

Konfiguration

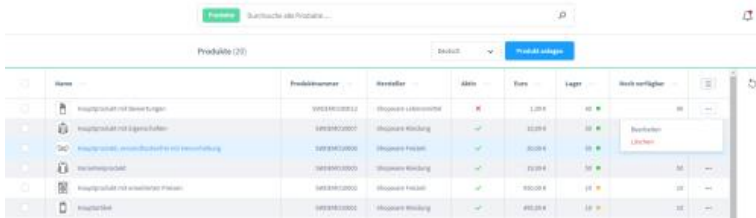
Shopware bietet zahlreiche Einstellungs- und Konfigurationsmöglichkeiten um Deinen Shop genau nach Deinen Wünschen und Anforderungen zu gestalten.

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

Außerdem wird beschrieben, wie Du zahlreiche Elemente wie Produkte, Marketingoptionen, Erlebniswelten und viele mehr erstellen kannst.

Kontextmenü

Auf der rechten Seite kannst Du über den Button "... " für das jeweilige Produkt das Kontextmenü öffnen und erhältst hierüber Zugriff auf weitere Funktionen.



The screenshot shows a table with columns: Name, Produktnummer, Hersteller, Status, Preis, Lager, and Stock verfügbar. A context menu is open over the second row, showing options: Bearbeiten and Löschen.

Name	Produktnummer	Hersteller	Status	Preis	Lager	Stock verfügbar
Keinprodukt mit Serienfolgen	10000000001	Hersteller Lebensmittel	✓	1,20 €	10	10
Keinprodukt mit Eigenherstellung	10000000002	Hersteller Kleidung	✓	10,00 €	10	10
Keinprodukt, welches Bestandteil ist einer Fertigung	10000000003	Hersteller Fleisch	✓	10,00 €	10	10
Keinprodukt	10000000004	Hersteller Kleidung	✓	10,00 €	10	10
Keinprodukt mit einzelner Packung	10000000005	Hersteller Fleisch	✓	10,00 €	10	10
Keinprodukt	10000000006	Hersteller Kleidung	✓	10,00 €	10	10

Bearbeiten

Hierüber öffnest Du die Bearbeitungsmaske des Produkts.

Weitere Informationen zu den einzelnen Funktionen aller Felder findest Du im Artikel [Ein neues Produkt anlegen](#).

Duplizieren

Mit dieser Option kannst Du ein komplettes Produkt kopieren. So kannst Du auf schnellem Weg mehrere ähnliche Produkte anlegen. Du gelangst direkt in die Bearbeitungsmaske des Produktes, um Änderungen vorzunehmen. Standardmäßig wird das neue Produkt mit der nächsthöheren freien Produktnummer und mit dem Wort **Kopie** hinter dem Namen angelegt.

Löschen

Solltest Du das Produkt nicht mehr benötigen, kannst Du es hierüber löschen.

Bitte beachte hierbei, dass Produkte, die bereits in Bestellungen enthalten sind, auch nach dem Löschen des Produkts weiterhin in der Bestellung als Position aufgeführt werden, jedoch auf einen nicht existierenden Datensatz verweisen. Daher empfehlen wir solche Produkte nicht zu löschen, sondern inaktiv zu schalten.

Mehrfachänderung

Die Mehrfachänderung bietet Dir eine einfache und schnelle Möglichkeit, mehrere Produkte gleichzeitig zu ändern.



The screenshot shows a table with columns: Name, Produktnummer, Hersteller, Status, Preis, Lager, and Stock verfügbar. Multiple rows are selected, and a context menu is open over the first row, showing options: Bearbeiten and Löschen.

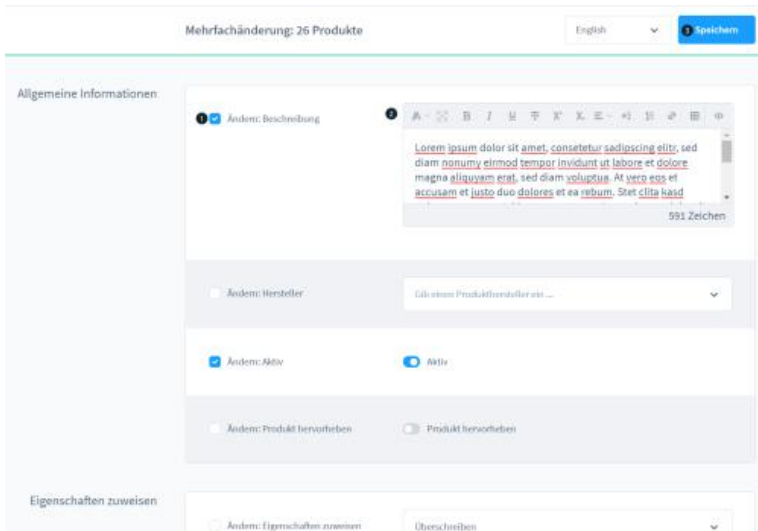
Name	Produktnummer	Hersteller	Status	Preis	Lager	Stock verfügbar
Keinprodukt mit Serienfolgen	10000000001	Hersteller Lebensmittel	✓	1,20 €	10	10
Keinprodukt mit Eigenherstellung	10000000002	Hersteller Kleidung	✓	10,00 €	10	10
Keinprodukt, welches Bestandteil ist einer Fertigung	10000000003	Hersteller Fleisch	✓	10,00 €	10	10
Keinprodukt	10000000004	Hersteller Kleidung	✓	10,00 €	10	10
Keinprodukt mit einzelner Packung	10000000005	Hersteller Fleisch	✓	10,00 €	10	10
Keinprodukt	10000000006	Hersteller Kleidung	✓	10,00 €	10	10

Du kannst **einzelne Produkte auswählen (2)** oder alle **Produkte (1)**, die auf dieser Seite angezeigt werden. Du hast auch die Möglichkeit, Produkte auf mehreren Seiten auszuwählen. Es können maximal 1000 Produkte ausgewählt werden. Die Anzahl der **aktuell ausgewählten Produkte (3)** wird oberhalb der Produkte angezeigt. Die Option, die **Auswahl aller Produkte aufzuheben (4)**, wird nur angezeigt, wenn Du Produkte von mehreren Seiten ausgewählt hast. Um die ausgewählten Produkte zu bearbeiten, klickst Du auf **Mehrfachänderung (5)**. Um alle ausgewählten Produkte zu löschen, klicke auf **Löschen (6)**.

Nachdem Du auf **Mehrfachänderung** geklickt hast, erscheint ein Pop-up-Fenster, das Dir die ausgewählten Produkte anzeigt.



In dieser Übersicht hast Du die Möglichkeit, Produkte aus Deiner aktuellen Auswahl zu entfernen. Wenn Du mit Deiner Auswahl zufrieden bist, klicke auf **Mehrfachänderung starten**.



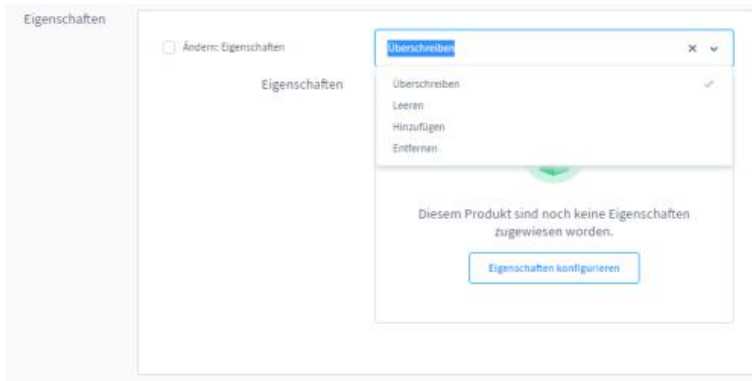
Jetzt kannst Du die **Checkbox (1)** der zu ändernden Punkte ankreuzen und die **Werte (2)** ändern. Zum Fortfahren auf **Speichern (3)** klicken.

Bitte beachte, dass nur Werte geändert werden, bei denen die Checkbox angekreuzt ist.

Es ist nicht möglich, das Coverbild per Mehrfachänderung zu setzen.

Durch die Aktualisierung des Bruttopreises wird der Nettopreis nicht verändert.

Die zu bearbeitenden Informationen sind wie in der Produktkonfiguration eines einzelnen Produktes aufgeteilt in Blöcke wie z.B. Eigenschaften, Zuweisung usw. In einigen Blöcken, in denen es sinnvoll ist, steht Dir ein zusätzliches Dropdown mit verschiedenen Optionen zur Verfügung. Diese Option entscheidet darüber, wie die Änderungen dieses Blockes behandelt werden sollen.



Überschreiben: Wählst Du diese Option, werden die vorherigen Informationen durch die jetzt getroffene Auswahl überschrieben.

Leeren: Mit dieser Option werden alle Einstellungen und Informationen dieses Blockes entfernt.

Hinzufügen: Mit dieser Option werden den Produkten nur die hier getroffenen Einstellungen hinzugefügt. Bereits bestehende Einstellungen werden dadurch nicht entfernt.

Entfernen: Mit dieser Option werden von den Produkten die hier getroffenen Einstellungen entfernt, sofern sie in den Produkten vorhanden gewesen sind.

Mehrfachänderung - Änderungen anwenden? ✕

Bist Du sicher, dass Du die Änderungen auf die 26 ausgewählten Entitäten anwenden möchtest? Die Änderungen können nicht rückgängig gemacht werden.



Wenn Du die Mehrfachänderung abbrichst oder während des Prozesses den Browser-Tab schließt, werden die Änderungen u.U. nicht vollständig umgesetzt und es kann zu irreversiblen und ungewünschten Datenzuständen kommen.

Schließen

Änderungen anwenden

In einem Pop-up wird Dir die Anzahl der zu ändernden Produkte angezeigt. Du musst dies bestätigen, indem Du auf **Änderungen anwenden** klickst.



Abhängig von der Anzahl ausgewählter Entitäten und den jeweiligen Änderungen, kann dieser Vorgang einige Zeit in Anspruch nehmen.

Bitte beachte, dass Du während des Mehrfachbearbeitungsvorgangs keine manuellen Änderungen an den Entitäten vornimmst, da dies unvorhergesehene Effekte haben kann.

⚠ Wenn Du die Mehrfachänderung abbrichst oder während des Prozesses den Browser-Tab schließt, werden die Änderungen u.U. nicht vollständig umgesetzt und es kann zu irreversiblen und ungewünschten Datenzuständen kommen.

Abbrechen

Schließen

Bitte warte, bis das System die Produktinformation aktualisiert hat.



Die Mehrfachänderung der ausgewählten Entitäten ist abgeschlossen.

Schließen

Shopware wird Dich benachrichtigen, sobald die Aufgabe erledigt ist. Jetzt kannst Du auf **Schließen** klicken, um den Vorgang zu beenden und zur Übersicht zurückzukehren.

Preise & Erweiterte Preise

Im Block **Preise** kannst Du über die Mehrfachänderung grundlegende, preis relevante Konfigurationen für gleich mehrere Produkte definieren.

Preise

Ändern: Steuersatz Steuersatz auswählen ...

Ändern: Preis

Preis (Brutto)	Preis (Netto)
99 €	83.193277310924 €
120 €	105.84033613445 €
125 €	105.04201680672 €
119 €	100 €

Ändern: Einkaufspreis

Preis (Brutto)	Preis (Netto)
120 €	105.84033613445 €

Ändern: Streichpreis

Preis (Brutto)	Preis (Netto)
125 €	105.04201680672 €

Ändern: Günstigster Preis (letzten 30 Tage)

Preis (Brutto)	Preis (Netto)
119 €	100 €

Erweiterte Preise

Ändern: Erweiterte Preise Überschreiben

[Create new Advanced Prices \(0\) →](#)

Steuersatz: Wähle hier den Steuersatz für die Produkte aus.

Preis (Brutto): Hinterlege hier den Bruttopreis inkl. der MwSt. ...

Preis (Netto): Der Nettopreis ohne Steuern wird hier eingetragen.

Streichpreis (Brutto): Über den Streichpreis kannst Du z.B. in der Storefront die UVP darstellen. Damit die Anzeige erfolgt, ist es erforderlich, dass der Streichpreis höher ist als der Preis des Produkts.

Streichpreis (Netto): Zusätzlich zum Brutto-Streichpreis kannst Du diesen auch Netto pflegen.

Einkaufspreis (Brutto): Du kannst hier Deinen Einkaufspreis für das Produkt erfassen. Dieser hat aber zunächst nur informativen Charakter. Wenn ein Einkaufspreis hinterlegt ist, kann dieser u.A. in den Auswertungen (installierbare Erweiterung) berücksichtigt werden.

Einkaufspreis (Netto): Zusätzlich kannst Du den Netto-Einkaufspreis erfassen.

Günstigster Preis (letzten 30 Tage) (Brutto): Hinterlege hier den günstigsten Preis basierend auf die letzten 30 Tage in Brutto.

Günstigster Preis (letzten 30 Tage) (Netto): Zusätzlich kannst Du den günstigsten Nettopreis basierend auf die letzten 30 Tage pflegen.

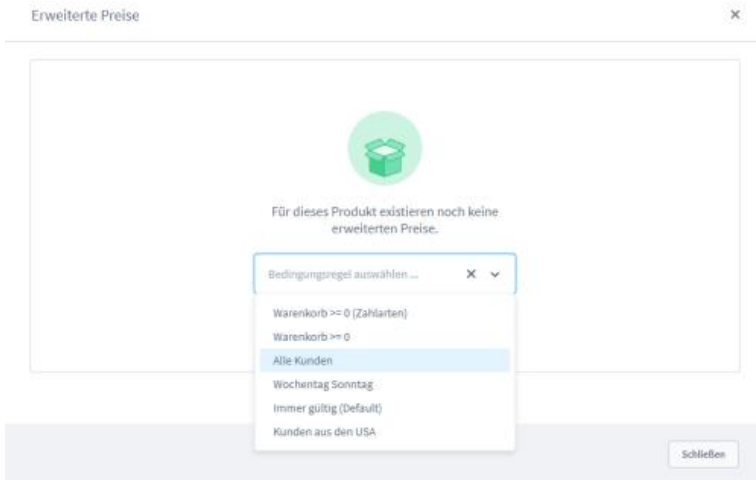
Erweiterte Preise

Ändern: Erweiterte Preise

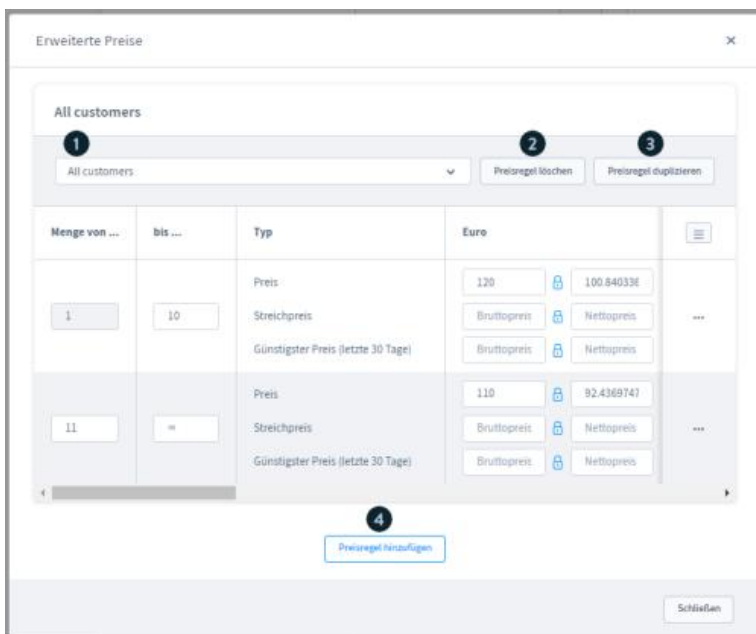
Überschreiben

- Überschreiben ✓
- Leeren
- Hinzufügen
- Entfernen

Im Block **Erweiterte Preise** hast Du die Möglichkeit Preisdetails wie z.B. Staffelpreise oder abweichende Preise anhand von bestimmten Bedingungen hinzuzufügen. Auch hier musst Du über die Optionen im Dropdown zunächst definieren, wie die Änderungen dieses Blockes behandelt werden sollen. (Überschreiben, Leeren, Hinzufügen oder Entfernen). Wenn Du anschließend auf **Neue Erweiterte Preise anlegen** klickst, öffnet sich ein Modal.



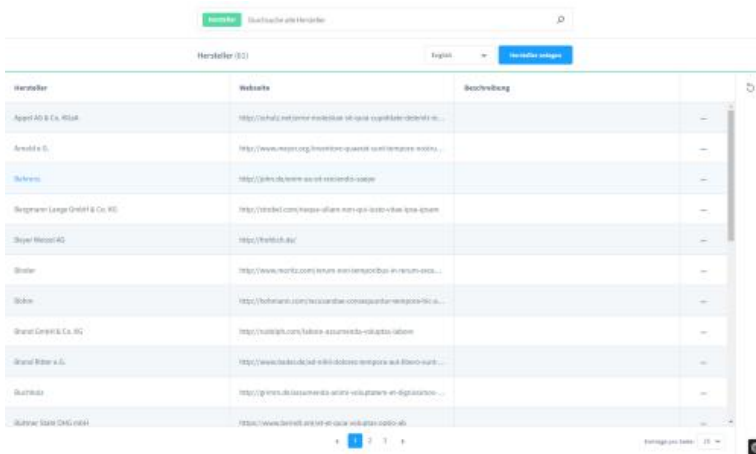
Nachdem Du dann eine Bedingungsregel ausgewählt hast, öffnet sich ein weiteres Modal.



Hier hast Du neben den Möglichkeiten Staffeln und Preise festzulegen, Streichpreise und währungsabhängige Preise (jeweils in Brutto und Netto) zu definieren, zusätzlich noch die Optionen, die zuvor ausgewählte Bedingungsregel nochmal über das **Dropdown (1)** zu verändern, **Preisregeln zu löschen (2)** oder **Preisregeln zu duplizieren (3)**. Außerdem kannst Du weitere **Preisregeln hinzufügen (4)**, um so Staffeln und Preise für weitere Bedingungsregeln anzulegen. Wenn Du alles nach Deinen Wünschen konfiguriert hast, kannst Du einfach das Modal über den **Schließen**-Button schließen und mit der Mehrfachänderung fortfahren.

Hersteller

Hier findest Du eine Übersicht über die bereits angelegten Hersteller.
In der Übersicht werden Dir die wichtigsten Informationen zu den einzelnen Herstellern direkt angezeigt.
Außerdem hast Du die Möglichkeit, die Sortierung der Tabelle (auf- und absteigend) über einen Klick auf die jeweilige Spaltenüberschrift anzupassen.



The screenshot shows a web interface for managing manufacturers. At the top, there is a search bar labeled 'Hersteller' and a button 'Hersteller anlegen'. Below the search bar, the text 'Hersteller (32)' is displayed. The main content is a table with three columns: 'Hersteller', 'Webseite', and 'Beschreibung'. The table contains several rows of manufacturer data, including 'Apoll AD & Co. KG', 'Arendt & S.', 'Bühner', 'Bergmann Lange GmbH & Co. KG', 'Bayer Material AG', 'Biller', 'Bilke', 'Branst GmbH & Co. KG', 'Branst Ritter & S.', and 'Burtolotto'. Each row has a small menu icon (three dots) on the right side. At the bottom of the table, there are navigation controls for pagination and sorting.

Hersteller	Webseite	Beschreibung
Apoll AD & Co. KG	https://www.apoll.com/unternehmen/unternehmen-ueber-uns/	
Arendt & S.	https://www.arendt.com/produkte/quantel-wahltemporale-waehle...	
Bühner	https://www.buehner.com/unternehmen/unternehmen	
Bergmann Lange GmbH & Co. KG	https://www.bl.com/produkte/waren-und-dienstleistungen/waren...	
Bayer Material AG	https://www.bayer.com/	
Biller	https://www.biller.com/unternehmen/unternehmen-ueber-uns/	
Bilke	https://www.bilke.com/unternehmen/unternehmen-ueber-uns/	
Branst GmbH & Co. KG	https://www.branst.com/unternehmen/unternehmen-ueber-uns/	
Branst Ritter & S.	https://www.branst.com/unternehmen/unternehmen-ueber-uns/	
Burtolotto	https://www.burtolotto.com/unternehmen/unternehmen-ueber-uns/	
Burtolotto GmbH	https://www.burtolotto.com/unternehmen/unternehmen-ueber-uns/	

Auf der rechten Seite findest Du in jeder Zeile über den Button "... " das Kontext-Menü für den jeweiligen Hersteller.

Dieses Menü bietet Dir weitere Einstellungsmöglichkeiten:

Bearbeiten

Öffnet die Bearbeitungsansicht für den Hersteller.

Duplizieren

Legt eine Kopie des Herstellers mit den hinterlegten Daten an.

Löschen

Hierüber kannst Du den Hersteller löschen.

Beachte hierbei jedoch, dass der Hersteller nur gelöscht werden kann, wenn dieser bei keinem Produkt hinterlegt ist.

Anlegen eines neuen Herstellers

Einen neuen Hersteller kannst Du über "Hersteller anlegen" hinzufügen.

Ein Klick auf den Button öffnet die entsprechende Maske zur Anlage.



Die einzige Pflichtangabe zur Anlage eines Herstellers ist der Name. Zusätzlich kannst Du auf die Webseite verlinken und das Firmenlogo hinterlegen. Außerdem ist es möglich, einen Beschreibungstext für die Herstellerseite hinzuzufügen, um den Kunden zusätzliche Informationen zu dem Hersteller zu bieten.

Die Beschreibung kann auch via twig Variablen in der Storefront ausgegeben werden. Weitere Informationen hierzu findest Du in [diesem Artikel](#).

Herstellersuche im Storefront

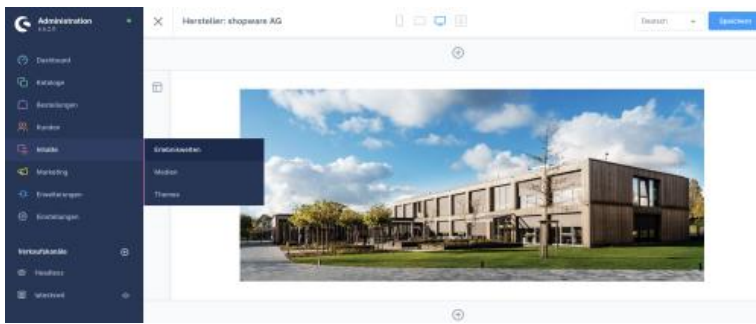
Wenn Du einen oder mehrere Hersteller im Admin erstellt und mit entsprechenden Informationen gepflegt hast, kannst Du diesen bei den Produkten, bei denen Du einen Hersteller angegeben hast, oben rechts auf der Produktdetailseite sehen. Dort ist die Bezeichnung des Herstellers zu sehen, alternativ auch das Logo, sofern Du dieses im Admin bei dem Hersteller hochgeladen hast. Ist bei dem Hersteller eine Website (Verlinkung) hinterlegt, ist der Name bzw. das Logo auf der Produktdetailseite anklickbar.



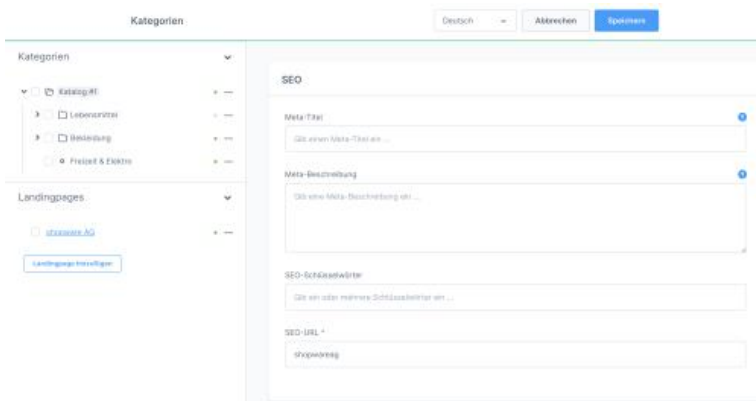
Herstellerseite anlegen

Eine Herstellerseite wie in Shopware 5 gibt es im klassischen Sinne nicht. Einen alternativen Weg, dies zu realisieren geht jedoch wie folgt.

Als erstes wird eine Landingpage in den Erlebnisswelten benötigt, diese kann beliebig angelegt werden. Weitere Informationen hierzu findest Du in [diesem Artikel](#).

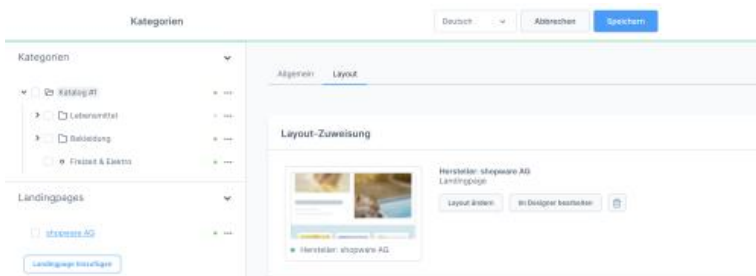


Um die angelegte Erlebniswelt nutzen zu können, wird jetzt noch eine Landingpage unter **Kataloge > Kategorien** angelegt. Weitere Informationen hierzu findest Du in [diesem Artikel](#).

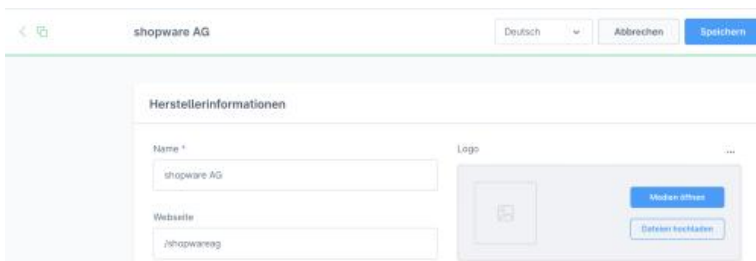


In der Landingpage müssen die entsprechenden Pflichtfelder ausgefüllt werden, gerade bei der SEO-URL ist zu beachten, dass dies die URL sein wird, unter welcher die Herstellerseite erreichbar wird. In dem Beispiel wird **shopwareag** als SEO-URL eingetragen. Vorschau: <https://www.dein-shop.de/shopwareag>

Im zweiten Reiter Layout wird dann die zuvor angelegte Erlebniswelt für den Hersteller hinterlegt.



Nachdem das Gerüst steht, muss noch beim gewünschten Hersteller unter **Kataloge > Hersteller** die zuvor definierte SEO-URL als Webseite hinterlegt werden. Wichtig ist hierbei ein Slash davor zu setzen. Beispiel: /shopwareag



Produkte anlegen

Die Maske zur Anlage eines neuen Produkts ist thematisch in verschiedene Bereiche gegliedert. Du erfährst in diesem Artikel alles dazu, wie Du ein neues Produkt anlegst und was es hier zu beachten gilt.

The screenshot shows the 'Neues Produkt' form. The title field is filled with 'Practical Granite Soap Capsize'. The manufacturer is 'Praxen AG' and the product number is 'PRACTICALGRANITESOAP'. The stock quantity is '1000000'. There is a 'Spezialform' field which is currently empty. The 'Speichern' button is visible at the bottom right.

Bitte beachte, dass einige Funktionen erst verfügbar sind, sobald Du das Produkt erstmalig gespeichert hast.

Die notwendigen Pflichtangaben zur Speicherung sind:

- Titel
- Produktnummer
- Steuersatz
- Brutto- und Nettopreis
- Lagerbestand

Ansicht nach dem Speichern

The screenshot shows the 'Practical Granite Soap Capsize' product view. The title field is filled with 'Practical Granite Soap Capsize'. The manufacturer is 'Praxen AG' and the product number is 'PRACTICALGRANITESOAP'. The stock quantity is '1000000'. There is a 'Spezialform' field which is currently empty. The 'Speichern' button is visible at the bottom right.

Nachdem das Produkt mit den benötigten Pflichtangaben gespeichert wurde, sind die weiteren Optionen **Spezifikationen (1)**, **Erweiterte Preise (2)**, **Varianten (3)**, **Layout (4)**, **SEO (5)** und **Cross Selling (6)** verfügbar und über die oberen Navigationstabs aufrufbar. Über die **Pfeil-Navigation (7)** kannst Du die Bereichsnavigation durchblättern und so nicht direkt sichtbare Bereiche erreichen, wie z.B. Bewertungen.

Allgemein

Informationen

The screenshot shows the 'Informationen' (Information) section of a product management interface. It includes a text input field for 'Titel' (Title) containing 'Practical Granite Soap Capsule'. Below this are two dropdown menus: 'Hersteller' (Manufacturer) set to 'shopware AG' and 'Produktnummer' (Product Number) set to 'f7af02d2d504e61b545c3a20f0285'. A rich text editor for 'Beschreibung' (Description) contains the Latin text 'Quia recusandae in maxime et pariatur sapiente officiis. Et amet nam qui repellat facere praesentium. Labore hanum dolore est quia repudiandae.' and a character count of '143 Zeichen'. At the bottom, there is a toggle switch for 'Produkt hervorheben' (Highlight product) which is currently turned off.

Titel

Hier kannst Du z.B. den Produktnamen eintragen. Dieser wird z.B. im Produktlisting ausgegeben und als Überschrift auf der Produktdetailseite verwendet.

Hersteller

Hier kannst Du aus der Liste einen der bereits hinterlegten Hersteller wählen.

Sollte der gewünschte Hersteller hier nicht aufgeführt sein, kannst Du diesen unter **Kataloge > Hersteller > Hersteller anlegen** hinzufügen.

Parallel dazu besteht auch die Möglichkeit, den Hersteller auch direkt bei der Anlage eines Produktes mit anzulegen. So sparst Du einen Arbeitsschritt und musst nicht zwischen verschiedenen Menüpunkten hin- und herspringen.

The screenshot shows the 'Allgemeine Informationen' (General Information) section of a product management interface. At the top, there are buttons for 'Deutsch', 'Abbrechen', and 'Speichern'. A message states: '"Testprodukt" wird in der Systemstandardsprache angezeigt. Neue Daten müssen in der Standardsprache immer gepflegt sein.' The 'Titel' (Title) field contains 'Testprodukt'. The 'Hersteller' (Manufacturer) dropdown menu is open, showing 'Test-Hersteller' and an option to 'Hersteller: "Test-Hersteller" neu erstellen'. The 'Produktnummer' (Product Number) field contains 'SW12000'. A rich text editor for the description is visible at the bottom with the text 'Gib eine Produktbeschreibung ein...'.

Produktnummer

Hier hast Du die Möglichkeit, Deinem Produkt eine individuelle Produktnummer zuzuweisen. I.d.R. geschieht dieses automatisch anhand Deiner Nummernkreise.

Beschreibung

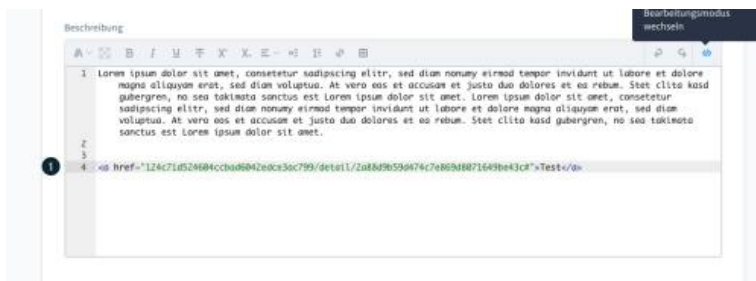
In der Beschreibung hast Du die Möglichkeit, dem Kunden einen Überblick zu dem Produkt zu bieten. Die hier hinterlegten Daten werden z.B. auf der Produktdetailseite angezeigt.

Text'." data-bbox="31 214 494 480"/>

Im Modul hast Du auch die Möglichkeit, die Beschreibung per WYSIWYG-Editor zu bearbeiten **(1)**.

Wenn Du kopierte Texte in den Editor per Copy & Paste einfügst, wird automatisch die Formatierung übernommen. Um dies zu umgehen, kannst Du mit dem Tastenkürzel **Strg + Shift + V** den kopierten Text unformatiert einfügen. Bei MacOS lautet das Tastenkürzel **Command + Shift + V**.

Du kannst eine interne SEO-URL verlinken, beispielsweise einer Kategorie oder eines Produktes.



Dies kannst Du mittels des *Magic placeholders* "**124c71d524604ccbad6042edce3ac799**" und der **UUID** des Produktes, der Kategorie, etc. **(1)**.

Die Url wird in der Storefront dann automatisch umgewandelt.

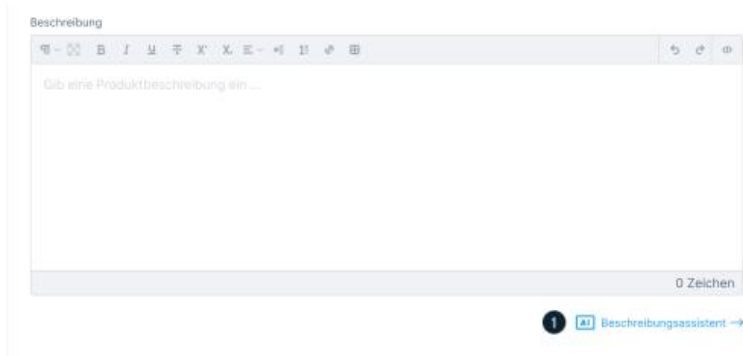
Produkt hervorheben

Hierüber kann das Produkt z.B. im Listing mit einem Badge versehen werden, sodass es für die Kunden auffälliger dargestellt wird.

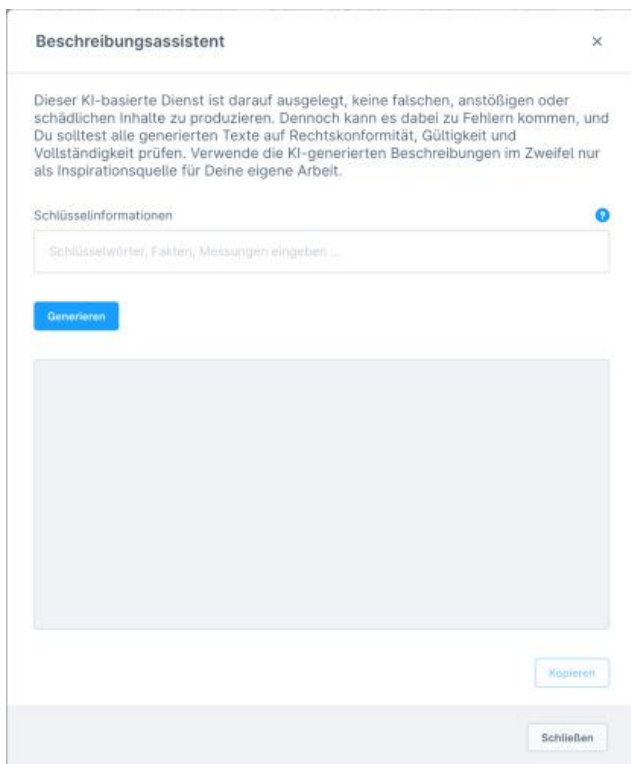
AI-gestützter Beschreibungsassistent

Mit dem Beschreibungsassistenten kannst Du mithilfe einer Künstlichen Intelligenz einen Text-Vorschlag für die Produktbeschreibung erstellen.

Dieses Feature steht Dir ab einem gebuchten [Rise-Plan](#) zur Verfügung.



Du findest den Beschreibungsassistenten unterhalb der Produktbeschreibung **(1)**. Per Klick gelangst Du in den Beschreibungsassistenten.



Im Assistenten findest Du zuerst wichtige Informationen zur Rechtskonformität, Gültigkeit und Vollständigkeit.

Um einen Text generieren zu lassen, muss die KI zunächst mit Daten gefüttert werden.

Schlüsselinformationen ?

Sofa Leder gemütlich Design Inneneinrichtung 1

Generieren 2

Unser Sofa aus Leder ist ein einzigartiges Design, das Ihre Inneneinrichtung aufwertet. Es ist gemütlich und einladend, sodass Sie sich wohlfühlen und entspannen können. Dank seines modernen Designs passt es perfekt in jedes Zuhause. 3

4 Kopieren

Hinterlege dazu **Schlüsselinformationen (1)** auf Basis derer die KI einen Text generiert. Du kannst dort Schlüsselwörter, wie zum Beispiel spezielle Eigenschaften, die zum Produkt passen, als Begriff eingeben. Die Begriffe werden durch ein Komma oder Leerzeichen getrennt. Sobald Du die gewünschten Schlüsselinformationen hinterlegt hast, kannst Du auf **Generieren (1)** klicken. Die KI generiert nun einen formulierten Text, der Deine Schlüsselinformationen enthält **(3)**. Den fertigen Text-Vorschlag kannst Du anschließend zur Weiterverwendung **kopieren (4)**.

Sei Dir bewusst, dass das KI-Feature ein Assistent ist. Der generierte Text dient lediglich als Vorschlag und erhebt keinen Anspruch auf eine fehlerfreie und hundertprozentige (rechtliche) Vollständigkeit. Du solltest alle generierten Texte auf Rechtskonformität, Gültigkeit und Vollständigkeit prüfen.

Preise

Preise

Steuersatz* ?

Stark ermäßigter Satz

Preis (Brutto)* € 550.45 €

Preis (Netto)* € 550.45 €

Einkaufspreis (brutto) € 337.66 €

Einkaufspreis (netto) € 337.66 €

Streichpreis (Brutto) + € Bruttopreis eingeben €

Streichpreis (Netto) € Nettopreis eingeben ... €

Günstigster Preis (letzten 30 Tage, Brutto) ? € Bruttopreis eingeben €

Günstigster Preis (letzten 30 Tage, Netto) € Nettopreis eingeben ... €

[Erweiterte Preisansicht →](#)

[Währungsabhängige Preise →](#)

Hier hast Du die Möglichkeit, grundlegende Preise zu definieren. Weitere Preisdetails wie z.B. Staffelpreise oder abweichende Preise anhand von bestimmten Bedingungen

kannst Du unter [Erweiterte Preise](#) hinzufügen.

Steuersatz

Wenn Du Produkte neu anlegst, wird hier als Vorauswahl automatisch der **Standard-Steuersatz** hinterlegt. Passe den anzuwendenden Steuersatz an. Jeweils ein Standard-Steuersatz und bis zu zwei ermäßigte Steuersätze sind für die meisten Länder vordefiniert. Du kannst die genauen Steuersätze in den [Einstellungen](#) einsehen. Dort kannst Du auch die vorausgefüllten Steuersätze für dieses Eingabefeld oder generell Steuersätze anpassen, zusätzliche anlegen und Länder zuweisen.

In den [Kundengruppen](#) kann festgelegt werden ob eine Berechnung des Preises entweder in Brutto oder Netto erfolgt. Bei gewerblichen oder internationalen Kunden wird der Preis in der Regel in Netto berechnet und die Steuer nachträglich in der Bestellung hinzu gerechnet.

Preis (Brutto)

Hinterlege hier den Bruttopreis inkl. der MwSt..

Preis (Netto)

Der Nettopreis ohne Steuern wird hier eingetragen.

Einkaufspreis (Brutto)

Wenn der Einkaufspreis hinterlegt ist, kann dies u.A. in den Auswertungen berücksichtigt werden.

Einkaufspreis (Netto)

Zusätzlich kannst Du den Netto-Einkaufspreis erfassen.

Streichpreis (Brutto)

Über den Streichpreis kannst Du z.B. in der Storefront die UVP darstellen.

Damit die Anzeige erfolgt, ist es erforderlich, dass der Streichpreis höher ist als der Preis des Produkts.

Streichpreis (Netto)

Zusätzlich zum Brutto-Streichpreis kannst Du diesen auch Netto pflegen.

Die Brutto und Netto-Preise können über das Schloss-Symbol miteinander verknüpft werden.

Dies führt bei Aktivierung dazu, dass bei der Änderung eines der beiden Preise der andere Preis automatisch anhand des hinterlegten Steuersatzes berechnet wird.

Günstigster Preis (letzten 30 Tage, Brutto)

Dieses Feld musst Du ausfüllen, wenn Du in der EU mit Preisermäßigungen in Deinem Shop werben möchtest. Solche Angaben sollen von Kunden in der EU überprüft werden können. Bei Preisermäßigungen muss deshalb neben der Preisermäßigung auf den aktuellen Preis auch der niedrigste Preis der Ware in den letzten 30 Tagen vor der Preisermäßigung angegeben werden. Das ist so in Art. 6 a der Richtlinie 98/6/EG vorgeschrieben.

Günstigster Preis (letzten 30 Tage, Netto)

Zusätzlich kannst Du den günstigsten Nettopreis erfassen.

Währungsabhängige Preise

Währungen pflegen								
	Preise (Brutto / Netto)		Streichpreise (Brutto / Netto)		Günstigster Preis (letzte 30 Tage, Brutto / Netto)			
Euro	550,45	462,969252100	Bruttopreis eing.	Nettopreis eing.	Bruttopreis eing.	Nettopreis eing.	Bruttopreis eing.	Nettopreis eing.
☺ Dänische Krone	4111,8615	3455,345798319	Bruttopreis eing.	Nettopreis eing.	Bruttopreis eing.	Nettopreis eing.	Bruttopreis eing.	Nettopreis eing.
☺ Norwegische Krone	54,4040000000	45,79373040079	Bruttopreis eing.	Nettopreis eing.	Bruttopreis eing.	Nettopreis eing.	Bruttopreis eing.	Nettopreis eing.
☺ Pfund	490,7947000000	411,4073163865	Bruttopreis eing.	Nettopreis eing.	Bruttopreis eing.	Nettopreis eing.	Bruttopreis eing.	Nettopreis eing.
☺ Schwedische Krone	5785,2295	4861,537394957	Bruttopreis eing.	Nettopreis eing.	Bruttopreis eing.	Nettopreis eing.	Bruttopreis eing.	Nettopreis eing.
☺ Schweizer Franken	809,4950000000	506,8193277210	Bruttopreis eing.	Nettopreis eing.	Bruttopreis eing.	Nettopreis eing.	Bruttopreis eing.	Nettopreis eing.
☺ Tschechische Krone	1470,28070000	12366,62247899	Bruttopreis eing.	Nettopreis eing.	Bruttopreis eing.	Nettopreis eing.	Bruttopreis eing.	Nettopreis eing.
☺ US-Dollar	644,494325	541,9519180672	Bruttopreis eing.	Nettopreis eing.	Bruttopreis eing.	Nettopreis eing.	Bruttopreis eing.	Nettopreis eing.
☺ Zloty	2383,4485000000	2002,857895159	Bruttopreis eing.	Nettopreis eing.	Bruttopreis eing.	Nettopreis eing.	Bruttopreis eing.	Nettopreis eing.

Über die währungsabhängigen Preise hast Du die Möglichkeit, für die einzelnen Währungen eigene Preise zu hinterlegen. Im Standard sind die Preise für die Währung an den Standardpreis gebunden und werden über den hinterlegten Faktor automatisch umgerechnet. Wenn Du eigene Preise für die Währungen pflegen möchtest, kannst Du die Verknüpfung lösen, indem Du bei der jeweiligen Währung auf das Ketten-Symbol klickst. Anschließend kannst Du die Felder für Preis, Streichpreis und den günstigsten Preis der letzten 30 Tage ausfüllen.

Lieferbarkeit

Lieferbarkeit			
Lagerbestand *	Verfügbarer Bestand	<input type="checkbox"/> Abverkauf ?	
<input type="text" value="-49"/>	<input type="text" value="-23"/>		
Lieferzeit	Wiederauffüllzeit in Tagen	<input type="checkbox"/> Versandkostenfrei	
<input type="text" value="Gib die Lieferzeit an ..."/>	<input type="text" value="Wiederauffüllintervall ..."/>		
Mindestabnahme	Staffelung	Maximalabnahme	
<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="Maximalabnahme ..."/>	

Lagerbestand

Der Lagerbestand wird bei Veränderungen in Echtzeit angepasst. Geht zum Beispiel eine Bestellung ein, verringert sich der Wert.

Verfügbarer Bestand

Das Feld spiegelt den aktuellen Lagerbestand, somit sind beide Werte immer gleich.

Vor Shopware 6.6.0.0 kam eine andere Bestandsverwaltung zum Einsatz. Wenn Du eine ältere Version nutzt, wähle oben rechts Deine Version aus, damit Du den passenden Artikel bekommst.

Sobald ein Kunde ein Produkt in den Warenkorb legen möchte, bei dem die Option **Abverkauf** aktiviert ist, überprüft Shopware den **Lagerbestand**.

Mit dem Eingang der Bestellung wird der Lagerbestand reduziert. Änderst Du den Status der Bestellung auf **Abgeschlossen**, erhöht sich der Anzahl der **Verkäufe**. Die entsprechende Spalte findest Du in der Produkt- bzw. Variantenübersicht.

Diese Bestandsbewegungen lassen sich auf Wunsch auch deaktivieren: [Lagerbewegung deaktivieren](#)

Abverkauf

Wird ein Artikel von Dir hier als Abverkauf markiert, so kann dieser nicht über den verfügbaren Bestand hinaus verkauft werden.

Lieferzeit

In der Lieferzeit gibst Du an, wie lange es in etwa dauert, bis der bestellte Artikel beim Kunden ist. Ist eine Lieferzeit im Produkt definiert, so überschreibt diese die Lieferzeit einer Versandart.

Wiederauffüllzeit in Tagen

Die Auffüllzeit in Tagen gibt an, wie lange es in etwa dauert, bis ein ausverkaufter Artikel wieder auf Lager ist. Bei nicht lagernden Artikeln wird diese Zeit ergänzend zur Lieferzeit angezeigt.

Versandkostenfrei

Hier gibst Du an, ob für dieses Produkt Versandkosten berechnet werden sollen. Dies bedeutet, dass dieses Produkt für sich genommen versandkostenfrei ist und keinen Einfluss auf etwaige folgende Versandkostenberechnungen hat.

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.

Staffelung

Gib hier an, in welchen Staffellungen der Artikel angeboten werden soll.

Eine Staffelung von 2 bedeutet z.B., dass Deine Kunden 2, 4, 6 Produkte usw. erwerben können, aber nicht 1, 3 oder 5.

Maximalabnahme

Hier kannst Du für ein Produkt eine Maximalabnahme angeben. Pro Bestellung kann dann nicht mehr in den Warenkorb gelegt werden, als hier angegeben ist.

Lager und Lagerhausgruppen

Diese Funktion ist ab der Version 6.4.19.0 zusammen mit dem Beyond Plan verfügbar.

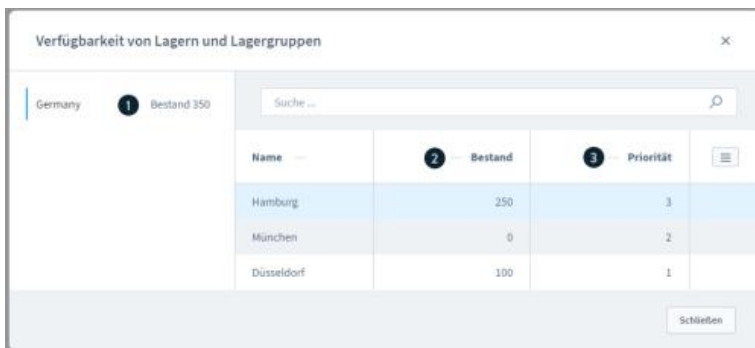
Sind in den Einstellungen [Lagerhäuser](#) definiert, können diese über ein Dropdown-Menü ausgewählt werden.

The screenshot shows a form titled "Lagerbestand & Lieferbarkeit". It features a dropdown menu labeled "Lagerhaus-Gruppen" with a blue information icon and a plus sign. Below the dropdown is a text input field with the placeholder "Wähle Lagerhaus-Gruppen aus". Underneath, there are two input fields: "Lagerbestand" with the value "500" and "Verfügbare Bestand" with the value "500". To the right of these fields is a toggle switch labeled "Abverkauf" which is currently turned on, accompanied by a blue information icon.

Sobald eine **Lagerhausgruppe(1)** ausgewählt ist und das Produkt gespeichert wurde, werden die bisherigen Felder zu den Beständen ausgeblendet und es erscheint ein **Link für die Deteilerfassung der Lagerbestände(2)**.



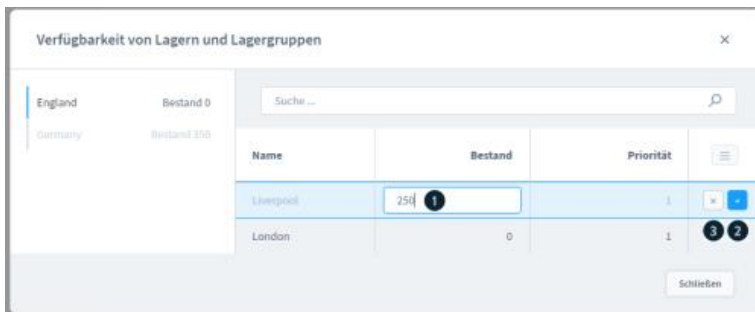
Wenn du auf den Link klickst gelangst du in eine Detailmaske, welche Dir die Möglichkeit gibt, die Lagerbestände nach Lager zu erfassen.



In der linken Spalte werden die **Lagerhausgruppen(1)** und der Gesamtbestand der Lagerhausgruppe ausgegeben.

Die Spalte **Priorität(3)** gibt die Priorisierung der Lager innerhalb der Lagerhausgruppe wieder. Je höher der Wert, desto eher werden die Bestände des Lagers bei Bestellungen reduziert.

In der Spalte **Bestand(2)** können die Lagerbestände des Produktes im jeweiligen Lager erfasst werden. Um einen Wert einzugeben klicke doppelt in das Feld.



Gebe den **Lagerbestand(1)** ein, und speichere diesen über den **Haken-Button(2)**. Um die Eingabe abzubrechen, klicke auf den **X-Button(3)**.

Zuweisung

Zuweisung

Sichtbarkeit
 Füge Verkaufskanäle hinzu, die dieses Produkt anzeigen. Über den unten stehenden Link kannst Du die Sichtbarkeit des Produktes in Deinen Storefront-Verkaufskanälen weiter beeinflussen.

Sichtbarkeit

Aktiv [Sichtbarkeit für ausgewählte Verkaufskanäle einstellen →](#)

Kategorien und Tags
 Füge Kategorien hinzu, damit das Produkt in der Hauptnavigation der Storefront oder von API-Verbindungen gefunden werden kann. Kategorien, die Du hinzufügen möchtest sollten verfügbar und im jeweiligen Verkaufskanal aktiv sein, damit Du sie hier auswählen kannst.

Tags helfen Dir dabei Produkte schneller zu finden. Mit ihnen ist es einfach, Produkte zu gruppieren und sie können mit dem Rule Builder verwendet werden, um Aufgaben zu automatisieren.

Kategorie
 Wähle Kategorie zu

Tags

Such-Schlagwörter

Sichtbarkeit

Hier weist Du das Produkt den gewünschten Verkaufskanälen zu. Dadurch kannst Du bestimmen, wo die Produkte verfügbar sind.

Aktiv

Hierüber kannst Du definieren, ob das Produkt in der Storefront angezeigt wird und gekauft werden kann.

Kategorien

Wähle hier aus, welchen Kategorien das Produkt zugewiesen wird.

In der Storefront kann das Produkt dann z.B. über den Kategoriebaum in den entsprechenden Kategorien gefunden werden.

Erweiterte Sichtbarkeit konfigurieren

In der Erweiterten Sichtbarkeit kannst Du konfigurieren, wann genau dieses Produkt in Deiner Storefront zu sehen sein soll. Wählst Du hier **Sichtbar**, ist das Produkt sowohl über die Suche als auch im Produktlisting zu sehen. Mit **In Produktlisten ausblenden** wird das Produkt im Produktlisting ausgeblendet. Man kann das Produkt aber noch über die Suche finden. Aktivierst Du **In Produktlisten und der Suche ausblenden**, wird das Produkt sowohl in der Produktliste als auch in der Suche nicht mehr angezeigt. Das Produkt ist dann nur noch über die exakte URL des Produktes zu erreichen.

Sichtbarkeit je Verkaufskanal festlegen ×

Mit der Option "In Produktlisten ausblenden" wird das Produkt von Übersichtslisten, sowie Produkt-Slidern und Cross Sellings ausgeblendet. Mit der Option "In Produktlisten und der Suche ausblenden" wird das Produkt auch über die Suche nicht mehr angezeigt. Ausgeblendete Produkte können immer noch über die URL erreicht werden.

	Sichtbar	In Produktlisten ausblenden	In Produktlisten und der Suche ausblenden
My sales channel	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[Übernehmen](#)

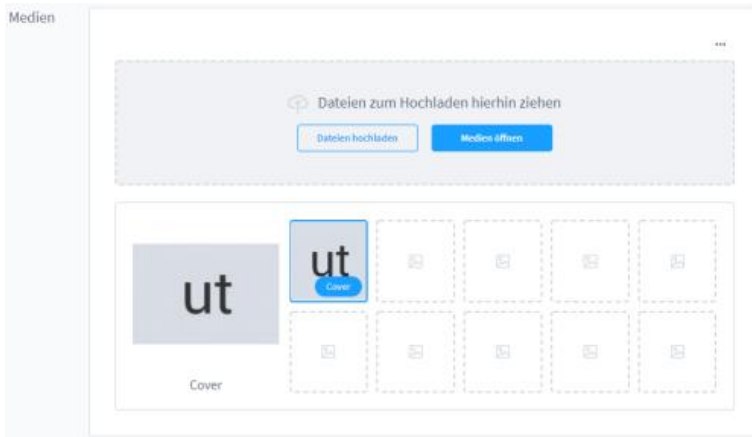
Tags

Die Tags ermöglichen es Dir, Schlagworte für Dein Produkt zu hinterlegen. Diese Schlagworte können dann z.B. innerhalb der Regeln genutzt werden. Wenn Du in das Feld klickst, werden Dir die bereits bei anderen Produkten, aber auch bei Medien oder Kunden hinterlegten Schlagworte angezeigt. Um ein neues Wort hinzuzufügen, kannst Du dieses einfach in das Feld schreiben und mit Enter bestätigen.

Such Schlagwörter

Wörter, die Du hier einträgst, werden zum Suchindex des Produktes hinzugefügt. Das Produkt kann also auch über diese Wörter gefunden werden. Bestätige jedes eingetragene Wort mit der Enter Taste.

Medien



Im Abschnitt Medien weist Du dem Produkt die gewünschten Medien wie z.B. Produktfotos zu. Außerdem kannst Du definieren, welches Bild als Vorschaubild z.B. für das Produktlisting verwendet werden soll, das Vorschaubild wird mit dem Tag **Cover** angezeigt. Darüber hinaus hast Du die Möglichkeit neue Dateien von Deinem Computer oder aus dem Internet (über das "..."-Menü) hinzuzufügen.

Um eine gute Performance sicher zu stellen solltest Du hier nicht zu große Bilder verwenden. Im Standard Responsive Theme empfehlen wir für eine optimale Darstellung **quadratische** Produktbilder mit einer Auflösung von **600x600** zu verwenden. Generell sind aber auch andere Auflösungen möglich. Solltest Du Wert darauf legen, das bei den hochgeladen Bildern auch herangezogen wird, empfehlen wir Dir eine entsprechend höhere Auflösung. Als Beispiel kannst Du die Auflösung **1920x1920** verwenden. Beachte aber, dass sich bei einer höheren Auflösung auch die Ladezeiten erhöhen können.

3D Modelle

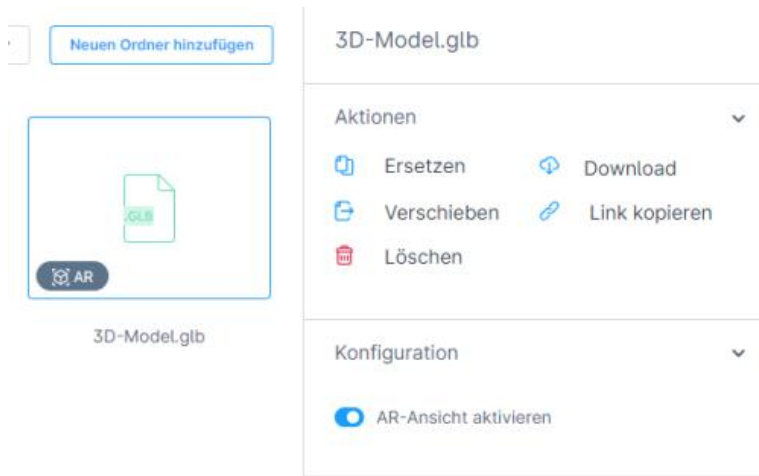
Dort kannst Du ebenfalls 3D Modelle hochladen. Die Funktionen sind hierbei dieselben wie bei herkömmlichen Medien, allerdings kann ein 3D Modell nicht als Cover für ein Produkt oder innerhalb der Erlebniswelten genutzt werden. Für die 3D Modelle wurde die Threejs Bibliothek genutzt.

Es werden nur Medien mit dem Format 'glb' für 3D Modelle unterstützt.

Das 3D Modell wird hiernach in der Storefront wie bei herkömmlichen Medien als 3D Produktbild ausgegeben. Unter Inhalte und dann Medien kannst Du bei Klick auf die 3D Datei die AR-Ansicht über den gleichnamigen Schalter unter dem Punkt Konfiguration aktivieren. Die Größe des Produkts in AR muss vorher festgelegt

werden, da die Größe des Produktes nicht in Shopware normalisiert ist. Dies könnte andernfalls zu einem schlechten AR Erlebnis führen.

3D-Dateien werden derzeit nicht automatisch für das Rendering der Storefront optimiert und werden dort in Originalqualität und -größe angezeigt. Wir empfehlen, bereits optimierte 3D-Dateien hochzuladen, um Leistungseinbußen zu vermeiden.



Danach lässt sich über ein Klick auf das 3D-Symbol unten rechts am Produktbild ein QR Code öffnen, um die Augmented Reality Ansicht auf einem Mobilgerät zu öffnen.



Das "Augmented Reality"-Erlebnis wird auf den folgenden Geräten unterstützt: iOS11+, Android 8.0+ mit ARCore 1.9 Unterstützung.

Die Funktion ist mit den neuesten Versionen der meisten gängigen Browser kompatibel, aber die Leistung oder Kompatibilität kann bei älteren Versionen beeinträchtigt sein.

Auszeichnung



The screenshot shows a form titled 'Auszeichnung' with three input fields: 'Erscheinungsdatum' (with a date picker icon), 'EAN' (with a placeholder 'Gib die EAN Nummer ein ...'), and 'Herstellernummer' (with a placeholder 'Gib die Herstellernummer ein ...').

Erscheinungsdatum

Über das Erscheinungsdatum kannst Du definieren, ab wann ein Produkt im Shop zu kaufen ist. Ist die hinterlegte Zeit noch nicht erreicht, wird eine entsprechende Information auf der Produktdetailseite ausgegeben, um die Kunden zu informieren, ab wann das Produkt verfügbar ist.

Dieses Datum dient nur als Hinweis für den Kunden, ab wann das Produkt verfügbar ist. Gekauft werden kann das Produkt dennoch weiterhin.

EAN

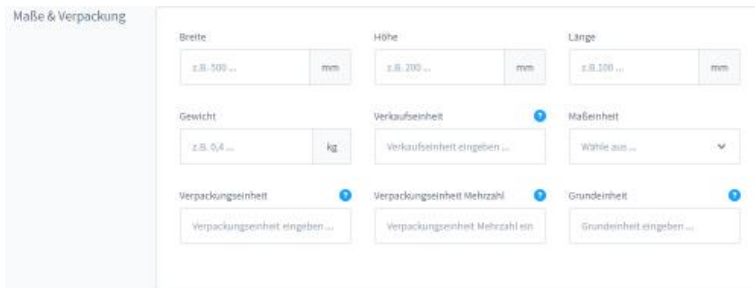
Hinterlege hier die EAN des Produkts.

Herstellernummer

Eine herstellerspezifische Nummer kann hier eingetragen werden. Die Herstellernummer wird dem Kunden im Shop nicht angezeigt.

Spezifikationen

Maße & Verpackung



The screenshot shows a form titled 'Maße & Verpackung' with several input fields: 'Breite' (with a placeholder 'z.B. 500 ...' and unit 'mm'), 'Höhe' (with a placeholder 'z.B. 200 ...' and unit 'mm'), 'Länge' (with a placeholder 'z.B. 100 ...' and unit 'mm'), 'Gewicht' (with a placeholder 'z.B. 0,4 ...' and unit 'kg'), 'Verkaufseinheit' (with a placeholder 'Verkaufseinheit eingeben ...'), 'Maßeinheit' (with a dropdown menu 'Wähle aus ...'), 'Verpackungseinheit' (with a placeholder 'Verpackungseinheit eingeben ...'), 'Verpackungseinheit Mehrzahl' (with a placeholder 'Verpackungseinheit Mehrzahl ein'), and 'Grundeinheit' (with a placeholder 'Grundeinheit eingeben ...').

Breite/Höhe/Länge und Gewicht

Hier kannst Du die Maße und das Gewicht des Produkts hinterlegen.

Die Angaben können zum einen auf der Produktdetailseite ausgegeben werden, zum anderen können sie auch für die Berechnung der Versandkosten verwendet werden.

Verkaufseinheit

Die Verkaufseinheit ist die Mengenangabe für das Produkt, z.B. 700 ml oder 500 gr.

Maßeinheit

Wähle hier die Einheit des Produktes. Dies kann beispielsweise Stück oder Flasche sein. Die verfügbaren

Einheiten kannst Du in der Administration unter **Einstellungen > Shop > Einheiten** hinterlegen.

Verpackungseinheit

Die Verpackungseinheit gibt an, wie das Produkt ausgeliefert wird, z.B. in einem Karton oder in einer Flasche. Diese Angabe erscheint im Mengen-Auswahlfeld des Produkts.

Verpackungseinheit Mehrzahl

Sollte der Plural der Verpackungseinheit vom Singular abweichen, kannst Du diese Eingabe hier zusätzlich vornehmen. Bei der Verpackungseinheit "Flasche" z.B. Flaschen. Diese Angabe wird dann im Mengen-Auswahlfeld bei der Menge >1 angezeigt.

Grundeinheit

Über die Grundeinheit definierst Du die Referenzangabe. Um eine bessere Vergleichbarkeit der Preise zu erreichen, ist die Angabe der Grundeinheit mit 1 Kilogramm oder 1 Liter verpflichtend.

Für die Berechnung des Grundpreises eines Produkts sind die Angaben Verkaufseinheit, Maßeinheit und Grundeinheit erforderlich. Beachte hierbei bitte, dass eine gesonderte Ausgabe des Grundpreises nur erfolgt, wenn die Grundeinheit von der Verkaufseinheit abweicht.

Die Grundpreisberechnung in Shopware 6 ist auf einfache Art und Weise gelöst:

Die Grundeinheiten sind unter **Einstellungen > Shop > Maßeinheiten** mit einem Liter und einem Kilogramm vordefiniert. Verkaufe ich ein Produkt mit einem Viertelliter Inhalt, gebe ich im Produkt die **Maßeinheit** "Liter", die **Grundeinheit** "1" und die **Verkaufseinheit** mit 0,25 Liter an. Damit sind alle Informationen für die Grundpreisberechnung gegeben.

Dasselbe gilt, wenn Du ein Produkt mit einem Packungsinhalt von 100 g verkaufen möchtest. Die Grundeinheit ist 1 Kilogramm, also gibst Du im Produkt die Maßeinheit "Kilogramm" ein. Der Grundpreis bezieht sich auf ein Kilogramm, also ist die Grundeinheit "1" und die Verkaufseinheit "0,1".

Eigenschaften

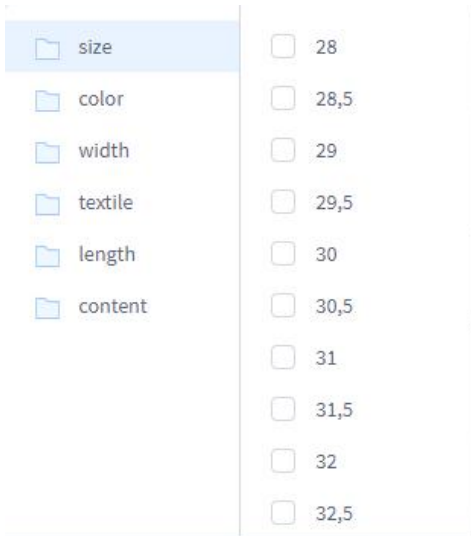
Eigenschaft	Ausprägungen
size	31 37,5 42
color	darkkhaki lightsteelblue steelblue
width	13 mm 17 mm 2 mm
textile	cotton leather silk
length	1 mm 18 mm 21 mm
content	16 ml 17 ml 7 ml

Über die Eigenschaften kannst Du dem Produkt filterbare Informationen zuweisen wie z.B. Größe oder Farbe.

Diese Daten können dann u.A. im Produktlisting dazu verwendet werden die Auswahl einzuschränken und dem Kunden so eine bessere Übersicht zu bieten.

In der Eigenschaftenübersicht des Produkts kannst Du aus den unter **Kataloge > Eigenschaften** angelegten Eigenschaftengruppen die gewünschten Einträge auswählen und dem Produkt zuweisen. Aus den einzelnen Gruppen können dem Produkt auch mehrere Einträge hinzugefügt werden. [Hier](#) findest Du weitere Informationen zu den Eigenschaften.

Um dem Produkt initial Eigenschaften zuzuweisen, klicke zunächst in die Leiste **Ausprägungen durchsuchen**, hierdurch öffnet sich ein Menü mit den vorhandenen Datensätzen.



In diesem Menü werden Dir auf der linken Seite alle vorhandenen Eigenschaften angezeigt, mit einem Klick auf eine der Eigenschaften werden dann auf der rechten Seite die zugehörigen Optionen eingeblendet, die Du mit einem Klick in die jeweilige Checkbox der Optionen dem Produkt zuweisen kannst.

Alternativ kannst Du in der Suchleiste nach der gewünschten Eigenschaft bzw. Option suchen und dann über die Checkbox aktivieren.

Das folgende Feature steht allen Kunden mit einem **kommerziellen Plan** zur Verfügung. Bitte beachte, dass die Einstellungen erst sichtbar sind, nachdem Du das Produkt angelegt hast.

Um Zeit zu sparen und ggf. Inspiration zu bekommen, kannst Du mittels **AI Copilot** Eigenschaften anhand einer Produktbeschreibung konfigurieren. Hier kannst Du Deine bereits vorhandene Produktbeschreibung nutzen oder einen ganz neuen Text vorgeben.

