte** hierbei, dass Unterkategorien zwar nicht inaktiv geschaltet werden, aber nicht mehr in der Navigation zu finden sind. Über indizierte URLs sind die Unterkategorien weiterhin erreichbar.

Artikel, die einer deaktivierten Kategorie zugeordnet sind, werden von der Suche weiterhin erfasst oder in Aktionen/Einkaufswelten etc. aufgeführt. Artikel müssen getrennt deaktiviert werden.

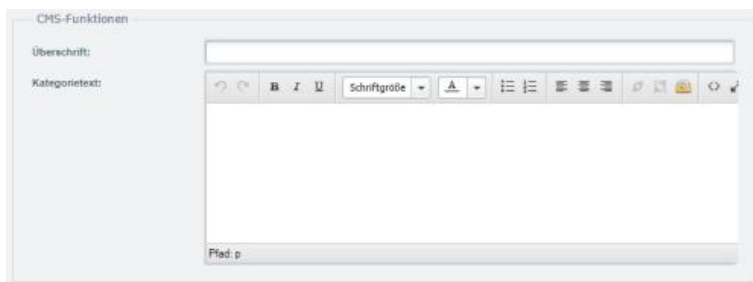
- **Blog-Kategorie: (2)** Hier kannst Du definieren, ob es sich bei der Kategorie um eine Blog-Kategorie handelt oder nicht. Innerhalb von Blog-Kategorien können nur Blog-Beiträge und keine Artikel angezeigt werden. Wird eine Kategorie zur Blog-Kategorie gemacht, so können dieser dann über das Menü "Inhalte > Blog" neue Blogartikel zugeordnet werden.
- **Bezeichnung: (3)** Ausgabe des definierten Kategorienamens, welcher an dieser Stelle auch verändert werden kann.
- **Produkt-Layout: (4)** Diese Option beerbt die Templateauswahl im Responsive Theme und regelt, wie die Artikel in der jeweiligen Kategorie dargestellt werden sollen. Du hast hier die Wahl zwischen den folgenden Optionen: *Detaillierte Informationen*, *Nur wichtige Informationen*, *Großes Bild* sowie *Vererbt*, die Vererbung bezieht sich hierbei jeweils auf die nächsthöhere Kategorie, so kannst du dein Layout z.B. nur auf der ersten Ebene definieren und alle Unterkategorien vererben das Layout von ganz allein.



- **Produkt-Stream: (5)** Hiermit kannst du einer Kategorie einen Produkt-Stream zuweisen. Dies geht ab Shopware 5.1.4 auch, wenn Deine gewählte Kategorie Unterkategorien besitzt. Falls die Oberkategorie keinen Stream zugewiesen hat, holt sie sich die Artikel dann unter Berücksichtigung der Einstellungen ganz von allein über die Unterkategorien.
- **Auf externe Seite Verlinken: (6)** Mit diesem Feld kann eine Kategorie direkt auf eine andere Seite bzw. externe Seite verlinkt werden. Die URL muss mit **http://** oder **https://** beginnen. Die Startseite ist nicht auf externe Seiten verlinkbar.  
**Link-Ziel: (7)** Wenn Du auf eine externe Seite verlinken möchtest, kannst Du hier angeben, wie diese geöffnet werden soll. Wählst Du **\_blank** wird ein neuer Tab geöffnet. Mit **\_parent** wird die externe Seite im aktuellen Tab geöffnet.
- **Bild auswählen: (8)** Optional kannst Du für jede Kategorie ein eigenes Kategorie-Bild aus der Medienverwaltung hinterlegen. Das Bild wird im Responsive Theme z.B. im Advanced Menü ausgegeben.
- **NICHT in Top-Navigation anzeigen: (9)** Hier kannst Du die Kategorie über das Erweiterte Menü ausblenden. Wird der Haken gesetzt, so wird die Kategorie im Standard nur auf der linken Seite im Shop und nicht in der oberen waagerechten Kategoriestructur angezeigt. Dies gilt nur für Kategorien der 1. Ebene eines Shops.

## CMS-Funktion

In den CMS-Funktionen kannst Du SEO-relevante und für deine Kunden sichtbaren Inhalt für deine Kategorie steuern, ihr eine Überschrift geben und einen Beschreibungstext verfassen. Der Text sollte inhaltlich zur Kategorie und den darin enthaltenen Artikeln passen, da Deine Kunden und auch die Suchmaschinen diesen Text lesen und bewerten können.



Achte darauf, dass Du Texte nicht einfach per Copy&Paste aus anderen Portalen oder aus z.B. Word-Dokumenten übernimmst, da hier die Gefahr besteht, dass Du Dir ungewollt Formatierungen mit kopierst, die unter Umständen sogar die Ansicht im Frontend zerstören können. Du solltest Texte nur unformatiert kopieren!

## Meta-Informationen hinterlegen

Mit Hilfe der Meta-Informationen kannst du deine Kategorie nach deinen Wünschen für Suchmaschinen optimieren. Meta-Informationen sind für Deine Besucher unsichtbar, Suchmaschinen können diese Informationen aber verarbeiten, daher solltest Du hier relevanten Inhalt hinterlegen. Wenn du keine Informationen hinterlegst, bleiben die Keywords leer, Beschreibung und Titel werden jeweils von der normalen Beschreibung bzw. dem Kategorienamen geerbt. Gib bei Keywords ein Leerzeichen als Trennzeichen ein, bei der Beschreibung sind reguläre Texte ohne HTML-Befehle erlaubt. Solltest Du bei der Hauptkategorie Deines Shops keine Meta-Informationen gepflegt haben, greift Shopware hier auf die [Standard-Textbausteine für Meta-Angaben](#) zurück.

Meta-Informationen hinterlegen

Meta Titel:

Meta-Description:

Meta-Keywords:

## Zusätzliche Freitextfelder

Durch Öffnen des Bereiches **Zusätzliche Freitextfelder** stehen Dir bis zu 6 Freitextfelder zur Verfügung. Diese Freitextfelder kannst Du im Frontend abfragen oder auch in die SEO-Engine in den URL-Aufbau mit aufnehmen.

Zusätzliche Freitextfelder

Freitext 1:

Freitext 2:

Freitext 3:

Freitext 4:

Freitext 5:

Freitext 6:

## Artikelzuordnung

### Zuordnung im Kategoriemodul

Über die Artikelzuordnung kannst Du bequem, schnell und einfach die Kategorien mit Artikeln füllen.

Die **Suche (1)** unterstützt die Eingabe von Artikelnummer und Artikelname. Du kannst die Artikel einfach per Drag & Drop aus dem Fenster **Verfügbare Artikel (2)** in das Fenster **Zugeordnete Artikel (3)** ziehen.

**Hinweis:** Einem Artikel können beliebig viele Kategorien zugeordnet werden. Achten Sie aber auf eine sinnvolle Kategoriezuweisung, da auch z.B. bei der Suche in der Storefront jede Kategoriezuweisung ausgewertet wird. **Ein Artikel kann in Shopware immer nur der letzten Kategorie (unterste Ebene) zugewiesen werden. Übergeordnete Kategorien erben die Zuordnung zum Artikel automatisch.**

## Die Zuweisung zu einer Kategorie die bereits Unterkategorien besitzt ist somit nicht möglich!

Die Drag & Drop funktion bei den zugeordneten Artikeln wird lediglich zum Entfernen der Artikelzuweisung genutzt und beeinflusst die Reihenfolge der Artikel nicht. Zieht man einen Artikel in eine höhere Linie, wird bei diesem die Artikelzuweisung entfernt.

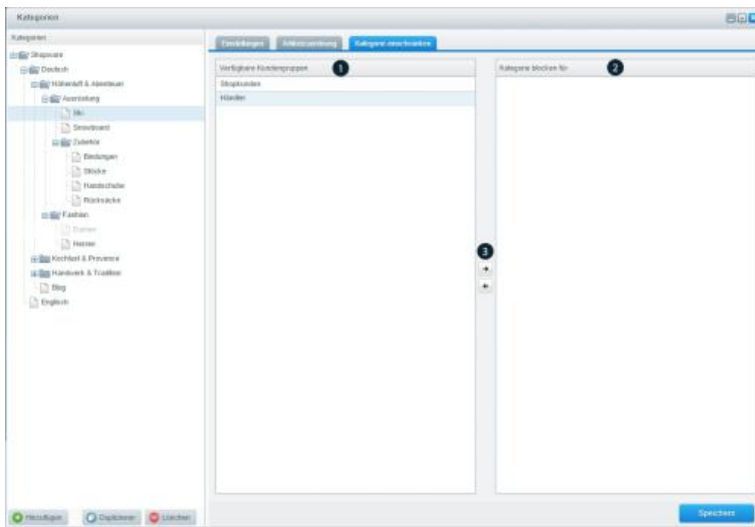
## Zuordnung im Artikelmodul



Unter dem Reiter "Kategorie" kannst Du dem Artikel einer oder mehreren Kategorien pro Shop zuweisen. Wähle einfach in der linken Spalte die **Kategorie (1)** aus, die dem Artikel zugewiesen werden soll und zieh Sie diese per Drag & Drop in das **schraffierte Feld (2)**. Alternativ kannst Du auch auf das grüne +- Icon klicken. In dem Block **Zugewiesene Kategorien (3)** stehen alle Kategorien, welchen der Artikel bereits zugewiesen wurde. Sofern der Artikel in einem Shop mehreren Kategorien zugeordnet ist, kannst Du im Block *Seo-Kategorie des Artikels* die bevorzugte SEO-URL des Artikels zuweisen , passe jedoch auf, da sich hierdurch die SEO-URL des Artikels ändert und dies Einfluss auf das Ranking bei Suchmaschinen hat! Somit kannst Du selbst entscheiden, wie die SEO-URL bei mehrfach zugewiesene Artikeln aussehen soll. Wähle zuerst den **Shop (4)** und danach die **Kategorie (5)**, aus denen die SEO-URL des Artikel generiert werden soll.

## Kategorie einschränken

Definiere hier die Kundengruppen für welche die Kategorie sichtbar sein soll. So können z.B. gewisse Kategorien für diverse Händlergruppen blockiert werden.



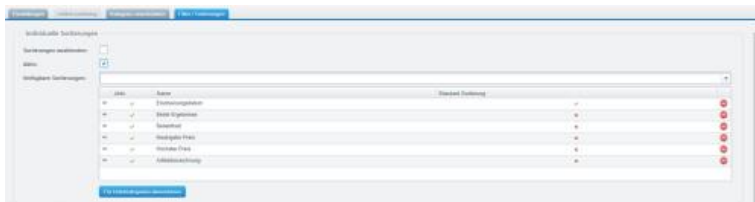
Markiere in der Spalte **Verfügbare Kundengruppen (1)** die gewünschte Kundengruppe, welche keinen Zugriff auf die Kategorie haben soll. Mit dem **Pfeil nach rechts (3)** verschieben Sie die markierte Kundengruppe in die Spalte **Kategorie blocken für (2)**. Alternativ kannst Du auch Drag & Drop benutzen. Speichere nun Deine Änderungen.

Diese Einstellung betrifft nicht die zugeordneten Artikel, falls Du diese auch sperren möchtest, musst Du dies jeweils in den Artikelstammdaten der gewünschten Artikel vornehmen.

## Filter/ Sortierungen

### Individuelle Sortierung

Hier kannst Du festlegen, ob Du eine individuelle Sortierung für die entsprechende Kategorie vorgeben möchtest. Damit kannst Du Deine Produkte nach Deinen Wünschen platzieren und sortieren.



- **Sortierung ausblenden:** Legt fest, ob eine individuelle Sortierung in der Kategorie erscheint.
- **Aktiv:** Schaltet die individuelle Sortierung im Frontend aktiv.
- **Verfügbare Sortierungen:** Wähle über das Dropdown, welche Sortierung Du nutzen möchtest. Ein Klick auf die Sortierung genügt hier bereits aus um aktiviert zu werden (Mehrfachauswahl möglich). Deine ausgewählten Sortierungen kannst Du anschließend in Deine gewünschte Reihenfolge bringen. Die dort festgelegte Reihenfolge wirkt sich auf das Dropdown im Frontend aus.
- **Für Unterkategorien übernehmen** Mit dieser Option kannst Du Deine konfigurierte Sortierung für alle Unterkategorien dieser Kategorie übernehmen.

### Individuelle Filter

Mit den individuellen Filtern bietest Du dem Kunden die Möglichkeit, die Produkte der Kategorie nach speziellen Filter-Eigenschaften zu filtern.



- **Filter ausblenden:** Legt fest, ob Filter angezeigt werden.
- **Aktiv:** Schaltet die Filter im Frontend aktiv.
- **Verfügbare Filter:** Hier findest Du alle vorgegebenen Filter, welche Du auswählen kannst ( auch hier Mehrfachauswahl möglich). Der ausgewählte Filter wird nur angewendet und angezeigt, wenn mindestens ein Artikel der Kategorie die Filtereigenschaft besitzt.

## Individuelle Sortierungen

Hier kannst Du für jede Kategorie eine individuelle Sortierung vornehmen. Dabei kannst Du eine vorgegebene Sortierung wählen oder eine komplett eigene Sortierung erstellen.

Name	Aktiv	Preis	Position
Hauptartikel	✓	450.00	1
Hauptartikel mit Abverkauf	✓	2.00	2
Artikel mit Standard-Konfigurator	✓	30.00	3
Hauptartikel mit E-Mail-Benachrichtigung	✓	850.00	4
Artikel mit Bid-Konfigurator	✓	250.00	5
Hauptartikel mit ESD Download	✓	0.00	Dynamisch
Hauptartikel mit Kennzeichnung Versandkostenfrei und Hervor...	✓	15.00	Dynamisch
Hauptartikel mit Eigenschaften	✓	10.00	Dynamisch
Hauptartikel mit Grundpreisberechnung	✓	5.00	Dynamisch
Hauptartikel mit Cross-Selling	✓	5.00	Dynamisch
Artikel mit Auswahl-Konfigurator	✓	25.00	Dynamisch
Hauptartikel mit Bewertungen	✓	1.00	Dynamisch
Variantenartikel	✓	19.00	Dynamisch
Hauptartikel mit Ressourcen	✓	5.00	Dynamisch

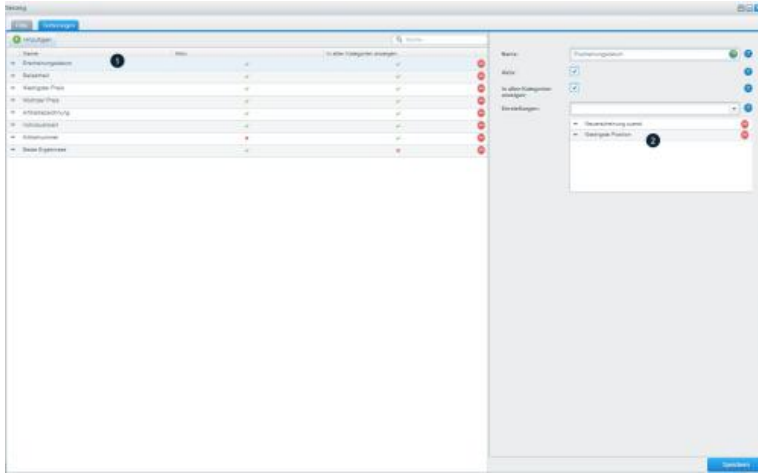
In der **Artikelliste (1)** kannst Du per Drag & Drop die Reihenfolge der Artikel aus dieser Kategorie bestimmen. Die Position kann auch durch einen Doppelklick in das Positionen-Feld vergeben werden. Über die **Anzeigeeinstellung (2)** kannst Du Dir die Artikel als Raster anzeigen lassen. Auch hier kannst Du die Artikel per Drag & Drop anordnen.

Über den **Zurücksetzen Button (3)** kannst Du alle eingestellten Positionierungen zurücksetzen. Wenn Du nur eine bestimmte Positionierung entfernen möchtest kannst Du das über das **X Symbol (4)** neben dem jeweiligen Artikel tun. Im Menü **Sortierung (5)** kannst Du eine Sortierung festlegen, die für alle Artikel gilt, dessen Position Du nicht manuell vergeben hast.

Über das **Suchfeld (6)** in der rechten oberen Ecke kannst Du weitere Artikel suchen und diese zu der Kategorie hinzufügen um sie direkt positionieren zu können.

Die hier eingerichtete Sortierung wird im Listing angezeigt, sobald im Listing die Sortierung **Position ausgewählt wird**. Soll diese Sortierung standardmäßig ausgewählt sein, kannst Du das im Reiter **Filter / Sortierungen** im Bereich **Individuelle Sortierungen** einstellen. Setze den Bereich auf Aktiv und zieh den Punkt **Position** an die oberste Stelle.

## Anpassungen für bestehende Sortierungen



Damit die hier eingerichtete individuelle Sortierung im Listing angezeigt wird, ist es wichtig, den gewünschten Sortierungen eine Reihenfolge hinzuzufügen. Dafür gehst Du in die Grundeinstellungen der Sortierungen unter **Einstellungen > Grundeinstellungen > Storefront > Filter / Sortierung > Sortierungen** und fügst dort für die entsprechende Sortierung z.B. **Erscheinungsdatum (1)** unter der Option **Einstellungen (2)** die Reihenfolge „Sortierung nach Position“ hinzu. Nun öffnet sich ein Fenster, in dem Du je nach Belieben auswählen kannst, ob die niedrigsten oder die höchsten Positionen zuerst angezeigt werden sollen. Die Reihenfolge hast Du bei einer bereits existierenden Sortierung hinzugefügt, damit die restlichen Artikel, welche „Dynamisch“ als Position haben, nach der entsprechenden Sortierung sortiert werden.

- **Name:** Der Name wird im Frontend in der Sortierungsauswahl angezeigt.
- **Aktiv:** Wenn eine Sortierung deaktiviert wird, wird diese im Frontend nicht mehr angezeigt, oder als Standard angewendet. Individuelle Zuordnungen bleiben bestehen
- **In allen Kategorien anzeigen:** Wenn aktiv, wird diese Sortierung standardmäßig in allen Kategorien angezeigt, die keine individuelle Sortierung konfiguriert haben. Für diese muss die Sortierung manuell hinzugefügt werden
- **Einstellungen:** Hier können die Reihenfolgen der Sortierungen festgelegt und verändert werden.

## Eine individuelle Sortierung anlegen

Um die individuelle Sortierung in einer Kategorie zu nutzen befolge diese Schritte:

1. Rufe unter *Einstellungen > Grundeinstellungen > Storefront > Filter / Sortierung > Sortierungen* die Sortierung Position auf. Setz einen Haken in der Checkbox *Aktiv* und wenn gewünscht auch in der Checkbox *In allen Kategorien anzeigen*, wenn die Sortierung in allen Kategorien verfügbar sein soll.
2. Rufe nun in *Artikel > Kategorien* die Kategorie auf, für die Du eine individuelle Sortierung festlegen möchtest. Wechsel auf den Tab *Filter / Sortierung*. Setze den Aktiv-Haken im Bereich *Individuelle*

Sortierungen.

3. Schiebe unter *Verfügbare Sortierungen* den Punkt *Position* an die erste Stelle, sodass der grüne Haken in der *Spaltetandard Sortierung* sichtbar wird.
4. Dann wechsel Sie auf den Tab *Individuelle Sortierungen*. Dort wähle im Feld *Sortierung Position* aus. Nun kannst Du die Positionen der Artikel individuell festlegen. Entweder durch Verschieben oder über die Spalte *Position*.

## Tipps & Tricks

### Sortierung im Kategorie-Listing

Die Standard-Sortierung kannst Du hier einstellen:

**Einstellungen > Grundeinstellungen > Storefront > Kategorien / Listen > Kategorie Standard Sortierung**

Hier ist im Standard das *Erscheinungsdatum* ausgewählt.

## Lagerbestands- und Lieferzeitanzeige

Auf der Detailseite eines Artikels wird ein Text zur Lieferzeit angezeigt. Dieser kommt in drei verschiedenen Versionen vor:

- **Grün** für Artikel mit Lagerbestand > 0
- **Gelb** für Artikel mit Erscheinungsdatum oder Lagerbestand <= 0 und eingetragenem Wert für die Lieferzeit
- **Rot** für Artikel mit Lagerbestand <= 0 ohne Wert für die Lieferzeit

Die angezeigten Texte kannst Du im Backend unter **Einstellungen > Textbausteine > frontend > plugins > index > delivery\_informations** anpassen.

### Anzeige der Lieferzeit in der Storefront

Die Lieferzeit sowie das Erscheinungsdatum sind bei Konfigurator-Artikeln für jede einzelne Variante individuell einstellbar. Z.B. kann bei einem Varianten Artikel die Größe L eine Lieferzeit von 1-3 Werktagen und die Größe XL eine Lieferzeit von 5-7 Werktagen haben. Nachfolgend wird erklärt, woran Shopware bestimmt welche Lieferzeit für einen Artikel aktuell ist.

**Grün: Definierter Lagerbestand größer 0**

Ist ein Lagerbestand von größer 0 in den Stammdaten des Artikels hinterlegt, so wird der Wert des Textbausteins *DetailDataInfoInstock* in der Storefront dargestellt. Im Standard wird hier der Text "**Sofort versandfertig, Lieferzeit ca. 1-3 Werktage**" angezeigt. Hierbei ist es egal, ob "Artikel bei Bestand <= 0 nicht bestellbar" aktiviert ist oder nicht.

## **Gelb: Lagerbestand kleiner 1 mit Lieferzeit (in Tagen) oder Erscheinungsdatum**

Ist der Lagerbestand kleiner 1, so wird die Verfügbarkeitsanzeige in Gelb nur dann ausgegeben, wenn das Feld "**Lieferzeit (in Tagen)**" gefüllt ist. Das gleiche gilt für einen Artikel oder Varianten mit zukünftigem Erscheinungsdatum.

Hier wird der angezeigte Text aus dem Wert im Feld Lagerbestand und entweder den Textbausteinen *DetailDataShippingtime*, *DetailDataShippingDays* oder dem Textbautein *DetailDataInfoShipping* generiert.

## **Rot: Lagerbestand kleiner 1 ohne Lieferzeit (in Tagen)**

Wenn der Lagerbestand kleiner 0 ist und das Feld **Lieferzeit (in Tagen)** leer ist, erscheint der Standard-Hinweis "**Lieferzeit ca. 5 Tage**" aus dem Textbaustein *DetailDataNotAvailable*.

# **Ändern der Textbausteine**

Öffne die Textbausteinverwaltung im Backend unter **Einstellungen > Textbausteine > frontend > plugins > index > delivery\_informations**.

In diesem Modul kannst Du anhand der Suche den gewünschten Textbaustein finden. Hierzu kannst Du mehrere Auffindungsmöglichkeiten nutzen. Du hast die Option den Text des Textbausteins direkt in die Suche einzugeben, oder Du suchst unter dem gegebenen Pfad den passenden Textbaustein heraus.

Nach der Änderung der Textbausteine musst du den Cache leeren (Konfiguration + Template), so dass die Änderungen auch storefrontseitig sichtbar werden.

## **Grün**

- Sofort versandfertig, Lieferzeit ca. 1-3 Werktage: **DetailDataInfoInstock**

## **Gelb**

- Lieferzeit: **DetailDataShippingtime**
- Werktage: **DetailDataShippingDays**
- Dieser Artikel erscheint am: **DetailDataInfoShipping**

## **Rot**



- Lieferzeit ca. 5 Tage: **DetailDataNotAvailable**

## Spezifische Werte für grün und rot pro Artikel

Teilweise reicht es nicht aus für die verfügbaren oder nicht verfügbaren Artikel (grün oder rot) einen Standard-Textbaustein auszugeben, welcher für alle Artikel die gleichen Werte enthält.

Es kann nötig sein spezifische Werte pro Artikel anzuzeigen.

Hierzu kannst du die Textbausteine auch um Abfragen oder Variablen erweitern.

Die Variable für den Inhalt des Feldes "Lieferzeit (in Tagen)" lautet beispielsweise `{${sArticle.shippingtime}}`, für ein Freitextfeld könnte diese beispielsweise `{${sArticle.attr5}}` lauten.

Ein Beispiel für eine Abfrage der Lieferzeit könnte z.B. so aussehen:

```
{if ${sArticle.shippingtime}}{${sArticle.shippingtime}} Werkstage{elseif ${sBasketItem.shippingtime}}
```

Für ein Freitextfeld wäre dies analog:

```
{if ${sArticle.attr5} || ${sBasketItem.additional_details.attr5}}{if ${sArticle.attr5}}Lieferzeit {${sArticle.attr5}}
```

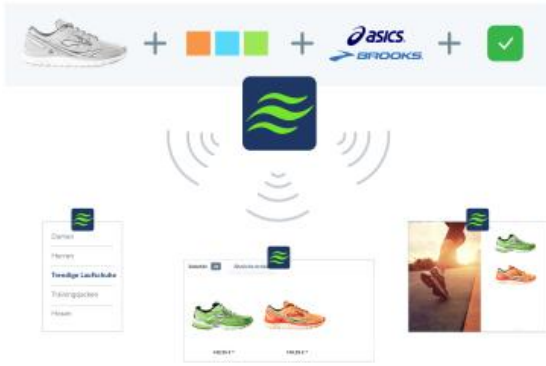
Größere Änderungen als die Anzeige der speziellen Tage solltest du direkt über die Datei `deliver_infomration.tpl` unter `frontend/plugins/index` in deinem eigenen Theme durchführen. Weitere Hilfestellung zu Theme-Anpassungen findest du in unserer [Developer-Dokumentation](#).

## Product-Streams

### Was sind Products-Streams?

Vereinfacht gesagt sind Product-Streams Suchfilter, die der Shopbetreiber vordefiniert. Wenn zum Beispiel Kunden die neuesten Produkte aus einer bestimmten Kategorie, von einer bestimmten Marke oder einer speziellen Preisspanne sehen sollen, so werden im Backend die gewünschten Eigenschaften für den jeweiligen Stream definiert.

Im Shop werden die Product-Streams an entscheidenden Stellen angezeigt, beispielsweise auf Kategorienseiten, Produktdetailseiten oder auch in einer Einkaufswelt.



## Der Clou

Die Streams aktualisieren sich nach dem Anlegen automatisch, wenn z.B. neue Artikel im Shop hinzugefügt werden, die den Filterkriterien des jeweiligen Streams entsprechen.

## Stream Typen

Product-Stream Übersicht	
Name	Beschreibung
Gefilterte Streams	
<input type="checkbox"/> Sale	
<input type="checkbox"/> Stöcke	
<input type="checkbox"/> Handschuhe	
<input type="checkbox"/> Bindungen	
<input type="checkbox"/> Beleg 1	Schwarze Artikel mit "Jacke" in der Beschreibung
<input type="checkbox"/> Leder rot/schwarz	Alle LEGO Produkte in rot und schwarz
Auswählt Streams	
<input type="checkbox"/> Saase Zubehör	Artikel mit fester Zuweisung

## Gefilterte Streams

Grundsätzlich gibt es zwei verschiedene Arten von Streams. Der gefilterte Stream arbeitet komplett nach definierten Kriterien / Filtern. Der Stream mit Artikeln passt sich also immer automatisch an, sobald Artikel den jeweiligen Kriterien entsprechen.

Name	Legende	Thema	Legende	Thema
Stream 1	...	Stream 1	...	Stream 1
Stream 2	...	Stream 2	...	Stream 2
Stream 3	...	Stream 3	...	Stream 3
Stream 4	...	Stream 4	...	Stream 4
Stream 5	...	Stream 5	...	Stream 5
Stream 6	...	Stream 6	...	Stream 6
Stream 7	...	Stream 7	...	Stream 7
Stream 8	...	Stream 8	...	Stream 8
Stream 9	...	Stream 9	...	Stream 9
Stream 10	...	Stream 10	...	Stream 10
Stream 11	...	Stream 11	...	Stream 11
Stream 12	...	Stream 12	...	Stream 12
Stream 13	...	Stream 13	...	Stream 13
Stream 14	...	Stream 14	...	Stream 14
Stream 15	...	Stream 15	...	Stream 15
Stream 16	...	Stream 16	...	Stream 16
Stream 17	...	Stream 17	...	Stream 17
Stream 18	...	Stream 18	...	Stream 18
Stream 19	...	Stream 19	...	Stream 19
Stream 20	...	Stream 20	...	Stream 20

Folgende Definition stehen im Standard zur Verfügung:

- **Preis-Filter:** Zeigt nur Artikel, welche in der Preisspanne (von - bis) liegen.
- **Hersteller-Filter:** Artikel von gewissem Hersteller anzeigen (Du kannst hier auch mehrere Hersteller auswählen).
- **Eigenschafts-Filter:** Bei der Filterung nach Eigenschaften erfolgt im ersten Schritt eine Abfrage der Eigenschafts-Gruppe. Nach der Auswahl können im nächsten Schritt die gewünschten Eigenschaftswerte ausgewählt werden.
- **Attribut-Filter:** Bei der Filterung nach Attributen erfolgt im ersten Schritt eine Abfrage des jeweiligen Artikel-Attributs. Nach der Auswahl kann im nächsten Schritt der Operator gewählt werden, welcher auf diese Attribut angewendet werden soll, wie z.B. "ist", "ist nicht", "kleiner als", "in", "wie" oder auch "Beginnt mit" usw.. Im weiteren Feld "Wert" kann dann definiert werden, worauf in diesem Feld abgeprüft werden soll.
- **Kategorie-Filter:** Definiere, aus welchen Kategorien Artikel ermittelt werden sollen. Hier kann ebenfalls eine Mehrfachauswahl getroffen werden. **Achtung:** Dieser Filter ist nur für die Suche vorgesehen, der Filter wird im Listing zwar angezeigt, filtert aber nur innerhalb der Suche!
- **Sofort Lieferbar Filter:** Bei der Auswahl werden nur sofort lieferbare Artikel im Stream angezeigt.
- **Ist neu Filter:** Bei der Auswahl werden nur neue Artikel ausgegeben. Wie lange ein Artikel als "Neu" definiert wird, kannst Du in den [Grundeinstellungen](#) hinterlegen.
- **Hat einen Pseudopreis Filter:** Nur "reduzierte" Artikel, also solche, die einen Pseudopreis besitzen, werden in dem Stream aufgeführt.
- **Erstellungsdatum-Filter:** Angabe eines Werts in Tagen möglich. Welche Artikel wurden in den letzten X Tagen im Shop hinzugefügt.
- **Erscheinungsdatum-Filter:** Auswahl ob "Zukunft" oder "Vergangenheit" und Angabe der Tage. Veröffentlicht in den letzten X Tagen oder erscheint in X Tagen.
- **Durchschnittsbewertung-Filter:** Wert zwischen 1 und 5. Nur Artikel mit einem bestimmten Mindest-Sterne-Durchschnitt
- **Mindestverkäufe-Filter:** Nur Artikel anzeigen, die mindestens X mal verkauft wurden
- **Suchbegriff-Filter:** Zeige nur Artikel an, die bei der Suche nach XY im Shop als Ergebnis angezeigt werden

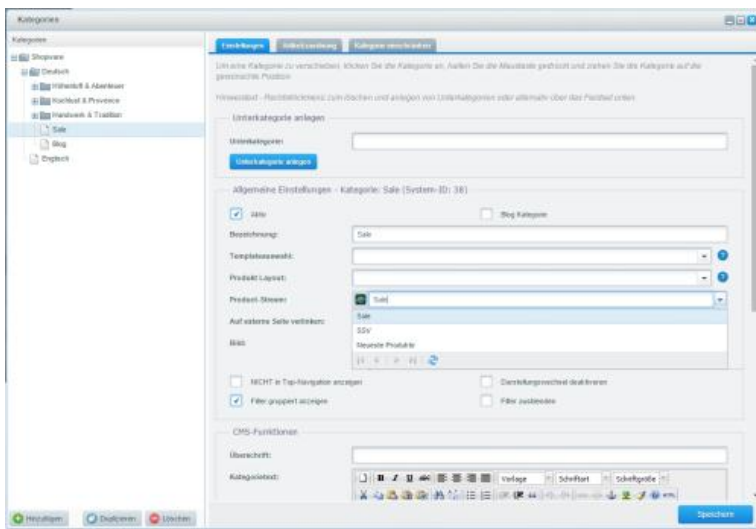
## Auswahl Streams

Der Auswahl Stream ermöglicht es, Streams mit fester Zuordnung zu erzeugen. Über eine Suchfunktion kannst Du also gewünschte Artikel zuweisen. Der Stream ist dann immer fest in diesem Umfang definiert, z.B. für selbst definierte Zubehör-Gruppen.

## Ausgabe im Shop

### Stream als Kategorie

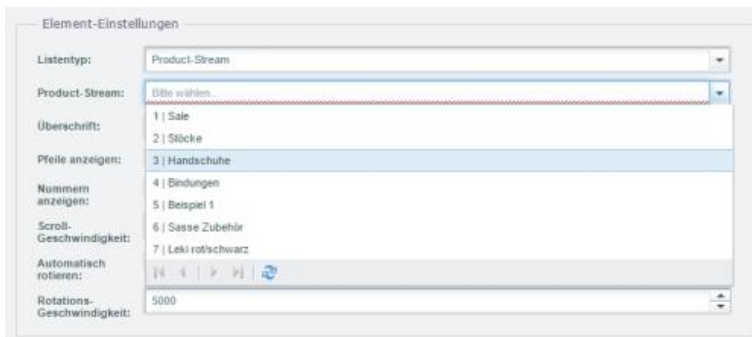
Ein Stream kann schnell und einfach als eigene Kategorie im Frontend angezeigt werden, z.B. um eine "Sale" Kategorie mit reduzierten Artikeln anzuzeigen.



Öffne dazu **Artikel > Kategorien** und lege an gewünschter Stelle eine neue Kategorie an. Markiere diese neue Kategorie im Anschluss, auf der rechten Seite findest Du eine Auswahl zur Zuweisung eines Product-Streams.

## Stream in den Einkaufswelten

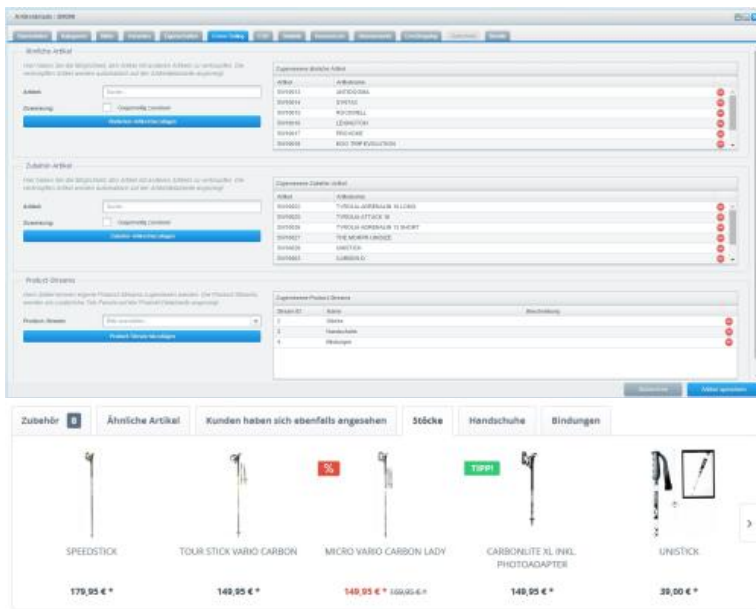
Wenn Du einen Artikel-Slider hinzufügst, kannst Du bei der Auswahl des Listentyps zusätzlich auch "Product-Stream" auswählen. Es wird ein weiteres Pulldown Menü angezeigt, in dem Du dann den gewünschten Stream auswählen kannst.



Mit dem Storytelling-Plugin gibt es in den Einkaufswelten auch ein Sideview-Element, mit dem ebenfalls auf Product-Streams zugegriffen werden kann.

## Stream auf der Detailseite

In den Artikelstammdaten im Reiter "Cross-Selling", in dem Du Zubehör- und Ähnliche-Artikel auswählen kannst, kannst Du ebenfalls Product-Streams zuweisen. Diese werden im Standard dann mit in den Slider integriert.



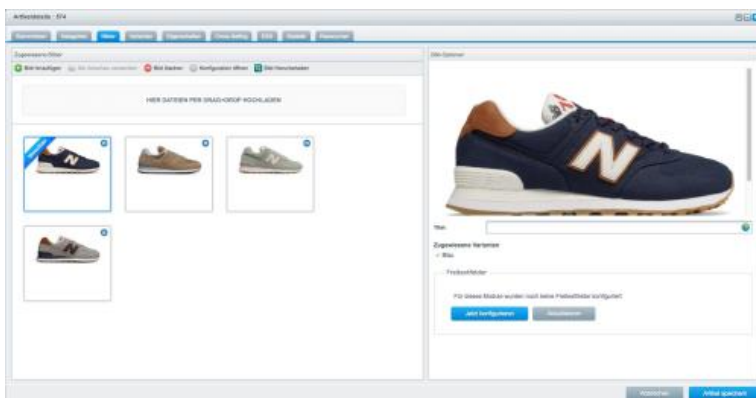
# Produktbilder

In diesem Artikel beschreiben wir das Hinzufügen von Bildern, das Pflegen von zusätzlichen Informationen am Bild und das Anlegen eines Bild-Mappings für einen Variantenartikel. Dadurch ergibt sich die Möglichkeit, Artikel in diversen Varianten mit gesonderten Bildern darzustellen.

## Bilder verwalten

### Bilder hochladen

Neben dem Medien-Upload direkt im [Media-Manager](#) kannst Du Bilder auch bequem direkt in den Artikelstammdaten hochladen und pflegen, öffne dazu den Tab "Bilder" in den Artikeldetails:



Hier hast Du folgende Möglichkeiten:

- **Bilder hochladen:** Hier kannst Du Bilder hochladen und diese direkt Deinem Artikel zuweisen. Die Bilder werden dann im [Media-Manager](#) abgelegt und die jeweiligen Thumbnailgrößen im Hintergrund erstellt.

- **Als Vorschau verwenden:** Klicke auf ein Bild und dann auf den Button, um dieses Bild als Vorschaubild für den Artikel festzulegen. Sofern die [Variantenauffächerung](#) nicht vom Kunden genutzt wird, wird dann immer dieses Bild als Vorschau angezeigt.
- **Bild löschen:** Hiermit kannst Du die markierten Bilder vom Artikel löschen. Beachte, dass dies nicht das Bild selbst löscht, sondern nur die Zuweisung des Bildes zu diesem Artikel! Das Bild ist weiterhin im Media-Manager verfügbar und muss dort gelöscht werden.
- **Konfiguration öffnen:** Hiermit kannst Du Bilder einzelnen Varianten zuweisen, sodass die Bilder nur bei Auswahl dieser Variante angezeigt werden. Klicke auf ein Bild oder markiere mehrere Bilder und klicke auf den Button, um das Konfigurationsfenster zu öffnen. Tipp: Wenn Du bereits konfigurierte Bilder hast, kannst Du das Konfigurationsfenster auch über einen Klick auf das Zahnrad beim jeweiligen Bild aufrufen. Beachte aber, dass beim Öffnen der Konfiguration mehrerer Bilder nicht mehr die Konfiguration der einzelnen Bilder angezeigt wird!
- **Bild herunterladen:** Hiermit kannst Du das Originalbild herunterladen.
- **Titel:** Hier kannst Du den SEO-Titel des ausgewählten Bildes vergeben. Nach Eingabe des Titels solltest Du den Artikel speichern.
- **Zugewiesene Varianten:** Dies zeigt Dir an, welchen Varianten das Bild zugewiesen ist, sofern eine Zuweisung existiert. Hier wird Dir jede Konfiguration in einer separaten Zeile angezeigt.
- **Freitextfelder:** Falls konfiguriert, kannst Du hier die Freitextfelder bearbeiten. Im Standard sind noch keine Freitextfelder vorhanden, daher wird Dir die Möglichkeit zum Erstellen angeboten. Weitere Informationen findest Du im Artikel [Freitextfeld-Verwaltung](#).
- **Bilder sortieren:** Sortiere Bilder mittels Drag'n'Drop, um die Gewünschte Reihenfolge herzustellen, da diese Reihenfolge auch für die Anzeige der Artikel im Listing und der Detailseite entscheidend ist.

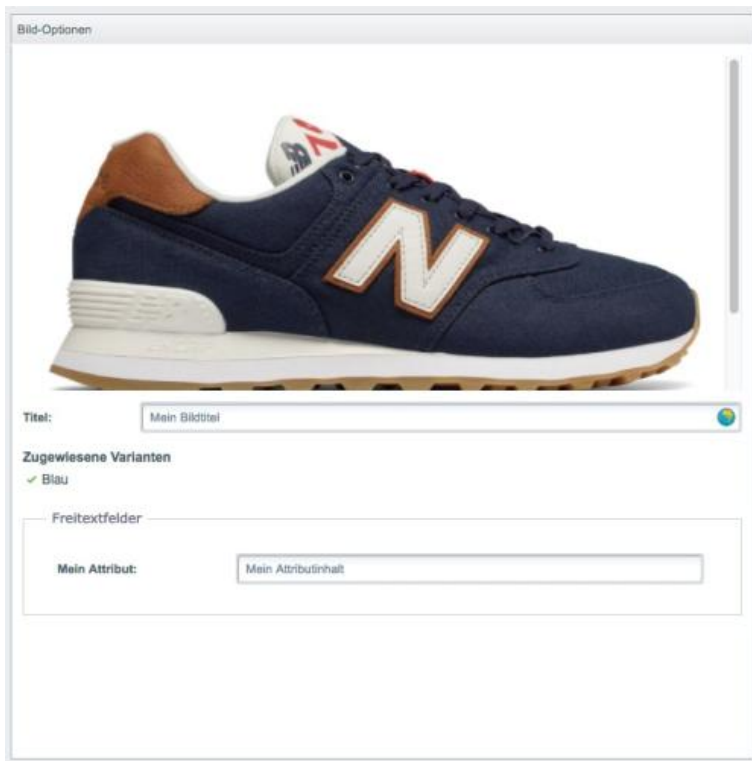
## Einstellungen zum Vorschaubild

Das Vorschaubild kann für Variantenartikel entweder das erste Bild der ersten Variante sein, das erste Bild der gemappten (konfigurierten) Variante oder immer das als Vorschau markierte Bild. Dies lässt sich in den Grundeinstellungen unter **Einstellungen > Grundeinstellungen > Storefront > Kategorien / Listen > Immer das Artikel-Vorschaubild nutzen** definieren.

Wenn Du mit [Varianten im Listing](#) arbeitest und Deine Kunden die Varianten im Listing auffächern, wird ungeachtet der Grundeinstellungen immer das passende Vorschaubild der Variante bzw Variantengruppe angezeigt.

Um bei Varianten im Listing immer die treffendsten Bilder auszugeben, empfehlen wir, die Bilder mit dem detailliertesten Mapping nach vorn zu sortieren. Also "Leder > Schwarz > XL" vor "Leder > Schwarz" vor "Leder", so wird beim Auffächern der einzelnen Gruppen immer das passende Variantengruppen-Bild angezeigt, aber bei kompletter Auffächerung dennoch das speziell gemappte Variantenbild.

## SEO-Titel und Attribute pflegen



Es werden hier immer nur die Werte des gewählten Bildes angezeigt, klicke also zuerst das gewünschte Bild an, bevor Du Änderungen vornimmst. Für jedes Bild steht ein Titelfeld zur Verfügung, welches Du individuell füllen kannst.

Attributfelder sind im Standard nicht enthalten, Du kannst Dir aber jederzeit neue Attributfelder über die [Freitextfeld-Verwaltung](#) erstellen.

Diese Freitextfelder sind dann im Frontend unter `{ $\$$ sArticle.image.attribute.XXX}` erreichbar, wobei XXX hier für Dein Attribut steht.

## Ansicht im Frontend

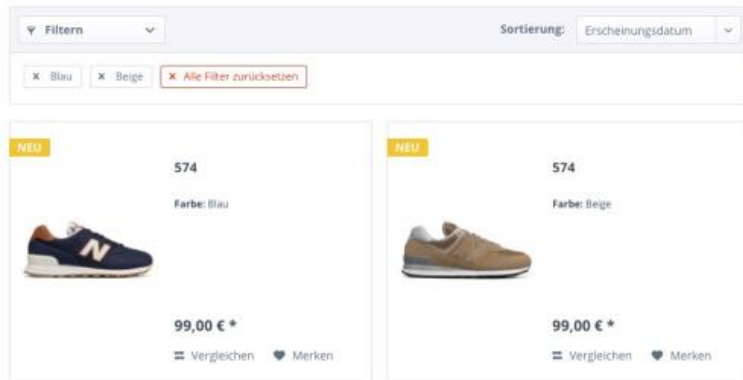
574



Wenn Du den Artikel ohne Filtern aus dem Listing öffnest, wird Dir immer das Vorschaubild angezeigt. Rufst Du den Artikel jedoch über eine aufgefächerte Variante auf (zum Beispiel gefiltert nach Farbe Beige) wird die entsprechende Variante bzw. dessen Gruppe geöffnet und das zugehörige Bild der beige Variante angezeigt.

Im Listing können je nach Situation unterschiedliche Bilder angezeigt werden. Dies hängt grundsätzlich erstmal von der Option **Einstellungen > Grundeinstellungen > Storefront > Kategorien / Listen > Immer das Artikel-Vorschaubild anzeigen** ab.

Wenn Du Varianten im Listing nutzt, bekommst Du im Listing jedoch ungeachtet dieser Einstellung immer das Bild angezeigt, was zur aktuell gefilterten Variante bzw. Variantengruppe passt.



## Bildmapping

Das Bildmapping ist die Zuweisung von Bildern zu bestimmten Varianten, um den Unterschied der Varianten auch passend darstellen zu können. In diesem Abschnitt erklären wir Dir, wie Du dieses Mapping erstellen kannst.

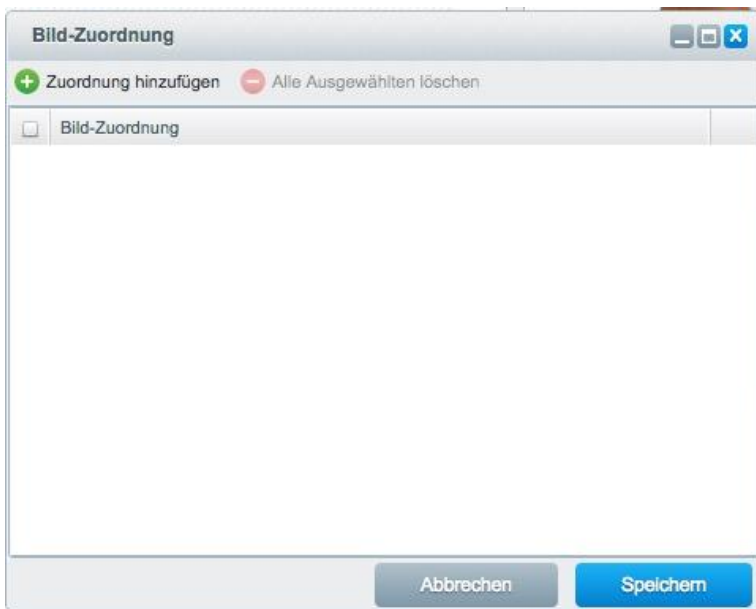
## Konfiguration erstellen

Das Mapping wird immer auf das markierte Bild angewendet. Falls Du mehrere Bilder mappen willst, kannst Du dies einfach durch gedrückt halten der STRG-Taste und dem Anklicken mit der Maus oder dem Markieren der Bilder mit der linken Maustaste (Rahmen ziehen) durchführen. Denke aber daran, dass beim Mapping von mehreren Bildern Deine getätigte Konfiguration auf alle Bilder gleichzeitig ausgespielt wird.

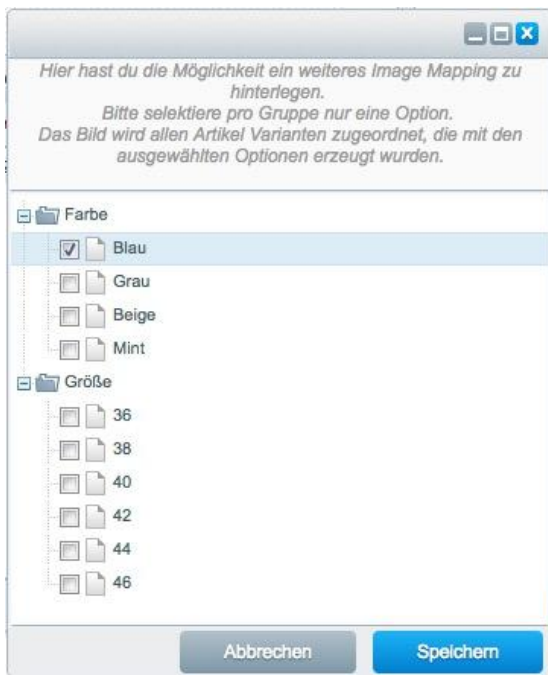
Wenn Du das Mapping mehrerer Bilder bearbeitest, wird Dir das aktuelle Mapping nicht angezeigt. Du kannst aber für alle markierten Bilder ein gemeinsames neues Mapping erstellen und speichern. Beachte, dass das Mapping mehrerer Bilder das aktuelle Mapping der markierten Bildern überschreibt! Alle derzeitigen Mappings der Bilder werden dabei gelöscht.

Bei Klick auf den Button "*Konfiguration öffnen*" öffnet sich ein Popup, in diesem Popup werden Dir alle aktuellen Konfigurationen des Bildes angezeigt:





Möchtest Du eine neue Konfiguration erstellen, klicke auf "Zuordnung hinzufügen". Es öffnet sich ein weiteres Popup, welches die verfügbaren Gruppen und Optionen des Artikels anzeigt (Es werden immer nur die Gruppen und Optionen angezeigt, in denen der Artikel auch verfügbar ist):



In unserem Beispiel haben wir die Farben und die Größen des Schuhs für das Mapping zur Verfügung, klicke nun die gewünschte Option an.

Pro Gruppe kannst Du immer nur eine Option wählen! Du kannst das Mapping im Beispiel entweder nur auf Farbe, nur auf Größe oder auf Farbe und Größe erstellen. Wenn Du nur auf Farbe mappst, wird das Bild nur bei dieser Farbe angezeigt, Welche Größe Du im Nachgang auswählst ist dabei egal. Wählst Du Dein Mapping auf Farbe und Größe, wird das Bild nur bei dieser Farbe und exakt dieser Größe dargestellt. Weicht eins der beiden Optionen im Frontend ab, wird das Bild nicht mehr angezeigt.

## **Merkhilfe:**

**Gruppen werden immer mit "UND" verknüpft.**

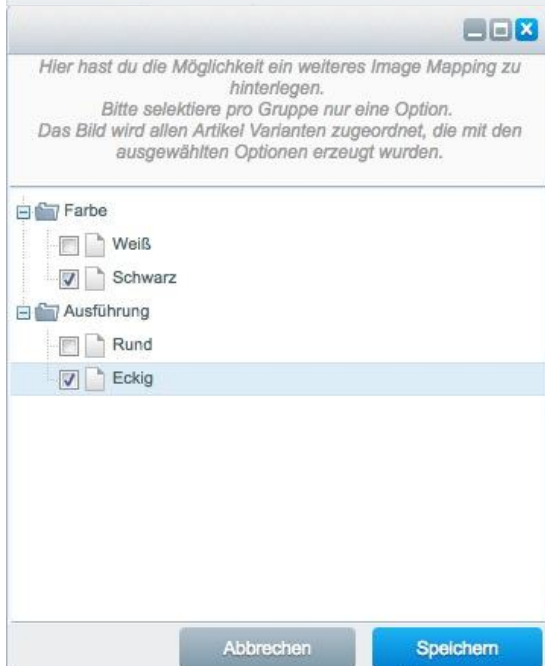
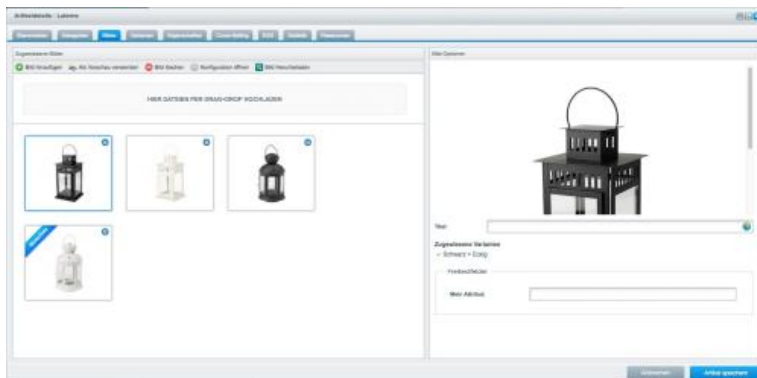
**Pro Gruppe kann nur eine Option gewählt werden.**

**Möchtest Du mehrere Optionen einer Gruppe mappen, kannst Du das über mehrere Konfigurationen lösen.**

Um das Mapping nun korrekt zu erstellen, wähle die passende Option aus. Im Beispiel ist der blaue Schuh ausgewählt, wir klicken also die Option "Blau" der Gruppe "Farbe" an und klicken 2x auf "Speichern" (um das einzelne Mapping zu speichern als auch das gesamte Mapping). Ab sofort wird das Bild des blauen Schuhs im Frontend immer dann angezeigt, wenn der Kunde die Farbe "Blau" auswählt, unabhängig von der Größe.

Bilder, die eine Konfiguration besitzen, erkennst Du am kleinen blauen Zahnrad, welches oben rechts im Vorschaubild angezeigt wird. Wenn Du die Konfiguration ändern willst, kannst Du auch das Zahnrad anklicken.

Als weiteres Beispiel nehmen wir einen Artikel, den es in 2 Farben und 2 Ausführungen gibt, also 4 Varianten mit 4 unterschiedlichen Bildern. Die Laterne im Beispiel soll in Schwarz und Weiss verfügbar sein sowie in einer runden und einer eckigen Ausführung. Also muss das Mapping in jeder Gruppe entsprechend gesetzt werden.



Im Frontend sieht der Artikel dann wie folgt aus:

#### Laterne



9,99 € \*

inkl. MwSt. zzgl. Versandkosten

• Lieferzeit ca. 5 Tage

Farbe:

Ausführung:

1

Vergleichen  Merken  Bewerten

Artikel-Nr.: SW10017

#### Laterne



9,99 € \*

inkl. MwSt. zzgl. Versandkosten

• Lieferzeit ca. 5 Tage

Farbe:

Ausführung:

1

Vergleichen  Merken  Bewerten

Artikel-Nr.: SW10017.3

## Produkte anlegen

In diesem Artikel beschreiben wir das Anlegen von Artikeln im Shopware Backend.

Öffne den Menüpunkt **Artikel > Neu**. Hier hast Du eine Vielzahl von Einstellungsmöglichkeiten. Sämtliche Artikelkonfigurationen kannst Du unter diesem Punkt vornehmen.

## Fünf Schritte bis zum Artikel

### Schritt 1 - Stammdaten

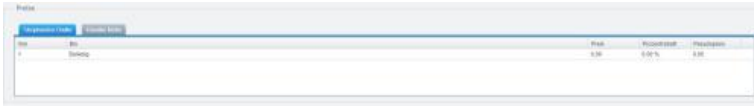
Weise dem Artikel einen Hersteller zu. Trage einen neuen Hersteller ein oder wähle einen Hersteller aus dem Pulldown Menü. Vergib eine Artikel-Bezeichnung.



### Schritt 2 - Preise

Gib dem Artikel einen Preis. Der angegebene Preis ist der, der für den Artikel in der Storefront genutzt wird.

Beachte hier, dass alle Preise als Nettopreise in der Datenbank gespeichert werden. Das bedeutet, dass auf jeden Nettopreis der definierte Steuersatz des Landes drauf gerechnet wird. Wenn Du also pro Land unterschiedliche Steuersätze definiert hast, wird sich auch der Bruttobetrag im Frontend entsprechend ändern, sobald das Land gewechselt wird. Länderübergreifende, einheitliche Bruttobetrag sind im Standard von Shopware nicht abbildbar.

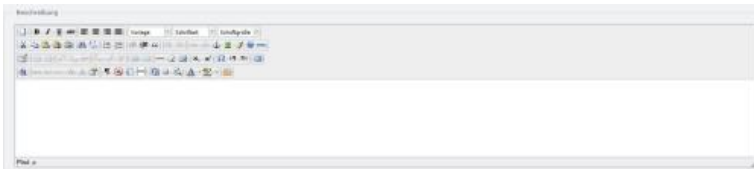


id	Preis	Preis	Preis	Preis
1	1000	1000	1000	1000

### Schritt 3 - Beschreibung

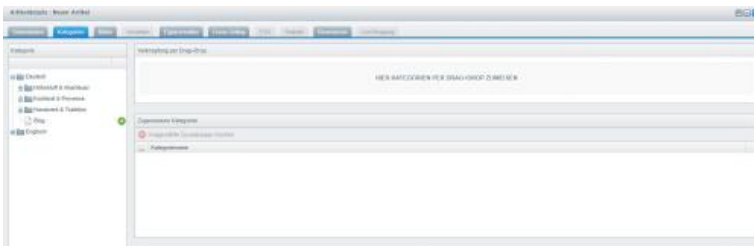
Pflege eine Beschreibung für den Artikel ein. Du kannst hier viele Funktionen nutzen, die Du auch aus Textverarbeitungsprogrammen kennst.

Beachte hierzu die Hinweise im Abschnitt Beschreibung.



### Schritt 4 - Kategorie

Wechsle in den Reiter **Kategorien** und wähle die gewünschte/n Kategorie/n unter **Zugewiesene Kategorien** aus.

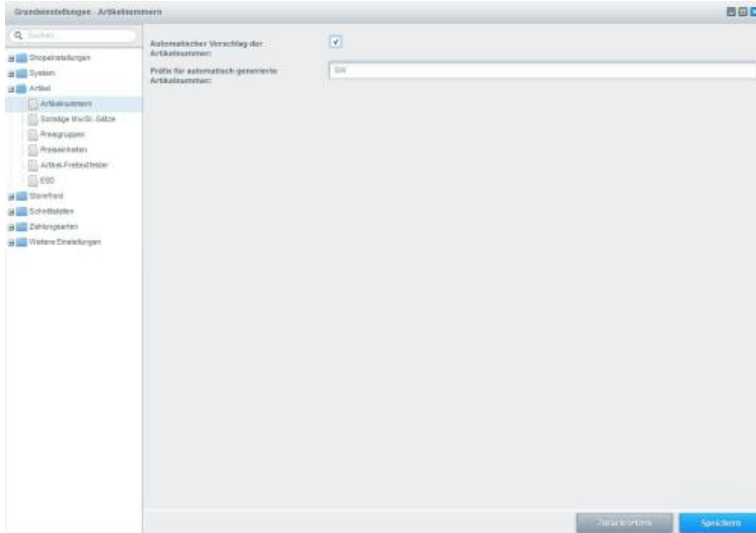


### Schritt 5 - Bilder

Im Reiter "Bilder" kannst Du Bilder zur Illustration des Artikels hinzufügen. Diese kannst Du Deinem Artikel über die Schaltfläche **Bild hinzufügen** zuweisen.



Ein Präfix muss immer gesetzt sein. Hier kann aber auch ein Zeichen, oder ein Zahl, definiert werden. Wenn kein Präfix genutzt werden soll, muss die automatische Vergabe einer Kundennummer ebenfalls deaktiviert werden.



Varianten erhalten bei Aktivierung dieser Option eine eigenständige fortlaufende Nummer (SW100, SW101, usw.), Konfigurator Artikel erhalten eine Subnummer (SW100, SW100.1, SW100.2, usw.).

Jede Artikelnummer darf in Shopware nur einmal vorkommen und maximal 255 Zeichen lang sein!

## Aufbau der Artikelnummern in Shopware

Die Artikelnummer muss aus mindestens einer 4-stelligen Mischung aus Buchstaben und Zahlen angelegt werden, darf im System nur einmal verwendet werden und muss immer mit einem Buchstaben beginnen!

### Erlaubt sind

- Die alphanumerischen Zeichen: **0-9 A-Z**
- folgende Sonderzeichen: **. - \_**

### Beispiel:

A.123-456  
A-123-456  
A\_123-456  
A.123\_456  
A-123.456  
USW..

Generell dürfen keine Leerzeichen verwendet werden und die Artikelnummer darf nicht rein numerisch sein! Ebenso darf die Artikelnummer maximal 255 Zeichen lang sein!

Abweichende Sonderzeichen können nicht gespeichert werden, in diesem Fall wird eine Warnung angezeigt bzw. das Artikelnummernfeld rot markiert.

## Preisgruppe

Wenn Du mit verschiedenen Preisgruppen arbeitest, so wählst Du hier die für den Artikel bestimmte Preisgruppe aus. Preisgruppen benötigst Du z.B. wenn Du mit globalen Preis-Rabattstufen arbeiten möchtest. Eigene Preisgruppen kannst Du unter "Einstellungen / Grundeinstellungen / Artikel / Preisgruppen" anlegen. Solltest Du ohne verschiedene Preisgruppen arbeiten, belasse die Auswahl einfach auf "Standard".

## Preisgruppe aktiv

Wenn Du mit Preisgruppen arbeitest, musst Du hier noch einmal einen Haken setzen. Damit bestätigst Du, dass die oben ausgewählte Preisgruppe für diesen Artikel angewandt wird. Wenn Du den Haken weglässt, ist die Preisgruppe nicht aktiv und Du kannst z.B. Artikel-individuelle Staffellungen definieren.

## Artikel-Bezeichnung

Hier wird eine kurze Bezeichnung (der Artikelname) erwartet, die den jeweiligen Artikel definiert. Dieser Text wird dann bei den Auflistungen von Artikeln in der Storefront angezeigt.