Über die Suchfunktion des **AI Copilot** lassen sich einzelne Werte suchen, sollte ein großer Text vorgegeben werden und die KI viele verschiedene Eigenschaften generieren.

Mit einem Doppelklick auf die **Eigenschaft** kann der Name dieser geändert werden. Mit Hovern über den **Eigenschaftswerten** kann man einzelne Vorschläge entfernen und über die drei Punkte neben den Eigenschaften können ganze Zeilen entfernt werden.

Mit einem Klick auf **Speichern** übernimmst Du die gewählten Vorschläge für Dein Produkt.

Verwenden Sie die vorhandene Produktbeschreibung, oder fügen Sie Ihren eigenen Text hinzu, um automatisch Vorschläge für Eigenschaften und Eigenschaftswerte zu generieren.

Produktbeschreibung

Die gelbe Jeans ist ein absoluter Hingucker! Mit ihrer leuchtenden Farbe bringt sie frischen Wind in Ihre Garderobe. Die hochwertige Verarbeitung und der bequeme Denim sorgen für einen angenehmen Tragekomfort. Egal ob lässig mit einem T-Shirt oder schick mit einer Bluse kombiniert, diese Jeans ist vielseitig einsetzbar. Bringen Sie Farbe in Ihr Outfit und ziehen Sie alle Blicke auf sich mit dieser trendigen gelben Jeans!

424/4000

Neue Vorschläge generieren

Produktbeschreibung wiederherstellen

Werte suchen...



Eigenschaft	Eigenschaftswert	
Color Neu	Yellow Neu	...
Features Neu	High Quality Neu Comfortable Neu	...
Material	Denim Neu	...
Style Neu	Casual Neu Formal Neu	...

Abbrechen Speichern

Wesentliche Merkmale

Wesentliche Merkmale

Wesentliche Merkmale

Wesentliche Merkmale helfen Dir relevante Merkmale Deiner Produkte festzulegen. Diese Merkmale werden deutlich im Warenkorb und Checkout dargestellt.

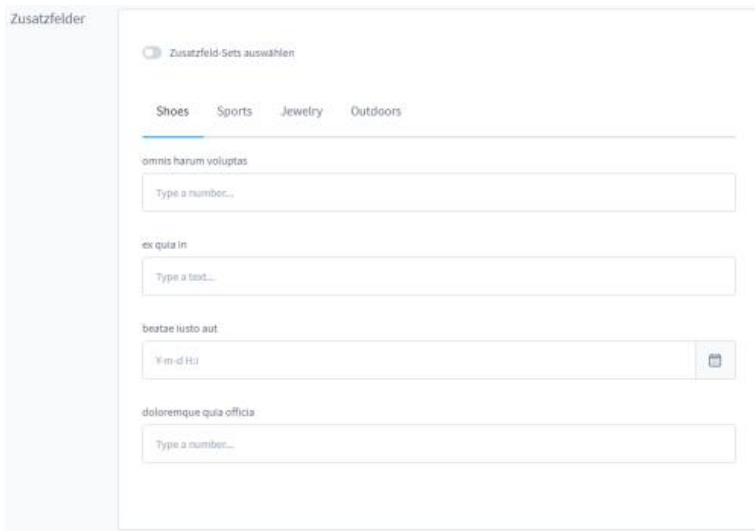
Lege zuerst Vorlagen für **Wesentliche Merkmale** an und weise sie dann dem Produkt mittels des Auswahlfeldes unten hinzu.

Vorlagen

Standard

Unter dem Punkt **Wesentliche Merkmale** kannst Du eine von Dir zuvor erstellte Vorlage auswählen, welche relevante Merkmale des Produkts im Warenkorb und Checkout darstellt. [Wesentliche Merkmale](#) können Eigenschaften, Zusatzfelder, Produkt-Informationen oder der Grundpreis sein.

Zusatzfelder



Im Bereich Zusatzfelder werden Dir die für Produkte zugewiesene Zusatzfelder-Sets angezeigt.

Bitte beachte, dass dieser Bereich nur angezeigt wird, wenn mindestens ein Zusatzfeld-Set für Produkte zugewiesen ist.

Die Zusatzfelder bieten Dir die Möglichkeit, verschiedene zusätzliche Datensätze anzulegen, z.B. eine einfache Checkbox, aber auch die Möglichkeit ein Bild zu hinterlegen oder eine Farbe auszuwählen. Diese Daten können dann z.B. per Variable im Template eingebunden werden.

Weitere Informationen hierzu findest Du im Artikel [Zusatzfelder](#).

Erweiterte Preise

Menge von...	bis ...	Typ	Euros	Czech koruna	Danish krona
1	10	Preis Streichpreis Günstigster Preis (letzts 30 Tage)	1295.50 11.700940	27320.09 113.8037	10417.21 81.10
11	=	Preis Streichpreis Günstigster Preis (letzts 30 Tage)	3080.01 8.91467284	28342.25 238.1201	7924.688 64.32

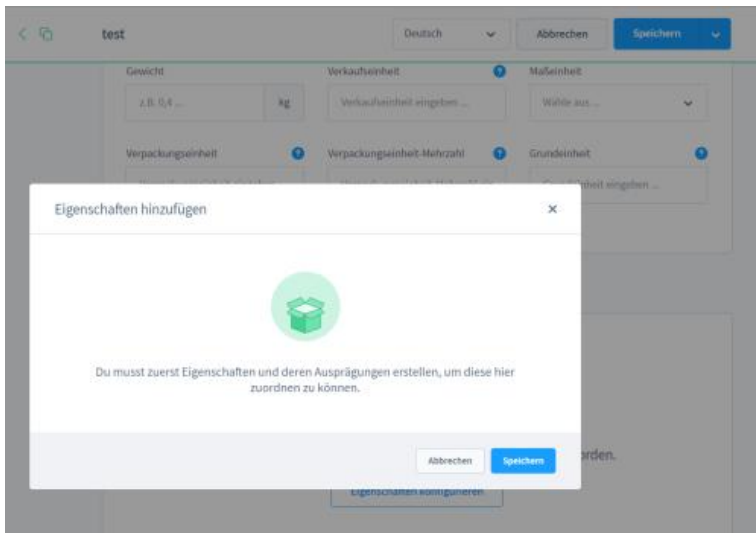
Im Tab **Erweiterte Preise** hast Du die Möglichkeit, anhand von [Rule Builder Regeln](#) abweichende Preise zu definieren. Du kannst sowohl den Verkaufspreis als auch den Streichpreis und den günstigsten Preis der letzten 30 Tage in Brutto und Netto pflegen, sowie Staffelpreise definieren.

Staffelpreise lassen sich hierbei über eine individuelle Vergabe von Mengen und Preisen darstellen.

Always valid (Default)									
Always valid (Default)									
Menge von ...	Ma ...	Typ	Start	Dänische Krone			Norwegische Krone		
1	30	Preis	1295,86	11.750846	1947,22	8742972	139.2511	1.19	
		Stückpreis							
		Günstigster Preis (letzte 30 Tage)							
11	30	Preis	2061,47	6.71497204	7124,88	86.35420	105.6261	0,82	
		Stückpreis							
		Günstigster Preis (letzte 30 Tage)							
22	30	Preis	850,02	723,462284	8431,872	5484,262	85,13188	11,6	
		Stückpreis							
		Günstigster Preis (letzte 30 Tage)							
31	=	Preis	934,79	546,448718	4861,102	4084,980	84,43411	34,1	
		Stückpreis							
		Günstigster Preis (letzte 30 Tage)							

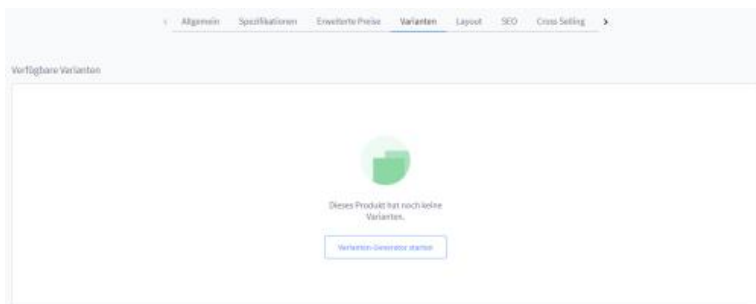
Varianten

Als Grundlage für die Erstellung der Varianten dienen die Eigenschaften. Hierbei ist zu beachten, dass dies nicht die gleichen Eigenschaften sein müssen wie die, die dem Produkt für die Filter zugewiesen sind. Wenn Du noch keine Eigenschaften angelegt hast, bekommst Du in einem neuen Fenster einen entsprechenden Hinweis.

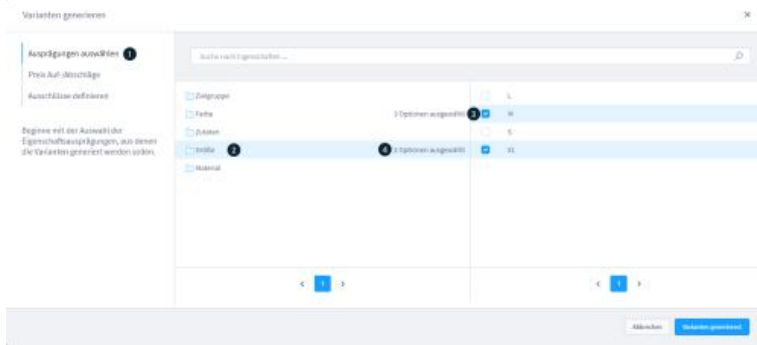


Weitere Informationen dazu findest Du unter [Eigenschaften](#).

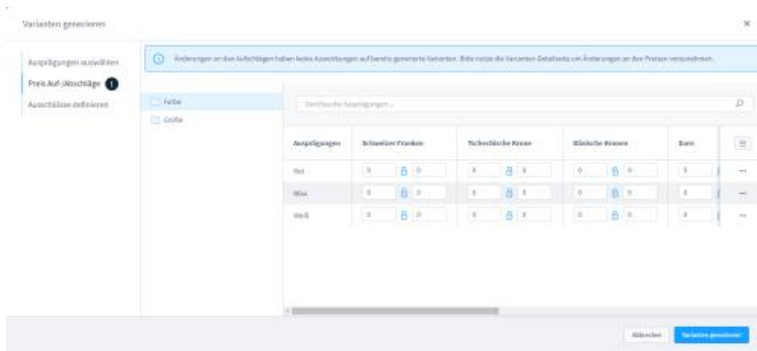
Wenn Du bereits Eigenschaften angelegt hast, kannst Du das Variantenmodul über den Eintrag Varianten in der oberen Navigationsleiste öffnen.



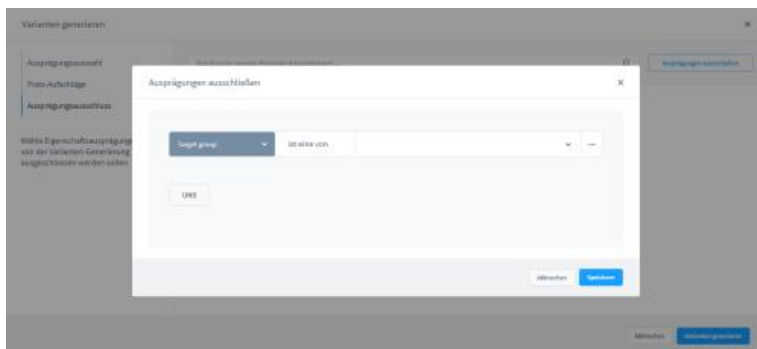
Um Varianten zu erzeugen, öffne zunächst den Varianten-Generator.



Im ersten Schritt wählst Du unter **Ausprägungen auswählen (1)** auf der linken Seite die Eigenschaft, die Du als Grundlage der Varianten verwenden möchtest mit einem Klick aus **(2)** und nun erscheinen auf der rechten Seite die verfügbaren Optionen. Die Optionen kannst Du nun mittels der Checkboxes für die Verwendung zur Variantengenerierung aktivieren **(3)**. Auf der linken Seite wird bei den Eigenschaften nach dem Zuweisen der Optionen die Anzahl der aktiven Optionen angezeigt **(4)**.



Bevor Du die Generierung durchführst, kannst Du **Preis Auf-/Abschläge (1)** für einzelne Optionen definieren, die direkt bei der Generierung berücksichtigt werden.



Außerdem hast Du die Möglichkeit, bestimmte Kombinationen von Optionen von der Variantengenerierung auszuschließen.

Es ist dadurch z.B. denkbar, ein T-Shirt in der Größe L nicht in der Farbe Blau anzubieten.

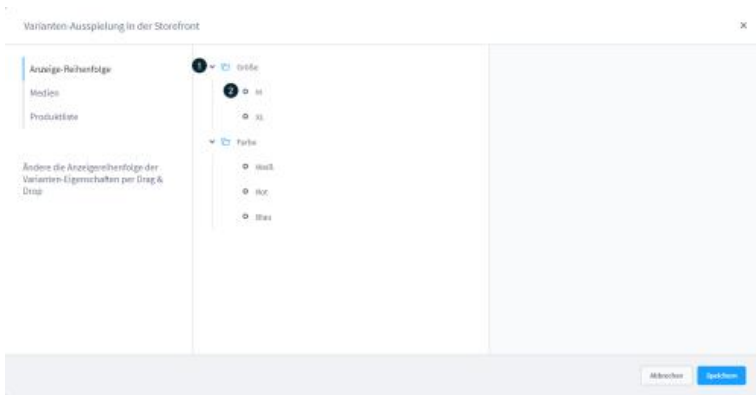
Nachdem Du die Einstellungen vorgenommen hast, kannst Du über den Button **Varianten generieren** die Varianten erzeugen lassen.

Nachdem die Varianten angelegt wurden, schließt das Variantenfenster automatisch und die erstellten

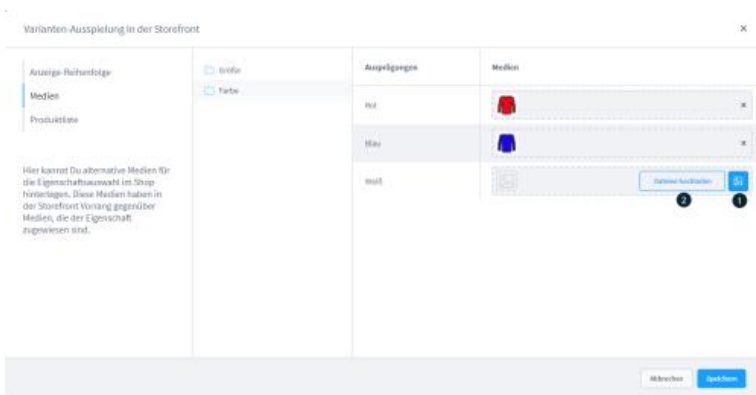
Varianten werden Dir in einer übersichtlichen Tabelle angezeigt. Bei Bedarf kannst Du dir die Varianten auch sortiert anzeigen lassen. So kannst Du zum Beispiel alle Varianten auf- oder absteigend nach dem Preis sortieren. Oder Du lässt dir alle Varianten alphabetisch sortiert anzeigen. Klicke hierzu einfach in der jeweiligen Spalte in den Bereich, in dem die Überschrift steht. In diesem Beispiel sind die Sortier-Optionen: Variante (Name), Euro (Preis), Lagerbestand, Produktnummer und Aktiv.

Varianten	Preis	Lagerbestand	Produktnummer	Medien	Aktiv
Wbl - R	14,90 €	50	SADEM00005,6	Medien hinzufügen	...
Wbl - H	14,90 €	50	SADEM00005,9	Medien hinzufügen	...
Blk - R	18,90 €	50	SADEM00005,2	Medien hinzufügen	...
Blk - R	18,90 €	50	SADEM00005,4	Medien hinzufügen	...
Blk - M	18,90 €	50	SADEM00005,3	Medien hinzufügen	...
Blk - H	18,90 €	50	SADEM00005,5	Medien hinzufügen	...

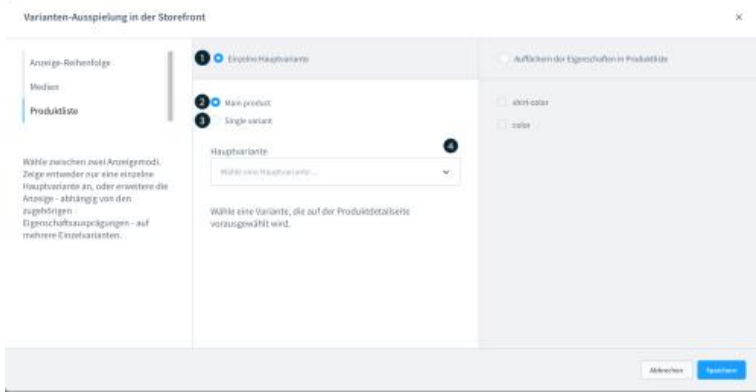
Nun kannst Du die Darstellung der Varianten in der Storefront anpassen, indem Du auf die Schaltfläche **Storefront-Darstellung (1)** klickst. Hierzu kannst Du zum einen die Reihenfolge einzelner Eigenschaften definieren und zusätzlich für jede erstellte Variante ein eigenes Bild zuweisen.



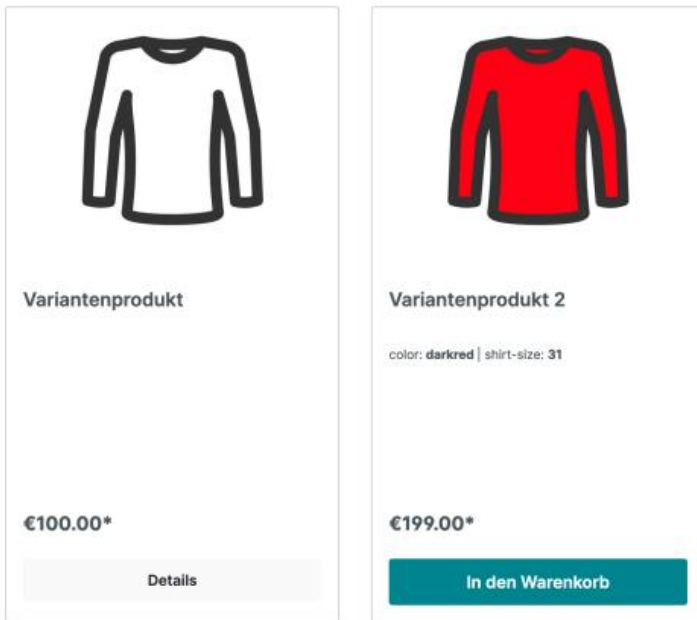
Du kannst hier sowohl die **Anzeige-Reihenfolge (1)** der Eigenschaften als auch innerhalb einer Eigenschaft die Reihenfolge der Optionen **(2)** bestimmen.



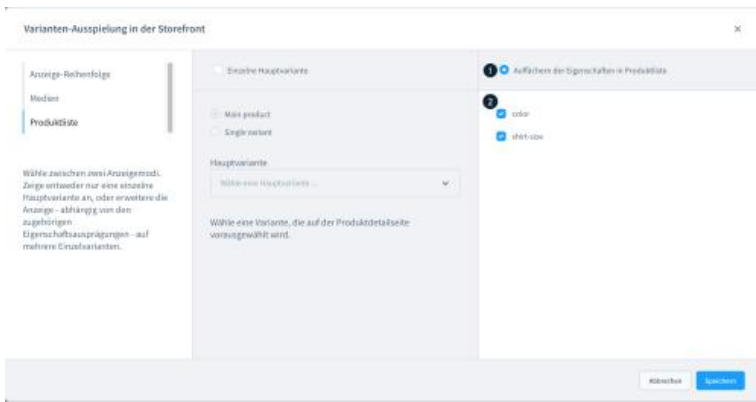
Für die Zuweisung von Bildern kannst Du entweder auf die bereits im Bereich **Medien (1)** hinzugefügten Daten zugreifen oder Du lädst das gewünschte Bild direkt von Deinem lokalen Rechner hoch **(2)**.



Unter dem Punkt **Produktliste** kannst Du verschiedene Anzeigemodi auswählen. Wenn Du auf **Einzelne Hauptvariante (1)** klickst, bieten sich Dir zwei Einstellungsmöglichkeiten: Über **Main product (2)** kannst Du einstellen, dass das Produkt ohne vorausgewählte Varianten angezeigt wird. Im Listing ist das Produkt im Grunde nicht mehr von einem Produkt ohne Varianten zu unterscheiden. Beim Aufruf des Produktes wird wie gewohnt die Variantenkonfigurationen angezeigt. Über **Single Variant (3)** definierst Du, dass eine Varianten-Konfiguration im Listing vorausgewählt ist. Die Varianten werden Dir mittels einer Dropdown-Liste **(4)** angezeigt. Bei dieser Option, kann die voreingestellte Variante bereits aus dem Listing heraus in den Warenkorb gelegt werden.

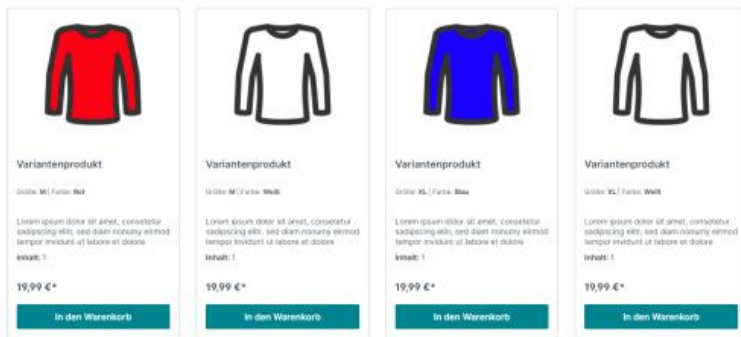


In der Storefront unterscheiden sich die beiden Optionen wie folgt. Auf der linken Seite ist Variante mit der Einstellung **Main product** dargestellt. Auf der rechten Seite ist die Variante mit einer vorausgewählten Variante über die Einstellung **Single variant** dargestellt.



Mit der Option **Auffächern der Eigenschaften in Produktliste (1)** hast Du die Möglichkeit, die Anzeige abhängig von den zugehörigen Eigenschaftsausprägungen **(2)**, auf mehrere Einzelvarianten zu erweitern. Somit sind die Produkte, mit den hier ausgewählten Eigenschaftsausprägungen, einzeln in der Storefront im Listing zu sehen.

Dies sieht in der Storefront wie folgt aus.

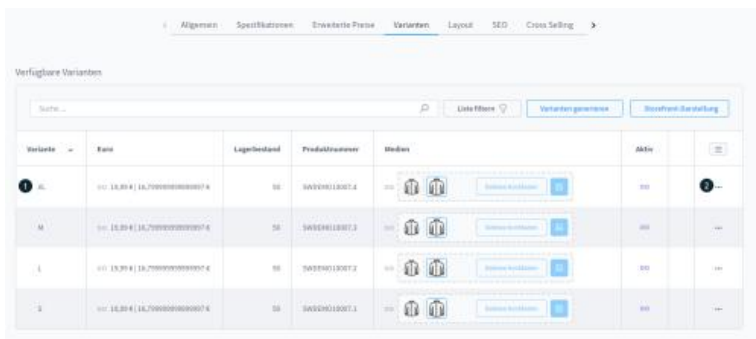


Wenn alle Eigenschaftsausprägungen aufgefächert werden, werden diese Informationen zusätzlich im Listing unterhalb des Produktnamens eingeblendet.

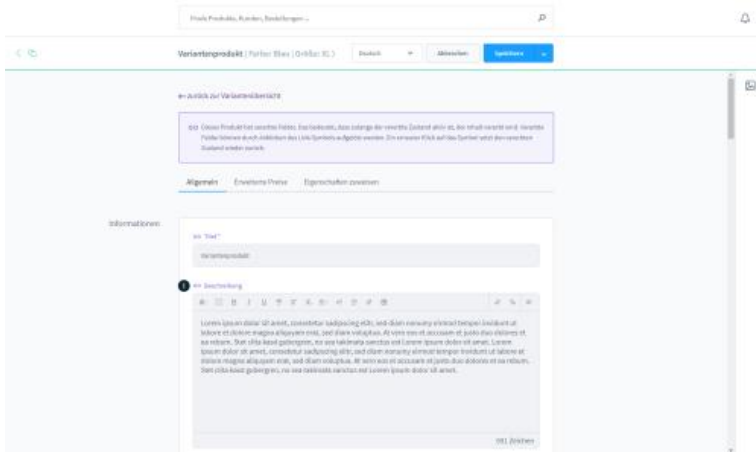
Einzelne Variante bearbeiten

Standardmäßig erben zunächst alle Varianten die allgemeinen Produktinformationen wie Namen, Beschreibung usw..

Um Daten bei einer einzelnen Variante zu ändern, kannst Du die Vererbung für einzelne Bereiche aufheben und den Inhalt dann selbst definieren.



Öffne hierzu zunächst die Variante aus der Variantenliste. Dies ist über einen Klick auf die **Variantenbezeichnung (1)** oder das **"..."-Menü (2)** möglich. Im **"..."-Menü** kannst Du außerdem eine Variante löschen.



Die Vererbung wird durch das **Ketten-Symbol (1)** dargestellt. Um bei einer Variante eigenen Inhalt zu pflegen, entferne die Vererbung mit einem Klick auf das Symbol. Anschließend wird die Bearbeitungsmöglichkeit für diesen Bereich aktiviert.

Schnelle Änderungen

In der Variantenübersicht hast Du die Möglichkeiten einige Informationen der Varianten schnell zu ändern ohne die jeweilige Varianten Detail Seite aufzurufen. Führe hierzu einen Doppelklick auf die Zeile, die Du verändern möchtest aus. Nun kannst Du alle angezeigten Informationen direkt anpassen.

Variante	Status	Lagerbestand	Produktionsnummer	Medien	Aktiv				
BL	00	23.95	26.70995	74	DAW020410001	1			

In einigen Spalten wird ein Violettes Kettensymbol angezeigt. Diese Spalten erben ihre Information vom Hauptprodukt. Durch einen Klick auf das Kettensymbol kannst Du diese Vererbung aufheben und die jeweilige Information dann bearbeiten. So kannst Du dann für jede Variante die Preise, den Lagerbestand oder die Produktnummer ändern. In der Spalte Medien wird dir links eine kleine Vorschau angezeigt, welches Produktbild das Vorschaubild dieser Variante ist. Klickst Du auf eines der rechten Bilder kannst Du das jeweilige Produktbild entweder entfernen oder als Vorschaubild bestimmen. Zudem kannst Du hier direkt ein neues Bild hochladen oder der Variante ein Bild aus der Medienverwaltung hinzufügen. In der Spalte Aktiv kannst Du zudem die Variante komplett aktivieren bzw. deaktivieren.

Mehrfachänderung

Die Mehrfachänderung bietet Dir eine einfache und schnelle Möglichkeit, mehrere Varianten gleichzeitig zu bearbeiten.

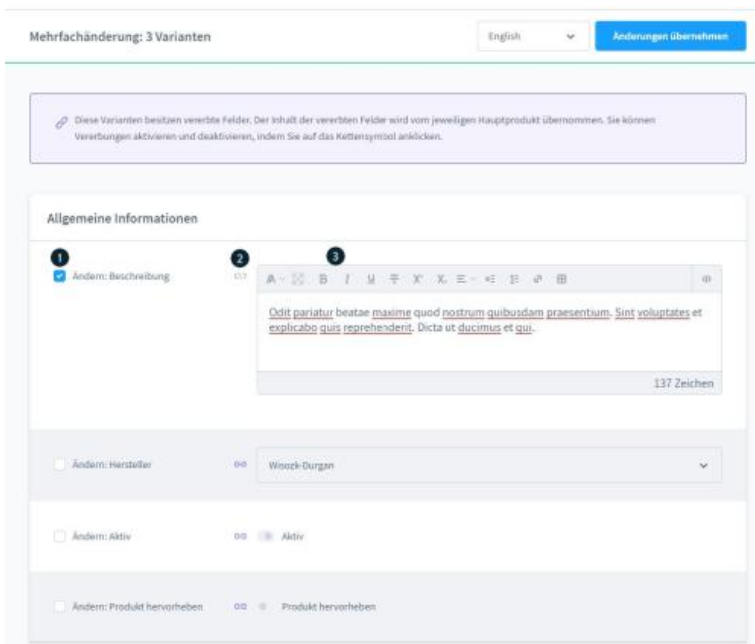
Ausgewählt	1	2	3	4	5	6
<input type="checkbox"/>	20 mm - 2 ml - 30,0 - 32	000 508,37 € 000 000 000 000 000 000 €	3	25712b5946a47126478365e4e3d2	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	20 mm - 2 ml - 30,0 - 32,5	000 396,74 € 000 000 000 000 000 000 €	48	312799c7a6c49c298a6d038d1e1008	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	20 mm - 2 ml - 30,0 - 32	000 280,38 € 000 000 000 000 000 000 €	48	907599c219546220812205c0a0b8f812	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	20 mm - 2 ml - 30,0 - 32,5	000 395,81 € 000 000 000 000 000 000 €	6	120578acccc4e6c342111010a7080d1	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	20 mm - 2 ml - 30,0 - 32	000 31,39 € 000 000 000 000 000 000 €	39	3612124774642595944276c189621132	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	20 mm - 2 ml - 30,0 - 32,5	000 452,49 € 000 000 000 000 000 000 €	3	90230f72a8846c4e10c3a5c530a791d2	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Du kannst **einzelne Varianten auswählen (2)** oder alle **Varianten (1)**, die auf dieser Seite angezeigt werden. Du hast auch die Möglichkeit, Varianten auf mehreren Seiten auszuwählen. Es können maximal 1000 Varianten ausgewählt werden. Die Anzahl der **aktuell ausgewählten Varianten (3)** wird oberhalb der Varianten angezeigt. Die Option, die **Auswahl aller Produkte aufzuheben (4)**, wird nur angezeigt, wenn Du Varianten von mehreren Seiten ausgewählt hast. Um die ausgewählten Produkte zu bearbeiten, klickst Du auf **Mehrfachänderung (5)**. Um alle ausgewählten Produkte zu löschen, kannst Du auf **Löschen (6)** klicken.

Nachdem Du auf **Mehrfachänderung** geklickt hast, erscheint ein Pop-up-Fenster, das Dir die ausgewählten Produkte anzeigt.

Auswahl	1	2	3	4
<input type="checkbox"/>	20 mm - 2 ml - 30,0 - 32	000 508,37 € 000 000 000 000 000 000 €	3	25712b5946a47126478365e4e3d2
<input type="checkbox"/>	20 mm - 2 ml - 30,0 - 32,5	000 396,74 € 000 000 000 000 000 000 €	48	312799c7a6c49c298a6d038d1e1008
<input type="checkbox"/>	20 mm - 2 ml - 30,0 - 32	000 280,38 € 000 000 000 000 000 000 €	48	907599c219546220812205c0a0b8f812
<input type="checkbox"/>	20 mm - 2 ml - 30,0 - 32,5	000 395,81 € 000 000 000 000 000 000 €	6	120578acccc4e6c342111010a7080d1
<input type="checkbox"/>	20 mm - 2 ml - 30,0 - 32	000 31,39 € 000 000 000 000 000 000 €	39	3612124774642595944276c189621132
<input type="checkbox"/>	20 mm - 2 ml - 30,0 - 32,5	000 452,49 € 000 000 000 000 000 000 €	3	90230f72a8846c4e10c3a5c530a791d2

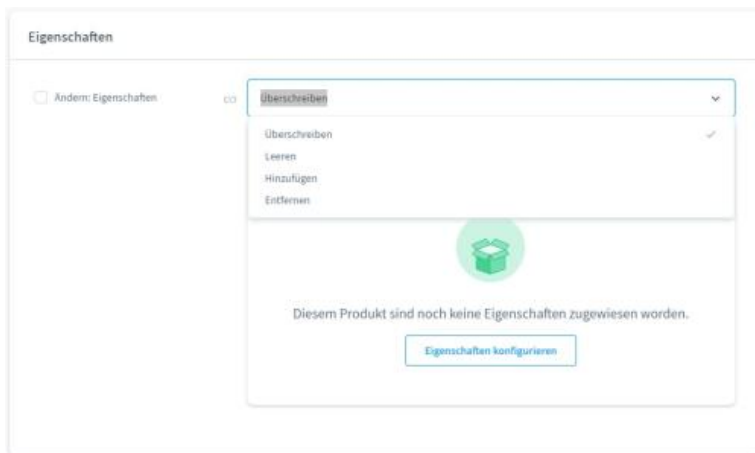
In dieser Übersicht hast Du die Möglichkeit, Varianten aus Deiner aktuellen Auswahl zu entfernen. Wenn Du mit Deiner Auswahl zufrieden bist, klicke auf **Mehrfachänderung starten**.



Jetzt kannst Du die **Checkbox (1)** der zu ändernden Punkte ankreuzen und die **Werte (3)** ändern. Zuvor muss über die **Kette (2)** jedoch die Vererbung zum Hauptprodukt entfernt werden, sofern diese noch vorhanden ist. Zum Fortfahren auf **Änderung übernehmen** klicken. Bitte beachte, dass nur Werte geändert werden, bei denen die Checkbox angekreuzt ist.

Es ist nicht möglich das Coverbild per Mehrfachänderung zu setzen.
Durch die Aktualisierung des Bruttopreises wird der Nettopreis nicht verändert.

Die zu bearbeitenden Informationen sind wie in der Produktkonfiguration einer einzelnen Variante aufgeteilt in Blöcke wie z.B. Eigenschaften, Zuweisung usw. In einigen Blöcken, in denen es sinnvoll ist, steht Dir ein zusätzliches Dropdown mit verschiedenen Optionen zur Verfügung. Diese Option entscheidet darüber, wie die Änderungen dieses Blockes behandelt werden sollen.



Überschreiben: Wählst Du diese Option, werden die vorherigen Informationen durch die jetzt getroffene Auswahl überschrieben.

Leeren: Mit dieser Option werden alle Einstellungen und Informationen dieses Blockes entfernt.

Hinzufügen: Mit dieser Option werden den Varianten nur die hier getroffenen Einstellungen hinzugefügt. Bereits bestehende Einstellungen werden dadurch nicht entfernt.

Entfernen: Mit dieser Option werden von den Varianten die hier getroffenen Einstellungen entfernt, sofern sie in den Varianten vorhanden gewesen sind.

Mehrfachänderung - Anwenden?



Änderungen auf 3 ausgewählte Elemente anwenden? Diese Änderungen können nicht rückgängig gemacht werden.



Bitte warte, bis die Mehrfachänderung abgeschlossen ist. Dies kann einen Moment dauern. Solltest du den Browser-Tab vorzeitig schließen oder den Prozess abbrechen, werden eventuell nicht alle Änderungen übernommen. Du kannst Mehrfachänderungen jederzeit erneut durchführen.

Schließen

Änderungen anwenden

In einem Popup wird Dir die Anzahl der zu ändernden Varianten angezeigt. Du musst dies bestätigen, indem Du auf **Änderungen anwenden** klickst.

Mehrfachänderung - Prozess gestartet



Abhängig von der Anzahl der vorgenommenen Änderungen, kann dieser Vorgang einige Zeit in Anspruch nehmen.

Bitte beachte, dass Du während des Mehrfachänderungsvorgangs keine manuellen Änderungen an den ausgewählten Elementen vornimmst, da dies unvorhergesehene Effekte haben kann.



Bitte warte, bis die Mehrfachänderung abgeschlossen ist. Dies kann einen Moment dauern. Solltest du den Browser-Tab vorzeitig schließen oder den Prozess abbrechen, werden eventuell nicht alle Änderungen übernommen. Du kannst Mehrfachänderungen jederzeit erneut durchführen.

Abbrechen

Schließen

Bitte warte bis das System die Produktinformation aktualisiert hat.



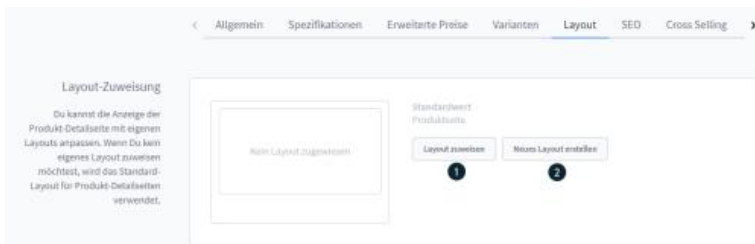
Mehrfachänderung abgeschlossen.

Schließen

Shopware wird Dich benachrichtigen, sobald die Aufgabe erledigt ist. Jetzt kannst Du auf **Schließen** klicken, um den Vorgang zu beenden und zur Übersicht zurückzukehren.

Layout

Im Tab Layout kannst Du dem Produkt eine Produktseite aus dem Erlebnisswelten zuweisen. So hast Du die Möglichkeit, den Aufbau der Produktseite selbst zu gestalten.



Du kannst an dieser Stelle dem Produkt entweder ein bereits **erstelltes Layout zuweisen (1)** oder direkt zu den Erlebnisswelten wechseln und ein **Neues Layout erstellen (2)**. Wie Du die Erlebnisswelten genau erstellst, erfährst Du [hier](#) oder im folgendem Video.

Sobald Du ein Layout ausgewählt hast, werden im Bereich Layout alle Segmente der gewählten Erlebnisswelt angezeigt. Zunächst wird Dir der Inhalt des Layouts nach Blöcken gruppiert angezeigt, daher variieren Art und Anzahl der Blöcke je nach Layout. Hier hast Du die Möglichkeit, den auszugebenden Inhalt direkt anzupassen, ohne dafür in die Erlebnisswelten zu wechseln und dort für jede Produktseite eine eigene Seite erstellen zu müssen.

SEO

SEO

SEO

Meta-Titel

Gib einen Meta-Titel ein ...

Meta-Beschreibung

Gib eine Meta-Beschreibung ein ...

Schlüsselwörter

Gib ein oder mehrere Schlüsselwörter ein ...

Verwende dieselbe Canonical-URL für alle Varianten.

Variante für Canonical-URL

Wähle eine Variante aus ...

Meta-Titel

Der Meta-Titel sollte aktuell ca. 70 Zeichen nicht übersteigen, da dieser sonst in der Anzeige in Suchmaschinen und Ähnlichem abgeschnitten werden könnte.

Meta-Beschreibung

Aktuell sollte die Länge der Meta-Beschreibung ca. 130 bis 160 Zeichen betragen. Wenn die Beschreibung länger als 160 Zeichen ist, kann dieser z.B. auf der Suchergebnisseite abgeschnitten angezeigt werden.

Schlüsselwörter

Zusätzlich kannst Du Schlüsselwörter festlegen. Diese werden aktuell jedoch nicht für die Berechnung des Rankings benötigt.

Verwende dieselbe Canonical-URL für alle Varianten

Diese Option ist nur sichtbar wenn das Produkt Varianten besitzt. In diesem Fall kann festgelegt werden, dass für alle Varianten die gleiche Canonical URL verwendet werden soll. Sobald Du diese Option aktivierst, kannst Du unter **Variante für Canonical-URL** auswählen, von welcher Variante die URL verwendet werden soll.

SEO Urls

SEO Urls

Verkaufskanal

Alle Verkaufskanäle

SEO Pfad

Hauptkategorie

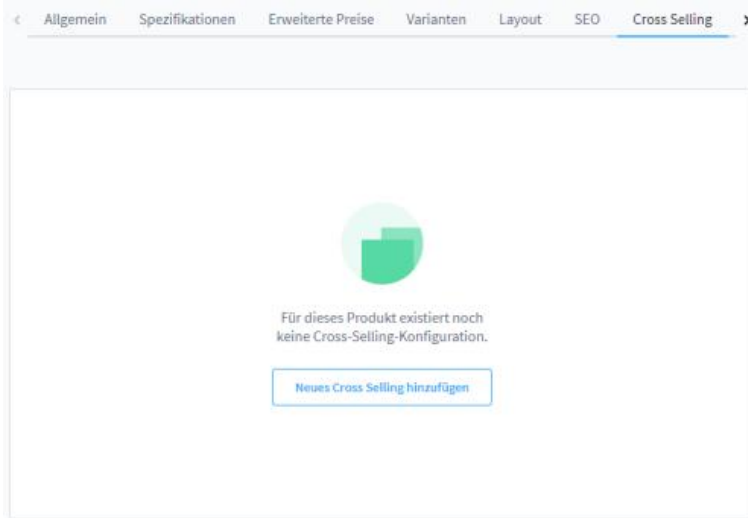
Hauptkategorie wählen...

Im Bereich SEO Urls kannst Du je Verkaufskanal eine eigene Canonical Url definieren. Hierzu wählst Du zunächst einen Verkaufskanal aus. Anschließend wird im Feld SEO Pfad der für das Produkt gültige SEO

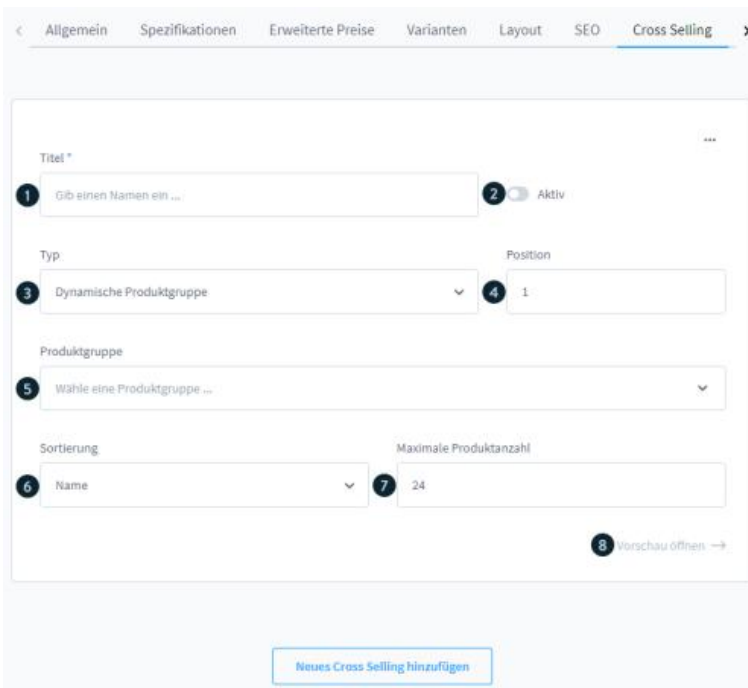
Pfad angezeigt, der anhand der SEO-Einstellungen generiert wird. Sollte das Produkt mehreren Kategorien zugewiesen sein, kannst Du zusätzlich die Hauptkategorie festlegen.

Cross-Selling

Du kannst über das Cross-Selling eine Artikel-Empfehlung für Deinen Artikel konfigurieren, um bspw. direkt das passende Zubehör auf der Artikel-Detailseite anzuzeigen.



Damit das Cross-Selling eines Artikels aktiviert werden kann, musst Du ein neues Cross-Selling hinzufügen.



The screenshot shows the 'Cross Selling' configuration form. The form has several fields and a button. The fields are: 'Titel *' (with a dropdown menu), 'Aktiv' (a toggle switch), 'Typ' (a dropdown menu), 'Position' (a text input field), 'Produktgruppe' (a dropdown menu), 'Sortierung' (a dropdown menu), and 'Maximale Produktanzahl' (a text input field). There is also a 'Vorschau öffnen' button. At the bottom of the form, there is a button labeled 'Neues Cross Selling hinzufügen'.

In der Übersicht kannst Du zunächst den **Titel (1)** Deines Cross-Sellings angeben, welcher in der Storefront angezeigt wird. Über den Schalter **Aktiv (2)** legst Du fest, ob das Cross Selling beim Produkt angezeigt werden soll.

In der DropDown-Liste **Typ (3)** kannst Du zwischen **Dynamische Produktgruppe** und **Manuelle**

Zuweisung wählen. Bei der manuellen Zuweisung ist es möglich ein einzelnes Produkt für das Cross-Selling auszuwählen.

Da es zwischen den beiden Optionen Unterschiede in der Konfiguration gibt, zeigen wir Dir nachfolgend beide Wege.

Dynamische Produktgruppe (3):

Durch das Umlegen des Schalters bei **Aktiv (2)** kannst Du das Cross-Selling entweder aktivieren oder deaktivieren.

Unter **Position (4)** kannst Du die Reihenfolge der Tabs Deiner Cross-Selling Aktionen in der Storefront bestimmen, indem Du Zahlenwerte wie 1,2,3, etc. einträgst.

Die vorgenommene Positionierung der Tabs ist erst sichtbar, wenn Du mehr als eine Cross-Selling Aktion für ein Produkt aktiviert hast.

Im nächsten Schritt musst Du die gewünschte **Produktgruppe (5)** angeben, damit Du hieraus einen Artikel für das Cross-Selling bestimmen kannst.

Hier stehen Dir alle Deine **Produktgruppen** zur Verfügung, welche Du bereits im Admin hinterlegt hast. Bei der **Sortierung (6)** hast Du die Möglichkeit, die Anzeige der Produkte nach Name, Preis oder Erscheinungsdatum (absteigend, aufsteigend) zu sortieren.

Die **Maximale Produktanzahl (7)** gibt vor, wie viele Produkte maximal im Cross-Selling auf der Artikeldetailseite Deines Artikels angezeigt werden sollen. Diesen Wert kannst Du frei bestimmen und eintragen.

Anschließend hast Du noch die Möglichkeit Dir eine Vorschau aller zutreffenden Artikel mit Klick auf **Vorschau öffnen (8)** anzusehen.

Manuelle Zuweisung (3):

Name	Produktnummer	Position
Synergistic Iron Endicil	358206f71f4f6729a38462d790f59cb	1

Nach der Auswahl der manuellen Zuweisung ändert sich die Ansicht des Fensters. Die Optionen **Titel (1)**, **Aktiv (2)** und **Position (4)** sind hierbei gleichgeblieben, andere Optionen, wie die **Sortierung**, **Maximale Produktanzahl** und **Vorschau öffnen**, sind bei der manuellen Zuweisung hingegen komplett weggefallen.

In der neu aufgetauchten DropDown-Liste **Produkt-Zuordnung (9)** hast Du die Möglichkeit, ein oder mehrere Produkte Deines Shops auszuwählen, damit diese dem Cross-Selling hinzugefügt werden. Sobald

Du mindestens ein Produkt ausgewählt hast, taucht dieses etwas weiter unten in der Ansicht auf **(10)**.


Aussehen in der Storefront

Sobald das Cross-Selling eines Artikels aktiviert ist, werden die Produkte aus Deiner ausgewählten Produktgruppe angezeigt.

Produktinformationen "Variantenprodukt"


Größe: M, XL
Material: Baumwolle
Zielgruppe: Frau

Conexio



Hauptprodukt mit erweiterten Preisen
Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eripit tempur invidit ut elitr et dolor magna aliquam.

750,00 € - 900,00 €
In den Warenkorb



Hauptprodukt, verarbeiteter Artikel
Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eripit tempur invidit ut elitr et dolor magna aliquam.

20,00 €
In den Warenkorb

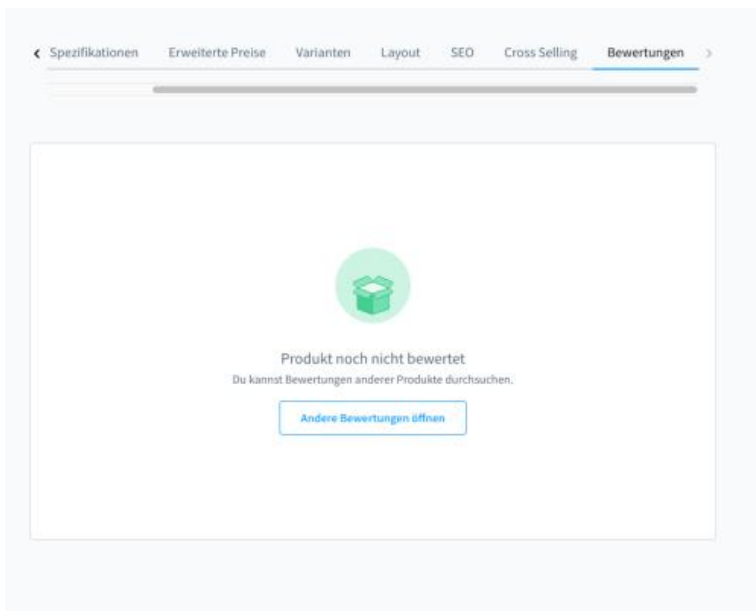
Bewertungen

Spezifikationen Erweiterte Preise Varianten Layout SEO Cross Selling **Bewertungen**

Bewertungen

Sterne	Sichtbar	Erstellt am	Titel	
★★★★★	✓	22.03.21, 10:38:15	Modi labore in voluptas quis vel.	---
★★★★☆	✗	22.03.21, 10:38:15	Proident tenetur invidunt tenetur consequuntur.	---

In Bereich Bewertungen erhältst Du eine Übersicht der Meinungen Deiner Kunden zu diesem Produkt. Bewertungen werden in der Storefront erst angezeigt, wenn Du diese als Sichtbar markiert hast. Die Bearbeitung hierzu erreichst Du über das Kontext-Menü, das Du über den "..."-Button aufrufen kannst.

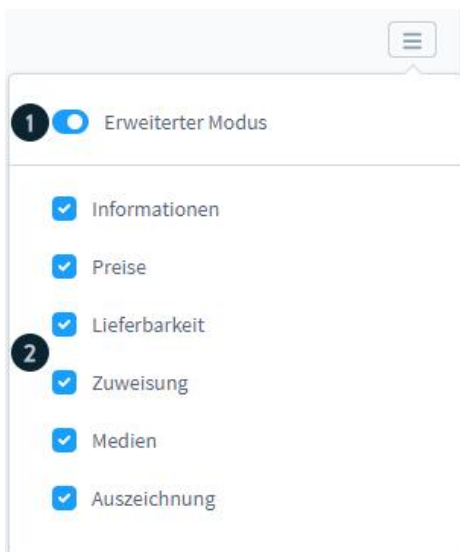


Wenn noch keine Bewertungen zu Deinem Produkt vorhanden sind, kannst Du Bewertungen anderer Produkte öffnen

Weitere Informationen zur detaillierten Bearbeitung der Bewertungen findest Du [hier](#).

Erweiterter/Einfacher Bearbeitungsmodus

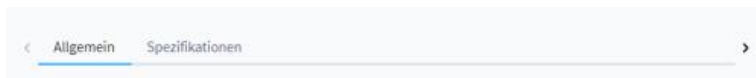
Solltest Du nur grundlegende Daten des Produkts bearbeiten wollen, kannst Du in den Bereichen **Allgemein** und **Spezifikationen** über das Symbol in der rechten, oberen Ecke die angezeigten Daten anpassen.



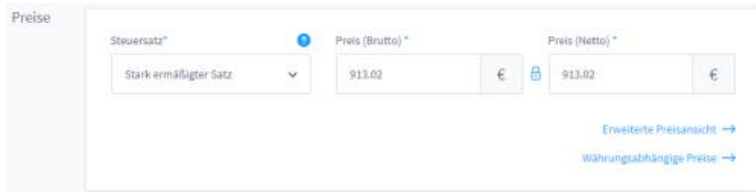
Die Deaktivierung des **Erweiterten Modus (1)** blendet alle nicht zwingend benötigten Bereiche sowie Felder innerhalb eines Abschnitts aus. Über die **Checkboxen (2)** kannst Du einzelne Abschnitte in dem Bereich vollständig ausblenden.

Wenn Du den erweiterten Modus deaktivierst, sieht dies im wie folgt aus

Bereichsnavigation



Abschnitt



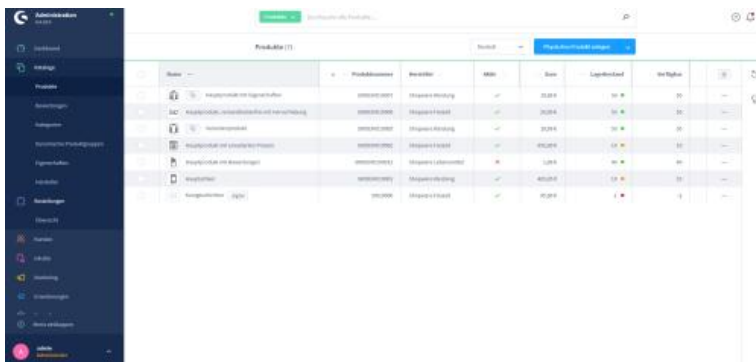
Mehrfachänderung

Die Mehrfachänderung von Produkten wird Dir in dem Artikel zu der [Produktübersicht](#) erklärt. Hier zeigen wir Dir auch, wie Du Preise und erweiterte Preise über die Mehrfachänderung ändern kannst.

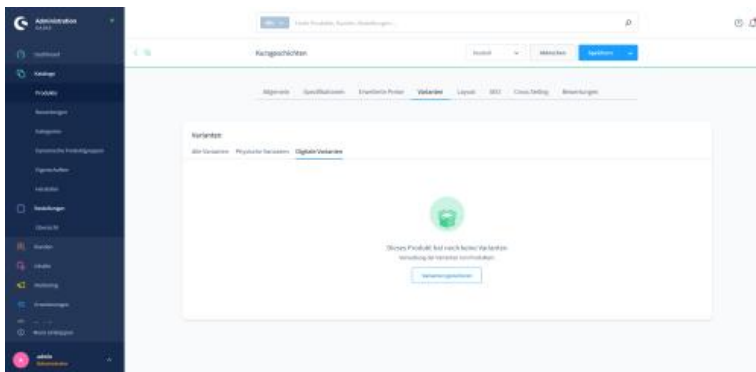
Digitale Produkte

Viele Einzelhändler verkaufen nicht nur physische Produkte, sondern auch oder sogar nur digitale Produkte. Beispiele für solche digitalen Produkte gibt es viele: eBooks, Musikdownloads, Filme und Serien, Spiele, Software und Softwareerweiterungen, Online-Kurse, Schriftarten, Grafiken und mehr.

Du möchtest auch digitale Produkte anbieten? Mit Shopware ist dies nun ohne Umstände möglich. Unter **Produkte** kannst du in der Administration ein digitales Produkt anlegen und dabei das Produkt als Datei hochladen.



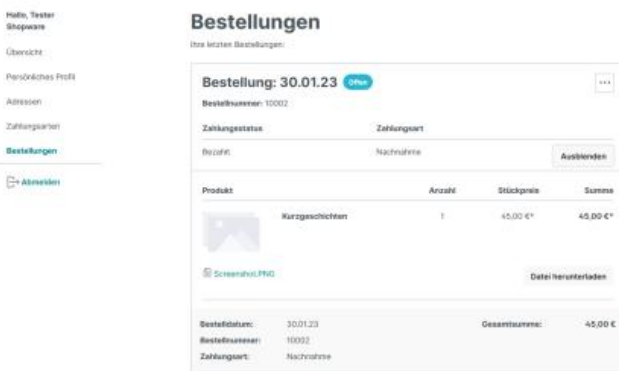
Es ist auch möglich, verschiedene Varianten für ein Produkt anzubieten, zum Beispiel ein Buch in physischer und digitaler Form.



Alle digitalen Produkte werden im Backend mit einem Batch versehen, sodass diese sofort erkennbar sind. Damit dein digitales Produkt gespeichert werden kann, muss die Datei an das Produkt gebunden sein, damit später eben diese auch an deinen Kunden verschickt werden kann. Digitale Produkte verhalten sich in der Storefront fast genauso wie physische Produkte. Bei der Bestellung des Produktes wird automatisch eine weitere Checkbox angezeigt, die auf die Rechtliche Grundlage von digitalen Produkten hinweist.



Nach dem Kauf werden die Kunden, wie gewohnt per Email benachrichtigt. Und erhalten beim erfolgreichen Zahlungseingang eine weitere Email mit der Datei im Anhang. Außerdem kann der Kunde nun die Datei in seinem Konto unter "Bestellungen" erneut herunterladen.



Eigenschaften

Die Eigenschaften bieten Dir die Möglichkeit, Deine Produkte mit filterbaren Informationen zu versehen. Außerdem dienen die Eigenschaften als Grundlage für die Generierung von [Varianten](#). Hierzu kannst Du diverse Eigenschaften anlegen und diesen entsprechende Optionen zuweisen, z.B. die Eigenschaft *Größe* mit den Optionen *XS, S, M, L, XL und XXL*.

Übersicht

Unter **Kataloge > Eigenschaften** findest Du zunächst eine Übersicht der bereits vorhandenen **Eigenschaften (1)** mit den dazugehörigen **Ausprägungen (2)** und einer (optionalen) **Beschreibung (3)**. Ebenso wird Dir hier angezeigt, ob die Eigenschaften im **Produktfilter (4)** angezeigt werden oder nicht.

Eigenschaft	Eigenschafts-Ausprägungen	Beschreibung	In Produktfilter anzeigen	
Farbe	Weiß, Rot, Weiß		<input checked="" type="checkbox"/>	...
Größe	S, L, XL, B		<input checked="" type="checkbox"/>	...
Material	Polycarbon, Eisenpulver, Leder, Eisenblech, ...		<input checked="" type="checkbox"/>	...
Abgründe	Winkel, Abwärt, Pos		<input checked="" type="checkbox"/>	...
Stil	Einzel, Tisch, Komplex, Serie, ...		<input checked="" type="checkbox"/>	...

Auf der rechten Seite jeder Zeile kannst Du über den **"..."-Button (5)** das Kontextmenü für die jeweilige Eigenschaft öffnen und hast hier die Möglichkeit, diese Eigenschaft zur Bearbeitung zu öffnen oder diese zu löschen.

Die Maske zur Anlage einer neuen Eigenschaft kannst Du über den Button **Hinzufügen** öffnen.

Beim Löschen einer Eigenschaft beachte bitte, dass die Eigenschaft mit allen Optionen aus allen Produkten, denen diese zugewiesen ist, entfernt werden.

Da die Bearbeitungsmaske identisch mit der Maske für die Neuanlage einer Eigenschaft und der Ausprägungen ist, zeigen wir die einzelnen Punkte am Beispiel einer neuen Eigenschaft.

Eine neue Eigenschaft anlegen

Eigenschaft

In den Basisinformationen gibst Du zunächst den **Namen (1)** der Eigenschaft an.

Der Name wird dann später z.B. bei den Produkten auf der Detailseite in der Produktbeschreibung oder in den Filtern im Produktlisting angezeigt.

Optional kannst Du eine **Beschreibung (2)** hinterlegen und festlegen, ob die Eigenschaft im **Produktfilter von Produktlisten (3)** angezeigt werden soll.

Für die Darstellung im Frontend stehen Dir vier unterschiedliche **Ansichten (4)** zur Verfügung:

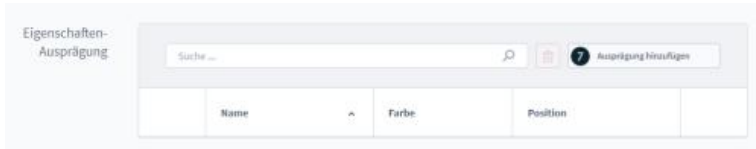
- Bild: Für die einzelnen Optionen kann ein Bild hinterlegt werden, dieses wird dann in den Filtern angezeigt
- Text: Die Optionen werden als Text in den Filtern angezeigt.
- Dropdown: Ausgewählte Eigenschaftsausprägungen eines Variantenprodukts werden in einem Dropdownmenü auf der Detailseite des Produkts angezeigt. In den Filtern erscheinen die Optionen als Text
- Farbe: Wenn in den Optionen eine Farbe hinterlegt wird, wird diese in den Filtern angezeigt

Außerdem kannst du aus zwei **Sortierungsmöglichkeiten (5)** wählen:

- Alphanumerisch: Buchstaben werden in der Reihenfolge a, b, c, usw. sortiert, Zahlen 1, 10, 11, ... 2, 20, 21, ... 3, usw.
- Individuell: Über die individuelle Sortierung kannst Du über das Positionsfeld in den einzelnen Optionen die Reihenfolge festlegen. Die Option mit der Position 1 steht oben in der Liste.

Im Feld **Position (6)** kannst Du die Position der Eigenschaft angeben. Diese Position bestimmt, in welcher Reihenfolge die Eigenschaften auf Produktdetailseiten aufgelistet werden.

Nun kannst Du, nachdem Du die Basisinformationen eingetragen und abgespeichert hast, über den Button **Ausprägung hinzufügen (7)** eine Option hinzufügen.



Nach dem Klick auf den Button öffnet sich dazu eine neue Eingabemaske.

Ausprägungen

Neue Ausprägung

Name *

Namen eingeben ... 1

Position

Gib einen Rang für diese Ausprägung ein ... 2

Farbe

3

Standardbild

Dateien hochladen 4

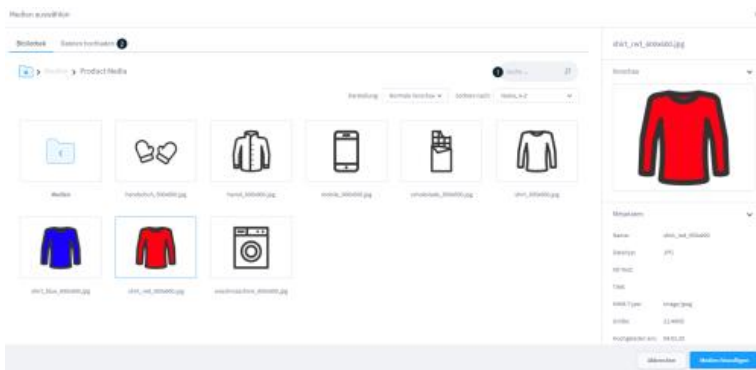
Abbrechen Übernehmen

Zunächst vergibst Du einen **Namen (1)** für die Option, welcher bei Verwendung der Darstellung *Text* angezeigt wird.

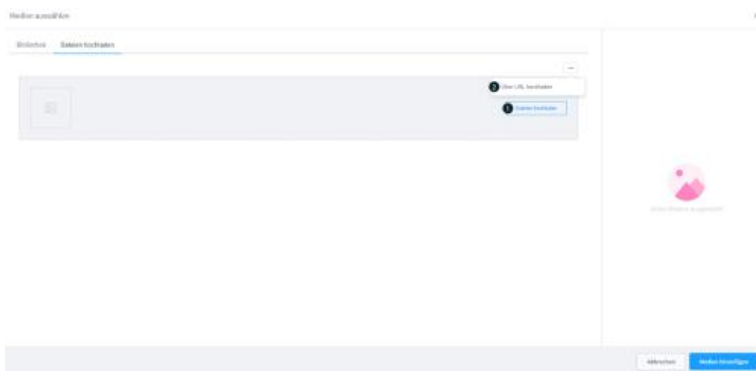
Die **Position (2)** wird bei der individuellen Sortierung dazu verwendet, die Reihenfolge festzulegen. Je niedriger der Wert, umso weiter oben steht der Eintrag in der Liste.

Wenn als Darstellung **Farbe** gewählt wurde, wird der im Feld **Farbe (3)** hinterlegte HEX-Farbwert verwendet, alternativ kannst Du auch eine Farbe über die Farbpalette auswählen. Die Farbe wird dann z.B. in den Filtern im Produktlisting angezeigt.

Sollte als Darstellung *Bild* verwendet werden, kannst Du im Feld **Bild (4)** ein Bild auswählen, dieses wird dann entsprechend in der Storefront ausgespielt.



Du hast hier direkt die Möglichkeit, die bereits vorhandenen Bilder zu **durchsuchen (1)**. Sollte das gewünschte Bild noch nicht vorhanden sein, kannst Du dieses direkt in diesem Menü als **Datei hochladen (2)**. Für das Hinzufügen von Medien öffnet sich dann die folgende Ansicht.



Der Button **Dateien hochladen (1)** öffnet ein Fenster, in dem Du lokale Daten auswählen und hochladen kannst.

Über die "..."-Schaltfläche kannst Du eine Datei **über URL hochladen (2)** und wechselt nach dem Klick darauf zur Ansicht, um eine Datei direkt per URL hinzuzufügen.



In das Feld **URL (1)** trägst Du die URL zum gewünschten Bild ein, über den Button **Hochladen (2)** fügst Du das Bild dann hinzu.

Nachdem Du alle gewünschten Daten für die Option hinterlegt hast, kannst Du diese über den Button **Übernehmen** hinzufügen. Nun steht diese Option zur Auswahl in den Produkten bereit.

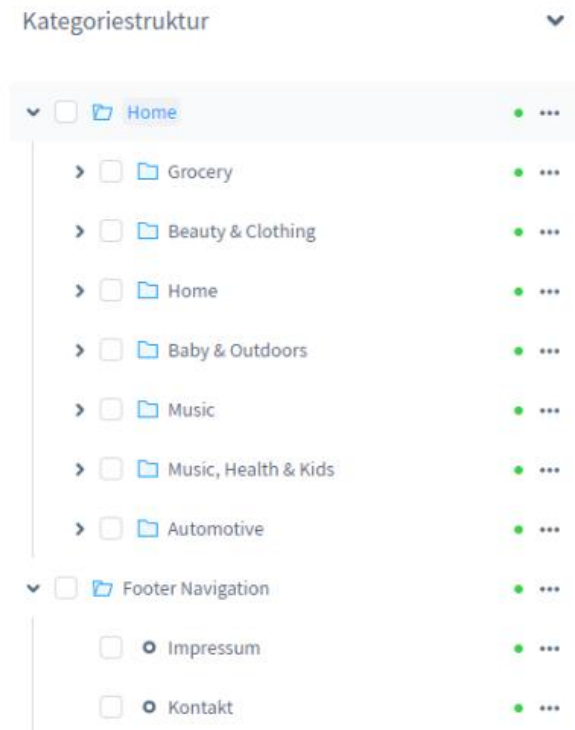
Kategorien

In der Kategorieverwaltung administrierst Du die Kategoriestructur Deines Shops. Außerdem werden in Shopware 6 die Kategorien auch dazu verwendet, [die Shopseiten](#) und [das Servicemenü](#) zu organisieren und Landingpages anzulegen.

Das Modul findest Du unter **Kataloge > Kategorien**.

Kategorieübersicht

Als Kategorien werden die Menüpunkte in der Hauptnavigation, aber auch in der Service Navigation oder der Footernavigation bezeichnet.



Auf der linken Seite findest Du die Kategoriestructur als ausklappbares Menü dargestellt. Dort hast Du die Möglichkeit, die Sortierung der Kategorien per **drag & drop** zu ändern - dies ist auf jeder Kategorieebene möglich und Du kannst eine Kategorie auch in eine andere Kategorie als Unterkategorie verschieben. Wie eingangs bereits erwähnt, werden die Kategorien auch für die Footernavigation und das Servicemenü verwendet. Für eine übersichtliche Verwaltung kann es daher sinnvoll sein, mit zwei bzw. drei Kategoriebäumen zu arbeiten, wie dies auch auf dem oberen Screenshot zu sehen ist.