## Artikel Aktiv

Wenn dieses Feld ausgewählt ist, so wird der Artikel in der Storefront angezeigt. Wenn ein Artikel nicht mehr angezeigt werden soll muss er also nicht sofort gelöscht werden, sondern kann einfach auf inaktiv gesetzt werden.

## Varianten-Artikel

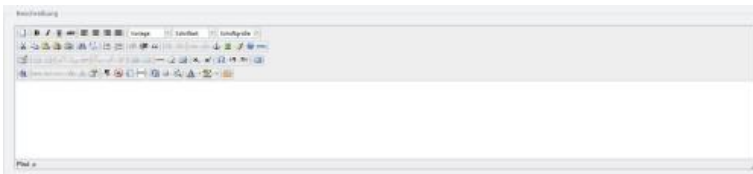
Hier definierst Du, ob es sich bei diesem Artikel um einen Variantenartikel handelt.

Beachte folgenden [Wiki-Artikel](#) wenn Du einen Variantenartikel wieder zurück in einen Hauptartikel wandeln möchtest. Lösche zuerst die Varianten und deaktiviere erst dann die Option **Variantenartikel**.

## Steuersatz

Wähle hier den jeweiligen Umsatzsteuersatz für einen Artikel. Eigene MwSt.-Sätze kannst Du in den Grundeinstellungen unter **Artikel > sonstige MwSt.-Sätze definieren**.

## Beschreibung



Achte bitte darauf, dass bestimmte HTML-Formatierungen, die Du z.B. von fremden Portalen per Copy & Paste in Shopware einpflegst, die Ansicht der Artikel-Detailseite negativ beeinflussen können.

## Meta Informationen

### Titel

Hier kannst Du den suchmaschinenrelevanten Meta-Titel hinterlegen, welcher im Seitenquelltext im title-Tag auftaucht und hier den Artikelnamen ersetzt: **Mein Titel | Demoshop**

### Kurzbeschreibung

Du kannst hier eine kurze Beschreibung des Artikels eingeben - speziell für Suchmaschinen, Produktexporte und Übersichten. Diese Kurzbeschreibung wird zugleich als Meta-Description im Seitenquelltext angezeigt. Wenn die Kurzbeschreibung leer ist, greift das System für die Listing Texte z.B. Kategorie Listings auf die "normale" Beschreibung zurück. Bitte beachte, dass hier keine Formatierungen wie z.B. Fett, Kursiv usw. übernommen werden. Außerdem wird die Meta-Description nach 150 Zeichen abgeschnitten.

### Keywords

Die Keywords werden von Suchmaschinen und der [Suche](#) verwendet. Die Keywords werden als Meta-Daten im Seitenquelltext der Seite aufgeführt. Die einzelnen Keywords können durch Kommas getrennt werden.

Für die Keywords dürfen keine Anführungszeichen (") verwendet werden, da dies den Seitenquelltext für Google unbrauchbar macht!

## Preise

Grp	Preis	Pseudopreis	Einkaufspreis
1	1000	1000	1000

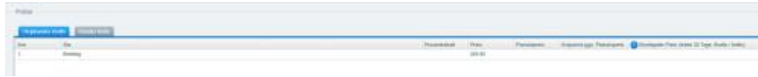
Definiere hier den Preis für den jeweiligen Artikel und die ausgewählte Kundengruppe. In diesem Beispiel wird der Preis für die Kundengruppe **Shopkunden** hinterlegt. Zudem besteht die Option, einen so genannten "*Pseudopreis*" anzugeben. Dieser Preis wird dann durchgestrichen zusätzlich zu dem normalen Preis in der Storefront angezeigt. Ebenfalls kann der Einkaufspreis eingetragen werden. Dieser dient jedoch



nur zu internen Speicherzwecken, also für den Fall, dass Du selber z.B. einmal Einkaufspreise für Deine Artikel in Shopware nachschauen möchtest. Der Einkaufspreis wird nicht für statistische Auswertungen herangezogen und ist somit nur optional auszufüllen.

## Preisdefinition ab Mai 2022

Gemäß der aktuellen Rechtsprechung des Europäischen Parlaments (Art. 6 a der Richtlinie 98/6/EG) muss ab Mai 2022 bei der Auspreisung der günstigste Preis der letzten 30 Tage in den Produkten und dem Warenkorb angegeben werden. Hierzu ist seit der Version 5.7.8 ein weiteres Feld "Günstigster Preis (letzte 30 Tage Brutto/Netto)" in der Preistabelle vorhanden.



Über dieses Feld kann der günstigste Preis der letzten 30 Tage angegeben werden. Dieser wird in der öffentlichen Produktdarstellung zusätzlich mit ausgegeben.

### Hauptartikel



Neben dem aktuellen **Preis (1)** und dem **Pseudo-Preis (2)** wird nun auch der **günstigste Preis der letzten 30 Tage (3)** ausgegeben.

## Staffelpreise

Eine zusätzliche Möglichkeit der Preisgestaltung in Shopware ist die Festlegung von Staffelpreisen. Dazu klickst Du unterhalb von Staffeln auf "*beliebig*". In diesem Eingabefeld definierst Du den Preis bis zu einer gewissen Abnahmemenge. Bestätige die Eingabe mit der "Tabulator-Taste". Automatisch werden für die nächste Staffel weitere Eingabefelder zur Verfügung gestellt. Dieser Vorgang kann beliebig fortgesetzt werden und alle Preisstaffeln werden in der Storefront angezeigt. Zusätzlich wird ein Artikel dann mit einem "Preis ab" dargestellt, dies kann je nach Einstellung ([Staffelpreise in der Günstigsten Preis Berechnung berücksichtigen](#)) der günstigste zu erreichende Preis sein oder der Preis, den man bei Kauf einer einzigen Einheit zahlt.

Es gibt die Möglichkeit, die Pseudopreise genauer auszuzeichnen, indem die Textbausteine **frontend/detail/data/priceDiscountInfo** und **frontend/detail/data/priceDiscountLabel** gefüllt werden. Label steht vor dem Preis, Info dahinter. So lassen sich Angaben wie "statt 19,99€ UVP" oder "statt 19,99€ Normalpreis" realisieren. Beachte aber, dass diese Einstellung global für den Shop gilt, also nicht auf einzelne Artikel individuell angepasst werden kann. Da es sich hier um Textbausteine handelt, kannst Du diese auch für deine Sprach- und Subshops übersetzen.

Wenn Du mit artikelbezogenen Staffelpreisen arbeitest, solltest Du diesem Artikel nicht gleichzeitig eine Preisgruppe mit globalen Staffeln zuordnen!

Abweichende Preise für Kundengruppen können nur dann hinterlegt werden, wenn der Kundengruppe kein globaler Rabatt zugewiesen ist. Ist für die Kundengruppe ein globaler Rabatt hinterlegt, so taucht der Reiter für diese Kundengruppe in der Preismaske nicht auf.

Shopware speichert die Nettopreise in der Datenbank. Beachte, dass bei der Eingabe von Brutto-Preisen eine Umrechnung auf den Netto-Betrag stattfindet. Hier wird als Grundlage immer der Standard-Steuersatz in Shopware verwendet! Zusätzliche Länder, mit ggf. zugewiesenen abweichenden Steuersätzen in den Grundeinstellungen, können nicht berücksichtigt werden.

Beim Feld Prozentrabatt handelt es sich nicht um ein manuell zu pflegendes Feld. Der Prozentrabatt wird automatisch anhand der Staffel berechnet und ist nicht dazu gedacht einen Prozentwert zur Reduzierung einzugeben. Sobald man eine Staffel pflegt wird ab der zweiten Reihe der Staffel der Prozentrabatt automatisch errechnet.

## Grundpreisberechnung



Die Grundpreisberechnung ermöglicht es Dir, vergleichbare, grundpreisbezogene Preisangaben in Deinem Shop zu führen. So erreichst du eine erhöhte Preistransparenz im Bezug auf Packungsgrößen und -gebinde und stärkst das Vertrauen Deiner Kunden. Für die Berechnung sind folgende Angaben wichtig.

### Maßeinheit

Wähle aus, ob Du den Grundpreis je Stück, Gramm, Kilogramm, lfm (laufender Meter), Liter oder Paket angeben willst. Zusätzliche Maßeinheiten kannst du über die Grundeinstellungen anlegen:  
**Grundeinstellungen > Artikel > Preiseinheiten.**

### Inhalt

Gib hier die Menge/Gewicht/Volumen etc. einer einzelnen Verpackungseinheit an. Verkaufst du z.B. Wasser in Flaschen, wäre die Verpackungseinheit der Inhalt einer einzelnen Flasche, also vielleicht 0,75 oder 1,0 Liter.

### Grundeinheit

Quantifiziere hier den Wert der Grundeinheit. In der Regel ist an dieser Stelle eine "1" sinnvoll, allerdings kann es u.U. auch Sinn machen, den Grundpreis auf 10-kg-Gebinde (10) oder 5-l-Behältnisse (5) zu berechnen. Hast du oben bei "Maßeinheit" beispielsweise "Liter" ausgewählt und setzt hier eine "1" wird der Grundpreis für 1 Liter Deines Produkts berechnet.

### Verpackungseinheit



**X** Dieser Artikel steht derzeit nicht zur Verfügung!

**!** Benachrichtigen Sie mich, wenn der Artikel lieferbar ist.

Ihre E-Mail-Adresse

**69,95 € \***

inkl. MwSt. zzgl. Versandkosten

● Lieferzeit 10 - 12 Werktage

Vergleichen  Auf die Wunschliste  ★ Bewerten

Artikel-Nr.: SW10166

Wird nun eine E-Mail-Adresse eingetragen, versendet der Shop eine Bestätigungsmail. Erst, wenn der darin befindliche Link vom Kunden angeklickt wurde, ist er zur Benachrichtigung eingetragen!

Die nun eingetragene E-Mail kann im Backend unter **Marketing > Auswertungen > E-Mail-Benachrichtigung** eingesehen werden. Hier werden alle Kunden und die zugehörigen Artikel aufgelistet:

Artikel mit Benachrichtigungsanfragen				Kunden mit Benachrichtigungsanfragen			
Artikel	Artikelbestellnummer	Registriert	Noch nicht benachrichtigt	Registriert am	E-Mail	Name	Benachrichtigt
Test a h o	Z11 00001	1	0	15.10.2017 07:36		Shop Ware	Nein
DE-ZBIT 5	SW10166	1	1				
		Gesamt: 2	Gesamt: 1				

Links werden die Artikel mit der zugehörigen Anzahl an registrierten und noch nicht benachrichtigten Kunden dargestellt, die für die Registrierungen vorliegen. Bei Klick auf den Aktionbutton eines Artikels (das Kundensymbol) werden alle zugehörigen Kunden angezeigt, die sich für die Benachrichtigung eingetragen haben. Dazu wird der jeweilige Status (Benachrichtigt: Ja / Nein) mit ausgegeben. **Beachte** hierbei, dass der Name nicht immer gefüllt sein muss, dieses Feld wird nur gefüllt, wenn der Kunde zum Zeitpunkt der

Registrierung im Shop angemeldet war.

Um die Benachrichtigungen nun zu versenden, müssen die Artikel wieder einen positiven Bestand aufweisen, der Cronjob *E-Mail-Benachrichtigung* versendet dann die Mails an die Kunden. Mit Versenden der Mail ändert sich der Status im Backendmodul auf "Benachrichtigt: Ja"

Die E-Mails, die vom Shop versendet werden, sind *sACCEPTNOTIFICATION* & *sARTICLEAVAILABLE*, diese kannst Du nach eigenen Wünschen anpassen.

Jeder Kunde wird pro Artikel und Registrierung nur einmal benachrichtigt. Sollte der Lagerbestand des Artikels wieder negativ werden, muss der Kunde sich für eine erneute Benachrichtigung wiederholt registrieren.

## **Lieferzeit (in Tagen)**

Trage hier die Lieferzeit ein, die ein Artikel hat, wenn dieser nicht auf Lager ist. Diese Lieferzeit wird in der Storefront nur ausgegeben, wenn der Lagerbestand  $\leq 0$  ist.

Detaillierte Informationen dazu findest Du auch im Artikel [Lagerbestands- und Lieferzeitanzeige](#).

## **Lagerbestand**

Hier kann der aktuelle Lagerbestand eingetragen werden.

## **Lager-Mindestbestand**

An dieser Stelle kannst Du einen Lagermindestbestand definieren. Dieser Wert kann bei der E-Mail Benachrichtigung "Unterschreitung des Lagerbestands" genutzt werden.

## **Erscheinungsdatum**

Das Erscheinungsdatum kann bei Artikeln verwendet werden, die erst in Zukunft lieferbar sein werden. Das hier - entweder manuell oder über den Kalender - eingetragene Datum wird mit auf der Artikeldetailseite ausgegeben und ermöglicht den Kunden somit, Artikel vorzubestellen. In der Storefront erscheint dann der Hinweis "Lieferbar ab xx.xx.xxxx". Dieser Hinweis kann ebenfalls als Textbaustein (**Einstellungen > Textbausteine > Artikel**) bearbeitet werden.

## **Einstelldatum**

Hier wird das Datum des Tages an dem der Artikel erstellt wird automatisch eingetragen. Du kannst das Datum jedoch auch manuell verändern. Mithilfe dieses Datums wird die Anzeige der Neuheiten und die Sortierung nach Erscheinungsdatum gesteuert.

## **Pseudo-Verkäufe**

Wenn Du die Ermittlung der Topseller manuell beeinflussen möchtest, kannst Du in diesem Feld sogenannte Pseudo-Verkäufe definieren. Der hier eingetragene Wert gilt dann sozusagen als Wert, wie oft der Artikel verkauft wurde. Dieser Wert wird dann ausschließlich für die Berechnung der Topselleranzeige herangezogen und natürlich nicht für statistische Auswertungen mit genutzt. Wenn Du hier also einen hohen Wert einträgst, wird dieser Artikel bei Dir in der Storefront als Topseller angezeigt.

## **Mindestabnahme**

In diesem Feld kann für den Artikel eine Mindestabnahme definiert werden. Diese Menge muss vom Kunden dann mindestens abgenommen bzw. in den Warenkorb gelegt werden.

**In diesem Feld werden nur ganze Zahlen unterstützt (Werte ohne Nachkommastelle)**

## **Staffelung**

Dieses Feld kann in Kombination (optional) mit der Mindestabnahme genutzt werden.

**In diesem Feld werden nur ganze Zahlen unterstützt (Werte ohne Nachkommastelle)**

Die Staffelung muss identisch mit der Mindestabnahme sein! Sollten diese Werte voneinander abweichen, werden die Artikelmenen auf der Artikeldetailseite und im Warenkorb nicht mehr übereinstimmen.

## **Maximalabnahme**

Hier kann eine Maximalabnahme definiert werden. Mehr als die hier definierte Anzahl von Artikeln kann bei einem Einkauf nicht in den Warenkorb gelegt bzw. gekauft werden.

**In diesem Feld werden nur ganze Zahlen unterstützt (Werte ohne Nachkommastelle)**

## **Herstellernummer**

Wahlweise kannst Du an dieser Stelle die Artikelnummer des Herstellers eintragen. Der Kunde bekommt die Herstellernummer in der Storefront nicht angezeigt. Du hast für dich (intern) so die Möglichkeit eine Herstellernummer zu speichern. Für den Fall, dass Du Dich z.B. auf der Internetseite des Herstellers über den Artikel informieren oder vielleicht sogar dort bestellen möchtest.

Die Herstellernummer ist standardmäßig nicht im Shop für den Kunden sichtbar.

## **Gewicht (in kg)**

Trage das Gewicht eines Artikels in kg ein. Diese Angabe wird optional für die Berechnung der Versandkosten nach Gewicht benötigt. Trage das Gewicht z.B. wie folgt ein: 0,5 (für 0,5 kg)

## **Versandkostenfrei**

Wenn Du diese Checkbox aktivierst wird dieser Artikel (und auch weitere, die in den Warenkorb gelegt werden) ohne Versandkosten berechnet. Das Verhalten des Warenkorbes bei "versandkostenfreien" Artikeln kann in den Einstellungen der Versandkosten direkt in der jeweiligen Versandart definiert werden.

## Artikel hervorheben

Über diese Option lassen sich Artikel in der Storefront besonders kennzeichnen. Standardmäßig werden diese Artikel mit einem "Tipp-Badge" dargestellt.

## Abverkauf

Wird ein Artikel von Dir hier als Abverkauf markiert, so kann dieser nicht über den Lagerbestand hinaus verkauft werden. Optional können Artikel, die während eines Bestellvorgangs auf Lagerbestand 0 fallen, auch ausgeblendet werden. Dies kannst Du im Backend unter **Einstellungen > Grundeinstellungen > Storefront > Warenkorb / Artikeldetails** durch die Option "Abverkaufartikel ohne Lagerbestand ausblenden" aktivieren.

In der aktuellen Version kann und muss die Abverkaufsoption pro Variante gepflegt werden!

## EAN

Hier kannst Du die EAN des Artikels angeben. Diese dient in der Standardkonfiguration nur der internen Information und muss zur Anzeige im Frontend separat ins Template eingebunden werden.

## Breite, Höhe, Länge

Hier kannst Du die Dimensionen eines Artikels festlegen, auch diese Felder dienen nur der internen Information und können z.B. für eine eigene Versandkostenberechnung verwendet werden.

## Kundengruppen ausschließen

Hier kannst Du Artikel für einzelne Kundengruppen sperren. Im Frontend erscheint dieser Artikel dann nicht mehr im Kategorielisting.

## Freitextfelder

Hier werden auch die von Dir selbst angelegte Artikel-Attribute (**Einstellungen > Freitextfeld-Verwaltung**) aufgelistet.

## Freitext-1 und Freitext-2

Diese 2 Textfelder sind bereits angelegt und können für weitere Informationen zum Artikel auf der Detailseite genutzt werden. Die benötigten Variablen sind bereits in den Standard-Templates eingebunden und werden somit, sofern gefüllt, auf der **Artikeldetailseite (1)** automatisch ausgegeben.

## Hauptartikel



459,95 € \*

Inhalt: 1 Stück  
inkl. MwSt. zzgl. Versandkosten

Sofort versandfertig, Lieferzeit ca. 1-3 Werktage

1  [In den Warenkorb](#)

[Vergleichen](#) [Merken](#) [Bewerten](#)

Artikel-Nr.: SW10001  
Freitextfeld 1: Freitext-1  
Freitextfeld 2: Freitext-2

## Kommentar

Hier kannst Du als Shopbetreiber einen eigenen Kommentar zum jeweiligen Artikel hinterlegen. Standardmäßig wird dieser Inhalt direkt unterhalb der Artikel-Langbeschreibung auf der Detailseite angezeigt.

## Weitere Einstellungen

### Eigenschaften

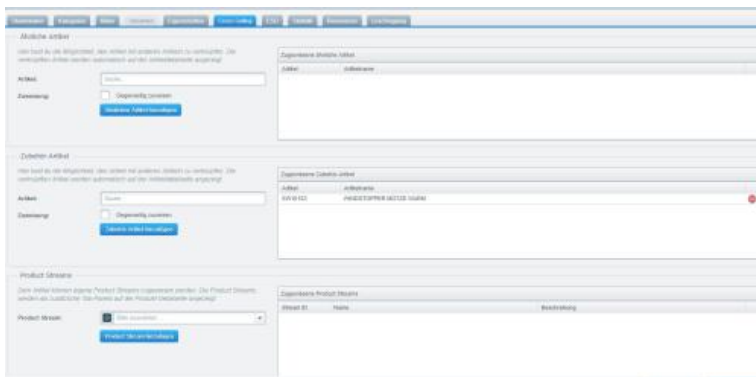


The screenshot shows a configuration form for 'Eigenschaften'. It includes a dropdown menu for selecting a property group, a text input field for the property name, and a 'Speichern' (Save) button. There are also some small icons and a 'Zurück' (Back) button.

Wähle aus dem Dropdown-Menü Deine angelegte Eigenschaftsgruppe aus. Die einzelnen Optionsfelder zur Eingabe der Werte, findest Du dann in der darunter liegenden Tabelle. Solltest Du nicht mit Eigenschaften arbeiten wollen, lass das Feld einfach leer.

Je Artikel kann eine Gruppe zugewiesen werden. Achte darauf, dass beim Wechsel der Eigenschaftsgruppe und dem anschließenden Speichern die zugewiesenen Optionen der vorher aktiven Gruppe entfernt werden!

## Cross-Selling



The screenshot shows a configuration form for 'Cross-Selling'. It is divided into three sections: 'Ähnliche Artikel' (Similar Items), 'Zusammen mit diesem Artikel' (Items bought together), and 'Produkt dieses Produkts' (Products of this product). Each section has a dropdown menu for selecting a product and a 'Speichern' (Save) button. There are also some small icons and a 'Zurück' (Back) button.

Um dem Kunden das Einkaufen so einfach und komfortabel wie möglich zu gestalten, können hier direkte Verknüpfungen zu anderen Artikeln eingerichtet werden. Die verknüpften Artikel werden automatisch auf der Artikeldetailseite angezeigt. Es muss nur die gewünschte Artikelnummer eingetragen werden. Die Option "Gegenseitig zuweisen" kannst Du wählen, wenn die Artikel gegenseitig verlinkt werden sollen.



Als Zubehör-Artikel und Ähnliche Artikel werden nur Stammartikel unterstützt, welche keine Varianten oder Konfiguratoren enthalten.

Ausführliche Informationen zum Cross-Selling-Reiter in Shopware findest Du im Wiki: [Artikel - Cross-Selling: Zubehör Artikel, Ähnliche Artikel, Productstreams](#).

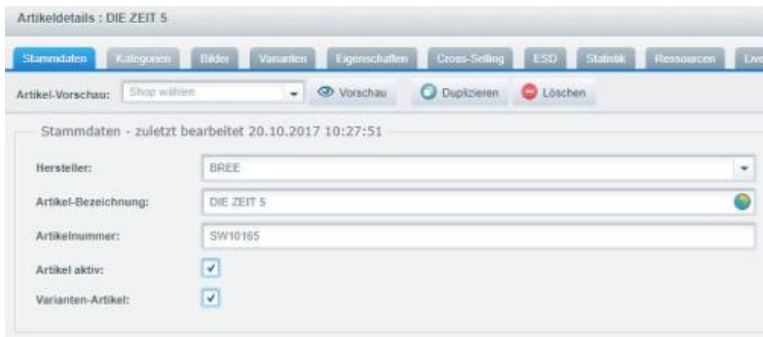
## ESD

In diesem Reiter kannst Du Deinen Artikel als ESD-Artikel definieren. ESD-Artikel sind digital verfügbare Artikel, wie zum Beispiel reine Software Produkte.

Mehr Informationen zu den ESD-Artikeln findest Du im Wiki: [Artikel - ESD](#).

## Vorschau, Artikel duplizieren, löschen

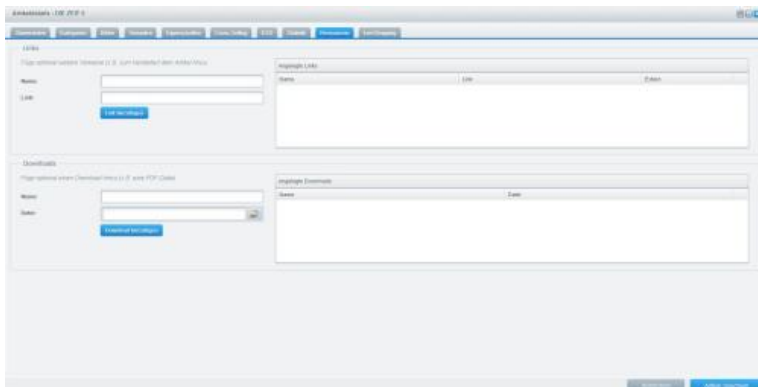
In der Oberfläche der Stammdaten findest Du die Möglichkeit Dir die Vorschau des Artikels im Frontend anzuschauen, den Artikel zu duplizieren oder den Artikel zu löschen.



The screenshot shows the 'Artikel-Vorschau' (Article Preview) section of the Shopware admin interface. The article is 'DIE ZEIT 5' by manufacturer 'BREE' with article number 'SW10165'. The 'Artikel aktiv' and 'Varianten-Artikel' checkboxes are checked. The 'Stammdaten' tab is active, and the 'Vorschau' button is highlighted.

## Ressourcen

Die Ressourcen des Artikels stehen Dir im Reiter *Ressourcen* zur Verfügung.



The screenshot shows the 'Ressourcen' (Resources) tab in the Shopware admin interface. It features two sections: 'Links' and 'Downloads'. Each section has a table with columns for 'Name', 'Datei', and 'Datei'. The 'Links' section has a 'Neu' button, and the 'Downloads' section has a 'Neu' button. The interface is clean and modern, with a light blue header and a white background.

Hier kannst Du Links und Downloads bereitstellen, die auf der Artikeldetailseite angezeigt werden.

Weitere Informationen zu den Ressourcen findest Du im Wiki: [Artikel - Ressourcen / Downloads / Links](#).

## Kostenfreie Artikel

Shopware kann so erstmal keine Artikel mit einem Preis von 0 erstellen. Daher müssen wir uns für die Erstellung von Gratisartikeln einen anderen Weg einschlagen:

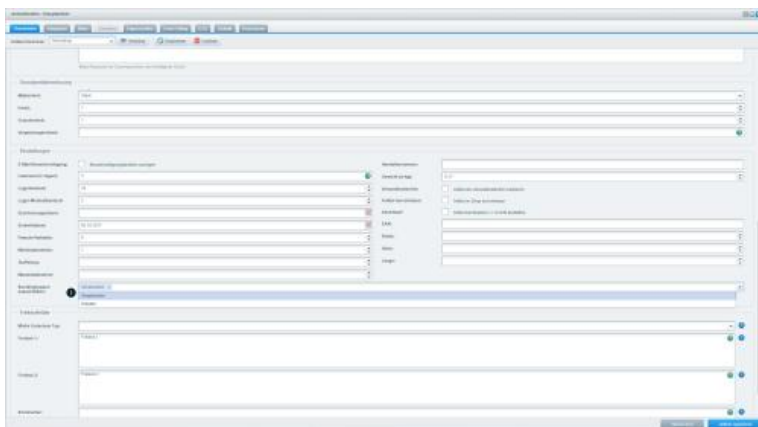
- **Prämienartikel:** Mit Hilfe von [Prämienartikeln](#) kannst Du Deinem Kunden kostenlose Artikel im Warenkorb ab einer bestimmten Warenkorbsumme als Prämie anbieten. Das ist zum Einen ein Anreiz, den Warenkorbwert zu steigern, zum Anderen aber auch eine einfache Möglichkeit, Gratisartikel anzubieten.
- **Gratisartikel über Preisgruppen:** Durch den Einsatz von Preisgruppen ist es möglich, einzelne Artikel komplett zu Rabattieren. **Beispiel:** Erstelle eine Preisgruppe für eine bestimmte Kundengruppe mit einem Rabatt von 100%. Anschließend öffnest Du den gewünschten Artikel und aktivierst die Preisgruppe hier. Der Artikel ist für die konfigurierte Kundengruppe nun kostenlos.

## Artikel und Kategorien für bestimmte Kundengruppen sperren

Mit Shopware können Kategorien sowie Artikel standardmäßig für bestimmte Kundengruppen unsichtbar geschaltet werden. Somit hast Du die Option, einen B2C- mit einem B2B-Shop zu kombinieren. Im Zusammenspiel mit dem Premium-Plugin [Business Essentials](#) kannst Du so die komplette Bandbreite eines B2B-Shops abdecken.

### Artikel

Jeder Artikel kann für eine bestimmte Kundengruppen unsichtbar geschaltet werden. Wechsel hierzu in die Artikelstammdatenmaske des jeweiligen Artikel. Unter dem Menüpunkt **Kundengruppen ausschließen (1)** kannst Du in dem Dropdown die jeweilige Kundengruppe auswählen, bei welcher der Artikel nicht sichtbar sein soll. Innerhalb des Drop-Down Felds ist eine Mehrfachauswahl möglich. In diesem Beispiel wird der Artikel für Kunden, welche im Frontend eingeloggt sind und sich in der Kundengruppe *Shopkunden* befinden, nicht angezeigt. **Beachte**, dass diese Funktion in der Regel nur für Shopkunden sinnvoll einsetzbar ist, da der nicht angemeldete Besucher im Standard ein Shopkunde ist und den Artikel sonst sehen, nach Login aber verschwinden würde.



### Kategorien

Das Ausblenden der Artikel für bestimmte Kundengruppen kann auch auf ganze Kategorien angewendet werden. Öffne dazu das Kategoriemodul, wähle die gewünschte Kategorie aus und klicke hier auf den Tab **Kategorie einschränken (1)**. Im Fenster **Verfügbare Kundengruppen (2)** werden alle Kundengruppen aufgelistet, für die diese Kategorie sichtbar ist. Im Fenster **Kategorie blocken für (3)** werden alle Kundengruppen gelistet, für die diese Kategorie ausgeblendet werden soll. Im Beispiel wird diese Kategorie für *Shopkunden* ausgeblendet.

# Produktressourcen

## Allgemeines

Um Deinen Kunden weitere Informationen zu einem Artikel anzubieten, kannst Du die Funktion Ressourcen in den Artikeldetails nutzen. Hierüber ist es möglich, auf externe/interne Seiten mit zusätzlichen Informationen zu verlinken oder weitere Informationen als Download mit dem Artikel anzubieten. Gerne wird dieses Feature genutzt, um dem Kunden eine Bedienungs- oder Installationsanleitung in Form eines PDF-Dokuments bereitzustellen.

Die Einstellungen für diesen Bereich erreichst Du, indem Du in den **Artikeldetails** den Reiter **Ressourcen** öffnest.

## Links

Mit Shopware kannst Du Deinen Artikeln sehr einfach weitergehende Informationen anfügen, indem Du z.B. Links auf externe oder interne Seiten setzt.

## Einstellungen im Backend



**Name (1):** Hier gibst Du an, welcher Name für den Link im Frontend angezeigt werden soll. Wenn Du das Feld leer lässt, wird die reine URL im Frontend dargestellt.

- **Link (2):** Hier wird die URL angegeben, auf die Du verlinken möchtest. Der Link muss mit `http://` oder `https://` Präfix angegeben werden. Das Feld darf nicht leer sein und wird bei Fehleingabe entsprechend mit einem Hinweis versehen.
- **Link hinzufügen (3):** Mit diesem Button bestätigst Du das Hinzufügen des Links zum Artikel. Sollte eine der Angaben fehlerhaft sein oder fehlen, wird dies durch das Backend abgefangen.
- **Angelegte Links (4):** Hier werden alle Links gelistet, die Du bereits zum Artikel hinzugefügt hast.

## Anzeige im Frontend

#### Weiterführende Links zu "Artikel mit Standard-Konfigurator"

- > [Fragen zum Artikel?](#)
- > [Weitere Artikel von Shopware Freetime](#)

Im Frontend werden die Links unterhalb der Artikelbeschreibung zusammen mit den beiden Standardlinks "Fragen zum Artikel?" und "Weitere Artikel vom Hersteller" angezeigt.

## Downloads

Mit Shopware kannst Du Deinen Artikeln sehr einfach weitergehende Informationen und Services anfügen, indem Du z.B. Anleitungen in PDF-Form als Download zur Verfügung stellst.

Du kannst Deine Dateien auch als MP3, MP4 oder ZIP anbieten. CSV und XML Dateien können allerdings nicht angeboten werden.

## Einstellungen im Backend



Die Einstellungen verhalten sich hier ähnlich wie die oben beschriebenen. Über das Feld **Datei** wird eine Datei aus dem Media-Manager ausgewählt, also jene Datei die Du als Download anbieten willst. Über **Name** vergibst du einen Anzeigenamen im Frontend. Die Schaltfläche **Download hinzufügen** bestätigt dann Deine Eingabe.

## Anzeige im Frontend

#### Weiterführende Links zu "Artikel mit Standard-Konfigurator"

- > [Fragen zum Artikel?](#)
- > [Weitere Artikel von Shopware Freetime](#)

#### Verfügbare Downloads:

- > [Download Shopware](#)

Die Downloads werden im Frontend unterhalb der weiterführenden Links angezeigt und öffnen sich im Standard immer in einem neuen Tab.

# Übersicht der Produkte

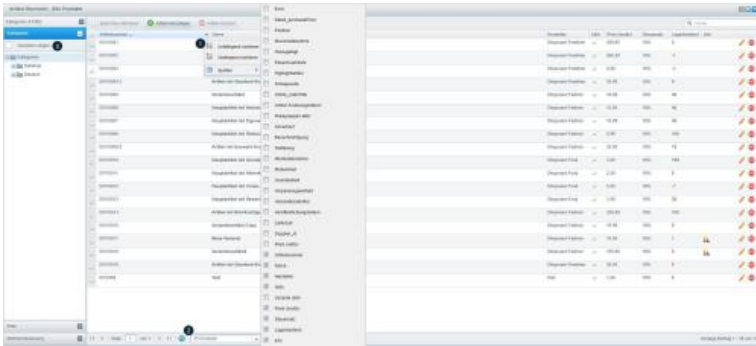
## Vorwort

In der Artikel Übersicht erhältst Du einen perfekten Überblick über Deine Artikel und Kategorie Zuordnungen. Durch Klicken auf eine Kategorie in der Übersicht werden alle Artikel angezeigt, die dieser Kategorie zugeordnet sind.

Wichtige Informationen wie z.B. die Bestellnummer, die Artikelbezeichnung oder den Preis entnimmst Du schon direkt aus der Tabellenübersicht. In der Übersicht wird zudem angezeigt, ob Artikel aktiv oder inaktiv sind.

## Sortierung

Durch einen Klick auf die **Spaltenbezeichnung (1)** kann der Inhalt der Tabelle direkt sortiert werden. So kannst Du schnell und einfach Deine Artikel z.B. nach Bestellnummer oder Preisen sortieren lassen. Unter der Tabelle befindet sich eine **Optionsleiste (2)** für die Tabelle. Hier siehst Du, wie viele Artikel sich bereits in der ausgewählten Kategorie befinden. Du kannst direkt zur nächsten Seite blättern oder einstellen, wie viele Artikel pro Seite angezeigt werden sollen. Wenn Du Dir die Varianten eines Artikels in der Übersicht anzeigen lassen möchtest, kannst Du den Haken bei **Varianten anzeigen (3)** setzen.



## Spaltenübersicht

Hier findest Du eine Erklärung aller Spalten und des Spaltinhalts sowie aller Symbole.

- **Artikelnummer** zeigt die Artikelnummer des gewählten Artikels.
- **Name** gibt die Artikelbezeichnung an.
- **Hersteller** zeigt den Hersteller des gewählten Artikels.
- **Aktiv** zeigt an, ob der Artikel aktiv ist.
- **Preis** zeigt Dir den hinterlegten Artikelpreis an.
- **Steuersatz** zeigt den hinterlegten Steuersatz des Artikels an.
- **Lagerbestand** zeigt den Lagerbestand des Artikels.

Beachte bitte, dass sich die Spalte "Aktiv" auf den Gesamtartikel auswirkt. Es existiert noch die zusätzliche Spalte "Variante aktiv". Die Spalte "aktiv" wird nicht an "Variante aktiv" vererbt und es kann daher erforderlich sein, diese zusätzlich anzupassen. Dazu kann es notwendig sein, die Spalte zunächst einzublenden.

Dies gilt ebenfalls für die Spalte "Abverkauf", bei Varianten ist dies die Spalte "Detail\_lastStock".

## Artikel bearbeiten

Durch einen Klick auf den *Editier-Stift* öffnet sich das Artikeldetail-Fenster. Dort kannst Du, wie bei einem neuen Artikel, alle Einstellungen ändern bzw. vornehmen.

Du kannst die in der Übersicht angezeigten Werte (außer Hersteller und Steuer) mit einem Doppelklick auch direkt ändern. Trage Deine Änderung ein und bestätige diese mit der Enter-Taste.

## Artikel löschen



In der Artikelübersicht kannst Du schnell und einfach viele Artikel löschen. Um einen einzelnen Artikel zu löschen klicke einfach auf das **Löschsymbold (1)**. Wenn Du den Dialog dann bestätigst, wird der Artikel komplett gelöscht.

Um mehrere Artikel gleichzeitig zu löschen, findest Du **links neben der Bestellnummer eine Checkbox (5)** um die gewünschten Artikel schnell zu markieren. Anschließend wählst Du oben in der Optionsleiste den Button **Artikel löschen (2)** und bestätigst den Dialog. Hier findest Du auch die Option um **alle Artikel aus der aktuellen Ansicht auf einmal zu markieren (4)**.

Artikelbilder, zugehörige Thumbnails und andere Medien (z.B. hinterlegte Downloads) werden beim Löschen eines Artikel nicht vom Server entfernt.

## Artikel hinzufügen

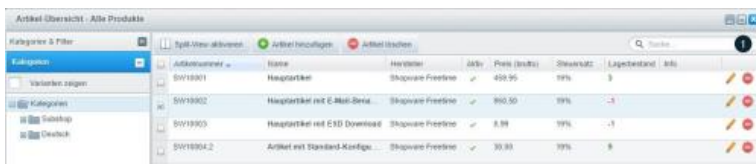
Über den Button **Artikel hinzufügen (3)** kannst Du jederzeit einen neuen Artikel anlegen.

## Artikel suchen

Rechts oben in der Übersicht findest Du das Feld **Suche (1)**. Hierbei handelt es sich um eine Suggestion-Suche. Suchtreffer werden bei der Eingabe automatisch vorgeschlagen.

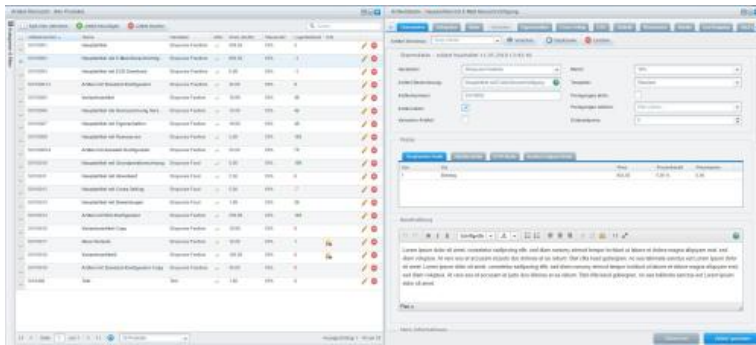
Folgende Suchkriterien werden bei der Suche berücksichtigt.

- **Suche nach Hersteller**
- **Suche nach Bestellnummer**
- **Suche nach Artikelbezeichnung**
- **Suche nach nicht vorrätigen Artikeln**
- **Suche nach Artikeln ohne Kategorie-Zuordnung**
- **Suche nach Artikeln ohne Bilder**

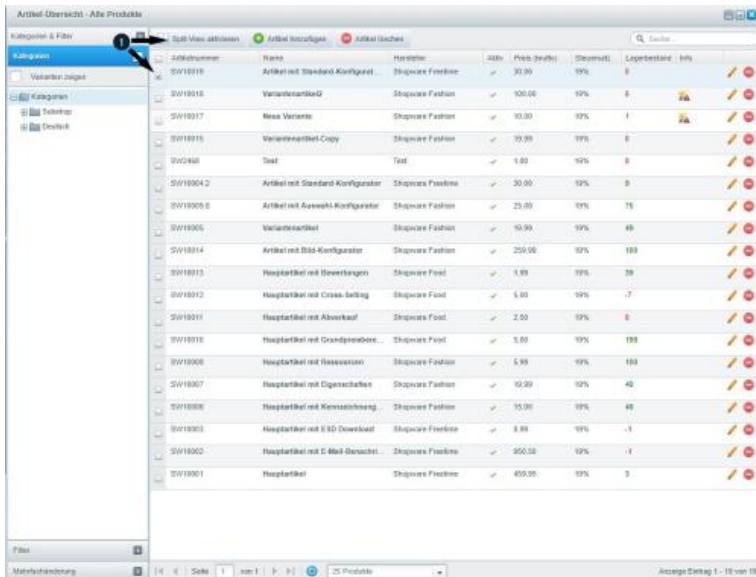


Auch in der Suchtreffer-Übersicht kannst Du wie gewohnt Deine Artikel direkt per Doppelklick bearbeiten. Wie in der normalen Übersicht siehst Du wie hoch der Lagerbestand ist und ob ein Artikel aktiv bzw. inaktiv ist. Inaktive Artikel findest Du beispielsweise nur in der Administration und nicht in der Storefront.

## Split-View



Die Split-View Ansicht erleichtert die Massbearbeitung von Produkten, die hierdurch schneller angelegt werden können.



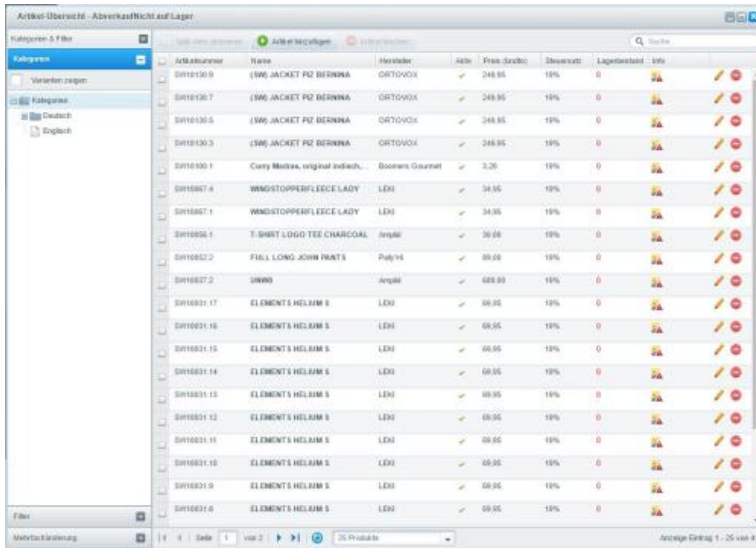
Um die Split-View Ansicht zu aktivieren, musst Du **einen** Artikel über die **Checkbox (1)** auswählen und anschließend auf **Split-View aktivieren (1)** klicken.

## Weitere Optionen

Bei "Mehrfachänderung" handelt es sich um ein ehemaliges Advanced Feature der kommerziellen Shopware Versionen, welches seit Shopware 5 im Standard von Shopware enthalten ist. MultiEdit unterstützt Dich beim schnellen Ändern von Artikeln in einer Stapelverarbeitung, z.B.: das schnelle

Deaktivieren von Artikeln, die keinen Lagerbestand mehr haben. Generell bietet Mehrfachänderung 2 Hauptfunktionen, das einfache Filtern von Artikeln nach bestimmten Kriterien und die Mehrfachänderung dieser Artikel. Im folgenden Artikel erklären wir Dir, wie Mehrfachänderung funktioniert und geben Dir hilfreiche Tipps & Tricks zur Nutzung an die Hand.

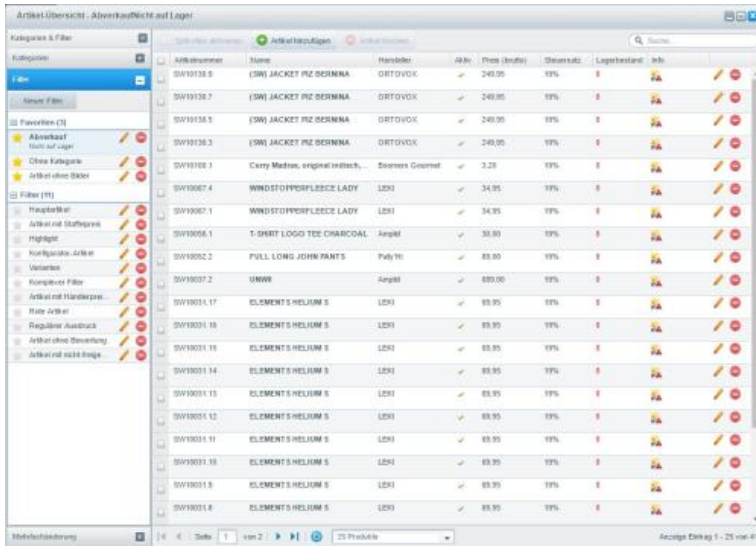
## Das Modul



Artikelnummer	Name	Hersteller	Abw.	Preis (brutto)	Stoersatz	Lagerbestand	Info
DW19130.9	(SW) JACKET PZ BERNINA	ORTOVOX	✓	249,95	19%	0	
DW19130.7	(SW) JACKET PZ BERNINA	ORTOVOX	✓	249,95	19%	0	
DW19130.5	(SW) JACKET PZ BERNINA	ORTOVOX	✓	249,95	19%	0	
DW19130.3	(SW) JACKET PZ BERNINA	ORTOVOX	✓	249,95	19%	0	
DW19130.1	Cary Matras, original indisch.	Boonens Gourmet	✓	3,20	19%	0	
DW19067.4	WINDSTOPPERFLEECE LADY	LEKI	✓	34,95	19%	0	
DW19067.1	WINDSTOPPERFLEECE LADY	LEKI	✓	34,95	19%	0	
DW19056.1	T-SHIRT LOGO TEE CHARCOAL	Jergal	✓	39,99	19%	0	
DW19052.2	FULL LONG JOHN PANTS	Poly Hi	✓	89,99	19%	0	
DW19027.2	UNWIG	Angli	✓	699,00	19%	0	
DW19031.17	ELEMENT'S HELIUM S	LEKI	✓	69,95	19%	0	
DW19031.16	ELEMENT'S HELIUM S	LEKI	✓	69,95	19%	0	
DW19031.15	ELEMENT'S HELIUM S	LEKI	✓	69,95	19%	0	
DW19031.14	ELEMENT'S HELIUM S	LEKI	✓	69,95	19%	0	
DW19031.13	ELEMENT'S HELIUM S	LEKI	✓	69,95	19%	0	
DW19031.12	ELEMENT'S HELIUM S	LEKI	✓	69,95	19%	0	
DW19031.11	ELEMENT'S HELIUM S	LEKI	✓	69,95	19%	0	
DW19031.10	ELEMENT'S HELIUM S	LEKI	✓	69,95	19%	0	
DW19031.9	ELEMENT'S HELIUM S	LEKI	✓	69,95	19%	0	
DW19031.8	ELEMENT'S HELIUM S	LEKI	✓	69,95	19%	0	

MultiEdit befindet sich in der Artikelübersicht integriert, auf der linken Seite findest Du die Filter und die Mehrfachänderung, rechts findest Du die ganz normale Artikelübersicht mit dem ggf. gefilterten Ergebnis.

## Filter

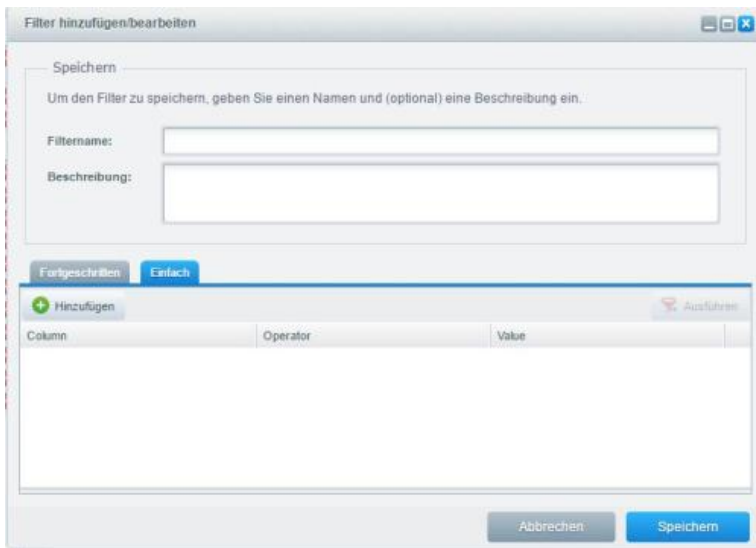


Artikelnummer	Name	Hersteller	Abw.	Preis (brutto)	Stoersatz	Lagerbestand	Info
DW19130.9	(SW) JACKET PZ BERNINA	ORTOVOX	✓	249,95	19%	0	
DW19130.7	(SW) JACKET PZ BERNINA	ORTOVOX	✓	249,95	19%	0	
DW19130.5	(SW) JACKET PZ BERNINA	ORTOVOX	✓	249,95	19%	0	
DW19130.3	(SW) JACKET PZ BERNINA	ORTOVOX	✓	249,95	19%	0	
DW19108.1	Cary Matras, original indisch.	Boonens Gourmet	✓	3,20	19%	0	
DW19067.4	WINDSTOPPERFLEECE LADY	LEKI	✓	34,95	19%	0	
DW19067.1	WINDSTOPPERFLEECE LADY	LEKI	✓	34,95	19%	0	
DW19056.1	T-SHIRT LOGO TEE CHARCOAL	Jergal	✓	39,99	19%	0	
DW19052.2	FULL LONG JOHN PANTS	Poly Hi	✓	89,99	19%	0	
DW19027.2	UNWIG	Angli	✓	699,00	19%	0	
DW19031.17	ELEMENT'S HELIUM S	LEKI	✓	69,95	19%	0	
DW19031.16	ELEMENT'S HELIUM S	LEKI	✓	69,95	19%	0	
DW19031.15	ELEMENT'S HELIUM S	LEKI	✓	69,95	19%	0	
DW19031.14	ELEMENT'S HELIUM S	LEKI	✓	69,95	19%	0	
DW19031.13	ELEMENT'S HELIUM S	LEKI	✓	69,95	19%	0	
DW19031.12	ELEMENT'S HELIUM S	LEKI	✓	69,95	19%	0	
DW19031.11	ELEMENT'S HELIUM S	LEKI	✓	69,95	19%	0	
DW19031.10	ELEMENT'S HELIUM S	LEKI	✓	69,95	19%	0	
DW19031.9	ELEMENT'S HELIUM S	LEKI	✓	69,95	19%	0	
DW19031.8	ELEMENT'S HELIUM S	LEKI	✓	69,95	19%	0	

Die Filter kannst Du per Klick aufklappen und Deine Artikel dann nach den gewünschten Kriterien filtern. Klicke dazu auf "Neuer Filter", es erscheint ein Popup, welches Dir anbietet, deinen Filter entweder "einfach" per Optionsfelder auszuwählen oder "professionell" per SQL Statement.

## Einfacher Filter





Der einfache Filter ist für jeden geeignet, der sich mit der Datenbankstruktur, SQL-Abfragen und logischen Verknüpfungen noch nicht beschäftigt hat / möchte und die generelle Funktion des Plugins testen/nutzen möchte.

Klicke auf "Hinzufügen" und erstelle Dir einen neuen Filter. Die erste Auswahl die Du hier triffst, bezieht sich auf eine Eigenschaft, beispielsweise "Article.Name" für den Artikelnamen. Die mittlere Auswahl gibt eine Operation an wie z.B. "=", "<=" oder "ISTRUE". Im dritten Feld definierst Du das Kriterium. **Beachte**, dass bei manchen Operatoren wie zB. "ISTRUE" kein Kriterium gesetzt werden kann, weil ISTRUE (ist wahr) bereits das Kriterium ist!

### Beispiel:

```
Article.Name = Test
```

Damit würdest Du einen Filter anlegen, der Dir alle Artikel mit dem Namen "Test" ausgibt.

Du kannst auch weitere Zeilen definieren indem Du ein weiteres mal auf "Hinzufügen" klickst. Diese Zeilen werden jeweils mit einer UND Verknüpfung erstellt, es müssen dann also IMMER ALLE Bedingungen erfüllt sein, damit die Artikel ausgegeben werden!

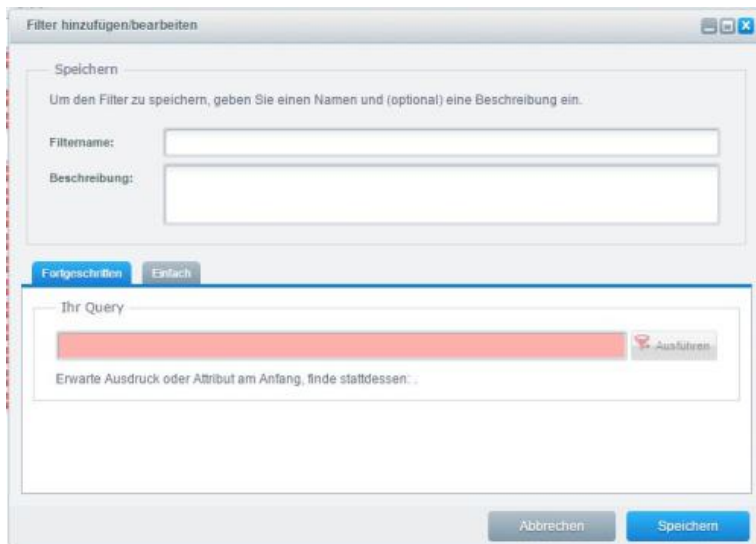
### Beispiel:

```
Article.Name = Test  
Article.ID > 5
```

Dieser Filter gibt Dir die Artikel aus, deren Name "Test" ist und deren ID größer als "5" ist.

Ein einfacher Filter kann jederzeit in einen fortgeschrittenen Filter umgesetzt werden, jedoch können nicht alle fortgeschrittenen Filter in einen einfachen konvertiert werden. Der einfache Filter unterstützt keine Klammerung von Befehlen und keine ODER-Verknüpfung.

## Fortgeschrittener Filter



Hier kannst Du Filter ganz individuell anlegen, um das beste Ergebnis zu erzielen, jedoch ist hier SQL Kenntnis nötig.

**Beispiel:** Hersteller = Feinbrennerei Sasse & Artikel unter 20€

Hierfür würde dann folgende Query benutzt werden:

```
SUPPLIER.NAME = "Feinbrennerei Sasse" AND PRICE.PRICE < 20
```

Nun kannst Du auf Ausführen klicken und man sieht das Ergebnis im Artikellisting, welches dem Ergebnis entsprechend neu lädt.

Wenn Du den Filter öfter verwenden möchtest, kannst Du diesen mit einem Klick auf "Speichern" unter dem gewünschten Namen speichern.

Das Abfragefeld hat eine Anzeige für die Gültigkeit. Wenn Ihre Anweisung ungültig ist, bleibt sie rot, wenn sie gültig ist, wird sie grün. Es hat auch eine dynamische Meldung darunter, die Sie darüber informiert, was mit Ihrer Anweisung falsch ist.

## Operatoren

Operatoren werden abhängig von dem vorherigen Attribut angezeigt. So kann z.B nach dem Attribut "ARTIKEL.NAME" kein ">"-Operator folgen, da dies kein Zeichenkettenoperator ist.

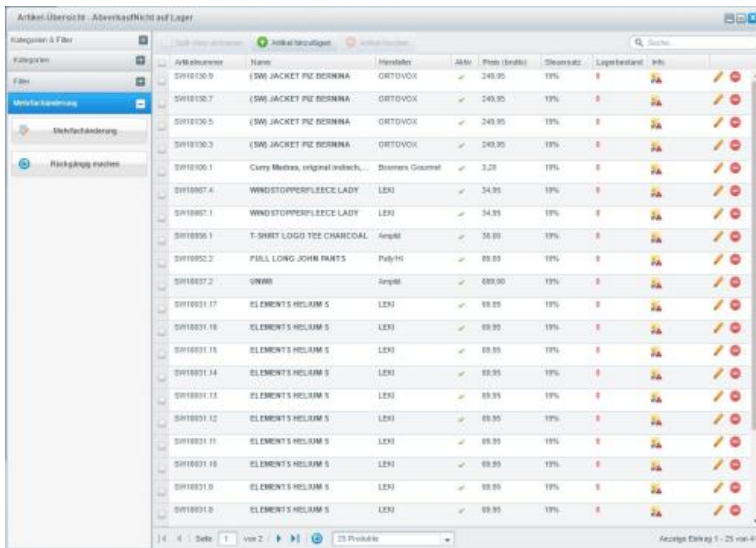
- $a = b$  (a ist gleich b)
- $a \neq b$  (a ist ungleich b)
- $a \sim b$  (a passt auf regulären Ausdruck b)

- a !~ b (a passt nicht auf regulären Ausdruck b)
- a IN (b, c) (a = b ODER a = c)
- a ISNULL (a hat keinen Wert)
- a > b (a ist größer b)
- a >= b (a ist größer oder gleich b)
- a < b (a ist kleiner a)
- a <= b (a ist kleiner oder gleich b)
- a ISTRUE (a ist wahr - bool 1)
- a ISFALSE (a ist falsch - bool 0)

Zur Verknüpfung mehrerer Ausdrücke gibt es folgende Operatoren:

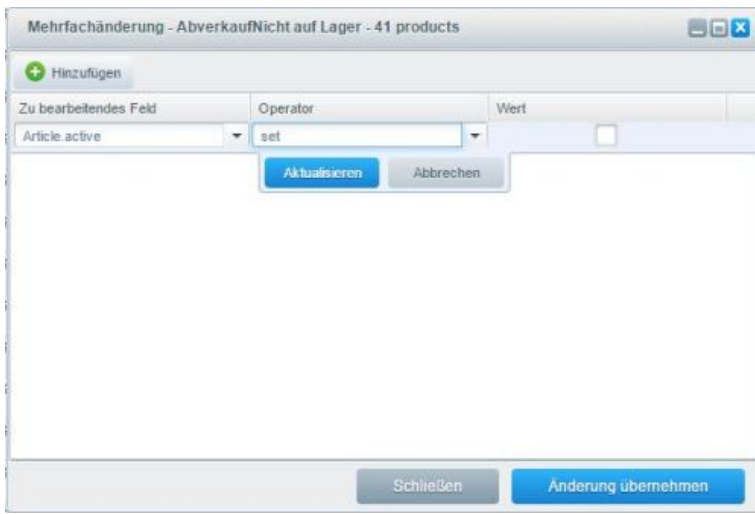
- AND (verknüpft zwei Ausdrücke mit einem logischen UND)
- OR (verknüpft zwei Ausdrücke mit einem logischen ODER)
- ( bzw ) (erlaubt es, logische Ausdrücke zu klammern, um die in den Klammern befindlichen Ausdrücke zuerst auszuwerten)

## Mehrfachänderung



Artikelnummer	Name	Hersteller	Preis	Steuerklasse	Lagerbestand	Info
DI18130.9	ESW JACKET PIZ BERNINA	ORTOVOX	249,95	19%	0	
DI18130.7	ESW JACKET PIZ BERNINA	ORTOVOX	249,95	19%	0	
DI18130.5	ESW JACKET PIZ BERNINA	ORTOVOX	249,95	19%	0	
DI18130.3	ESW JACKET PIZ BERNINA	ORTOVOX	249,95	19%	0	
DI18100.1	Curry Melton, original in techn...	Boomers Gourmet	3,20	19%	0	
DI18067.4	WINDSTOPPERFLEECE LADY	LENI	34,95	19%	0	
DI18067.1	WINDSTOPPERFLEECE LADY	LENI	34,95	19%	0	
DI18056.1	T-SHIRT LOGO TEE CHARCOAL	Amplé	35,99	19%	0	
DI18052.2	FULL LONG JOHN TRATS	Poly HI	89,99	19%	0	
DI18057.2	SWISS	Amplé	899,90	19%	0	
DI18031.17	ELEMENT'S HELIUM 5	LENI	89,95	19%	0	
DI18031.16	ELEMENT'S HELIUM 5	LENI	89,95	19%	0	
DI18031.15	ELEMENT'S HELIUM 5	LENI	89,95	19%	0	
DI18031.14	ELEMENT'S HELIUM 5	LENI	89,95	19%	0	
DI18031.13	ELEMENT'S HELIUM 5	LENI	89,95	19%	0	
DI18031.12	ELEMENT'S HELIUM 5	LENI	89,95	19%	0	
DI18031.11	ELEMENT'S HELIUM 5	LENI	89,95	19%	0	
DI18031.10	ELEMENT'S HELIUM 5	LENI	89,95	19%	0	
DI18031.9	ELEMENT'S HELIUM 5	LENI	89,95	19%	0	
DI18031.8	ELEMENT'S HELIUM 5	LENI	89,95	19%	0	

Die Mehrfachänderung ist dann als zentrales Element die Hauptfunktion und ändert die ausgewählten Artikel mit den gewünschten Werten ab. Es lassen sich Eigenschaften definieren, die geändert werden sollen. Im folgenden Beispiel werden die Artikel inaktiv geschaltet:



Beachte bitte, dass es erforderlich sein kann, neben "Article.active" zusätzlich auch "Detail.active" zu bearbeiten. Dies gilt auch für das Setzen der Abverkaufsfunktion, diese muss ebenfalls für "Detail.lastStock" gesetzt werden.

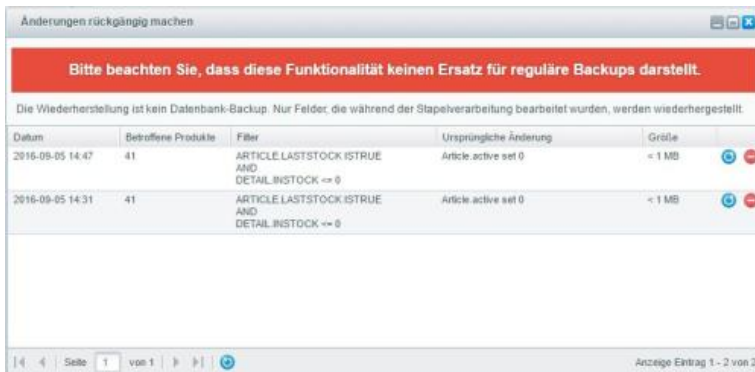
Alternativ lassen sich hier auch Rechenaufgaben definieren oder Strings erweitern:

```
// Hängt den String "Beispiel" an die Kurzbeschreibung des Artikels
Article.description append "Beispiel"

// Rechnet das Artikelgewicht + 2
Detail.weight add 2

// Multipliziert die Topseller mit 5
Article.pseudoSales multiply 5
```

## Wiederherstellungsfunktion



Vorab, die Wiederherstellungsfunktion nutzt einen Ordner im Dateisystem des Servers, um die Wiederherstellungstatements zu speichern, diese werden unter */files/backup* abgelegt, geh also sicher, dass dieser Ordner Lese- und Schreibberechtigungen für Shopware hat.