Kontextmenü in den Kategorien

Bei jeder Kategorie kann über den "..."-Button das Kontextmenü geöffnet werden, über das weitere Funktionen ausgeführt werden können.



- **Neue Kategorie davor:** Erstellt eine neue Kategorie auf der gleichen Ebene vor der ausgewählten Kategorie
- **Neue Kategorie danach:** Erstellt eine neue Kategorie auf der gleichen Ebene nach der ausgewählten Kategorie
- **Neue Subkategorie:** Erstellt eine neue Kategorie eine Ebene unter der ausgewählten Kategorie
- **Bearbeiten:** Öffnet auf der rechten Seite die Anzeige zum Bearbeiten der ausgewählten Kategorie
- **Löschen:** Löscht die ausgewählte Kategorie inkl. aller untergeordneten Kategorien

Im Abschnitt [Beispiele zur Erstellung von neuen Kategorien](#) erläutern wir Dir die Unterschiede zwischen den Kategorie-Optionen aus dem Kontextmenü anhand von Beispielen.

Kategorie erstellen

Um eine neue Kategorie anzulegen, öffne das [Kontextmenü](#) einer bestehenden Kategorie und wähle einen der Menüpunkte *Neue Kategorie davor*, *Neue Kategorie danach* oder *Neue Subkategorie* aus. Anschließend wird im Menü an der entsprechenden Stelle eine Maske eingeblendet, in die Du den Namen der neuen Kategorie einträgst und über das Häkchensymbol bestätigst.



Bitte beachte, dass eine neu angelegte Kategorie zunächst inaktiv ist und nicht im Frontend angezeigt wird.

Den Inhalt der Kategorie definierst Du im Bearbeitungsmenü, hier kannst Du die Kategorie auch aktivieren. Informationen hierzu erhältst Du im nächsten Abschnitt *Kategorie bearbeiten*.

Kategorie bearbeiten

Um die Bearbeitungsansicht einer Kategorie zu öffnen, kannst Du entweder direkt auf den Namen der Kategorie in der Liste auf der linken Seite klicken oder bei der jeweiligen Kategorie das **Kontextmenü** öffnen und den Punkt *Bearbeiten* auswählen.

Der Bearbeitungsbereich ist zunächst in vier Tabs unterteilt. *Allgemein*, *Produkte*, *Layout* und *SEO*. Diese werden aber nur in dem standardmäßig voreingestellten Kategorietypp *Seite/Liste* benötigt. Für die anderen Kategorietyppen wird nur der Tab *Allgemein* benötigt.

Allgemein

Der Tab Allgemein ist zur besseren Übersichtlichkeit in mehrere Punkte gegliedert. Bitte beachte, dass die verfügbaren Konfigurationsmöglichkeiten vom gewählten Kategorietypp abhängen

Allgemein

Im Bereich Allgemein gibst Du grundlegend an, um was für eine Kategorie es sich handeln wird.

The screenshot shows a form titled "Allgemein" with the following fields and controls:

- Name ***: A text input field containing "Grocery".
- Kategorie ist aktiv**: A toggle switch that is currently turned on.
- Tags**: A dropdown menu with the text "Gib einzelne Tags ein ...".
- Kategorietypp**: A dropdown menu with the text "Seite / Liste".

Name (1): Der Name der Kategorie wird bei der Anlage der Kategorie festgelegt, kann hier aber nachträglich noch geändert werden.

Kategorie ist aktiv (2): Über den Schalter kannst Du festlegen, ob die Kategorie aktiv ist und verwendet wird. Ist die Kategorie deaktiviert, wird diese z.B. nicht im Frontend angezeigt.

Tags (3): Hier kannst Du Schlagworte hinterlegen, die auch in anderen Programmbereich (z.B. Produkte, Kunden) verwendet werden können.

Kategorietypp (4): Lege hier den Kategorietypp fest, dieser hat Auswirkungen auf das Verhalten der Kategorie

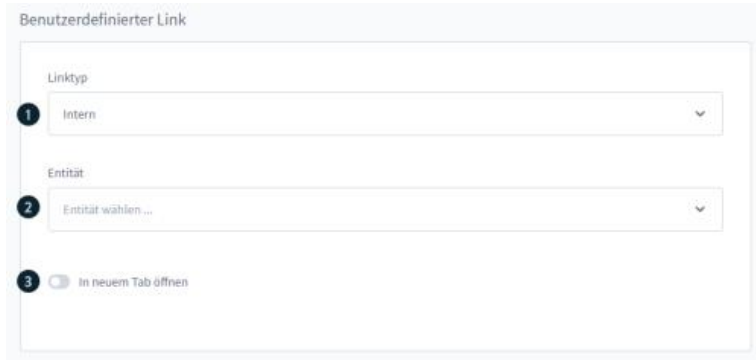
Seite / Liste: Eine Standardseite, die z.B. für ein Produktlisting oder eine Shopseite verwendet wird.

Strukturierungselement/Einstiegspunkt: Ein Sortierungselement dient zur Strukturierung des Kategoriebaums, eine solche Kategorie kann nicht aufgerufen werden, sondern stellt nur einen Menüeintrag mit weiteren Unterpunkten bereit.

Link: Ermöglicht die direkte Verlinkung auf eine Entität des Shops oder eine frei definierbare Seite. Weitere Informationen erhältst Du weiter unten im Abschnitt Link

Benutzerdefinierter Link

Wenn Du als Kategorietypp Link gewählt hast, steht dieser Bereich zur Verfügung, um anzugeben, wohin der Menüpunkt verlinken soll.



The screenshot shows a form titled 'Benutzerdefinierter Link' with three numbered steps:

- 1** Linktyp: A dropdown menu with 'Intern' selected.
- 2** Entität: A dropdown menu with 'Entität wählen...' selected.
- 3** In neuem Tab öffnen: A toggle switch that is currently turned off.

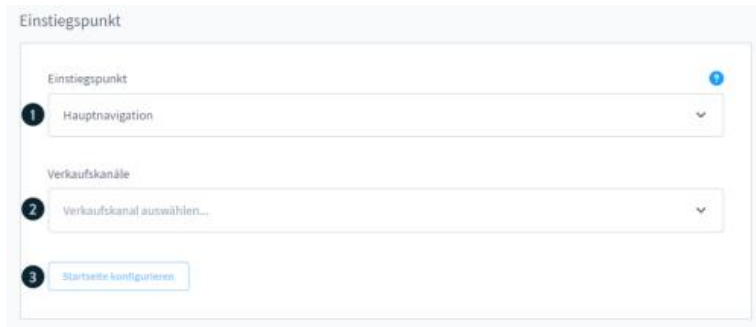
Linktyp (1): Hier kannst Du angeben, ob der Link zu einer externen Seite verlinken soll oder zu einer Entität innerhalb Deines Shops.

Entität/ Linkziel (2): Wählst Du als Linktyp Extern aus, kannst Du im Linkziel die URL angeben, auf die verlinkt wird. Wählst Du als Linktyp Intern aus, kannst Du hier die Entität wählen, auf die verlinkt werden soll. Dies kann beispielsweise eine Kategorie, ein Produkt oder eine Landingpage sein.

In neuem Tab öffnen (3): Aktiviere diesen Schalter, wenn sich der Link nicht im selben Fenster sondern in einem neuen Tab im Browser öffnen soll.

Einstiegspunkt

Wenn Du als Kategorietypp *Seite / Liste* oder *Strukturelement/Einstiegspunkt* ausgewählt hast, steht dir dieser Bereich aus.



The screenshot shows a form titled 'Einstiegspunkt' with three numbered steps:

- 1** Einstiegspunkt: A dropdown menu with 'Hauptnavigation' selected.
- 2** Verkaufskanäle: A dropdown menu with 'Verkaufskanal auswählen...' selected.
- 3** Startseite konfigurieren: A button labeled 'Startseite konfigurieren'.

Einstiegspunkt (1): Hier legst Du fest, an welcher Stelle der Navigation diese Kategorie zu erreichen sein soll. Die Kategorie mit ihren Unterkategorien kann in drei verschiedenen Formen auf der Storefront dargestellt werden: Hauptnavigation, Footernavigation und Servicenavigation. Der Einstiegspunkt ist somit wichtig, weil Deine Kategorie sowie die Unterkategorien bestimmen, wie die jeweilige Navigation aufgebaut ist.

Hauptnavigation: Diese bietet sich immer dann an, wenn Du einen klassischen Kategorie Aufbau mitsamt Produkten oder Erlebniswelten darstellen willst. Die Navigation ist dann im Standard im oberen Bereich der Storefront, unterhalb des Shoplogos zu finden. Wenn Du also Deine Kategorie mit den jeweiligen Unterkategorien mit Produkten und Inhalten hast, wähle diese Navigation.

Footernavigation: Mit dieser Navigation kannst Du den Aufbau im unteren Bereich der Storefront (Footer) bestimmen. Diese Navigation bietet sich an, wenn Du Seiten wie Dein Impressum oder den Datenschutz einbauen willst. Der Aufbau und die Reihenfolge der Footernavigation richtet sich dann ebenfalls anhand Deiner Kategorie und den Unterkategorien.

Servicenavigation: Diese befindet sich oben rechts in der Storefront und wird hier ebenfalls wie die Footernavigation anhand einer Kategorie mit den jeweiligen Unterkategorien angezeigt.

Verkaufskanäle (2): Wähle hier, für welche Verkaufskanäle die Kategorie zur Verfügung stehen soll. Hier ist eine Mehrfachauswahl möglich.

Startseite konfigurieren (3): Soll die Kategorie zusätzlich in einem anderen Verkaufskanal als Startseite fungieren, kannst Du hier Konfigurationen vornehmen. Diese Konfigurationen greifen dann nur in dem Fall, wenn die Kategorie in dem ausgewählten Verkaufskanal als Startseite geöffnet wird.

Als Unterkategorie greifen weiterhin die hier getroffenen Einstellungen.


Menü Einstellungen

In den Menü-Einstellungen hinterlegst Du weitere Informationen zur Kategorie, diese können z.B. auch in den Erlebniswelten über die Datenzuordnung direkt in ein Element geladen werden.

Menü-Einstellungen

1 In der Navigation ausblenden

Anzegebild

2  molestias_692a3090a74ccaaba4c0b51f0c6da59c.jpg

Beschreibung

3 Et animi pariatur et temporibus neque. Consectetur sed corrupti minima iste dolorum sed. Quasi sint maiores porro autem et. Animi quae laudantium quam adipisci rerum ut.

169 Zeichen

In der Navigation ausblenden (1): Wenn Du diesen Schalter aktivierst, wird die Kategorie nicht in der Navigationsleiste angezeigt.

Anzegebild (2): Das Anzegebild wird z.B. im Ausklappmenü angezeigt, kann aber auch von Erlebnisweltelementen per Datenzuweisung automatisch eingebunden werden.

Beschreibung (3): Hinterlege hier eine für Deine Kunden sinnvolle Kategoriebeschreibung, um diesen so direkt einen Überblick über die Kategorie zu bieten. Die Beschreibung kann ebenfalls per Datenzuordnung in die Erlebniswelten eingebunden werden, ohne den Text dort noch einmal manuell pflegen zu müssen.

Produkte

Über die Produktzuweisung hast Du die Möglichkeit, der Kategorie Produkte zuzuordnen.

Produkt-Zuweisung

Typ *

1 Manuelle Auswahl

Produkte

2 Produkte durchsuchen und zuweisen ...

Name	Hersteller
Small Silk KidZone Chatterbox	Jacobi Inc.
Heavy Duty Leather Gumby's Choice	Abbott, Koeppe and Terry
Intelligent Wool Ouch Pouch	Leannon, Kuhn and Kunze

< 1 > Einträge pro Seite: 10

Typ (1): Du kannst Die Kategorie entweder manuell befüllen oder durch eine Dynamische Produktgruppe befüllen lassen. Wie Du eine Dynamische Produktgruppe erstellst, erfährst Du [hier](#).

Wenn Du schon Artikel manuell zugeordnet hast, den Typ dann aber nachträglich auf *Dynamische Produktgruppe* stellst, werden die Artikel in dieser Kategorie nicht mehr angezeigt. In darüberliegende Kategorien werden sie aber weiterhin angezeigt.

Produkte / Dynamische Produktgruppe (2): Wenn Du als Typ *Manuelle Auswahl* gewählt hast, kannst Du hier die Produkte manuell zuweisen. Hast Du als Typ *Dynamische Produktgruppe* gewählt, wählst Du hier die Dynamische Produktgruppe aus, die Du hier zuweisen möchtest.

Produktliste (3): Hier siehst Du eine Liste der aktuell zugewiesenen Produkte.

Layout

Hier definierst Du das Aussehen der Kategorie. Dazu weist Du ein in den Erlebnisswelten erstelltes Layout unter **Layout zuweisen** zu. Du kannst auch über die Schaltfläche **Neues Layout erstellen** direkt in den Erlebnisswelten-Editor wechseln und dort ein komplett neues Layout anlegen. (Informationen zur Bedienung des Editors in den Erlebnisswelten erhältst Du im Artikel [Erlebnisswelten](#)).

Layout-Zuweisung

Kein Layout zugewiesen

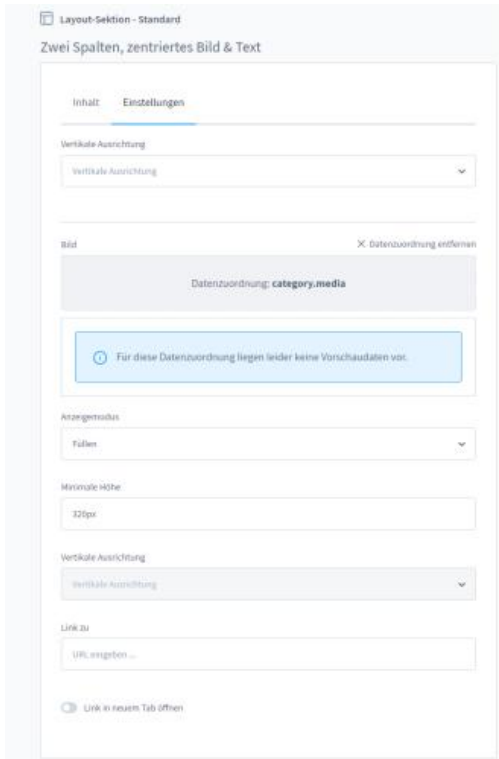
Standard-Layout Kategoriesite

Layout zuweisen Neues Layout erstellen

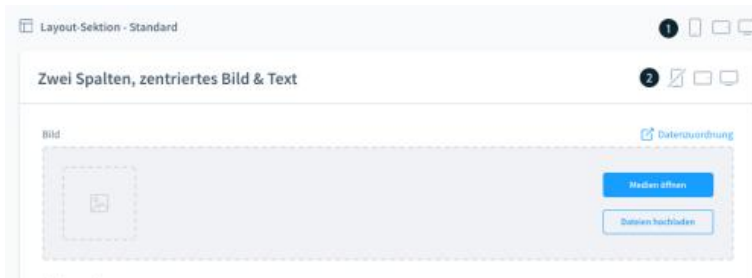
Sobald Du ein Layout ausgewählt hast, werden im Bereich Layout alle Segmente der gewählten Erlebnisswelt angezeigt. Zunächst wird Dir der Inhalt des Layouts nach Blöcken gruppiert angezeigt, daher variieren Art und Anzahl der Blöcke je nach Layout. Hier hast Du die Möglichkeit, den auszugebenden Inhalt direkt anzupassen, ohne dafür in die Erlebnisswelten zu wechseln und dort für jede Kategorie eine eigene

Kategorie-seite erstellen zu müssen.

Bitte beachte, dass die Einstellungen in der Layout-Selektion Deine Erlebniswelt-Konfiguration überschreiben kann.



Sichtbarkeit



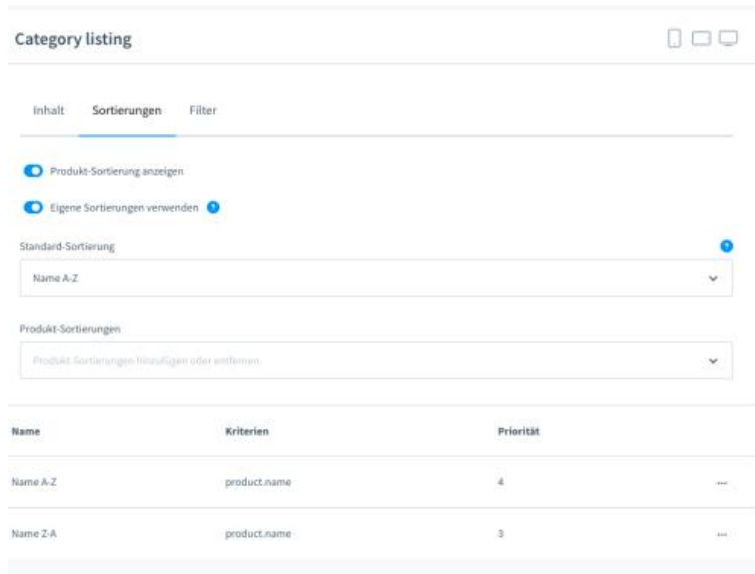
Wenn Du ein Layout hinzugefügt hast, siehst Du in welchem Viewport das Layout sichtbar ist **(1)**. Darunter siehst Du, ob das jeweilige Block-Element sichtbar ist **(2)**. In diesem Fall wird das Block-Element im mobilen Viewport ausgeblendet. Ob ein Layout oder ein Block in einem bestimmten Viewport ein- oder ausgeblendet wird, kannst Du direkt in der Konfiguration der [Erlebniswelt](#) festlegen.

Sortierungen

Hier hast Du die Möglichkeit unter Category listing die Produkte im Listing eine Sortierung zu vergeben. Wenn Du die Option "Produkt-Sortierung anzeigen" aktivierst, wird ein Drop-down-Menü im Frontend erstellt, welches die Sortierungsmöglichkeiten dem Kunden zur Verfügung stellt.

Aktivierst du die Option "Eigene Sortierung verwenden, so schaltest du zwei neue Optionen frei. In der Standard-Sortierung legst du fest, welche Sortierung immer als Fallback verwendet werden soll und dem User immer vorausgewählt werden soll. Über die Option Produkt-Sortierung kannst du eigene Sortierungen hinzufügen, die dann im Frontend ebenfalls zur Verfügung gestellt werden soll.

Mit der Priorität kannst du die Reihenfolge festlegen.



Name	Kriterien	Priorität	
Name A-Z	product.name	4	...
Name Z-A	product.name	3	...

SEO

Im Bereich SEO gibst Du die für die Suchmaschinen wichtigen Meta-Daten dieser Kategorie an. Neben einem SEO-Titel und einer SEO-Beschreibung kannst Du zusätzliche Schlüsselwörter (Keywords) eingeben, die bei der Suche in Suchmaschinen berücksichtigt werden.

Unter der Überschrift SEO URLs kannst Du für die Kategorie für jeden Verkaufskanal eine SEO URL festlegen. Diese richtet sich standardmäßig nach den getroffenen [SEO-Einstellungen](#).

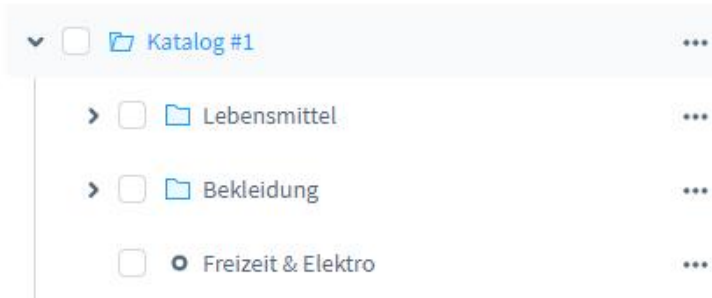
Beispiele zur Erstellung von neuen Kategorien

Hier möchten wir Dir einige Beispiele zur richtigen Erstellung von neuen Kategorien für Deinen Shop aufzeigen.

Beispiel 1:

Du möchtest Deiner obersten Kategorie "Katalog #1", welche bereits Deinem Verkaufskanal zugewiesen ist, weitere Kategorien (Lebensmittel, Bekleidung, Freizeit & Elektro) für Deine Produkte hinzufügen.

Kategoriestructur



In diesem Fall musst Du für die oberste Kategorie "Katalog #1" mittels des Kontextmenüs **neue Subkategorien** hinzufügen, damit die Kategorien auf unterer Ebene Deiner bisherigen Kategorie angelegt werden. Die Subkategorien werden dann in Deinem Shop als Kategorien für Deine Produkte angezeigt.

Demostore

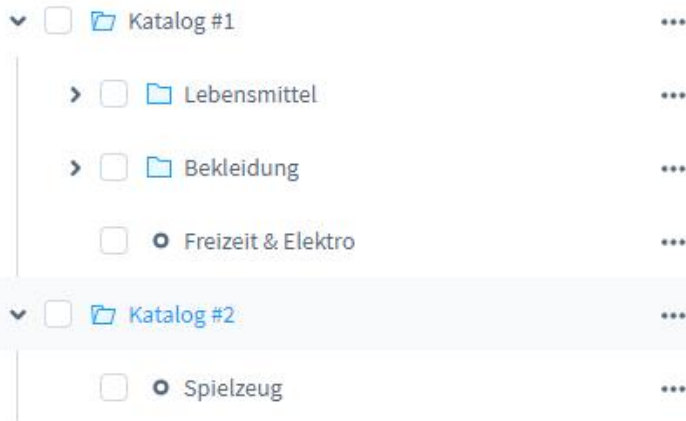
[Home](#) [Lebensmittel](#) [Bekleidung](#) [Freizeit & Elektro](#)

Beispiel 2:

Du möchtest für Deinen Subshop eigene Kategorien anlegen.

Hierfür erstellst Du am besten eine neue Kategorie, indem Du bei Deiner bisherigen Kategorie "Katalog #1" das Kontextmenü öffnest und anschließend auf **Neue Kategorie danach** klickst. Nun wird Dir eine Kategorie auf gleicher Ebene erstellt, welche Du bspw. "Katalog #2" nennst. Damit wieder die Kategorien für Deine Artikel angezeigt werden können, kannst Du - wie in Beispiel 1 erklärt - wieder neue Subkategorien hinzufügen.

Kategoriestructur



Landingpages

Landingpages sind Seiten, die in den Navigationen des Shops nicht auftauchen. Sie können von Extern erreicht werden unter der URL des Verkaufskanals + die individuelle URL der Landingpage.



Unterhalb der Kategorienübersicht findest Du die Übersicht der angelegten Landingpages. Anders als bei den Kategorien ist die Reihenfolge hier nicht wichtig. Über das **Kontextmenü (1)** auf der rechten Seite kannst Du die entsprechende Landingpage *entfernen*, *duplizieren* oder *bearbeiten*. Über den Button **Landingpage hinzufügen (2)** kannst Du eine komplett neue Landingpage anlegen.

Allgemein

Im Bereich Allgemein triffst Du zunächst die grundlegenden Einstellungen.

The screenshot shows the 'Allgemein' (General) settings for a landing page. It contains the following elements:

- Name ***: A text input field containing 'Oster Aktion'. A circled '1' is next to it.
- Landingpage ist aktiv**: A checkbox that is checked. A circled '2' is next to it.
- Verkaufskanäle ***: A dropdown menu with 'Storefront' selected. A circled '3' is next to it.
- Tags**: A dropdown menu with 'Gib einzelne Tags ein ...' selected. A circled '4' is next to it.

Name (1): Der Name der Landingpage wird in der Übersicht verwendet und als Titel der Landingpage verwendet.

Landingpage ist aktiv (2): Nur wenn dieser Haken aktiv ist, ist die Landingpage auch unter ihrer URL zu erreichen.

Verkaufskanäle (3): Wähle hier die Verkaufskanäle, in denen die Landingpage eingebettet werden soll. Die Landingpage ist nur zusammen mit der URL der ausgewählten Verkaufskanäle erreichbar.

Tags (4): Hier kannst Du dem Verkaufskanal Tags zuweisen, um ihn im Admin besser finden zu können.

SEO

Im Bereich SEO gibst Du die für die Suchmaschinen wichtigen Meta-Daten dieser Landingpage an. Neben einem SEO-Titel und einer SEO-Beschreibung kannst Du zusätzliche Schlüsselwörter (Keywords) eingeben, die bei der Suche in Suchmaschinen berücksichtigt werden.

The screenshot shows the 'SEO' settings form with the following fields:

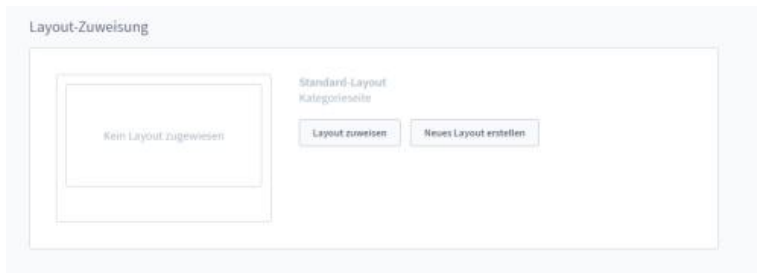
- Meta-Titel**: A text input field with the placeholder 'Gib einen Meta-Titel ein ...'.
- Meta-Beschreibung**: A text area with the placeholder 'Gib eine Meta-Beschreibung ein ...'.
- SEO-Schlüsselwörter**: A text input field with the placeholder 'Gib ein oder mehrere Schlüsselwörter ein ...'.
- SEO URL ***: A text input field containing the value 'ABC'.

Ein Pflichtfeld stellt dabei die **SEO URL** dar. Dies ist die URL, unter der die Landingpage direkt aufgerufen werden kann. Trägst Du hier zum Beispiel wie im Screenshot den Wert **ABC** ein, lautet die URL der Landingpage je nach Verkaufskanal **www.verkaufskanalurl.de/ABC**.

Bitte trage nur den Namen der Landingpage ein, wie z.B. auf dem Bild **ABC**. Die URL wird **automatisch** generiert.

Layout

Hier definierst Du das Aussehen der Landingpage. Dazu weist Du ein in den Erlebniswelten erstelltes Layout unter **Layout zuweisen** zu. Du kannst auch über die Schaltfläche **Neues Layout erstellen** direkt in den Erlebniswelten-Editor wechseln und dort ein komplett neues Layout anlegen. (Informationen zur Bedienung des Editors in den Erlebniswelten erhältst Du im Artikel [Erlebniswelten](#)).



Sobald Du ein Layout ausgewählt hast, werden im Bereich Layout alle Segmente der gewählten Erlebniswelt angezeigt. Zunächst wird Dir der Inhalt des Layouts nach Blöcken gruppiert angezeigt, daher variieren Art und Anzahl der Blöcke je nach Layout. Hier hast Du die Möglichkeit, den auszugebenden Inhalt direkt anzupassen, ohne dafür in die Erlebniswelten zu wechseln und dort für jede Landingpage eine eigene Seite erstellen zu müssen.

Dynamische Produktgruppen

Die Dynamischen Produktgruppen findest Du im **Admin** unter **Kataloge > Dynamische Produktgruppen**. Dynamische Produktgruppen sind Gruppen von Produkten, die durch dynamische Regeln gebildet werden und an verschiedenen Orten in Deinem Shop ausgespielt werden können.

Übersicht

In der Übersicht werden alle bereits angelegten Produktgruppen mit **Name** und der **Beschreibung** aufgeführt. Außerdem wird das **Datum der letzten Änderung** angegeben und der **Status** der Produktgruppe. Der Status sagt aus, ob eine Produktgruppe gültige Regeln verwendet und somit genutzt werden kann. Invalide kann eine Produktgruppe beispielsweise sein, wenn Regeln eines Plugins verwendet werden, welches deaktiviert ist.

Über das Kontextmenü in der letzten Spalte jeder Produktgruppe lässt sich diese **bearbeiten, duplizieren** oder komplett **löschen**. Mit dem Button **Produktgruppe anlegen** fügst Du der Übersicht eine neue Produktgruppe hinzu.

Produktgruppe anlegen

Informationen

Um eine neue dynamische Produktgruppe anzulegen hinterlegst Du zunächst im Bereich **Informationen** einen aussagekräftigen **Namen** und eine **Beschreibung**. Beides wird in der Übersicht zur besseren Orientierung angezeigt. Über die Schaltfläche **Speichern** kannst Du Deine Einstellungen dann speichern und bei Bedarf über **Speichern und duplizieren** direkt ein Duplikat der dynamischen Produktgruppe anlegen.

Bedingungen

Im Bereich Bedingungen definierst Du über ein entsprechendes Modul Regeln, um so zu bestimmen, welche Artikel zu dieser Produktgruppe gehören.

In diesem Modul wählst Du zunächst eine **Eigenschaft (1)** und eine entsprechende **Bedingung (2)** die erfüllt sein muss.

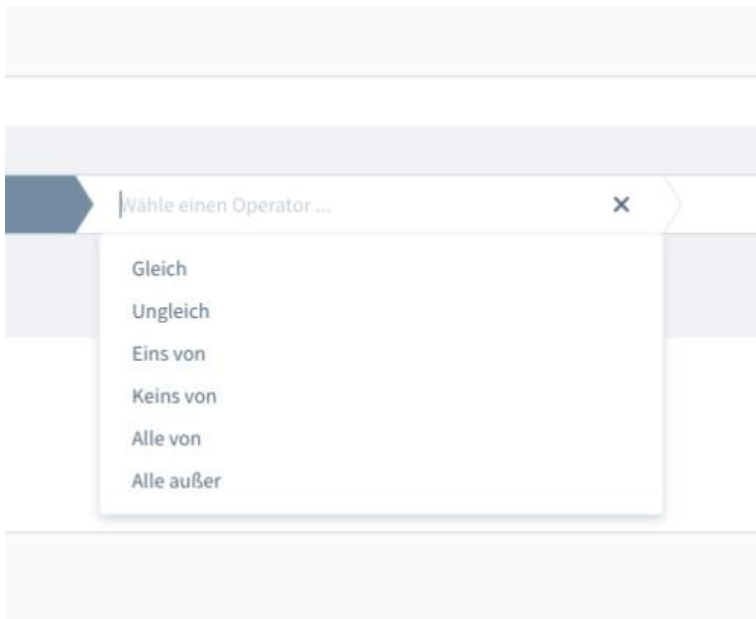
Über den Button **UND (3)** erzeugst Du eine weitere Bedingung, die ein Artikel erfüllen muss, um dieser Gruppe anzugehören. Neben einer UND-Verknüpfung, kannst Du eine weitere Bedingung auch als **ODER-Verknüpfung (4)** anlegen. In diesem Fall muss die eine oder die andere Bedingung erfüllt werden, damit der Artikel der Gruppe angehört.

Du kannst die Bedingungen auch durch den Button **UNTERBEDINGUNG (5)** verschachteln. In diesem Fall ist ein Artikel Teil der Produktgruppe, wenn er die Hauptbedingung sowie die Unterbedingung erfüllt. Die Unterbedingung kann dabei aus einer aber auch aus mehreren Bedingungen bestehen. Auch in der Unterbedingung hast Du dann wieder die Möglichkeit, eine weitere Unterbedingung anzulegen. Dies lässt sich unendlich fortführen.

Über das Kontextmenü (6) hinter der Bedingung kannst Du eine neue Bedingung direkt vor oder nach der jeweiligen Bedingung anlegen.

Der Button **Vorschau (7)** zeigt dir alle Produkte, die der dynamischen Produktgruppe mit den aktuell ausgewählten Bedingungen angehören würden.

Operatoren



Folgende Operatoren stehen zur Verfügung:
Gleich, Ungleich, Eins von, Keins von, Alle von, Alle außer.

Beispiele

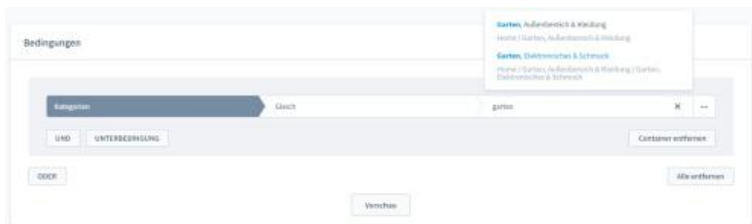
Nachfolgend führen wir einige Beispiele auf, wie eine Produktgruppe aussehen kann. Generell basieren die Bedingungen einer dynamischen Produktgruppe aus Regeln des Rule Builders. Wie dieser grundlegend verwendet wird erfährst Du [hier](#).

Produkt-Bedingung



In diesem Fall besteht die dynamische Produktgruppe aus den ausgewählten Produkten.

Kategorie-Bedingung



In diesem Beispiel beinhaltet die Produktgruppe alle Produkte, welche den ausgewählten Kategorien zugewiesen sind. Anhand des angezeigten Kategoriepfades lassen sich einzelne Kategorien genauestens identifizieren.

Eigenschaften - Bedingung

In diesem Beispiel sind alle Produkte enthalten, die eine bestimmte Eigenschaft besitzen.

Eigenschafts-Ausprägung

Diese Bedingung beinhaltet die Eigenschafts-Ausprägung einer Eigenschaft.

Tag-Bedingung

In diesem Beispiel sind alle Produkte Teil der Produktgruppe, wenn Sie als Tag **Aktionsartikel** hinterlegt haben **UND** wenn es sich um Abverkaufsartikel handelt.

Preisbedingung

In diesem Beispiel sind alle Produkte Teil der Produktgruppe, dessen Preis höher als 100 Euro ist. Der Wert 100 bezieht sich dabei auf die Währung, die den Faktor 1 hat.

Lagerbestand Bedingung

In diesem Beispiel sind alle Produkte Teil der Produktgruppe, dessen Lagerbestand größer als 20 ist.

Mehrere Bedingungen

The screenshot shows a rule configuration interface. At the top, there are dropdown menus for 'Tag' (set to 'Aktionsartikel'), 'Operator' (set to 'Gleich'), and 'Wert' (set to 'Aktionsartikel'). Below this, there are two conditions. The first condition is 'ist Aktionsartikel' with a value of 'ja'. The second condition is 'Hersteller' with a value of 'Aktionsartikel', 'Operator' set to 'Gleich', and 'Wert' set to 'Shqipari AG'. The conditions are connected by an 'UND' operator. There are buttons for 'Container entfernen', 'Alle entfernen', and 'Vorschau'.

In diesem Beispiel müssen zwei Bedingungen erfüllt werden, damit ein Artikel zu dieser Produktgruppe zählt. Zum einen muss im Artikel der Tag **Aktionsartikel** hinterlegt sein. Die zweite Bedingung gilt als erfüllt, wenn der Artikel entweder ein Abverkaufsartikel ist, oder es sich um einen Artikel eines bestimmten **Herstellers** handelt.

The screenshot shows a rule configuration interface. The condition is 'Hersteller' with a value of 'Alle außer'. The 'Operator' is set to 'Alle außer' and the 'Wert' is set to 'Shqipari AG'. There are buttons for 'Container entfernen', 'Alle entfernen', and 'Vorschau'.

Wenn Du mehrere Bedingungen nutzen willst und dabei ein **UND** einbaust, solltest Du mit den Operatoren **Alle außer** bzw. **Alle von** arbeiten.

Zusatzfelder

The screenshot shows a rule configuration interface. The condition is 'checkbox' with a value of 'ja'. There are buttons for 'Container entfernen', 'Alle entfernen', and 'Vorschau'.

Neben den standardmäßigen Eigenschaften, die Dir in dem Dropdown zur Verfügung stehen, kannst Du auch selbst konfigurierte Zusatzfelder nutzen. In diesem Beispiel wird ein individuelles Zusatzfeld vom Typ "Checkbox" genutzt, welches zuvor angelegt wurde. Weitere Informationen zu den Zusatzfeldern findest Du [hier](#).

Lieferzeit Bedingungen

The screenshot shows a rule configuration interface. The condition is 'Lieferzeit' with a value of 'Woch'. There are buttons for 'Container entfernen', 'Alle entfernen', and 'Vorschau'.

Die in einem Produkt definierte "Lieferzeit" kann als Kriterium für dynamische Produktgruppen verwendet werden.

Bei der Auswahl der verfügbaren Lieferzeiten richtet sich die Anzeige und Sortierung der verfügbaren Optionen nach den vom Händler in den Einstellungen des Admins frei definierten und bereits im jeweiligen Produkt auswählbaren Lieferzeiten.

Wird eine bestehende Lieferzeit entfernt, so wird auch die Lieferzeit innerhalb der Bedingung zur dynamischen Produktgruppe entfernt.

Dynamische Produktgruppen zuweisen

Kategorien

Du hast die Möglichkeit, den Inhalt einer Kategorie dynamisch zu füllen. Dies bietet sich z.B. für Sales- oder Herstellerspezifische-Kategorien an. Informationen zur Verwaltung der Kategorien erhältst Du [hier](#).

Produktvergleiche

In den Produktvergleichen werden die dynamischen Produktgruppen benötigt, um den Feed mit Inhalt zu füllen. [Hier](#) findest Du weitere Details zu den Produktvergleichen.

Erlebniswelten

In den Erlebniswelten kannst Du dynamische Produktgruppen verwenden, um Produkt-Slider zu füllen. Das Element Produkt-Slider findest Du in der Block-Kategorie **Commerce**. Weitere Informationen zu den Erlebniswelten findest Du [hier](#).

Bewertungen

In Shopware 6 haben Deine Kunden die Möglichkeit Deine Produkte zu bewerten. Die Bewertungen landen dann in der Administration, wo Du diese kontrollieren, freigeben und auch kommentieren kannst.

Administration

Du findest die Bewertungen in der Administration unter **Kataloge > Bewertungen**.

Übersicht

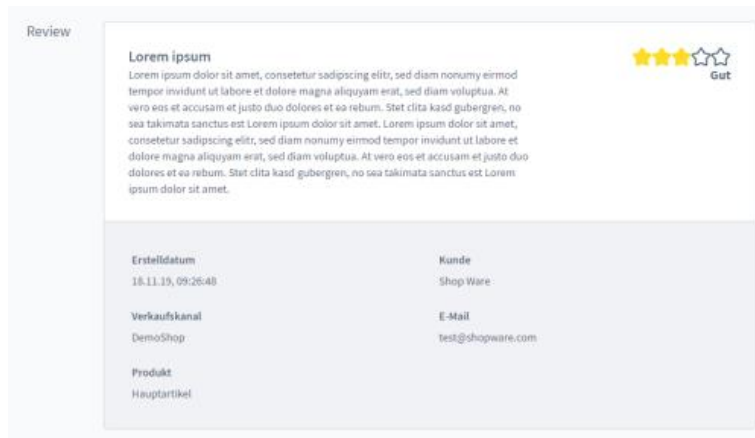
Bewertungen 0

ID	Titel	Stärke	Produkt	Kunde	Erstellt am	Sichtbar	Kommentiert	
1	Leinwand	★★★★	Handgezeichnet	Shop-Wire	18.11.2019 10:30:43	X	X	---
2	Leinwand über	★★★★	Handgezeichnet	Shop-Wire	18.11.2019 10:31:14	X	X	---

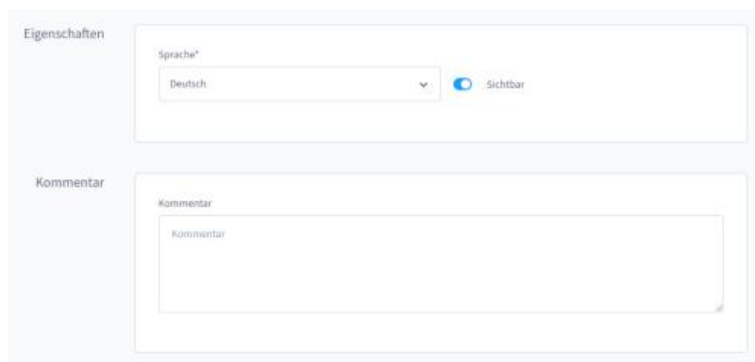
In der Übersicht siehst Du direkt alle relevanten Informationen zu der Bewertung. Du siehst hier den Titel, die vergebenen Sterne, das bewertete Produkt, den Kunden, von dem die Bewertung stammt und das Datum sowie die Uhrzeit der Bewertung. Außerdem siehst Du in der Übersicht, ob die Bewertung aktuell angezeigt wird und ob sie vom Shopbetreiber kommentiert wurde.

Über das Kontextmenü auf der rechten Seite kannst Du in die Details der Bewertung gelangen oder die entsprechende Bewertung löschen.

Details



In den Bewertungsdetails erhältst Du zunächst eine Zusammenfassung mit allen wichtigen Informationen der Bewertung. Neben den Informationen, die in der Übersicht schon angezeigt werden, wird Dir hier nun auch der komplette Bewertungstext angezeigt.



Unter **Eigenschaften** kannst Du die Bewertung einblenden bzw. ausblenden und entscheiden, für welche Sprache die Bewertung im Frontend angezeigt werden soll. In allen anderen Sprachen wird diese Bewertung erst dann angezeigt, wenn der Kunde sich explizit die Bewertungen aller Sprachen anzeigen lassen möchte.

Zuletzt kannst Du dann noch einen **Kommentar** hinzufügen. Wenn Du einen Kommentar zu einer Bewertung schreibst, wird dieser im Frontend unterhalb der Bewertung angezeigt.

Bewertungen deaktivieren

Möchtest Du nicht, dass Deine Kunden Produktbewertungen abgeben können, kannst Du die Bewertungsfunktion je Verkaufskanal deaktivieren. In diesem Fall wird der Bewertungs-Tab auf der Produktdetailseite vollständig ausgeblendet und somit dann auch keine bereits verfassten Bewertungen angezeigt.

Dies ist in den **Einstellungen** unter **Shop > Produkte > Bewertungen** anzeigen möglich. Weitere Informationen zu den Produkt-Einstellungen findest Du in [dieser Dokumentation](#).

Ihre Bewertung*

★★★★☆ Gut

Titel*

>Lorem ipsum

Ihr Kommentar*

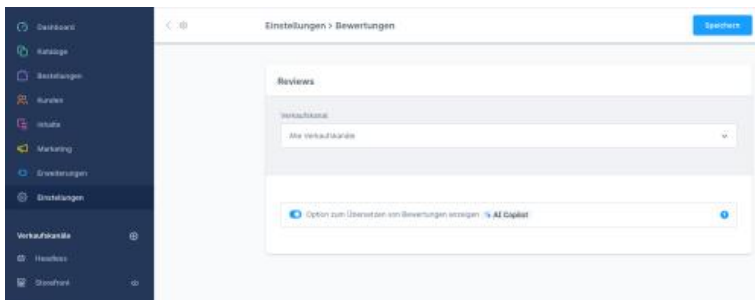
>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed diam nonummy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Slet citta kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonummy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Slet citta kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.

* hierbei handelt es sich um ein Pflichtfeld

Abbrechen Abschicken

KI-generierte Übersetzung

Mit dem Shopware AI Copilot haben Deine Kunden die Möglichkeit, Bewertungen in Ihre Sprache übersetzen zu lassen.



Die Funktion aktivierst Du in den **Einstellungen** unter **Bewertungen**. Dort kannst Du ebenfalls festlegen, für welchen Verkaufskanal die Übersetzungs-Funktion verfügbar sein soll.



Die Funktion ist nun in der Storefront in den Bewertungen der Produktdetailseite verfügbar. Per Klick **(1)** wird die Bewertung mithilfe der KI ins Englische übersetzt.



Die übersetzte Bewertung kann ebenfalls wieder in der ursprünglichen Sprache, in der die Bewertung verfasst wurde, angezeigt werden. Klicke dazu einfach wieder auf **Original anzeigen (1)**.

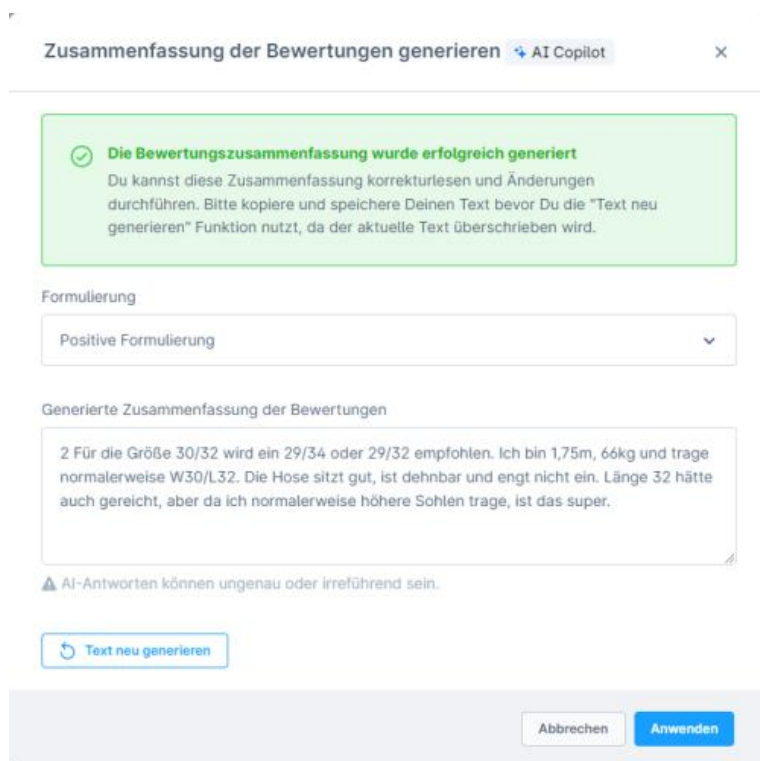
AI-generierte Zusammenfassung der Bewertungen

Die AI-generierte Zusammenfassung der Bewertungen steht Dir ab dem Plan Shopware Rise zur Verfügung.

Für jedes Produkt, das bereits Bewertungen erhalten hat hast Du die Möglichkeit im Frontend eine Zusammenfassung aller Bewertungen anzeigen zu lassen. Öffne dazu das entsprechende Produkt und wechsel auf den Reiter **Bewertungen**. Unter den Bewertungen findest Du die AI Copilot, über den Du die Bewertungen zusammenfassen lassen kannst.



Basierend auf allen verfügbaren Produktbewertungen kann der AI Copilot eine Zusammenfassung der Bewertungen erstellen.



Nachdem Du den AI Copilot geöffnet hast, kannst Du zunächst eine Formulierung wählen. Wähle hier aus, ob die Zusammenfassung **neutral** oder **positiv** formuliert sein soll. Wenn Du anschließend auf Text neu generieren klickst, wird die Zusammenfassung der Bewertungen generiert. Beachte hierbei, dass diese von einer KI generiert wurde. Die Zusammenfassung kann daher ungenau oder irreführend werden. Für diesen Fall hast Du die Möglichkeit die AI-generierte Zusammenfassung selber anzupassen. Sobald Du mit dem erstellten und angepassten Text zufrieden bist, kannst Du ihn mit dem Button **Anwenden** übernehmen.

In der Übersicht kannst Du nun abschließend entscheiden, ob diese Zusammenfassung auch in der Storefront angezeigt werden soll. Über das Kontextmenü lässt sich die Zusammenfassung jederzeit neu generieren oder bearbeiten.

Das Hauptprodukt überzeugt als komfortabler Blickfang in jeder Einrichtung durch seine hervorragende Qualität, ergonomische Form, strapazierfähige Bezugsstoffe und angenehme Sitzfläche.

Die Zusammenfassung wird in der Storefront über den Bewertungen angezeigt, damit der Nutzer die wichtigsten Kritiken erkennen kann, ohne alle Bewertungen durchlesen zu müssen.

Beschreibung Bewertungen

##

Das sagen unsere Kunden

Als Kunde bin ich rundum beeindruckt von dem Hauptprodukt. Es bietet einen außergewöhnlichen Komfort und unterstützt meine Rückengesundheit auf bemerkenswerte Weise. Die braune Farbe fügt sich perfekt in jedes Ambiente ein und zieht alle Blicke auf sich. Die großzügige Polsterung ermöglicht eine weiche und angenehme Sitzfläche, während die ergonomisch geformte Rückenlehne wirksamen Verspannungen und Rückenschmerzen entgegenwirkt. Die Qualität des Gewebes ist erstklassig und die selbstreinigenden Bezugsstoffe sind sowohl praktisch als auch angenehm auf der Haut. Der Ergo-Beissel bietet nicht nur Komfort, sondern auch eine hervorragende Flexibilität in meine Rückengesundheit. Ich kann die uneingeschränkt empfehlen, wobei ich die Komfort und Wohlfühlenden gen.

2 von 2 Bewertungen

★★★★★ 5 von 5 Sternen

Bewertungen nur in der aktuellen Sprache anzeigen

Sortiert nach

Relevante Bewertung

- Perfekt ist 100%
- Sehr gut ist 0%
- Gut ist 0%
- Mäßig ist 0%

Mit 25. 10/23 07:28

★★★★★ **Ja das stimmt**

Als Kunde bin ich rundum beeindruckt von dem Hauptprodukt. Es bietet einen außergewöhnlichen Komfort und unterstützt meine Rückengesundheit auf bemerkenswerte Weise. Die braune Farbe fügt sich perfekt in jedes Ambiente ein und zieht alle Blicke auf sich. Die großzügige Polsterung ermöglicht eine weiche und angenehme Sitzfläche, während die ergonomisch geformte Rückenlehne wirksamen Verspannungen und Rückenschmerzen entgegenwirkt. Die Qualität des Gewebes ist erstklassig und die selbstreinigenden Bezugsstoffe sind sowohl praktisch als auch angenehm auf der Haut. Der Ergo-Beissel bietet nicht nur Komfort, sondern auch eine hervorragende Flexibilität in meine Rückengesundheit. Ich kann die uneingeschränkt empfehlen, wobei ich die Komfort und Wohlfühlenden gen.

Bestellungen

In diesem Bereich erfährst Du alles rund um das Thema Bestellungen innerhalb der Administration.

Wir gehen hier auf die Übersicht, sowie die Konfiguration zu den Bestellungen Deiner Kunden ein und erläutern Dir im Detail, was es hier zu beachten gibt.

Bestellung im Admin anlegen

Es kann Situationen geben, in denen Du eine Bestellung manuell für den Kunden erfassen möchtest. Hierzu gibt es in der Administration ein Modul, über das Du Bestellungen anlegen kannst.

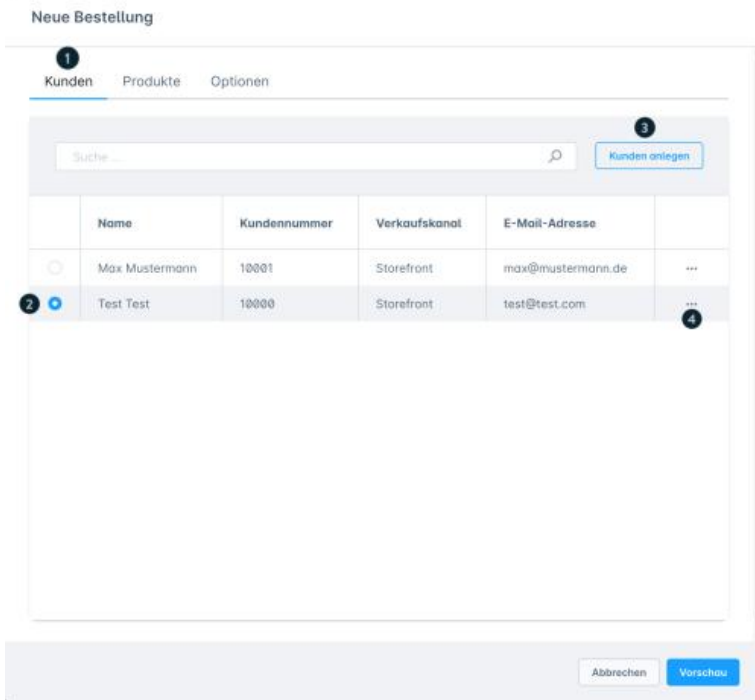
Allgemein

In der Bestellübersicht kannst Du über den Button **Bestellung anlegen (1)** die Maske für das Erstellen einer neuen Bestellung aufrufen.

Bestellnummer	Verkaufskanal	Kundenname	Rechnungsadresse	Bestellwert	Bestellstatus	Zahlungsstatus	Informations	Bestelldatum	
2000	Headline	Jean Ponce	Müllerstrasse, 10000 Hannover	14.232,20 €	offen	offen	offen	2020-04-15T12:00:00+00:00	...
2000	Headline	Udo Smith	Helmke Park, 10000 Lufthafen	13.000,20 €	offen	offen	offen	2020-04-15T12:00:00+00:00	...
2000	Headline	Udo Johnson	Willy Loh, 10000 10000 Hannover	10.000,00 €	offen	offen	offen	2020-04-15T12:00:00+00:00	...
2000	Headline	Armin Ebert	Börsenstr. 36/37, 10000 Hannover	11.000,00 €	offen	offen	offen	2020-04-15T12:00:00+00:00	...
2000	Headline	Armin Ebert	Börsenstr. 36/37, 10000 Hannover	10.450,00 €	offen	offen	offen	2020-04-15T12:00:00+00:00	...
2000	Headline	Helmke	Rechtsweg, 10000 Hannover	11.000,00 €	offen	offen	offen	2020-04-15T12:00:00+00:00	...
2000	Headline	Wendel Schult	Wendel, 10000 10000 Hannover	11.000,00 €	offen	offen	offen	2020-04-15T12:00:00+00:00	...
2000	Headline	Steffen Spitzer	Wendel, 10000 10000 Hannover	11.000,00 €	offen	offen	offen	2020-04-15T12:00:00+00:00	...
2000	Headline	Helmke	Börsenstr. 36/37, 10000 Hannover	11.000,00 €	offen	offen	offen	2020-04-15T12:00:00+00:00	...
2000	Headline	Jean Ponce	Müllerstrasse, 10000 Hannover	10.000,00 €	offen	offen	offen	2020-04-15T12:00:00+00:00	...
2000	Headline	Udo Johnson	Willy Loh, 10000 10000 Hannover	10.000,00 €	offen	offen	offen	2020-04-15T12:00:00+00:00	...
2000	Headline	Armin Ebert	Börsenstr. 36/37, 10000 Hannover	11.000,00 €	offen	offen	offen	2020-04-15T12:00:00+00:00	...
2000	Headline	Armin Ebert	Börsenstr. 36/37, 10000 Hannover	10.450,00 €	offen	offen	offen	2020-04-15T12:00:00+00:00	...
2000	Headline	Helmke	Rechtsweg, 10000 Hannover	11.000,00 €	offen	offen	offen	2020-04-15T12:00:00+00:00	...
2000	Headline	Wendel Schult	Wendel, 10000 10000 Hannover	11.000,00 €	offen	offen	offen	2020-04-15T12:00:00+00:00	...
2000	Headline	Steffen Spitzer	Wendel, 10000 10000 Hannover	11.000,00 €	offen	offen	offen	2020-04-15T12:00:00+00:00	...
2000	Headline	Helmke	Börsenstr. 36/37, 10000 Hannover	11.000,00 €	offen	offen	offen	2020-04-15T12:00:00+00:00	...
2000	Headline	Jean Ponce	Müllerstrasse, 10000 Hannover	10.000,00 €	offen	offen	offen	2020-04-15T12:00:00+00:00	...
2000	Headline	Udo Johnson	Willy Loh, 10000 10000 Hannover	10.000,00 €	offen	offen	offen	2020-04-15T12:00:00+00:00	...
2000	Headline	Armin Ebert	Börsenstr. 36/37, 10000 Hannover	11.000,00 €	offen	offen	offen	2020-04-15T12:00:00+00:00	...
2000	Headline	Armin Ebert	Börsenstr. 36/37, 10000 Hannover	10.450,00 €	offen	offen	offen	2020-04-15T12:00:00+00:00	...
2000	Headline	Helmke	Rechtsweg, 10000 Hannover	11.000,00 €	offen	offen	offen	2020-04-15T12:00:00+00:00	...
2000	Headline	Wendel Schult	Wendel, 10000 10000 Hannover	11.000,00 €	offen	offen	offen	2020-04-15T12:00:00+00:00	...
2000	Headline	Steffen Spitzer	Wendel, 10000 10000 Hannover	11.000,00 €	offen	offen	offen	2020-04-15T12:00:00+00:00	...

Bestellung anlegen

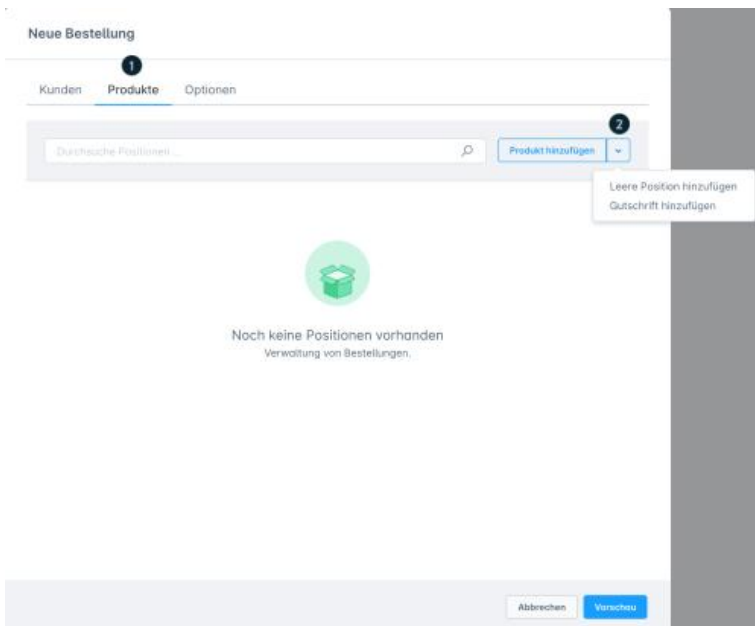
Kunden auswählen



Wenn Du eine neue Bestellung anlegst, musst Du zu allererst im Bereich **Kunden (1)** einen Eintrag aus der Kundenliste wählen **(2)**. In der Kundenliste werden Dir neben dem Namen zusätzlich die Kundennummer, der Verkaufskanal und die E-Mail-Adresse angezeigt. Alternativ kannst Du auch direkt aus dem Menü heraus einen neuen **Kunden anlegen (3)**. Über das Bearbeitungs-Symbol **(4)** kannst Du zudem den Kunden direkt aufrufen.

Produkte

Im Bereich **Produkte (1)** kannst Du anschließend Positionen bzw. Produkte für die Bestellung hinzufügen. Beachte bitte, dass das Suchfeld nur die Positionen dieser Bestellung durchsucht. Wie Du Positionen hinzufügen kannst, erfährst Du in den nächsten Abschnitten.



Position hinzufügen

Neue Bestellung

Kunden Produkte Optionen

Durchsuche Positionen ...

	Menge	Name	Bruttopreis	Steuersatz	Gesamt
<input type="checkbox"/>	1	product 02	...	19	...

Um ein Produkt der Bestellung hinzuzufügen, ist es zunächst erforderlich, eine neue Bestellposition hinzuzufügen. Dies ist über den Button **Produkt hinzufügen** möglich.

Nachdem die Zeile hinzugefügt wurde, kannst Du das gewünschte **Produkt auswählen (2)**. Hierzu klickst Du doppelt in die Zeile und die Bearbeitung ist nun möglich. Der Preis des Produkts wird zunächst automatisch ermittelt, kann aber später geändert werden. Ob die Preisspalte in Brutto oder Netto ausgewiesen wird, ist von der Kundengruppe, der der Kunde zugewiesen ist, abhängig. Anhand des Preises und der **Menge (1)** wird der Gesamtpreis berechnet.

Als **Steuersatz (4)** wird nach Anlage der Position der Standard-Steuersatz des Produkts eingetragen. Nach Anlage der Position ist es möglich, den Steuersatz zu ändern.

Über den **Button mit dem Häkchen (4)** kannst Du Deine Eingaben bestätigen und der Datensatz wird gespeichert.

Leere Position hinzufügen

Eine leere Position dient dazu, ein nicht im Shop existierendes Produkt hinzuzufügen. Du hast somit die Möglichkeit, schnell eine Position hinzuzufügen zu können, ohne vorher ein Produkt im Shop dafür anlegen zu müssen.

Neue Bestellung

Kunden Produkte Optionen

Durchsuche Positionen ...

	Menge	Name	Bruttopreis	Steuersatz	Gesamt
<input type="checkbox"/>	1	Name	0	0	...

Leere Position hinzufügen
Gutschrift hinzufügen

Eine leere Position kannst Du im **Dropdown-Menü neben dem "Produkt hinzufügen"-Button (1)** über den Punkt **Leere Position hinzufügen (2)**. Die hierüber hinzugefügte Zeile kannst Du anschließend über einen Doppelklick bearbeiten.

Als **Name (4)** hinterlege eine Bezeichnung für die Position, diese wird später z.B. auch in der Bestellbestätigung und auf den Dokumenten der Bestellung ausgegeben.

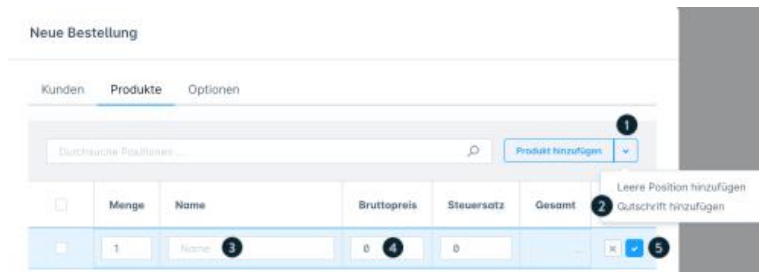
Damit der **Bruttopreis (5)** korrekt ausgegeben wird, ist es erforderlich, zunächst den **Steuersatz (6)** der Position zu hinterlegen.

Nachdem Du noch die **Menge (3)** hinzugefügt hast, kannst Du Deine Eingaben über den **Button mit dem Häkchen (7)** speichern.

Der Gesamtpreis wird dann automatisch berechnet.

Gutschrift hinzufügen

Hierüber kannst Du eine Position erstellen, über die Du eine manuelle Gutschrift (unabhängig einer evtl. bestehenden Rabattaktion) für die Bestellung hinterlegen kannst.



Um eine entsprechende Position zur Bestellung hinzuzufügen, öffne zunächst das Menü neben dem **"Produkt hinzufügen"-Button (1)** und wähle dort **Gutschrift hinzufügen (2)** aus.

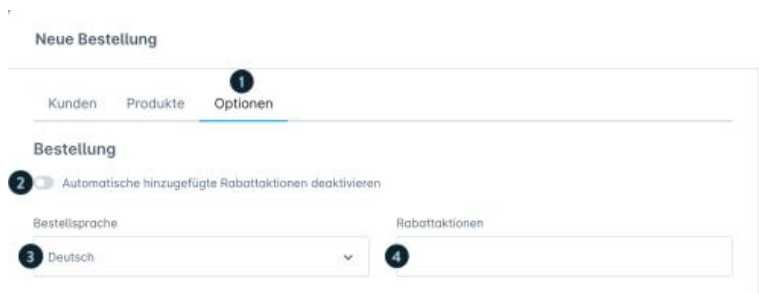
Hierdurch wird eine neue, leere Position hinzugefügt, die Du mit einem Doppelklick in die Zeile zur Bearbeitung öffnen kannst.

In der Spalte **Name (3)** hinterlegst Du eine Bezeichnung für die Gutschrift. Diese sollte nach Möglichkeit aussagekräftig sein, da diese später auch auf den Dokumenten zur Bestellung ausgegeben wird. Die letzte notwendige Information ist der Wert, den die Gutschrift haben soll. Dies wird in der Spalte **Bruttopreis (4)** hinterlegt.

Der Steuersatz wird automatisch anhand der Produktpositionen, die in der Bestellung hinterlegt werden, ermittelt. Eine manuelle Anpassung des Steuersatzes ist daher nicht möglich.

Abschließend speicherst Du Deine Eingabe über den **Häkchen-Button (5)**.

Optionen



Optionen (1). Dort kannst Du Konfigurationen zur Bestellung, zur Zahlung und zum Versand vornehmen.

Automatische Rabattaktionen (2): Aktiviere diese Option, wenn Du bereits hinzugefügte Rabattaktionen deaktivieren möchtest.

Bestellsprache (3): Hierüber legst Du fest, in welcher Sprache die E-Mails und Dokumente erstellt werden sollen.

Rabatt (4): Wenn Du der Bestellung einen Rabatt gewähren willst, kannst Du hier den Rabatt-Code hinterlegen.

The screenshot shows a checkout form with the following elements:

- Zahlungsart (5):** A dropdown menu with "Invoice" selected.
- Rechnungsadresse* (6):** A dropdown menu with "Teststreet, 12345, test, Germany" selected.
- Währung (7):** A dropdown menu with "Euro" selected.
- Versandart (8):** A dropdown menu with "Standard" selected.
- Versandkosten (9):** A text input field containing "3.99" and a Euro symbol (€).
- Lieferadresse ist gleich Rechnungsadresse (10):** A checked radio button.
- Lieferadresse* (11):** A dropdown menu with "Wie Rechnungsadresse" selected.
- Buttons (12):** "Abbrechen" (grey) and "Vorschau" (blue).

Zahlungart (5): Hinterlege die zu verwendende Zahlungsart. Zur Auswahl stehen die für den Verkaufskanal verfügbaren Zahlungsarten

Sollte eine Zahlungsart nicht aufgeführt sein, prüfe bitte, ob die Zahlungsart "Als nachträgliche Zahlart erlauben" markiert und dem Verkaufskanal zugewiesen ist.

Eine PayPal-Bezahlung kann nach Anlage der Bestellung durch den Kunden im Kunden-Account aufgerufen werden. Weitere Details hierzu findest Du im Abschnitt [Bestellung per PayPal bezahlen](#)

Rechnungsadresse (6): Wähle aus dem Dropdown eine Rechnungsadresse aus.

Währung (7): Wähle aus den für den Verkaufskanal freigegebenen Währungen aus.

Versandart (8): Wähle eine Deiner Versandarten aus.

Versandkosten (9): Hier kannst Du einen individuellen Versandkosten-Betrag eingeben. Die Währung passt sich automatisch an, sobald Du eine Währung ausgewählt hast.

Lieferadresse ist gleich Rechnungsadresse (10): Aktiviere diese Option, wenn Du die Rechnungsadresse verwenden möchtest.