Die Wiederherstellungsfunktion dient dazu, den URSPRÜNGLICHEN Zustand, welcher vor der Änderung bestand, wiederherzustellen.

Im Wiederherstellungsmodus siehst Du die Filter, die angewandt wurden. Zudem ist hier ersichtlich, welche ursprünglichen Änderungen vorgenommen wurden.

Durch Drücken auf das Wiederherstellungs-Symbol (blauer sich drehender Pfeil) wird die Änderung zu dem URSPRUNGSWERT wiederhergestellt.

Die Wiederherstellungsfunktion dient nicht als Backup Lösung. Es sollte hier immer ein separates Backup vom Server erstellt werden!

## Log-Funktion

Shopware loggt die relevanten Änderungen an den Artikeln mit, so dass auch zu einem späteren Zeitpunkt eine Änderung nachvollzogen werden kann. Die Logs finden sich unter **Einstellungen > Logfile**.

## Hinweise

Wie bei bspw. auch den Kategorien, wird hier auf den Assoziationen gearbeitet. Wenn Sie also bei 10 Artikeln an den unit.name "Hallo" anhängen, wird natürlich der unit.name selbst geändert und gilt damit auch für die anderen Artikel mit der entsprechenden Unit.

## Tipps & Tricks

### Beispiele

#### Alle Artikel der Kategorie XY inaktiv schalten

Leg Dir zuerst einen neuen Filter an. Im Query gibst Du hier nun: CATEGORY.ID = "ID der Kategorie" an. (Die ID der jeweiligen Kategorien findest Du unter **Artikel > Kategorie** in den Einstellungen der jeweiligen Kategorie.) Klicke nun auf Ausführen, damit Du alle Artikel der Kategorie gelistet bekommst.

Jetzt muss hierfür noch eine Mehrfachänderung definiert werden, dazu gehst Du einfach auf "Mehrfachänderung". Hier fügst Du nun über "Hinzufügen" eine Spalte hinzu und wählst bei "Zu bearbeitendes Feld" Article.active aus. Als Operator wähle "Set" aus und setze bei "Wert" keinen Haken, da Du die Artikel ja inaktiv schalten willst. Anschließend führe die Änderung aus, indem Du auf "Änderung übernehmen" klickst.

### Werte

Die Werte können hier natürlich auch in der Datenbank gefunden werden. Folgend eine Auflistung. (wichtig ist hier der Begriff vor dem Punkt) z.B **article.id** ist in der Tabelle s\_articles in der Spalte **id**.

- article = s\_article
- attribute = s\_articles\_attributes
- detail = s\_articles\_details
- supplier = s\_articles\_supplier
- category = s\_categories

- unit = s\_core\_units
- tax = s\_core\_tax
- vote = s\_articles\_vote
- configurationset = s\_article\_configurator\_set
- configuratorgroup = s\_article\_configurator\_group
- configuratoroption = s\_article\_configurator\_option
- propertyset = s\_filter
- propertygroup = s\_filter\_option
- propertyoption = s\_filter\_values
- price = s\_articles\_prices
- image = s\_articles\_img
  
- HASIMAGE = Bild vorhanden
- ISMAIN = Hauptvariante / Varianten-Vorauswahl
- HASPROPERTIES = Hat Eigenschaften
- HASCONFIGURATOR = Hat Konfigurator
- HASBLOCKPRICE = Hat Staffelpreise

<b>Feldname</b>	<b>Beschreibung</b>
article.name	Name des Artikels
article.description	Kurzbeschreibung
article.descriptionLong	Langbeschreibung
article.added	Wann wurde der Artikel hinzugefügt
article.active	Ist der Artikel aktiv
article.pseudoSales	Pseudo-Verkäufe des Artikels
article.highlight	Ist der Artikel hervorgehoben?
article.keywords	Meta-Keywords des Artikels
article.changed	Wann wurde der Artikel zuletzt geändert?

article.priceGroupActive	Sind Preisgruppen für den Artikel aktiv
article.lastStock	Abverkaufs-Flag
article.crossBundleLook	veraltet
article.notification	Benachrichtigungen für den Artikel aktiv?
article.template	Template des Artikels
article.mode	Artikelmodus
article.availableFrom	Ab wann ist der Artikel verfügbar?
article.availableTo	Bis wann ist der Artikel verfügbar?
detail.number	Bestellnummer der Variante
detail.supplierNumber	Hersteller-Nummer der Variante
detail.kind	Typ der Variante (1=Vorauswahl, 2=andere)
detail.additionalText	Zusatztext (bei Varianten mit den Konfiguratoroptionen)
detail.active	Ist die Variante aktiv?
detail.inStock	Lagerbestand
detail.stockMin	Lager-Mindestbestand
detail.weight	Gewicht
detail.width	Breite
detail.length	Länge
detail.height	Höhe
detail.ean	EAN

detail.position	Position (wenn mehrere Varianten vorhanden sind)
detail.minPurchase	Mindestabnahme
detail.purchaseSteps	Abnahme-Stufen
detail.maxPurchase	Maximalabnahme
detail.purchaseUnit	Einheit
detail.referenceUnit	Referenzeinheit
detail.packUnit	Verpackungseinheit
detail.shippingFree	versandkostenfrei?
detail.releaseDate	Veröffentlichungsdatum
detail.shippingTime	Lieferzeit
supplier.name	Name des Herstellers
supplier.image	Bild des Herstellers
supplier.link	Link des Herstellers
supplier.description	Beschreibung des Herstellers
category.name	Name der Kategorie
category.position	Position der Kategorie
category.metaKeywords	Meta-Keywords der Kategorie
category.metaDescription	Meta-Beschreibung
category.cmsHeadline	Kategorie - Überschrift
category.cmsText	Kategorie - Beschreibungstext



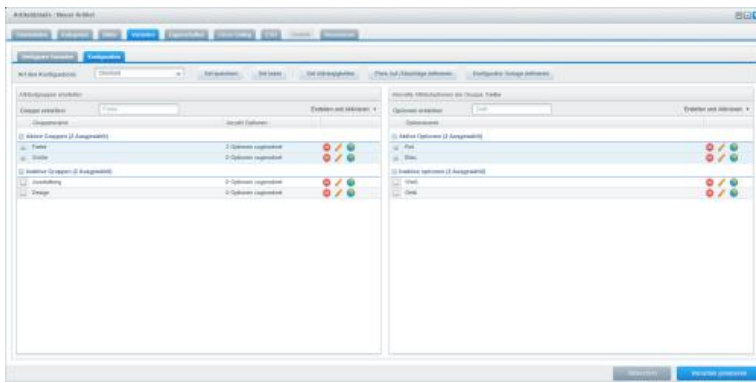
category.active	Ist die Kategorie aktiv
category.template	Template der Kategorie
category.blog	Handelt es sich um eine Blog-Kategorie?
category.path	Kategorie-Pfad
category.external	Externe Kategorie
category.hideFilter	Filter verstecken
category.hideTop	Top-Navigation verstecken?
category.noViewSelect	Kategorie - keine Ansicht
category.changed	Änderungsdatum
category.added	Hinzugefügt am...
unit.name	Preiseinheit - Einheit (z.B. gr.)
unit.unit	Preiseinheit - Name (z.B. Gramm)
attribute.attr	Zusätzliches Artikel-Attribut
tax.tax	Steuersatz
tax.name	Name / Beschreibung des Steuersatzes
vote.name	Bewertung - Name
vote.headline	Bewertung - Überschrift
vote.comment	Bewertung - Kommentar
vote.points	Bewertung - Punkte
vote.datum	Bewertung - Datum

vote.active	Bewertung - Aktiv / Freigeschaltet
vote.email	Bewertung - Email
vote.answer	Bewertung - Antwort
vote.answer_date	Bewertung - Antwortdatum
configuratorset.name	KonfiguratorSet - Name
configuratorset.public	KonfiguratorSet - Öffentlich?
configuratorset.type	KonfiguratorSet - Typ (Bild, Auswahl, Standard)
configuratorgroup.name	KonfiguratorGruppe - Name
configuratorgroup.description	KonfiguratorGruppe - Beschreibung
configuratorgroup.position	KonfiguratorGruppe - Position
configuratoroption.name	KonfiguratorOption - Name
configuratoroption.position	KonfiguratorOption - Position
propertyset.name	EigenschaftsSet - Name
propertyset.position	EigenschaftsSet - Position
propertyset.comparable	EigenschaftsSet - Vergleichbar
propertyset.sortMode	EigenschaftsSet - SortierModus
propertygroup.name	EigenschaftsGruppe - Name
propertygroup.filterable	EigenschaftsGruppe - Filterbar
propertyoption.value	EigenschaftsOption - Wert
propertyoption.position	EigenschaftsOption - Position

propertyoption.valueNumeric	EigenschaftsOption - Numerischer Wert
image.description	Bild - Beschreibung
image.path	Bild - Pfad
image.main	Bild - Hauptbild?
image.position	Bild - Position
image.width	Bild - Breite
image.height	Bild - Höhe
image.relations	Bild - Relationen
image.extension	Bild - Dateinamenerweiterung
price.price	Preis - Preis
price.pseudoPrice	Preis - Pseudopreis / UVP-Angabe
price.basePrice	Preis - Einkaufspreis

## Varianten

Mit den Artikel-Varianten hast Du als Shopbetreiber die Möglichkeit ein- oder mehrdimensionale Varianten-Artikel zu erstellen. Um die Varianten-Funktion nutzen zu können, muss in den Stammdaten des Artikels das Feld „Varianten-Artikel“ aktiviert sein. Nach dem Speichern der Stammdaten wird der Reiter „Varianten“ aktiv.



## Art der Varianten-Darstellung



In dem Pulldownmenü kann zwischen den folgenden Arten gewählt werden.

- **Standard**
- **Auswahl**
- **Tabelle** (bis Shopware 4.3.6)
- **Bild** (ab Shopware 5)

Wenn Du den Typ der Variantendarstellung ändern willst, müssen die Varianten nicht neu generiert werden. Es reicht wenn der Typ geändert wird und danach das Set gespeichert wird.

### Standard

Die Standard-Darstellung bietet die Möglichkeit, die gewünschte Konstellation direkt auszuwählen, ohne nach einer bestimmten Reihenfolge vorzugehen. Alle Gruppen mit den zugehörigen Optionen sind direkt vom Kunden auswählbar. Wird bei diesem Artikel mit Lagerbeständen gearbeitet, so wird der Warenkorb-Button bei einer nicht mehr verfügbaren Konfiguration ausgeblendet.

Welche Artikel-Variante im Standard auf der Artikelseite im Frontend dargestellt wird, entscheidest Du unter dem Reiter "Verfügbare Varianten" in der Spalte "Vorauswahl".

Ansicht in der Storefront:


**19,99 € \***

Inhalt: 1 Stück


inkl. MwSt. zzgl. **Versandkosten**

● **Sofort versandfertig, Lieferzeit ca. 1-3 Werktage**

**Farbe:**

**Größe:**

**In den Warenkorb** >

 [Vergleichen](#)  [Merken](#)  [Bewerten](#)

Artikel-Nr.: SW10005

Wenn eine Variante ausgewählt wird, welche nicht mehr aktiv ist, wird die Hauptvariante als Fallback geladen. Bei einem Abverkaufsartikel ohne Lagerbestand wird Dir angezeigt, dass dieser Artikel aktuell nicht zur Verfügung steht.

 **Dieser Artikel steht derzeit nicht zur Verfügung!**


**19,99 € \***

Inhalt: 1 Stück


inkl. MwSt. zzgl. **Versandkosten**

● **Lieferzeit ca. 5 Tage**

**Farbe:**

**Größe:**

 [Vergleichen](#)  [Merken](#)  [Bewerten](#)

Artikel-Nr.: SW10005.1

## Auswahl

Anders als beim Standard-Konfigurator muss beim Auswahl-Konfigurator die Reihenfolge Schritt für Schritt durchgeführt werden. Sobald man die erste Auswahl getroffen hat, wird die zweite Auswahlbox aktiv

geschaltet. Erst wenn der Kunde seine letzte Auswahl getroffen hat, kann der Artikel in den Warenkorb gelegt werden. Vorher ist der Warenkorb-Button nicht aktiv.

Ansicht in der Storefront:

**19,99 € \***

Inhalt: 1 Stück

inkl. MwSt. zzgl. Versandkosten

Farbe:

Größe:

Vergleichen Merken Bewerten

Artikel-Nr.: SW10005

Der Auswahl-Konfigurator zeigt Dir auch direkt an, dass inaktive Varianten oder Abverkaufsartikel ohne Lagerbestand nicht verfügbar sind.

**19,99 € \***

Inhalt: 1 Stück

inkl. MwSt. zzgl. Versandkosten

Sofort versandfertig, Lieferzeit ca. 1-3 Werktage

Farbe:

Größe:

Vergleichen Merken Bewerten

Artikel-Nr.: SW10005

Bei Varianten mit mehr als 2 Ebenen (Gruppen), findet ein Fallback auf die Hauptvariante statt, falls eine Ausprägung nicht verfügbar ist. Die Anzeige "Nicht verfügbar" fällt in diesem Fall weg.

## Bild

Ab Shopware 5 gehört der Bild-Konfigurator zum Standard. Dieser zeigt die Varianten direkt als Bild an, sofern die Bilder einer Variante gemappt sind. Wird kein Bild gemappt, wird die Variantenbezeichnung als Fallback genutzt.

**19,99 € \***

Inhalt: 1 Stück

inkl. MwSt, zzgl. Versandkosten

### Farbe



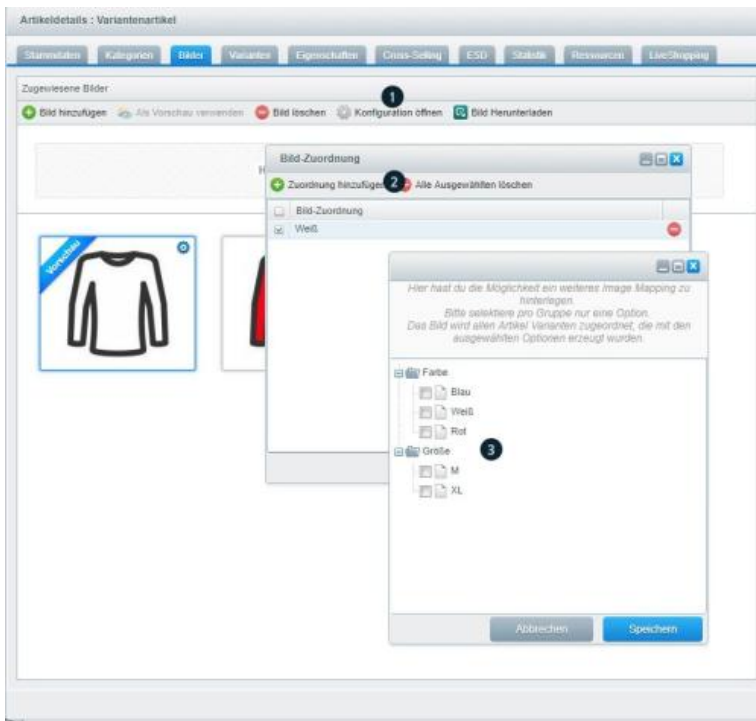
### Größe



 Vergleichen  Merken  Bewerten

Artikel-Nr.: SW10005

Bilder mappen kannst Du in den Artikeldetails unter "Bilder". Wähle hier das Bild, welches als Variantenbild gemappt werden soll und klicke auf **Konfiguration öffnen (1)**. Nun werden Dir alle aktuellen Bild-Zuordnungen angezeigt. Über **Zuordnung hinzufügen (2)** fügst Du nun eine weitere Zuordnung hinzu und wählst alle **Varianten (3)**, für die das Bild gemappt werden soll.



Wenn eine Variante bei dem Bild-Konfigurator nicht verfügbar ist (Abverkaufartikel ohne Lagerbestand oder inaktive Variante), kann diese Variante nicht ausgewählt werden.

**19,99 € \***

Inhalt: 1 Stück

inkl. MwSt. zzgl. **Versandkosten**

**Farbe**



**Größe**



**X Auswahl zurücksetzen**



**Vergleichen** **Merken** **Bewerten**

**Artikel-Nr.:** SW10005

Bei inaktiven Varianten mit mehr als 2 Ebenen (Gruppen) ist eine Auswahl andererseits möglich, allerdings findet hierbei ein Fallback auf die Hauptvariante statt.

## Konfigurator typ gesammelt per Datenbank ändern



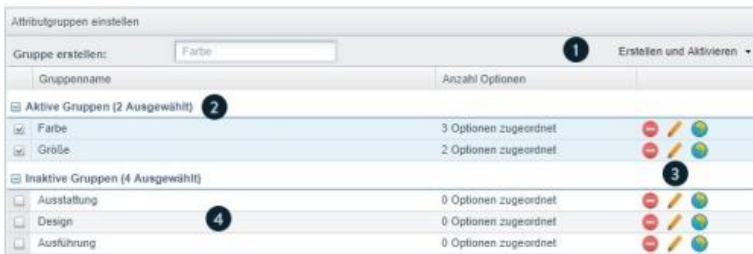
Wir haben 3 Optionen um die Varianten im Frontend darzustellen. Wenn Du die Auswahl der Varianten im Frontend für alle Artikel gleich darstellen möchtest, kannst Du in der Datenbank die Tabelle "s\_article\_configurator\_sets" bearbeiten. Hier musst Du die Spalte "type" entsprechend anpassen.

- '0' Standard
- '1' Auswahl (Bitte wählen)
- '2' Bild-Konfigurator

Hierfür kannst Du folgendes SQL Statement benutzen: UPDATE `s\_article\_configurator\_sets` SET `type` = '0'

Dieser Befehl ändert alle Artikel ohne Rückfrage! Führe den Befehl nur aus, wenn Du Dir absolut sicher bist oder lege Dir vorher ein Backup an!

## Gruppen



Die Gruppen der Optionen können in diesem Fenster verwaltet werden. Gruppen werden global angelegt. Das bedeutet, dass Du in jedem Varianten-Artikel alle Gruppen zur Verfügung hast. Über das Eingabefeld können bequem neue Gruppen erstellt werden.

### Modus (1)

Das **Pulldownmenü** gibt den Modus an. Bei **Erstellen und Aktivieren** wird eine neue Gruppe erzeugt und diese direkt bei dem Artikel aktiviert. In dem Modus **Erstellen** wird eine neue Gruppe angelegt. Diese wird nicht aktiviert, sondern erscheint unter **inaktive Gruppen (4)**.

Gruppen können einfach über die Checkbox aktiviert oder deaktiviert werden.

### Gruppen löschen, editieren und übersetzen (3)

Eine Gruppe kann erst dann gelöscht werden, wenn Sie keinem Artikel mehr zugeordnet ist. Mit dem Stift Symbol kannst Du aktive und inaktive Gruppen editieren. Du kannst den Gruppennamen und die Gruppen Beschreibung ändern. Die Gruppenbeschreibung erscheint in der Storefront unter dem Gruppennamen. Die Felder „Gruppenname“ und „Beschreibung“ sind übersetzbar.

### Aktive Gruppe (2)

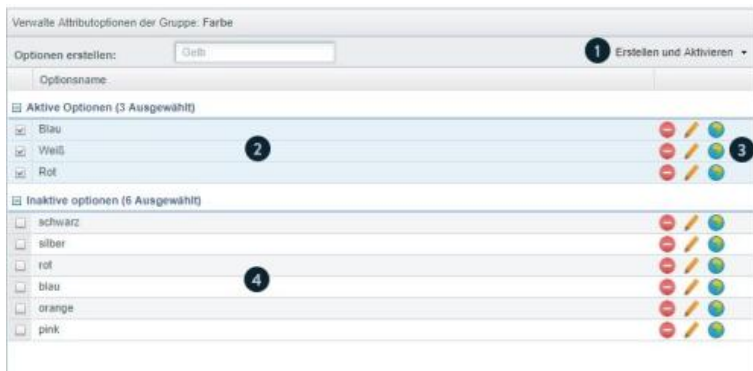
Diese Gruppen sind für den Artikel aktiv. Wähle eine Gruppe aus um die Optionen zu verwalten.

## Inaktive Gruppe (4)

Diese Gruppen sind verfügbar, aber aktuell nicht für den Artikel aktiv.

Wir empfehlen eine vernünftige Aufteilung der einzelnen Variantengruppen.

## Optionen



Nur einer aktiven Gruppe können Optionen hinzugefügt werden. Die Gruppen der Optionen können in diesem Fenster verwaltet werden. Gruppen werden global angelegt, das bedeutet, dass Du in jedem Varianten-Artikel alle Gruppen zur Verfügung hast. Über das Eingabefeld können bequem neue Gruppen erstellt werden.

## Modus (1)

Das Pulldownmenü gibt den Modus an. Bei **Erstellen und Aktivieren** wird eine neue Option erzeugt und diese direkt bei der Gruppe aktiviert. In dem Modus **Erstellen** wird eine neue Option angelegt. Diese wird nicht aktiviert, sondern erscheint unter „inaktive Optionen“ Optionen können einfach über die Checkbox aktiviert oder deaktiviert werden.

## Aktive Optionen (2)

Diese Optionen sind für die Gruppe aktiv.

## Optionen löschen, bearbeiten und übersetzen (3)

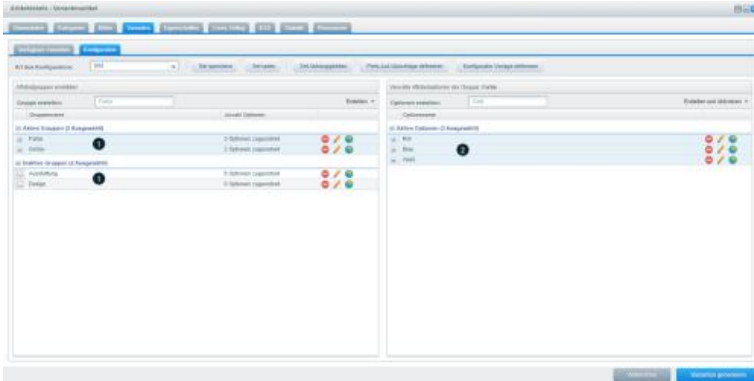
Eine Option kann erst dann gelöscht werden, wenn diese keinem Artikel mehr zugeordnet ist. Die Felder „Gruppenname“ und "Gruppen-Beschreibung" sind übersetzbar.

## Inaktive Optionen (4)

Diese Optionen sind verfügbar, aber aktuell nicht für den Artikel aktiv. Diese können zum Beispiel bei anderen Artikeln in Verwendung sein.

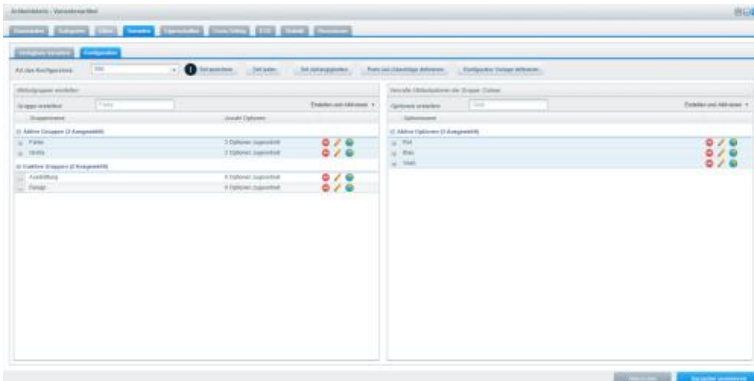
## Sortierung der Varianten im Frontend

Die Reihenfolge der Varianten Gruppen und Optionen wird anhand der Position im Backendmodul festgelegt:



Im Standard werden die Varianten Gruppen **(1)** und Optionen **(2)** so angeordnet, wie sie erstellt wurden.

Um die Sortierung zu ändern, musst Du die Varianten-Gruppen oder Optionen per Drag & Drop verschieben. Das geht aber nur bei aktiven Gruppen und Optionen, inaktive werden hier ignoriert!



Nachdem die Gruppen/Optionen im Backend in die gewünschte Reihenfolge gebracht wurden, musst Du das Konfigurator-Set speichern **(1)** und ggf. den Theme-Cache leeren, danach ändert sich auch die Sortierung im Frontend.

## Set

### Set speichern

Die aktiven Gruppen mit aktivierten Optionen eines Artikels können als Set gespeichert werden. Du kannst das Set „öffentlich“ speichern. Wenn diese Option genutzt wird, kann das Set auch bei anderen Artikeln geladen werden. Dies ist besonders praktisch wenn Du neue Artikel gleicher Art anlegst. Zum Beispiel T-Shirts. Wenn Du ein Set öffentlich speicherst und in einem anderen Artikel wieder lädst, wird das Set

dupliziert damit Änderungen/Ergänzungen an dem Set keine Auswirkungen auf die anderen Artikel haben.

## Set laden

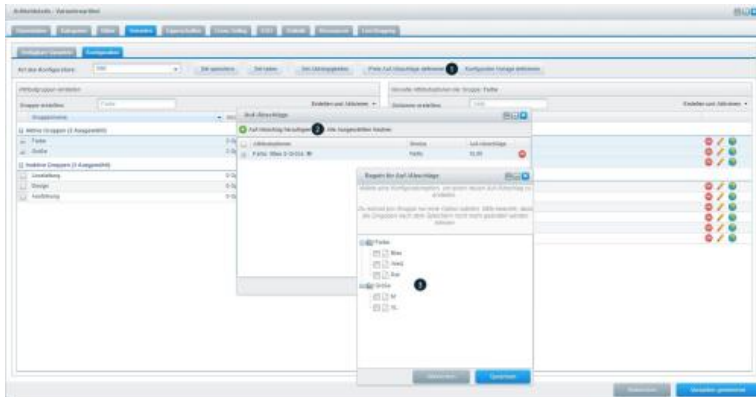
Du erhältst ein Auswahlmenü mit allen bisher gespeicherten Sets. Diese Sets können in dem Artikel geladen werden. So können auch umfangreiche Varianten Konfigurationen schnell und einfach angelegt werden.

## Set Abhängigkeiten

In diesem Bereich hast Du die Möglichkeit, Einschränkungen für die Generierung von Artikel Varianten zu setzen. So kannst Du Kombinationen definieren, die bei der Erstellung der Varianten ausgeschlossen werden sollen. Einschränkungen werden als Regelset angelegt, was Dir den Vorteil bietet, dass Du mehrere Kombinationen aus Attribut-Gruppen und Optionen ausschließen kannst. Um eine Einschränkung zu definieren, wähle bitte in den unten aufgeführten Auswahlboxen die Attribut-Gruppe und die Option aus, die Du für die Generierung ausschließen möchtest.

## Preis Auf-/Abschläge definieren

Du kannst variantengebunden Auf- und Abschläge definieren und auch festlegen, ob diese Brutto oder Netto verrechnet werden sollen. Das Modul findest Du nun an Stelle des alten "Aufpreis definieren".

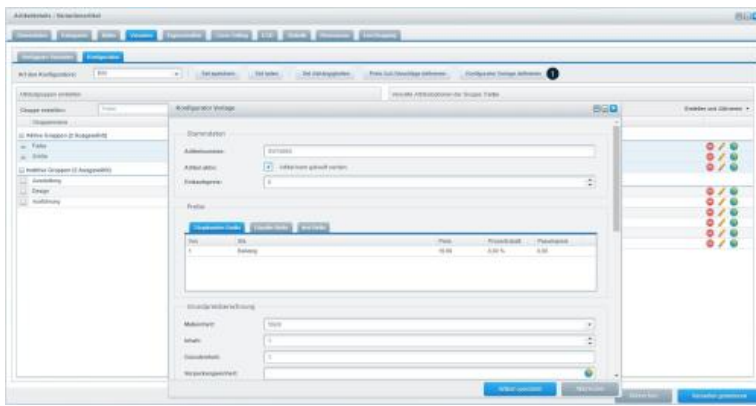


Öffne das Modul (1), sieh Dir hier alle bereits aktiven Auf- oder Abschläge sowie alle vor dem Update vorhandenen Aufschläge an, da diese mit übernommen werden.

Du kannst hier neue Auf- und Abschlagsregeln definieren. Klicke einfach auf "Auf-/Abschlag definieren" (2)

Hier kannst Du pro Gruppe eine Option wählen und speichern (3). Bitte beachte, dass einmal getätigte Auswahlen nicht mehr geändert, sondern nur gelöscht werden können. Danach gelangst Du zurück zur Übersicht, wo Du dann den Modus (Brutto/Netto) und den Auf- bzw. Abschlag definierst.

## Konfigurator Vorlage definieren



Diese Vorlage wird je Artikel individuell definiert und steht nicht in einem veröffentlichten Set zur Verfügung.

Im Standard werden die Artikel Stammdaten beim Erstellen von Varianten in diese Vorlage geschrieben. Die Varianten (und alle, die noch für diesen Artikel generiert werden) holen sich ihre Stammdaten aus dieser Vorlage! Wenn Du zum Beispiel für Deinen Artikel eine neue Variante erstellst, werden die Stammdaten aus dieser Vorlage geholt. Daher ist es enorm wichtig, dass Du, wenn sich Dein Stammartikel ändert (neuer Preis etc.), Du diese Daten auch in der Vorlage änderst. Um eine Vorlage für die Variantenartikel zu bearbeiten, nutze die Funktion **Konfigurator Vorlage definieren (1)** In dieser Vorlage kannst Du dann Grunddaten für den Artikel bearbeiten. Beispielsweise kann hier der Stammpreis verändert werden, auf den sich die Aufpreise beziehen, welche Du unter "Aufpreis definieren" hinterlegt hast.

## Varianten generieren

Wenn neue Varianten erzeugt werden, so werden bestehende Varianten überschrieben. Des Weiteren wird Dir angezeigt wie lange der Vorgang wahrscheinlich dauern wird. Der angezeigte Zeitraum ist von Deinen System-Ressourcen abhängig und daher ein "ca." Wert.