Lieferadresse (11): Wenn Du die vorherige Option aktivierst, wird automatisch die Rechnungsadresse genutzt. Falls Du die vorherige Option nicht aktiviert hast, kannst Du hier eine abweichende Lieferadresse auswählen.

Wenn Du alle Angaben vorgenommen hast, klicke auf **Vorschau (12)**.

Beachte: Die Bestellung ist damit noch nicht gespeichert!

Bestellung speichern

Neue Bestellung English Abbrechen **Bestellung speichern**

Allgemein Details

Info

Test Test (test@test.com) 303,99 €
mit Standard und Rechnung

Zahlungstatus: Entwurf Lieferstatus: Entwurf Bestellstatus: Entwurf

Tags hinzufügen ...

Positionen

Durchsuche Positionen ... Produkt hinzufügen

<input type="checkbox"/>	Menge	Name	Bruttopreis	Steuersatz	Gesamt	
<input type="checkbox"/>	3 x	product 02	100,00 €	19 %	300,00 €	...
Summe					300,00 €	
Versandkosten					3,99 €	
Gesamtsumme ohne MwSt.					255,45 €	
zzgl. 19% MwSt.					48,54 €	
Gesamtsumme inkl. MwSt.					303,99 €	

Um die Bestellung abschließend anzulegen, klicke auf den Button **Bestellung speichern (1)**. Nachdem die Bestellung gespeichert wurde, wird die Bestellbestätigungs-E-Mail an die im Kundenkonto hinterlegte E-Mail-Adresse gesendet.

Versandkosten manuell ändern

In machen Fällen kann es auch gewünscht sein, vom Standard abweichende Versandkosten zu berechnen. Hierzu hast Du die Möglichkeit, die Versandkosten für diese Bestellung zu ändern.

Positionen

Durchsuche Positionen ... Produkt hinzufügen

<input type="checkbox"/>	Menge	Name	Bruttopreis	Steuersatz	Gesamt	
<input type="checkbox"/>	3 x	product 02	100,00 €	19 %	300,00 €	...
Summe					300,00 €	
Versandkosten					3,9	<input type="checkbox"/>
Gesamtsumme ohne MwSt.					255,45 €	
zzgl. 19% MwSt.					48,54 €	
Gesamtsumme inkl. MwSt.					303,99 €	

Um die Versandkosten anzupassen, klicke doppelt auf den Eintrag mit den **Versandkosten (1)** unterhalb der Bestellpositionen. Hierdurch wird der Bearbeitungsmodus geöffnet und Du kannst die gewünschten Versandkosten eintragen.

Details

Neue Bestellung Englisch Abbrechen Bestellung speichern

1 Details

Zahlung 2

Rechnungsadresse *
Teststr. 12345, Test, Germany

Zahlungsort *
Invoice

Währung *
Euro

Versand 3

Lieferadresse *
Wie Rechnungsadresse

Versandort *
Standard

Versandkosten *
\$ 00

Lieferdatum
2020-02-01

Bestellung 4

E-Mail-Adresse *
test@mytest.com

Telefonnummer *
+49 151 1234567890

Verkaufskanäle *
Standard

Bestellsprache *
English

Robotikaktion hinzufügen
+30 (Standard) Eingabe...

Automatisch hinzugefügte Robotikaktionen deaktivieren

Wenn Du die Bestellung gespeichert hast, findest Du im Bereich **Details (1)** alle nochmals wichtigen Informationen zu **Zahlung (2)**, **Versand (3)** und Allgemeines zur **Bestellung (4)** zur Einsicht.

Weitere Funktionen

Kunden anlegen

Solltest Du eine Bestellung für eine Person anlegen wollen, die noch kein Kunde ist, musst Du nicht erst in die Kundenübersicht wechseln. Du kannst direkt über den Button **Kunden anlegen** ein Modul mit allen notwendigen Funktionen aufrufen.

Im Tab **Details (1)** trägst Du die allgemeinen Informationen zum Kunden ein.

Du kannst hier auch festlegen, ob der Kunde nur als Gast hinterlegt werden soll. In diesem Fall ist es nicht erforderlich, ein Passwort zu vergeben. Der Kunde kann sich dann später jedoch nicht in den Account-Bereich im Frontend einloggen.

Unter **Rechnungsadresse (2)** kannst Du alle relevanten Daten für die Rechnungsadresse hinterlegen. Das Gleiche gilt für die **Lieferadresse (3)**. Sollte diese mit der Rechnungsadresse übereinstimmen, kannst Du dies über den Schalter entspricht Rechnungsadresse bestätigen. In diesem Fall brauchst Du die Daten kein zweites Mal einzugeben.

Position löschen

Die Möglichkeit, eine Position aus der Bestellung wieder herauszulöschen wird eingeblendet, sobald Du die Checkbox am Anfang der gewünschten Position anklickst.

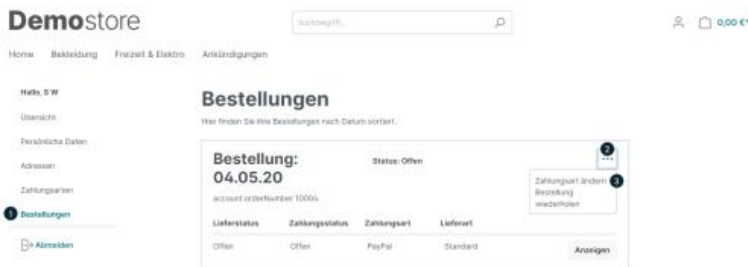
Die Checkbox in der Überschriftenzeile ermöglicht es Dir, alle Positionen zu markieren.

Bestellung per PayPal bezahlen

Wenn Du eine Bestellung für einen Kunden im Admin anlegst und der Kunde per PayPal bezahlen möchte, ist der Bezahlvorgang nach Anlage der Bestellung durch den Kunden durchzuführen.

Hierzu hat der Kunde anschließend über seinen Shop-Account die Möglichkeit, den PayPal-Bezahlvorgang aufzurufen.

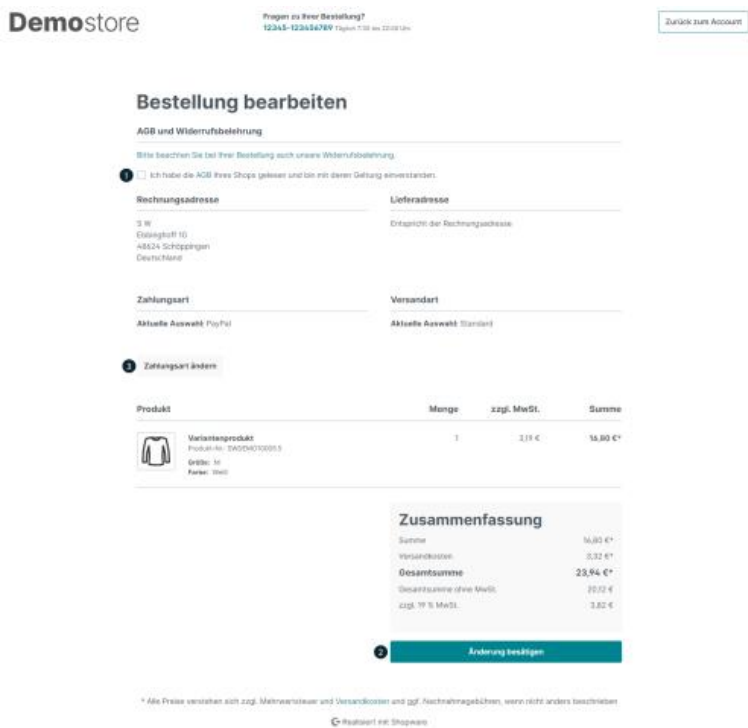
Dies ist wie folgt möglich:



Zunächst ruft der Kunde die Bestellung in seinem Kunden-Account über das Menü **Bestellungen (1)** auf. In der Bestellung klickt er dann auf das **"..."-Menü (2)** oben rechts und wählt dort **Zahlungsart ändern (3)**. Hierdurch wird die Ansicht zur Bearbeitung der Bestellung geöffnet.

Die Bezeichnung für den Menüeintrag "Zahlungsart ändern" kann über den Textbaustein "account.orderContextMenuChangePayment" angepasst werden.

Alternativ kann die Bestellung über den Link in der Bestellbestätigungs-E-Mail zur Bearbeitung geöffnet werden.

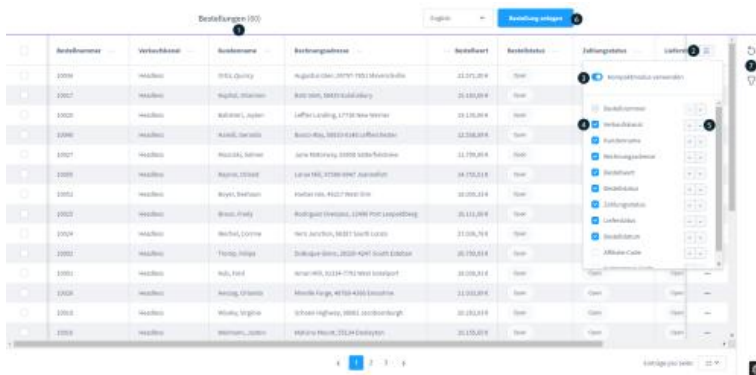


Sollte PayPal bereits als Zahlungsart ausgewählt sein, reicht es für den Aufruf des PayPal-Zahlungsfensters aus, die **AGB zu akzeptieren (1)** und dann auf den Button **Änderung bestätigen (2)** zu klicken.

Wenn PayPal noch nicht als Zahlungsart gewählt ist, kann dies über den Button **Zahlungsart ändern (3)** geändert werden.

Bestellungen

Übersicht



Bestellnummer	Verkaufskanal	Kundenname	Bestelldatum	Bestellwert	Bestellstatus	Zahlungsstatus	Lieferort
2006	Headless	WFL County	Aggleda über 10791 1051 Alameda Blvd	22.375,20 €	Neu	Kein	
2007	Headless	Aggleda, Alameda	800 3001, 3001 1001 Alameda	21.135,20 €	Neu	Kein	
2008	Headless	Kalifornien, San Jose	LaPorte Landing, 17751 New Market	22.135,20 €	Neu	Kein	
2009	Headless	Kalifornien, San Jose	San Jose, 1001 1001 1001 Alameda	22.375,20 €	Neu	Kein	
2010	Headless	Kalifornien, San Jose	San Jose, 1001 1001 1001 Alameda	22.375,20 €	Neu	Kein	
2011	Headless	Kalifornien, San Jose	San Jose, 1001 1001 1001 Alameda	22.375,20 €	Neu	Kein	
2012	Headless	Kalifornien, San Jose	San Jose, 1001 1001 1001 Alameda	22.375,20 €	Neu	Kein	
2013	Headless	Kalifornien, San Jose	San Jose, 1001 1001 1001 Alameda	22.375,20 €	Neu	Kein	
2014	Headless	Kalifornien, San Jose	San Jose, 1001 1001 1001 Alameda	22.375,20 €	Neu	Kein	
2015	Headless	Kalifornien, San Jose	San Jose, 1001 1001 1001 Alameda	22.375,20 €	Neu	Kein	
2016	Headless	Kalifornien, San Jose	San Jose, 1001 1001 1001 Alameda	22.375,20 €	Neu	Kein	
2017	Headless	Kalifornien, San Jose	San Jose, 1001 1001 1001 Alameda	22.375,20 €	Neu	Kein	
2018	Headless	Kalifornien, San Jose	San Jose, 1001 1001 1001 Alameda	22.375,20 €	Neu	Kein	
2019	Headless	Kalifornien, San Jose	San Jose, 1001 1001 1001 Alameda	22.375,20 €	Neu	Kein	

Die Bestellübersicht bietet Dir eine **Auflistung (1)** aller getätigten Bestellungen Deiner Kunden.

Über den Button **Bestellung anlegen (6)** kannst Du das Modul zum Erstellen einer Bestellung aufrufen. Weitere Informationen zur Anlage einer Bestellung erhältst Du [hier](#).

Du hast hier in der Übersicht die Möglichkeit, über das **Dropdown-Menü (2)** einzelne **Spalten aus-/einblenden (4)** zu lassen oder auch einen **Kompaktmodus (3)** zu nutzen, welcher Dir die angezeigte Tabelle noch einmal etwas weiter zusammenfasst.

Ebenso kannst Du hier die **Sortierung der einzelnen Spalten (5)** manuell festlegen, um diese Deinen Wünschen entsprechend anzupassen.

Rechts neben der Übersicht findest Du **Filter (7)**, um die angezeigten Bestellungen zu aktualisieren oder weiter zu filtern und somit genauer einzugrenzen.

Filter

Klickst Du den Filter-Button an, so erhältst Du die folgenden Filteroptionen, um die Liste deiner Bestellungen zu reduzieren.



Du kannst hier eine Kombination von diversen Filterkriterien zusammenstellen. Sie werden kombinierend geprüft. Jede weitere Angabe reduziert die Liste der Bestellungen.

Filteroptionen

Filter-Optionen	Beschreibung
Affiliate-Code (1)	Mit der Option Affiliate-Code können alle Bestellungen gefiltert werden, die über den gewählten Affiliate-Code getätigt wurden. <i>Eine Auswahl erscheint erst, sofern Affiliates verwendet werden.</i>
Kampagnen-Code (2)	Hier werden alle Bestellungen gefiltert, die über die gewählte Kampagne getätigt wurde. <i>Eine Auswahl erscheint erst, sofern Kampagnen definiert sind.</i>

Filter-Optionen	Beschreibung
Dokumente (3)	Wähle, ob Du Bestellungen mit oder ohne Dokumentenanhang filtern möchtest.
Bestelldatum von und Bis (4)	Wähle hier einen Zeitraum, in dem eine Bestellung getätigt wurde. Über das Kalendersymbol erhältst Du eine Kalenderauswahl.
Bestellstatus (5)	<p>Filtert nach dem Status der Bestellungen. (Freigabe abgelehnt / Geschlossen / Offen / Abgebrochen / In Bearbeitung / Freigabe offen) <i>Eine Mehrfachauswahl ist möglich.</i></p>
Zahlungsstatus (6)	<p>Sucht in den Bestellungen nach dem gewählten Zahlungsstatus. (Erinnert / teilweise Beahlt / Beahlt / in Bearbeitung / Rückbuchung / autorisiert / Abgebrochen / Teilweise erstattet / Unbestätigt / Erstattet / Fehlgeschlagen / Offen) <i>Eine Mehrfachauswahl ist möglich.</i></p>
Lieferstatus (7)	<p>Wähle hier nach dem entsprechenden Lieferstatus, in dem sich ein Bestellung befinden soll. (Versandt / Teilweise versandt / Offen / Teilretour / Retour / Abgeborchen) <i>Eine Mehrfachauswahl ist möglich.</i></p>
Zahlungsart (8)	<p>Filtert in den Bestellungen nach der Art der Zahlung. <i>Je nach verwendeter Erweiterung stehen diverse Zahlungsarten wie Nachname, Rechnung, PayPal, Amazon-Pay und Weitere zur Auswahl. Eine Mehrfachauswahl ist möglich.</i></p>

Filter-Optionen	Beschreibung
Versandart (9)	Durchsucht die Bestellungen nach der gewählten Versandart. <i>Du bekommst hier die Liste deiner definierten Versandarten angeboten. Eine Mehrfachauswahl ist möglich.</i>
Verkaufskanäle (10)	Filtere die Bestellungen nach dem/den Verkaufskanälen die in deinem Shop zur Verfügung stehen. <i>Eine Mehrfachauswahl ist möglich.</i>
Rechnungsland (11)	Filtert die Bestellungen nach dem Rechnungsland. <i>Eine Mehrfachauswahl ist möglich.</i>
Lieferland (12)	Durchsucht die Bestellungen nach den Ländern, in welche Diese geliefert werden/wurden. <i>Eine Mehrfachauswahl ist möglich.</i>
Kundengruppe (13)	Bricht die Liste auf alle Bestellungen der gewählten Kundengruppe(n) herunter. <i>Eine Mehrfachauswahl ist möglich.</i>
Tags (14)	Filtert in den Bestellungen nach enthaltenen Tags. <i>Eine Mehrfachauswahl ist möglich.</i>
Produkte (15)	Bietet die Möglichkeit, die Bestellungen nach bestimmten enthaltenen Produkten zu filtern. <i>Eine Mehrfachauswahl ist möglich.</i>

Bestelldetails

Bestellnummer	Verkaufskanal	Kundenseite	Rechnungsadresse	Bestellwert	Bestellstatus	Zahlungsstatus	Lieferstatus	Bestelldatum
10000	Beratung	495,95 €	Offen	Offen	Offen	21.12.2023
10001	Beratung	15,00 €	Offen	Offen	Offen	21.12.2023
10002	Beratung	405,00 €	Offen	Offen	Offen	21.12.2023
10003	Beratung	30,00 €	Offen	Offen	Offen	21.12.2023
10004	Beratung	85,00 €	Offen	Offen	Offen	21.12.2023
10005	Beratung	495,95 €	Offen	Offen	Offen	21.12.2023
10006	Beratung	20,00 €	Offen	Offen	Offen	21.12.2023
10007	Beratung	30,00 €	Offen	Offen	Offen	21.12.2023
10008	Beratung	35,00 €	Offen	Offen	Offen	21.12.2023
10009	Beratung	15,00 €	Offen	Offen	Offen	21.12.2023

Die Bestelldetails lassen sich mit einem Klick auf die **Bestellnummer (1)** oder den Punkt **Anzeigen** und **Löschen (3)** innerhalb des **Kontextmenüs (2)** der Bestellung öffnen.

Hier kannst Du die ausgewählte Bestellung im Detail einsehen und die Positionen, sowie das Rechnungswesen verwalten oder die Bestellung löschen.

Nachdem eine Rechnung erstellt wurde, lässt sich die Option **Löschen** allerdings nicht mehr auswählen.

Allgemein

Im Tab Allgemein findest Du die wichtigsten Informationen sowie die Positionen der Bestellung.

Info

Im Info Bereich erhältst Du die wesentlichen Informationen über die Bestellung sowie die aktuellen Zahlungs-, Liefer- und Bestellstatus.

Du kannst die jeweilige Bestellung dort stornieren, sofern dies erforderlich ist.

Info

10000 - shop-ware (shop@shopware.com) 495,95 €
am 21.12.2023, 14:35 mit Cash on delivery und Express. Zuletzt geändert: 21.12.2023, 14:35

Zahlungsstatus: Open | Lieferstatus: Open | Bestellstatus: Open

Tags hinzufügen ...

Zusammenfassung (1): Hier siehst Du zusammengefasst die Bestellnummer, den Kunden, die genaue Bestellzeit sowie die gewählte Zahlungs- und Liefermethode.

Bestellsumme (2): Hier siehst Du die aktuelle Bestellsumme und wann diese zuletzt geändert wurde.

Status (3): Hier kannst Du die Status für die Zahlung, Lieferung und die Bestellung einsehen und verändern.

Tags (4): Die Tags ermöglichen es Dir, Schlagwörter für Dein Produkt zu hinterlegen. Diese Schlagwörter können dann z.B. innerhalb der Regeln genutzt werden. Wenn Du in das Feld klickst, werden Dir die bereits bei anderen Produkten, aber auch bei Medien oder Kunden hinterlegten Schlagwörter angezeigt. Um ein neues Wort hinzuzufügen, kannst Du dieses einfach in das Feld schreiben und mit Enter bestätigen.

Status

Wenn Du einen Status über das jeweilige Dropdown-Menü änderst, öffnet sich ein Modal, über das Du eine E-Mail zu dem neuen Status an den Kunden senden kannst.

Außerdem kannst Du der E-Mail bereits zu der Bestellung generierte Dokumente (z.B. Lieferschein oder

Rechnung) beifügen.

Status aktualisieren ✕

Datum	Nummer	Typ	Gesendet	Anhängen
13.10.20, 09:05	1005	Rechnung	✕	<input type="checkbox"/>
13.10.20, 09:05	1005	Lieferschein	✕	<input checked="" type="checkbox"/> 1

2 E-Mail an Kunden senden **3** Status aktualisieren

Die mitzusendenden Dokumente kannst Du aus der **Liste auswählen (1)**. Solltest Du keine E-Mail versenden wollen, setze vor dem **Aktualisieren des Status (3)** den Schalter bei **E-Mail an Kunden senden (2)** auf inaktiv.

Die E-Mail wird durch eine Vorlage vom entsprechenden Typ gefüllt. Sollte dem Verkaufskanal, in dem die Bestellung getätigt wurde, noch keine entsprechende Vorlage zugewiesen worden sein, erhältst Du zunächst ein Auswahlfenster, in dem Du dann die Vorlage zuweisen kannst.

Ein X bedeutet, dass der Beleg noch nicht versendet wurde. Bei einem ✓ wurde der Beleg bereits versendet.

E-Mail-Template zuweisen ✕

Diesem Bestellstatus ist noch kein E-Mail-Template zugewiesen!
Eine Zuweisung wirkt sich auf alle nachfolgenden Bestellungen dieses Verkaufskanals aus.

2

	Typ	Beschreibung
1 <input type="radio"/>	Eintritt Bestellstatus: In Bearbeitung	Shopware Basis Template

4 **3**

In der Übersicht kannst Du aus **vorhandenen Vorlagen (1)** auswählen. Sollte keine bzw. keine passende Vorlage vorhanden sein, kannst Du direkt den **Editor zur Erstellung einer Vorlage (2)** aufrufen. Die Auswahl kannst Du über den Button **E-Mail-Template zuweisen (3)** bestätigen, anschließend wird der neue Status gesetzt.

Solltest Du den Status ohne Zuweisung eines E-Mail-Templates ändern wollen, kannst Du dies über den Button **Kein E-Mail-Template zuweisen (4)** machen.

Du kannst im Flowbuilder festlegen, für welchen Status welches E-Mail-Template verwendet werden soll. Wie Du den Flowbuilder verwendest erfährst Du [hier](#).

Stornieren

Wie zuvor erwähnt, kannst Du eine Bestellung über den Status der Bestellung stornieren.

Dies geschieht, indem Du den Bestellstatus auf "Abgebrochen" setzt. Man kann ebenfalls den Lieferstatus und den Zahlungstatus auf "Abgebrochen" setzen, jedoch führt nur das Setzen des Bestellstatus dazu, dass der Lagerbestand zurückgesetzt wird und damit effektiv auch die Stornierung stattfindet.

Positionen

Hier hast Du die Möglichkeit die einzelnen Positionen dieser Bestellung einzusehen, sowie die Kalkulation der Summe der Positionen.

Außerdem kannst Du hier neue Produkte als Position hinzufügen, bestehende bearbeiten oder diese entfernen. Hierbei kann sowohl der Preis, die Menge, als auch der Steuersatz individuell angepasst werden.

Menge	Name	Bruttopreis	Steuersatz	Gesamt
1 x	Mein product	495,95 €	19 %	495,95 €
1 x	Gutschrift	-20,00 €	19 %	-20,00 €

Summe	475,95 €
Versandkosten	0,00 €
Gesamtsumme ohne MwSt.	399,95 €
zzgl. 19% MwSt.	76,00 €
Gesamtsumme inkl. MwSt.	475,95 €

Löschen (1): Um Positionen zu entfernen, markiere Sie auf der linken Seite. Über der Tabelle erscheint dann eine Schaltfläche *Löschen*, um die ausgewählten Positionen zu entfernen.

Produkt hinzufügen (2): Hier hast Du die Möglichkeit, über ein Dropdown-Menü ein angelegtes Produkt hinzuzufügen.

Leere Position hinzufügen (3): Hier kannst Du eine Position hinzufügen. Statt dem Dropdown-Menü kannst Du hier aber selber einen Namen für die Position nennen und dann einen eigenen Preis und einen Steuersatz angeben.

Gutschrift hinzufügen (4): Auch hier fügst Du eine leere Position ein und vergibst selber einen Namen. Als Bruttopreis gibst Du aber einen negativen Betrag ein. Der Steuersatz richtet sich zunächst automatisch nach den Steuersätzen, die bereits in der Bestellung vorhanden sind. Sind Produkte mit unterschiedlichen Steuersätzen in der Bestellung, wird hier *auto* angegeben und der Steuersatz von dem Produkt genommen, welcher zuerst hinzugefügt wurde.

Produkt anzeigen (5): Hier gelangst Du zur Konfigurationsseite des jeweiligen Produktes.

Die Positionen der Bestellung können, je nach Deinen Konfigurationen, auch andere Steuern haben und werden hier entsprechend einzeln zu einem Gesamtpreis zusammen kalkuliert.

Dies ermöglicht Dir hier Mischwarenkörbe für Deine Kunden anzubieten.

Details

Im reiter Details findest Du die Detaillierten Informationen zur Bestellung, zur Zahlung und zur Lieferung.

Zahlung

Im Bereich Zahlung siehst Du alle Zahlungsinformationen zur Bestellung.

Zahlung

Zahlungstatus
1 Open [Statusverlauf anzeigen](#)

Rechnungsadresse
2 shoppingstreet 1, 12345 Shoppingen

Zahlungsart
3 Invoice

Zahlungstatus (1): Hier siehst Du den aktuellen Zahlungsstatus der Bestellung. Sollte es bereits Änderungen am Verlauf gegeben haben, kannst Du dir über den Link "Statusverlauf anzeigen" die komplette History anzeigen lassen.

Einige Status besitzen eine Abhängigkeit untereinander und können erst ausgewählt werden, wenn die Bestellung bereits einen bestimmten Status besitzt.

Beispielsweise kann der Zahlungsstatus *Erstattet*, *Teilweise erstattet* oder *Rückbuchung* erst dann vergeben werden, wenn die Bestellung zuvor den Zahlungsstatus *Bezahlt* oder *Teilweise bezahlt* gehabt hat.

Rechnungsadresse (2): An dieser Stelle kannst Du die Rechnungsadresse dieser Bestellung ändern. Die Standard Rechnungsadresse des Kunden wird dadurch nicht verändert.

Zahlungsart (3): Hier siehst Du die vom Kunden ausgewählte Zahlungsart.

Versand

Hier werden Dir alle Daten zur Lieferung der Bestellung angegeben.

Diese beinhalten die Versandart, das Lieferdatum, die Versandkosten, sowie die Adresse, an welche die Bestellung geliefert werden soll.

Versand

Lieferstatus
1 Open [Statusverlauf anzeigen](#)

Lieferadresse
2 shoppingstreet 1, 12345 Shoppingen

Versandart
Express

Versandkosten
0,00 €

Lieferdatum
2023-12-23

Sendungsnummer(n)
3 Tracking-Code hinzufügen ...

Lieferstatus (1): Hier siehst Du den aktuellen Lieferstatus der Bestellung. Sollte es bereits Änderungen am Verlauf gegeben haben, kannst Du dir über den Link "Statusverlauf anzeigen" die komplette History anzeigen lassen.

Einige Status besitzen eine Abhängigkeit untereinander und können erst ausgewählt werden, wenn die Bestellung bereits einen bestimmten Status besitzt.

So kann der Lieferstatus beispielsweise erst dann auf den Status *Retour* oder *Teilretour* gesetzt werden, wenn die Bestellung zuvor den Lieferstatus *Versandt* oder *Teilweise versandt* hatte.

Lieferdetails (2): Hier findest Du alle Details zur Lieferung wie die Lieferadresse, die gewählte Versandart sowie die Versandkosten und das geplante Lieferdatum. An dieser Stelle kannst Du die Lieferadresse dieser Bestellung ändern. Die Standard Lieferadresse und Rechnungsadresse des Kunden wird dadurch nicht verändert.

Sendungsnummer(n) (3): Hier kannst Du eventuelle Tracking-Codes des Versanddienstleisters eintragen. Dem Kunden wird diese Nummer in seinem Kundenkonto in den Details der jeweiligen Bestellung angezeigt.

Bestellung

Im Bereich Versand siehst Du alle allgemeinen Informationen zur Bestellung.

The screenshot shows the 'Bestellung' (Order) details page. It features a 'Bestellstatus' dropdown menu currently set to 'Open', with a 'Statusverlauf anzeigen' link. Below this are input fields for 'E-Mail-Adresse' (containing 'testing@shopware.com') and 'Telefonnummer' (with a placeholder 'Gib eine Telefonnummer ein ...'). There are also dropdown menus for 'Verkaufskanäle' (set to 'Berlin6500') and 'Bestellsprache' (set to 'English'). Further down are input fields for 'Affiliate-Code' and 'Kampagnen-Code'. A large text area labeled 'Zusätzliche Informationen' is currently empty. At the bottom, there is a field for 'Rabattaktionen' (containing 'Rabattcode eingeben...') and a checkbox labeled 'Automatische hinzugefügte Werbeaktionen deaktivieren'.

Bestellstatus (1): Hier siehst Du den aktuellen Lieferstatus der Bestellung. Sollte es bereits Änderungen am Verlauf gegeben haben, kannst Du dir über den Link "Statusverlauf anzeigen" die komplette History anzeigen lassen.

Einige Status besitzen eine Abhängigkeit untereinander und können erst ausgewählt werden, wenn die Bestellung bereits einen bestimmten Status besitzt.

Der Bestellstatus kann erst auf *Abgeschlossen* gesetzt werden, wenn man den Status bereits auf *In Bearbeitung* gesetzt hat. Um ihn dann wieder auf *Offen* zurück zu stellen, muss der Bestellstatus erst auf *Abgeschlossen* oder auf *Abgebrochen* gesetzt werden.

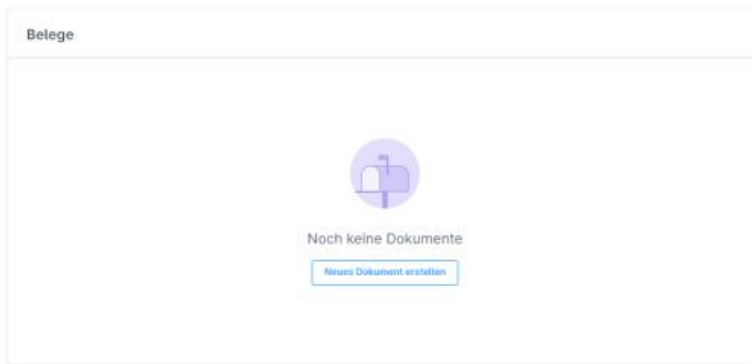
Bestelldetails (2): Hier wird die E-Mail Adresse und die Telefonnummer vom Kunden angezeigt, sowie der Verkaufskanal, über den die Bestellung rein kam und die Bestellsprache. Du kannst die E-Mail Adresse und die Telefonnummer nachträglich ändern. Alle Status Mails verwenden dann die neue E-Mail-Adresse für die Zustellung der E-Mails. Die Standard E-Mail-Adresse des Kundenkontos wird dadurch nicht verändert.

Affiliate-Code und Kampagnen-Code (3): Hat der Kunde etwas über einen Affiliate-Code oder Kampagnen-Code bestellt, werden diese hier angezeigt. Diese können auch nachträglich geändert werden.
Zusätzliche Informationen (4): Hat der Kunde ein Kommentar auf der Checkout Seite hinterlassen, wird dieser hier angezeigt und kann verändert werden.
Rabattaktionen (5): Hier werden ggf. verwendete Rabattaktionen dieser Bestellung angezeigt.
Automatische hinzugefügte Werbeaktionen deaktivieren (6): Diese Einstellung verhindert beim Erstellen oder Bearbeiten einer Bestellung, dass automatisch Werbeaktionen zur Bestellung hinzugefügt werden. Dies können beispielsweise aktuell aktive Rabatte sein.

Dokumente

Das Dokumente-Modul bietet Dir die Möglichkeit, Belege und Dokumente zu der entsprechenden Bestellung zu erzeugen.

Die Dokumententemplates hierfür verwaltest Du innerhalb des [Dokumenten-Moduls](#), in Deinen Einstellungen.



Nachdem Du auf **Neues Dokument erstellen** geklickt hast, kannst Du auswählen, welche Art von Dokumenten Du für diese Bestellung erstellen möchtest. Um das Dokument nun zu erstellen, triffst Du noch folgende Einstellungen:

Nummer und Datum (1): Trage hier die Nummer des Dokuments ein sowie das Datum, welches auf dem Dokument eingetragen werden sollen. Diese Angaben sind notwendig, wenn Du die Dokumente über Shopware erstellen lässt. Standardmäßig wird als Nummer die nächste Nummer aus dem jeweiligen Nummernkreis gewählt.

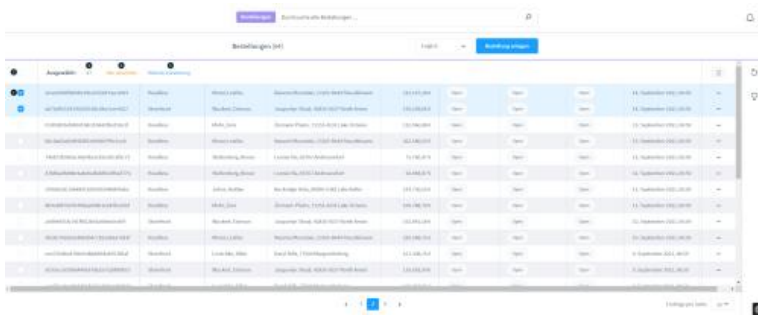
Eigenes Dokument (2): Wenn Du die Dokumente wie Rechnungen oder Lieferscheine nicht mit Shopware erstellen lassen möchtest, sondern die Belege Dir schon als PDF vorliegen, aktivierst Du diese Option. In einem weiteren Schritt hast Du dann die Möglichkeit, diese PDF hochzuladen. Die Eingaben **Nummer** und **Datum** werden in diesem Fall nicht auf dem Dokument wiedergegeben.

Kommentar (3): Der Kommentar wird im Standard unten auf dem Dokument vermerkt.

Vorschau (4): Über diesen Button kannst Du Dir im Browser ansehen, wie der von Shopware erstellte Beleg aussehen würde. Eigene Dokumente werden hier nicht berücksichtigt.

Mehrfachänderung

Die Mehrfachänderung bietet Dir eine einfache und schnelle Möglichkeit, mehrere Bestellungen gleichzeitig zu ändern.



Bestellungsnummer	Datum	Status	Betrag	Währung	Erstellt am	Erstellt von
10000000000000000000	15. September 2020	Erwartet	100,00 €	€	15. September 2020	Admin
10000000000000000001	15. September 2020	Erwartet	200,00 €	€	15. September 2020	Admin
10000000000000000002	15. September 2020	Erwartet	300,00 €	€	15. September 2020	Admin
10000000000000000003	15. September 2020	Erwartet	400,00 €	€	15. September 2020	Admin
10000000000000000004	15. September 2020	Erwartet	500,00 €	€	15. September 2020	Admin
10000000000000000005	15. September 2020	Erwartet	600,00 €	€	15. September 2020	Admin
10000000000000000006	15. September 2020	Erwartet	700,00 €	€	15. September 2020	Admin
10000000000000000007	15. September 2020	Erwartet	800,00 €	€	15. September 2020	Admin
10000000000000000008	15. September 2020	Erwartet	900,00 €	€	15. September 2020	Admin
10000000000000000009	15. September 2020	Erwartet	1000,00 €	€	15. September 2020	Admin

Du kannst **einzelne Bestellungen auswählen (1)** oder alle **Bestellungen (2)**, die auf dieser Seite angezeigt werden. Du hast auch die Möglichkeit, Bestellungen auf mehreren Seiten auszuwählen. Es können maximal 1000 Bestellungen ausgewählt werden. Die Anzahl der **aktuell ausgewählten Bestellungen (3)** wird oberhalb der Bestellungen angezeigt. Die Option, die **Auswahl aller Bestellungen aufzuheben (4)**, wird nur angezeigt, wenn Du Bestellungen von mehreren Seiten ausgewählt hast. Um die ausgewählten Bestellungen zu bearbeiten, klicke auf **Mehrfachänderung (5)**.

Nachdem Du auf "Mehrfachänderung" geklickt hast, erscheint ein Pop-up-Fenster, das Dir die ausgewählten Bestellungen anzeigt.

Mehrfachänderung - 3 Elemente ausgewählt

Item	Element	Status	Preis	Währung	Umsatz	Umsatz	Umsatz	Datum
1	10000_H	Element	100000,00 €	€	100000,00 €	100000,00 €	100000,00 €	01. Dezember 2023 um 10:32
2	10000_H	Element	100000,00 €	€	100000,00 €	100000,00 €	100000,00 €	01. Dezember 2023 um 10:34
3	10000_H	Element	100000,00 €	€	100000,00 €	100000,00 €	100000,00 €	01. Dezember 2023 um 10:35

In dieser Übersicht hast Du die Möglichkeit, Bestellungen aus Deiner aktuellen Auswahl zu entfernen. Wenn Du mit Deiner Auswahl zufrieden bist, klicke auf **Mehrfachänderung starten**.

Status

Du hast die Möglichkeit, den Status oder gleich mehrere Status der ausgewählten Bestellungen zu ändern.

Mehrfachänderung: 3 Bestellungen Änderungen übernehmen

Status

1 Ändern: Zahlungsstatus Zahlungsstatus auswählen ...

2 Ändern: Lieferstatus Lieferstatus auswählen ...

3 Ändern: Bestellstatus Bestellstatus auswählen ...

4 Versende: Status-E-Mails 🔔

5 Versenden: Dokumente 🔔

- Angebote
- Gutschrift
- Lieferschein
- Rechnung
- Stornorechnung
- Teilstornierung
- Bereits verschickte Dokumente überspringen

- (1) Zahlungsstatus:** Wähle diese Option, um den Zahlungsstatus der Bestellungen zu ändern.
- (2) Lieferstatus:** Wähle diese Option, um den Lieferstatus der Bestellungen zu ändern.
- (3) Bestellstatus:** Wähle diese Option, um den Bestellstatus der Bestellungen zu ändern.
- (4) Versende: Status-E-Mails:** Sobald Du mindestens einen Status änderst (Zahlungs-, Liefer- oder Bestellstatus) kannst Du entscheiden, ob der Kunde eine E-Mail über die Statusänderung erhalten soll.

Wenn diese Option deaktiviert ist, werden grundsätzlich keine E-Mails mehr versendet. Dies ist relevant, falls Du einen **Flow** definiert hast, der E-Mails versendet und beispielsweise durch die Mehrfachänderung

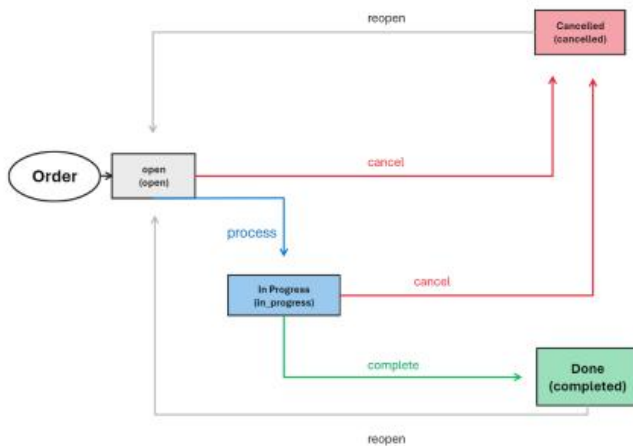
eines Status ausgelöst wird. Bedeutet: Wenn die Option deaktiviert ist, werden auch keine E-Mails mehr über den Flow versendet, auch wenn dieser trotzdem ausgeführt werden kann.

(5) Verschicken: Dokumente: Diese Option ist verfügbar, sobald die vorherige **(4)** aktiviert ist. Hier kannst Du nun auswählen, ob der Kunde neben der Status-E-Mail ebenfalls einen Beleg erhalten soll. Sollten bereits Belege vorhanden sein, werden diese automatisch als Anhang in der Status-E-Mail an den Kunden versendet. Wichtig ist hierbei aber, dass immer nur der aktuellste Beleg verwendet wird. Wenn Du also einen Beleg per Merfachänderung erstellst, wird auch genau dieser verschickt. Unabhängig davon, ob es bereits einen anderen Beleg gibt. Über die Checkbox "Bereits versendete Dokumente überspringen" kannst Du ausschließen, dass der Kunde einen doppelten Beleg erhält.

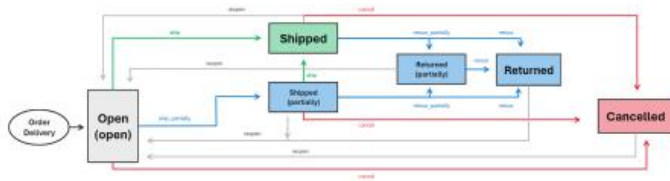
Bitte beachte, dass es nur möglich ist, den Auftragsstatus in einen Status zu ändern, der für alle ausgewählten Aufträge gültig ist. Ein Auftrag mit dem Status "offen" kann z.B. in "in Bearbeitung" geändert und storniert werden, ein Auftrag mit dem Status "in Bearbeitung" kann in "erledigt" geändert und storniert werden. Wenn Du einen offenen und einen in Bearbeitung befindlichen Auftrag auswählst, kannst Du diesen nur in storniert ändern, da dies der einzige Status ist, der für beide Aufträge gültig ist.

Statusübergänge

Bestellstatus



Lieferstatus



Dokumente erstellen

Mit der Mehrfachänderungen kannst Du Dokumente für die ausgewählten Bestellungen erstellen. Auch die Erstellung mehrerer Dokumente auf einmal ist möglich. Ist ein Dokument allerdings bereits vorhanden, wird dies über die Mehrfachänderung nicht erneut erstellt.

Rechnung

Um eine Rechnung zu erstellen, musst Du ein Datum auswählen. Optional kannst Du noch einen Kommentar hinterlegen.

Zusätzlich wird bei der Erstellung der Rechnung der Wert des zugehörigen Nummernkreises erhöht. Dies geschieht automatisch, sodass Du hier keine weiteren Angaben machen musst.

Stornorechnung

Bei einer Stornorechnung wird ebenfalls automatisch der Wert des zugehörigen Nummernkreises erhöht. Auch hier musst Du keine manuelle Rechnungsnummer hinterlegen, da immer die letzte Referenzrechnungsnummer verwendet wird.

Zusätzlich kannst Du noch ein Datum sowie einen Kommentar hinterlegen.

Lieferschein

Erstellen: Lieferschein

Datum
2022-07-22

Lieferdatum
2022-07-24

Kommentar

Beim Lieferschein wird ebenfalls automatisch der Wert des zugehörigen Nummernkreises erhöht. Zusätzlich kannst Du noch ein Datum sowie einen Kommentar hinterlegen.

Gutschrift

Erstellen: Gutschrift

Dieses Dokument wird nur erstellt, wenn sich eine Gutschriftposition in der Bestellung befindet.

Datum
2022-07-21

Kommentar

Dieses Dokument wird nur erstellt, wenn sich eine Gutschriftposition in der Bestellung befindet. Ähnlich wie bei den anderen Dokumenten wird auch bei der Gutschrift der Wert des zugehörigen Nummernkreises erhöht. Zusätzlich kannst Du noch ein Datum sowie einen Kommentar hinterlegen.

Herunterladen

Herunterladen: Dokumente

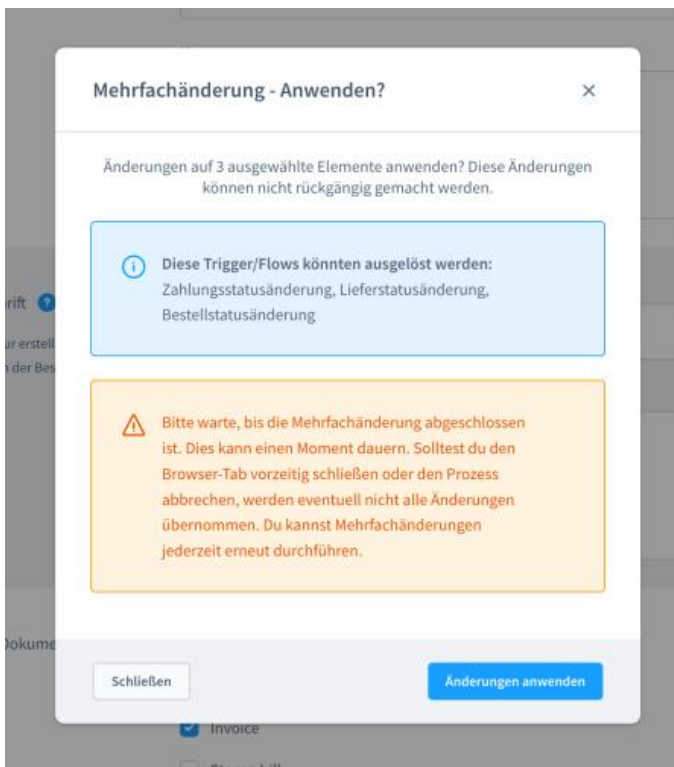
- Credit note
- Delivery note
- Invoice
- Sromo bill

Über diese Option kannst Du die Dokumente herunterladen. Hierbei ist nicht einmal notwendig, über die Mehrfachänderung neue Dokumente zu erstellen. In diesem Fall werden einfach immer die aktuellsten Dokumente/ Belege der Bestellung verwendet.

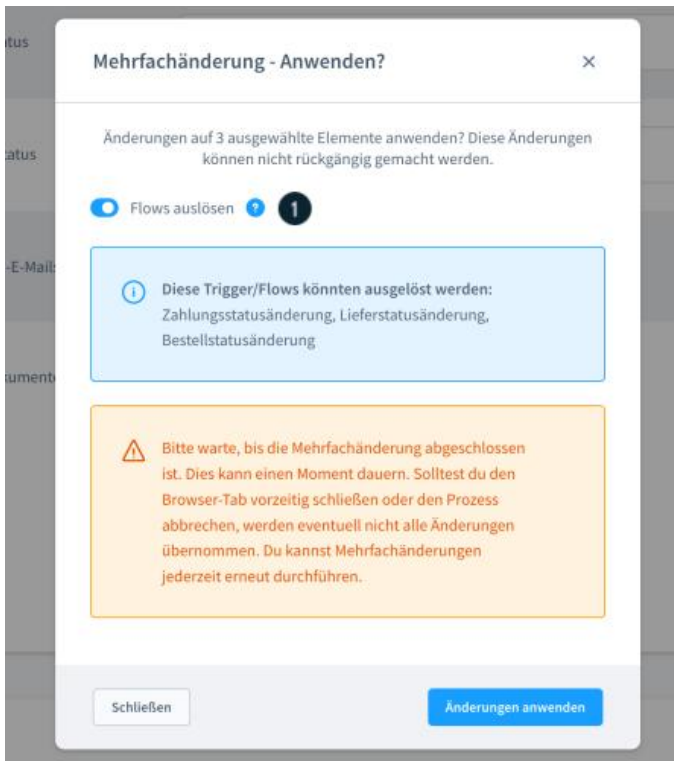
Du kannst die Dokumente herunterladen nachdem Du die Mehrfachänderung durchgeführt hast. Die einzelnen Dokumente werden in einer zusammengeführten PDF-Datei bereitgestellt.

Mehrfachänderung anwenden

Wenn Du alle Deine Konfiguration durchgeführt hast und auf Änderungen übernehmen klickst, wird Dir im vorletzten Schritt noch ein Pop-up angezeigt.



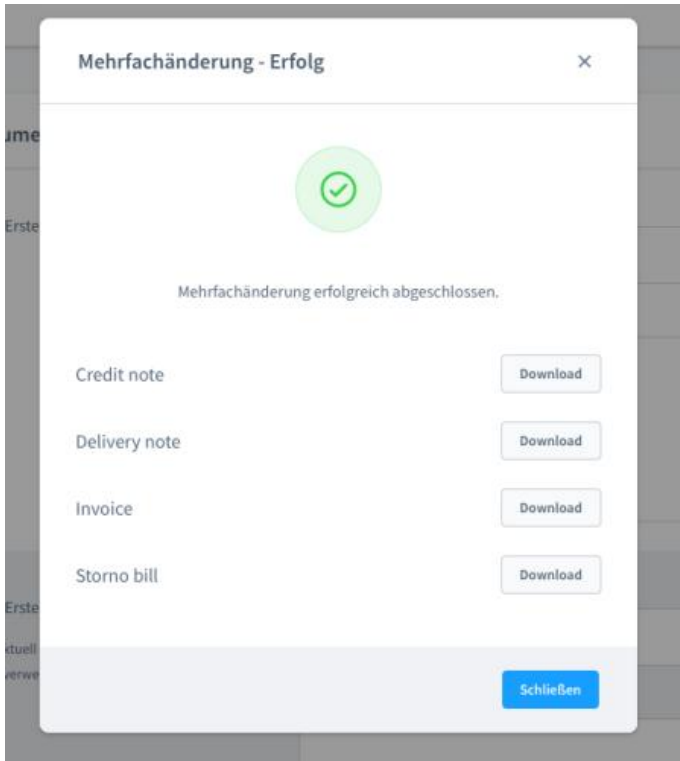
In einem Popup wird Dir die Anzahl der zu ändernden Bestellungen angezeigt. Du musst dies bestätigen, indem Du auf Änderungen anwenden klickst.



Flows auslösen

Solltest Du bei Deiner Mehrfachänderung Status-E-Mails verschicken, kann es passieren, dass alle im Flow

Builder angelegten Trigger für alle Änderungen dieser Mehrfachänderung ausgeführt werden. Dies kann unter Umständen dazu führen, dass Flows doppelt ausgeführt werden. Mit der Option **Flows auslösen (1)** kannst Du dies unterbinden.



Nach erfolgreicher Mehrfachänderung erscheint folgende Meldung. Solltest Du zuvor die Download-Funktion aktiviert haben, kannst Du wie beschrieben die Dokumente als PDF herunterladen.

Der Bezahlvorgang in Shopware 6

In Shopware 6 ist die Zahlung und die Bestellung komplett losgelöst voneinander. Das heißt, anders als in Shopware 5, wird eine Bestellung bereits dann ausgelöst, sobald der Kunde auf **Zahlungspflichtig bestellen** klickt.

Der Zahlungsstatus bleibt dann zunächst **Offen**. Sobald der Kunde die Zahlung abgewickelt hat, ändert sich der Zahlungsstatus auf **Bezahlt**. In der Regel führt der Kunde diese Zahlung (wenn er beispielsweise zu PayPal weitergeleitet wird) direkt nach dem Bestellvorgang durch.

Sollte es mal dazu kommen, dass der Bezahlvorgang durch den Kunden oder einen Fehler abgebrochen wird, kann der Kunde die Zahlung auch zu einem späteren Zeitpunkt noch mal in seinem Kundenkonto anstoßen oder die Zahlungsart ändern.

Weitere Informationen zu der abgebrochenen Bestellung mit PayPal findest Du in unserem [FAQ](#).

In der Bestellübersicht seines Kundenkontos kann der Kunde seine Bestellungen inklusive den Lieferstatus und den Zahlungsstatus einsehen.

Zahlungsart ändern (1): Über diese Option gelangt der Kunde noch einmal zur Checkout Seite der Bestellung. Dort kann er die Zahlungsart aktualisieren und den Bezahlvorgang erneut durchführen oder stornieren.

Bestellung wiederholen (2): Hier kann der Kunde die Bestellung noch einmal durchführen. Wenn diese Option angeklickt wird, wird **keine** automatische Bestellung durchgeführt. Sondern es wird ein neuer Warenkorb mit den Produkten der entsprechenden Bestellung erstellt. Der Warenkorb kann im Anschluss, wie bei einer erstmaligen Bestellung, problemlos bearbeitet werden. Am Ende muss der Kunde wie gewohnt manuell per Klick die Bestellung abschließen.

Bestellung stornieren (3): Alternativ kann der Kunde hier auch die Bestellung komplett stornieren. Damit der Kunde diese Option nutzen kann, ist es notwendig, diese zuvor im Admin unter **Einstellungen > Warenkorb > Stornierung erlauben** zu aktivieren.

Bestellungen ohne Kundenkonto

Im Checkout kann sich ein Kunde per Checkbox auch dafür entscheiden eine Bestellung durchführen, ohne ein Kundenkonto anzulegen. Registrierte Kunden haben in ihrem Kundenaccount unter dem Punkt Bestellungen die Möglichkeit, ihre Bestellungen einzusehen und zu bearbeiten.

Anders als bei Bestellungen eines registrierten Kunden können sich Kunden, die eine Gast-Bestellung ohne Registrierung durchführen nicht in Ihrem Kundenkonto anmelden und haben auf diesem Weg also keine Möglichkeit, ihre Bestellung noch einmal zu sehen.

In der Bestellbestätigungs-Email erhalten sie daher einen Link, über den Sie ihre Bestellung aufrufen können.

Nachdem der Kunde sich mit seiner E-Mail Adresse und seiner PLZ authentifiziert hat, hat er Zugriff auf seine getätigte Bestellung und kann dort Änderungen durchführen.

Zahlungsvorgang nach Bestellung

In Shopware 6 sind die Zahlung und die Bestellung komplett voneinander losgelöst. Das heißt, anders als in Shopware 5, wird eine Bestellung bereits dann ausgelöst, sobald der Kunde im Checkout auf **Zahlungspflichtig bestellen** klickt.

Einstellungen

In den Einstellungen Deiner Administration hast Du die Möglichkeit, die Ereignisaktionen, welche zum Beispiel nach einer Bestellung ohne erfolgter Bezahlung eintreten sollen, und die Anzeige im Warenkorb zu konfigurieren.

Flow-Builder

Damit Du individuelle Einstellungen für die verschiedenen Ereignisse/Geschäftsprozesse konfigurieren kannst, hast Du in der Administration unter **Einstellungen > Flow-Builder** die Möglichkeit **Trigger** (z.B. bestimmter Bestell-/Zahlungsstatus) mit **Regeln** (z.B. Zahlungsarten) und z.B. **E-Mail-Vorlagen** zu sogenannten **Flows** zu verknüpfen, welche dann über diese Trigger ausgelöst werden. In der Übersicht wird Dir eine Liste mit den vorangelegten Flows angezeigt.

Aktiv	Name	Trigger	Beschreibung	Flow-Optionen
<input checked="" type="checkbox"/>	Umlaufplan	Bestellung ist eingegangen [shopware.order.order_id]		
<input checked="" type="checkbox"/>	Customer group registration request cancelled	Bestellungen in Genehmigung werden abgelehnt customer_group_registration_cancelled		
<input checked="" type="checkbox"/>	Payment order status cancelled good	Bestellung erreicht Status teilweise bezahlt [shopware.order.order_id], [shopware.order.order_status]		
<input checked="" type="checkbox"/>	Order status cancelled	Bestellung erreicht Status abgelehnt [shopware.order.order_id], [shopware.order.order_status]		
<input checked="" type="checkbox"/>	Payment order status cancelled	Bestellungsanfrage wurde bestätigt [shopware.order.order_id]		
<input checked="" type="checkbox"/>	Payment order status cancelled	Bestellung erreicht Status teilweise bezahlt [shopware.order.order_id], [shopware.order.order_status]		
<input checked="" type="checkbox"/>	Payment order status cancelled	Bestellung erreicht Status teilweise bezahlt [shopware.order.order_id], [shopware.order.order_status]		
<input checked="" type="checkbox"/>	Customer group registration request cancelled	Bestellung erreicht Status teilweise bezahlt [shopware.order.order_id], [shopware.order.order_status]		
<input checked="" type="checkbox"/>	Order status cancelled	Bestellung erreicht Status teilweise bezahlt [shopware.order.order_id], [shopware.order.order_status]		
<input checked="" type="checkbox"/>	Customer group registration request cancelled	Bestellungen in Genehmigung sind in Abgelehnt customer_group_registration_cancelled		
<input checked="" type="checkbox"/>	Order status cancelled	Zustandsübergang wurde registriert und Status über [shopware.order.order_id], [shopware.order.order_status]		

Aktiv (1): In dieser Spalte kannst Du erkennen, welche Flows aktiviert oder deaktiviert sind.

Name (2): In der Spalte Name findest Du die jeweiligen Flow, welcher bei Aktivierung und zutreffendem Trigger ausgelöst wird. Hierbei handelt es sich um ein Pflichtfeld, sofern Du unter **Flow hinzufügen (6)** einen neuen Flow anlegst.

Trigger (3): An dieser Spalte ist erkennbar, welcher Trigger den Flow auslöst. Auch dieses Feld ist ein Pflichtfeld, wenn Du einen neuen Flow hinzufügst.

Beschreibung (4): Je Flow kannst Du zusätzlich zum Namen noch eine Beschreibung festlegen, wenn Du die einzelnen Flows besser unterscheiden möchtest.

Flow-Optionen (5): Über das Drei-Punkt-Menü kannst Du einen bereits vorhandenen Flow bearbeiten oder löschen.

Flow hinzufügen (6): Über diese Schaltfläche kannst Du neue Flows hinzufügen.

Payment enters status cancelled Speichern

1 Allgemein 2 Flow

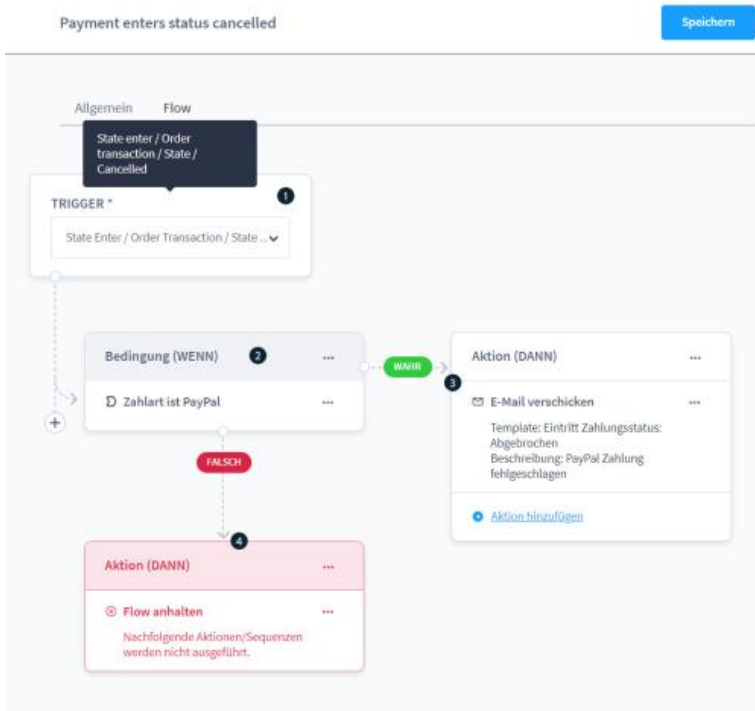
Allgemeine Informationen

Name*
Payment enters status cancelled

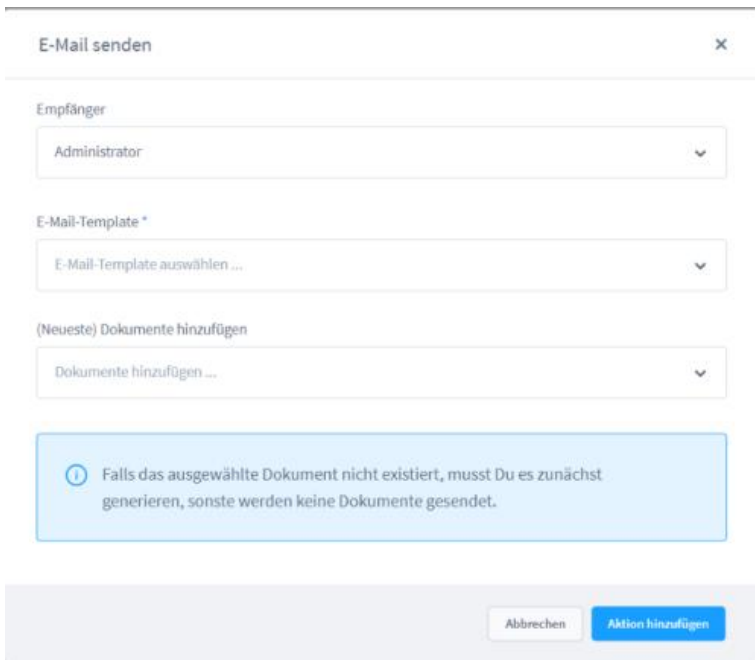
Beschreibung
Beschreibung eingeben ...

Priorität
1 Aktiv

Beim Bearbeiten und beim Anlegen von neuen Flows, kannst Du im Tab **Allgemein (1)** einen Namen, eine Beschreibung und die Priorität festlegen. Zudem kannst Du auch hier den Flow aktivieren oder deaktivieren. Den Flow selbst konfigurierst Du dann indem Du auf den **Tab Flow (2)** wechselst.



Zunächst musst Du den **Trigger (1)**, also den Auslöser, des Flows wählen. Das kann zum Beispiel das Erreichen eines bestimmten Status sein. Anschließend könntest Du noch eine **Bedingung (2)** auf Basis einer Regel aus dem RuleBuilder hinterlegen, welche dann eine oder mehrere Aktionen auslöst wenn die **Bedingung erfüllt (wahr)** ist oder wenn die **Bedingung nicht erfüllt (falsch)** ist. Die Bedingung kann auch weggelassen werden, damit der Trigger direkt eine Aktion ausführt.



Bei Aktionen bei denen ein Mail-Template versendet werden soll, kannst Du zudem festlegen wer der Empfänger dieser Mail sein soll. Hier hast Du die Auswahl zwischen folgenden Möglichkeiten:

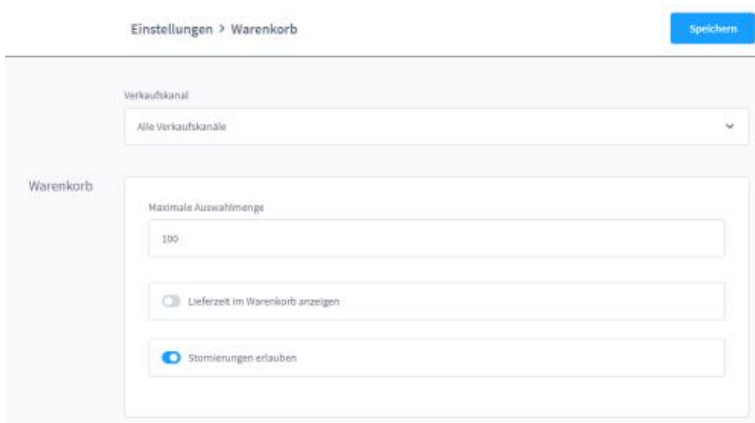
Standard: Die vom System vorgesehenen Empfänger (Kunde oder Shopbetreiber)

Administrator: Alle als Administrator markierten Benutzer

Eigener Empfänger: Beliebige E-Mail-Adressen

Warenkorb

Sofern Du für Deine Kunden erlauben möchtest, dass diese die Bestellung im Nachhinein stornieren können, zum Beispiel nach einem Zahlungsabbruch, kannst Du diese Funktion in den **Einstellungen > Warenkorb** konfigurieren. Aktiviere hierzu die Option **Stornierungen erlauben**.



Der Bezahlvorgang

Bestellübersicht

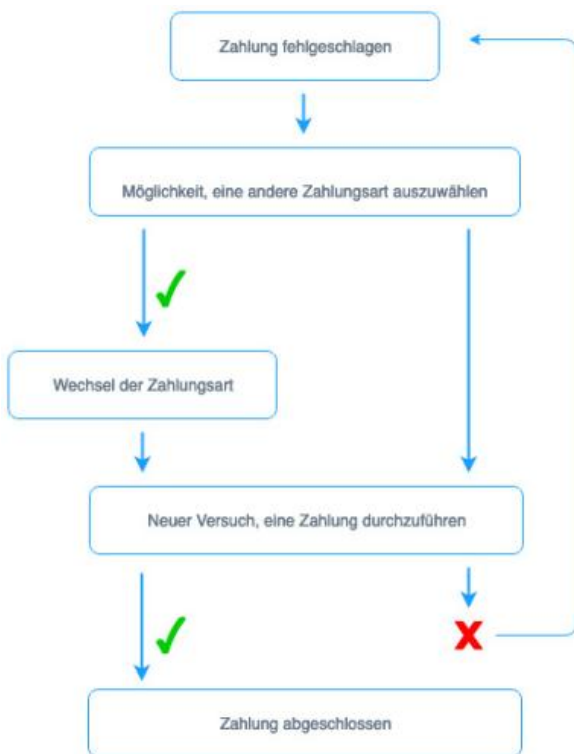
Sobald eine noch nicht bezahlte Bestellung mit einer Zahlungsart, wie bspw. PayPal, vorliegt, siehst Du diese in der Bestellübersicht mit dem Zahlungsstatus "Fehlgeschlagen". Dies bedeutet allerdings nicht, dass hier ein technisches Problem mit der PayPal Erweiterung besteht, sondern dass der Kunde die Bezahlung noch nicht vorgenommen hat. Dies kann der Fall sein, wenn der Kunde die Bezahlung bewusst abbricht oder es eine Unstimmigkeit mit dem PayPal Account des Kunden gibt.

Bestellnummer	Bestellstatus	Kundenname	Rechnungsnummer	Rechnungsbetrag	Bestellstatus	Zahlungsbetrag	Lieferstatus
1234	Bestellt	Erk. Mustermann	Erk. Auftr. 12.345678	100,00 €	Offen	100,00 €	Offen
1235	Bestellt	Erk. Mustermann	Erk. Auftr. 12.345678	100,00 €	Offen	100,00 €	Offen
1236	Bestellt	Erk. Mustermann	Erk. Auftr. 12.345678	100,00 €	Offen	100,00 €	Offen

After Order Payment Prozess bei abgebrochener Zahlung

Dieser tritt ein, wenn eine Zahlung fehlschlägt. Sobald das der Fall ist bekommt der Kunde erneut die Option, seine Zahlung mit einer anderen Zahlungsart abzuschließen. Hintergrund ist, dass die Bestellung und die Zahlung voneinander losgelöst sind. Die Bestellung geht somit trotz fehlgeschlagener Zahlung im System ein. Nur der Zahlungsstatus bleibt "Offen". Der Kunde kann mit der Auswahl einer anderen Zahlungsart fortfahren und muss sich keine Sorgen machen, dass die gesamte Bestellung abgebrochen wurde.

Um diesen Prozess nochmal transparent aufzuzeigen, findest Du hier ein vereinfachtes Schaubild des technischen Vorgangs.



Ansicht in der Storefront

Wenn eine Bestellung durchgeführt, aber nicht bezahlt wurde, erhält der Kunde zunächst einen Hinweis darauf, dass der Zahlungsprozess fehlgeschlagen ist. Klickt der Kunde nun auf den Link **Zahlung**

ändern, wird die Bestellung im Checkout Prozess erneut zur Verfügung gestellt. Hierbei hat der Kunde die Möglichkeit, die gleiche Zahlungsart erneut zu verwenden oder diese auf eine andere Zahlungsart zu ändern.

Demostore

Fragen zu Ihrer Bestellung?
02345-123456789 | 14:00 - 18:00 Uhr

Zurück zum Shop

Leider ist der Zahlungsmittel fehlgeschlagen. Bitte ändern Sie die Zahlungsart um Ihre Bestellung abzuschließen. Zahlung ändern

Vielen Dank für Ihre Bestellung bei Demoshop!

Ihre Bestellnummer: 10001

Bestellbestätigung-E-Mail wurde verschickt.

Rechnungsadresse	Lieferadresse	Informationen
Dirk Mustermann Esengruff 10 45624 Schöppingen Deutschland	Dirk Mustermann Esengruff 10 45624 Schöppingen Deutschland	Zahlungsart: PayPal, Lastschrift oder Kreditkarte Versandart: Express

Produkt	Anzahl	inkl. MwSt.	Summe
Smartphone Produkt-Nr.: SW10000	1	0,00 €	350,00 €

Zusammenfassung

Zwischensumme	350,00 €*
Versandkosten	0,00 €*
Gesamtsumme	350,00 €*

In dieser Übersicht hat der Kunde nicht nur die Möglichkeit, die Bestellung abzuschließen, sondern auch diese zu stornieren. Die Option zur Stornierung der Bestellung besteht allerdings nur, wenn Du diese Option in der Administration unter **Einstellungen > Warenkorb > Stornierungen erlauben** aktiviert hast.

Produkt	Anzahl	inkl. MwSt.	Summe
Smartphone Produkt-Nr.: SW10000	1	0,00 €	350,00 €*

Zusammenfassung

Zwischensumme	350,00 €*
Versandkosten	0,00 €*
Gesamtsumme	350,00 €*
Gesamtnettosumme	350,00 €
zzgl. 0 % MwSt.	0,00 €

Zahlung abschließen

Bestellung stornieren

Eine andere Möglichkeit, den Bezahlprozess neu einzuleiten, hat der Kunde innerhalb seines Accounts.

Bestellungen

Ihre letzten Bestellungen:

Bestellung: 22.10.20 Zahlung abschließen >			
Bestellnummer: 10001			
Lieferstatus	Zahlungsstatus	Zahlungsart	Lieferart
Offen	Fehlgeschlagen	PayPal	Express

Zahlung abschließen
Bestellung wiederholen
Bestellung stornieren

Der Kunde kann die Bestellung wiederholen, indem er entweder auf die rote Schaltfläche **Zahlung abschließen** klickt, oder über das Kontextmenü den Punkt **Bestellung wiederholen** aufruft. Auch hierüber lässt sich die Zahlungsart noch einmal ändern. Sofern die Option zur Stornierung in den Einstellungen aktiviert ist, kann der Kunde an dieser Stelle seine Bestellung auch stornieren.

Solange die Bestellung nicht auf den Status "bezahlt" gesetzt wurde, kann ein Zahlungsartwechsel noch stattfinden oder die Zahlung noch abgeschlossen werden. Sobald der Status "bezahlt" erreicht wurde, kann die Bestellung seitens des Kunden nur noch storniert werden.

Retouren-Management

Allgemein

Durch das Retouren-Management kannst Du Retouren, die Du von Deinen Kunden erhältst, direkt im Admin bearbeiten. Du als Händler kannst eine neue Retour auf Grundlage einer vorhandenen Bestellung erstellen.

Das Retouren-Management steht Dir ab dem Plan Shopware Rise über die Erweiterung Shopware Commercial zur Verfügung.

Retoure erstellen

Zum Erstellen einer Retoure, musst Du eine bestehende Bestellung öffnen. Unter dem Reiter **Allgemein** wählst Du im nächsten Schritt die Artikel der Bestellung aus, die Du als Retoure erhalten hast und wählst dann den neu erscheinenden Punkt **Artikel zurückgeben**.

Bestellung 10000 English Abbrechen Speichern

Allgemein Details Dokumente

Info

10000 - Shopware Shopware (testing@shopware.com) 33,00 €
 am 07.02.2023, 17:50 mit Invoice und Express Zuletzt geändert: 07.02.2023, 17:53 durch admin

Zahlungstatus: Paid Lieferstatus: Open Bestellstatus: Done

Tags hinzufügen ...

Positionen

Durchsuche Positionen ... Produkt hinzufügen

Ausgewählt: 1 Löschen Artikel zurückgeben Status setzen

<input type="checkbox"/>	1 x	Product #1	29,00 €	19 %	29,00 €
<input checked="" type="checkbox"/>	1 x	Product #2	4,00 €	19 %	4,00 €
Summe					33,00 €
Versandkosten					0,00 €
Gesamtsumme ohne MwSt.					27,73 €
zzgl. 19% MwSt.					5,27 €
Gesamtsumme inkl. MwSt.					33,00 €

Daraufhin öffnet sich ein Fenster mit der Übersicht der von Dir ausgewählten Positionen. An dieser Stelle kannst Du nun die **Retourenmenge** angeben und einen zusätzlichen **Kommentar** vergeben. Über den Button **Retoure anlegen** wird die Retour ausgelöst.

Positionen ×

Name	Bestellmenge	Retourenmenge	Kommentar
Product #2	1	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="Nichtgefallen"/>

Abbrechen Retoure anlegen

Innerhalb der Bestellung ist hierdurch ein neuer Reiter **Retouren** aufgetaucht, in welchem Du alle Details zur gerade erstellten Retoure wiederfindest und diese auch weiter bearbeiten kannst. Du kannst jetzt zum Beispiel einen **Retourenstatus** vergeben, Artikel aus der Retoure entfernen oder auch die **Status Historie** einsehen.

Allgemein Details **Dokumente** Retouren

Retoure #10002 Löschen

Retoure durch admin angelegt am 07.02.2023, 23:42

Allgemein Positionen Status Historie

Retourenstatus
Open

Anzahl der Produkte 1 (1 Artikel)

Summe 4,00 €

Versandkosten 0,00 €

Gesamterstattung ohne MwSt. 3,36 €

zzgl. 19% MwSt. 0,64 €

Gesamterstattung inkl. MwSt. 4,00 €

Kommentar
Kommentar eingeben...

Bitte beachte, dass derzeit nur eine Retoure pro Bestellung erstellt werden kann. Zudem findet derzeit auch noch keine automatische Bestandsberechnung statt. Dies muss manuell durchgeführt werden.

Unter dem Reiter **Dokumente** kann daraufhin ein neues Dokument, die sogenannte Teilstornierung, angelegt werden. Dieser Dokumententyp steht nur zur Verfügung, wenn bereits eine Rechnung erstellt wurde.

Deine Kunden können ab dem Zeitpunkt der Erstellung einer Retoure, diese im Kundenkonto innerhalb der Bestellübersicht einsehen. Der von Dir vergebene Retourenstatus wird dort für den Kunden mit ausgegeben.

Kunden

In diesem Bereich gehen wir näher auf die Kundenübersicht, sowie die Neuanlage von Kunden ein. Außerdem erhältst Du hier einen genauen Überblick auf die damit verbundenen Funktionen und was es hier zu beachten gibt.

Kundenübersicht

Das Kundenmodul ermöglicht Dir eine komfortable Verwaltung Deines Kundenstammes. Hier hast Du einen Blick auf alle relevanten Daten Deiner Kunden und diverse Möglichkeiten diese zu bearbeiten.



The screenshot shows a table with columns for Name, Straße, PLZ, Stadt, Kundennummer, Kundengruppe, and Mail-Adresse. There are also icons for search, refresh, and delete. A dropdown menu is open over the 'Mail-Adresse' column, showing options like 'Kontakt', 'E-Mail', and 'Telefon'.

Name	Straße	PLZ	Stadt	Kundennummer	Kundengruppe	Mail-Adresse
Heinrich Heine	Kaiserstraße 1	11169	München	1000000001	Standard-Kundengruppe	Heinrich.Heine@... Kontakt E-Mail Telefon
Wolfgang Seifert	Kaiserstraße 2	11169	München	1000000002	Standard-Kundengruppe	Wolfgang.Seifert@... Kontakt E-Mail Telefon
Wolfgang Seifert	Kaiserstraße 3	11169	München	1000000003	Standard-Kundengruppe	Wolfgang.Seifert@... Kontakt E-Mail Telefon
Wolfgang Seifert	Kaiserstraße 4	11169	München	1000000004	Standard-Kundengruppe	Wolfgang.Seifert@... Kontakt E-Mail Telefon
Wolfgang Seifert	Kaiserstraße 5	11169	München	1000000005	Standard-Kundengruppe	Wolfgang.Seifert@... Kontakt E-Mail Telefon

Innerhalb der Kundenübersicht kannst Du Deinen Kundenstamm verwalten.

Hier hast Du einen direkten Blick auf alle Deine Kunden, kannst nach ihnen **suchen (1)**, sie im **Detail (2)** anzeigen lassen, **bearbeiten (3)** und **löschen (4)**.

Du kannst über den Button **Kunden anlegen (5)** hier auch einen neuen Kunden in Dein System einpflegen. Auf der rechten Seite findest Du **Tools (6)**, um die Übersicht zu aktualisieren und durch Filtereinstellungen weiter einzugrenzen.

Das Badge **Erstellt von Admin (7)** sagt Dir, dass es sich bei dem Kunden um einen manuell angelegten Kunden handelt. Dies kann beispielsweise der Fall sein, wenn Kunden telefonisch bestellen möchten.

Kd.-Nr.:

Die intern zugewiesene Kundennummer Deines Kunden.

Name, Adressdaten, Email:

Hierbei handelt es sich um hinterlegte Adressdaten, sowie den Namen Deines Kunden. Diese finden sich bei vielen Schritten die diesen Kunden betreffen wieder.

Die Adresse gibt stets die derzeit zugewiesene Standard-Rechnungsadresse des Kunden aus.

Anzeigen

Bei einem Klick innerhalb des Kontextmenüs auf **Anzeigen (1)** rechts von dem Kunden öffnet sich eine detaillierte Übersicht.

Hier findest Du alle Daten Deines Kunden in einer strukturierten Übersicht.

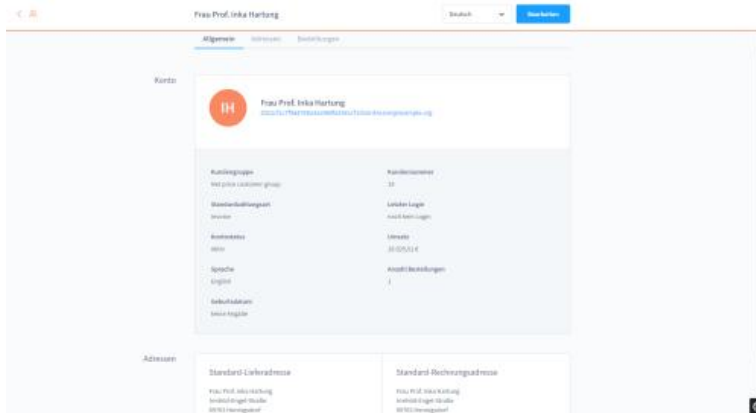


Ab. Nr.	Name	Strasse	PLZ	Stadt	E-Mail
01	Werner Weidung	Werner-Engel-Strasse	80761	Herrngörlitz	01012121@wernerweidung.de
02	Werner Weidung	Werner-Engel-Strasse	80761	Herrngörlitz	01012121@wernerweidung.de
03	Werner Weidung	Werner-Engel-Strasse	80761	Herrngörlitz	01012121@wernerweidung.de
04	Werner Weidung	Werner-Engel-Strasse	80761	Herrngörlitz	01012121@wernerweidung.de
05	Werner Weidung	Werner-Engel-Strasse	80761	Herrngörlitz	01012121@wernerweidung.de

Allgemein

Der Tab Allgemein zeigt Dir genauere Informationen zu Deinem Kunden an.

Hier zu gehören auch die Daten, die bereits innerhalb der Übersicht zu sehen sind.

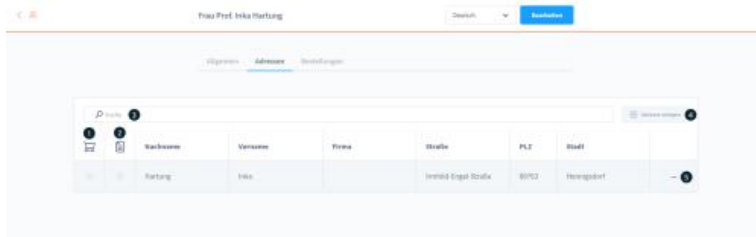


Kunde	
Kundengruppe	Kundennummer
Werner-Engel-Strasse	01
Standardlieferadresse	Standard-Rechnungsadresse
Frau Prof. Inka Hartung Werner-Engel-Strasse 80761 Herrngörlitz	Frau Prof. Inka Hartung Werner-Engel-Strasse 80761 Herrngörlitz

Adressen

Der Tab Adressen zeigt alle hinterlegten Adressen Deines Kunden an.

Ähnlich wie die Kundenübersicht findest Du hier strukturierte Informationen zu dessen Adressen.



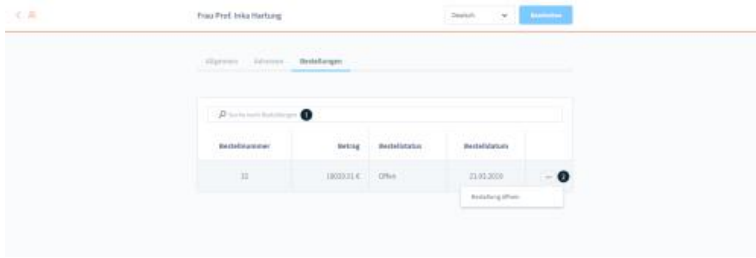
Suche	Standard	Standard	Suche	
Strasse	Vorname	Strom	PLZ	Stadt
Herrngörlitz	Inka	Werner-Engel-Strasse	80761	Herrngörlitz

Neben der Möglichkeit die **Standard-Lieferadresse (1)** und **Standard-Rechnungsadresse (2)** per Klick festzulegen, findest Du hier auch eine **Suche (3)** und die Möglichkeit eine **neue Adresse für den Kunden anzulegen (4)**.

Wenn Du auf den **Button (5)** klickst öffnet sich das Kontextmenü, das Dir nun auch die Möglichkeit zur Bearbeitung der Adresse gibt oder aber auch Dich diese duplizieren oder löschen lässt.

Bestellungen

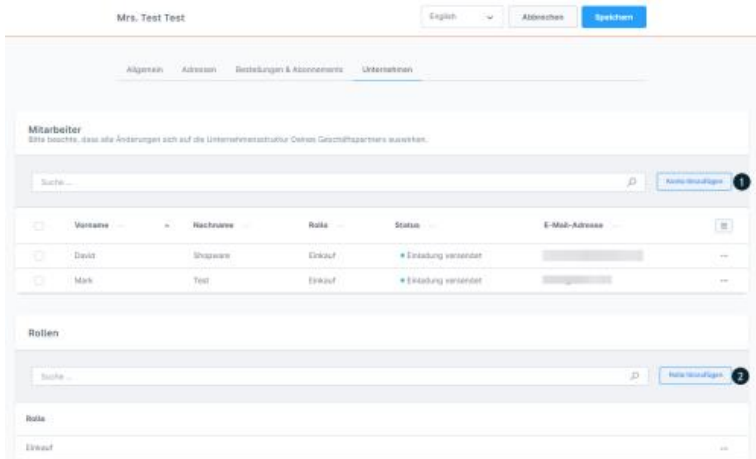
In dem Tab Bestellungen wird Dir eine Übersicht aller getätigten Bestellungen Deines Kunden angezeigt. Du findest hier relevante Informationen zu der Bestellnummer, dem Betrag, dem Bestellstatus und dem Bestelldatum. Außerdem bieten wir hier eine **Suchfunktion (1)** an.



Bei einem Klick auf das **Feld (2)** hast Du weiterführend die Möglichkeit die entsprechende Bestellung zu öffnen und landest in den [Bestelldetails](#).

Unternehmen

Ab der Shopware Version 6.5.6.0 und dem Evolve Plan ist es möglich die Mitarbeiter-Verwaltung zu nutzen. Diese ermöglicht das Hinterlegen von Mitarbeitern und die Vergabe von Rollen. Damit der Reiter **Unternehmen** im jeweiligen Kunden zur Verfügung steht, muss man Bearbeitungsmodus des Kunden, die Mitarbeiterverwaltung aktivieren.



Über den Button **Konto hinzufügen (1)** kannst Du einen neuen Mitarbeiter für das Unternehmen einladen. Dafür muss der Vor- und Nachname sowie die E-Mail-Adresse eingetragen werden. Die Rolle ist optional. In der Übersicht kannst Du dann den Status für jeden Mitarbeiter prüfen. Nachdem die Einladung innerhalb von 2 Stunden angenommen wurde, ist der Mitarbeiter Teil der Organisation. Über die drei Punkte kann man diesen bei Bedarf auch wieder deaktivieren.

Eine Rolle kannst Du über den Button **Rolle hinzufügen (2)** erstellen.

Neue Rolle Abbrechen **Speichern**

Allgemein

Name *

1

2 Standard-Rolle für neue Mitarbeiterkonten

Berechtigungen

3 Alle Berechtigungen

Mitarbeiterverwaltung

- Kann Mitarbeiter einsehen
- Kann Mitarbeiter bearbeiten
- Kann Mitarbeiter anlegen
- Kann Mitarbeiter löschen

Rollenverwaltung

- Kann Rollen einsehen
- Kann Rollen bearbeiten
- Kann Rollen anlegen
- Kann Rollen löschen

Bestellungen

- Kann alle Bestellungen einsehen

Zuerst gibst Du den **Namen (1)** für die Rolle ein. Du kannst außerdem entscheiden, ob diese Rolle als **Standard-Rolle für neue Mitarbeiter (2)** genutzt werden soll. Des Weiteren kannst Du hier die **Berechtigungen (3)** für den Mitarbeiter setzen. Diese sind auf die Bereiche Mitarbeiterverwaltung, Rollenverwaltung und Bestellungen eingegrenzt.

1 

Ihr Konto

Übersicht

Persönliches Profil

Mitarbeiter 2

Rollen 3

Adressen

Zahlungsarten

Bestellungen

Abonnements

 Abmelden

Im Frontend kann der jeweilige Mitarbeiter ebenfalls Rollen erstellen und Mitarbeiter verwalten. Dafür meldest Du Dich zuerst an und gehst auf das **Ihr Konto-Icon (1)**. Hier kannst Du dann in die jeweilige **Mitarbeiterverwaltung (2)** oder in die **Rollenverwaltung (3)**. Die Konfigurationen hier sind gleich mit denen im Admin.

Bearbeitungsmodus

Der Bearbeitungsmodus lässt Dich den Tab **Allgemein** konfigurieren.

Dies umfasst alle Angaben, die Du bereits schon innerhalb des Tabs Allgemein sehen konntest.

Ebenfalls kannst Du in diesem Modus eine Standard-Lieferadresse, sowie eine Standard-Rechnungsadresse konfigurieren.

Die Option hier zu findest Du im Allgemein-Tab weiter unten bei dem Punkt **Adressen**.

Einen neuen Kunden anlegen

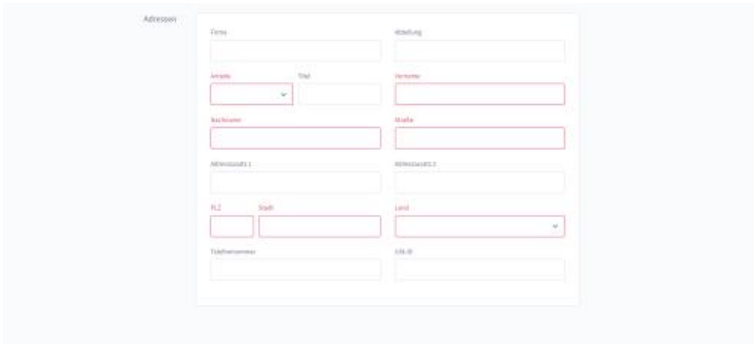
Innerhalb des Kundenmoduls bietet sich Dir die Option einen neuen Kunden anzulegen.

Das Modul lässt Dich hier gängige Eingaben zu dem neu erstellten Kunden einpflegen (Name, Adresse etc.). Es ist Dir hier möglich dem Kunden eine **Kundengruppe direkt zuzuweisen (1)**. Dies wendet bspw. gegebene Einstellungen dieser Kundengruppe auf diesen Kunden an.

Das Feld **Verkaufskanal (2)** lässt Dich den Kunden einem Deiner Verkaufskanäle zuweisen und bestimmt somit, in wie fern er Deine Storefront sieht und welche Produkte er bspw. ausgespielt bekommt.
Das Feld **Tags (3)** lässt Dich dem Kunden diverse Schlagworte zuweisen, diese kannst Du bspw. in Listings, Product Streams oder Rulebuildern benutzen um eine weitere Verschachtelung bspw. innerhalb einer Kundengruppe zu ermöglichen.

Weiterführend hast Du im Unterpunkt **Adressen** hier direkt die Möglichkeit dem Kunden eine Adresse vorab zuzuweisen.

Bei den rot markierten Feldern handelt es sich hier um Pflichtfelder, welche von Dir ausgefüllt werden müssen, damit Du diesen Kunden anlegen kannst.



The image shows a screenshot of a form titled 'Adressen' (Addresses). The form contains several input fields arranged in a grid. The fields are: 'Name', 'Geburtsdatum', 'Artikel', 'Titel', 'Vorname', 'Nachname', 'Adresse 1', 'Adresse 2', 'PLZ', 'Stadt', 'Land', 'Telefonnummer', and 'UID ID'. The fields 'Artikel', 'Nachname', 'PLZ', 'Stadt', and 'Land' are highlighted with red borders, indicating they are mandatory fields. The 'Land' field is a dropdown menu.

Schnellbesteller-Funktion

Ab der Shopware Version 6.5.4.0 und dem Shopware Evolve Plan ist es möglich die Schnellbesteller-Funktion zu nutzen.

Diese ermöglicht es Deinen Kunden den Bestellprozess zu beschleunigen, indem sie per Artikelnummer oder CSV-Datei Artikel in den Warenkorb legen.

Aktivierung

Die Funktion kann pro Kunde aktiviert werden, indem man zuerst in den Bearbeitungsmodus geht und dann die Funktion "Schnellbestellung" auf aktiv stellt.

Frontend-Ansicht



Im Frontend kann man auf die Funktion zugreifen, indem man auf das **Konto-Icon (1)** klickt und dann die **Schnellbestellungen (2)** auswählt.



Um den generellen Bestellprozess zu beschleunigen, kannst Du hier Produkte per **Namen oder Nummer suchen (1)** und die **Anzahl (2)** direkt anpassen. Alternativ kannst Du auch eine **CSV-Datei (3)** hochladen. Nach dem klicken auf den Button öffnet sich ein Fenster wo Du Deine Datei hochladen kannst. Die Datei muss dabei die Spalten "product_number" und "quantity" beinhalten. Eine Vorlage kannst Du Dir dort ebenfalls herunterladen. Sobald alle Produkte ausgesucht wurden kannst Du sie dem **Warenkorb hinzufügen (4)**. Wenn Du die Liste löschen möchtest geht dies über den Button "**Liste leeren (5)**".

Mehrfachänderung

Die Mehrfachänderung bietet Dir eine einfache und schnelle Möglichkeit, mehrere Kundendatensätze gleichzeitig zu verändern.

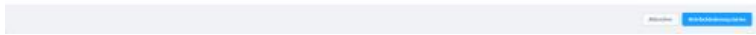
	Name	Adresse	Telefon	E-Mail	Aktionen
<input type="checkbox"/>	Wolfgang, Max	Wolfgangstr. 1	12345	max@wolfgang.com	...
<input type="checkbox"/>	Beate, Beate	Beatestr. 12	54321	beate@beate.com	...
<input type="checkbox"/>	Frank, Paul	Frankweg 7	67890	paul@frank.com	...
<input checked="" type="checkbox"/>	Stefan, Tom	Stefanstraße 10	10100	tom@stefan.com	...
<input checked="" type="checkbox"/>	Michael, Michael	Michaelstr. 12	11111	michael@michael.com	...
<input checked="" type="checkbox"/>	Michael, Mike	Michaelstr. 1	12333	mike@michael.com	...

Du kannst **einzelne Kunden auswählen (2)** oder **alle Kunden (1)**, die auf dieser Seite angezeigt werden. Du hast auch die Möglichkeit, Kunden auf mehreren Seiten auszuwählen. Es können aber maximal 1000 Datensätze ausgewählt und bearbeitet werden. Die Anzahl der **aktuell ausgewählten Kunden (3)** wird oberhalb der Kunden angezeigt. Um die ausgewählten Kunden zu bearbeiten, klickst Du auf **Mehrfachänderung (4)**. Um alle ausgewählten Kunden zu löschen, klicke auf **Löschen (5)**.

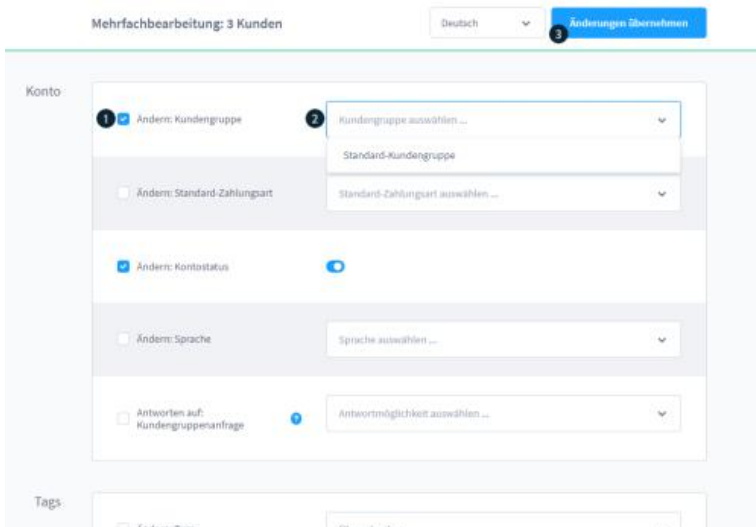
Nachdem Du auf **Mehrfachänderung** geklickt hast, erscheint ein Pop-up-Fenster, das Dir die ausgewählten Kunden anzeigt.



	Kunden-ID	Name	Adresse	Telefon	Standard-Zahlungsart	Standard-Kundengruppe
<input checked="" type="checkbox"/>	123456789012	Max Mustermann	Musterstraße 1	01234 567890	Standard-Zahlung	Standard-Kundengruppe
<input checked="" type="checkbox"/>	987654321098	Anna Schmeißer	Musterstraße 2	09876 543210	Standard-Zahlung	Standard-Kundengruppe
<input checked="" type="checkbox"/>	012345678901	Thomas Müller	Musterstraße 3	01234 567890	Standard-Zahlung	Standard-Kundengruppe



In dieser Übersicht hast Du nochmal die Möglichkeit, Kunden aus Deiner aktuellen Auswahl zu entfernen. Wenn Du mit Deiner Auswahl zufrieden bist, klicke auf **Mehrfachänderung starten**.



Mehrfachbearbeitung: 3 Kunden

Deutsch **Änderungen übernehmen**

Konto:

- Ändern: Kundengruppe** **2** Kundengruppe auswählen ...
Standard-Kundengruppe
- Ändern: Standard-Zahlungsart** Standard-Zahlungsart auswählen ...
- Ändern: Kontostatus**
- Ändern: Sprache** Sprache auswählen ...
- Antworten auf: Kundengruppenanfrage** **1** Antwortmöglichkeit auswählen ...

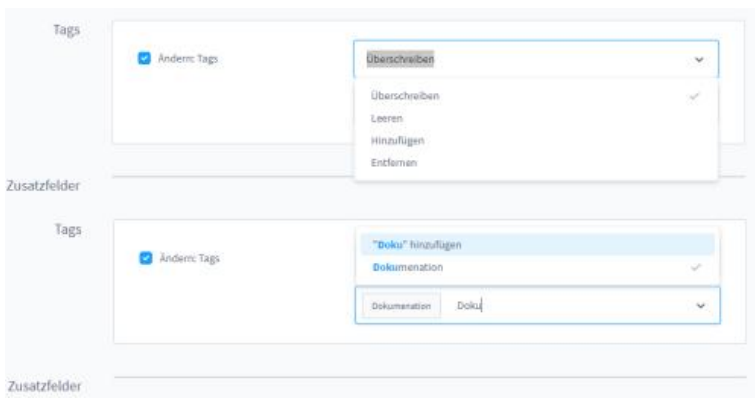
Tags:

- Antwort: Nein
- Filialkategorie

Jetzt kannst Du die **Checkbox (1)** der zu ändernden Punkte ankreuzen und die **Werte (2)** ändern. Zum Fortfahren auf **Änderungen übernehmen (3)** klicken. Bitte beachte, dass nur Werte geändert werden, bei denen die Checkbox angekreuzt ist.

Die zu bearbeitenden Informationen sind wie in der Konfiguration eines einzelnen Kunden aufgeteilt, also in Blöcke wie z.B. Konto, Tags, usw. .

In einigen Blöcken, in denen es sinnvoll ist, steht Dir ein zusätzliches Dropdown mit verschiedenen Optionen zur Verfügung. Diese Option entscheidet darüber, wie die Änderungen dieses Blockes behandelt werden sollen.

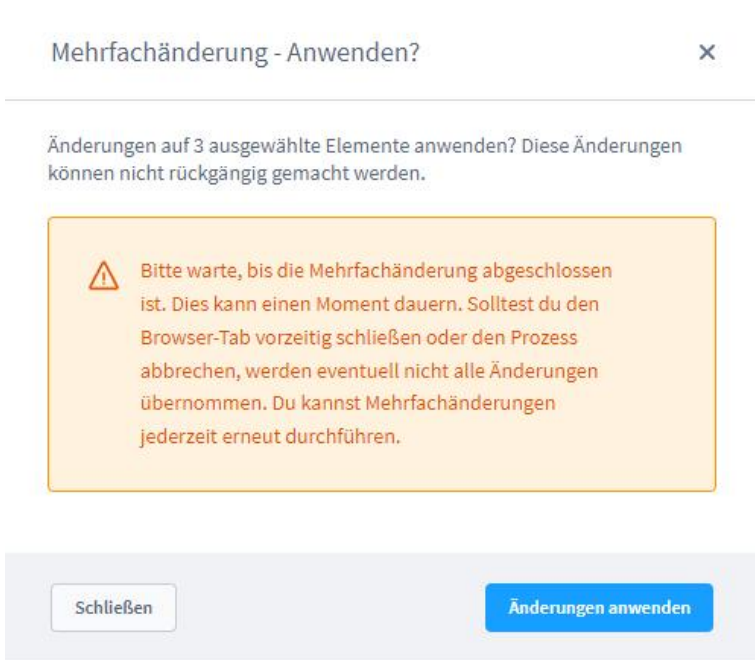


Überschreiben: Wählst Du diese Option, werden die vorherigen Informationen durch die jetzt getroffene Auswahl überschrieben.

Leeren: Mit dieser Option werden alle Einstellungen und Informationen dieses Blockes entfernt.

Hinzufügen: Mit dieser Option werden den Kunden nur die hier getroffenen Einstellungen hinzugefügt. Bereits bestehende Einstellungen werden dadurch nicht entfernt.

Entfernen: Mit dieser Option werden von den Kunden die hier getroffenen Einstellungen entfernt, sofern sie an den Kundendatensätzen vorhanden gewesen sind.



In einem Popup wird Dir die Anzahl der zu ändernden Kunden angezeigt. Du musst dies bestätigen, indem Du auf **Änderungen anwenden** klickst.



Abhängig von der Anzahl der vorgenommenen Änderungen, kann dieser Vorgang einige Zeit in Anspruch nehmen.

Bitte beachte, dass Du während des Mehrfachänderungsvorgangs keine manuellen Änderungen an den ausgewählten Elementen vornimmst, da dies unvorhergesehene Effekte haben kann.

⚠ Bitte warte, bis die Mehrfachänderung abgeschlossen ist. Dies kann einen Moment dauern. Solltest du den Browser-Tab vorzeitig schließen oder den Prozess abbrechen, werden eventuell nicht alle Änderungen übernommen. Du kannst Mehrfachänderungen jederzeit erneut durchführen.

Abbrechen

Schließen

Bitte warte bis das System die Kundendaten aktualisiert hat.



Mehrfachänderung abgeschlossen.

Schließen

Shopware wird Dich benachrichtigen, sobald die Aufgabe erledigt ist. Jetzt kannst Du auf **Schließen** klicken, um den Vorgang zu beenden und zur Übersicht zurückzukehren.

AI-generierte Kunden Klassifizierung

Die AI-generierte Kunden Klassifizierung steht Dir ab dem Plan Shopware Rise zur Verfügung.

Mit dieser Funktion hast Du die Möglichkeit eine automatische AI unterstützte Klassifizierung von Kunden zu erstellen, welche Du in einem weiteren Schritt dann beispielsweise für Mailings oder andere

Marketingaktionen nutzen kannst.

Die Klassifizierungen werden als Tags am Kunden gespeichert und können auch für andere Funktionen innerhalb von Shopware genutzt werden.

Avatar	Name	Adresse	Telefon	Ort	Telefon	Standard-Kundengruppe
	Garcia, Carla	Shopppingweg 1	12345	Shopppingen	10018	Standard customer group
	Paetz, Emma	Ebbinghof 10	48123	Shopppingen	10012	Standard customer group
	Singh, Alex	Niederlandstraße 1	123456	Wittorswik	10011	Standard customer group
	Rossi, Sophia	Schulenberg 1	48712	Gescher	10010	Standard customer group
	Smith, Mohammed	Schulenberg 1	48712	Gescher	10007	Standard customer group
	Müller, Jan	Schulenberg 1	48712	Gescher	10000	Standard customer group

Um die Klassifizierung von Kunden zu starten wähle zunächst in der Kundenübersicht alle Kunden aus, die bei der automatischen Klassifizierung berücksichtigt werden sollen und klicke dann auf **Klassifizieren (1)**.

Klassifizierung: 6 Kunden AI Copilot

Erstelle Klassifizierungen der Kunden auf Basis Ihrer Bestelldaten und füge diese als Tags den Kunden hinzu.

Allgemeine Informationen

zusätzliche Informationen

Customer Lifetime Value in den letzten 3 Monaten

Anzahl der Tags: 3

Tags generieren

AI-Antworten können ungenau oder irreführend sein.

Anschließend öffnet sich ein Fenster, mit dem Du die Klassifizierung dann durchführen kannst.

Im Feld **zusätzliche Informationen (1)** kannst Du optional weitere Informationen Deiner Klassifizierung hinzufügen. Dies kann der Zweck der Klassifizierung sein, die Marketing Kampagne, für die sie genutzt werden soll oder der Auswertungsgrund. Die AI erstellt anhand dieses Feldes und der ausgewählten Kundendaten dann automatische Klassifizierungen. Dieses Feld kannst Du auch optional komplett frei lassen. Dann arbeitet die AI nur mit den Daten aus den Kundenkonten.

Im Feld **Anzahl der Tags (2)** gibst Du an, wie viele Klassifizierungen und somit Tags erstellt werden sollen.

Mit dem Button **Tags generieren (3)** startest Du die Klassifizierung.

Tags

⚠ Bitte beachte, dass die spezifischen Bedingungen je nach Unternehmen und Branche variieren können. Daher ist es wichtig, die Bedingungen für eine genaue Klassifizierung entsprechend anzupassen.

	1	2	3	
<input type="checkbox"/>	Tag Name	Beschreibung	Bedingung	
<input type="checkbox"/>	High Value Customers	Kunden, die in den letzten 3 Monaten hochwertige Einkäufe getätigt haben und einen hohen Customer Lifetime Value haben	order_totalAmount >= 500 AND customer_lifetime_value >= 1000	4 ...
<input type="checkbox"/>	Loyal Customers	Kunden, die mehrere Bestellungen getätigt haben und in letzter Zeit aktiv waren	order_count >= 3 AND last_order_date >= 90 AND last_login >= 30 AND first_login <= 365	...
<input type="checkbox"/>	Inactive Customers	Kunden, die in letzter Zeit keine Einkäufe getätigt haben und nicht auf der Website aktiv waren	last_order_date <= 180 AND last_login <= 90	...

5 Start

Nach dem Generieren werden Dir die generierten Tags mit generierten **Namen (1)** in einer Liste angezeigt. Zu jedem Tag wird auch eine **Beschreibung (2)** erstellt, die grob erläutert, welche Kunden von dieser Klassifizierung berücksichtigt werden und eine **Bedingung (3)** die detailliert aufschlüsselt, nach welchen Voraussetzungen die Tags vergeben werden.

Mit dem **Kontextmenü (4)** kannst Du die Tags noch manuell anpassen.

Um die Tags nun an die Kunden zu vergeben wähle die Tags aus, die Du vergeben möchtest und klicke auf **Start (5)**.

Die ausgewählten Tags werden dann den Kunden zugewiesen, die den jeweiligen Bedingungen entsprechen. Hierbei kann es natürlich vorkommen, dass nicht alle anfänglich ausgewählten Kunden das Tag zugewiesen bekommen sondern nur die, auf die die entsprechenden Bedingungen zutreffen.

Führst Du zu einem späteren Zeitpunkt eine erneute Klassifizierung durch, werden alle AI-generierten Tags aus vorherigen Klassifizierungen aus den Kunden entfernt und die Tags selber gelöscht.

Kundenaccount

Kundenaccount

Übersicht

Dieser Bereich bietet dem Kunden eine allgemeine Übersicht über seine Daten. Ähnlich wie ein Dashboard liefert er einen schnellen und kurzen Überblick über Bestellungen, Adressen und weitere relevante Informationen. In der Maske können die Kunden sich auch für den Newsletter anmelden. Mehr Informationen über Newsletter findest Du [hier](#).

Demostore Deutsch € Euro 0,00 €

Home [Beliebte](#) [Freizeit & Elektro](#)

Hallo, Test shopware

Übersicht

Hier haben Sie direkten Zugriff auf Ihre Profildaten, hinterlegte Adressen und die Standard-Zahlungsart.

Persönliche Daten **Standard-Zahlungsart**

test@shopware **Masterkarte**
Zahlung bei Erhalt der Ware

test@shopware.com

Newsletter-Abonnement

Ja, ich möchte regelmäßig den kostenfreien Newsletter von master1 erhalten! (Einstellung jederzeit möglich.)

Standard-Rechnungsadresse **Standard-Lieferadresse**

test@shopware
Musterstraße 12
48231 Herten
Deutschland **Entspricht der Rechnungsadresse**

Letzte Bestellung

Bestelldatum: 05.08.24 Offen

Bestellnummer: 10005

Leistung	Zahlungstyp	Zahlungsart	Versandart
Offen	Bezahl	PayPal	Standard

[Ausklappen](#)

Persönliches Profil

Im Bereich "Persönliches Profil" kannst Du Deine Zugangsdaten wie E-Mail-Adresse und Passwort ändern. So hast Du die Kontrolle über Deine Login-Informationen und kannst sie bei Bedarf anpassen.

Demostore Deutsch € Euro 0,00 €

Home [Beliebte](#) [Freizeit & Elektro](#)

Hallo, Test shopware

Profil

Überprüfen Sie Ihre persönlichen Daten.

Persönliche Daten

Anrede: Her

Vorname* Nachname*

Die mit einem Stern (*) markierten Felder sind Pflichtfelder.

Änderungen speichern

Zugangsdaten

[Neue E-Mail-Adresse](#) [test@shopware.com](#) [E-Mail-Adresse ändern](#) [Passwort ändern](#)

Service-Hotline
Unterstützung und Beratung unter:

Adressen

Unter "Adressen" kannst Du Deine gespeicherten Adressen verwalten. Hier kannst Du bestehende Adressen anpassen, löschen oder neue hinzufügen. So kannst Du sicherstellen, dass Deine Lieferungen immer an die richtige Adresse gehen.

Adressen

Ändern Sie Ihre Standard-Adressen oder fügen Sie neue hinzu.

[+ Neue Adresse hinzufügen](#)

Standard-Rechnungsadresse

Test shopware
Musterstraße 12
48529 Nordhorn
Deutschland

Standard-Lieferadresse

Test shopware
Musterstraße 12
48529 Nordhorn
Deutschland

Verfügbare Adressen

Test shopware
Musterstraße 12
48529 Nordhorn
Deutschland

[Adresse bearbeiten](#)

Zahlungsarten

Als Kunde kannst Du hier Deine Standard-Zahlungsart auswählen, diese wird bei jedem Einkauf als Standard vorausgewählt, was Dir den Bestellprozess erleichtert und Zeit spart. Wie Du weitere Zahlungsarten anlegen und im Frontend den Kunden zur Verfügung stellen kannst, findest Du [hier](#).

Zahlungsarten

Hier treten Sie alle verfügbaren Zahlungsarten und können eine Standard-Zahlungsart wählen.

Standard-Zahlungsart

PayPal

Bezahlung per PayPal - einfach, schnell und sicher.

Kreditkarte

Zahlung des Betrags der Ware.

Amazon Pay

Mit Amazon Pay bezahlen.

Barzahlung

Sie zahlen einfach vorab und erhalten die Ware bequem und günstig bei Zahle...

Rechnung

Sie zahlen einfach und bequem auf Rechnung. Shopware bietet z.B. auch die M...

Banküberweisung

Sie zahlen einfach und bequem auf Rechnung. Shopware bietet z.B. auch die M...

Banküberweisung

Sie zahlen einfach und bequem auf Rechnung. Shopware bietet z.B. auch die M...

Banküberweisung

Sie zahlen einfach und bequem auf Rechnung. Shopware bietet z.B. auch die M...

Banküberweisung

Sie zahlen einfach und bequem auf Rechnung. Shopware bietet z.B. auch die M...

Banküberweisung

Sie zahlen einfach und bequem auf Rechnung. Shopware bietet z.B. auch die M...

Banküberweisung

Sie zahlen einfach und bequem auf Rechnung. Shopware bietet z.B. auch die M...

Banküberweisung

Sie zahlen einfach und bequem auf Rechnung. Shopware bietet z.B. auch die M...

Banküberweisung

Sie zahlen einfach und bequem auf Rechnung. Shopware bietet z.B. auch die M...

Banküberweisung

Sie zahlen einfach und bequem auf Rechnung. Shopware bietet z.B. auch die M...

Banküberweisung

Sie zahlen einfach und bequem auf Rechnung. Shopware bietet z.B. auch die M...

Banküberweisung

Sie zahlen einfach und bequem auf Rechnung. Shopware bietet z.B. auch die M...

Banküberweisung

Sie zahlen einfach und bequem auf Rechnung. Shopware bietet z.B. auch die M...

Banküberweisung

Sie zahlen einfach und bequem auf Rechnung. Shopware bietet z.B. auch die M...

Bestellungen

Im Bereich "Bestellungen" kannst Du alle Deine getätigten Bestellungen einsehen und den aktuellen Bearbeitungsstand überprüfen. Über die Drei-Punkte-Option kannst Du Bestellungen wiederholen oder, falls die Zahlung noch offen ist, den Zahlungsstatus ändern. Das macht es Dir leicht, den Überblick über Deine Einkäufe zu behalten und gegebenenfalls Anpassungen vorzunehmen.

Bestellungen

Alle letzten Bestellungen:

Bestelldatum: 12.08.24 ...

Bestellnummer: 10026

Lieferstatus	Zahlungstatus	Zahlungsart	Versandart	
Offen	Bezahlt	PayPal	Standard	

Produkt	Anzahl	Stückpreis	Summe
Hauptprodukt, versandkostenfrei mit Hervorhebung <small>Preis Nr. 1923410000</small> Zum Warenkorb hinzufügen	1	20,00 €*	20,00 €*

Bestelldatum:	12.08.24	Versandkosten:	0,00 €
Bestellnummer:	10026	zzgl. 19 % MwSt.	3,79 €
Zahlungsart:	PayPal	Gesamtsumme:	20,00 €
Versandart:	Standard		

* Alle Preise inkl. gesetzl. Mehrwertsteuer zzgl. Versandkosten und ggf. Nachnahmegebühren, wenn nicht anders angegeben.

Abonnements

Die Funktion der Abonnements ist ab der Version 6.5.4.0 verfügbar. Es steht als Commercial Feature ab dem Plan Beyond zur Verfügung.

Über diesen Bereich kannst Du Abonnements mit wiederkehrenden Bestellungen und konfigurierbaren Intervallen erstellen.

"Abonnements" ist ein vielseitiges Werkzeug, das es Händlern ermöglicht, den wachsenden Trend der Abonnement-Modelle im E-Commerce zu nutzen.

Mehr Informationen findest Du [hier](#).

Abonnements

Hier kannst Du Deine Abonnements nach Datum sortiert finden.

Nächste Ausführung: 01.10.24 ...

1 wiederholende Aufträge bis zum Ende der Mindestvertragslaufzeit.

Prepperanz: am ersten des Monats
Abonnement Nummer: 10000

Name	Anzahl	Preis	Summe
Hauptartikel <small>Preis Nr. 1923410000</small> Zum Warenkorb hinzufügen	1	495,99 €*	495,99 €*

Von:	01.08.24	Versandkosten:	0,00 €
Zahlungsart:	Vorkasse	Wiederkehrender Betrag (Brutto):	495,99 €
Versandart:	Standard		

Inhalte

CMS Erweiterungen für Shopware 6

Bei den CMS Erweiterungen für Shopware 6 handelt es sich um eine Erweiterung, das Bestandteil von Shopware Evolve ist und erweiterte Funktionen für die Erlebnisswelten bereitstellt.

Installation

Wenn für die Shopdomain mindestens der Shopware Evolve Plan im Shopware-Account hinterlegt ist, kannst Du die Erweiterung unter **Erweiterungen > Meine Erweiterungen** herunterladen und installieren.

Wichtig ist, dass Du Dich zuvor im Reiter Shopware Account mit Deinem Account angemeldet hast. Nachdem die Erweiterung installiert wurde, kannst Du diese über den Schalter links neben der Erweiterung aktivieren.

Funktionen

In der Erweiterung werden folgende Funktionen bereitgestellt:

Quickview

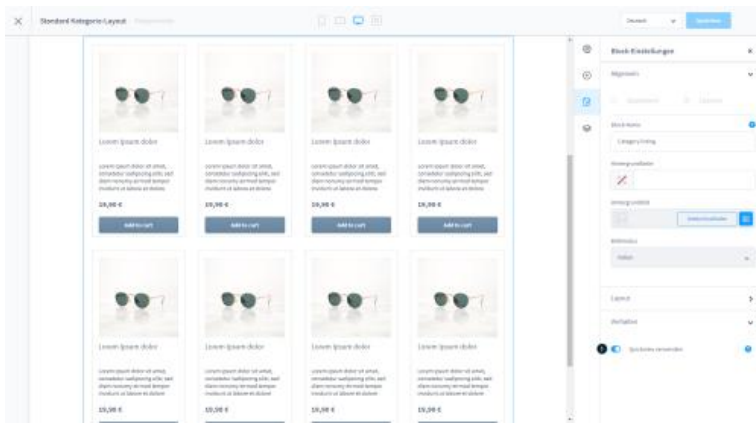
Diese Funktion ermöglicht eine Produktansicht direkt im Listing. Hierdurch muss der Kunde das Listing nicht verlassen, um eine detailliertere Übersicht des Produkts zu erhalten.

Aktivierung

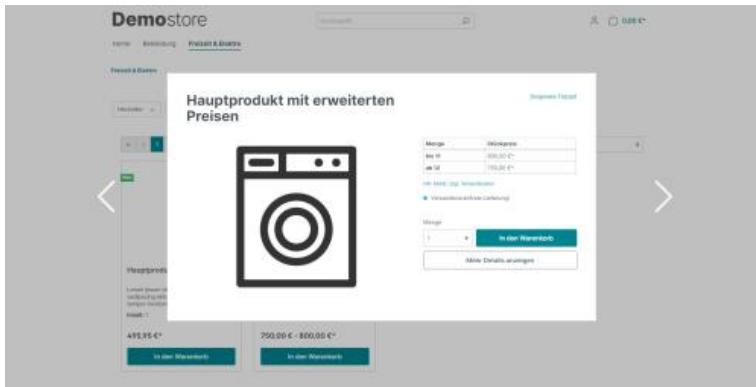
Die Aktivierung der Funktion ist in der jeweiligen Erlebnisswelt möglich und steht für folgende Elemente vom Typ Commerce zur Verfügung: "*Drei Spalten, Produkt-Boxen*", "*Produkt-Slider*" und "*Cross-Selling*".

Wenn Du im Erlebnisswelten-Editor ein entsprechendes Element markiert hast, kannst Du im Punkt Verhalten die Quickview aktivieren (**1**).

Diese wird dann in allen Kategorien verwendet, denen diese Erlebnisswelt zugewiesen ist.



Ansicht im Frontend

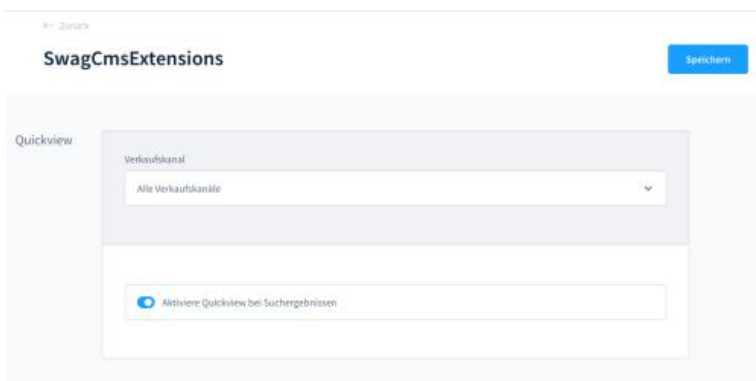


Quickview bei Suchergebnissen

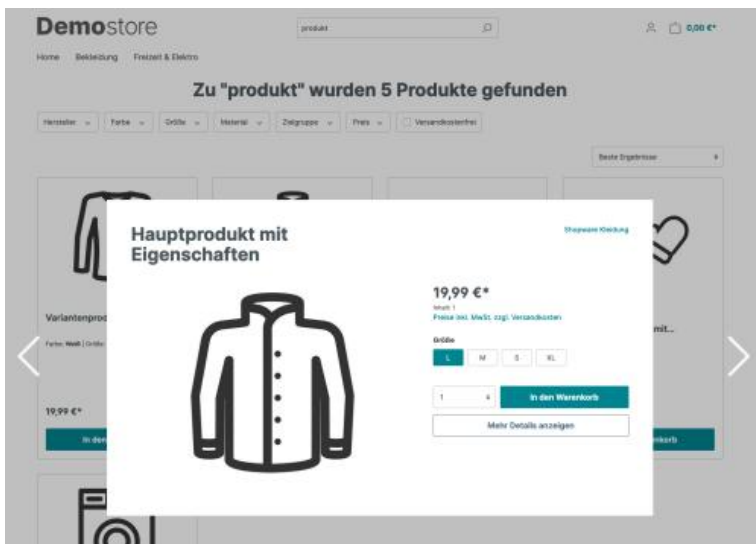
Darüber hinaus kannst Du diese Produktansicht auch für die Suchergebnisse aktivieren.

Aktivierung

Die Funktion aktivierst Du direkt in der Konfiguration der Erweiterung. Gehe hierzu in der Administration auf Deine Erweiterungen und öffne die Konfiguration der CMS-Erweiterung Erweiterung über die drei Punkte auf der rechten Seite. Im Anschluss kannst Du die Funktion aktivieren und speichern.



Ansicht im Frontend



Scroll-Navigation

Die Scroll-Navigation bietet Dir die Möglichkeit, in einer Erlebniswelt Navigationspunkte zu setzen. Anhand dieser Navigationspunkte wird auf der linken Seite ein Navigationsmenü eingeblendet, über das direkt zu den einzelnen Abschnitten gesprungen werden kann. Außerdem können die Abschnitte direkt über URL-Parameter aufgerufen werden.

Aktivierung

In der Erlebniswelten kann je Sektion ein Navigationspunkt angelegt werden. Hierzu stellt die Erweiterung einen neuen Abschnitt Scroll-Navigation in den [Sektions-Einstellungen](#) bereit.

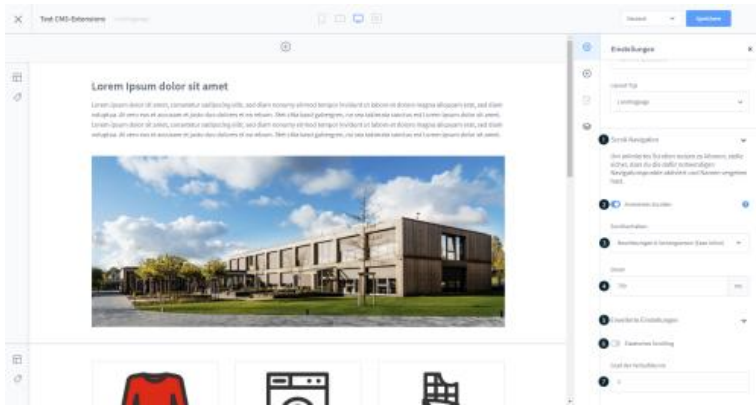
Für die Zuweisung eines Navigationspunkts öffne zunächst die Sektion-Einstellungen über das **Symbol auf der linken Seite der Sektion (1)**. Auf der rechten Seite kannst Du nun die Konfiguration der **Scroll-Navigation (2)** ausklappen. Dort kannst Du dann den **Navigationspunkt aktivieren (3)** und einen **Namen vergeben (4)**. Wenn der Navigationspunkt aktiviert ist, wird auf der linken Seite ein zusätzliches **Symbol eingeblendet (5)**. Hierdurch kannst Du direkt erkennen, ob bei einer Sektion der Navigationspunkt aktiv ist.



Für die korrekte Funktion der Scroll-Navigation empfehlen wir, dass die einzelnen Sektionen mindestens Bildschirmfüllend sein sollten. Bei zu kleinen Sektionen kann es sonst vorkommen, dass das Sprungverhalten zu den Sektionen nicht mehr exakt erfolgt.

Animiertes Scrollen

Diese Funktion erzeugt ein automatisches Scrollen beim Wechsel zu einem Navigationspunkt. Wenn in einer Erlebniswelt mindestens ein Navigationspunkt gesetzt ist, kann in den Einstellungen der Erlebniswelt (über das Zahnradsymbol aufrufbar) im Punkt **Scroll-Navigation (1)** das **animierte Scrollen (2)** aktiviert werden.

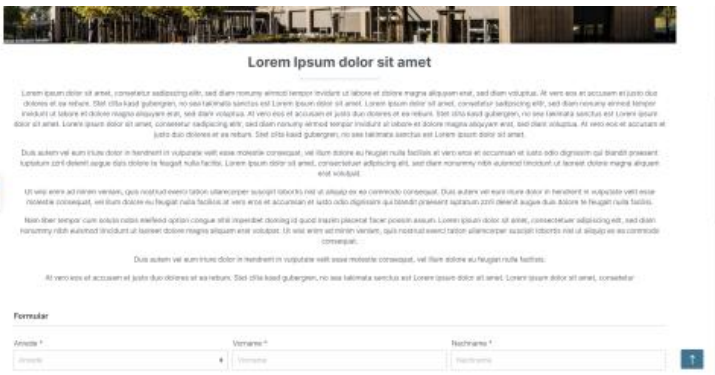


Zur Individualisierung kannst Du aus verschiedenen **Scrollverhalten (3)** wählen und eine **Animationsdauer (4)** einstellen. Außer beim Scrollverhalten *Konstant (Linear)* stehen noch **weitere Einstellungen (5)** zur Verfügung.

Das **elastische Scrollen (6)** ist eine Animation, die vor und nach dem Scrollvorgang das Bild etwas "springen" lässt.

Alternativ kannst Du den **Grad der Verlaufskurve (7)** einstellen. Dieser Wert steuert die Beschleunigung bzw. Verlangsamung des Scrollens (nicht bei *Konstant (Linear)* bzw. aktivem *elastischen Scrollen*).

Ansicht im Frontend - Desktop



Auf der linken Seite befindet sich die **Navigationsleiste (1)**, um zu den einzelnen Navigationspunkten zu gelangen.

Wenn Du mit der Maus über einen der Navigationspunkte hoverst, wird der Name des Abschnitts eingeblendet.

Ansicht im Frontend - Mobil



Lorem Ipsum dolor sit amet

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt 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 nonumy eirmod tempor invidunt 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 nonumy eirmod tempor invidunt 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.

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dula dolore te feugait nulla facilisi. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipscing elit, sed diam nonumy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam

Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci



In der mobilen Ansicht befindet sich das Navigationsmenü unten rechts. Über die **Pfeil-Button (1)** kannst Du zwischen den einzelnen Navigationspunkten wechseln. Über den **Button mit den 3 Strichen (2)** kannst Du das Menü ausklappen.



Lorem Ipsum dolor sit amet

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt 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 nonumy eirmod tempor invidunt 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 nonumy eirmod tempor invidunt 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.

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dula dolore te feugait nulla facilisi. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipscing elit, sed diam nonumy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam



Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci

In der **ausgeklappten Übersicht (1)** werden Dir nun die einzelnen Abschnitte mit den jeweiligen Bezeichnungen aufgelistet.

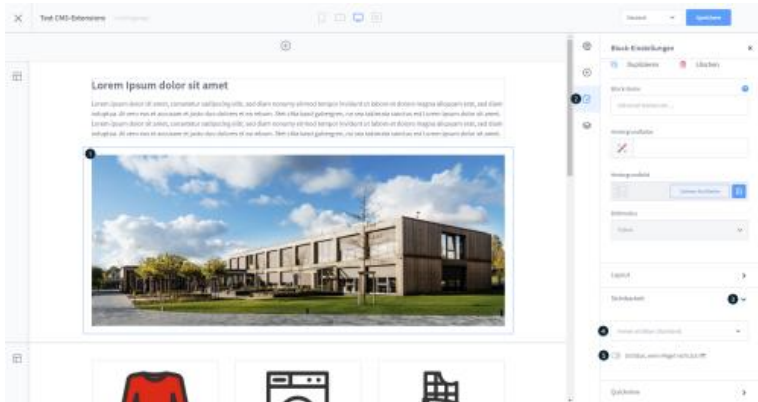
Aufruf per URL-Parameter

Es ist möglich, einen Navigationspunkt direkt über einen URL-Parameter aufzurufen. Hierzu wird der Name des Navigationspunkts verwendet.

In unserem Beispiel ist der Name des Navigationspunkts "Lorem Ipsum". Der Aufruf erfolgt über die URL <https://dein-shop.de/Test-Landingpage/#lorem%20ipsum>

Sichtbarkeit einzelner Blöcke definieren

Die Erweiterung stellt eine Funktion bereit, um die Sichtbarkeit einzelner Blöcke einer CMS-Seite über [Rule-Builder-Regel](#) zu steuern.

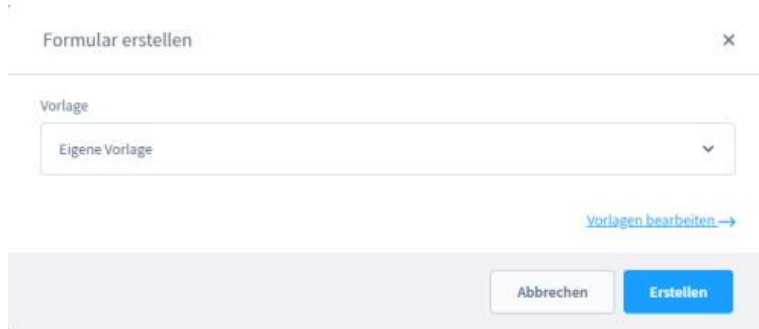


Um die Einstellungen hierfür vornehmen zu können, klicke zunächst einmal auf den gewünschten **Block (1)**. Hierdurch werden die **Block-Einstellungen (2)** auf der rechten Seite aufgerufen. Dort klappe die **Sichtbarkeits-Einstellungen (3)** auf. Wähle eine **Rule-Builder-Regel (4)** aus, um die Sichtbarkeit des Blocks zu definieren. Wenn keine Regel ausgewählt ist, wird der Block immer angezeigt. Optional kannst Du die ausgewählte **Regel negieren (5)**.

Eigene Formulare

Neben dem Standard Formular kannst Du mit den CMS-Erweiterungen für Shopware 6 auch eigene individuelle Formulare in den Erlebniswelten einfügen.

Um Deiner Erlebniswelt ein eigenes Formular hinzuzufügen, klicke auf **Inhalte > Erlebniswelten** und wähle die Erlebniswelt, zu der das Formular hinzugefügt werden soll. Klicke dann auf das **+** Symbol, um einen neuen Block hinzuzufügen und wähle als Block-Kategorie **Formular** aus. Neben dem Standard-Formular, bspw. für den Kontakt, kannst Du nun auch ein eigenes Formular in Deine Erlebniswelt ziehen.

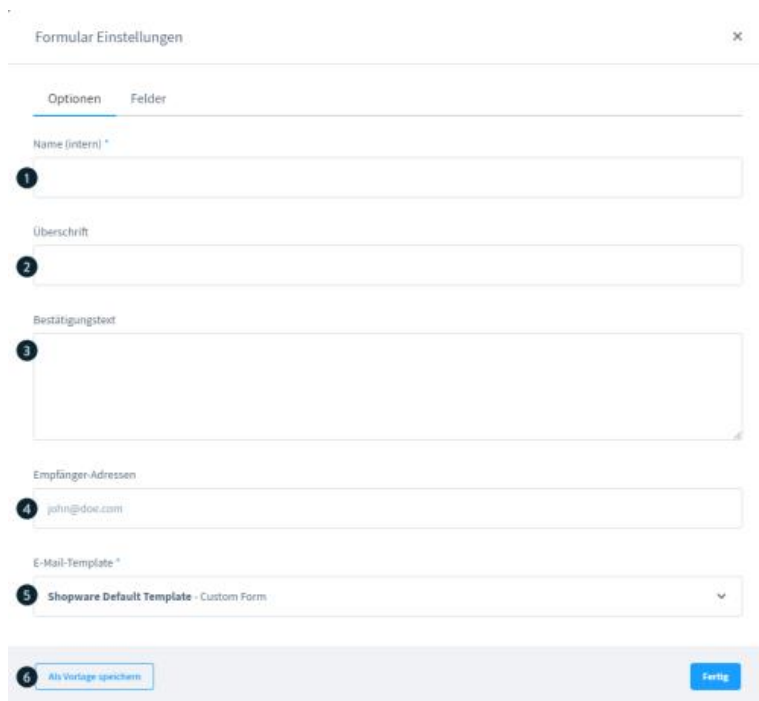


Anschließend öffnet sich ein Popup Fenster, in dem Du auswählen kannst, ob Du eine zuvor von Dir erstellte Vorlage nutzt oder ein neues Formular erstellst.

Auch wenn Du auf eine Vorlage zurückgreifst, lässt diese sich anschließend komplett bearbeiten.

Optionen

Wenn Du ein neues Formular erstellst oder ein bestehendes bearbeitest, öffnet sich das Fenster **Formular Einstellungen** mit den Reitern **Optionen** und **Felder**. Im Reiter Optionen triffst Du die grundsätzlichen Einstellungen des Formulars.



Name (intern) (1): Trage hier ein, wie das Formular intern heißen soll. wenn Du das Formular beispielsweise in den Vorlagen abspeicherst, wird dieser Name verwendet.

Überschrift (2): Die Überschrift wird in der Erlebniswelt, also im Frontend, als Überschrift für das Formular verwendet.

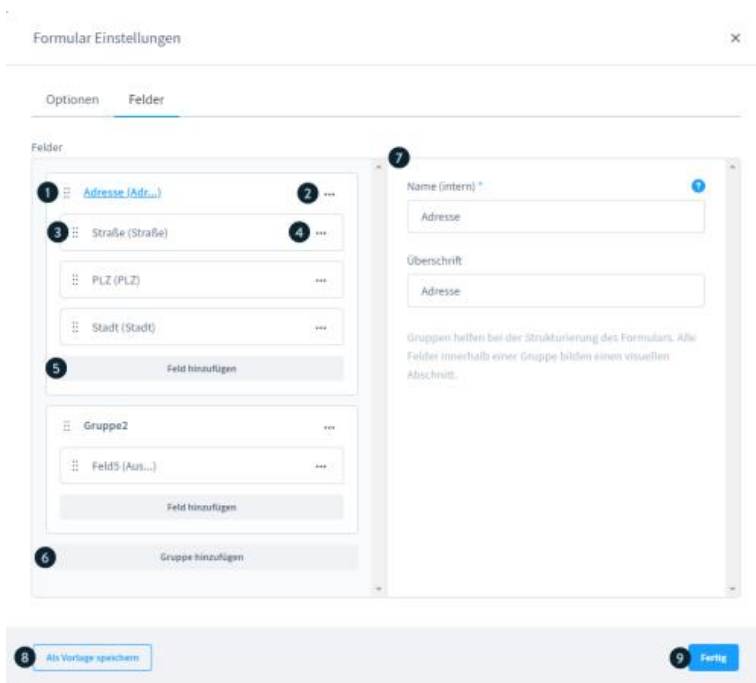
Bestätigungstext (3): Der Bestätigungstext wird dem Anwender angezeigt, sobald er das Formular ausgefüllt hat.

Empfänger-Adresse (4): Trage hier alle E-Mail-Adressen ein, an die das ausgefüllte Formular geschickt werden soll. Mehrere Adressen können einfach eingetragen werden, indem hinter jeder Adresse die Eingabetaste gedrückt wird.

E-Mail-Template (5): Wähle hier das E-Mail-Template, welches für den Versand des Formularinhaltes an die Empfänger-Adressen genutzt werden soll.

Felder

Im Reiter **Felder** kannst Du angeben, welche Felder vom Anwender ausgefüllt werden können oder müssen. Hierzu kannst Du Gruppen anlegen, welche dann ein oder mehrere Felder enthalten.



Gruppe (1): Auf der linken Seite siehst Du die Gruppen des Formulars. Über die Punkte auf der linken Seite kannst Du die Reihenfolge der Gruppen per Drag&Drop ändern.

Gruppen Kontextmenü (2): Auf der rechten Seite jeder Gruppe kannst Du die Position der Gruppe verändern, sie löschen oder auch duplizieren. Außerdem kannst Du dort die Gruppe bearbeiten, sodass auf der rechten Bildschirmseite weitere Optionen zu der Gruppe angezeigt werden. Dort kannst Du zum einen den internen Namen der Gruppe angeben. Zum anderen kannst Du hier die Überschrift der Gruppe angeben, die auch im Frontend angezeigt werden soll.