## Zusammenfügen

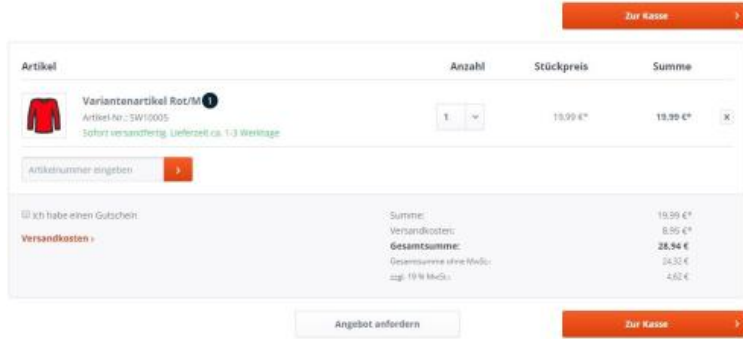
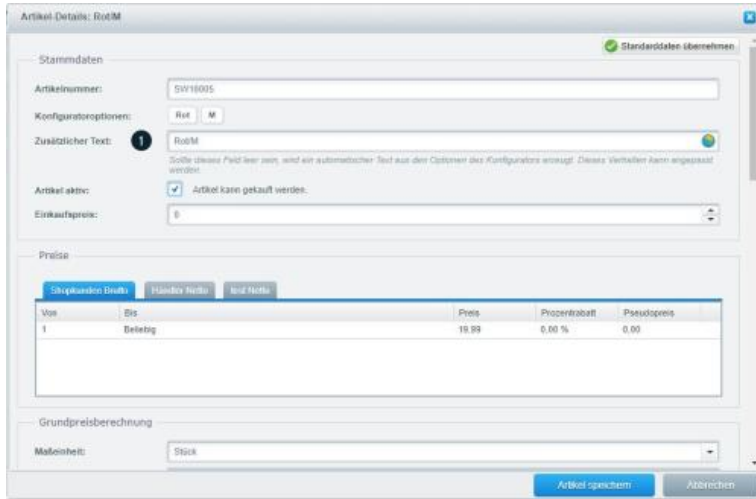
Wenn bei der Variantengenerierung beim Abgleichen die Option **Zusammenfügen** ausgewählt wird, so werden zu den bereits bestehenden Varianten neue Varianten hinzugefügt. Dies macht dann Sinn, wenn ein bereits vorhandener Variantenartikel mit neuen Optionen erweitert wird. Somit müssen die Artikelnummern nicht neu generiert werden.

# Überschreiben

Nutze diese Option, wenn Du Varianten komplett neu generieren willst. In diesem Fall werden alle Artikelnummern neu generiert. Sofern neue Gruppen hinzugefügt werden, müssen die Varianten neu generiert werden. Ein Zusammenfügen ist hierbei nicht möglich.

# Zusätzlicher Text / Additional text

Damit die Variantenartikel im Warenkorb oder auf der Bestellabschluss-Seite besser identifiziert werden können, wird bei der Erstellung der Varianten automatisch ein **Zusätzlicher Text (1)** generiert. Dieser setzt sich aus den einzelnen Optionsnamen der Variante zusammen und wird automatisch an den Artikelnamen angehängen.



# Dynamischer Variantentext

Um die Internationalisierung zu vereinfachen, wurde der statische Variantentext dynamisch gestaltet. Beim Update bleiben alle gepflegten Texte gespeichert, sodass sich erst einmal nichts verändert. Du kannst die statischen Texte jedoch löschen, Shopware wird dann den Text aus den Optionen dynamisch generieren und je nach Shop auch automatisch übersetzen (sofern Übersetzungen der Varianten-Gruppen und Optionen vorhanden sind).

# Verfügbare Varianten

Artikelnummer	Beschreibung	Preis	Charakteristika	Umsatzwert	Status
1000000	1000000	175,00	High-contrast	100	aktiv
1000001	1000001	175,00	High-contrast	100	aktiv
1000002	1000002	175,00	High-contrast	100	aktiv
1000003	1000003	175,00	High-contrast	100	aktiv

Alle erzeugten Varianten werden hier aufgelistet. Mit einem Doppelklick in die gewünschte Zeile kann die jeweilige Variante direkt bearbeitet werden. Du kannst dann Lagerbestand, Preis, Bestellnummer und Aktiv setzen.

Wenn ein Artikel nicht aktiv ist, bedeutet dies, dass er nicht bestellt werden kann. Die Variante wird trotzdem im Frontend dargestellt, ist aber nicht bestellbar.

Der Schalter „Vorauswahl“ wird automatisch auf den Stammartikel gesetzt. Im Frontend wird die Vorauswahl nur im Standardkonfigurator vorausgewählt, im Bild- und Auswahl-Konfigurator passiert dies nicht.

Die Funktion **Löschen** hilft Dir dabei einen Varianten-Artikel zu einem einfachen Artikel umzuwandeln. Zu dieser Funktion findest Du im Abschnitt "[Variantenartikel wieder in Hauptartikel umwandeln](#)" weitere Informationen.

Das Löschen von Varianten ist kein geeigneter Weg, diese im Frontend auszublenden. Wenn Du hier Varianten löschst, kann dies zu Dateninkonsistenzen führen!

## Standarddaten übernehmen

In diesem Bereich kannst Du Artikelinformationen auswählen und sie zu dem selektierten Varianten-Artikel zuordnen. Falls keine Artikelvariante ausgewählt wurde, wird die selektierte Artikelinformation zu allen Varianten-Artikeln zugeordnet. Es können Preis-, Basispreis-, Einstellungs- und Attributs-Konfigurationen übernommen werden. Als Ausgangsdaten wird bei dieser Funktion auf den Stammartikel zurückgegriffen. In diesem Fall wird nicht die "Konfigurator Vorlage" genutzt, welche bei der Neugenerierung von Varianten herangezogen wird.

## Neue Bestellnummern generieren

Du hast die Möglichkeit, die Bestellnummern für alle Varianten neu generieren zu lassen. Die Syntax für die Generierung wird über den Text in der Listing-Toolbar angegeben.

Folgende Voraussetzungen gelten bei der Syntax:

- Die Eigenschaften auf die Zugegriffen wird, müssen in der Groß- und Kleinschreibung genau beachtet werden.
- Jedes Syntax Fragment ist mit geschweiften Klammern ( { ... } ) anzugeben.

Über die neue Bestellnummern Generierung kannst Du auf alle Daten, die mit dem Artikel zusammen hängen zugreifen. Hier ein paar Beispiele:

- **{mainDetail.number}** => wird aufgelöst auf die Bestellnummer des Hauptartikels
- **{n}** => Fortlaufende Nummer
- **{options.name}** => Name der Option
- **{options.group.name}** => Name der Gruppe
- **{attribute.attr1}** => Wert des ersten Artikel Attributes
- **{mainDetail.prices.customerGroup.key}** => In diesem Beispiel werden die Kunden Gruppen Keys aller Preise, die bei dem Haupt Artikel hinterlegt sind als Nummer verwendet.

Möchtest Du komplett eigene Artikelnummern für Varianten vergeben und hast Du mehrere Optionen zur Auswahl, kannst Du auch die Reihenfolge der Optionen definieren. Dies machst Du wie folgt:

- Generiere Deine gewünschten Gruppen und Optionen.
- Bringe die Gruppen per Drag & Drop einfach in die richtige Reihenfolge und generiere die Varianten neu (überschreiben - **nicht** zusammenfügen!) - **Die Reihenfolge der Gruppen legt die Reihenfolge der {options.name} in der Artikelnummer fest!**
- Generiere die Artikelnummern in der gewünschten Syntax erneut
- Die Artikelnummern sollten jetzt in der gewünschten Reihenfolge generiert worden sein

Wenn Du Bestellnummern mit eigener Syntax erstellst, dürfen nach der Erstellung keine Leerzeichen in der Artikelnummer auftauchen. Achte darauf, dass die Options-Gruppen und Attribute keine Leerzeichen enthalten. Beachte hier den [Aufbau der Artikelnummer](#) in Shopware.

## Datenbankstruktur

Auf folgende Tabellen wird zugegriffen:

- s\_article\_configurator\_dependencies => Einschränkungen (T-Shirt XXL gibt es nicht in ROT)
- s\_article\_configurator\_groups => Konfigurator Gruppen (Größe, Farbe)
- s\_article\_configurator\_options => Gruppen Optionen (Rot, Gelb, XXL)
- s\_article\_configurator\_option\_relations => Der Artikel "SW-2000.{1}" wurde mit den Optionen "Rot, XXL" generiert
- s\_article\_configurator\_price\_surcharges => Preis Aufschläge (XXL T-Shirt kosten immer 2€ mehr)
- s\_article\_configurator\_sets => Alle definierten Konfigurator Sets (T-Shirt-Set, PC-Set)
- s\_article\_configurator\_set\_group\_relations => Das "T-Shirt-Set" verwendet die Gruppen "Größe", "Farbe", ...
- s\_article\_configurator\_set\_option\_relations => Das "T-Shirt-Set" verwendet die Optionen "Gelb, Blau", ....
- s\_articles\_details => Hier werden die Varianten Daten gespeichert

## Variantenartikel wieder in Hauptartikel umwandeln



Wir empfehlen Dir grundsätzlich den Artikel neu anzulegen, um Datenreste zu vermeiden, welche Auswirkungen auf die Darstellung in Deinem Shop haben können.

Bevor Du einen Varianten- zu einem Hauptartikel machst, musst Du die Varianten entsprechend per Hand entfernen. In diesem Fall empfehlen wir zuerst alle Varianten (bis auf den Vaterartikel) in der Variantenübersicht zu löschen und erst danach den Haken bei "Varianten" zu entfernen.

Sofern Du bereits den Haken bei der Option "Variantenartikel" entfernt haben solltest, ohne dass Du zuvor die Varianten entfernt hast, so bleiben diese einzelnen Varianten als Datenleiche in Deiner Datenbank bestehen. Diese werden dann beispielsweise beim Export mit Varianten erkannt und ausgegeben.

Lege auf jeden Fall vor Ausführung des Queries eine komplettes Backup der Datenbank an, auf welches Du notfalls zurückgreifen kannst!

In diesem Fall kannst Du mit folgenden Query die Varianten, welche keinem Hauptartikel mehr zugeordnet sind, entfernen:

```
DELETE d, at
-- SELECT d.*
FROM s_articles_details d
JOIN s_articles a
ON d.articleID = a.id
AND a.configurator_set_id IS NOT NULL
JOIN s_articles_attributes at
ON d.id = at.articleDetailsID
LEFT JOIN s_article_configurator_option_relations cr
ON cr.article_id = d.id
WHERE cr.id IS NULL
AND d.articleID = a.id
```

Darüber hinaus müssen nun noch über die Datenbank die Verknüpfung der Variantenoptionen (Bsp. Gruppe: Farbe, Option: rot etc.) für den jetzt übrig gebliebenen Hauptartikel entfernt werden. Dies muss über die Datenbank erfolgen und somit gilt es auch hier vorher sicherzustellen ein Backup der Datenbank erstellt zu haben!

Um die überflüssige Optionszuweisung zu entfernen, führe folgendes Query aus:

```
DELETE
-- SELECT *
FROM s_article_configurator_option_relations
WHERE article_id in
(SELECT ad.id FROM s_articles_details as ad
join s_articles as a ON ad.articleID = a.id
WHERE a.configurator_set_id is NULL)
```

## Varianten direkt aufrufen

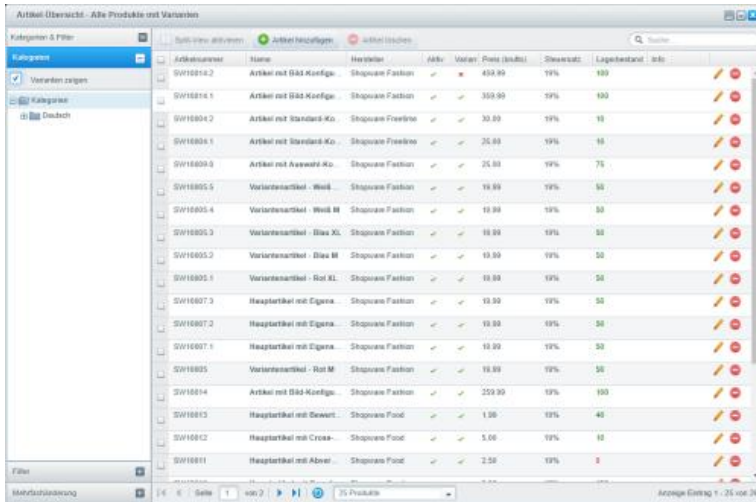
Varianten können jetzt direkt aufgerufen werden. Hierzu muss der URL der Parameter "?number=SW1200.12", also die Bestellnummer der Variante angehängen werden. Shopware wird dann die Detailseite dieser Variante öffnen. Shopware nutzt diese Funktionalität bereits im Standard Theme an allen nötigen Stellen, z.B. im Merktzettel oder dem Warenkorb.

## Daten über AJAX nachladen

Es ist möglich Varianten ohne Reload der Seite zu wechseln. Das heißt, dass die Informationen für Variantenartikel jetzt die neuen Daten über AJAX nachladen, dadurch muss nicht mehr die komplette Seite neu geladen werden.

Diese Funktion ist optional und standardmäßig aktiviert. Du kannst dies jedoch auch in Deiner Theme-Konfiguration (siehe [hier](#)) deaktivieren, in diesem Fall funktioniert alles wie zuvor.

## Varianteninfo in Artikel Übersicht



Artikelnummer	Name	Hauptartikel	Abbl.	Varian	Preis (Stk/Stk)	Storckatz	Lagerbestand	Info
DW10012	Artikel mit 002-Körfige	Shopware Fashion	✓	x	450,00	10%	100	
DW10011	Artikel mit 002-Körfige	Shopware Fashion	✓		300,00	10%	100	
DW10012	Artikel mit Standard-Ko	Shopware Fashion	✓		30,00	10%	10	
DW10011	Artikel mit Standard-Ko	Shopware Fashion	✓		20,00	10%	10	
DW10009	Artikel mit Asenwahl-Ko	Shopware Fashion	✓		25,00	10%	75	
DW10005	Variantenartikel - Weiß	Shopware Fashion	✓		10,00	10%	50	
DW10004	Variantenartikel - Weiß M	Shopware Fashion	✓		10,00	10%	50	
DW10003	Variantenartikel - Blau XL	Shopware Fashion	✓		10,00	10%	50	
DW10002	Variantenartikel - Blau M	Shopware Fashion	✓		10,00	10%	50	
DW10001	Variantenartikel - Rot XL	Shopware Fashion	✓		10,00	10%	50	
DW10073	Hauptartikel mit Eigene	Shopware Fashion	✓		10,00	10%	50	
DW10072	Hauptartikel mit Eigene	Shopware Fashion	✓		10,00	10%	50	
DW10071	Hauptartikel mit Eigene	Shopware Fashion	✓		10,00	10%	50	
DW10005	Variantenartikel - Rot M	Shopware Fashion	✓		10,00	10%	50	
DW10014	Artikel mit 002-Körfige	Shopware Fashion	✓		250,00	10%	100	
DW10013	Hauptartikel mit Bewert	Shopware Food	✓		1,00	10%	40	
DW10012	Hauptartikel mit Cross	Shopware Food	✓		5,00	10%	10	
DW10011	Hauptartikel mit Abwei	Shopware Food	✓		2,50	10%	1	

Bei der Anzeige von Varianten in der Artikelübersicht gibt es eine Funktion, welche den AdditionalText der Variante in der Liste ausgibt. Außerdem erscheint bei "Varianten anzeigen" eine neue Spalte "*Variante aktiv*", die angibt, welche Varianten des Stammartikels aktiv sind und welche nicht.

Wie in alten Versionen auch, muss hier sowohl der Stammartikel, als auch die Vorauswahl aktiv sein, anderenfalls wird der Artikel nicht im Listing angezeigt.

# Versand- & Zahlungsarten

Der Versand und die Zahlung sind eines der Kernpunkte Deines Online-Shops.

Shopware liefert Dir hier eine hohe Anzahl an Einstellungsmöglichkeiten, die wir Dir in diesem Bereich vorstellen werden.

Dabei wirst Du eigene Versandkosten anlegen und lernen wie diese durch Bedingungen & Berechnungen stark individualisiert werden können.

Durch die Zahlungsarten kannst Du dann deinen Kunden eine große Auswahl anbieten, und damit die Conversion verbessern.

## Individuelle Versandkosten

Mit den eigenen Bedingungen und eigenen Berechnungen im Versandkosten-Modul, können auch sehr komplexe Anforderungen und Berechnungen abgebildet werden. In diesem Artikel findest Du einige Beispiele aufgeführt. Beide Optionen findest Du in den Versandkosten im Reiter "**Erweiterte Einstellungen**".

Mit der **eigenen Bedingung** kann einen Versandart optional aktiviert oder deaktiviert werden. Die **eigene Berechnung** ignoriert die automatische Berechnung der Versandkosten. Zur Versandkosten-Ermittlung wird nur noch das Feld *eigene Berechnung* herangezogen.

Es können grundsätzlich alle Variablen der abgefragten Tabellen innerhalb der Funktionen **sGetPremiumDispatches** und **sGetPremiumShippingcosts** genutzt werden. Die jeweiligen Funktionen findest Du in der Datei **/engine/Shopware/Core/sAdmin.php**. Die Bereiche sind wie folgt unterteilt:

- s\_order\_basket -> b
- s\_articles -> a
- s\_articles\_details -> d
- s\_articles\_attributes -> at
- s\_core\_tax -> t
- s\_user -> u
- s\_order\_billingaddress (Fallback: s\_user\_addresses) -> ob
- s\_order\_shippingaddress (Fallback: s\_user\_addresses) -> os

Somit würde die Variable für die Spalte **customergroup** aus der Tabelle **s\_user** folgendermaßen aussehen:

## Benötigte Befehle

- 1. MAX()** -> Gibt den größten Wert für die Variable zurück, z.B. MAX(d.weight) gibt das höchste Gewicht aller im Warenkorb liegenden Artikel aus.
- 2. MIN()** -> Gibt den kleinsten Wert für die Variable zurück, z.B. MIN(d.weight) gibt das geringste Gewicht aller im Warenkorb liegenden Artikel aus.
- 3. COUNT()** -> Gibt die Anzahl einer Variable an, z.B. COUNT(d.ordernumber) gibt die Anzahl an verschiedenen Artikeln im Warenkorb an.
- 4. SUM()** -> Summiert die Werte einer Variable, z.B. SUM(d.weight\*b.quantity) gibt das Gesamtgewicht aller Artikel im Warenkorb an.
- 5. IFNULL(a,b)** -> Ersetzt eine Variable durch einen anderen Wert falls diese NULL ist, z.B. IFNULL(us.zipcode,ub.zipcode) um zu prüfen, ob eine Lieferadressen-PLZ vorliegt und ansonsten die PLZ der Rechnungsadresse zu nutzen.
- 6. IF(Bedingung,Ja,Nein)** -> Eine einfache Wenn-Dann-Sonst-Verzweigung, z.B. IF(d.weight>5,1,0) Wenn das Gewicht größer als 5 ist wird eine 1 zurückgegeben ansonsten eine 0.
- 7. CASE()** -> Komplexe Verzweigung, z.B. CASE WHEN a.supplierid = 4 THEN 1 WHEN a.supplierid = 5 THEN 2 else 3 END Gibt für den Hersteller 4 1, für den Hersteller 5 2 und für alle anderen 3 zurück.
- 8. CURDATE()** -> Gibt das aktuelle Datum aus, z.B. 2016-03-17

## Freitextfelder anlegen

Für viele der eigenen Bedingungen und Berechnungen werden Artikel-Freitextfelder benötigt.

Ab Shopware 5.2 gibt es diese in einem eigenen Modul unter "**Einstellungen > Freitext-Feld Verwaltung**", die Zugehörige Doku ist hier zu finden: [Freitextfeld-Verwaltung](#)

## Eigene Bedingungen

### Standard

Für die eigene Bedingung muss oft unter Einstellungen > **Grundeinstellungen > Storefront > Versandkosten-Modul die "Erweiterte SQL-Abfrage"** erweitert werden. Im Standard sind dort Abfragen für Topseller, Kommentare und ESD-Artikel hinterlegt:

```
MAX(a.topseller) as has_topseller, MAX(at.attr3) as has_comment, MAX  
(b.esdarticle) as has_esd
```

Um die Bedingung dann in einer Versandart anzuwenden, füge innerhalb der Versandart die entsprechende Bezeichnung (z.B. has\_topseller für die Topseller-Bedingung) im Tab **Erweiterte Einstellungen** in das Feld **Eigene Bedingungen** ein. Du hast auch die Möglichkeit, mehrere Bedingungen miteinander zu kombinieren.

Hierzu stehen UND (&& bzw. and) sowie ODER-Verknüpfungen (|| bzw. or) zur Verfügung.

### Boolean-Freitextfelder

Bitte beachte, dass sich die Abfrage verändern kann, je nachdem welche Shopware-Version eingesetzt wird. In den aktuellen 5.2 Versionen entspricht true = "1" und false = "0", in älteren Versionen kann es nötig sein direkt nach = "true" oder = "false" abzufragen.

## Einfache Bedingung anhand von Freitextfeld 1

Du kannst die Standard-Abfrage um viele weitere Felder erweitern, z.B. Artikel-Freitextfelder(hier attr1):

```
MAX(a.topseller) as has_topseller, MAX(at.attr3) as has_comment, MAX  
(b.esdarticle) as has_esd, MAX(at.attr1="1") as attribut
```

Im Feld Eigene Bedingung in der Versandart kann nun attribut oder !attribut abgefragt werden.

1. attribut schaltet die Versandart dann frei, wenn attr1 = true ist.
2. !attribut sperrt die Versandart, wenn attr1 = true ist.

## Komplexe Bedingung anhand von eines Freitextfeldes für Mischwarenkörbe

Du kannst auch überprüfen ob es sich um Mischkörbe handelt, also um Körbe mit Artikeln auf die attr1 zutrifft und auf die attr1 nicht zutrifft. So können die Versandkosten auf drei verschiedene Werte aufgeteilt werden.

```
MAX(a.topseller) as has_topseller, MAX(at.attr3) as has_comment, MAX  
(b.esdarticle) as has_esd, MIN(attr1='1') as attribut, MAX(attr1='1') as mischkorb
```

1. !attribut && !mischkorb -> kein Artikel im Warenkorb auf den attr1 = true zutrifft
2. attribut && mischkorb -> Nur Artikel im Warenkorb auf die attr1 = true zutrifft
3. !attribut && mischkorb -> Im Warenkorb liegen mindestens 1 Artikel auf den attr1 = true zutrifft und mindestens 1 Artikel auf den dies nicht zutrifft.

So kann z.B. 3 als kombinierte Versandart gelten, wo einmal ein Paketversand + Speditionskosten berechnet werden, wenn die Artikel getrennt versendet werden müssen.

## Vergleichen der Artikelanzahl im Warenkorb mit Artikeln mit bestimmten Attributen

Wenn Du die Anzahl der Artikel im Warenkorb mit der Anzahl der Artikel mit bestimmten Attributen vergleichen willst, um damit zu rechnen, kannst Du das folgende Beispiel verwenden. Wir verwenden hier "**attr4**":

Zuerst die Abfrage der Werte der Datenbank:

```
COUNT(a.id) as item_count, MAX(at.attr4='1') as lager1, MAX(at.attr4='2') as lager2
```

Eine mögliche Berechnung der Versandkosten könnte dann lauten:

```
// Alle Artikel besitzen lager1
IF(item_count=lager1,1,0)

// Alle Artikel besitzen lager1 oder lager2
IF(item_count=(lager1+lager2),1,0)
```

## Versandkostenfreie Artikel

Oft möchtest Du als Shopbetreiber bestimmte Artikel versandkostenfrei verschicken, allerdings nur dann wenn diese alleine im Warenkorb liegen. Dies kann beispielsweise für Gutscheine oder kleine Artikel der Fall sein.

Um dies zu erreichen, ergänzt Du die "**Erweiterte SQL-Abfrage**" unter **Einstellungen > Grundeinstellungen > Versandkosten-Modul** um folgenden Text:

```
MIN(b.shippingfree) = 1 AS allshippingfree
```

Dann erstellst Du für Deine versandfreien Artikel eine eigene Versandart "**Versandkostenfrei**" (o.Ä.), bei welcher Du im Feld "Eigene Bedingung" "**allshippingfree**" und als Versandpreis nichts einträgst, damit hier immer versandfrei versendet wird. Wichtig ist hierbei auch dass Du im Feld "**Versandkostenfreie Artikel**" im Reiter "**Erweiterte Einstellungen**" unterstützen auswählst.

Bei allen anderen Versandarten fügst Du in das Feld "**Eigene Bedingung**" "**!allshippingfree**" ein, damit diese nur Verfügbar sind, wenn nicht alle Artikel versandkostenfrei sind. Für diese setzt Du das Kennzeichen "**Versandkostenfreie Artikel**" auf "**Unterstützen aber trotzdem berechnen**".

## Artikelnummern

Es können auch bestimmte Artikelnummern abgefragt werden, oder Teile dieser Nummern, um die Versandart auf diese zu beschränken oder für diese auszuschließen.

```
MAX(a.topseller) AS has_topseller, MAX(at.attr3) AS has_comment, MAX
(b.esdarticle) AS has_esd,MIN
(IF(d.ordernumber LIKE '%ARTIKELNUMMER%' OR b.modus <> 0,1,0)) AS artikel
```

1. artikel macht eine Versandart nun nur dann verfügbar , wenn der Artikel, bzw. mindestens ein Artikel, welcher die Zeichenkette in der Artikelnummer beinhaltet, im Warenkorb liegt.
2. !artikel sperrt die Versandart, wenn mindestens einer dieser Artikel im Warenkorb liegt.

## Kategorien

Es können Versandarten für Artikel aus bestimmten Kategorien beschränkt werden. Die KategorieID kannst Du im Kategorie-Modul unter "**System-ID:**" auslesen.

```
MAX(a.topseller) AS has_topseller, MAX(at.attr3) AS has_comment, MAX
(b.esdarticle) AS has_esd,MIN
((SELECT 1 FROM s_articles_categories WHERE articleID=a.id AND categoryID=KATEGORIEID)) AS kat
```

1. kategorie aktiviert die Versandart nur dann, wenn mindestens ein Artikel aus der Kategorie im Warenkorb liegt.

2. !kategorie sperrt die versandart, wenn mindestens ein Artikel aus der Kategorie im Warenkorb liegt.

## Versandgewicht

Möchtest Du z.B. verschiedene Versandarten nur bis zu einem Maximalgewicht anbieten so kann das Gesamtgewicht abgefragt werden. Der Vergleichswert kann hier beliebig gewählt werden z.B. 1.05, oder 3.

```
MAX(a.topseller) AS has_topseller, MAX(at.attr3) AS has_comment, MAX(b.esdarticle) AS has_esd,
```

1. `gesamtgewicht < WERT` aktiviert die Versandart nur dann, wenn das Gesamtgewicht < dem Vergleichswert ist.
2. `gesamtgewicht > WERT` aktiviert die Versandart, wenn das Gesamtgewicht > dem Vergleichswert ist.

## Datum

Soll eine bestimmte Versandart, z.B. auch eine Abschlags-Versandregel, nur an einem bestimmten Datum verfügbar sein so kannst Du die Funktion `CURDATE()` nutzen. Die Versandregel könnte z.B. nur an diesen Tagen einen Rabatt geben. Hier muss die erweiterte SQL-Abfrage nicht verändert werden, die Regel kann direkt in der Versandart eingegeben werden.

```
CURDATE() = "2016-03-17" || CURDATE() = "2016-03-18"
```

Dies aktiviert die Versandart nur am 17.03.2016 und 18.03.2016.

## Subshop

Wenn Du eine bestimmte Versandart nicht in einem Deiner Subshops freigeben willst, dann kannst Du das Kennzeichen `b.multishopID` abfragen. Hier muss die erweiterte SQL-Abfrage nicht verändert werden, die Regel kann direkt in der Versandart eingegeben werden.

```
b.multishopID != 1
```

Eine solche Bedingung sperrt die Versandart im Subshop mit der ID 1.

## Kundengruppen

Soll eine bestimmte Versandart nur für eine bestimmte Kundengruppe verfügbar sein, dann kannst Du das Kennzeichen `u.customergroup` abfragen. Hier muss die erweiterte SQL-Abfrage nicht verändert werden, die Regel kann direkt in der Versandart eingegeben werden. Die Benutzer-Kennzeichen sind immer erst nach dem Login gefüllt, deswegen ist eine Versandart mit diesem Kennzeichen immer erst nach erfolgreichem Kundenlogin verfügbar.

```
u.customergroup = "EK"
```

Diese Bedingung macht die Versandart nur für die Kundengruppe EK verfügbar.

## Länder

### Versand in bestimmte Länder beschränken

Es kann erforderlich sein die Länder nicht nur über die Standard-Funktion im Tab Länder einzuschränken, sondern auch über eine eigene Bedingung. Diese kann anhand des ISO-Codes und der Länder ID erfolgen.

```
MAX(a.topseller) AS has_topseller, MAX(at.attr3) AS has_comment, MAX  
(b.esdarticle) AS has_esd, (SELECT countryiso FROM s_core_countries WHERE id = us.country_ID)
```

In der eigenen Bedingung kann dann z.B. DeliveryCountry = **'AT'** oder DeliveryCountry = **'DE'** angegeben werden, um die Versandart für diese Länder spezifisch zu ermöglichen.

### Bestimmte Artikel in bestimmtes Land blockieren

Um einen Artikel nicht in ein bestimmtes Land zu liefern erweitern wir die Abfrage über ein Freitext-Feld(attr1) um die Abfrage nach dem Kennzeichen us.country\_ID/ub.country\_ID. Das Freitext-Feld wird im Artikel auf 1 gesetzt.

```
MAX(a.topseller) AS has_topseller, MAX(at.attr3) AS has_comment, MAX  
(b.esdarticle) AS has_esd, MAX(at.attr1="1") AS attribut
```

IF(IFNULL(us.country\_ID,ub.country\_ID) != 'LÄNDERID', TRUE, !attribut) fragt zunächst ab, ob das Land des Benutzers ungleich der LänderId ist. Ist das Land ungleich der LänderId ist die Versandart aktiv. Ist das Land gleich der LänderId wird der Wert von attribut abgeprüft. Ist attribut = true wird die Versandart blockiert ist es false wird die Versandart aktiviert.

## Gesamtpreis

Soll eine Versandart erst ab einem gewissen Gesamtpreis verfügbar sein kann dieser entsprechend abgefragt werden. Der Vergleichswert kann hier beliebig gewählt werden z.B. 10.50 oder 300.

```
MAX(a.topseller) AS has_topseller, MAX(at.attr3) AS has_comment, MAX  
(b.esdarticle) AS has_esd, SUM(b.quantity * b.price) AS gesamtpreis
```

1. gesamtpreis < WERT aktiviert die Versandart nur dann, wenn der Gesamtpreis < dem Vergleichswert ist.
2. gesamtpreis > WERT aktiviert die Versandart, wenn der Gesamtpreis > dem Vergleichswert ist.

## Hersteller

Um eine Versandart nur für Artikel eines bestimmten Herstellers zu aktivieren kannst Du das Kennzeichen a.supplierID nutzen. Die supplierID kann in der Tabelle s\_articles\_suppliers im Feld ID gefunden werden.

```
MAX(a.topseller) AS has_topseller, MAX(at.attr3) AS has_comment, MAX  
(b.esdarticle) AS has_esd, MAX(IF(a.supplierID = SUPPLIERID,1,0)) AS hersteller
```



1. hersteller aktiviert die Versandart sobald ein Artikel vom entsprechenden Hersteller im Warenkorb liegt.
2. Hersteller sperrt die Versandart, wenn ein artikel vom entsprechenden Hersteller im Warenkorb liegt.