Feld (3): Die Felder befinden sich innerhalb einer Gruppe. Über die Punkte auf der linken Seite kannst Du die Reihenfolge der Felder innerhalb der Gruppe per Drag&Drop ändern.

Feld Kontextmenü (4): Auf der rechten Seite des Feldes kannst Du über das Kontextmenü die Position des Feldes verändern, das Feld in eine andere Gruppe verschieben, es duplizieren oder löschen. Außerdem kannst Du das Feld dort bearbeiten, sodass auf der rechten Bildschirmseite weitere Optionen zu dem Feld angezeigt werden.

Feld hinzufügen (5): Hier kannst Du ein neues Feld innerhalb der jeweiligen Gruppe erstellen.

Gruppe hinzufügen (6): Über diesen Button fügen Du eine neue Gruppe inklusive eines Feldes hinzu.

Optionen (7): Je nachdem ob Du gerade eine Gruppe oder ein Feld bearbeitest, findest Du auf der rechten Seite weitere Optionen für die jeweilige Gruppe oder für das jeweilige Feld.

Bearbeitest Du eine Gruppe, siehst Du die Angaben Name (Intern) und Überschrift. Die Überschrift ist hierbei im Frontend sichtbar, während der Interne Name als interne Identifikation dient. Beispielsweise als Variable in E-Mail-Templates.

Welche Optionen hier angezeigt werden, wenn Du ein Feld bearbeitest, siehst Du hier.

Als Vorlage speichern (8): Über diesen Button kannst Du das soeben erstellte Formular als Vorlage speichern. Beim Hinzufügen neuer Formulare zu Deiner Erlebniswelt, kannst Du diese Vorlagen dann auswählen und weiterbearbeiten.

Fertig (9): Um alle Änderungen in dem aktuellen Formular zu übernehmen, klickst Du abschließend auf **Fertig**.

Felder Optionen

Wenn Du Felder bearbeitest, siehst Du die Optionen, die Du bearbeiten kannst, auf der rechten Seite. Hierbei unterscheiden sich die möglichen Optionen je nachdem welchen Typ das Feld hat, das Du bearbeitest. Folgende Optionen sind aber bei jedem Typ immer vorhanden.

The screenshot shows a form configuration interface with the following options:

- 1** Name (intern) * (text input field containing "PLZ")
- 2** Titel * (text input field containing "PLZ")
- 3** Typ * (dropdown menu with "Nummer" selected)
- 4** Breite * (dropdown menu with "25%" selected)
- 5** Pflichtfeld (checkbox, currently checked)
- 6** Fehlermeldung (text input field)

Name (1): Der Interne Name dient als eindeutige Identifikation für die Verwendung dieses Feldes als Variable. Zum Beispiel in E-Mail-Templates.

Titel (2): Dies ist der Name, den das Feld auch im Formular im Frontend trägt.

Typ: (3): Wähle hier den Typen, den das Feld haben soll. Nach diesem Typen entscheidet sich, welche Werte in das Feld eingetragen werden können und wie diese auszusehen haben. Wir haben die verfügbaren Typen nachfolgend aufgelistet.

Breite (4): Hier legst Du fest, wie breit ein Feld sein soll. Wenn zwei nachfolgende Felder zusammen maximal 100% der Breite verwenden, werden sie im Formular nebeneinander angezeigt. Dies ist beispielsweise sinnvoll, wenn Informationen in zwei Feldern eingetragen werden sollen, aber inhaltlich zusammen gehören, bspw. Straßename und Hausnummer.

Pflichtfeld (5): Gib hier an, ob das Feld ausgefüllt werden muss oder nicht.

Fehlermeldung (6): Diese Meldung wird dem Benutzer im Frontend angezeigt, wenn es sich um ein Pflichtfeld handelt und dies nicht ausgefüllt wurde.

Textfeld & E-Mail-Feld

Platzhaltertext

Bei dem Feldtyp **Text** oder **E-Mail** kannst Du einen Platzhaltertext angeben, der angezeigt werden soll, wenn das Feld noch nicht ausgefüllt wurde.

Nummernfeld

Min.

Max.

Schritt *

Für Felder mit dem Typ Nummer kannst Du optional angeben, ob es eine Minimal- oder Maximalgrenze geben soll. Außerdem kannst Du angeben, in welchen Schritten der Benutzer Nummern eingeben kann. Trägst Du hier z.B. eine 3 ein, kann der Benutzer hier nur Zahlen 3, 6, 9, 12, 15, usw... auswählen.

Auswahlfeld

Standardwert *

Das Auswahlfeld ist eine Checkbox, die der Benutzer aktivieren oder deaktivieren kann. Im Standardwert kannst Du angeben, ob das Feld standardmäßig schon aktiviert sein soll oder nicht.

Auswahl

Inhalt *

Entität *

Bei dem Feldtyp **Auswahl** kannst Du dem Benutzer eine Auswahl vorgeben, aus der er dann das für sich passende auswählen kann. Wählst Du hier **Inhalt = Entität** aus, kannst Du im zweiten Schritt auswählen, aus welcher Shop Entität der Benutzer eine Auswahl treffen kann.

Wählst Du **Inhalt = Benutzerdefiniert**, kannst Du im zweiten Schritt selber Werte angeben, aus denen der Benutzer dann auswählen kann. Tippe die Werte dazu in das Feld Werte und drücke die Enter Taste.

Textfläche

Höhe

Skalierbar

Platzhaltertext

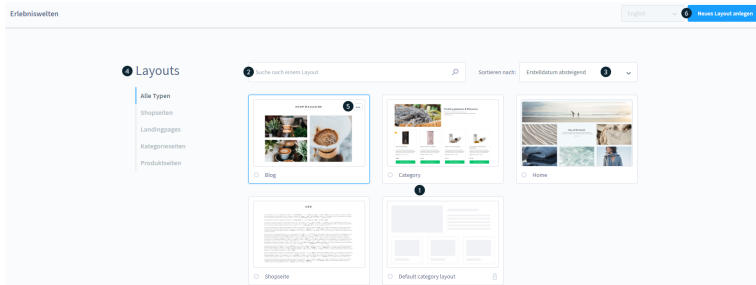
Die Textfläche dient dazu, einen längeren Text einzugeben. Neben dem Platzhaltertext kannst Du hier zusätzlich angeben, wie viele Zeilen der Benutzer verwenden darf und ob der Benutzer die Größe der Textfläche selber verändern darf.

Erlebniswelten

Den Menüpunkt Erlebnisswelten findest Du unterhalb von **Inhalte**. In den Erlebnisswelten kannst Du Content-Seiten wie Landingpages, Shopseiten und Kategorie-Layouts erstellen und diese zentral verwalten. Die erstellten Layouts bestehen aus **Sektionen**, in die einzelne **Blöcke** hinzugefügt werden, die wiederum aus einem oder mehreren **Elementen** wie Texten oder Bildern bestehen. Ein Tutorial zum gestalten Deines Shops findest Du [hier](#).

Weitere Funktionen für die Erlebnisswelten stellt die Erweiterung [CMS-Erweiterungen](#) bereit, welche Dir ab Shopware Evolve zur Verfügung steht.

Übersicht



In der Übersicht findest Du alle bereits angelegten Layouts in einer **Liste (1)**. Über das **Suchfenster (2)** kannst Du direkt nach einem erstellten Layout suchen. Im Dropdown Menü **Sortieren nach: (3)** kannst Du die Liste nach Erstelldatum oder Bearbeitungsdatum sortieren.

Auf der linken Seite im Menü **Layouts (4)** lassen sich die Layouts thematisch filtern. Hier kannst Du beispielsweise die Anzeige auf alle **Shopseiten** oder alle **Landingpages** begrenzen.

Über das **Kontextmenü (5)** in jedem Eintrag kannst Du das jeweilige Layout **löschen**, **duplizieren** oder eine **Vorschau** hinterlegen. Diese Vorschau dient dazu, die Layouts in dieser Übersicht schneller unterscheiden zu können.

Mit dem Button **Neues Layout anlegen (6)** kannst Du ein neues Layout erstellen.

Um ein Layout zu **bearbeiten** reicht es, auf den entsprechenden Eintrag zu klicken.

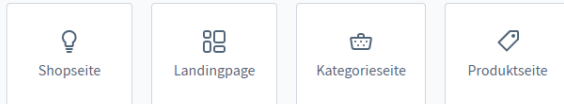
Neues Layout anlegen

Beim Anlegen eines neuen Layouts werden zunächst einige Punkte für die Konfiguration über eine Schritt-für-Schritt-Abfrage definiert.

Layout Typ

Nachdem Du auf **Neues Layout anlegen** geklickt hast, erhältst Du eine Auswahl, für welchen Seitentyp Du ein Layout gestalten möchtest. Dieser dient zum einen dazu, Deine Layouts in der **Übersicht** besser zu sortieren. Des Weiteren stehen Dir je nach Typ verschiedene Blöcke zur Verfügung. Aktuell kannst Du **Shopseiten**, **Landingpages** und **Kategorieseiten** erstellen.

Was für eine Seite möchtest Du gestalten?



× Abbrechen

Die verschiedenen Layout-Typen helfen Dir, Dein Layout in der Administration schneller wiederzufinden. Du kannst den Layout-Typ jederzeit in den Layout-Einstellungen ändern, falls Du Dich umentscheidest.

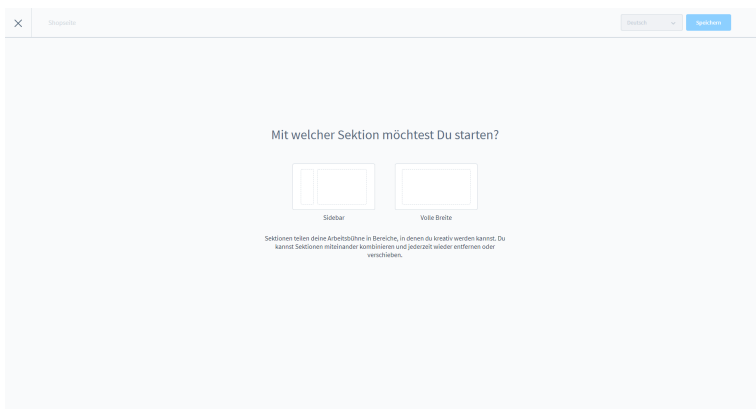
- **Shopseite:**
Als Shopseiten sind alle Service Seiten Deines Shops zu verstehen. Dies können beispielsweise die AGB Seite, die Versandbedingungen oder das Kontaktformular sein.
- **Landingpage:**
Landingpages sind Shopseiten, die über eine eigene URL zu erreichen sind. Sie bieten Dir vielfältige Gestaltungs- und Marketingmöglichkeiten in Deinem Shop. Dies können Themenseiten sein, in denen sich Marketing betreiben lässt oder andere Seiten, auf denen Deine Kunden im Rahmen des Shop Besuchs landen können.
- **Kategorieseite:**
Als Kategorieseite werden die Startseiten einer Kategorie bezeichnet. Sie beinhaltet automatisch bereits ein Produktlisting.
Des Weiteren hast Du auf einer Kategorieseite die Möglichkeit, dynamisch Texte aus der entsprechenden Kategorie anzeigen zu lassen. Hierzu steht Dir in den Elementeneinstellungen eines Text Elementes rechts über dem Editor die **Datenzuordnung** zur Verfügung.
- **Produktseite:**
Jedes Produkt hat eine eigene Produktseite, auf der alle Informationen zu diesem Produkt zu finden sind und auf der das Produkt in den Warenkorb gelegt werden kann. Einige Blöcke wie Produktbeschreibung oder die Buybox inklusive Produktbildgalerie sind im Standard schon vorhanden. Die Seite kann aber auch komplett selbst gestaltet werden.

Sektion

Wenn Du Dich für einen Typ entschieden hast, kannst Du auswählen, wie die Sektion des Layouts aufgebaut werden soll. Dir steht hierzu ein Layout mit einer **Sidebar** oder alternativ die **volle Seitenbreite** zur Verfügung.

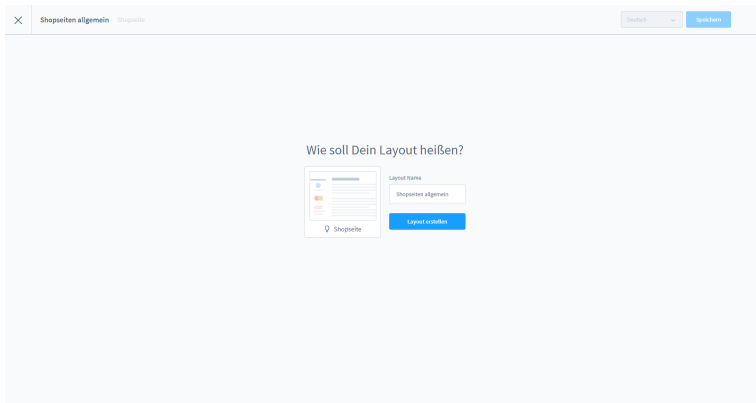
Die Sidebar bietet sich z.B. an, um dort die Kategorie-Navigation oder Filter zu platzieren.

Bei der späteren Bearbeitung kannst Du weitere Sektionen hinzufügen, diese müssen nicht vom gleichen Layouttyp sein wie die initiale Auswahl.



Name

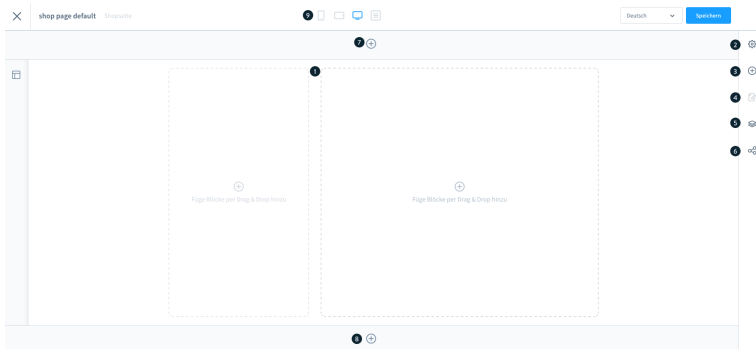
Auf der folgenden Seite vergibst Du den Namen für das zu erstellende Layout. Dieser sollte so gewählt werden, dass Du daran später direkt erkennen kannst, wofür das Layout verwendet werden soll.



Nachdem Du die Schritte für die Grundkonfiguration abgeschlossen hast, öffnet sich der Layout-Editor.

Layout-Editor

Im Layout-Editor erstellst Du neue Layouts, Du kannst aber auch bereits vorhandene Layouts öffnen und diese anpassen.



Der **zentrale Bereich dient zur Bearbeitung (1)** Deines Layouts.

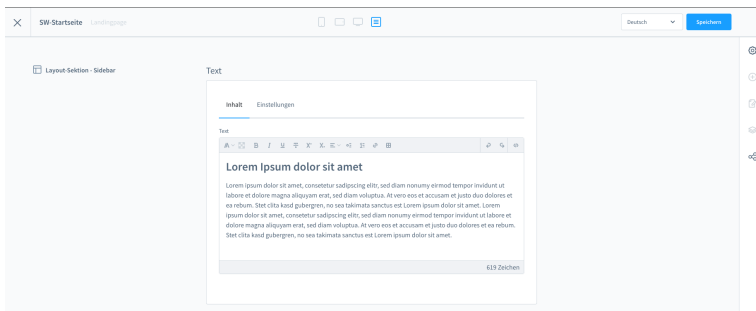
Auf der rechten Seite befindet sich die Menüleiste, über die Du die einzelnen Funktionen zur Bearbeitung aufrufen kannst. Diese sind unterteilt in die Bereiche **Einstellungen (2)**, **Blöcke (3)** und **Navigator (5)**. Je nachdem, ob Du einen bestimmten **Block** angeklickt hast oder die gesamte **Sektion (9)**, gelangst Du über **(4)** zu den **Block-Einstellungen** oder den **Sektion-Einstellungen**.

Über **Layout-Zuweisung (6)** kannst Du einstellen, welcher Kategorie oder welcher Landingpage das Layout zugewiesen wird. Die Zuweisung findest Du im Anschluss ebenfalls in den Einstellungen der jeweiligen Kategorie.

Detaillierte Informationen erhältst Du im jeweiligen Abschnitt weiter unten.

Über die **+-Button (7) und (8)** im Editor hast Du die Möglichkeit, eine weitere Sektion hinzuzufügen. Diese Sektion muss nicht den gleichen Aufbau (mit oder ohne Sidebar) verwenden wie die bereits vorhandene Sektion.

Über die **Symbole (9)** in der Leiste am oberen Bildschirmrand kannst Du zwischen den einzelnen Viewports wechseln und so erkennen, wie das Layout in den unterschiedlichen Ansichten dargestellt wird. Außerdem kannst Du dort in Listendarstellung der vorhandenen Elemente wechseln, um schneller den Inhalt der Elemente füllen zu können, ohne jedes Element einzeln öffnen zu müssen.



Einstellungen

Einstellungen x

+

Basis-Informationen v

Layout-Name

Shopseite

Layout-Typ

Shopseite v

In den Einstellungen kannst Du den bei der Anlage vergebenen **Layout-Namen** und nachträglich den **Layout Typ** ändern.

Blöcke

Im Menüpunkt Blöcke stehen dir diverse, vordefinierte Blöcke zur Verfügung, diese sind nach Kategorien gruppiert, welche Du über das Dropdown Menü auswählen kannst. Die Blöcke bestehen aus einem Element oder mehreren Elementen, die einzeln mit Inhalt gefüllt werden können.

⚙️
Blöcke ✕

+

Block-Kategorie

Text
▾

📄

Lorem ipsum dolor

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.

Text

📄

Lorem Ipsum dolor sit amet

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua.

Text-Banner

📄

Lorem ipsum dolor

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr.

Teaser-Text

📄

<p>Lorem ipsum</p> <p><i>Dolor sit amet</i></p>	<p>Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum.</p>
--	---

Zwei Spalten, Teaser-Text

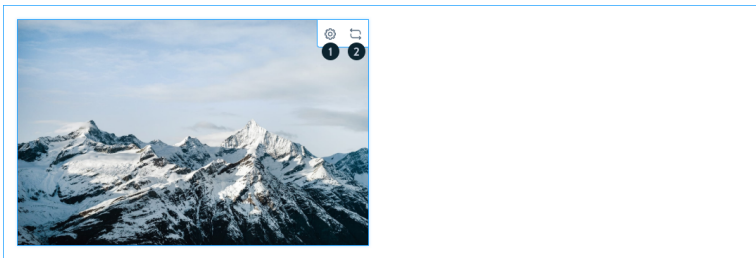
Blöcke hinzufügen

Du kannst sie per Drag & Drop in den Editor ziehen und an der gewünschten Stelle platzieren.

Element mit Inhalt füllen

Um den Inhalt eines Elements innerhalb eines Blocks anzupassen, fahre in der Vorschau mit der Maus über das Element. Dadurch werden im Element oben rechts 2 Symbole angezeigt. Das **Zahnrad-Symbol (1)** öffnet ein neues Fenster, in dem Du den Inhalt des Elements festlegen kannst.

Über das **Symbol mit den 2 Pfeilen (2)** kannst Du das Element austauschen, z.B. ein Textelement gegen ein Bild.



Je nachdem, welchen Block Du bearbeiten möchtest, gibt es verschiedene Einstellungsmöglichkeiten.

Text

Textblöcke sind Blöcke, die nur Text enthalten. Diese stehen Dir in unterschiedlichen Formaten zur Verfügung.

Element Einstellungen ×

Text Inhalt

Day at the beach

A perfect start to the day. A fresh breeze blows across the deserted beach.
The sun slowly rises above the horizon and bathes everything around in a new light.

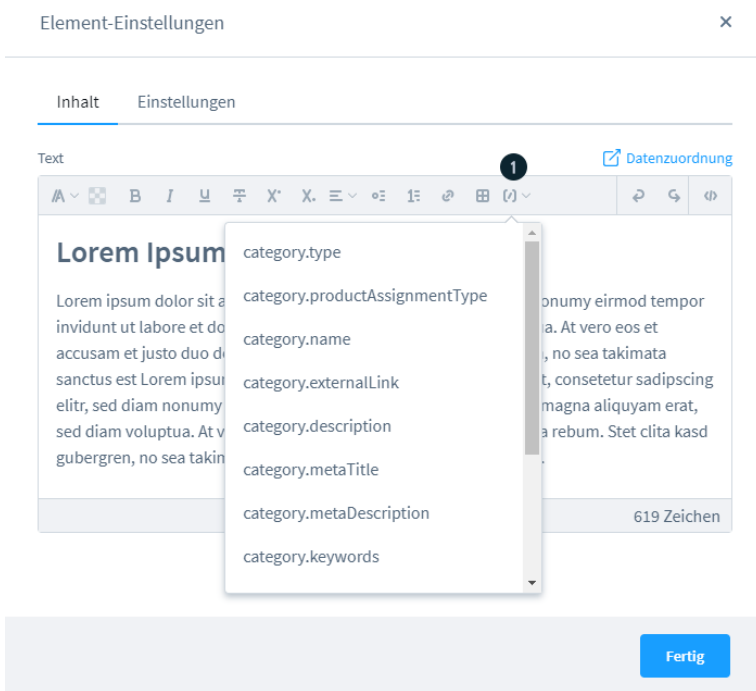
[Discover now](#)

196 Zeichen

Fertig

In den Einstellungen eines Text Elementes steht Dir ein Texteditor zur Verfügung, mit dem Du den Text anpassen kannst. Wenn Du als **Layout Typ** Kategorie- und Produkt-Seite gewählt hast, steht dir rechts über dem Editor die **Datenzuordnung** zur Verfügung. Hier kannst Du dynamische Texte der Kategorie, wie z.B. die Kategorie-Beschreibung auswählen, welche in diesem Element dann ausgespielt werden.

Bei Kategorie- und Produkt-Seiten hast Du zusätzlich die Möglichkeit, **Variablen (1)** einzubinden. Hierüber kannst Du auf Kategorie bzw. Produktinformationen zugreifen und diese direkt in den Text einbinden.



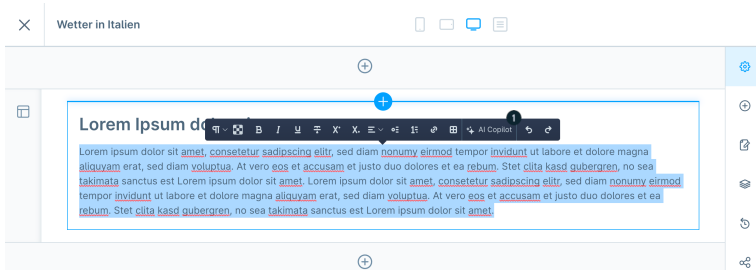
Du kannst die Variablen über die Funktionen des Editors formatieren (z.B. Fett geschrieben). Beachte hierbei jedoch, dass die Formatierung für die vollständige Variable inkl. der geschweiften Klammern "`{{ variable }}`" erfolgt. Sonst wird die Variable nicht mehr korrekt im Quellcode hinterlegt und kann nicht durch den eigentlichen Inhalt ersetzt werden.

Das folgende Feature steht allen Kunden mit einem **kommerziellen Plan** zur Verfügung

AI Copilot

Falls Du Inspiration suchst, kannst Du Dir Texte mit einer künstlichen Intelligenz vorschlagen lassen. Diese kannst Du dann entweder übernehmen oder ggf. noch an Deine Bedürfnisse anpassen.

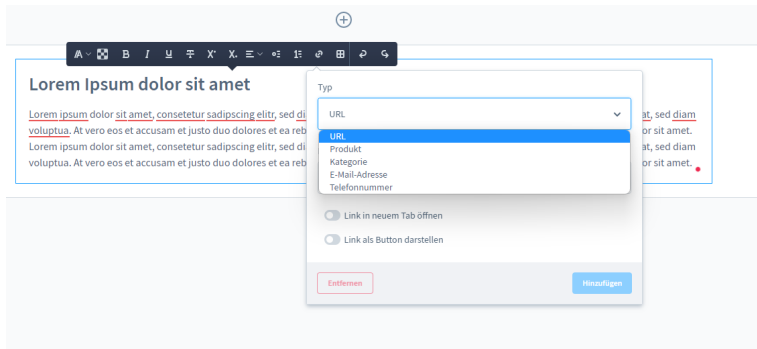
Falls kein Text vorhanden ist, kannst Du den **AI Copilot (1)** mit der Leertaste öffnen. Sollte bereits Text vorhanden sein, kannst Du den gewünschten Text markieren und über die Leiste durch den **AI Copilot (1)** ersetzen lassen.



Link einfügen

Innerhalb eines Textblocks können Links eingefügt werden. Ab der Version 6.4.10.0 ist es möglich, dass diese Links nicht nur auf eine feste URL, sondern auch auf ein Produkt, eine Kategorie, eine E-Mail-Adresse

oder eine Telefonnummer verweist.



Bei der Verlinkung zu einem Produkt oder eine Kategorie muss die Content-Seite dem selben Verkaufskanal zugeordnet sein, wie das verlinke Produkt oder die verlinkte Kategorie. Soll zu einem Produkt oder einer Kategorie verlinkt werde, die sich in einem anderen Verkaufskanal befindet, so muss der Verlinkungstyp "URL" verwendet werden.

Außerdem muss darauf geachtet werden, dass das Hinzufügen eines Links nur funktioniert, wenn man den Text/das Wort schreibt, dies markiert und dann den Link hinzufügt.

Bilder

Bilder Blöcke enthalten ausschließlich Bilder. Auch diese Blöcke stehen in verschiedenen Formaten zur Verfügung.



Bild (1): Hier kannst Du zunächst das Bild ändern, welches angezeigt werden soll. Mit dem Punkt Datenzuordnung kannst Du den Inhalt des Bildes automatisch füllen lassen. Auf einer Produktseite kannst Du hier z.B. das Vorschaubild des Produktes oder des Herstellers anzeigen lassen. Auf einer Kategorieseite könntest Du hier durch die Datenzuordnung das Kategoriebild der zugewiesenen Kategorie anzeigen lassen.

Bild generieren (2): Hier kannst Du auf das AI-Copilot Feature Text zu Bild zugreifen. Hierbei handelt es sich nur um einen Shortcut. Die Bildgenerierung wird in einem neuen Tab geöffnet.

Mehr Informationen zu dem Feature findest Du [hier](#).

Anzeigemodus
3 Standard

Vertikale Ausrichtung
4 Vertikale Ausrichtung

Horizontale Ausrichtung
5 Horizontale Ausrichtung

Link-Typ
6 URL

Link zu
7 URL eingeben ...

Entfernen

8 Link in neuem Tab öffnen

Fertig

Anzeigemodus (3): Hier entscheidest Du, wie das Bild im Block dargestellt werden soll. Bei **Standard** passt sich das Bild bis zu seiner nativen Größe an die umgebende Box an. Bei **Füllen** wird die Box mit dem Bild komplett gefüllt. Bei **Strecken** wird das Bild auf die Größe der Box gestreckt.

Vertikale Ausrichtung (4): Gib hier an, ob das Bild sich an der oberen oder an der unteren Kante ausrichten soll, oder ob es mittig angezeigt werden soll.

Horizontale Ausrichtung (5): Gib hier an, ob das Bild sich an der linken oder an der rechten Kante ausrichten soll, oder ob es mittig angezeigt werden soll.

Link Typ (6): Hier kannst du auswählen ob du eine URL, ein Produkt, eine Kategorie, eine E-Mail Adresse oder eine Telefon Nummer dem Link hinterlegen möchtest.

Link zu (7): Hier kannst Du angeben auf was verlinkt werden soll. Entweder durch die Eingabe einer URL, E-Mail Adresse oder Telefonnummer oder durch auswählen einer Kategorie oder eines Produkts in einem Dropdown. Dies kann wahlweise im gleichen Tab oder in einem **neuen Tab (6)** geschehen.

Eine Größenbegrenzung hat das Bild Element nicht. Du solltest aber generell darauf achten, dass das Bild aus Performance Gründen nicht zu groß ist. In den Demodaten verwenden wir beispielsweise ein ganzflächiges Bild mit einer Auflösung von **1280x528px**.

Die Bild-Breite ist im Standard-Template auf maximal 1320 Pixel bei Full-HD-Auflösung (und höher) festgelegt und wird bei kleineren Auflösungen dynamisch herunterskaliert.

Neben den hier erläuterten grundlegenden Einstellungen der meisten Bild-Elemente kannst Du bei Slidern und Galerien tiefereinstellungen vornehmen. Diese erläutern wir Dir nachfolgend.

Slider

Anzeigemodus (1): Hier gibst Du an, auf welche Art die Bilder angezeigt werden sollen.

Standard: Das Bild wird komplett angezeigt. Die Höhe des gesamten Slider-Elements ist daher dynamisch und passt sich automatisch entsprechend an. Daher ist es zu empfehlen, dass alle Bilder im Slider das gleiche Seitenverhältnis aufweisen, da sonst die Elemente unterhalb des Sliders "hoch- und runterspringen".

Füllen: Das Element wird vollständig mit dem Bild gefüllt. Bei kleineren Bildern führt dies dazu, dass diese gestreckt werden (und dadurch ggf. unscharf wirken). Bei Bildern mit einem unpassenden Seitenverhältnis wird die längere Seite abgeschnitten, es wird also nicht das vollständige Bild angezeigt.

Beinhalten: Die Höhe des Elements wird automatisch anhand des höchsten hinterlegten Bildes ermittelt. Im Gegensatz zum Modus *Standard* wird diese aber nicht beim Wechsel zwischen verschiedenen Bildern angepasst. Die Ausrichtung von niedrigeren Bildern kannst Du über den Punkt *Vertikale Ausrichtung* definieren.

Minimale Höhe (2): Diese Einstellung ist nur für den Anzeigemodus *Füllen* verfügbar. Es ist dann erforderlich, eine Eingabe vorzunehmen, da sonst keine Bilder angezeigt werden. Die Angabe wird in Pixeln als Ganzzahl vorgenommen und zusätzlich wird nach der Zahl direkt "px" (als Abkürzung für Pixel) angehängt. Die Eingabe könnte also z.B. so aussehen: 500px

Vertikale Ausrichtung (3): Diese Einstellung wird beim Anzeigemodus *Beinhalten* verfügbar und legt fest, wie die Bilder innerhalb des Slider-Elements platziert werden soll. Bei kleineren Bildern werden entsprechende freie Flächen angezeigt.

Pfeile-Navigation (4): Fügt Pfeile zum Durchklicken der Bilder hinzu. Du kannst festlegen, ob die Pfeile auf oder neben dem angezeigten Bild dargestellt werden sollen oder diese auch ausblenden.

Punkte-Navigation (5): Alternativ (oder zusätzlich) zu der Pfeilnavigation kannst Du die Punkte-Navigation verwenden. Diese stellt für jedes hinterlegte Bild einen kleinen Punkt dar, über den Du direkt das jeweilige Bild aufrufen kannst.

Die Darstellung ist auf oder unter dem Bild möglich.

Automatischer Wechsel (6): Hier kannst Du einstellen, ob das Bild automatisch sliden soll.

Verzögerung (7): Die dort hinterlegte Zahl bestimmt, nach wie vielen Sekunden der Slider anfängt zu "sliden". Die Angabe erfolgt hier in Millisekunden.

Animationsverzögerung (8): Die dort hinterlegte Zahl bestimmt, wie schnell die Bilder sliden. Die

Angabe erfolgt auch hier in Millisekunden.

Verlinkung (9): Für jedes Bild, das Du in den Slider hochgeladen hast, kannst Du einen externen Link angeben, zu der das Bild führen soll, wenn man darauf klickt. Außerdem kannst Du per Checkbox entscheiden, ob der Link in einem neuen Tab geöffnet werden soll.

Galerie

Element-Einstellungen

Inhalt Einstellungen

Anzeigemodus

1 Standard

Minimale Höhe Vertikale Ausrichtung

2 Minimale Höhe eingeben ... 3 Oben

Pfeile-Navigation Punkte-Navigation Vorschau Navigation

4 Innen 5 Außen 6 Links

7 Zoom 8 Vollbild-Galerie

Fertig

Anzeigemodus (1): Hier gibst Du an, auf welche Art die Bilder angezeigt werden sollen.

Standard: Das Bild wird komplett angezeigt. Die Höhe des gesamten Slider-Elements ist daher dynamisch und passt sich automatisch entsprechend an. Daher ist es zu empfehlen, dass alle Bilder im Slider das gleiche Seitenverhältnis aufweisen, da sonst die Elemente unterhalb des Sliders "hoch- und runterspringen".

Füllen: Das Element wird vollständig mit dem Bild gefüllt. Bei kleineren Bildern führt dies dazu, dass diese gestreckt werden (und dadurch ggf. unscharf wirken). Bei Bildern mit einem unpassenden Seitenverhältnis wird die längere Seite abgeschnitten, es wird also nicht das vollständige Bild angezeigt.

Beinhalten: Die Höhe des Elements wird automatisch anhand des höchsten hinterlegten Bildes ermittelt. Im Gegensatz zum Modus *Standard* wird diese aber nicht beim Wechsel zwischen verschiedenen Bildern angepasst. Die Ausrichtung von niedrigeren Bildern kannst Du über den Punkt *Vertikale Ausrichtung* definieren.

Minimale Höhe (2): Diese Einstellung ist nur für den Anzeigemodus *Füllen* verfügbar. Es ist dann erforderlich, eine Eingabe vorzunehmen, da sonst keine Bilder angezeigt werden. Die Angabe wird in Pixeln als Ganzzahl vorgenommen und zusätzlich wird nach der Zahl direkt "px" (als Abkürzung für Pixel) angehängt. Die Eingabe könnte also z.B. so aussehen: 500px

Vertikale Ausrichtung (3): Diese Einstellung wird beim Anzeigemodus *Beinhalten* verfügbar und legt fest, wie die Bilder innerhalb des Slider-Elements platziert werden soll. Bei kleineren Bildern werden entsprechende freie Flächen angezeigt.

Pfeile-Navigation (4): Fügt Pfeile zum Durchklicken der Bilder hinzu. Du kannst festlegen, ob die Pfeile auf oder neben dem angezeigten Bild dargestellt werden sollen oder diese auch ausblenden.

Punkte-Navigation (5): Alternativ (oder zusätzlich) zu der Pfeilnavigation kannst Du die Punkte-Navigation verwenden. Diese stellt für jedes hinterlegte Bild einen kleinen Punkt dar, über den Du direkt das jeweilige Bild aufrufen kannst.

Die Darstellung ist auf oder unter dem Bild möglich.

Vorschau Navigation (6): Lege fest, ob die kleinen Bilder für die Galerie-Vorschau links neben dem Bild oder unterhalb angezeigt werden soll.

Zoom (7): Wenn Du diese Option aktivierst, wird eine vergrößerte Darstellung des Bildes angezeigt, wenn der Shopbesucher mit der Maus über das Bild fährt.

Vollbild-Galerie (8): Ermöglicht es mit einem Klick auf das Bild die Galerie vollflächig im Browserfenster anzuzeigen.

Commerce

In den Commerce-Blöcken findest Du verschiedene Produktspezifische Blöcke um Produkte in Deinem Shop anzubieten und zu bewerben.

Produktname & Hersteller-Logo

Der Block *Produktname & Hersteller-Logo* bestehen aus einem Text Block und aus einem Bild Block. Wenn es sich bei der Erlebniswelt um eine Produktseite handelt, wird die Textbox mit dem jeweiligen Produktnamen gefüllt und der Bild Block wird mit dem hinterlegten Logo des Herstellers hinterlegt und verlinkt.

Drei Spalten, Produkte-Boxen

Element-Einstellungen x

Produkt

1 Wähle ein Produkt ...

Layout-Typ

2 Standard

Anzeigemodus

3 Standard

Vertikale Ausrichtung

4 Vertikale Ausrichtung

Fertig

Produkt (1): Für jedes der drei Produkte in dieser Box kannst Du hier festlegen, welches Produkt hier angezeigt werden soll.

Layout-Typ (2): Dieser gibt an, wie das Produkt präsentiert werden soll. Du kannst das Produkt in der **standard Ansicht**, mit **großem Bild** oder mit **minimalem Text** anzeigen lassen.

Anzeigemodus (3): Hier gibst Du an, auf welche Art die Bilder des Produktes angezeigt werden sollen. *Standard:* Das Bild wird komplett angezeigt. Die Höhe des gesamten Slider-Elements ist daher dynamisch und passt sich automatisch entsprechend an. Daher ist es zu empfehlen, dass alle Bilder im Slider das gleiche Seitenverhältnis aufweisen, da sonst die Elemente unterhalb des Sliders "hoch- und runterspringen".

Füllen: Das Element wird vollständig mit dem Bild gefüllt. Bei kleineren Bildern führt dies dazu, dass diese

gestreckt werden (und dadurch ggf. unscharf wirken). Bei Bildern mit einem unpassenden Seitenverhältnis wird die längere Seite abgeschnitten, es wird also nicht das vollständige Bild angezeigt.

Beinhalten: Die Höhe des Elements wird automatisch anhand des höchsten hinterlegten Bildes ermittelt. Im Gegensatz zum Modus *Standard* wird diese aber nicht beim Wechsel zwischen verschiedenen Bildern angepasst. Die Ausrichtung von niedrigeren Bildern kannst Du über den Punkt *Vertikale Ausrichtung* definieren.

Vertikale Ausrichtung (4): Diese Einstellung wird beim Anzeigemodus *Beinhalten* verfügbar und legt fest, wie die Bilder innerhalb des Slider-Elements platziert werden soll. Bei kleineren Bildern werden entsprechende freie Flächen angezeigt.

Produkt-Slider

Element-Einstellungen

1 Inhalt Einstellungen

Anzeigemodus Standard 2

Vertikale Ausrichtung Vertikale Ausrichtung 3

Layout-Typ Standard 4

5 Navigation

6 Automatischer Wechsel

7 Rahmen

Minimale Weite 8 300px

Fertig

Inhalt (1): Im Inhalt-Tab gibst Du zum einen die Überschrift des Sliders an, welche auch im Frontend angezeigt wird und entscheidest, welche Produkte in dem Slider vorhanden sein sollen.

Anzeigemodus (2): Hier gibst Du an, auf welche Art die Bilder des Produktes angezeigt werden sollen.

Standard: Das Bild wird komplett angezeigt. Die Höhe des gesamten Slider-Elements ist daher dynamisch und passt sich automatisch entsprechend an. Daher ist es zu empfehlen, dass alle Bilder im Slider das gleiche Seitenverhältnis aufweisen, da sonst die Elemente unterhalb des Sliders "hoch- und runterspringen".

Füllen: Das Element wird vollständig mit dem Bild gefüllt. Bei kleineren Bildern führt dies dazu, dass diese gestreckt werden (und dadurch ggf. unscharf wirken). Bei Bildern mit einem unpassenden Seitenverhältnis wird die längere Seite abgeschnitten, es wird also nicht das vollständige Bild angezeigt.

Beinhalten: Die Höhe des Elements wird automatisch anhand des höchsten hinterlegten Bildes ermittelt. Im Gegensatz zum Modus *Standard* wird diese aber nicht beim Wechsel zwischen verschiedenen Bildern angepasst. Die Ausrichtung von niedrigeren Bildern kannst Du über den Punkt *Vertikale Ausrichtung* definieren.

Vertikale Ausrichtung (3): Diese Einstellung wird beim Anzeigemodus *Beinhalten* verfügbar und legt fest, wie die Bilder innerhalb des Slider-Elements platziert werden soll. Bei kleineren Bildern werden entsprechende freie Flächen angezeigt.

Layout-Typ (4): Dieser gibt an, wie das Produkt präsentiert werden soll. Du kannst das Produkt in der **standard Ansicht**, mit **großem Bild** oder mit **minimalem Text** anzeigen lassen.

Navigation (5): Hier kannst Du die Navigations-Pfeile an den Seiten aktivieren oder deaktivieren.

Automatischer Wechsel (6): Aktivierst Du diese Option, wechselt der Slider etwa alle 5 Sekunden zum nächsten Produkt.

Rahmen (7): Mit dieser Option ziehst Du einen Rahmen um den Slider herum, um ihn so von der restlichen Erlebniswelt abzugrenzen.

Minimale Weite (8): Dieser Wert gib an, wie breit die einzelnen Produktboxen minimal sein sollen.

Galerie und Buybox

Der Block *Galerie und Buybox* bestehen aus einem Galerie Bilder Block und aus der Buybox. In dieser kannst Du angeben, mit welchem Produkt die Buybox verknüpft werden soll und wie die genaue Position zum Galerieblock sie haben soll. Wenn es sich bei der Erlebniswelt um eine Produktseite handelt, wird die Galerie und die Buybox automatisch mit dem jeweils zugeordneten Produkt verknüpft.

Produktbeschreibung und -bewertung

Dieser Block enthält die Produktbeschreibung und die Produktbewertung. In den Elementeneinstellungen kannst Du das jeweilige Produkt, für welches dieser Block gelten soll zuordnen. Wenn es sich bei der Erlebniswelt um eine Produktseite handelt, wird der Block automatisch mit dem zugewiesenen Produkt verknüpft.

Cross Selling

Element-Einstellungen

1 Inhalt Optionen

Layout-Typ

2 Standard

Anzeigemodus

3 Standard

Mindestbreite

4 200px

Fertig

Inhalt (1): Im Tab Inhalt kannst Du das Produkt angeben, von welchem die Cross Selling Produkte bezogen werden. Wenn es sich bei der Erlebniswelt um eine Produktseite handelt, beziehen sich die Cross Selling Produkte automatisch auf das durch die Produktseite zugewiesene Produkt.

Layout-Typ (2): Dieser gibt an, wie das Produkt präsentiert werden soll. Du kannst das Produkt in der **standard Ansicht**, mit **großem Bild** oder mit **minimalem Text** anzeigen lassen.

Anzeigemodus (3): Hier gibst Du an, auf welche Art die Bilder des Produktes angezeigt werden sollen. *Standard:* Das Bild wird komplett angezeigt. Die Höhe des gesamten Slider-Elements ist daher dynamisch und passt sich automatisch entsprechend an. Daher ist es zu empfehlen, dass alle Bilder im Slider das gleiche Seitenverhältnis aufweisen, da sonst die Elemente unterhalb des Sliders "hoch- und runterspringen".

Füllen: Das Element wird vollständig mit dem Bild gefüllt. Bei kleineren Bildern führt dies dazu, dass diese gestreckt werden (und dadurch ggf. unscharf wirken). Bei Bildern mit einem unpassenden Seitenverhältnis wird die längere Seite abgeschnitten, es wird also nicht das vollständige Bild angezeigt.

Beinhalten: Die Höhe des Elements wird automatisch anhand des höchsten hinterlegten Bildes ermittelt. Im Gegensatz zum Modus *Standard* wird diese aber nicht beim Wechsel zwischen verschiedenen Bildern angepasst. Die Ausrichtung von niedrigeren Bildern kannst Du über den Punkt *Vertikale Ausrichtung* definieren.

Mindestbreite (4): Dieser Wert gib an, wie breit die einzelnen Produktboxen minimal sein sollen.

Video

Die Elementeneinstellungen zu einem Video hängen davon ab, ob Du ein YouTube Video oder ein Vimeo Video hinterlegt hast.

YouTube

Element-Einstellungen ×

Video-Link

Automatisch abspielen ? Video wiederholen

Video-Navigation anzeigen Erweiterter Datenschutzmodus ?

Video starten ab Video abspielen bis

Anzeigemodus ▼

Nachdem Du ein Video Link hinterlegt hast, kannst Du noch einige Einstellungen treffen, wie genau das Video angezeigt werden soll. Aktivierst Du den Erweiterten Datenschutzmodus, werden von YouTube keine Informationen von den Besuchern gespeichert, bis sie sich das Video ansehen. Zudem kannst Du per Start und Endzeit noch genau auswählen, welcher Ausschnitt des Videos angezeigt werden soll.

Vimeo

Element-Einstellungen
×

Video-Link

Video Link eingeben ...

Automatisch abspielen
?

Erweiterter Datenschutzmodus
?

Video wiederholen

Video-Navigation anzeigen

Farbe der Video-Navigation ändern

✕

Namen des Video-Erstellers anzeigen

Profilbild des Video-Erstellers anzeigen

Titel des Videos anzeigen

Fertig

Für Vimeo Videos kannst Du zudem auswählen, in welcher Farbe die Navigation angezeigt werden soll und welche Informationen vom Video Ersteller angezeigt werden sollen.

Sidebar

Für die Sidebar Blöcke sind keine eigenen Einstellungen notwendig. Sie werden automatisch mit Inhalt gefüllt.

Formular

Element-Einstellungen
×

Inhalt

Einstellungen

Formulartyp

Kontakt ▼

Titel

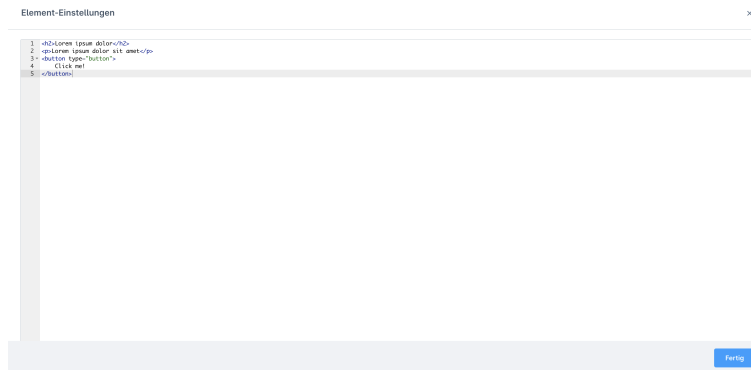
Bestätigungstext

Fertig

Für den Formular Block kannst Du in den Elementeneinstellungen zunächst das Formular auswählen, welches angezeigt werden soll. Außerdem kannst Du ein Titel und einen Bestätigungstext hinterlegen. Im Reiter Einstellungen hinterlegst Du die Empfänger Adressen, welche das ausgefüllte Formular erhalten.

Das Kontaktformular wird nach dem Ausfüllen durch einen Shopbesucher per E-Mail an den Shopbetreiber gesandt. Für diese E-Mail steht in den [E-Mail-Vorlagen](#) eine entsprechende Vorlage mit dem Namen **Kontaktformular** bereit, welche angepasst werden kann.

HTML



Mit Einbindung des HTML Blocks, kann man in diesem sämtliche HTML Darstellungen visualisieren. Bitte achte darauf, dass der [HTML Sanitizer](#) entsprechend konfiguriert oder deaktiviert ist, andernfalls könnte es dazu führen, dass bestimmte HTML Tags oder Attribute gelöscht werden.

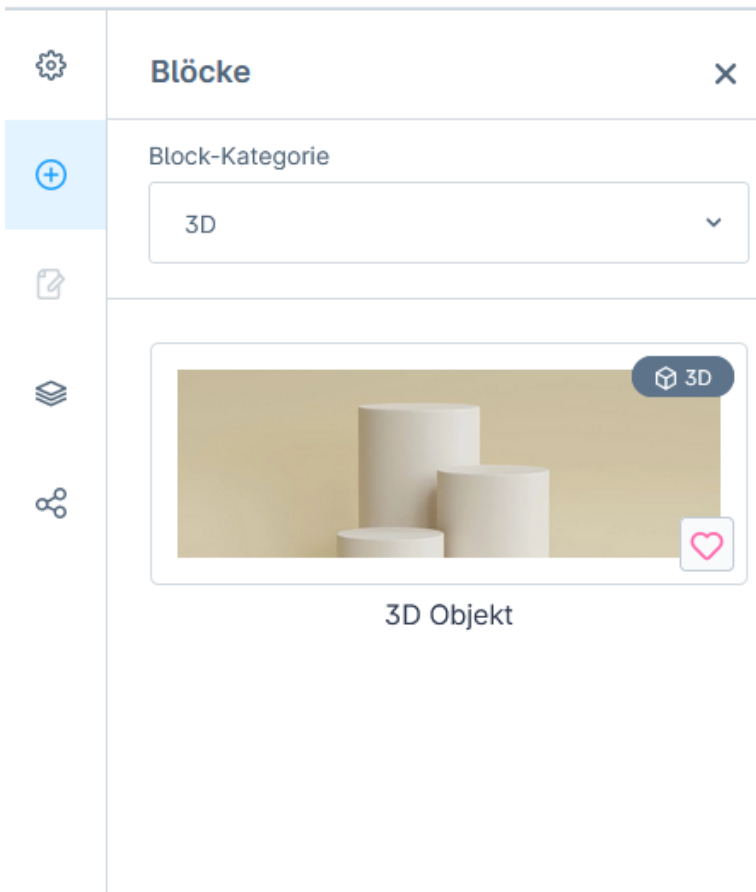
3D-Model

Dieses Feature steht dir ab dem kommerziellen Plan Rise zur Verfügung.

Du kannst nun in jedem Layout eigenen 3D-Modelle hinzufügen und anzeigen lassen.

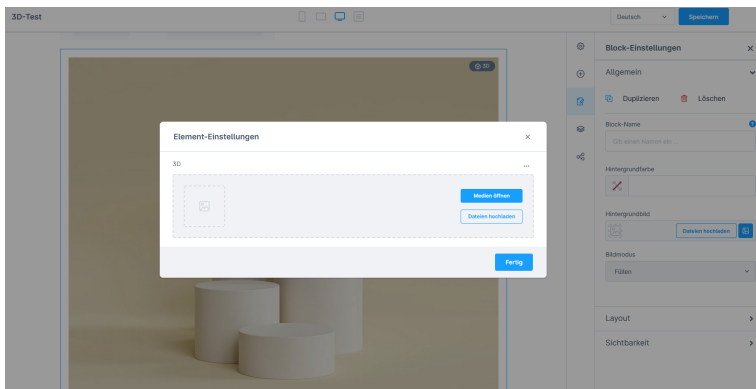
3D-Modelle ermöglichen eine realistischere und detaillierte Produktvisualisierung im Vergleich zu herkömmlichen 2D-Bildern. Kunden können das Produkt aus verschiedenen Winkeln betrachten, zoomen und drehen, was zu einer verbesserten Vorstellung vom Produkt führt.

Außerdem gibt es Dir die Möglichkeit mehr Informationen über ein Produkt zu vermitteln. Benutzer können Details wie Struktur, Oberfläche und Form besser verstehen, was zu einer fundierteren Kaufentscheidung führen kann.



Du hast die Möglichkeit, 3D-Elemente ebenso wie die anderen Blöcke mittels der Drag-and-Drop-Funktion zuzuweisen. Anschließend hast du die Option, eine Bilddatei zu hinterlegen. Wichtig zu beachten ist, dass es sich hierbei nicht um eine gewöhnliche Fotodatei handeln darf. Es wird explizit eine 3D-Bilddatei im .glb-Format gefordert.

Die .glb-Datei repräsentiert ein Dateiformat, das häufig im Austausch von 3D-Modellen Verwendung findet. Es handelt sich dabei um ein Binärformat, welches auf dem weit verbreiteten glTF (Graphics Library Transmission Format) basiert.



Produktlisting

Wenn Du beim Erstellen eines Layouts den Layout-Typ *Kategorieseite* auswählst, enthält Dein Layout

automatisch einen Produkt Listing Block. Hier werden im Standard die Produkte der jeweiligen Kategorie angezeigt.

In den Einstellungen dieses Blocks kannst Du im Reiter *Inhalt* zwischen den Darstellungen Standard, große Bilder und minimaler Inhalt auswählen. Welche Unterschiede diese Darstellungen haben erfährst Du [hier](#).

Sortierungen und Filter

Sortierungen

Im Reiter Sortierungen kannst Du einstellen, wie die Produkte aus dem Produktlisting sortiert werden sollen.

Element-Einstellungen

Inhalt | **Sortierungen**

1 Produkt-Sortierung anzeigen

2 Eigene Sortierungen verwenden ⓘ

Standard-Sortierung ⓘ

3

Produkt-Sortierungen

4

Name	Kriterien	Priorität	
Name A-Z	product.name	5 4	...
Price ascending	product.listingPrices	2	6 ...

Fertig

Produktsortierung anzeigen (1): Hier kannst Du die Auswahl von Sortierungen für dieses Produktlisting aktivieren oder deaktivieren.

Eigene Sortierungen verwenden (2): Wenn Du keine eigenen Sortierungen verwendest, werden die Standardsortierungen verwendet, die Du im Bereich Einstellungen>Shop>Produkte ausgewählt hast.

Standard Sortierung (3): Wenn **eigene Sortierungen (2)** aktiviert wurde, kannst Du hier die Sortierung auswählen, nach der das Produktlisting standardmäßig sortiert sein soll. Die Sortierungen kannst Du unter Einstellungen>Shop>Produkte anlegen und bearbeiten.

Produktsortierungen (4): Hier kannst Du alle Sortierungen auswählen, die der Kunde in dem Produktlisting auswählen können soll. Die Sortierungen werden im Frontend dann als Dropdown Menü angezeigt.

Priorität (5): Klicke in der Liste der ausgewählten Sortier-Optionen doppelt auf die Priorität um diese zu ändern. Im Frontend werden die verfügbaren Sortier-Optionen in der Reihenfolge der Priorität beginnend mit der höchsten angezeigt.

Löschen (6): Über das Dropdown Menü auf der rechten Seite kannst Du die ausgewählte Sortier-Option wieder aus der Liste entfernen.

Filter

Im Tab **Filter (1)** hast die Möglichkeit festzulegen, welche Filter in der Storefront angezeigt werden sollen. Die Einstellung ist auch auf Kategorie-Ebene möglich und wird in der Dokumentation zu den [Kategorien](#) näher erläutert.

Produkt-Listing

< Inhalt Sortierungen **1** Filter >

Stelle sicher, dass ein Filter Block zu Deinem Layout hinzugefügt ist, um diese Einstellung in Aktion zu sehen.

2 Nach Hersteller filtern Nach Bewertung filtern
 Nach Preis filtern Nach kostenlosem Versand filtern

3 Filterbare Produkteigenschaften konfigurieren ⓘ
Eigenschaften, die auf nicht filterbar eingestellt sind, werden hier nicht angezeigt. Du kannst dies im [Eigenschaftsmodul](#) ändern.

Suche...

Status	Name
4 <input checked="" type="checkbox"/>	content
<input checked="" type="checkbox"/>	size
<input type="checkbox"/>	color
<input type="checkbox"/>	length
<input type="checkbox"/>	textile
<input type="checkbox"/>	width

< **1** >

Hier gibt es zum einen den Bereich mit den **allgemeinen Filtern (2)** wie Hersteller, Preis usw. Zum anderen ist es aber auch möglich, die auf den Produkt-Eigenschaften basierende Filter zu konfigurieren.

Im Standard sind zunächst alle Filter aktiv. Um dies zu ändern, aktiviere den Schalter **Filterbare Produkteigenschaften konfigurieren (3)**. Anschließend kannst Du für jede **einzelne Eigenschaft (4)** definieren, ob diese als Filter in der Kategorie angezeigt werden soll. Beachte hierbei bitte, dass ein Filter in der Storefront nur angezeigt wird, wenn mindestens ein Produkt mit dieser Eigenschaft in der Kategorie vorhanden ist.

Block-Einstellungen



Block-Einstellungen



Allgemein



Duplizieren



Löschen



Block-Name



1

Gib einen Namen ein ...



Hintergrundfarbe

2



Hintergrundbild

3



Dateien hochladen



Bildmodus

4

Füllen



Layout



CSS-Klassen



5

Oberer Abstand

20px

Unterer Abstand

20px

Linker Abstand

20px

Rechter Abstand

20px

Die Blockeinstellungen öffnest Du, indem Du in der Vorschau einen Block anklickst und dann auf das Symbol für die Blockeinstellungen klickst, welches sich direkt unter dem Plus Symbol für neue Blöcke befindet.

Hier hinterlegst Du grundlegende Einstellungen für den aktuell ausgewählten Block.

Name (1): Dieser Name dient dazu, diesen Block besser unterscheiden zu können. er wird beispielsweise im Navigator angezeigt.

Hintergrundfarbe (2): Hier wählst Du die Hintergrundfarbe des Blockes. Um einheitliche Farbgebungen zu realisieren kannst Du die Farbe auch anhand des Hexadezimalwertes angeben.

Hintergrundbild (3): Anstatt einer Hintergrundfarbe kannst Du an dieser Stelle ein eigenes Hintergrundbild verwenden. Dies kann beispielsweise ein Muster sein oder ein Hintergrundbild zu einem Text.

Bildmodus (4): Wenn Du ein Hintergrundbild hinterlegt hast, kannst Du hier auswählen, ob es den Block ausfüllen soll, oder sich das Bild an dem Block ausrichten soll.

Layout - CSS-Klassen (5): In den Layout-Einstellungen bestimmst Du den Abstand der Elemente eines Blocks zu dessen Rändern und kannst zusätzlich eine eigene CSS-Klasse einbinden.

Sektion-Einstellungen

Die Sektionseinstellungen öffnest Du, indem Du in der Vorschau links das Symbol für die jeweilige Sektion anklickst und dann auf das Symbol für die Sektions-Einstellungen klickst, welches sich direkt unter dem Plus Symbol für neue Blöcke befindet.

Hier hinterlegst Du grundlegende Einstellungen für die aktuell ausgewählte Sektion.

Sektion-Einstellungen X

Allgemein v

Duplizieren Löschen

Sektionsname ?

1

CSS-Klassen ?

2

Größenmodus

3 Zentrierter Inhalt v

Mobiles Sidebar-Verhalten

4 Umbrechen v

Hintergrundfarbe

5

Hintergrundbild

6 Dateien hochladen

Bildmodus

7 Füllen v

Sektionsname (1): Dieser Name dient dazu, diese Sektion besser unterscheiden zu können. er wird beispielsweise im Navigator angezeigt.

CSS-Klassen(2): Du kannst eine oder mehrere, mit Leerzeichen getrennte, CSS Klassen hinzufügen.

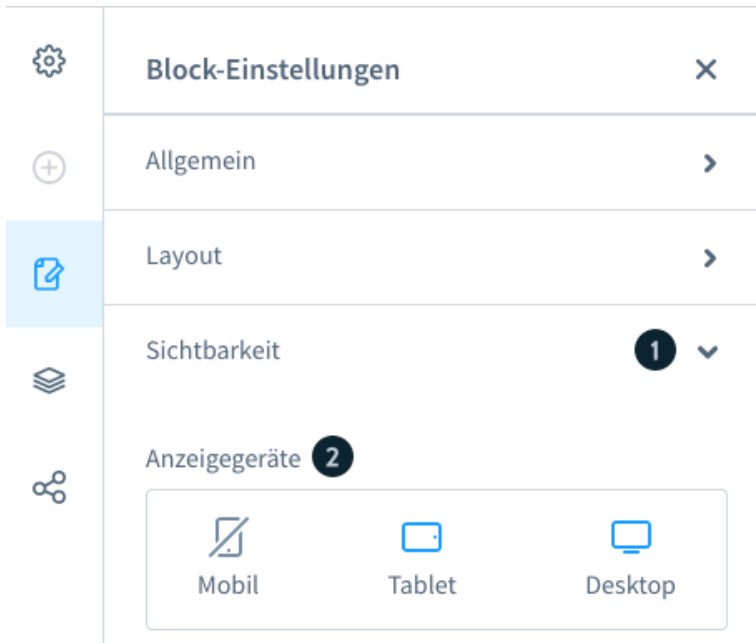
Größenmodus(3): Hier entscheidest Du ob der Inhalt auf die volle Breite gezogen werden soll oder zentriert bleiben soll.

Mobiles Sidebar-Verhalten(4): Aktivierst Du hier die Option **Nicht angezeigt**, wird der Inhalt der Sidebar in der mobilen Ansicht ausgeblendet. **Info:** Diese Einstellungen steht nur für Layouts mit Sidebar zur Verfügung.

Hintergrundfarbe (5): Hier wählst Du die Hintergrundfarbe der Sektion. Um einheitliche Farbgebungen zu realisieren kannst Du die Farbe auch anhand des Hexadezimalwertes angeben.

Hintergrundbild (6) und Bildmodus (7): Anstatt einer Hintergrundfarbe kannst Du an dieser Stelle ein eigenes Hintergrundbild verwenden. Dies kann beispielsweise ein Muster sein oder ein Hintergrundbild zu einem Text.

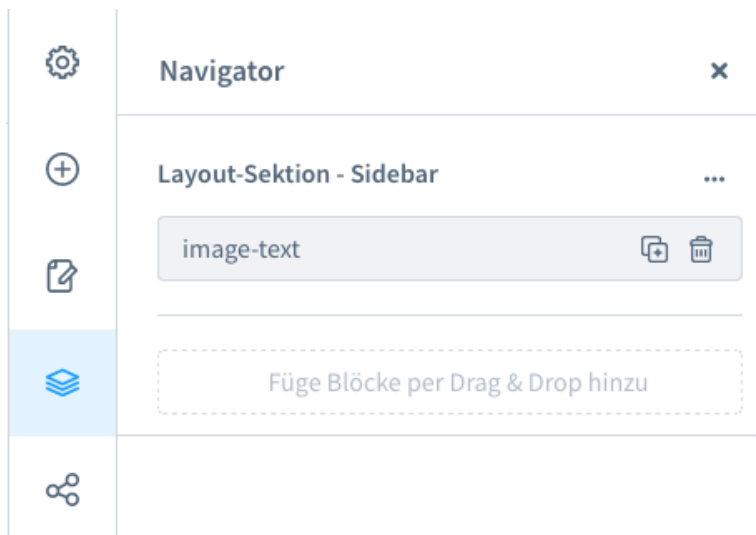
Sichtbarkeit für Viewports



Über die **Sichtbarkeit (1)** kannst Du das Layout einer Erlebniswelt gerätespezifisch anpassen. Über die **Anzeigegeräte (2)** kann per Klick festgelegt werden, ob das Layout auf dem entsprechenden Viewport bzw. Endgerät ein- oder ausgeblendet werden soll.

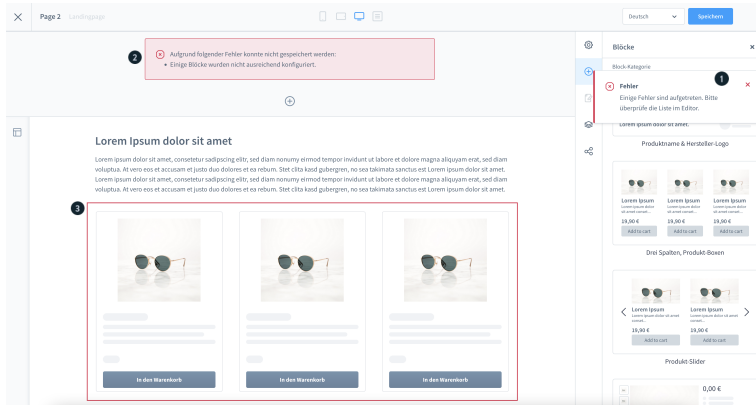
Diese Einstellung kannst Du sowohl für einzelne Block-Elemente nutzen, als auch für ganze Sektionen. Die Sichtbarkeit pro Viewport wird Dir auch in der [Konfiguration der Kategorie](#) angezeigt, wenn das Layout einer Kategorie zugewiesen wird.

Navigator



Im Navigator siehst Du eine Übersicht aller Blöcke anhand ihres Namens. Durch Drag & Drop kannst Du die Blöcke nach oben und unten verschieben und somit die Reihenfolge der Blöcke verändern. Mit dem Plus Symbol kannst Du unterhalb des jeweiligen Blockes eine Kopie des Blockes erzeugen. Über das Papierkorb Symbol kannst Du den jeweiligen Block entfernen.

Fehlerbehandlung



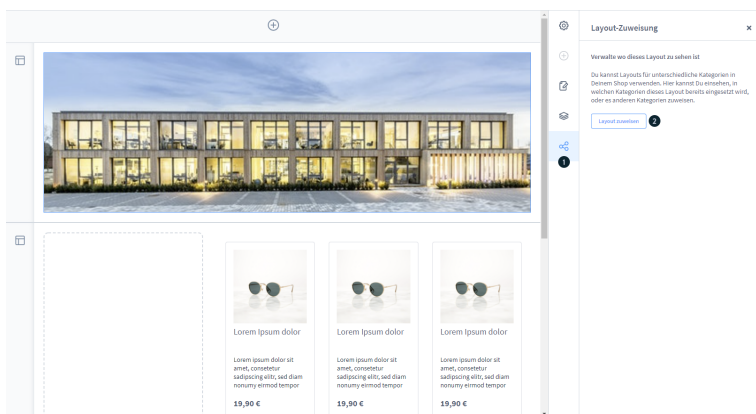
Solltest Du Deine Erlebniswelt nicht speichern können, wird Dir direkt im Designer angezeigt, dass ein Fehler aufgetreten ist **(1)**. Im Designer bekommst Du eine genaue Meldung, welches Element Deiner Erlebniswelt fehlerhaft ist **(2)** und an welcher Stelle der Fehler auftritt **(3)**. Somit kannst Du fehlerhafte Einstellungen schnell korrigieren, ohne den Fehler suchen zu müssen.

Erlebniswelten einer Seite in der Storefront zuweisen

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, eine Erlebniswelt in der Storefront zu verwenden.

Layout-Editor

Du kannst direkt im Layout-Editor die Kategorien zuweisen. Hierzu steht im Menü auf der rechten Seite der Punkt **Layout-Zuweisung (1)** zur Verfügung. Klicke dort die Schaltfläche **Layout zuweisen (2)** an, um das Fenster für die Zuweisung aufzurufen.