## Steuersatz der Versandart steuern

Teilweise ist es wichtig den Steuersatz der Versandart zu steuern. In diesem Beispiel wird erklärt wie für die Versandkosten immer der Steuersatz gewählt wird, welcher im Warenkorb den größeren Anteil hat. Hierzu muss die erweiterte SQL-Abfrage so ergänzt werden, dass eine Bedingung auf die Gesamtsumme pro Steuersatz abgefragt wird.

```
MAX(a.topseller) AS has_topseller, MAX(at.attr3) AS has_comment, MAX
(b.esdarticle) AS has_esd,IF(SUM(IF(t.tax = 7, (b.price*b.quantity) ,0))>SUM(IF(t.tax = 19, (b
```

Nun werden zwei gleiche Versandarten angelegt eine für 7% und eine für 19%. Der Unterschied besteht lediglich im gewählten Steuersatz und der jeweiligen eigenen Bedingung.

Für die 7% Versandart ist die Bedingung 7prozent für die 19% Versandart !7prozent. Für weitere Prozentsätze müsste diese Bedingung und die SQL-Abfrage noch entsprechend erweitert werden.

1. Im Warenkorb liegen mehr Artikel mit 7% Mehrwertsteuer also ist 7prozent true und die 7% Versandart wird aktiviert
2. Im Warenkorb liegen mehr Artikel mit 19% Mehrwertsteuer also ist 7prozent false und die 19% Versandart wird aktiviert

## Eigene Berechnungen

Für die eigenen Berechnungen ist es immer wichtig zuvor in den Einstellungen für Versandkosten-Berechnung nach "**Eigene Berechnung**" einzutragen, ansonsten wird diese nicht berücksichtigt. Die Berechnung wird im Reiter Versandkosten meist anhand des Faktors angegeben und nicht durch feste Werte. Der Faktor 100 ist hier der Standard um genau das berechnete Ergebnis auszugeben.

### Berechnung nach Maßen

Bei bestimmten Versandanbietern berechnen sich die Kosten anhand der Maße der Ware. Für eine Berechnung nach Länge, Breite und Höhe könnte die Berechnung z.B. so aussehen:

```
IF(d.length < 12,IF(d.width < 12,IF(d.height < 12,4.95,6.95),IF(d.height < 12,6.95,8.95)),IF(d
```

Ggfs. müssen die Werte noch Summiert werden inkl. Menge, um die Maße aller enthaltenen Artikel zu beinhalten:

```
IF(SUM(d.length*b.quantity) < 12,IF(SUM(d.width*b.quantity) < 12,IF(SUM(d.height*b.quantity) <
```

Die Berechnung gibt für den Faktor 100 folgende Preise aus:

Länge, Breite, Höhe < 12 --> 4,95€

Ein Wert > 12 --> 6,95€

Zwei Werte > 12 --> 8,95€

Alle Werte > 12 --> 12,95€

## **Versandkostenfrei nach dem Netto, wenn Brutto im Shop**

Obwohl die Brutto-Werte im Shop angezeigt werden, soll sich der Versandkostenfrei-Wert nach dem Netto-Wert richten. Dies kann mit der folgenden Abfrage erreicht werden:

```
IF((SUM(b.quantity*b.price/(t.tax+100)*100))<50,0,4.95)
```

Mit dem Faktor 100 im Reiter Versandkosten wird für Netto-Werte unter 50,00€ 0,00€ Versand berechnet, für alle anderen Netto-Werte 4,95€.

## **Bestimmte Artikel von der Versandkostenfrei-Summe ausschließen**

Willst Du die Kosten von bestimmten Artikel aus der Summe, ab welcher der Versand kostenfrei erfolgt ausschließen so kann dies mit einem Attribut geschehen. Eine solche Berechnung kann z.B. erfolgen, wenn nur Artikel aus einer bestimmten Sparte versandkostenfrei ab einer Summe X geliefert werden, die anderen Artikel sind für die Ermittlung dieser Summe X nicht zu berücksichtigen.

```
IF(SUM(IF(at.attr16 != '1',b.price*b.quantity,0))<75,4.95,0)
```

Mit dem Faktor 100 im Reiter Versandkosten wird für Artikel, welche bei attr16 false eingetragen haben Preis und Menge multipliziert und dann aufsummiert, ist attr16 true so wird 0 zur Summe hinzugefügt. Für die Summe wird abschließend geprüft, ob diese kleiner als 75 ist und in diesem Fall 4,95€ Versandkosten berechnet, ansonsten 0,00€.

## **Eigene Berechnung anhand des Gesamtpreises**

Sollen für bestimmte Preisgrenzen andere Versandkosten berechnet werden, z.B. mit einem prozentualen Rabatt so kann dies z.B. so aussehen:

```
IF(SUM(b.quantity*b.price)>600,0,IF(SUM(b.quantity*b.price)> 300,8.5/100*50,IF(SUM(b.quantity*
```

Die Berechnung gibt für den Faktor 100 folgende Preise aus:

Gesamtpreis < 100,00€ kein Rabatt --> 8,50€

Gesamtpreis > 100,00€ 20% Rabatt --> 6,80€

Gesamtpreis > 300,00€ 50% Rabatt --> 4,25€

Gesamtpreis > 600,00€ --> 0,00€

## **Aufschlag nach Postleitzahlen**

Dies ist ein Beispiel für eine Aufschlagversandart, welche zur Standard-Versandart hinzuberechnet wird, wenn eine bestimmte Bedingung, z.B. nach Postleitzahlen erfüllt ist.

Als eigene Bedingung kann z.B. für eine einzelne Postleitzahl folgendes hinterlegt werden:

```
IFNULL(us.zipcode,ub.zipcode) = '48624'
```

Für mehrere Postleitzahlen oder einen ganzen Bereich könnte dies auch so aussehen:

```
IFNULL(us.zipcode,ub.zipcode) IN ('48624','48683','48739','59847')  
OR  
IFNULL(us.zipcode,ub.zipcode) LIKE '49%'
```

Ein größerer Bereich z.B. von 42999 bis 99000 könnte auch so angegeben werden:

```
IFNULL(us.zipcode,ub.zipcode) > '42999'  
AND IFNULL(us.zipcode,ub.zipcode) < '99000'
```

Die Berechnung anhand von bestimmten Faktoren kann für die einzelnen Postleitzahlbereiche dann so aussehen:

```
IF(IFNULL(us.zipcode,ub.zipcode) > '42999' AND IFNULL(us.zipcode,ub.zipcode) < '43999',SUM(d.w
```

Die Berechnung gibt für den Faktor 100 folgende Preise aus:

PLZ zwischen 42999 und 43999 --> Menge\*Gewicht\*2,5

PLZ zwischen 43999 und 44999 --> Menge\*Gewicht\*3,5

PLZ zwischen 44999 und 45999 --> Menge\*Gewicht\*4,5

PLZ in anderem Bereich --> Menge\*Gewicht\*5,5

## Versandkostenberechnung nach Kategorie

Wenn Du andere Versandkostenstaffeln berechnen möchtest, je nachdem in welcher Kategorie sich die Artikel im Warenkorb befinden könnte dies so aussehen:

```
MIN((SELECT 2 FROM s_articles_categories WHERE articleID=a.id AND categoryID=X))
```

Das X bei der Abfragen categoryID=X muss durch die ID der entsprechenden Kategorie ersetzt werden.

Im Reiter Versandkosten gibst Du nun eine Staffelung von 0 bis 1 von 2 bis beliebig ein mit den entsprechenden Versandkosten.

Du kannst hier auch mehrere Kategorien nutzen z.B. so:

```
MIN((SELECT 3 FROM s_articles_categories WHERE articleID=a.id AND categoryID=X)) + MIN  
((SELECT 5 FROM s_articles_categories WHERE articleID=a.id AND categoryID=X)) + MIN  
((SELECT 7 FROM s_articles_categories WHERE articleID=a.id AND categoryID=X))
```

Die Staffelnung könnte nun z.B. so aussehen:

0 bis 3 (nur Kategorie 1) --> 3,95€

4 bis 5 (nur Kategorie 2) --> 4,95€

6 bis 7 (nur Kategorie 3) --> 6,95€

8 bis 9 (Kategorie 1 und 2) --> 8,90€

10 bis 11 (Kategorie 1 und 3) --> 10,90€

12 bis 14 (Kategorie 2 und 3) --> 11,90€

15 bis bel. (Alle) --> 15,85€

## Versandkosten nach Artikel

Du kannst verschiedene Versandkosten je Artikel hinterlegen, wenn dafür ein Artikel-Attribut genutzt wird. In diesem Beispiel nutzen wir attr4 als angelegtes Freitextfeld. Sollen die Versandkosten auch für die Varianten einzeln hinterlegt werden, so muss das angelegte Freitextfeld variantenfähig sein. Nachdem das Feld angelegt wurde kannst Du in den Artikel-Stammdaten den gewünschten Versandkosten-Wert in das Feld eintragen. Soll für den Beispielartikel 4,95€ an Versandkosten berechnet werden so geben wir dort 4.95 ein. Das Dezimaltrennzeichen ist hier immer ein Punkt! In der Versandart wählen wir nun Versandkosten-Berechnung nach: Eigene Berechnung und geben im Reiter Versandkosten von 1 bis beliebig den Faktor 100 ein.

In der eigenen Berechnung im Reiter erweiterte Einstellungen können wir nun eingeben, welche Versandkosten berechnet werden sollen. Hier gibt es verschiedene Möglichkeiten:

1.  $\text{SUM}(\text{at.attr4} * \text{b.quantity})$  summiert für alle Artikel-Positionen den im Freitextfeld gegebenen Wert und berücksichtigt auch die Menge der einzelnen Positionen.
2.  $\text{MAX}(\text{at.attr4})$  nimmt den höchsten Wert aller vorhanden im Freitextfeld der Artikel-Positionen eingegebenen Werte.
3.  $\text{SUM}(\text{IF}(\text{ifnull}(\text{at.attr4}, "") = "", 2.95, \text{at.attr4}) * \text{b.quantity})$  summiert für alle Artikel-Positionen das Freitextfeld und berücksichtigt die Menge der Positionen. Ist kein Wert für eine Position im Freitextfeld attr4 eingetragen wird eine Pauschale von 2,95 € hinzuaddiert.

## Gewicht

### Eigene Berechnung nach Gewicht inkl. Aufteilung in mehrere Pakete

Einige Versandanbieter haben ein maximalgewicht pro Paket. Soll die Versandart nicht direkt gesperrt werden, sondern geprüft werden, ob die Lieferung auf mehrere Pakete verteilt werden kann, kannst Du wie folgt vorgehen. In der Eigene Bedingung wird hinterlegt, dass die Versandart gesperrt wird, wenn das Maximalgewicht überschritten wird und sich die Bestellung nicht auf Pakete aufteilen lässt. Die erweiterte SQL-Abfrage sieht dann so aus:

```
MAX(a.topseller) AS has_topseller, MAX(at.attr3) AS has_comment, MAX  
(b.esdarticle) AS has_esd, IF(MAX(d.weight) < 30, 1, 0) AS aufteilbar
```

Mit "**aufteilbar**" wird die Versandart also nur aktiviert, wenn das maximale Gewicht der Artikel pro Stück im Warenkorb < 30kg ist.

Die folgende eigene Berechnung teilt die einzelnen Positionen dann auf mehrere Pakete auf.

```
IF(SUM(d.weight * b.quantity) > 30, CEIL(SUM(b.quantity * d.weight) / 30) * 4.95, 4.95)
```

## Staffelung für Palettenwaren

Oft sollen für Paletten bestimmte Pauschalen pro Kilogramm berechnet werden. Für einen Aufschlag von 50,00€ pro 750kg kannst Du folgenden Eintrag in der eigenen Berechnung nutzen, wichtig ist hier im Reiter Versandkosten von 0 bis beliebig den Faktor 5000 zu hinterlegen.

```
CEIL(SUM(d.weight*b.quantity)/750)
```

Dieser Staffellung kann auch noch eine Aufwandspauschale hinzuaddiert werden, z.B. 10,00€.

```
CEIL(SUM(d.weight*b.quantity)/750)+10
```

## Variablen ab Shopware 5.3.0

Mit Shopware 5.3 wurden einige Variablen geändert, welche Auswirkungen auf die eigene Berechnung haben können. Hier siehst Du die angepassten Variablen, auf welche Du nach dem Update achten solltest.

Bis 5.3	Ab 5.3
userID	user_id
countryID	country_id
statelD	state_id

# Riskmanagement

## Allgemeine Informationen

Das Riskmanagement stellt ein effektives Regelwerk bereit, um Zahlungsausfälle im Webshop bestmöglich zu minimieren. Alle gesammelten Informationen über Shopkunden - Produkte aus bestimmten Kategorien im Warenkorb, Bestellwert, Zahlungsausfälle in der Vergangenheit, gewünschte Zahlungsart, Auswertungen kritischer Zahlungsarten, etc. - werden analysiert.

Nach vollständiger Auswertung und Kategorisierung des Shopkunden, leitet Shopware entsprechende Maßnahmen für kritische Kunden ein und/oder gibt zusätzlich Hinweise an den Shop Betreiber. Ein negatives Ergebnis bedeutet dabei nicht, mit dem jeweiligen Shopkunden keine Geschäfte zu machen, sondern z.B. die bereitstehenden Zahlungsarten im Hintergrund dynamisch an ihn anzupassen.

Alle Maßnahmen können dabei automatisch und/oder durch den Shop Betreiber manuell eingeleitet werden. Speziell bei Lastschriften oder Kreditkartenzahlungen können so teure Rückabwicklungsprozesse

nahezu ausgeschlossen werden.

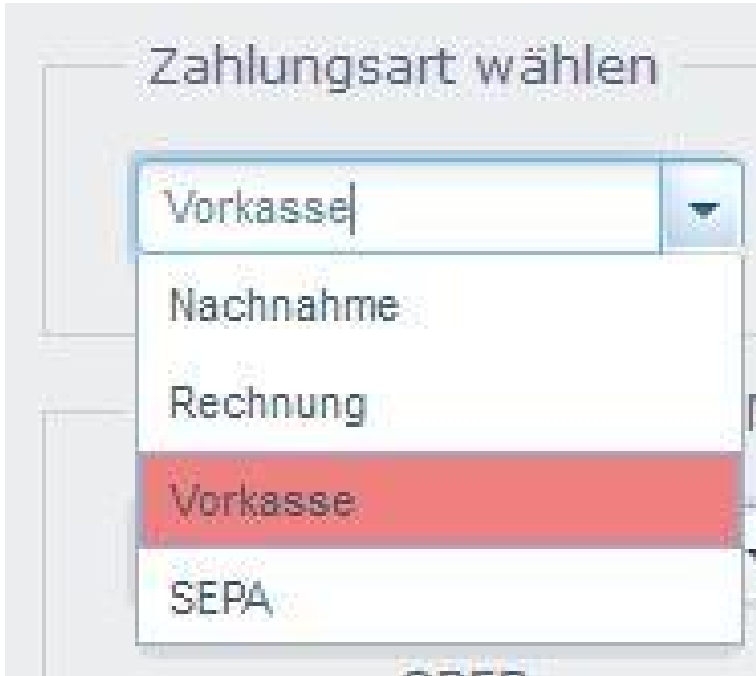
- Auswertung geplatzter Bestellungen (Lastschrift, Kreditkarte), um Muster für die häufigsten Storno-Merkmale zu erstellen
- Regelasistent, um für jede "kritische" Zahlungsart Regeln und entsprechende Maßnahmen einzuleiten, die die Bereitstellung für Shopkunden beeinflussen. Ein Beispiel für Lastschrift wäre z.B.: Gesperrt falls --> Kunde IST Erstkunde UND Bestellwert > 100 Euro ODER Artikel aus der Kategorie X ODER Kunden- Herkunftsland NICHT GLEICH Deutschland
- Nachträgliches Ändern von Zahlungsarten nach Bestelleingang möglich

## Funktionsweise

Wähle über das Pulldown-Menü die **Zahlungsart (1)** aus, für die Du eine oder mehrere Regeln anlegen willst.



Zahlungsarten mit bereits angelegten Regeln werden später rot markiert.



Hier kannst Du dann beliebig viele Regeln definieren, die für diese Zahlungsart gelten sollen. Sobald eine Regel greift, wird die Zahlungsart bei der eintreffenden Konstellation in der Storefront deaktiviert!

Jede Regel kann aus zwei Bedingungen bestehen, die dann beide gegeben sein müssen, damit die Regel zutrifft! Achte darauf, dass die Standard-Zahlungsart und die Fallback-Zahlungsart nicht durch das Riskmanagement eingeschränkt werden.

## Mögliche Regeln

Regel	Syntax	Beispiel
Bestellwert >=	Wert numerisch	500
Bestellwert <=	Wert numerisch	500
Kundengruppe IST	ID der Kundengruppe	EK für Shopkunden, H für Händler
Kundengruppe IST NICHT	ID der Kundengruppe	EK für Shopkunden, H für Händler
Kunde IST NEU	1 oder 0	Bei Neukunden sperren
Zone IST	deutschland,europa,welt	deutschland
Zone IST NICHT	deutschland,europa,welt	deutschland
Rechnung Zone IST	deutschland,europa,welt	deutschland
Rechnung Zone IST NICHT	deutschland,europa,welt	deutschland
Land IST	Länder-Isokürzel	z.B. DE für Deutschland
Land IST NICHT	Länder-Isokürzel	z.B. DE für Deutschland
Bestellpositionen >=	Wert numerisch	5
Mahnstufe 1 IST WAHR		
Mahnstufe 2 IST WAHR		

Mahnstufe 3 IST WAHR		
Inkasso IST WAHR	1 oder 0	1
Keine Bestellung vor mind. X Tagen	Wert numerisch	30
Anzahl Bestellungen <=	Wert numerisch	10
Artikel aus Kategorie	ID der Kategorie	3
Postleitzahl IST	Wert numerisch	48624
Straßenname ENTHÄLT X	Begriff oder Teilbegriff	z.B. Packstation, sperrt die Zahlungsarten für alle Adressen in den 'Packstation' vorkommt
Rechnung Postleitzahl IST	Wert numerisch	48624
Rechnung Straßenname ENTHÄLT X	Begriff oder Teilbegriff	z.B. 'Packstation', sperrt die Zahlungsarten für alle Adressen in denen Packstationen vorkommt
Kundennummer IST	Wert numerisch	12345
Nachname ENTHÄLT X	Wert numerisch	Mustermann
Subshop IST	ID/UniqueKey des Subshops	s_core_multilanguage.id also z.B. 1 für Hauptshop
Subshop IST NICHT	ID/UniqueKey des Subshops	s_core_multilanguage.id also z.B. 1 für Hauptshop
Lieferadresse != Rechnungsadresse	Lieferadresse != Rechnungsadresse	Lieferadresse != Rechnungsadresse
Währungs-Iso-Kürzel IST	Währungs-Iso-Kürzel	EUR



Währungs-Iso-Kürzel IST NICHT	Währungs-Iso-Kürzel	USD
Artikel-Attribut IST (1>5)	attr# value	z.B. attr5 2 Zahlart sperren wenn Artikel im Warenkorb mit attr5 = 2 oder attr4 true wenn Artikel im Warenkorb mit attr4 = true
Artikel-Attribut IST NICHT (1>5)	attr# value	z.B. attr5 2 Zahlart NICHT sperren wenn Artikel im Warenkorb mit attr5 = 2 oder attr4 true wenn Artikel im Warenkorb mit attr4 = true
Kunden-Attribut IST	attr1 1	attr1 1 Zahlart sperren wenn Kunde mit attr1 = 1
Kunden-Attribut IST NICHT	attr1 1	attr1 1 Zahlart sperren wenn Kunde NICHT mit attr1 = 1

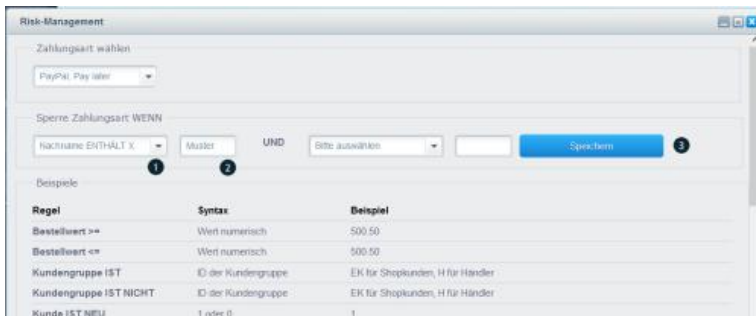
## Beispiel-Bedingungen

- **Lastschrift sperren WENN Land IST NICHT DE** (Lastschrift wird als Zahlungsart nur in Deutschland angeboten)
- **Rechnung sperren WENN Kundengruppe IST NICHT H** (Rechnung wird als Zahlungsart nur den Händlern angeboten)

## Erstellung von Regeln

Hier wählst Du die Zahlungsart für die Du eine entsprechende Regel anlegen möchtest und klicke "Auswählen". In unserem Beispielfall **PayPal, Pay later**.

Jetzt kannst Du die gewünschte Regel für die ausgewählte Zahlungsart auswählen und definieren. Für unser Beispiel wählen wir somit die Regel **Nachname ENTHÄLT X (1)**, trage in das dahinterliegende Feld das Wort **Muster (2)** ein und klicke **Speichern (3)**.



Somit kann ein Kunde der in seinem Nachnamen das Wort "Muster" enthält in Deinem Shop nicht mehr mit PayPal, Pay later bezahlen.



Da man in Shopware auch zwei Regeln miteinander verknüpfen kann, könnte man dieses Beispiel noch ein wenig verfeinern, so dass ich eine Zusatzregel generiere die lautet:

Sobald der Kunde in seinem Nachnamen das Wort "Muster" enthält **und** der Bestellwert größer 100 ist, darf er auch nicht per PayPal, Pay later bestellen. Dies sieht dann beim Anlegen wie folgt aus:



Nach dem Speichern der **UND** Regel aktiviert sich auch eine **ODER (1)** Regel. Diese bietet wiederum mehrere Möglichkeiten weitere Regeln für die entsprechende Zahlungsart zu definieren.

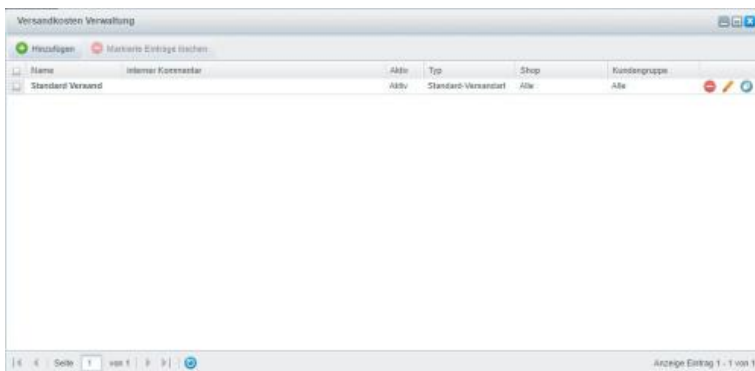
Durch klicken auf **Löschen (2)** wird der komplette UND-Regelsatz gelöscht.

## Versandkosten

Mit dem Versandkosten-Modul ist es möglich nicht nur Standard-Versandkosten sondern auch komplexe Versandkostenberechnung abzubilden. Mit eigenen Bedingungen und Berechnungen kannst Du so nahezu jede Versandkosten-Konstellation umsetzen. Dies geschieht in der Regel durch eigene Datenbankabfragen innerhalb der Versandart (Eigene Berechnungen).

## Anlegen von Versandarten

Rufe zuerst das Versandkosten-Modul im Backend auf **Einstellungen > Versandkosten**. Zum Anlegen einer neuen Versandart klickst Du dann auf den Button **Hinzufügen (1)**. Es öffnet sich nun die Detailmaske für die Versandart.



Name	Aktiv	Typ	Shop	Kundengruppe
Standard Versand	Aktiv	Standard-Versandart	Alle	Alle

Beachte, dass die in den Versandarten hinterlegten Preise brutto Angaben sind. Sollten Kunden netto beliefert werden, so wird dynamisch die Umsatzsteuer im Frontend abgezogen.

## Erklärung der einzelnen Felder

Von	Zu	Versandkosten	Faktor(%)
0	beliebig	3	

### Name

Hier trägst Du den Namen der gewünschten Versandart ein, die der Kunde in der Shopansicht angezeigt bekommt.

### Beschreibung

Gib hier eine Beschreibung für die Versandart ein, die der Kunde dann in der Shopansicht sehen kann (z.B. einen Aufschlag bei Nachnahmesendungen).

### Tracking-URL

Hier kannst Du als Shopbetreiber die entsprechende Tracking URL Deines Lieferanten hinterlegen, der den Versand für diese Versandart durchführt (z.B. DHL, Hermes, etc.). Diese wird Deinem Kunden in seinem "Mein Konto" Bereich angezeigt, sodass er hier immer auf dem aktuellen Stand seiner Lieferung ist.

In unserem Wiki haben wir ein Tutorial bereitgestellt, welches Dir aufzeigt wie Du eine Tracking-URL hinterlegst und wie Du diese sinnvoll in Shopware einsetzt: [Benutzung der Paketnummern zur Sendungsverfolgung](#)

### Kommentar

In diesem Feld kannst Du dir verschiedene Informationen zur Versandart hinterlegen, die für den Kunden nicht sichtbar sind.

### Sortierung

Über das Feld "Sortierung" bietet Shopware Dir die Möglichkeit die Positionierung der Versandarten auf der Bestellabschlussseite zu steuern. Dieses funktioniert über die Numerische Eingabe (Beispiel: Standardversand/Pos. 1 = 1. Stelle - Expressversand/Pos.2 = 2. Stelle).

## **Aktiv**

Mit diesem Kontrollkästchen kannst Du die erstellte Versandart in Deinem Shop aktiv bzw. inaktiv schalten.

## **Shop**

Im Pulldown-Menü kann festgelegt werden, für welchen Shop/Subshop die Versandart verfügbar sein soll oder eine allgemeine Gültigkeit erhält. Sollten für den Haupt- und die jeweiligen Subshops andere Versandarten erforderlich sein, lege für diese Shops in der Übersicht eine neue Versandart an, die sich auf den jeweilig gewünschten Shop bezieht. Sprachsubshops können nicht selektiert werden.

## **Kundengruppen**

Wie bei der Shopauswahl kann auch hier über ein Pulldown-Menü kann festgelegt werden, für welche Kundengruppe die Versandart verfügbar sein soll oder eine allgemeine Gültigkeit erhält.

Sollte z.B. für die Kundengruppe Händler eine andere Versandart erforderlich sein, lege für diese Kundengruppe in der Übersicht eine neue Versandart an, die sich auf die jeweilig gewünschte Kd-Grp. bezieht.

## **Versandkosten Berechnung nach**

Auf die hier ausgewählte Berechnung der Versandkosten bezieht sich die gesamte **Versandkostenberechnung (2)** auf das Versandgewicht welches beim Artikel hinterlegt wurde. In dem Reiter **Versandkosten (1)** wurden **2 Gewichtstaffelungen (3)** hinterlegt. Weitere Beispiele über die Versandkostenberechnung (z.B. nach Preis bzw. Artikeln kannst du den oben aufgeführten Fallbeispielen entnehmen).

## Versandkostenfrei ab

Ab welcher Warenkorbsumme sollen die Versandkosten entfallen?

## Versandart-Typ

Hier kannst Du den **Versandart-Typen (1)** definieren.

## Standard Versandart

Mit diesem Versandart-Typ definierst Du die zentralen Versandarten für Deinen Online-Shop. Im Zusammenspiel mit dem Versandart-Typ "Aufschlag-Versandart" lassen sich hier spezielle Versandkosten auf Deine Wünsche hin spezifizieren. (s. Fallbeispiele unten)

## **Ausweich Versandart**

Diese Versandart greift als Ausweich-Versandart grundsätzlich immer dann wenn die Standard-Versandart für die Warenkorb-Konstellation nicht zur Verfügung steht.

Bitte beachte, dass eine Ausweich-Versandart immer gültig ist und nicht eingeschränkt werden kann. Es ist hier keine Unterscheidung nach Ländern, Zahlungsarten usw. möglich

## **Aufschlag Versandart**

Dieser Versandart-Typ bietet Dir die Möglichkeit, verschiedene Aufschläge zu hinterlegen wie z.B. Palettenversand oder Sperrgutzuschläge. Zusätzlich lassen sich hier auch Aufschläge für bestimmte Zahlungsarten hinterlegen. Weitere Beispiele findest Du in den Fallbeispielen (s. unten).

## **Abschlag Versandart**

Dieser Versandart-Typ bietet Dir die Möglichkeit, Abschläge zu hinterlegen, die dann ähnlich wie eine Aufschlagsversandregel gelten, sich entsprechend in umgekehrter Form reduzierend auf die Versandkosten auswirken.

## **Absoluter Zahlungsart-Aufschlag**

Hier wählst Du bitte aus folgenden Möglichkeiten:

### **immer berechnen**

Hier werden die in den Zahlungsarten definierten Zuschläge immer berechnet und in die Versandkosten eingerechnet

### **nicht bei versandkostenfreien Artikeln berechnen**

Der in den Zahlungsarten definierte Zuschlag wird nicht berechnet wenn sich Versandkostenfreie Artikel im Warenkorb befinden.

### **nie berechnen**

Hier werden keinerlei Zuschläge für Zahlungsarten für diese Versandart berechnet.

### **als eigene Warenkorb-Position ausgeben**

Ähneln dem ersten Punkt "immer berechnen", nur das der Zuschlag für die Zahlungsart als einzelne Position im Warenkorb ausgegeben wird.

Der Zahlungsart-Aufschlag bezieht sich nur auf die Absoluten und nicht auf die *Prozentualen* Ab- bzw. Aufschläge die in den Zahlungsarten hinterlegt sind

## Steuersatz

Bitte wähle hier aus folgenden Optionen die MwSt. Berechnung der Versandkosten aus.

## Faktor(%)

Der Faktor stellt ein Produkt der Multiplikation mit der Anzahl an Artikeln dar. Mit einem Faktor erhöhst Du die Versandkosten proportional mit jedem im Warenkorb befindenden Artikel, beginnend ab dem ersten Produkt. Umso höher Du den Faktor einstellst, desto größer sind die anteiligen Schritte der Versandkostensteigerung.

## Zahlungsart Auswahl

Wähle hier die **Zahlungsarten (1)** in denen ein Versand mit der jeweiligen Versandart möglich sein soll. Bestätige Deine Eingaben anschließend mit **Speichern**. (Mehrfachauswahl möglich!)

## Länder Auswahl

Im Bereich **Länder Auswahl (1)** wähle die Länder, in denen ein Versand mit der jeweiligen Versandart möglich sein soll. Bestätige Deine Eingaben anschließend mit **Speichern**. (Mehrfachauswahl möglich!)

**Versandkosten**

Konfiguration

Name: Standard Versand

Shop: Alle Shops

Beschreibung: Beschreibung

Kundengruppe: Alle Gruppen

Tracking-URL:

Versandkosten-Berechnung nach: Gewicht

Kommentar:

Versandkosten frei ab: 0

Sortierung: 0

Versandart-Typ: Standard Versandart

Aktiv:

Zahlungsart-Aufschlag: Als eigene Warenkorb-Position

Steuersatz: Auto-Ermittlung

Verfügbar

Alphabetisch

Äpfel

Ärzt

Ärzt

Algerien

Algerien

Amerikanisch-Samos

Amerikanische Jungfernschw

Andorra

Ausgewählt

Belgien

Deutschland

Dänemark

Finnland

Frankreich

Griechenland

Größtenteils

Irland

Abbrechen

Speichern

## Kategorien sperren

Über die **Ordnerstruktur** im Bereich **Kategorien sperren (1)** hast Du hier die Möglichkeit, verschiedene Shop-Kategorien inkl. der Unterkategorien für diese Versandart zu sperren. Somit steht die Versandart für Artikel aus den ausgewählten Kategorien nicht zur Verfügung. Bestätige Deine Eingaben anschließend mit **Speichern**. (Mehrfachauswahl möglich!)

**Versandkosten**

Konfiguration

Name: Standard Versand

Shop: Alle Shops

Beschreibung: Beschreibung

Kundengruppe: Alle Gruppen

Tracking-URL:

Versandkosten-Berechnung nach: Gewicht

Kommentar:

Versandkosten frei ab: 0

Sortierung: 0

Versandart-Typ: Standard Versandart

Aktiv:

Zahlungsart-Aufschlag: Als eigene Warenkorb-Position

Steuersatz: Auto-Ermittlung

Verfügbar

Hauptshop

Lebensmittel

Backwaren

Fisch

Nüsse

Getränk

Diäten

Herren

Freizeit & Elektro

Abbrechen

Speichern

## Erweiterte Einstellungen

Im Reiter **Erweiterte Einstellungen (1)** hast Du die Möglichkeit die angelegte Versandart im Detail auf Deine Versandbedürfnisse einzustellen. Hier bietet Shopware verschiedenste Möglichkeiten.



The screenshot shows the 'Versandkosten' configuration window. The 'Konfiguration' section includes fields for Name, Beschreibung, Tracking-URL, Kommentar, Sortierung, and Aktiv. It also has dropdown menus for Shop, Kundengruppe, Versandkosten-Berechnung nach, Versandkosten frei ab, Versandart-Typ, Zahlungsart-Aufschlag, and Steuersatz. Below this is a tabbed interface with tabs for 'Versandkosten', 'Zuletzt benutzt', 'Leides Artikel', 'Kaufmann sperren', 'Freitextfelder', and 'Freitextfelder'. The 'Freitextfelder' tab is active and contains a 'Nur Abverkauf' checkbox, a 'Freitag sperren' dropdown, and several input fields for 'Versandkostenfreie Artikel', 'Bestandgröße', 'Uhrzeit von', 'Gewicht von', 'Preis von', and 'Wochentage von'. There are also 'Eigene Bedingungen' and 'Eigene Berechnung' sections. At the bottom, there are 'Abbrechen' and 'Speichern' buttons.

## Nur Abverkaufsartikel

Ist das Kontrollkästchen aktiviert, bezieht sich die Versandart nur auf Abverkaufsartikel.

## Versandkostenfreie Artikel

Hier definierst Du, ob die angelegte Versandart, versandkostenfreie Artikel unterstützen soll.

### unterstützen

Dieser Punkt lässt die Versandart bei versandkostenfreien Artikeln zu und Versandkosten werden nicht berechnet

### nicht unterstützen und Versandart sperren

Hier wird bei versandkostenfreien Artikeln im Warenkorb die Versandart nicht unterstützt und steht dem Kunden somit nicht zur Verfügung, da diese von Shopware gesperrt wurde.

### unterstützen, aber Versandkosten trotzdem berechnen

Bei dieser Konstellation kann der Kunde versandkostenfreie Artikel in den Warenkorb legen und die hier angelegte Versandart steht zur Verfügung. Somit werden auch für die versandkostenfreien Artikel Versandkosten berechnet.

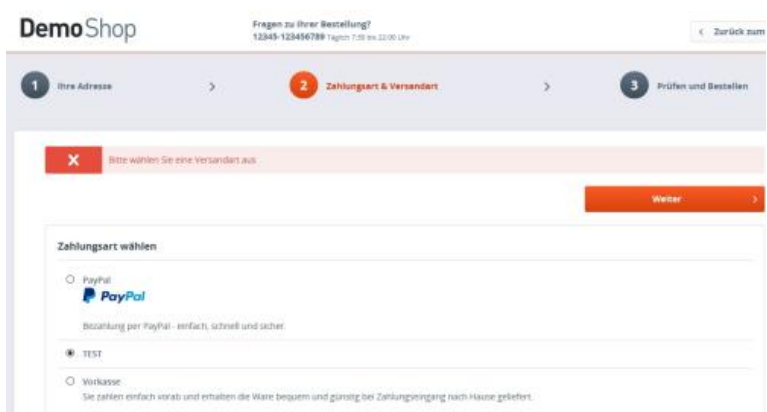
## Freitextfelder

Solltest Du Freitextfelder für Versandarten verwenden, kannst Du diese im Reiter **Freitextfelder (1)** pflegen. Weitere Informationen zu den Freitextfeldern findest Du [hier](#).

## Bestellung bei keiner verfügbaren Versandart blockieren

Im Standard können Bestellungen getätigt werden, obwohl es keine verfügbare Versandart gibt, um trotzdem Umsatz zu generieren. Grund hierfür kann sein, dass ein bestimmtes Land oder eine Zahlungsart der Versandart nicht zugeordnet wurde. Diese Situation kann jedoch mit einer kleinen Anpassung in den Grundeinstellungen verhindert werden. Im "Versandkosten-Modul" befindet sich der Punkt "Bestellung bei keiner verfügbaren Versandart blockieren". Wählst Du hier "Ja" erhält der Kunde in einer solchen Situation eine Fehlermeldung (s.Bild) und kann die Bestellung nicht abschließen.

Durch eine Änderung der Textbausteine kannst Du auch den Inhalt der Fehlermeldung schnell und einfach anpassen. Hierzu suche in den Textbausteinen nach "ShippingPaymentSelectShipping".



## Bestand größer

Bezieht sich auf den Lagerbestand des einzelnen Artikels, z.B. 5. Ist der Bestand also niedriger, so wird die Versandart blockiert / ausgeblendet.

## Uhrzeit von: - Uhrzeit bis

Definiere hier die genaue Zeitangabe um z.B. die Versandart "EXPRESS" nur anzubieten, wenn die Bestellung bis 15.00 Uhr bei Dir eingehen soll. Somit machst Du die Versandart nur bis 15.00 Uhr wählbar.

## Gewicht von: - Gewicht bis

Ähnlich wie bei der Uhrzeit, kannst Du hier eine Gewichtsbeschränkung für die Versandart hinterlegen. Nur innerhalb dieser angegebenen Gewichtsspanne ist die Versandart für den Kunden wählbar.

## Preis von: - Preis bis

Hier kann ein entsprechender Preisbereich definiert werden. Nur wenn der Warenkorb innerhalb der Preisspanne liegt, steht diese Versandart für den Kunden zur Verfügung.

## Wochentage von: - Wochentage bis

Über die Pulldown-Menüs wählst Du die Tage aus, an denen die Versandart zur Verfügung stehen soll. Beim Expressversand würde man hier z.B. nur von Montag bis Freitag eintragen, da die Zustellung am Sonntag nicht möglich ist.

## Feiertage sperren

Diese Funktion ermöglicht Dir verschiedene Feiertage für diese Versandart zu sperren. So kann der Kunden an den entsprechenden Tagen z.B. nicht per EXPRESS bestellen. (Mehrfachauswahl möglich!)

## Eigene Bedingungen

Über eigene Bedingungen können komplexe, individuelle Programmierungen umgesetzt werden, welche über den Standardumfang des Moduls hinausgehen. So kann z.B. eine individuelle Anforderung, die im Rahmen einer Programmierung umgesetzt wird, mit dem Standard-Versandkostenmodul verknüpft werden. Dieses Feld ist im Standard-Leistungsumfang immer leer.

Beispiele findest Du hier: [Individuelle Versandkosten Bedingungen und Berechnungen](#)

### **Eigene Versandkosten-Berechnung**

In diesem Feld können eigene, individuelle Berechnungen definiert werden, welche nicht im Standardumfang abgefangen werden. Somit können z.B. individuelle Anforderungen, welche im Rahmen einer Programmierung umgesetzt wurden, mit dem Standard-Versandkostenmodul verknüpft werden. Dieses Feld ist im Standard-Leistungsumfang immer leer.

Beispiele findest Du hier: [Eigene Berechnungen](#)

## **Fallbeispiele**

### **"Normaler" Versand (Standard-Versandart)**

In diesem Beispiel werden wir zusammen eine "Standard-Versand" für Deinen Shop erstellen. Wir fangen mit einem einfachen Beispiel an, also noch ohne besondere Angaben bzw. Einschränkungen in der Konfiguration.

Im ersten Schritt legst Du die neue Versandart an. Klicke dazu oben links im Fenster "Versandkosten Verwaltung" auf "Hinzufügen". Fülle danach die Felder **Name (1)** mit einem aussagekräftigen Versandartnamen und das Feld **Beschreibung (2)** mit den entsprechenden weiterführenden Informationen.

Die weiteren Felder **Kommentar (3)** und **Sortierung (4)** füllst Du mit den von Dir gewünschten Daten und setzt die Versandart auf **Aktiv (5)**.

Setze **Versandkosten-Berechnung (6)** nach *Gewicht* sowie den **Versandart-Typ (7)** auf *Standard-Versandart*. Die restlichen Einstellungen innerhalb der Konfiguration können unverändert übernommen werden und sind somit für die Standard-Versandart vorgegeben. Optionale **Zahlungsart-Aufschläge (8)** sollen berücksichtigt werden.

Im Reiter **Versandkosten (9)** brauchst Du jetzt nur noch die Kosten für den normalen Versand anzugeben. Dazu trägst Du im Feld Versandkosten einfach den Betrag ein, welcher als Versandkosten berechnet werden soll. Hier kannst du natürlich auch mit Staffeln arbeiten und somit die Höhe der Versandkosten dynamisch mit sich veränderndem Gewicht, Anzahl etc. anpassen. Bestätige Deine Eingaben anschließend mit **Speichern**.

Wechsle nun in den Reiter **Zahlart Auswahl (1)**. Damit die Versandart im Frontend überhaupt angeboten wird, musst Du jetzt die verfügbaren Zahlungsarten mit der Versandart verknüpfen. In diesem Beispiel wird die Versandart nur dann angeboten, wenn zuvor im Checkout-Prozess eine der **ausgewählten Zahlungsarten (2)** ausgewählt wurde. Diese Versandart soll nicht verfügbar sein, wenn die Zahlungsart *Nachnahme* ausgewählt ist. Aufgrund dessen steht die Zahlungsart *Nachnahme* immer noch in der Spalte **Verfügbar (3)**. Speichere nachfolgend Deine Einstellungen ab.

Abschließend müsst Du die Versandart noch für die gewünschten Lieferländer freischalten. Wechsle in den Reiter **Länder-Auswahl (1)** und schalte die gewünschten Lieferländer frei. Die Versandart wird nur dann angeboten, wenn der Kunde im Checkout eines der unter **ausgewähltes Lieferland (2)** hinterlegten Länder gewählt hat. Speichere nachfolgend Deine Auswahl ab.

Die Versandart ist nur dann im Frontend sichtbar, wenn diese für die verfügbaren Zahlungsarten und Lieferländer entsprechend freigeschaltet wurde.

## Versand per Nachnahme (Standard-Versandart)

In diesem Beispiel wird die Versandart "Nachnahme" angelegt. Außerdem soll es für Nachnahme einen Aufschlag von 3,90 Euro geben. Die Berechnung der Versandkosten soll nach Staffeln erfolgen: 5,00 Euro bis zu einem Versandgewicht von 20 KG und 10,00 EUR ab einem Versandgewicht von 20 KG.

Im ersten Schritt legst Du eine neue Versandart an. Der **Name der Versandart (1)** lautet in diesem Beispiel *Nachnahme*. In der **Beschreibung (2)** soll für Kunden der aussagekräftige Hinweis *Versand per Nachnahme - Barzahlung an Paketdienst* erscheinen. Im internen **Kommentar-Feld (3)** kannst Du für Dich den Hinweis *Nachnahme* hinterlegen.

Da die Versandart im Checkout-Prozess an 2. Stelle auftauchen soll, musst Du die **Sortierung (4)** auf den Wert 2 setzen. Damit die Versandart auch im Frontend angeboten wird, muss diese noch durch setzen der Checkbox **Aktiv (5)** aktiviert werden.

Die **Versandkosten-Berechnung (6)** erfolgt nach *Gewicht* und der **Versandart-Typ (7)** ist die *Standard Versandart*. Da bei der Versandart Zusatzkosten (Nachnahmegebühren) anfallen, muss das Auswahlfeld **Zahlungsart-Aufschlag (8)** auf *Immer berechnen* stehen.

Um jetzt die Gewichts-Staffelung für den Versand einzurichten, gib unten im Reiter **Versandkosten (9)** die Staffeln von 0 - 20 und bei Versandkosten 4,95 ein. Durch den Eintrag eines Wertes in das Bis-Feld der ersten Zeile wird automatisch eine zweite Zeile mit dem entsprechenden Ab-Wert angelegt. Dort trägst Du die Versandkosten für die zweite Staffel ein, z.B. 8,95. Bestätige Deine Eingaben anschließend mit **Speichern**.

Versandkosten

Konfiguration

1 Name: Nachnahme Ship: Alle Shops

2 Beschreibung: Versand per Nachnahme Kundengruppe: Alle Gruppen

Tracking-URL: Versandkosten-Beschreibung nach: Gewicht 3

Kommentar: Nachnahme Versandkosten frei ab: 0 4

4 Sortierung: 1 Versandart-Typ: Standard Versandart 5

5 Aktiv:  Zahlungsart-Aufschlag: Intern berechnet 6

Steuersatz: Auto-Ermittlung 7

Versandkosten Zahlart Auswahl Länder Auswahl Kartenzahl options Einzelne Einstellungen Produktliste

Von	Bis	Versandkosten	Faktor(%)
0	15	4,95	
15,001	beliebig	8,95	

Abbrechen Speichern

Wechsle nun in den Reiter **Zahlart Auswahl (1)**. Da diese Versandart im Frontend nur in Verbindung mit der Zahlungsart *Nachnahme* angeboten werden soll, darf in der Spalte **Ausgewählt (2)** nur die Zahlungsart *Nachnahme* hinterlegt werden. Speichere nachfolgend Deine Einstellungen ab. Somit verknüpfst Du die *Versandart 'Nachnahme* exklusiv mit der *Zahlungsart Nachnahme*. Bestätige Deine Eingaben anschließend mit **Speichern**.

Versandkosten

Konfiguration

Name: Nachnahme Ship: Alle Shops

Beschreibung: Versand per Nachnahme Kundengruppe: Alle Gruppen

Tracking-URL: Versandkosten-Beschreibung nach: Gewicht

Kommentar: Nachnahme Versandkosten frei ab: 0

Sortierung: 1 Versandart-Typ: Standard Versandart

Aktiv:  Zahlungsart-Aufschlag: Intern berechnet

Steuersatz: Auto-Ermittlung

1

Versandkosten Zahlart Auswahl Länder Auswahl Kartenzahl options Einzelne Einstellungen Produktliste

Verfügbar	Ausgewählt
LadSchiff	
Nachnahme	2
Vorkasse	
SEPA	

Abbrechen Speichern

Im nächsten Schritt werden die Lieferländer für diese Versandart eingeschränkt. Wechsle in den Reiter **Länder Auswahl (2)**. Da der Versand per Nachnahme nur innerhalb von Deutschland angeboten werden soll, darf in dem Feld Spalte **Ausgewählt (2)** als einziges nur das Lieferland *Deutschland* hinterlegt sein. Speichere nachfolgend Deine Einstellungen ab.

Abschließend musst Du noch die Nachnahmegebühr hinterlegen. Da es sich hier um eine Gebühr handelt, welche nur dann anfällt, wenn im Checkout zuerst die Zahlungsart Nachnahme gewählt wurde, wird dieser Aufschlag auch in der Zahlungsart hinterlegt. Wechsle im Backend unter **Einstellungen > Zahlungsarten** in die Konfigurationsmaske der Zahlungsarten und wähle hier die Zahlungsart **Nachnahme (1)** aus. Unter dem Reiter **Generell (2)** tauchen nun die Einstellungen für die gewählte Zahlungsart auf. Hinterlege in dem Feld **Zusätzliche Beschreibung (3)** einen Hinweistext für anfallende Gebühren. In dem Feld **Pauschaler Aufschlag (4)** müssen nun die anfallenden Gebühren bei Benutzung dieser Zahlungsart hinterlegt werden. Speichere danach Deine Änderungen ab.

## Tipps & Tricks



## Mehrfachauswahl

Um eine Mehrfachauswahl zu treffen stehen Dir in der Tabelle folgende Möglichkeiten zur Verfügung:

1. Durch gedrückt halten der "STRG-Taste" und anklicken der Zahlungsarten kannst Du einzelne Arten markieren und über die Pfeilfunktion der Auswahl hinzufügen.

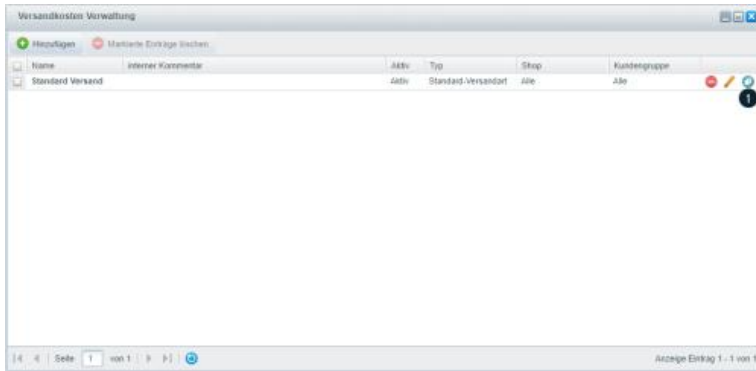
2. Durch gedrückt halten der "Shift-Taste" und anklicken der Zahlungsarten werden mehrere Arten markiert und können über die Pfeilfunktion der Auswahl hinzugefügt werden.

3. Durch Anklicken bzw. der vorher beschriebenen Methoden, kannst Du per Drag & Drop mehrere markierte Zahlungsarten gleichzeitig der Auswahl auf der rechten Seite hinzufügen.

4. Durch einen Doppelklick auf eine entsprechende Zahlungsart, wird diese auch in die Auswahl (rechte Seite) übernommen.

## Versandart duplizieren

Damit Du die Versandart nicht komplett neu erstellen musst, steht Dir die Funktion **Versandart duplizieren (1)** zur Verfügung. Hier brauchst Du nur noch die Bezeichnung, die Zugehörigkeit und die zu unterscheidenden Einstellungen vornehmen.

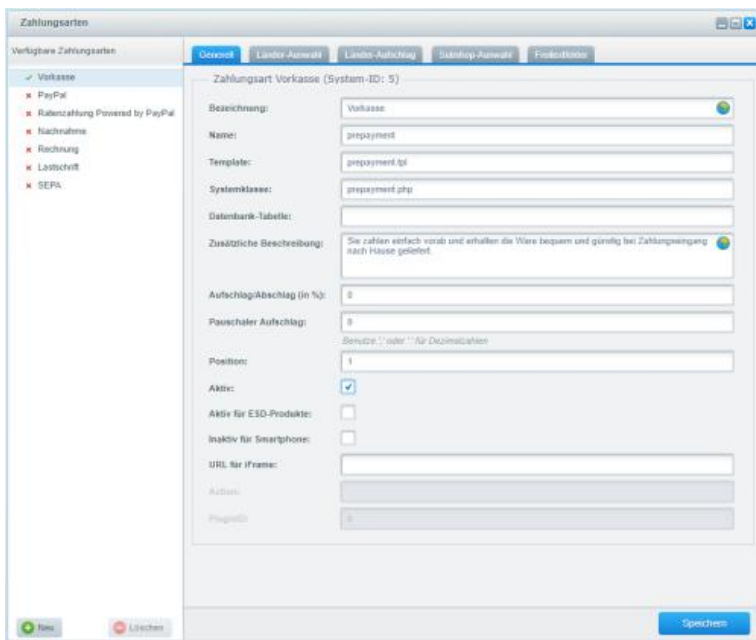


## Zahlungsarten

### Allgemeines

Mit diesen Einstellungen lassen sich die in Shopware verwendeten Zahlungsarten hinzufügen, bearbeiten, aktivieren oder deaktivieren. Die Konfigurationen kannst Du im Backend unter den **Einstellungen > Zahlungsarten** einsehen und modifizieren.

Ein Überblick der Felder, die für die Zahlungsarten gepflegt werden können:



## Verfügbare Zahlungsarten

In der Spalte **Verfügbare Zahlungsarten (1)** findest Du alle aktiven und inaktiven Zahlungsarten. Die Zahl in der Klammer hinter der ausgewählten Zahlungsart ist die interne System-ID der Zahlungsart. Die Zahlungsarten sind zunächst nach aktiv bzw. inaktiv und dann nach der System-ID sortiert.

## Zahlungsart hinzufügen

Durch Klick auf den Button **Neu** kannst Du in wenigen Sekunden eine neue Zahlungsart hinzufügen.

## Zahlungsart löschen

Markiere mit der linken Maustaste in der linken Spalte die zu löschende Zahlungsart. Klicke danach auf den Button **Löschen**. Eine Zahlungsart sollte jedoch nur in Ausnahmefällen gelöscht werden. Wir empfehlen Zahlungsarten grundsätzlich nur zu deaktivieren! Alle Kundenkonten und Bestellungen, die mit dieser gelöschten Zahlungsart verknüpft sind, lassen sich danach nicht mehr über das Backend bearbeiten.

Eine Zahlungsart sollte nie gelöscht werden, da sie diverse Verweise auf Kunden, Bestellungen und Backend-Module enthalten kann. Sollte eine Zahlungsart nicht benötigt werden, sollte sie zunächst deaktiviert werden. Das gilt vor allem auch für die Zahlungsarten die mit Shopware ausgeliefert werden.

## Generell

Unter dem Tab "Generell" findest Du alle Einstellungen zur Zahlungsart.

- **Bezeichnung:** Name der Zahlungsart im Back- und Frontend
- **Name:** System-interne Bezeichnung, Änderungen bei Plugin-Zahlungsarten mit Hersteller abklären

- **Template:** Name der Template-Datei für die Zahlungsart
- **Systemklasse:** Dateiname der Systemklasse
- **Datenbank-Tabelle:** Optionale, zusätzlich benutzte Datenbanktabelle
- **Zusätzliche Beschreibung:** Informationen, die im Frontend angezeigt werden
- **Aufschlag (in %):** Prozentualer Aufschlag beim Checkout
- **Pauschaler Aufschlag:** Pauschaler Aufschlag (absolut) beim Checkout
- **Position:** Positionierung der Zahlungsart im Frontend/Warenkorb
- **Aktiv:** Zahlungsart aktiv (Ja oder Nein)
- **Aktiv für ESD-Produkte:** Soll die Zahlungsart beim Checkout mit ESD-Produkten verfügbar sein (Ja oder Nein)
- **Inaktiv für Smartphones:** Hiermit kannst Du die Zahlungsart für Smartphones deaktivieren **Ab Shopware 5.0.0**
- **URL für iFrame:** URL für ein optional eingebundenes iFrame im Checkout

Bei Zahlungsarten kannst Du entweder absolute oder prozentuale Aufschläge definieren. Beide Felder / Aufschlagsarten können jedoch nicht gleichzeitig genutzt werden. Sollte diese Funktion doch einmal benötigt werden, kannst Du dazu das Versandkostenmodul zur Hand nehmen und dort weitere Aufschlagsversandregeln definieren.

## Länder-Auswahl

Wähle hier die Verfügbarkeit der Zahlungsarten, bezogen auf einzelne Länder, aus. Markiere ein Land mit der Checkbox, so dass die Zahlungsart für dieses Land zur Verfügung steht. Fehlende Länder kannst Du in den Länder-Einstellungen hinzufügen.

Eine Standardzahlungsart muss im System ohne Beschränkungen (Markierungen) vorliegen. Wir empfehlen die Standardzahlungsart "Vorkasse" ohne aktive/markierte Länder zu nutzen.

## Länder-Aufschlag

In diesem Tab kannst Du absolute, länderspezifische Aufschläge hinterlegen. Es stehen nur die Länder zur Auswahl, die unter dem Tab *Länder-Auswahl* aktiviert worden sind. Durch klicken in die Spalte "Aufschlag" kann der absolute Aufschlag hinzugefügt werden.

## Subshop-Auswahl

Hier können Sie die Zahlungsart für einzelne Subshops freischalten bzw. sperren.

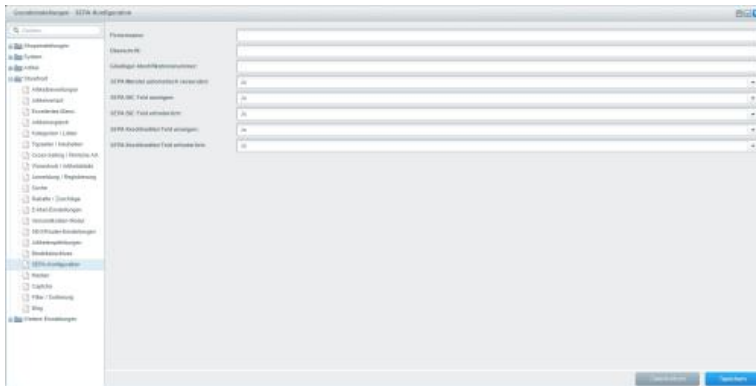
Eine Standardzahlungsart muss im System ohne Beschränkungen (Markierungen) vorliegen. Wir empfehlen die Standardzahlungsart "Vorkasse" ohne aktive/markierte Subshops zu nutzen.



Alle weiteren Texte, die im PDF genutzt werden, sind als Textbausteine realisiert und können somit über die Textbausteinverwaltung verändert werden.

Shopware ist nicht für eine Archivierung / Erfassung der Mandate ausgelegt. Shopware bietet die Möglichkeit bei jeder Bestellung ein Mandat (voll auf Deine Wünsche anpassbar) bei jeder Lastschrift-Bestellung zu versenden. Stelle bitte sicher, dass Du eine für dich geeignete Lösung für die Zusendung von SEPA-Mandaten und deren Rücklauf sorgst. Natürlich kann auch hier auf Payment-Schnittstellen zurückgegriffen werden, die diese Abläufe für Dich übernehmen. Der Mandats-Versand kann in Shopware auch deaktiviert werden, so dass Du weitere Abläufe über eine Warenwirtschaft o.ä. abbilden kannst.

## Grundeinstellungen



- **Firmenname:** Wird im Text des Mandats verwendet
- **Überschrift:** Wird als Überschrift des PDFs genutzt
- **Gläubiger-Identifikationsnummer:** Definiere hier die jeweilige Identifikationsnummer
- **SEPA Mandat automatisch versenden:** Soll das PDF bei der Bestellung automatisch durch Shopware versendet werden (ja/nein)
- **SEPA BIC Feld anzeigen:** (ja / nein)
- **SEPA BIC Feld erforderlich:** Feld als Pflichtfeld deklarieren? (ja / nein)
- **SEPA Kreditinstitut Feld anzeigen:** (ja / nein)
- **SEPA Kreditinstitut Feld erforderlich:** Feld als Pflichtfeld deklarieren? (ja / nein)

## Beispiel-Ansicht Storefront

**Zahlungsart wählen**

---

Vorkasse  
Sie zahlen einfach vorab und erhalten die Ware bequem und günstig bei Zahl

---

SEPA  
SEPA debit

Rechnungs-Adresse in Mandat übernehmen?

## E-Mail

Unter "*Einstellungen > E-Mail-Vorlagen*" findest Du in den "*System E-Mails*" eine neue E-Mail-Vorlage mit der Bezeichnung "sORDERSEPAAUTHORIZATION".

Ist in den Grundeinstellungen der Punkt "*SEPA Mandat automatisch versenden*" mit "ja" eingestellt, so bekommt der Kunde parallel zu seiner Bestellabschluss-E-Mail auch diese E-Mail mit dem SEPA-Mandat im Anhang.

## Beispiel PDF

#### SEPA-Mandat

Gläubiger-Identifikationsnummer DE98ZZ209999999999

Mandatsreferenz 20014

#### SEPA-Lastschriftmandat

Ich ermächtige den **Firmenname**, Zahlungen von meinem Konto mittels Lastschrift einzuziehen. Zugleich weise ich mein Kreditinstitut an, die von dem **Firmenname** auf mein Konto gezogenen Lastschriften einzulösen.

Hinweis: Ich kann innerhalb von acht Wochen, beginnend mit dem Belastungsdatum, die Erstattung des belasteten Betrages verlangen. Es gelten dabei die mit meinem Kreditinstitut vereinbarten Bedingungen.

John Doe

Vorname und Name (Kontoführer)

Musterstraße 10

Straße und Hausnummer

12345 Musterstadt

Postleitzahl und Ort

Bank Name

Kreditinstitut

BICXXXXXXXX

BIC

DEXXXXXXXXXXXX

IBAN

Datum, Ort und Unterschrift

## FAQ

### Wie stelle ich meinen Shop auf SEPA um?

Die SEPA-Lastschrift ist als separate Zahlungsart hinterlegt, welche gesondert konfiguriert und aktiviert werden kann. Die bisherige Shopware-eigene Lastschrift kann unter den Zahlungsarten dann deaktiviert werden.

### Werden die Daten verschlüsselt übertragen?

Sofern Du die SSL-Verschlüsselung in Shopware mit einem gültigen Zertifikat nutzt, werden sensible Daten natürlich verschlüsselt (https) übertragen.

### Muss ich das Mandat noch anpassen?

Das Mandat wurde nach den vorgegebenen Richtlinien entworfen und enthält alle Informationen, welche benötigt werden. Du musst nur noch Deine Gläubiger-Identifikationsnummer, Firmenname und bei Bedarf die Überschrift ergänzen, danach ist das Mandat bereits fertig. Grundsätzlich kannst Du entscheiden, ob Du bei den Bestellungen jeweils ein PDF versenden willst.

### Werden alte Lastschriftdaten migriert?

Alte Lastschriftdaten können nicht migriert werden, hier muss der Kunde seine Daten neu angeben, um per SEPA-Lastschrift bestellen zu können.

## **Werden die Kunden automatisch benachrichtigt?**

Jeder Shopbetreiber geht anders mit der Umstellung um. Falls Du die Umstellung bereits angekündigt hast, möchten wir dies natürlich nicht noch einmal tun. Daher überlassen wir Dir die Ankündigung der Umstellung.

## **Wo finde ich das Template für das SEPA PDF?**

Den Aufbau für das SEPA-PDF findest Du unter  
*engine/Shopware/Plugins/Default/Core/PaymentMethods/Views/frontend/plugins/sepa/email.tpl*