Im Fenster für die Zuweisung klicke auf den Bereich **Wähle Kategorien aus**, es öffnet sich dann die Liste

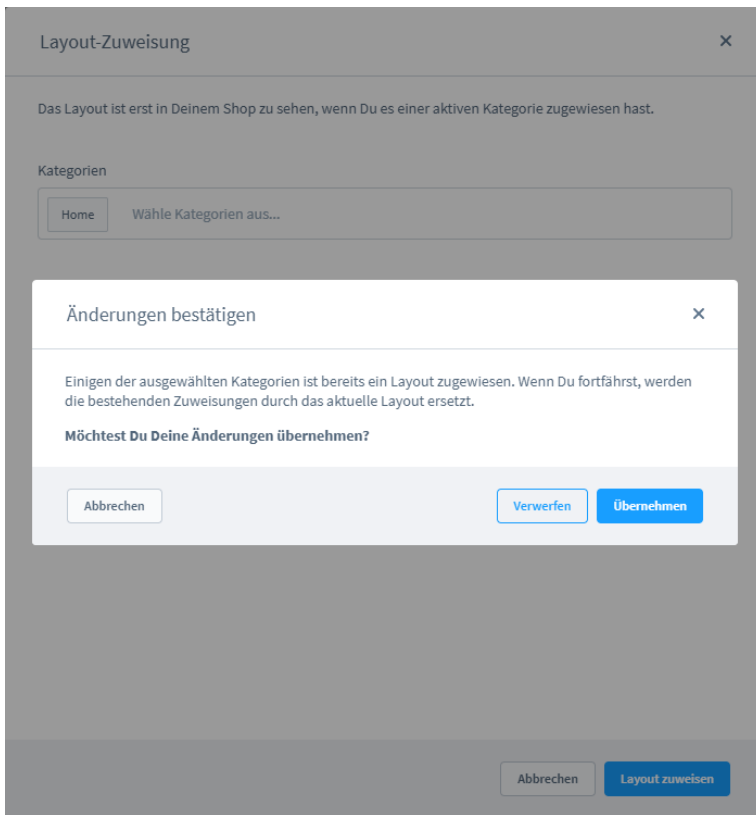
mit der Kategorie-Auswahl. Um die Auswahl zu übernehmen, klicke auf die Schaltfläche **Layout zuweisen**.

Layout-Zuweisung ×

Das Layout ist erst in Deinem Shop zu sehen, wenn Du es einer aktiven Kategorie zugewiesen hast.

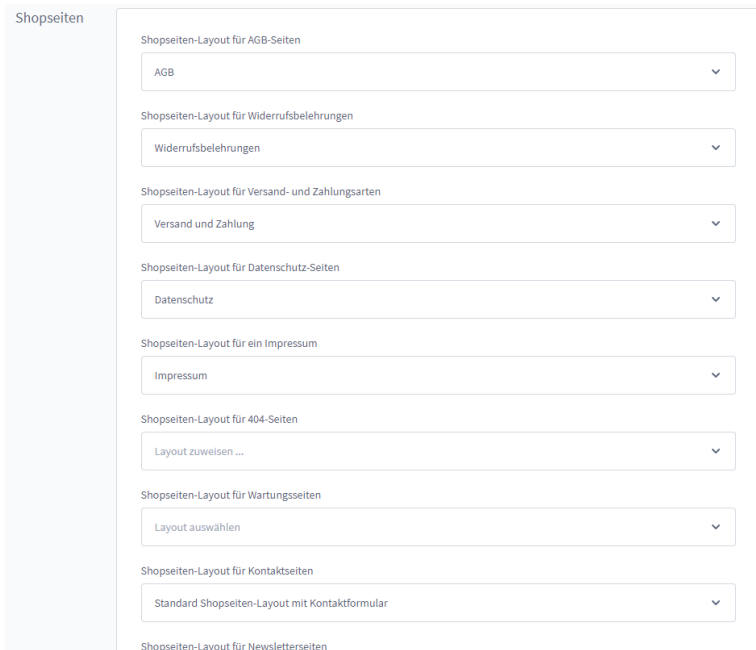
Kategorien

Sollte einer oder mehreren ausgewählten Kategorien bereits ein anderes Layout zugewiesen sein, erscheint ein weiteres Fenster, in dem Du die Änderung erneut bestätigst.



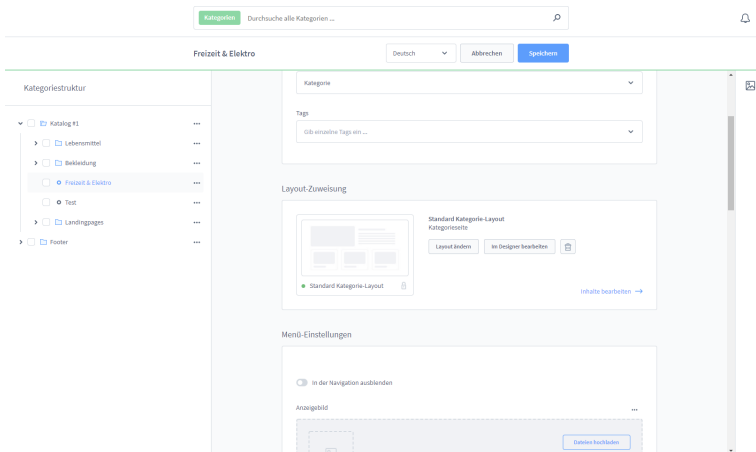
Shopseiten

Erlebniswelten werden dazu verwendet, um Shopseiten wie AGB, Impressum usw. darzustellen. Die Zuweisung erfolgt unter **Einstellungen > Shops > Stammdaten** im Bereich **Shopseiten**.



Kategorien

Du kannst Erlebniswelten in den Kategorien verwenden, um das Layout des Kategorielistings anzupassen. Zum anderen ist es aber auch möglich, eine Landingpage zuzuweisen.



Landingpage

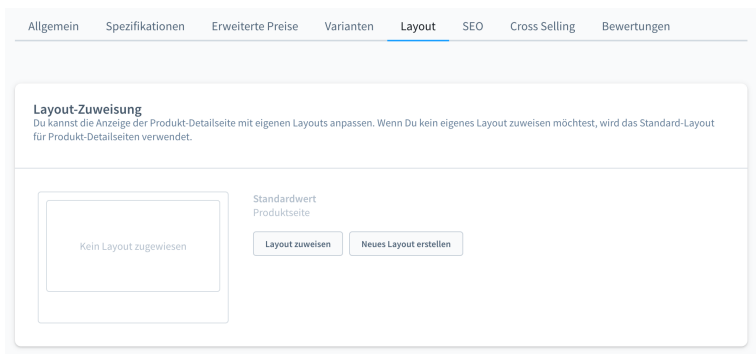
Eine Erlebniswelt vom Typ Landingpage enthält keine fest integriertes Listingelement, um Produkte einzubinden.

Soll es nicht möglich sein, die Landingpage aus dem normalen Navigationsmenü aufzurufen, aktiviere den Schalter In der Navigation ausblenden im Bereich Menü-Einstellungen.

Die Landingpage ist dann über die URL der Kategorie, der die Erlebniswelt zugewiesen ist, aufrufbar.

Produktseite

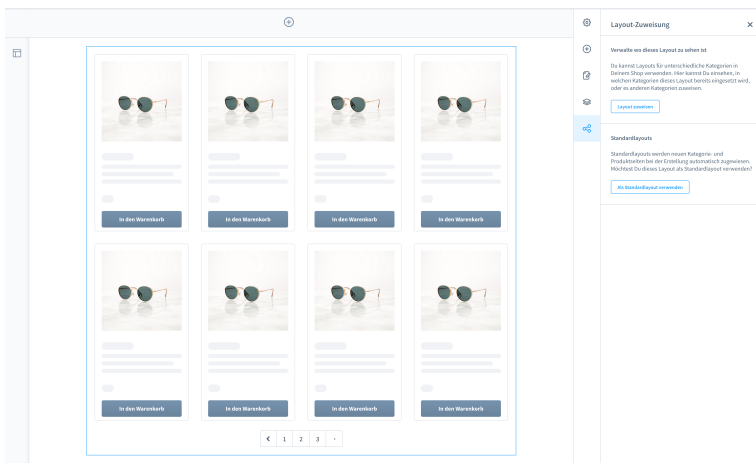
Du kannst eine Erlebniswelt für die Produktdetailseite verwenden. Öffne dazu das jeweilige Produkt im Admin und öffne den Reiter Layout. Wähle hier dann eine erstellte Produktseite aus.



Wenn Du in deinem Layout veränderbare Elemente wie z.B. Textboxen verwendet hast, kannst Du im Reiter Layout jedes Element individuell auf das jeweilige Produkt zugeschnitten verändern.

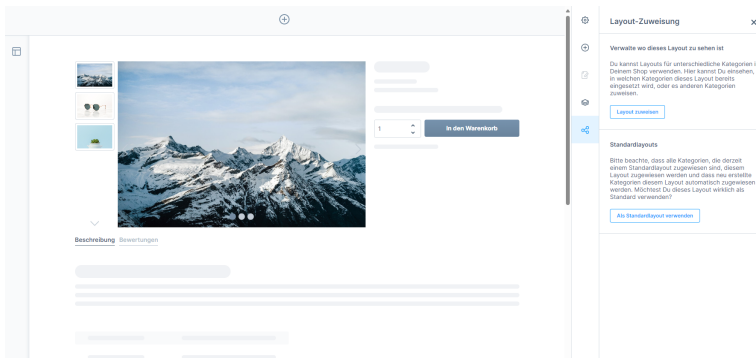
Standardlayouts

Kategorien



Wenn Du eine Kategorie-Seite anlegst hast Du die Möglichkeit, dieses Layout als Standardlayout für alle neuen Kategorie-Seiten zuzuweisen. Dadurch sparst Du Dir eine Menge Arbeit. Klicke dazu einfach in der Sidebar in der **Layout-Zuweisung > Standardlayouts > Als Standardlayout verwenden**.

Produkt

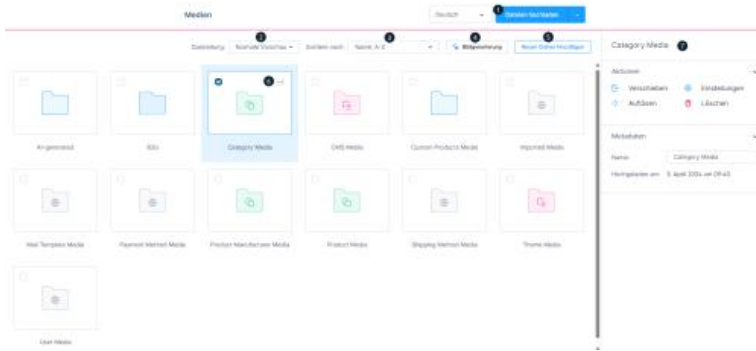


Wenn Du eine Produktseite anlegst hast Du die Möglichkeit, dieses Layout als Standardlayout für alle neuen Produktseiten zuzuweisen. Dadurch sparst Du Dir eine Menge Arbeit. Klicke dazu einfach in der Sidebar in der **Layout-Zuweisung > Standardlayouts > Als Standardlayout verwenden**.

Medien

In diesem Artikel geht es um den Menüpunkt Medien, welchen Du unter **Inhalte > Medien** findest. Hier kannst Du neue Medien hochladen, diese in Ordnern sortieren und bereits bestehende Medien verwalten. Die hier hochgeladenen Medien kannst du dann an anderen Stellen in deinem Shop nutzen (Storefront, Produkte, ...).

Überblick



Am oberen Rand findest Du die Suche, mit der Du die bereits hochgeladenen Medien durchsuchen kannst. Darunter findest Du den Button **Dateien hochladen (1)**, über welchen Du Medien von Deinem lokalen Computer hochladen kannst. Über den Pfeil rechts vom Button kannst Du öffentlich erreichbare Medien über eine URL hochladen.

Auf der linken Seite siehst Du die Übersicht aller Medien aufgelistet mit Namen und Vorschaubild. In der rechten oberen Ecke dieser Übersicht kannst Du über die Drop-Down Menüs **Darstellung (2)** und **Sortiere nach (3)**, sowohl die Anzeige, als auch die Sortierung ändern.

Mit **Bildgenerierung(4)** können Bilder über den AI-Copilot für Erlebniswelten generiert werden. Über den Button **Neuen Ordner hinzufügen (5)** fügst Du einen neuen Ordner in die aktuelle Ordnerstruktur ein.

Sobald Du in der Übersicht ein Medium oder einen Ordner auswählst, findest Du auf der rechten Seite alle **Informationen und Aktionen (7)** zu diesem Objekt.

Die Aktionen erreichst Du auch über das **Kontextmenü (6)** in der oberen rechten Ecke des Mediums.

Der Dateiuupload im Medienmanager ist für folgende Dateitypen möglich:

jpg, jpeg, png, webp, gif, svg, bmp, tiff, tif, eps, webm, mkv, flv, ogv, ogg, mov, mp4, avi, wmv, pdf, aac, mp3, wav, flac, oga, wma, txt, doc, glb

Datei existiert bereits

Wie bereits oben erwähnt, kannst Du über den Button **(1)** Dateien hochladen.

Wenn Du beispielsweise ein Bild hochladen möchtest, welches bereits zuvor hochgeladen wurde, erscheint folgendes Pop-Up.



Hier hast Du verschiedene Optionen, wie Du weiter vorgehen kannst.

Hochladen und ersetzen: Hierdurch wird die bisherige Datei durch die neue ersetzt.

Hochladen und umbenennen: Die neue Datei wird hochgeladen, jedoch unter einem anderen Namen.

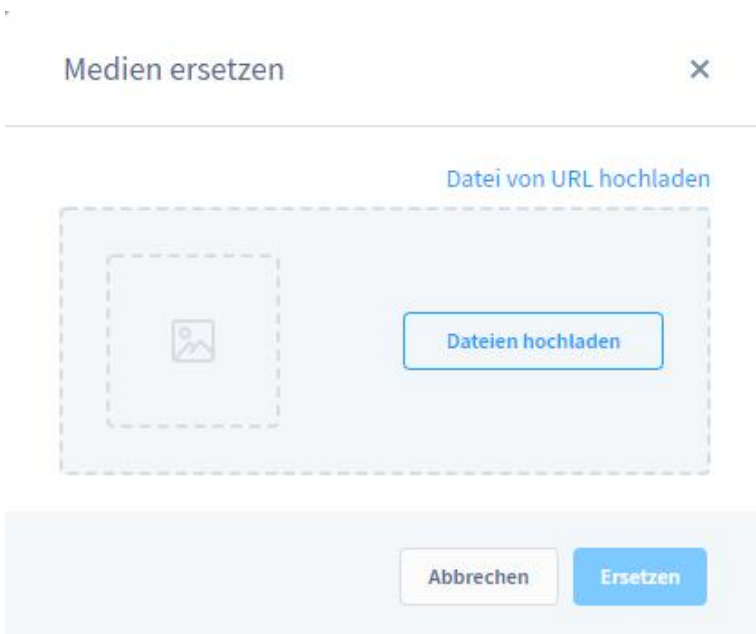
Vorhandene Datei verwenden: Die bereits existierende Datei wird verwendet.

Datei überspringen: Diese Option erscheint nur, wenn Sie mehr als zwei Dateien hochladen. Die neue Datei wird nicht hochgeladen.

Medien Konfiguration

Aktionen

Ersetzen - Mit dieser Funktion kannst Du ein bereits hochgeladenes Medium durch ein anderes ersetzen, welches Du im dann folgenden Schritt hochlädst.



Download - Startet den Download des aktuell ausgewählten Mediums.

Verschieben - Mit dieser Funktion kannst Du das ausgewählte Medium in einen anderen Ordner

verschieben.

Link kopieren - Kopiert die URL zum aktuell ausgewählten Medium in die Zwischenablage.

Löschen - Löscht das aktuell ausgewählte Medium.

Vorschau

Hier siehst Du eine Vorschau des aktuell ausgewählten Mediums.

Metadaten

Hier findest Du die Metadaten des ausgewählten Mediums und kannst auch direkt den Namen, den Alt-Text und den Meta-Titel des Mediums ändern.

Metadaten ▼

Name:	<input "="" type="text" value="00245251b0a40d4cdf1cfa3b38:"/>
Dateityp:	JPG
Alt-Text:	<input type="text" value="Alt-Text"/>
Titel:	<input type="text" value="Titel"/>
MIME-Type:	image/jpeg
Größe:	15.78KB
Hochgeladen am:	06.03.2019
Breite:	771px
Höhe:	540px

Tags

Hier können Schlagworte für ein Medium hinterlegt werden, wodurch diese dann später besser gefunden werden können.

Wird verwendet in

In diesem Bereich wird Dir angezeigt, an welchen Stellen in deinem Shop Du das ausgewählte Medium verwendest. Die Orte, an denen das Medium verwendet wird, sind direkt verlinkt und können per Klick direkt angesteuert werden.



Ungenutzte Medien löschen

Ungenutzte Medien können eine Menge Speicherplatz einnehmen und sorgen dafür, dass die Medienübersicht unübersichtlich wird, daher kann es sinnvoll sein, diese zu löschen. Besonders bei einer großen Anzahl an ungenutzten Medien ist es sinnvoll, diese über die Konsole zu löschen.

Über die Konsole lassen sich ungenutzte Medien mit dem Befehl `media:delete-unused` löschen.

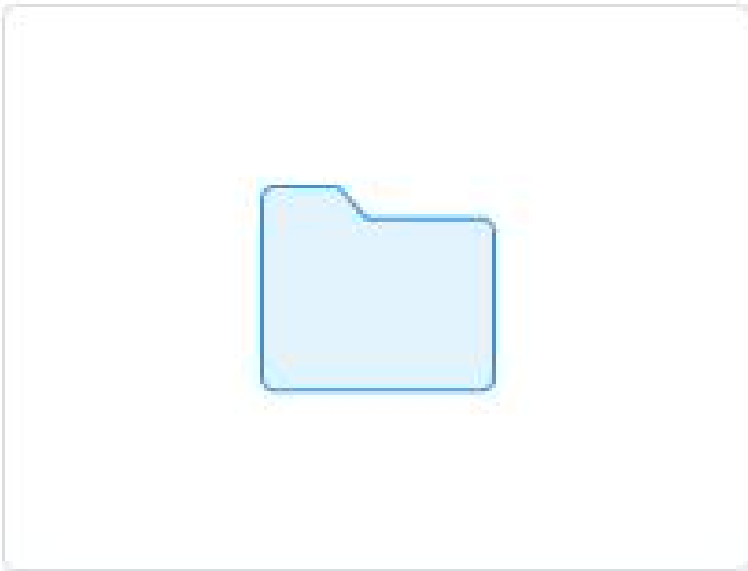
Mehr Informationen und weitere CLI-Befehle findest Du [hier](#) in unserer Dokumentation.

Ordner

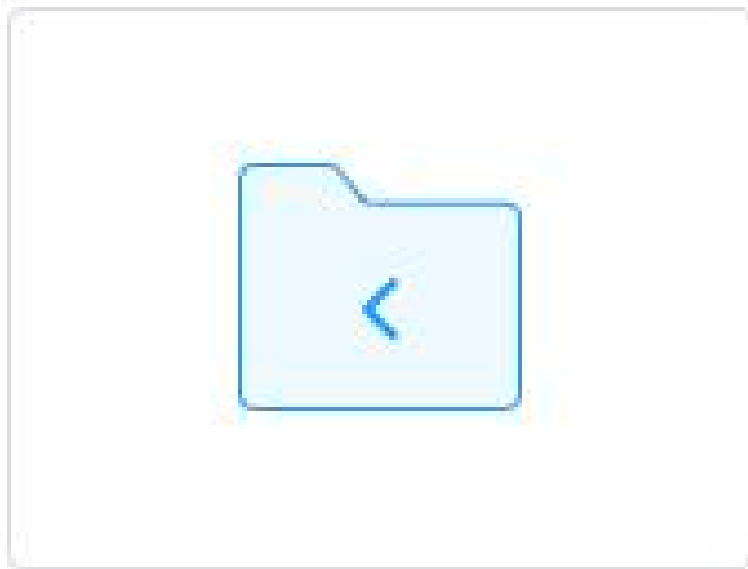
Die Medien können zur besseren Übersicht und Verarbeitung in Ordnern sortiert werden. Du kannst hierzu beliebig viele Ordner und Unterordner anlegen und die Medien in diese Ordner verschieben.

Neuen Ordner Anlegen

Über den Button **Neuen Ordner Anlegen**, legst Du an genau der Stelle in der Ordnerstruktur, an der Du dich gerade befindest, einen neuen Ordner an und kannst diesen benennen. Es wird neben den bereits vorhandenen Medien und Ordner dann ein neuer Ordner mit einem Ordnersymbol in der Übersicht angezeigt. Über diesen kannst Du den Ordner dann öffnen.

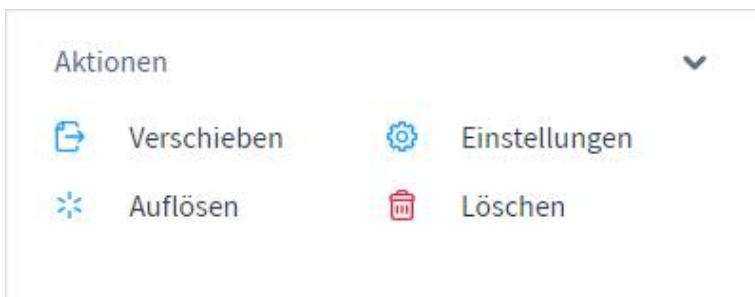


In dem Ordner kannst Du über das **Zurückspringen Symbol** wieder eine Ordner Ebene höher gelangen.



Aktionen

Wie auch bei den Medien, werden auf der rechten Seite für ausgewählte Ordner Aktionen angezeigt.



Verschieben - Hier kannst Du den Ordner in einen anderen vorhandenen Ordner verschieben.

Einstellungen - Hier kannst Du die Einstellungen des Ordners öffnen.

Auflösen - Hier kannst Du den Ordner auflösen. Der Ordner wird dabei entfernt und alle Ordner und Medien, die sich in dem Ordner befanden, werden in dem darüberliegenden Ordner verschoben.

Löschen - Dies löscht den kompletten Ordner inklusive dem kompletten Inhalt.

Einstellungen

Die Einstellungen des Ordners unterteilen sich in die allgemeinen Einstellungen und die Thumbnail Einstellungen.

Einstellungen

The screenshot shows the 'Einstellungen' (Settings) tab for a folder named 'ShoppingWorld'. It features two input fields: 'Name' with the value 'ShoppingWorld' and 'Standardspeicherort für:' (Default storage location for:). Below these fields are two buttons: 'Abbrechen' (Cancel) and 'Speichern' (Save).

In den allgemeinen Einstellungen kannst Du zum einen den Namen ändern und zum anderen angeben, für welche Medien dieser Ordner als Standard Speicherort dienen soll. Dies können beispielsweise alle Produkt Medien sein.

Thumbnails

The screenshot shows the 'Thumbnails' tab for a folder named 'ShoppingWorld'. It contains several settings:

- 1** Einstellungen vom überliegenden Ordner übernehmen (Take settings from the parent folder)
- 2** Thumbnails für diesen Ordner generieren (Generate thumbnails for this folder)
- 3** Seitenverhältnis beibehalten (Maintain aspect ratio)
- 4** Thumbnail-Qualität:
- 5** Thumbnail-Größe (Thumbnail size) section with a 'Bearbeiten/Beenden' (Edit/End) button:
 - 400x400
 - 800x800
 - 1920x1920
 - Maximalmaße **6**:

At the bottom, there are 'Abbrechen' (Cancel) and 'Speichern' (Save) buttons.

In den Thumbnail-Einstellungen triffst Du wesentliche Konfigurationen zu Thumbnails, die beispielsweise im Frontend genutzt werden. Aktivierst Du die Option **Einstellungen vom überliegenden Ordner übernehmen (1)**, werden für den aktuellen Ordner die selben Thumbnail Einstellungen verwendet wie im überliegenden Ordner. Mit der Checkbox **Thumbnails für diesen Ordner generieren (2)** kannst Du die Thumbnail Generierung für diesen Ordner komplett aktivieren oder deaktivieren. Mit **Seitenverhältnis beibehalten (3)** behältst Du das Seitenverhältnis aus dem ursprünglichen Bild bei. Dies sorgt dafür, dass ein rechteckiges Bild bei quadratischen Thumbnail-Einstellungen nicht verzerrt dargestellt wird. Im Feld **Thumbnail Qualität (4)** kannst Du die Qualität der Thumbnails bestimmen. Hier können Sie einen Wert

von 1-100 angeben. 100 bedeutet hier eine sehr hohe, 1 eine sehr geringe Qualität.

Unter **Thumbnail-Größe (5)** kannst Du festlegen, für welche Größen Thumbnails angelegt werden sollen. Über den Link **Liste bearbeiten** in der rechten oberen Ecke öffnest Du zum Einen die Möglichkeit, vorhandene Thumbnail Größen über das rote **X** zu entfernen. Zudem kannst Du neue Thumbnail Größen **hinzufügen (6)**. Ist das Schloss Symbol aktiviert, ist die Breite dabei automatisch gleich der Höhe.

Die drei Standard Thumbnailgrößen für alle hochgeladenen Bilder sind **400x400**, **800x800** und **1920x1920**

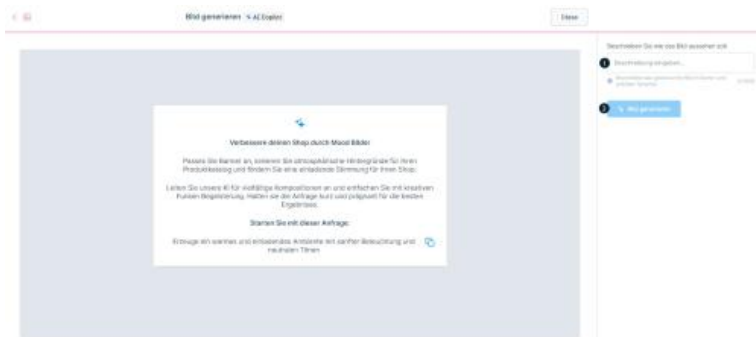
AI-Copilot Text zu Bild

Mit der AI-Copilot Bildgenerierung ist es Dir möglich ganz einfach Stimmungsbilder durch Eingabe von Vorschlägen in natürlicher Sprache zu erstellen.

Nachdem die Medien gespeichert wurden, kannst Du diese in den Erlebniswelten verwenden um diese kreativer und einfacher zu gestalten.

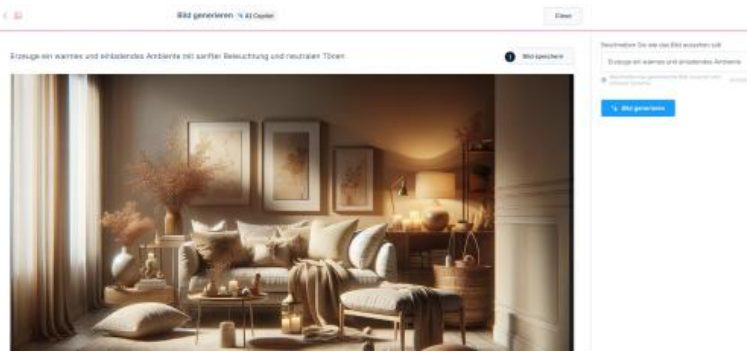
Das Feature "AI Copilot - Text zu Bild" steht Dir ab dem Plan Shopware Rise über die Erweiterung [Shopware Commercial](#) zur Verfügung.

Um ein Bild zu generieren musst Du eine **Beschreibung (1)** für das gewünschte Bild eingeben. Nachdem Du eine passende Beschreibung gefunden hast, kannst Du das **Bild generieren (2)** lassen.



Das erzeugte Bild wird mit der Beschreibung angezeigt und nun kannst Du Dich dazu entscheiden dieses zu **speichern (1)** oder erneut ein Bild mit der Beschreibung zu generieren. Die gespeicherten Bilder werden in dem neu erzeugten Ordner **AI-generated** abgelegt.

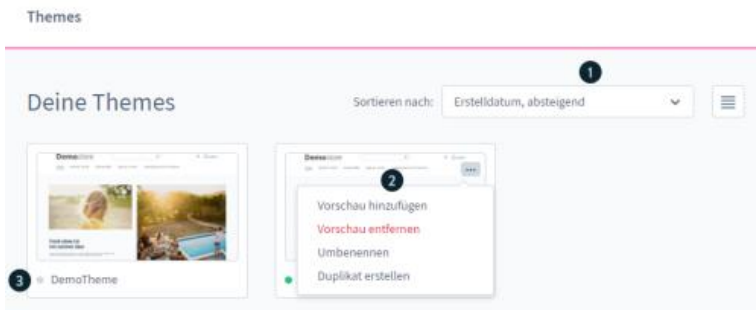
Das Bild wird bei der Generierung komplett neu generiert. Es können somit keine Anpassungen in dem bereits erstellten Bild vorgenommen werden. Pro Beschreibung wird ein Bild generiert. Die Anzahl der Anfragen ist zudem täglich begrenzt. Solltest Du diese überschreiten, kannst Du erst am nächsten Tag erneut Bilder generieren lassen.



Für die Generierung der Bilder wird OpenAI`s DALL-E 3 Feature verwendet.

Themes

In diesem Bereich werden alle Themes aufgeführt, welche Du aktuell Deiner Shopware Installation hinzugefügt hast. Hier kannst Du sie außerdem verwalten und bearbeiten.



In der Übersicht werden Dir alle Themes aufgelistet. Über die Bedienelemente **(1)** kannst Du die Sortierung ändern sowie die Ansicht zwischen Auflistung und Vorschaubilder wechseln.

Jedes Theme hat ein Kontextmenü **(2)** über welches Du das Vorschaubild ändern und löschen kannst. Dieses Kontextmenü erscheint, wenn Du mit der Maus über ein Theme fährst und anschließend auf die Schaltfläche mit den drei Punkten klickst. Außerdem kannst Du das Theme hier umbenennen, komplett aus der Liste löschen oder ein Duplikat erstellen. Wird unter dem Vorschaubild ein grauer Punkt **(3)** angezeigt, ist dieses Theme noch keinem Verkaufskanal zugeordnet. Wenn das Theme einem [Verkaufskanal](#) zugeordnet wird, färbt sich dieser Punkt grün.

Theme Konfiguration

In der Theme Konfiguration hast Du die Möglichkeit Dein Theme individuell zu gestalten. Hier kannst Du Farben und Schriftarten auswählen.

Theme-Farben

Theme-Farben

Primärfarbe #399	Sekundärfarbe #516574
Rahmen #d4e2e2	Hintergrund #fff

Hier kannst Du die grundlegenden Farben für Hintergrund und Rahmen für Dein Theme hinterlegen. Die Primärfarbe findet sich im Responsive Theme beispielsweise in den Überschriften und Links wieder.

Beispiele:

Service-Hotline

Unterstützung und Beratung unter:

0180 - 000000

Mo-Fr, 09:00 - 17:00 Uhr

Oder über unser **Kontaktformular**

Status-Ausgaben

Status-Ausgaben

Erfolg #6ed59f	Information #7fb3ce
Hinweis #f4cc6f	Fehler #d7777f

Hier kannst Du die Farben der Status Ausgaben in Deinem Shop anpassen.

Beispiele:

-  Ihr Newsletter-Abonnement wurde erfolgreich registriert!
-  Sie haben noch keine Bestellung durchgeführt.
-  Ihr Warenkorb ist leer
-  Es konnte kein Account zu den angegebenen Zugangsdaten gefunden werden.

Typografie

Typografie

Schriftart Text	Textfarbe
<input type="text" value="'Inter', sans-serif"/>	<input type="text" value="#545454"/>
Schriftart Überschrift	Überschriftfarbe
<input type="text" value="'Inter', sans-serif"/>	<input type="text" value="#34c58"/>

Hier kannst Du die Schriftart und Textfarbe von Texten und Überschriften des Themes anpassen.

Beispiel:

Ein Beispiel für die Schriften der Texte und Überschriften ist ein Element im Artikellisting.



E-Commerce

E-Commerce

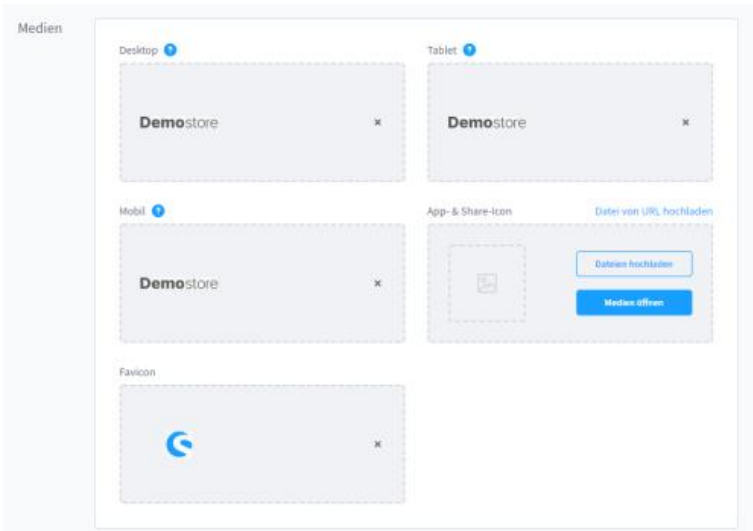
Preis	Kaufen-Button
<input type="text" value="#34c58"/>	<input type="text" value="#399"/>
Kaufen-Button Text	
<input type="text" value="#fff"/>	

Hier änderst Du das Erscheinungsbild des Kaufen-Buttons und des angezeigten Preises.

Beispiel:



Medien



In diesem Bereich legst Du die Logos und Icons fest. Ist der Viewport größer als **991px** wird das **Desktop** Logo angezeigt. Zwischen **991px** und **767px** wird das **Tablet** Logo angezeigt. Ist der Viewport kleiner als **767px** wird das **Mobil** Logo angezeigt.

Das Favicon wird im Browser vor der URL angezeigt und das App- & Share-Icon wird beispielsweise als Vorschau angezeigt, wenn die Seite in sozialen Netzwerken geteilt wird.

Duplikat erstellen

Es können nur Themes dupliziert werden, die nicht bereits von einem anderen Theme, außer dem Standard-Theme erben. In diesem Fall ist der Punkt im Kontextmenü nicht vorhanden.

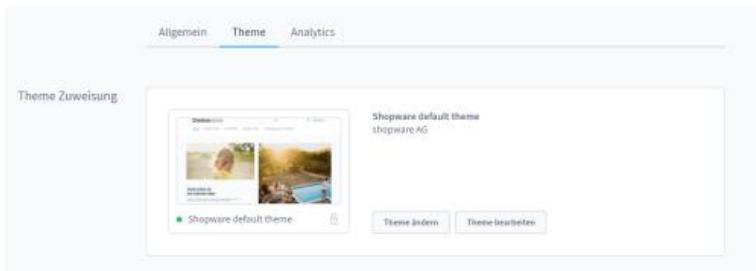
Um ein Duplikat zu erstellen, wähle bei Deinem gewünschten Theme im Kontextmenü den Punkt Duplikat erstellen aus.

Nachdem Du Deinem Duplikat einen Namen gegeben hast, öffnet sich nun die Konfiguration Deines Themes.

Hierbei wird Dir auffallen, dass die Konfiguration Deines Themes von dem duplizierten Theme vererbt wird. Diese Vererbung lässt sich mit einem Klick auf das Vererbungslogo für einzelne Konfigurationen ausschalten, sodass Du an Deinem duplizierten Theme individuelle Änderungen vornehmen kannst. Mehr Informationen zu weiteren möglichen Änderungen am Template findest Du [hier](#).

Theme einem Verkaufskanal zuweisen

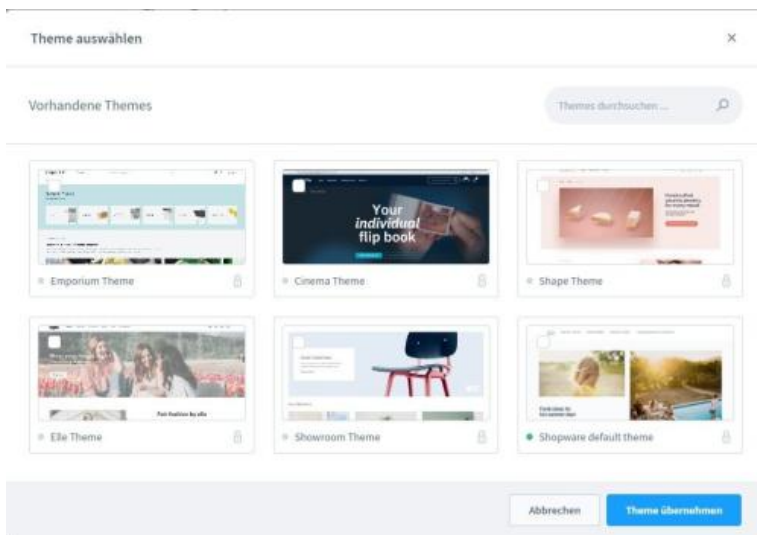
Um ein Theme für eine Storefront zu verwenden ist es notwendig das Theme dem entsprechendem Verkaufskanal zuzuweisen. Hierzu öffnest Du im jeweiligen Verkaufskanal den Reiter **Themes**. Dort kannst Du dem Verkaufskanal ein Theme zuweisen.



Zunächst wird Dir dort das Theme angezeigt, welches dem Verkaufskanal aktuell zugeordnet ist. Klickst Du auf das Vorschaubild des Themes oder auf **Theme ändern**, kannst Du eines der installierten Themes zuordnen.

Premium Themes

Wenn Du einen Rise, Evolve oder Beyond Plan gebucht hast, stehen Dir unsere fünf Premium Themes kostenlos zur Verfügung. Mit Hilfe der Premium Themes lässt sich die Storefront-Darstellung Deines Shops einfach anpassen.



Du findest die Themes unter **Erweiterungen > Meine Erweiterungen > Themes**. Die Themes werden erst sichtbar, wenn Du Deine Lizenzdomain unter **Einstellungen > System > Shopware Account** einträgst. Die fünf Premium Themes sind leicht konfigurierbar, sodass einem unkomplizierten Wechsel Deines Themes nichts im Wege steht. Die Inbetriebnahme lässt sich daher auch ohne professionelle Unterstützung problemlos realisieren. Trotz der einfachen Handhabung verfügen die Themes über ausreichende Anpassungsmöglichkeiten, damit Du sie nach Deinen Vorstellungen individualisieren kannst. Gestalte das Theme also entsprechend Deiner individuellen Wünsche, ohne Dich in zu komplexen Einstellungsmöglichkeiten zu verlieren.

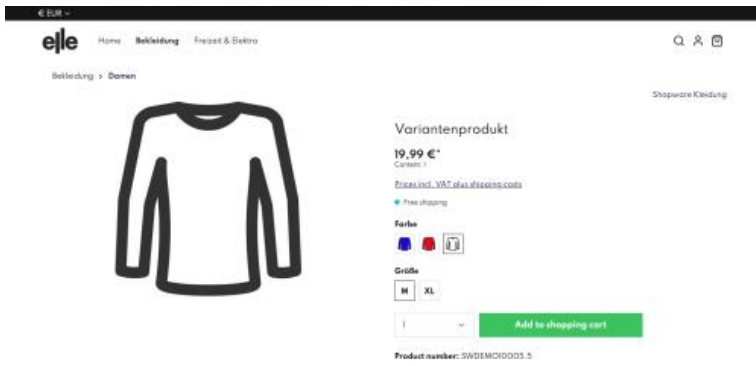
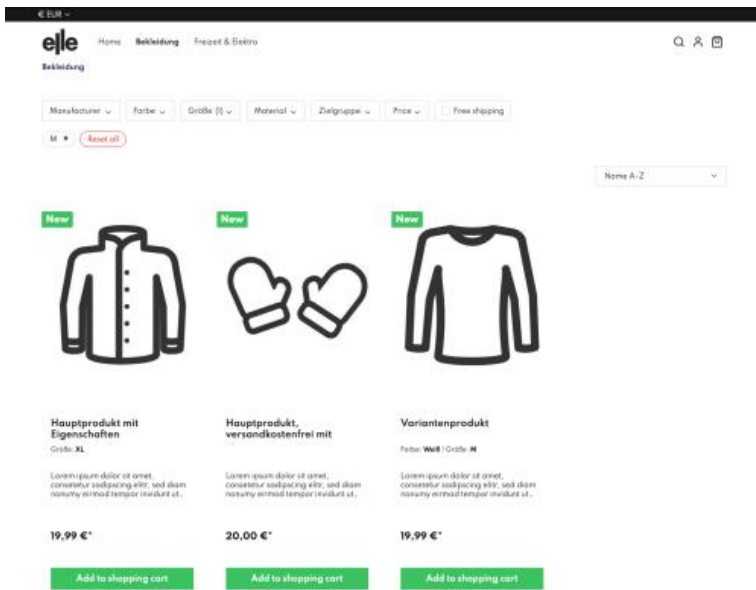
Alle Premium Themes wurden für eine gute Nutzererfahrung optimiert und nach höchsten Designansprüchen konzipiert. Die Themes unterscheiden sich in der Art der Produktplatzierung, der Farbpalette und der Anordnung der Elemente – so findet sich in jedem Theme eine eigene Stilrichtung wieder, die auf einer harmonisierenden Symbiose beruht.

Premium Theme „Elle“

„Elle“ erinnert durch die leichte und frische Optik an das Standard-Theme von Shopware. Trotzdem kannst du dich mit dem Premium Theme „Elle“ vom Standard abheben, da es mit einer eigenen, modernen Optik überzeugt.

- Fokus auf der perfekten Produktdarstellung
- Top- und Footerbar sind farblich anpassbar
- Dein Shop-Logo kommt in der Fußzeile zur Geltung
- Sowohl für kleine als auch für große Produktsortimente geeignet, da sich das Theme gut skalieren lässt
- Durch die schmale Kopfzeile steht deine Company-Story im Vordergrund
- Optimale Balance von Weißraum und Kontrast betont deinen Content zusätzlich

Beispiel:

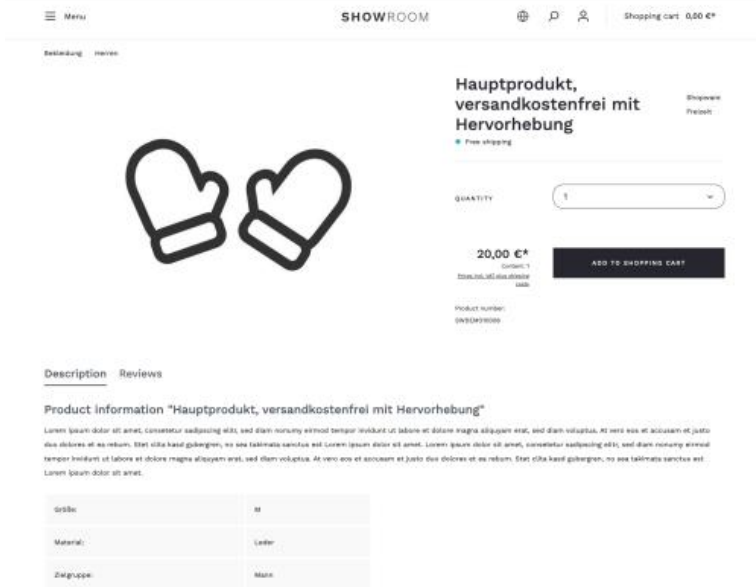
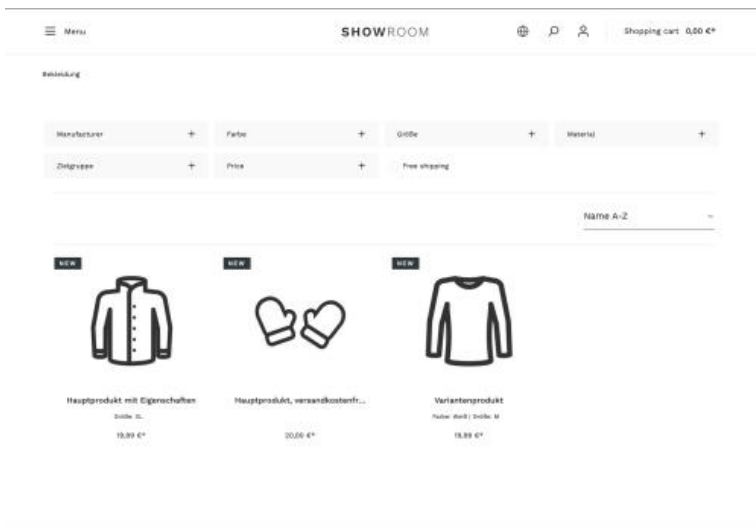


Premium Theme „Showroom“

Das Premium Theme „Showroom“ überzeugt durch eine minimalistische und klare Gestaltung und sticht mit seinem stylischen und cleanen Design hervor.

- Fokus auf einzigartiger Produktplatzierung, wirkt wie ein Ausstellungsraum für deine Artikel
- Top- und Footerbar sind farblich anpassbar
- Dein Shop-Logo kommt in der Fußzeile zur Geltung
- Sowohl für kleine als auch für große Produktsortimente geeignet, da sich das Theme gut skalieren lässt
- Cleanes und kleine Menü-Bar für Raum zugunsten großer Produktfotos

Beispiel:



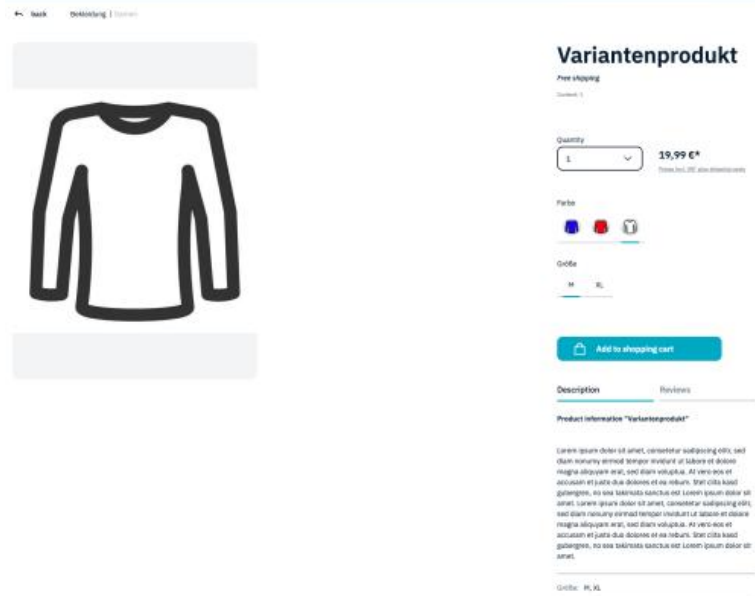
Premium Theme „Shape“

Das Premium Theme „Shape“ sticht durch seine zarte, elegante und aussagekräftige Optik hervor. Es zeichnet sich durch das offene und dynamische Design aus und bietet dir viel Raum, deine Produkte und deinen Content optimal in Szene zu setzen. Mit „Shape“ kannst du deine Brand Identity in den Vordergrund stellen und verleihst deiner Marke Stil und Wiedererkennungswert.

- Fokus auf Bilder und redaktionellen Content, lebendiges Produkterlebnis
- Flache Struktur, Navigation für kleinen Kategoriebaum konzipiert
- Optimal für kleine und individuelle Produktsortimente, da die Kategorietiefe auf drei Ebenen begrenzt ist
- Aufeinander abgestimmten Akzente und Shadows – verknüpft mit der Hauptfarbe

- Einzigartiges Layout mit Fokus auf Produktfotos
- Header & Footer sind mit der Sekundärfarbe verknüpft
- Dein Shop-Logo kommt in der Fußzeile zur Geltung
- Skalierbar und somit für kleinere wie auch größere Sortimente geeignet (Support von Kategorietiefe)
- Reduzierte Darstellung von Produktboxen in Listings (keine Varianten oder Bewertungshinweise)
- Konfigurierbar und individualisierbar, zum Beispiel Bilder für Empty-State-Seiten (404-Fehlerseite, Maintenance usw.)

Beispiel:

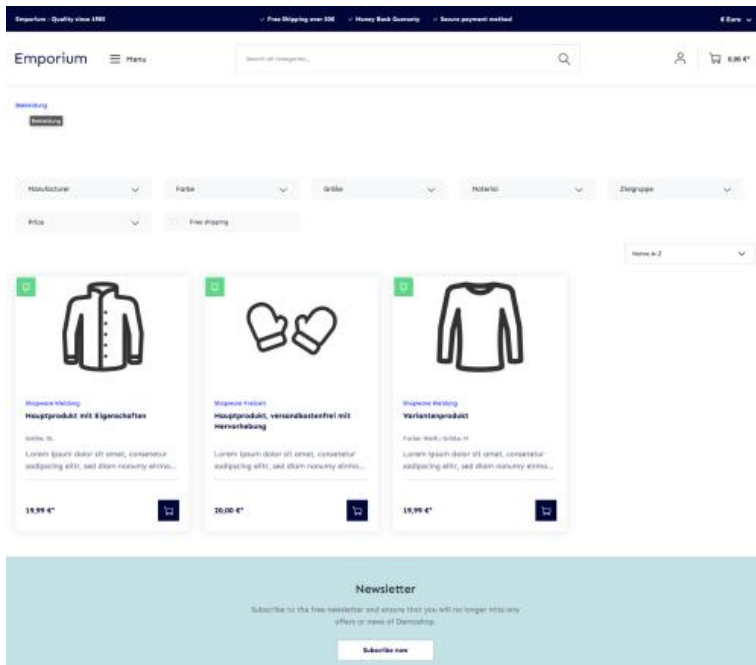


Premium Theme „Emporium“

Das Premium Theme „Emporium“ zeichnet sich durch ein modernes und schlichtes Wide Screen Design aus und bietet dir somit jede Menge Raum, um den Fokus auf das Wesentliche zu lenken – deine Produktbilder. „Less is more“, gilt daher auch auf der anpassbaren Produktdetailseite, die durch die einklappbaren Produktinformationen besonders clean und übersichtlich wirkt. Aber keine Sorge – wenn du dich bereits an den standardisierten Look der Produktdetailseite gewöhnt hast, kannst du dank der Shopware Erlebniswelten den Stil des Emporium Themes beibehalten und gleichzeitig das Standard-Layout nutzen.

- Modernes und schlichtes Design
- Dezentenes Layout mit Fokus auf Produktfotos
- Minimalistisches Wide Screen Design
- Skalierbar und somit für kleinere wie auch größere Sortimente geeignet (Support von Kategorietiefe)
- Umstrukturierung der Produktinformationen auf der Produktdetailseite
- Reduzierte Darstellung von Produktboxen in Listings
- Implementierung von Social Media Symbolen im Footer
- Konfigurierbar und individualisierbar, zum Beispiel Bilder für Empty-State-Seiten (404-Fehlerseite, Maintenance usw.)

Beispiel:



Home > Home



Hauptprodukt mit Eigenschaften

Größe

- L
- M
- S
- XL**

Free shipping

19,99 €*

Price incl. VAT plus shipping costs

1

Add to shopping cart

Manufacturer: [Sipacis Knitwear](#) Product ID: 24021032014 [Details](#)

Description

Reviews

Newsletter

Subscribe to the free newsletter and ensure that you will no longer miss any offers or news of Demoshop.

Subscribe now

Marketing

In diesem Bereich erfährst Du alles über die bestehenden Optionen, welche sich Dir in dem Punkt **Marketing** Deiner Administration zeigen.

Newsletter Empfänger

Du findest Die Newsletter Empfänger im **Admin** unter **Marketing > Newsletter Empfänger**.

Übersicht

Name	E-Mail	Status	Produktart	Stadt	Straße		
Max Mustermann	max.mustermann@max.com	Warten auf Aktivierung	12345	Musterstadt	Musterstraße 1		
Stefan Mustermann	stefan.mustermann@max.com	Sofort Aktiv	12345	Musterstadt	Musterstraße 1		

In der Übersicht findest Du eine **Liste (1)** aller Kunden, die sich in ihrem Account für den Newsletter eingetragen haben. Neben jedem Eintrag findest Du ein **Kontextmenü (2)**, über das Du den Eintrag entfernen oder bearbeiten kannst.

Über die **Listeneinstellungen (3)** kannst Du bestimmen, welche Informationen Dir hier angezeigt werden sollen. Mit dem **Filter (4)** lässt sich die Anzahl der angezeigten Einträge nach gewünschten Parametern begrenzen.

Status

- **Warten auf Aktivierung:** Die Double-Opt-In-Funktion ist aktiviert und der Kunde muss seine Registrierung noch bestätigen.
- **Sofort Aktiv:** Dieser Status wird angezeigt, wenn die Double-Opt-In-Funktion deaktiviert ist und der Kunde sich für den Newsletter angemeldet hat.
- **Aktiv:** Der Kunde hat seine Registrierung bestätigt.
- **Warten auf Löschung:** Der Kunde hat den Newsletter abgemeldet und die Löschung aus dem Newsletter-Empfänger ist erforderlich.

Filter

Mit dem Filter kannst Du nach Status, Sprache oder Verkaufskanal filtern.

In dieser Übersicht hast Du die Möglichkeit, weitere Angaben Deiner Newsletter-Empfänger anzupassen. Unter anderem die Adresse, die Sprache oder die E-Mail Adresse. Die **Tags** ermöglichen Dir, eigene Keywords zu hinterlegen, nach denen Du im Anschluss ganz einfach in der Übersicht suchen kannst.

Rabatte & Aktionen

Der Menüpunkt Rabatte & Aktionen bietet Dir ein Modul, mit welchem Du Rabattaktionen für Deine Verkaufskanäle anlegen kannst.

Du kannst innerhalb von diesem Modul die erstellten Aktionen per Regeln limitieren und auch einstellen, in welchem zeitlichen Rahmen diese aktiv sein sollen.

Übersicht

Das Rabattmodul zeigt Dir beim Aufruf eine Übersicht von all Deinen derzeit laufenden bzw. konfigurierten Aktionen an.

Du kannst innerhalb dieser Maske auch **neue Aktionen anlegen**, bzw. bestehende Aktionen einsehen. Durch einen Klick auf das Symbol rechts von einer bestehenden Rabattaktion, öffnet sich das Kontextmenü, welches Dir die Optionen bietet, die vorhandene Aktion zu **bearbeiten**, oder zu **entfernen**.



Eine neue Rabattaktion anlegen

Um eine neue Rabattaktion anzulegen klicke auf den Button **Aktion anlegen**.

Daraufhin öffnet sich eine neue Maske, in welcher Du nun die Grundkonfiguration für eine neue Rabattaktion einstellen kannst.

Die erweiterte Konfiguration hinsichtlich Regeln, Rabattdefinition werden über die Reiter Bedingungen bzw. Rabatte definiert. Diese stehen zur Verfügung, sobald die Aktion das erste Mal gespeichert wurde.

Allgemein

Allgemeine Einstellungen

Hier findest Du alle generellen Daten zu Deiner Rabattaktion. Du kannst diese hier editieren und Deinen Wünschen entsprechend anpassen.

The screenshot shows the 'Allgemeine Einstellungen' form with the following fields and options:

- Name:** A text input field containing 'Neukunde 5%'.
- Gültig ab:** A date picker field with the text 'Wähle ein Startdatum ...'.
- Gültig bis:** A date picker field with the text 'Wähle ein Enddatum ...'.
- Gesamtnutzungen:** A text input field containing 'Unbegrenzt'.
- Nutzungen je Kunde:** A text input field containing 'Unbegrenzt'.
- Aktiv:** A toggle switch that is currently turned on (blue).

Name (1): Hier kannst Du Deiner Aktion einen Namen / eine Bezeichnung geben.

Gültig ab / Gültig bis (2): Du kannst über diese Felder definieren, ob Deine Aktion zeitlich begrenzt laufen soll und, wenn ja, von wann bis wann.

Gesamtnutzung / Nutzung je Kunde (3): Lege fest, wie häufig die Rabatt-Aktion insgesamt oder auch je Kunde genutzt werden kann.

Aktiv (4): Über diesen Schalter kann die Promotion aktiviert und deaktiviert werden. Ist die Promotion deaktiviert, wird sie auch im gültigen Zeitraum nicht ausgespielt.

Aktionscodes

The screenshot shows the 'Aktionscodes' form with a dropdown menu for 'Aktionscodetypen' (Action Code Type) set to 'Kein Aktionscode erforderlich' (No action code required).

Aktionscodes: Solltest Du nicht wollen, dass die Aktion direkt angewendet wird, wenn einer Deiner Kunden die entsprechenden Voraussetzungen erfüllt (z.B. bestimmte Produkte zum Warenkorb hinzufügen oder einen bestimmten Warenwert erreichen), kannst Du zusätzlich einen Aktionscode hinterlegen. Die Aktion wird erst dann angewendet, wenn der Code eingegeben wird und die [Bedingungen](#) erfüllt sind.

- **Kein Aktionscode erforderlich:**

Es ist keine gesonderte Eingabe erforderlich, damit die Aktion angewendet wird.

- **Festgelegter Aktionscode:**

Diese Auswahl ermöglicht die Eingabe eines einzelnen, für alle Kunden einheitlichen Codes. Dies kann beispielsweise ein einprägsamer Code sein wie **OSTERN21** Über die Schaltfläche **Zufälligen Code generieren** kannst Du alternativ vom System einen zufälligen Code vergeben lassen.

The screenshot shows the 'Aktionscodes' form with the 'Aktionscodetypen' dropdown set to 'Festgelegter Aktionscode' (Fixed action code). Below it is a text input field for 'Aktionscode' with the placeholder 'Gib einen Aktionscode ein ...' and a copy icon. At the bottom, there is a button labeled 'Zufälligen Code generieren' (Generate random code).

Individuelle Aktionscodes:

Hierüber kannst Du für jede Bestellung individuelle Codes verwenden.

Aktionscodes

Aktionscodetypen
Individuelle Aktionscodes

Durchsuche Aktionscodes ...

1 Füge Aktionscodes hinzu **2** Erstelle Aktionscodes

<input type="checkbox"/>	Code	Eingelöst	Kunde	
<input type="checkbox"/>	SW-ATX1L-TEST	×		...
<input type="checkbox"/>	SW-CBW7D-TEST	×		...
<input type="checkbox"/>	SW-D2ZZZ-TEST	×		...
<input type="checkbox"/>	SW-D9C3T-TEST	×		...
<input type="checkbox"/>	SW-ESG4S-TEST	×		...
<input type="checkbox"/>	SW-KT73C-TEST	×		...
<input type="checkbox"/>	SW-M1M0C-TEST	×		...
<input type="checkbox"/>	SW-X3Q8J-TEST	×		...
<input type="checkbox"/>	SW-X3D2D-TEST	×		...
<input type="checkbox"/>	SW-Z3Q0Q-TEST	×		...

Diese individuellen Codes können nur einmal verwendet werden und werden bei einer weiteren Eingabe nicht mehr akzeptiert. In der Liste der Codes kannst Du auch direkt erkennen, ob ein Code bereits verwendet wurde und falls ja, von welchem Kunden.

Um initial die ersten Aktionscodes zu erstellen, klicke auf die Schaltfläche **Erstelle Aktionscodes (2)**. Es öffnet sich dann ein Fenster, in dem Du die Konfiguration der Codes vornehmen kannst.

Hast Du bereits Aktionscodes erzeugt, kannst Du über die Schaltfläche **Füge Aktionscodes hinzu (1)** weitere Codes nach dem bereits definierten Muster generieren lassen. Dies kann z.B. dann sinnvoll sein, wenn bereits ein Großteil der generierten Codes verwendet wurde, bevor das geplante Ende der Aktion erreicht ist.

Erzeuge neue Aktionscodes ×

⚠ Durch das Generieren neuer Codes werden alle vorhandenen Codes für diese Aktion gelöscht. Gelöschte Codes sind ungültig und können nicht mehr verwendet werden.

Aktionscodes werden aus einer zufälligen Zusammenstellung von Großbuchstaben und Ziffern erzeugt. Du kannst aber individuelle Pre- bzw. Suffixe oder auch ein komplett eigenes Muster verwenden. In der Code-Vorschau kannst Du sehen, wie sich Dein Muster auswirkt.

2 Präfix **1** Zeichenlänge des Aktionscodes **3** Suffix

Gib einen Präfix an ... 5 Gib einen Suffix an ...

4 Eigenes Muster nutzen

Aktionscode-Vorschau **5** Anzahl der Aktionscodes **6** 10

Abbrechen ↻

Im Feld **Zeichenlänge des Aktionscodes (1)** legst Du fest, aus wie vielen zufälligen Zeichen der Code bestehen soll. Zusätzlich kannst Du optional **Präfix (2)** und **Suffix (3)** hinterlegen, welche dem Code vorangestellt oder angehängt werden. Die hier verwendeten Zeichen werden nicht auf die Zeichenlänge des zufälligen Codes angerechnet. In unserem Beispiel auf dem oberen Screenshot ist der Präfix *SW-* und der Suffix *-TEST*.

Alternativ kannst Du über den Schalter **Eigenes Muster nutzen (4)** selbst festlegen, nach welchem Muster die Codes aufgebaut werden sollen. Dies können sowohl fest definierte Buchstaben und Zahlen als auch zufällig durch das System hinterlegte Zeichen sein. Um einen zufälligen Buchstaben (A-Z) einzufügen, hinterlege *%s*, für eine zufällige Zahl (0-9) *%d*. In unserem Beispiel sieht das eigene Muster so aus: *SW-%s%d%s%d%s-TEST*.

In der **Vorschau (5)** wird Dir anhand eines Beispiels gezeigt, wie die Codes aussehen werden. Im Feld Anzahl der **Aktionscodes (6)** legst Du abschließend noch fest, wie viele Codes nach dem eingestellten Muster erzeugt werden sollen.

Beachte bitte, dass die nachträgliche Anpassung und Neugenerierung der Aktionscodes dazu führt, dass die bisherigen Codes ungültig werden und somit nicht mehr eingelöst werden können.

Bedingungen

Der Reiter *Bedingungen* bietet Dir hier die Möglichkeit genau festzulegen, wann die Promotion greifen soll und wann nicht. Hierzu werden definierte Regeln aus Deinem [Rule Builder](#) angewendet, um Deine Rabattaktion anhand von gegebenen Bedingungen zu limitieren.

Voraussetzungen

Hier kannst Du festlegen unter welchen Bedingungen die Promotions angezeigt werden sollen.

Verkaufskanäle: Gib hier an, für welche Verkaufskanäle die Promotion zählt.

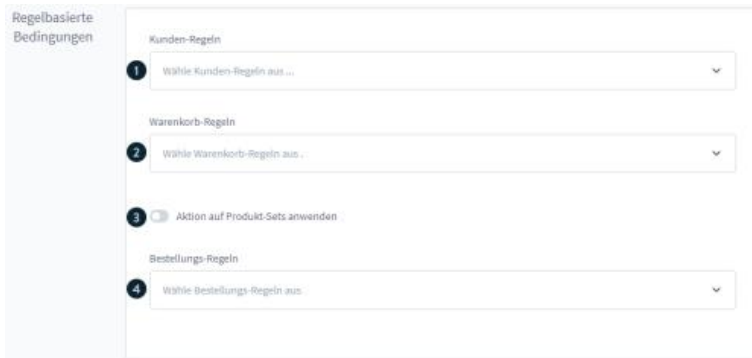
Verhindert die Kombination mit anderen Aktionen: Wenn der Slider aktiviert wird, können keine weiteren Aktionen im Warenkorb genutzt werden, selbst wenn deren Bedingungen theoretisch zuträfen.

Nicht kombinieren mit: An dieser Stelle lassen sich bereits bestehende Aktionen hinzufügen, die mit dieser neuen Rabattaktion nicht kombinierbar sein sollen.

Regelbasierte Bedingungen

Es lassen sich hier Bedingungen über den Rule Builder für Deine **Zielgruppe**, den **Warenkorb** oder aber

auch die **gesamte Bestellung**, definieren, für welche genauen Bedingungen die Promotion angewendet werden soll.



Kunden-Regeln (1): Die Kunden-Regeln erlaubt es Dir Rule Builder Regeln anzuwenden, um festzulegen welcher Kundenkreis Deines Shops berechtigt ist von der angelegten Aktion zu profitieren. Es ist auch möglich, hier mehrere Regeln anzugeben.

Dabei listet Dir das Dropdown-Menü *Kundenregeln* alle bereits vorhandenen Rule Builder Regeln auf, die sich auf Kunden beziehen bzw. gewährt Dir auch die Möglichkeit neue Rule Builder Regeln für diese zu definieren.

Warenkorb-Regeln (2): Hier können genau wie bei den Kunden-Regeln ebenfalls Rule Builder Regeln angewandt werden, um Bedingungen festzulegen, die für den Inhalt des Warenkorbs gelten. Dies können Bedingungen sein, wie zum Beispiel "Waren im Gesamtwert von 100 Euro oder mehr liegen im Warenkorb" oder "Es befinden sich mindestens 3 Produkte im Warenkorb".

Wenn mehrere Regeln ausgewählt wurden, muss nur eine von ihnen ausgelöst werden, um die Promotion anzuwenden. Dies verbessert die Benutzerfreundlichkeit, falls eine Promotion für mehrere verschiedene Bedingungen angewendet werden soll. Solltest Du beabsichtigen, dass alle beinhalteten Regeln zusammen eine Promotion auslösen, ist es notwendig, die Promotion mehrfach einzurichten.

Aktion auf Produkt-Sets anwenden (3): Produkt-Sets sind ein mächtiges Werkzeug, um komplexe, produktbezogene Bedingungen zu erstellen, die sich gleich auf mehrere Produkte beziehen bzw. die voraussetzen, dass eine vorgegebene Kombination aus Produkten sich im Warenkorb befinden muss, um diese Rabattbedingungen zu erfüllen. Konkrete Beispiele, die mit Hilfe von Produkt-Sets bzw. Set-Gruppen umsetzbar sind, können weiter unten dem Abschnitt Beispiele entnommen werden.

Aktivierst Du diese Option, kannst Du über einen Button **Set-Gruppe hinzufügen**

Bestellungsregeln (4): Hier ist es möglich allgemeine Bedingungen zu hinterlegen, die von einer Bestellung erfüllt werden müssen, damit die Rabattaktion eingelöst werden kann. Eine Bedingung könnte hier bspw. die Verwendung bzw. der Ausschluss von bestimmten Zahlungs- oder Versandarten sein.

Aktion auf Produkt-Sets anwenden

Set-Gruppe 1 ...

Modus Wert

1 Anzahl 2 3

Sortierung

3 Preis aufsteigend

Produktregeln

4

Set-Gruppe hinzufügen

Eine Set-Gruppe wird anhand von vier Eigenschaften definiert.

Modus (1): Gibt an, ob der Eintrag im Feld *Wert* (2) sich auf Stückzahlen im Warenkorb bezieht (*Anzahl*), auf den Bruttopreis, der von dieser Set-Gruppe erreicht werden muss, (*Wert (Brutto)*) oder auf den Nettopreis (*Wert (Netto)*)

Wert (2): Hier vorgenommene Einträge geben die Anzahl bzw. den Wert der Produkte an, der erreicht werden muss, um die Bedingungen für diese Set-Gruppe zu erfüllen.

Sortierung (3): Gibt an, ob Produkte in aufsteigender oder absteigender Reihenfolge der Set-Gruppe zugeordnet werden - abhängig von ihrem Kaufpreis.

Produktregeln (4): An dieser Stelle können weitere Rule Builder Regeln angewandt werden, die erfüllt sein müssen, damit Produkte Teil dieser Set-Gruppe werden können.

Zur besseren Veranschaulichung, wie Set-Gruppen eingesetzt werden können, einmal folgendes Beispiel aus dem Screenshot:

In diesem Beispiel verwenden wir als Produktregel "T-Shirt" (die letztendlich eine Auswahl an - vorher im Rule Builder definierten - T-Shirts beinhaltet). Sobald also drei T-Shirts (da 3 als Wert und Anzahl als Modus definiert) sich im Warenkorb befinden, wird eine Set-Gruppe von diesen T-Shirts gebildet. Dabei spielt es keine Rolle, ob es drei Mal das selbe T-Shirt ist oder drei verschiedene T-Shirts sind.

Würden sich vier zutreffende T-Shirts im Warenkorb befinden, werden die drei günstigsten T-Shirts (da nach "Preis aufsteigend" sortiert) zu einer Set-Gruppe zusammen gefasst. Das vierte, teuerste T-Shirt bleibt "separiert".

Befinden sich sechs passende T-Shirts im Warenkorb, werden daraus zwei Gruppen von diesem Set gebildet. Zuerst die drei günstigsten und dann die drei teuersten. Bei weiteren T-Shirts würde es dann nach diesem Prinzip entsprechend weitergehen.

Rabatte

Der Unterpunkt *Rabatte* lässt Dich nun festlegen, inwiefern hier ein Rabatt ausgespielt wird. Du entscheidest hier, welcher Rabatt gewährt wird und worauf genau dieser gewährt wird.

Man unterscheidet hier zwischen prozentualen, also anteiligen, und absoluten Rabatten.

Diese kannst Du hier mit einem Wert hinterlegen und bestimmen, auf was diese angewendet werden sollen.

Es ist möglich mehrere Rabatte gleichzeitig laufen zu lassen über eine Rabattaktion. Betätige zum Hinzufügen eines weiteren Rabatts einfach den Button Rabatt hinzufügen.

Beachte bitte, dass Du die Rabatt-Einstellungen nicht mehr ändern kannst, nachdem die Aktion das erste Mal in einer Bestellung verwendet wurde.

Anwenden auf (1): Hier kannst du angeben auf welche Produkte der Rabatt gewährt werden soll. Auf den gesamten Warenkorb, auf die Versandkosten, auf das gesamte Produktset (also auf alle existierenden Set-Gruppen) oder auf eine der existierenden Set-Gruppen, die in den Bedingungen im Abschnitt Warenkörbe definiert wurden

Nur auf ausgewählte Produkte anwenden (2): Hier kannst Du bestimmen, dass der Rabatt nur auf bestimmte Produkte angewendet wird. Aktivierst Du diese Option, stehen dir zusätzlich die Felder Produktregeln, Anwenden auf und Sortieren nach zur Verfügung.

- *Produktregeln:* Auf diese Weise ist es möglich die Rabattaktion nochmal weiter auf bestimmte Produkte runter zu brechen. Um den Unterschied zu den Produktregeln in den Bedingungen zu erläutern, einmal folgendes Beispiel: Wenn in den Warenkorb-Bedingungen die Regel eingestellt ist, dass sich schwarze T-Shirts befinden müssen, dann ist die Bedingung erfüllt, sobald sich unter anderem ein schwarzes T-Shirt sich im Warenkorb befindet. Das heißt aber noch nicht, dass auch der Rabatt nur für dieses schwarze T-Shirt greift, sondern könnte theoretisch auf den gesamten Warenkorb angewandt werden. Würde man nun hier in den Rabatteinstellungen den Rabatt auf ausgewählte Produkte anwenden und hier erneut die Produktregel für schwarze T-Shirts anwenden, dann würde der Rabatt auch wirklich nur für schwarze T-Shirts gewährt werden, auch wenn weitere Artikel im Warenkorb liegen, die weiterhin normal berechnet werden.
- *Anwenden auf:* Für den Fall, dass es mehrere Produkte gibt, für die ein Rabatt gewährt wird, kann hier hinterlegt werden, dass bspw. nur für jedes zweite/dritte/x-te Produkt ein Rabatt gewährt wird. Die Reihenfolge wird durch die Einstellung *Sortieren nach* (Preis auf- oder absteigend) festgelegt.
- *Sortieren nach:* Gibt es mehrere Produkte auf die ein Rabatt gewährt werden kann, werden die zu rabattierenden Produkte nach Preis auf- bzw. absteigend sortiert. Diese Einstellung gewinnt in Kombination mit den Einstellungen *Anwenden auf* und *Maximale Anwendung* an Bedeutung.

Art (3): Hier wird angegeben, ob es sich um einen absoluten Rabatt handeln soll, ein prozentualer Rabatt oder um einen Festpreis bzw. festen Stückpreis. Entscheidet man sich für einen Festpreis bzw. festen Stückpreis, kann der Preis allerdings nicht höher ausfallen als der unrabattierte/normale Gesamt- bzw. Stückpreis.

Wert (4): Dieses Feld gibt den eigentlichen Wert des Rabatts an. Trägt man hier bspw. 20 ein, dann würde abhängig von der gewählten Art ein grundsätzlicher Rabatt von 20 Euro gewährt werden oder ein Rabatt von 20% oder ein fester (Stück-) Preis von 20 Euro.

Maximaler Rabatt (5): Ist als Art ein prozentualer Rabatt angegeben, wird das Feld Maximaler Rabatt eingeblendet. Hierüber lässt sich eine Obergrenze für den Rabatt angeben, so dass der rabattierte Prozentsatz den hier angegebenen Betrag nicht überschreiten kann.

Erweiterte Preisansicht öffnen (6): Hier kannst Du den Wert des Rabattes für jede Währung einzeln vergeben.

Gängige Rabatt-Beispiele

Folgend listen wir Dir die geläufigsten Rabattaktionen anhand eines entsprechenden Beispiels auf.

Zeitliche begrenzte "20% auf alles außer..."

Das Ziel dieser Aktion ist es eine zeitlich eingeschränkte Rabattaktion auf alle Artikel, außer auf ein bestimmtes Sortiment an Produkten zu gewähren.

Allgemein:

Im Unter-Reiter *Allgemein* vergeben wir dafür zuerst den Namen dieser Rabattaktion und setzen sie aktiv. In den Feldern *Aktiv von* und *Aktiv bis* geben wir den Zeitraum der Aktion an. Anschließend speichern wir diese Aktion das erste Mal.

Bedingungen:

Da diese Aktion für "alle" Produkte gelten soll, brauchen wir im Unter-Reiter *Bedingungen* nur angeben, für welchen Verkaufskanal die Rabattaktion gelten soll. Die Ausnahme-Regel für Artikel, die nicht von dieser Aktion profitieren sollen, legen wir später im Reiter *Rabatte* fest.

Rabatte:

Im Reiter *Rabatte* wenden wir den Rabatt auf den gesamten Warenkorb an. Die Schaltfläche *Nur auf ausgewählte Produkte anwenden* wird aktiv gesetzt.

In dem nun verfügbaren Dropdown-Feld *Produktregeln* klicken wir auf den Punkt *Neue Regel erstellen*. Es öffnet sich ein neues Modal, welches im Wesentlichen der Ansicht des Rule Builders gleicht.



Hier vergeben wir einen entsprechenden Namen für die Regel, legen die Priorität fest und optional eine Beschreibung.

Als Bedingung wählen wir beispielhaft die Option *Positionen*. Der Operator ist *Ist keine von* und anschließend fügen wir hier alle Produkte hinzu, die wir von der Rabattaktion ausschließen wollen. Anschließend speichern wir die neue Regel. Detailliertere Informationen zum Umgang mit dem Rule Builder können den entsprechendem [Doku-Kapitel](#) entnommen werden.

Nun klicken wir erneut auf das Dropdown-Feld *Produktregeln* und wählen hier diesmal die soeben erstellte Regel aus. Auf diese Weise haben wir sichergestellt, dass die Rabattaktion auf alle Produkte im Warenkorb angewendet wird außer den eben in der Regel definierten Produkten.

Im Feld *Art* wählen wir die Option *Prozentual*. Im Feld *Wert* geben wir den Prozentsatz an. In unserem Beispiel also 20. Bei Bedarf kann mit dem Feld *Maximaler Rabatt* eine Obergrenze für den rabattierten Betrag festgelegt werden. Anschließend klicken wir erneut auf *Speichern*, um die Konfiguration der Rabattaktion abzuschließen.

An dieser Stelle könnte die Frage aufkommen warum wir die Ausnahme in den Produktregeln bei den Rabatten aufgenommen haben und nicht als Bedingung für Warenkörbe und/oder Set-Gruppen. Hätten wir die selbe Produktregel als Bedingung für den Warenkorb angegeben, würde das bedeuten, dass die Rabattaktion nicht mehr ausgelöst werden kann, sobald sich auch nur ein Produkt im Warenkorb befindet, welches als Ausnahme definiert wurde.

Wenn sich also zusätzlich auch Produkte im Warenkorb befinden würden, die eigentlich rabattiert werden dürften, würden auch diese nicht mehr vergünstigt werden. Die Ausnahmeprodukte müssten erst wieder aus dem Warenkorb entfernt werden, damit die Bedingung wieder "wahr" und die Rabattaktion somit gültig ist.

Promotions mit einem Mindestbestellwert

In diesem Beispiel legen wir eine Rabattaktion an, die erst ausgelöst werden kann, wenn ein bestimmter Mindestbestellwert erreicht wurde. In unserem Beispiel wäre das ab einem Betrag von 100 Euro oder mehr.

Allgemein:

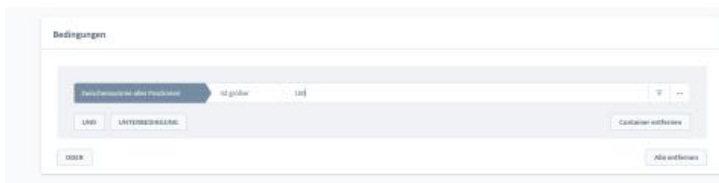
Beim Anlegen der Promotion füllen wir daher also wieder im Reiter *Allgemein* die für uns relevanten Felder wie *Name* und Aktionszeitraum aus und setzen sie aktiv und speichern, um wieder die Reiter *Bedingungen* und *Rabatte* freizuschalten.

Bedingungen:

Um eine Promotion zu erstellen, die erst ab einem bestimmten Mindestbestellwert ausgelöst werden soll, genügt es im Reiter *Bedingungen* in der Sektion *Regelbasierte Bedingungen* eine Warenkorbregel zu definieren.

In dem *Warenkorbregeln*-Dropdown-Menü wählen wir dafür die Option *Neue Regel erstellen*, um das Rule Builder Modal zu öffnen.

Hier vergeben wir einen Namen für die Regel und legen die Priorität fest.



Je nach eigener Präferenz können für diese Promotion nun zwei Bedingungstypen in Frage kommen - die Typen *Summe* oder *Zwischensumme aller Positionen*.

Der Typ *Summe* berücksichtigt den tatsächlichen Gesamtbetrag inkl. aller nicht-produktbezogenen Positionen ausgenommen der Versandkosten. *Zwischensumme aller Positionen* berücksichtigt nur den tatsächlichen Wert aller Produkte im Warenkorb. Weitere Positionen wie Versandkosten oder Vergünstigungen (z.B. andere Rabattaktionen, Gutscheine) bzw. Aufschläge (z.B. Nachnahmegebühren) jeder Art werden hierbei nicht berücksichtigt.

Hast Du den für Dich passenden Typen ausgewählt, wählst Du noch den richtigen Operator aus. In unserem Beispiel ist das der *Größer/gleich* Operator.

Als Wert tragen wir hier beispielhaft die 100 ein. Anschließend speichern wir die Einstellungen, um die Regel zu erstellen und anzuwenden.

Rabatte:

Zum Abschluss definierst Du dann noch im Reiter *Rabatte* den für dich passenden Rabatt und speicherst die Promotion, um die Änderungen zu übernehmen.

Kaufe 3, zahle 2

Die Anlage einer Aktion "Kaufe 3, zahle 2" erfolgt über eine Set-Gruppe. Wie diese im Detail konfiguriert wird, erklären wir im folgenden Beispiel.

Allgemein:

Die Einstellungen im Bereich Allgemein sind, abgesehen vom Namen, optional. Daher gehen wir hier an dieser Stelle nicht weiter darauf ein. Informationen hierzu kannst Du in dieser Dokumentation weiter oben im Abschnitt [Eine neue Rabattaktion anlegen > Allgemein](#) entnehmen.

Bedingungen:

Für die eigentlich Konfiguration ist zunächst die Einstellung im Bereich *Bedingungen > Regelbasierte Bedingungen* relevant.

Regelbasierte Bedingungen

Kunden-Regeln
Wähle Kunden-Regeln aus ...

Warenkorb-Regeln
Wähle Warenkorb-Regeln aus ...

1 Aktion auf Produkt-Sets anwenden

Set-Gruppe 1

Modus: Anzahl Wert: 3

Sortierung: Preis aufsteigend

Produktregeln

Set-Gruppe hinzufügen

Bestellungs-Regeln
Wähle Bestellungs-Regeln aus ...

Aktiviere den Schalter **Aktion auf Produkt-Sets anwenden (1)**, um die erweiterte Konfiguration zu aktivieren.

Hier kannst Du nun definieren, wie sich das Set zusammensetzen soll. In unserem Beispiel aus der **Anzahl (2)** der Produkte, als **Wert (3)** hinterlege 3.

Die **Sortierung (4)** legt fest, wie die einzelnen Sets, auf die dann der Rabatt angewendet wird, gebildet werden. Um sicherzugehen, dass immer das günstigste Produkt im Warenkorb rabattiert wird, wähle hier *Preis aufsteigend* aus.

Über die **Produktregeln (5)** legst Du fest, welche Produkte bei der Aktion berücksichtigt werden sollen. In unserem Beispiel soll es keine Einschränkungen geben.

Rabatte:

Im Bereich [Rabatte](#) sind folgende Einstellungen erforderlich

Rabatt

Anwenden auf: *

1 Set-Gruppe-1 2 Nur auf ausgewählte Produkte anwenden.

Anwenden auf 3 1. Produkt Maximale Anwendung Unbegrenzt

Sortieren nach 4 Preis aufsteigend Produktauswahl Modus 5 Horizontal

Art 6 Prozentual Wert * 7 100 %

Maximaler Rabattwert €

Der Rabatt soll auf die **Set-Gruppe 1 angewendet (1)** werden.

Für die weitere Konfiguration aktiviere den Schalter **Nur auf ausgewählte Produkte anwenden (2)**.

Der Rabatt soll auf das **1. Produkt angewendet werden (3)** und die **Sortierung erfolgt aufsteigend (4)**. Optional kannst Du festlegen, ob die Rabattaktion nur in einer begrenzten Anzahl auf den Warenkorb angewendet werden soll. Wählst Du hier z.B. **1x** aus, erhält Dein Kunden nur 1 Produkt gratis, auch wenn er insgesamt 6 Produkte kauft. Ohne diese Begrenzung erhält Dein Kunde in diesem Fall die beiden günstigsten Produkte gratis (Je 3 Produkten ein Gratisprodukt).

Als **Produktauswahl Modus (5)** verwenden wir Horizontal. Hierdurch werden bei dem Vielfachen von 3 Produkten die günstigsten Produkte gratis hinzugefügt. Die folgende Tabelle soll verdeutlichen, wie sich die Rabattierung bei den zwei Modi verhält:

Produkt	Preis	Gratis bei Vertikal	Gratis bei Horizontal
1	10	X	X
2	20		X
3	30		
4	40	X	
5	50		
6	60		

Der Rabatt ist von der **Art (6)** Prozentual mit dem **Wert (7)** 100.

Optional kannst Du noch einen maximalen Rabattwert festlegen.

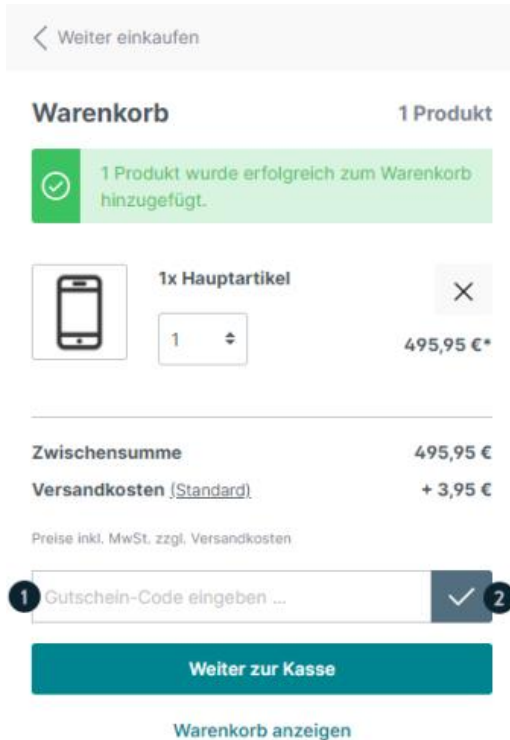
Nachdem Du die Aktion gespeichert und aktiviert hast, können Deine Kunden von dem Rabatt profitieren.

Rabatte in der Storefront anwenden

Je nach Konfiguration des Rabatts kann es zunächst erforderlich sein, den Rabatt per Eingabe eines Codes zu aktivieren.

Dies ist im OffCanvas-Warenkorb und in der normalen Warenkorb-Ansicht durch Eingabe des Codes in das Feld **Gutschein-Code eingeben (1)** möglich, indem Du anschließend die Eingabe mit einem Klick auf den **Häkchen-Button (2)** bestätigst.

OffCanvas-Warenkorb

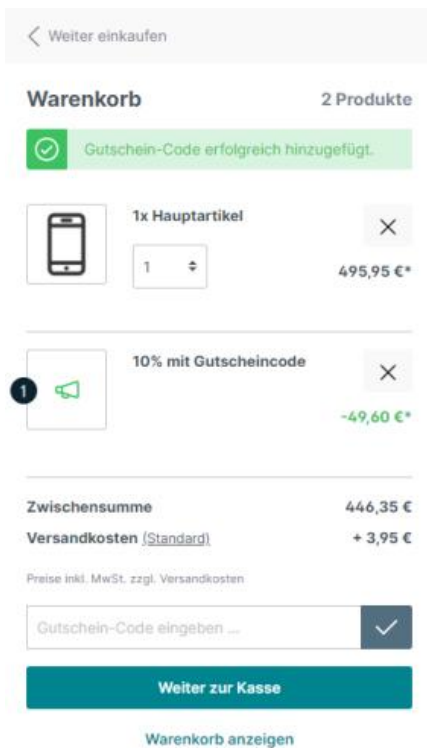


Warenkorb



Nach erfolgreicher Eingabe wird der **Rabatt (1)** in der Artikelübersicht mit aufgelistet.

OffCanvas-Warenkorb



Warenkorb



Weitere Beispiele für Rabatte und Aktionen findest Du in unserem [Tutorial](#).

Darstellung bereits eingelöster Gutscheincodes

Bereits eingelöste Aktionscodes können über unterschiedliche Wege dargestellt werden. Dies kann zum Beispiel dann interessant sein, wenn man wissen möchte, bei welcher Bestellung ein allgemeiner oder individueller Code bereits verwendet wurde.

Individueller Aktionscode

Um Dir anzeigen zu lassen, wer bereits den individuellen Code Deiner Aktion eingesetzt hat, musst Du nur die eigentliche Aktion unterhalb von **Marketing > Rabatte & Aktionen** öffnen.

Summer-Sale (5 %)

English Abbrechen Speichern

Gesamtnutzungen: Unbegrenzt

Nutzungen je Kunde: Unbegrenzt

Aktiv

Aktionscodes

Aktionscodertypen: Individuelle Aktionscodes

Durchsuche Aktionscodes ...

<input type="checkbox"/>	Code	Engelöst	Kunde
<input type="checkbox"/>	AGQWS	✓	Shepware Shopware
<input type="checkbox"/>	DBVTT	✗	
<input type="checkbox"/>	HFJGP	✗	
<input type="checkbox"/>	LZQGG	✗	
<input type="checkbox"/>	NLXQR	✗	
<input type="checkbox"/>	OCCNM	✗	
<input type="checkbox"/>	DYGSH	✗	
<input type="checkbox"/>	FRBPO	✗	
<input type="checkbox"/>	RJQZY	✗	
<input type="checkbox"/>	TWKEA	✗	

Unterhalb von **Engelöst** siehst Du nun, welcher Deiner Codes bereits erfolgreich in einer Bestellung verwendet wurde.

Nun möchtest Du Dir aber vermutlich auch die dazu gehörende Bestellung ansehen. Hierzu merkst oder kopierst Du Dir nun einfach den Gutscheincode und gehst in die **Bestellübersicht**.

Über die dortige Filterfunktion im rechten Bereich, kannst Du nun über den Punkt **Aktionscode**, nach Bestellungen mit diesem Code filtern und Dir nur diese Bestellung anzeigen lassen.

Festgelegter Aktionscode

Bei einem festgelegten Aktionscode kannst Du diesen Code kopieren und direkt in die Bestellübersicht wechseln. Wieder kannst Du über die Filterfunktion nach Bestellungen mit diesem Code suchen.

Im Gegensatz zum individuellen Aktionscode wirst Du hier, je nach Konfiguration Deiner Aktion, nun mehr als nur eine Bestellung finden.

Erweiterungen

In diesem Bereich findest Du alle Artikel zu dem Bereich Erweiterungen im Shopware Admin.

Meine Erweiterungen

Bitte beachte, dass sich dieser Artikel nur an die Nutzer eines self-hosted Shops wendet. Für Nutzer einer Shopware 6 SaaS-Umgebung ist dies nicht relevant.

Shopware 6 bietet Dir die Möglichkeit, den Funktionsumfang zu erweitern. Hierzu findest Du unter **Erweiterungen > Meine Erweiterungen** die Möglichkeit, die bereits für Deinen Shop vorhandenen Erweiterungen zu verwalten. Neue Erweiterungen kannst Du im Store erwerben.

Erweiterungen Durchsuche alle Erweiterungen...

Meine Erweiterungen

5 Erweiterung hochladen

1 Apps 2 Theme 3 Empfehlungen 4 Shopware-Account

Inaktive Erweiterungen ausblenden Zuletzt aktualisiert

	Shopware Publisher Publishing workflow for content pages.	Installiert: 24.03.2021 Version: 0.0.0	...
	B2B Suite The framework for your B2B business model - use the features of the B...	Gekauft: 25.03.2021 App installieren	...
	CMS Extensions CMS Extensions for Shopping Experiences - Design your shop pages ac...	Gekauft: 25.03.2021 App installieren	...
	Custom Products Give your customers the freedom to customise select products. With n...	Gekauft: 25.03.2021 App installieren	...
	Enterprise Search A well-functioning search function is important for a user-friendly onlin...	Gekauft: 25.03.2021 App installieren	...
	PayPal Get access to over 100 currencies and 200 markets worldwide with the ...	Version: 2.2.2 App installieren	...
	Shopware Language Pack With all languages in one plugin, switching languages in your online sh...	Gekauft: 25.03.2021 Version: 1.1.0 App installieren	...
	Social Shopping Customers can easily discover your products on Facebook, Instagram, ...	Gekauft: 25.03.2021 App installieren	...

Der Bereich Meine Erweiterungen ist in mehrere Unterbereiche unterteilt.

Apps (1): Zeigt Dir eine Übersicht Deiner im Shop und in Deinem Account vorhandenen Apps.

Theme (2): Zeigt Dir eine Übersicht Deiner im Shop und in Deinem Account vorhandenen Themes.

Empfehlungen (3): Hier erhältst Du Erweiterungs-Empfehlungen, aufgeteilt in Regionen und Kategorien.

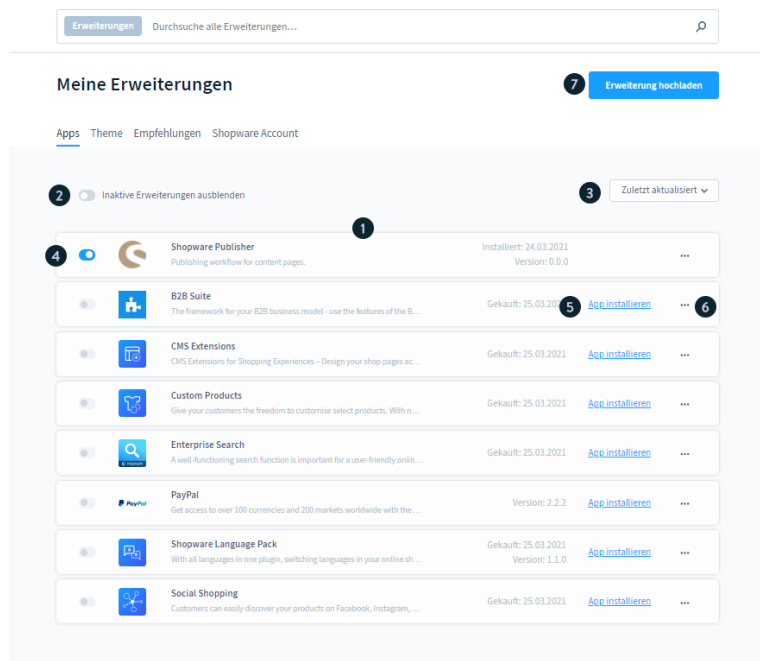
Shopware Account (4): Hierüber kannst Du Deinen Shop mit Deinem Shopware Account verknüpfen.

Erweiterung hochladen (5): Liegt Dir eine Erweiterung als ZIP Datei vor, kannst Du sie hier hochladen.

Detaillierte Informationen zu den jeweiligen Bereichen findest Du weiter unten in dieser Dokumentation.

Apps

Der Bereich Apps bietet Dir eine Übersicht aller zu Deinem Shop hinzugefügten Apps.



Die App-Übersicht ist in mehrere Spalten aufgeteilt

Übersicht der Apps (1): Hier siehst Du eine Übersicht aller Apps und die wichtigsten Informationen zu der jeweiligen App.

Inaktive Erweiterungen ausblenden (2): Über diesen Schalter blendest Du alle Apps, die derzeit nicht aktiviert sind, aus, um so eine bessere Übersichtlichkeit der aktiven Apps zu erhalten.

Sortierung (3): Hier kannst Du angeben, nach welchem Kriterium die Übersicht sortiert sein soll.

Aktiv-Schalter (4): Mit diesem Schalter kannst Du installierte Apps aktivieren oder auch deaktivieren. Das Deaktivieren hat im Gegensatz zum Deinstallieren den Vorteil, dass Einstellungen, die Du in der App getroffen hast, nicht verloren gehen.

App installieren (5): Wenn Du eine App hochlädst, oder in Deinem Shopware Account gekauft hast, ist sie noch nicht in Deinem Shop installiert. Über diesen Button kannst Du die App installieren. Beachte, dass die App nach der Installation zunächst noch deaktiviert ist. Willst Du sie also direkt nutzen, ist es notwendig sie direkt zu aktivieren.

"..."-Button (6): Hierüber kannst Du das Kontextmenü für die jeweiligen Apps aufrufen. Im Menü stehen Dir dann unterschiedliche Funktionen, je nach Status der App, zur Verfügung.

Deinstallieren: Deinstalliert die App, entfernt sie aber noch nicht vollständig aus dem System, sodass sie weiterhin in der Übersicht verbleibt. Diese Option ist verfügbar, wenn die App installiert ist.

Entfernen: Entfernt die App aus dem System. Diese Option ist verfügbar, wenn die App noch nicht installiert ist oder deinstalliert wurde.

Konfiguration: Öffnet das Konfigurationsmenü. Diese Option ist bei Apps verfügbar, die ein eigenes Konfigurationsmenü verwenden (z.B. die PayPal App)

Erweiterung hochladen (7): Hierüber kannst Du eine Erweiterung manuell zum Shop hinzufügen. Die hierfür notwendige zip-Datei kannst Du zum Beispiel in der Erweiterungs-Verwaltung Deines Shopware-Accounts herunterladen.

Hinweise zum Aktiv-Status

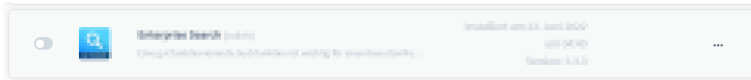
Beim Aktivslider gibt es drei Zustände, die durch eine unterschiedliche Darstellung repräsentiert werden.

Aktiv



Ein weißer Button auf hellblauem Hintergrund zeigt an, dass die App aktiv ist.

Inaktiv



Wenn ein weißer Button auf einem grauen Hintergrund angezeigt wird, ist die App nicht aktiv.

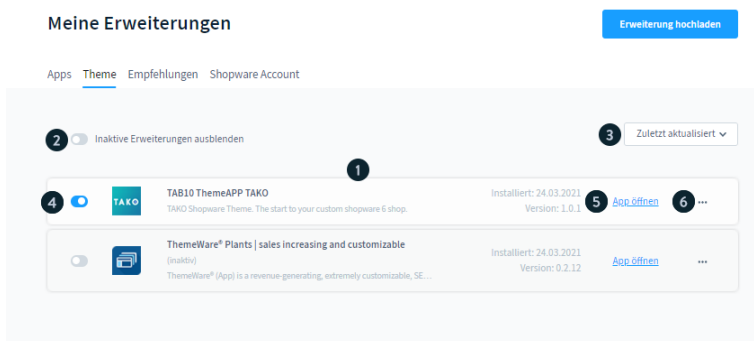
Deinstalliert



Eine deinstallierte App wird durch einen dunkelgrauen Button auf hellgrauem Untergrund gekennzeichnet. Außerdem wird nun auf der rechten Seite *App installieren* angezeigt. Die Lizenz für die Erweiterung ist also weiterhin vorhanden und die App kann jederzeit neu installiert werden.

Theme

Der Bereich Themes bietet Dir eine Übersicht aller zu Deinem Shop hinzugefügten Themes.



Die Übersicht ist in mehrere Spalten gegliedert.

Übersicht der Themes (1): Hier siehst Du eine Übersicht aller Themes und die wichtigsten Informationen zu dem jeweiligen Theme.

Inaktive Erweiterungen ausblenden (2): Über diesen Schalter blendest Du alle Themes, die derzeit nicht aktiviert sind, aus, um so eine bessere Übersichtlichkeit der aktiven Themes zu erhalten.

Sortierung (3): Hier kannst Du angeben, nach welchem Kriterium die Übersicht sortiert sein soll.

Aktiv-Schalter (4): Mit diesem Schalter kannst Du installierte Themes aktivieren oder auch deaktivieren. Das Deaktivieren hat im Gegensatz zum Deinstallieren den Vorteil, dass Einstellungen, die Du in dem Theme getroffen hast, nicht verloren gehen. Hier aktive Themes sind nicht automatisch einem Verkaufskanal zugeordnet. Die Zuordnung findet erst in dem Verkaufskanal statt.

App öffnen (5): Über diesen Link gelangst Du direkt zu der Konfigurationsseite des Themes.

"..."-Button (6): Hierüber kannst Du das Kontextmenü für das jeweilige Theme aufrufen. Installierte Themes kannst Du hier deinstallieren. Bereits deinstallierte Themes kannst Du hier komplett aus der Administration entfernen.

Empfehlungen

Der Bereich Empfehlungen erhältst Du Erweiterungsempfehlungen für bestimmte Bereiche aus Deinem Shop.

Meine Erweiterungen Erweiterung hochladen

Apps Theme Empfehlungen Shopware Account

Unsere Empfehlungen

Hier findest Du eine Auswahl empfohlener Erweiterungen für Deinen Shop. Wähle zunächst die für Dich relevantesten aus. Du kannst später weiter in unterschiedlichen Erweiterungs-Kategorien stöbern.


Verfügbar in Region

Deutschland / Österreich / Schweiz Vereinigtes Königreich / Irland Belgien / Niederlande / Luxemburg Andere Länder

Kategorie

Bezahlung Versand & Ausführung ERP Recht Tools

Empfehlungen

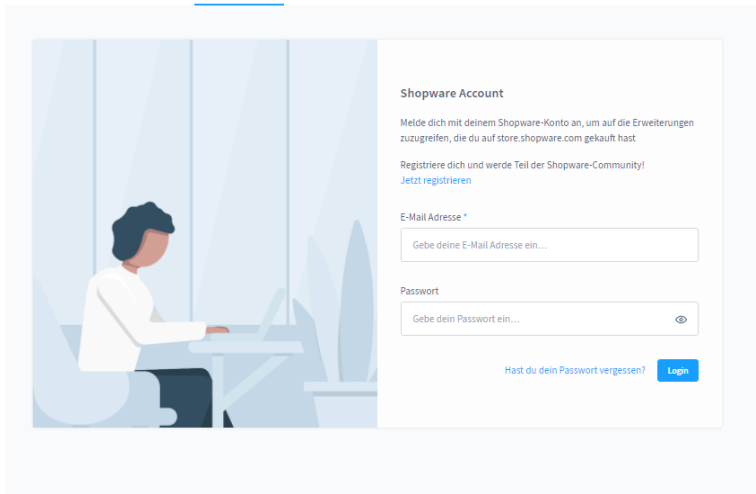
 **Sendcloud für Shopware 6 | Europa's Nummer 1 Versandtool für Onlineshops**
SendCloud
Sendcloud ist Europa's Nummer 1 Versandtool für Onlineshops. Wir bieten eine all-in-one Lösung an, die den kompletten Versandprozess opti...

Installieren

Zunächst wählst Du hier, für welche **Region** und welche **Kategorie** Du Empfehlungen erhalten möchtest. Diese werden Dir anschließend unterhalb der Kategorien angezeigt. Über den Button **Installieren** wird die App direkt zur App Übersicht hinzugefügt und installiert.

Shopware Account

Hierüber kannst Du die Verbindung zu Deinem Shopware Account herstellen, um so Zugriff auf Deine **Einkäufe** zu erhalten.



Damit der Login problemlos funktioniert, ist es notwendig, dass Du Deine Domain [hier](#) hinterlegt und verifiziert hast.

Erweiterungen installieren

Sollte die gewünschte Erweiterung noch nicht unter *Apps* oder *Themes* aufgelistet sein, ist es zunächst erforderlich, dass Du sie hinzufügst. Dies ist über zwei Wege möglich.

- Zum einen kannst Du Dich unter *Account* mit Deinem [Shopware-Account verbinden](#). Nachdem Du Dich eingeloggt hast, stehen Dir unter *Apps* und *Themes* alle Erweiterungen, die für die Domain des Shops bereits bezogen wurden, zur Verfügung. Dort kannst Du dann die gewünschte Erweiterung installieren.
- Alternativ kannst Du die [Erweiterung manuell hochladen](#). Die notwendige zip-Datei kannst Du in Deinem Shopware-Account im Bereich Händler herunterladen. Weitere Informationen zum Shopware-Account findest Du [hier](#).







Nachdem die Erweiterung nun unter *Apps* oder *Themes* verfügbar ist, kannst Du die Installation durchführen. Hierzu öffnest Du das Kontextmenü über den "..."-Button. Im Menü reicht dann ein Klick auf Installieren. Anschließend kannst Du die Erweiterung über den Schalter in der Spalte Status aktivieren.

Erweiterungen konfigurieren

Einige aktive Erweiterungen stellen einen eigenen Menüeintrag unter **Einstellungen > Erweiterungen** bereit, über den Du die Konfiguration der Erweiterung öffnen kannst. Informationen zur Funktion und Konfiguration der einzelnen Erweiterungen findest Du in der jeweiligen Erweiterungs-Dokumentation.

Erweiterungen aktualisieren

Inaktive Erweiterungen ausblenden Zuletzt aktualisiert ▾

<input type="checkbox"/>	 Amazon Pay (inaktiv) Mit dem Amazon Pay Plugin für Shopware 6 kannst Du Amazon Pay sch... Version: 4.0.3 Aktualisierung 1	Installiert am 4. August 2021, 05:53	...
<input type="checkbox"/>	 PayPal (inaktiv) Bieten Sie Ihren Kunden Deutschlands günstigste Bezahlmöglichkeiten ... Version: 4.1.1	Installiert am 19. Juli 2021, 10:18	...
<input checked="" type="checkbox"/>	 B2B-Suite für Shopware Version: 4.5.1	Installiert am 10. Januar 2022, 08:45	...
<input checked="" type="checkbox"/>	 Shopware 6 Demodaten Demodaten Plugin für Shopware 6. Nicht in Produktiv-Umgebungen nu... Version: 1.0.8	Installiert am 19. Juli 2021, 10:17	...
<input checked="" type="checkbox"/>	 Shopware Markets Deine nahtlose Anbindung an eBay und Amazon - direkt aus dem Shop... Version: 1.3.5 Aktualisierung	Installiert am 19. Juli 2021, 10:18	...
<input checked="" type="checkbox"/>	 Shopware Store Entdecken und kaufen Sie Erweiterungen ganz einfach, direkt in Ihrem ... Version: 1.5.0	Installiert am 4. Dezember 2021, 11:33	...

Sind für Erweiterungen/Apps Aktualisierungen verfügbar, so wird Dir dies in der Zeile der jeweiligen Erweiterung/App in der App-Übersicht, neben der aktuellen Version der Erweiterung/App angezeigt. Durch den Klick auf **Aktualisierung (1)** wird das Update angestoßen. Es wird dann geprüft, ob Du zum Update berechtigt bist und das Update dann durchgeführt oder mit einer entsprechenden Meldung abgelehnt.

Erweiterungen deinstallieren

Erweiterungen können natürlich auch deinstalliert werden. Möchtest Du eine Erweiterung entfernen, kannst Du im Menü **Erweiterungen > Meine Erweiterungen** bei der entsprechenden Erweiterung auf den "..."-**Button** klicken und dort **Deinstallieren** auswählen. Im nun angezeigten Menü siehst Du oft auch eine Schaltfläche **Alle App-Daten endgültig entfernen**, welche dafür sorgt, dass sämtliche Einstellungen der Erweiterung ebenfalls gelöscht werden. So wird die Erweiterung sauber und rückstandslos entfernt.

Wie Du **defekte Erweiterungen** entfernst, erfährst Du [hier](#).

Warnung: Die Option **Alle App-Daten endgültig entfernen** ist nicht umkehrbar.

Assistent für Bildschlagwörter

Der Assistent für Bildschlagwörter ist ein KI-Feature und Teil der [Shopware Commercial](#) Erweiterung. Der Assistent steht allen Kunden mit einem **kommerziellen Plan** zur Verfügung.

Konfiguration

Die Einstellungen des Assistenten sind im Admin unter **Einstellungen > Erweiterungen > Assistent für Bildschlagwörter** zu finden. Per Opt-In-Verfahren kannst Du die zwei Checkboxes benutzen.

Die Checkbox **Assistent für Bildschlagwörter verwenden** aktiviert das Feature.

- Darunter kann die Sprache für die Schlagwörter konfiguriert werden
- Wenn die Schlagwörter zum Alt-Text hinzugefügt werden sollen, geht dies über die nächste Checkbox **Schlagwörter zum Alt-Text eines Bildes hinzufügen**.
- Im letzten Schritt **Umgang mit Alt-Text-Daten** kannst Du konfigurieren, wie die generierten Daten verwendet werden sollen. Folgende Optionen gibt es.
 - Überschreibe die vorhandenen Schlagwörter
 - Anhängen der vorhandenen Schlagwörter
 - Voranstellen der vorhandenen Schlagwörter
 - Bestehende Schlagwörter nicht anpassen

Assistent für Bildschlagwörter

Speichern

Du kannst den Assistent für Bildschlagwörter nutzen, um mithilfe künstlicher Intelligenz deine hochgeladenen Bilder zu analysieren und mit relevanten Schlagwörtern zu versehen. Der Assistent ermöglicht es dir, natürliche Suchbegriffe zu verwenden, um Bilder leichter zu finden.

Assistent für Bildschlagwörter

Assistent für Bildschlagwörter verwenden

Sprache der Schlagwörter

Deutsch

Schlagwörter zum Alt-Text eines Bildes hinzufügen

Umgang mit Alt-Text-Daten

Anhängen der vorhandenen Schlagwörter



The image keyword assistant will process uploaded images in the background and may take some time to finish.

Einstellungen

Der Menüpunkt Einstellungen bietet Dir eine Übersicht über die zahlreichen Konfigurationsmöglichkeiten für Deine Verkaufskanäle.

Hier siehst Du eine Vorauswahl der einzelnen Konfigurationsgruppen inklusive Icons.

Verkaufskanäle

Die Verkaufskanäle stellen die Schnittstelle von Deiner Administration zur Storefront dar. Du kannst hier für jeden Kanal, über den Du Deine Produkte vertreiben möchtest, einen eigenen Verkaufskanal anlegen. Neben einem Online Shop ist hier auch die Anbindung eines Warenwirtschaftssystems denkbar, welches direkt mit Deinem lokalen Laden verknüpft ist.

Alle Informationen zu den Verkaufskanälen erhältst Du [hier](#).

Social Shopping - Instagram, Pinterest & Facebook

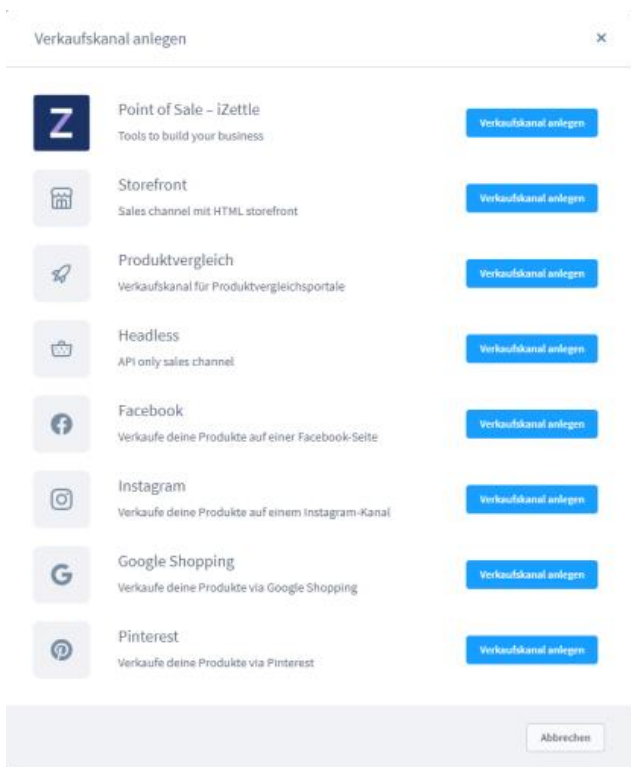
Installation

Bei Social Shopping handelt es sich um eine Erweiterung, die Bestandteil ab dem Plan Shopware Rise ist.

Wenn für die Shopdomain mindestens der Shopware Rise Plan im Shopware-Account hinterlegt ist, kannst Du sie unter **Erweiterungen > Meine Erweiterungen** herunterladen und installieren. Voraussetzung ist, dass Du im Reiter Shopware Account mit Deinem Account angemeldet bist. Nachdem die Erweiterung installiert wurde, kannst Du sie über den Schalter auf der Linken Seite aktivieren.

Allgemeine Informationen

Die Erweiterung stellt weitere Verkaufskanäle bereit, die eine einfache Integration in die bekannten Social Media Dienste anbietet. In den meisten Fällen erfolgt dies über einen Export-Feed, der bei der jeweiligen Plattform eingebunden wird.



Wenn Du Social Shopping deaktivieren willst, ist es zwingend notwendig, die Verkaufskanäle, die mit Social Shopping erzeugt wurden, im Voraus zu löschen.

In den Bereichen Kunden und Bestellungen der Administration wird jeweils bei Einträgen zu Kunden und Bestellungen die Spalte „Einstieg“ ergänzt. Hierüber erfährst Du woher die Kunden oder die Bestellungen kommen, wenn diese über einen Social Shopping Verkaufskanal eingegangen sind. Dafür muss in den einzelnen Templates jedoch der Referral-Code enthalten sein. Infos dazu gibt es in den verschiedenen Template-Bereichen.

Facebook

Der Verkaufskanal "Facebook" stellt die für den Export an Facebook benötigten Daten in einem XML-Feed bereit.

Konfiguration Allgemein

Sprachauswahl (1): Hier wählst Du aus, für welche Sprache Du die Konfiguration vornehmen möchtest. Es ist nicht erforderlich, die Einstellungen in jeder Sprache zu pflegen, da diese immer von der Hauptsprache vererbt werden, wenn keine eigenen Einstellungen in einer Sprache vorgenommen werden. Es kann aber z.B. sinnvoll sein, je Sprache die jeweilige Storefront Verkaufskanal-Domain auszuwählen, um die Kunden zu der entsprechenden Sprache zu leiten.

Im Tab **Allgemein (2)** nimmst Du die Konfiguration für den später generierten Export-Feed vor. Die Tabs **Statistiken (3)**, **Unveröffentlichte Produkte (4)**, **Integration (5)** und **Template (6)** sind erst aufrufbar, wenn die grundlegende Konfiguration vorgenommen und die Einstellungen gespeichert wurden.

Facebook 1 Deutsch

2 Allgemein 3 Statistiken 4 Unveröffentlichte Produkte 5 Integration 6 Template

Allgemein

Name * 8 Aktiv

Verkaufskanal als Favorit markieren

Storefront-Verkaufskanal *

Storefront-Verkaufskanal-Domain *

Währung *

Dynamische Produktgruppe *

Allgemein

- **Name (7):** Vergebe hier einen Namen für den Verkaufskanal. Dieser wird z.B. in der Verkaufskanalübersicht im Menü auf der linken Seite verwendet.
- **Aktiv (8):** Schalte hierüber die Generierung des Feeds aktiv. Wenn der Feed nicht aktiv ist, erfolgt keine weitere Generierung und dieser kann auch nicht über die URL abgerufen werden.
- **Storefront Verkaufskanal (9):** Wähle hier aus, welche Storefront für die Einbindung verwendet werden soll. Diese Storefront wird für die Anzeige bzw. den Kauf der Artikel über Facebook verwendet.
- **Storefront Verkaufskanal-Domain (10):** Anhand des ausgewählten Storefront Verkaufskanals kannst Du die zu verwendende Domain auswählen. Dies ist insbesondere dann wichtig, wenn die Storefront über unterschiedliche Domains erreichbar ist oder unterschiedliche Sprachen ausgespielt werden.
- **Währung (11):** Hierüber definierst Du die Währung, in der die Produkte angezeigt werden sollen. Du kannst aus den Währungen auswählen, die in dem zugewiesenen Storefront Verkaufskanal verfügbar sind.
- **Dynamische Produktgruppe (12):** Über die Zuweisung der dynamischen Produktgruppe legst Du fest, welche Produkte in den Feed für Facebook exportiert werden sollen. Wie Du eine dynamische Produktgruppe erstellen kannst, erfährst Du in der entsprechenden [Dokumentation](#)

Weitere Einstellungen

- **Varianten als eigene Produkte importieren (1):** Über diese Einstellung kannst Du festlegen, ob bei Variantenprodukten jede Variante als eigenständiges Produkt an Facebook übergeben wird. Alternativ wird ein Sammelprodukt verwendet, in dem die allgemeinen Produktinformationen aufgelistet sind. Informationen zu den einzelnen Varianten sind jedoch nicht enthalten.
- **Generierungsintervall (2):** Definiere hierüber, wie häufig der Feed für den Export neu generiert werden soll. Bei der Auswahl "Live" wird der Feed bei jedem Aufruf generiert. Für Produktivsysteme empfehlen wir, dies über den Scheduler durchzuführen.
- **Per Scheduler generieren (3):** Diese Option ermöglicht es Dir, den Feed über das Message Queue System mit einem geplanten Task generieren lassen. Hierbei ist zu beachten, dass die Generierung nur erfolgt, wenn das Generierungsintervall abgelaufen ist. Wie Du die Scheduled Tasks einrichten kannst, erfährst Du im Artikel [Scheduled Tasks](#).
- **Standard Google-Produktkategorie-ID (4):** Über die Google-Produktkategorie-ID legst Du fest, in welcher Kategorie die Produkte bei Facebook eingebunden werden sollen. Bitte beachte, dass hier nur rein numerische Werte verwendet werden können. Weitere Informationen hierzu findest Du auf der [Hilfeseite von Google](#), die auch im Admin an der entsprechenden Stelle verlinkt ist.
- **Zeitpunkt der letzten Generierung (5):** Hier siehst Du, wann der Export-Feed das letzte Mal generiert wurde. Dies ermöglicht Dir auch zu erkennen, ob die Generierung per Scheduler korrekt ausgeführt wird.

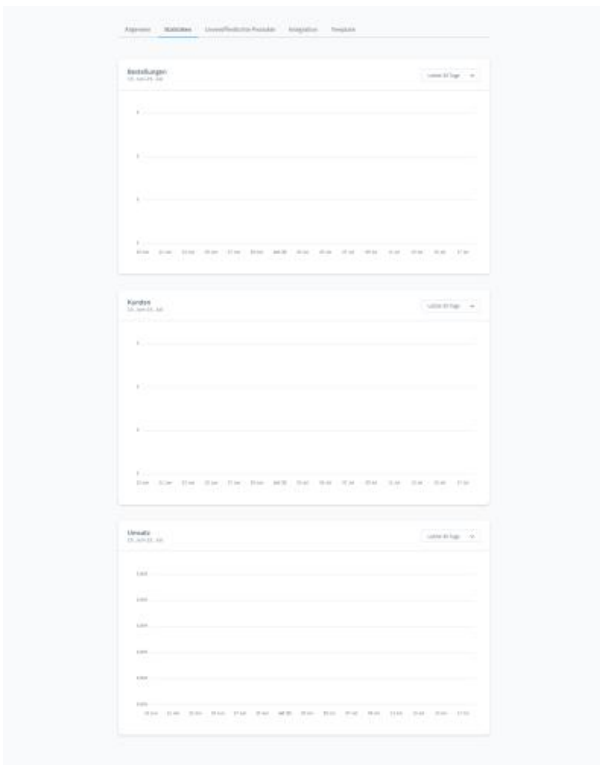
Optionen

Beachte bitte, dass der Punkt **Optionen** erst verfügbar ist, wenn der Verkaufskanal angelegt (initial gespeichert) wurde.

- **Verkaufskanal löschen:** Hierüber kannst Du den Verkaufskanal innerhalb von Shopware löschen. Es kann erforderlich sein, dass Du zusätzlich Anpassungen bei Facebook vornehmen musst.

Statistiken

Mit den Statistiken kannst Du verschiedene Kennzahlen zu Deinen Bestellungen über Facebook einsehen. Diese sind unterteilt in Bestellungen, Kunden und Umsatz. Jede Statistik lässt sich über eine Option in der oberen rechten Ecke auf verschiedene Zeiträume eingrenzen, wie z.B. die letzten 24 Stunden oder die letzten 30 Tage.



Ohne die entsprechende Variable zum Referral-Code im Template können die Statistiken nicht berechnet werden. Weitere Infos findest Du dazu im Bereich [Template](#).

Unveröffentlichte Produkte

Beachte bitte, dass der Tab **Unveröffentlichte Produkte** erst zur Verfügung steht, wenn Du die allgemeine Konfiguration durchgeführt und gespeichert hast.

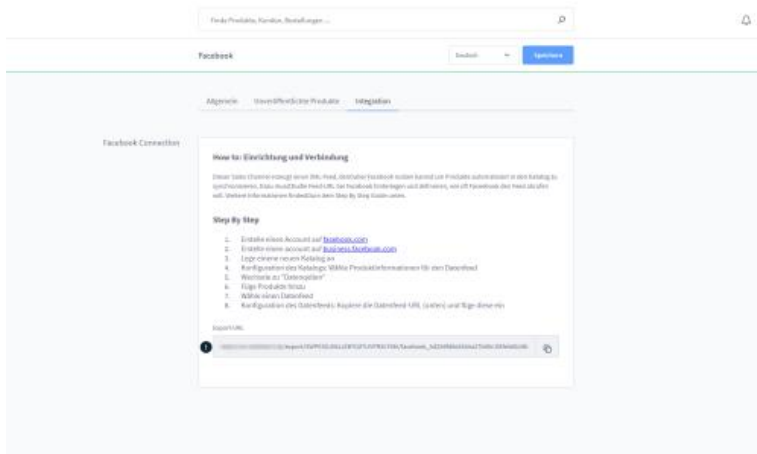


- **Produkte validieren (1):** Auch an dieser Stelle kannst Du die Validierung der Produkte durchführen.
- **Ergebnis der Validierung (2):** Nachdem die Validierung durchgeführt wurde, siehst Du hier, ob die Produkte vollständig vorliegen. Sollte bei der Validierung festgestellt werden, dass Produkte nicht valide sind, werden die entsprechenden Produkte hier aufgelistet. In diesem Fall solltest Du dann prüfen, ob bei dem Produkt evtl. Daten fehlen oder die vorhandenen Daten invalide sind (z.B. durch Zeichen, die nicht korrekt dargestellt werden können).

Integration

Shopware selbst stellt Dir die für die Einbindung bei Facebook benötigten Daten in einem Export-Feed zur Verfügung. Die Einbindung bei Facebook erfolgt direkt in Deinen Facebook-Einstellungen.

Beachte bitte, dass der Tab Integration erst zur Verfügung steht, wenn Du die allgemeine Konfiguration durchgeführt und gespeichert hast.



Export-URL (1): Unter der Export-URL ist der generierte Feed erreichbar und kann hierüber von Facebook abgefragt werden.

Weitere Informationen hierzu erhältst Du auch in der Dokumentation von Facebook.

Allgemeine Informationen zum Shop auf Facebook

<https://de-de.facebook.com/business/help/238403573454149?id=206236483305742>

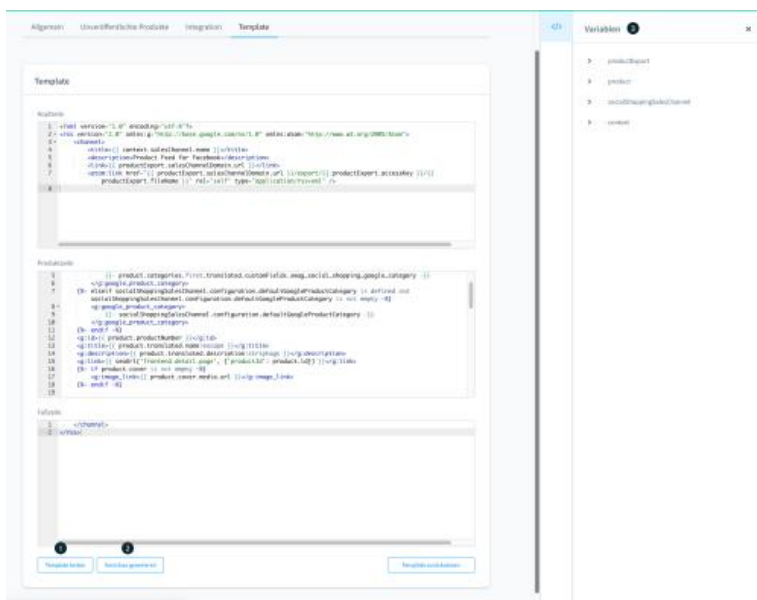
Informationen zur Katalogverwaltung

<https://www.facebook.com/business/help/125074381480892?id=725943027795860>

bzw.

<https://www.facebook.com/business/learn/lessons/manage-inventory-with-catalogs>

Template



Das Template bestimmt den Aufbau der Produktexport Datei. Das Template ist aufgeteilt in eine Kopfzeile, eine Produktzeile und eine Fußzeile.

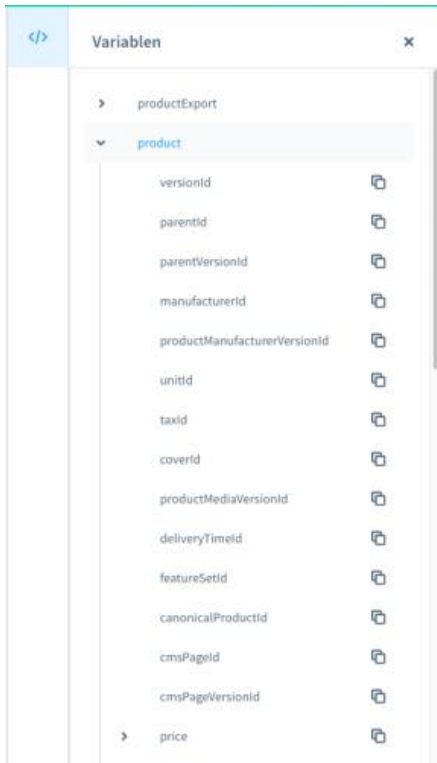
Wenn Du im Reiter **Allgemein** eine Vorlage verwendest, sind hier in der Regel keine Anpassungen notwendig. Die korrekten Dokumenten-Templates für die jeweiligen Vergleichsportale sind in den Vorlagen bereits enthalten.

Über den Button **Template testen (1)**, wird überprüft, ob sich Syntaxfehler in dem Template befinden.

Über **Vorschau generieren (2)** kannst Du Dir den Inhalt der erstellten Export Datei direkt ansehen.

Weitere Informationen zum Template findest Du [hier](#).

Unter **Variablen (3)** kannst Du einsehen, welche Daten Du abfragen kannst.



Mit einem Klick auf den Pfeil, wird Dir ein Dropdown mit allen verfügbaren Variablen angezeigt. Dort kannst Du mit einem weiteren Klick auf das Kopier-Symbol die passende Variable in die Zwischenablage kopieren.

Referral-Code

Damit die Statistiken berechnet werden können, muss das Template des Facebook-Verkaufskanals die folgende Variable enthalten:

```
{{ socialShoppingSalesChannel.salesChannelId }}
```

Diese wird bei neuen Social Shopping Installationen oder bei einem Update automatisch im Standard-Template ergänzt. Solltest Du jedoch das Template zuvor selbst angepasst haben, musst Du diese Variable einmal manuell hinzufügen und dadurch die Variable zur SEO-URL erweitern, sodass dann folgende Zeile zustande kommt:

```
<g:link>{{ seoUrl('frontend.detail.page', {'productId': product.id}) }}?referralCode={{ social
```

Instagram

Der Verkaufskanal "Instagram" stellt einen XML-Feed bereit, der alle für Instagram relevanten Informationen enthält.

Konfiguration Allgemein

Sprachauswahl (1): Hier wählst Du aus, für welche Sprache Du die Konfiguration vornehmen möchtest. Es ist nicht erforderlich, die Einstellungen in jeder Sprache zu pflegen, da diese immer von der Hauptsprache vererbt werden, wenn keine eigenen Einstellungen in einer Sprache vorgenommen werden. Es kann aber z.B. sinnvoll sein, je Sprache die jeweilige Storefront Verkaufskanal-Domain auszuwählen, um die Kunden zu der entsprechenden Sprache zu leiten.

Im Tab **Allgemein (2)** nimmst Du die Konfiguration für den später generierten Export-Feed vor. Die Tabs **Statistiken (3)**, **Unveröffentlichte Produkte (4)**, **Integration (5)** und **Template (6)** sind erst aufrufbar, wenn die grundlegende Konfiguration vorgenommen und die Einstellungen gespeichert wurden.

The screenshot shows the configuration page for the Instagram sales channel. At the top, there is a language selector set to 'Deutsch' and a 'Speichern' button. Below this is a navigation bar with tabs: 'Allgemein' (2), 'Statistiken' (3), 'Unveröffentlichte Produkte' (4), 'Integration' (5), and 'Template' (6). The 'Allgemein' tab is selected. The form contains the following fields:

- Name (7):** A text input field containing 'Instagram'.
- Aktiv (8):** A toggle switch currently turned on.
- Verkaufskanal als Favorit markieren
- Storefront-Verkaufskanal (9):** A dropdown menu.
- Storefront-Verkaufskanal-Domain (10):** A dropdown menu.
- Währung (11):** A dropdown menu.
- Dynamische Produktgruppe (12):** A dropdown menu.

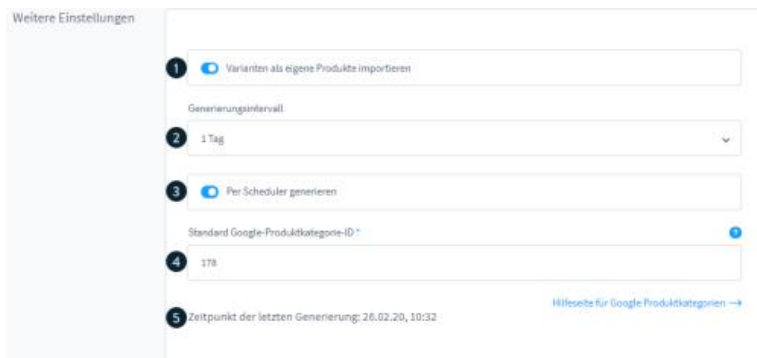
Allgemein

- **Name (7):** Vergebe hier einen Namen für den Verkaufskanal. Dieser wird z.B. in der Verkaufskanalübersicht im Menü auf der linken Seite verwendet.
- **Aktiv (8):** Schalte hierüber die Generierung des Feeds aktiv. Wenn der Feed nicht aktiv ist, erfolgt keine weitere Generierung und dieser kann auch nicht über die URL abgerufen werden.
- **Storefront Verkaufskanal (9):** Wähle hier aus, welche Storefront für die Einbindung verwendet werden soll. Diese Storefront wird für die Anzeige bzw. den Kauf der Artikel über Instagram verwendet.
- **Storefront Verkaufskanal-Domain (10):** Anhand des ausgewählten Storefront Verkaufskanals kannst Du die zu verwendende Domain auswählen. Dies ist insbesondere dann

wichtig, wenn die Storefront über unterschiedliche Domains erreichbar ist oder unterschiedliche Sprachen ausgespielt werden.

- **Währung (11):** Hierüber definierst Du die Währung, in der die Produkte angezeigt werden sollen. Du kannst aus den Währungen auswählen, die in dem zugewiesenen Storefront Verkaufskanal verfügbar sind.
- **Dynamische Produktgruppe (12):** Über die Zuweisung der dynamischen Produktgruppe legst Du fest, welche Produkte in den Feed für Instagram exportiert werden sollen. Wie Du eine dynamische Produktgruppe erstellen kannst, erfährst Du in der entsprechenden [Dokumentation](#)

Weitere Einstellungen



- **Varianten als eigene Produkte importieren (1):** Über diese Einstellung kannst Du festlegen, ob bei Variantenprodukten jede Variante als eigenständiges Produkt an Instagram übergeben wird. Alternativ wird ein Sammelprodukt verwendet, in dem die allgemeinen Produktinformationen aufgelistet sind. Informationen zu den einzelnen Varianten sind jedoch nicht enthalten.
- **Generierungsintervall (2):** Definiere hierüber, wie häufig der Feed für den Export neu generiert werden soll. Bei der Auswahl "Live" wird der Feed bei jedem Aufruf generiert. Für Produktivsysteme empfehlen wir, dies über den Scheduler durchzuführen.
- **Per Scheduler generieren (3):** Diese Option ermöglicht es Dir, die Generierung des Feeds per Cronjob zu einer bestimmten Zeit durchzuführen. Hierbei ist zu beachten, dass die Generierung nur erfolgt, wenn das Generierungsintervall abgelaufen ist. Wie Du die Scheduled Tasks einrichten kannst, erfährst Du im Artikel [Scheduled Tasks](#).
- **Standard Google-Produktkategorie-ID (4):** Über die Google-Produktkategorie-ID legst Du fest, in welcher Kategorie die Produkte bei Instagram eingebunden werden sollen. Bitte beachte, dass hier nur rein numerische Werte verwendet werden können. Weitere Informationen hierzu findest Du auf der [Hilfeseite von Google](#), die auch im Admin an der entsprechenden Stelle verlinkt ist.
- ***Zeitpunkt der letzten Generierung (5):** Hier siehst Du, wann der Export-Feed das letzte Mal generiert wurde. Dies ermöglicht Dir auch zu erkennen, ob die Generierung per Scheduler korrekt ausgeführt wird.

*Optionen

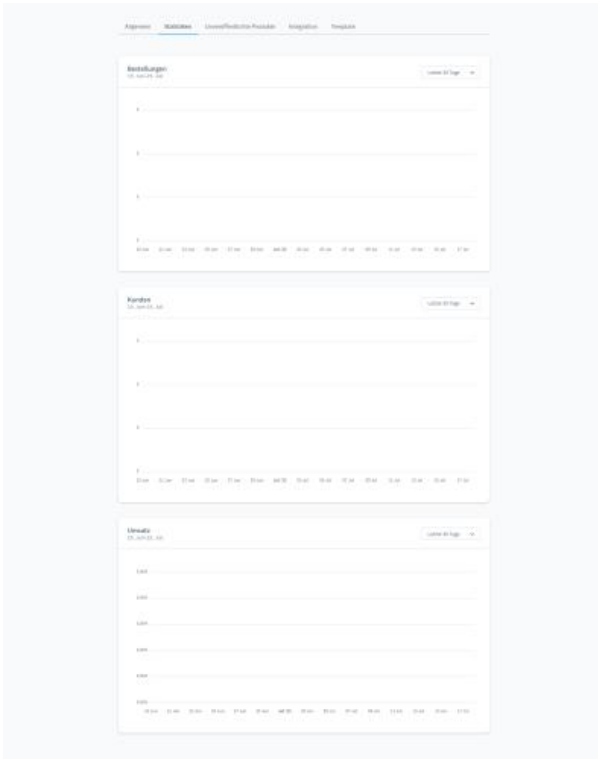
Beachte bitte, dass der Punkt **Optionen** erst verfügbar ist, wenn der Verkaufskanal angelegt (initial gespeichert) wurde.



- **Verkaufskanal löschen:** Hierüber kannst Du den Verkaufskanal innerhalb von Shopware löschen. Es kann erforderlich sein, dass Du zusätzlich Anpassungen bei Facebook vornehmen musst.

Statistiken

Mit den Statistiken kannst Du verschiedene Kennzahlen zu Deinen Bestellungen über Instagram einsehen. Diese sind unterteilt in Bestellungen, Kunden und Umsatz. Jede Statistik lässt sich über eine Option in der oberen rechten Ecke auf verschiedene Zeiträume eingrenzen, wie z.B. die letzten 24 Stunden oder die letzten 30 Tage.



Ohne die entsprechende Variable zum Referral-Code im Template können die Statistiken nicht berechnet werden. Weitere Infos findest Du dazu im Bereich [Template](#).

Unveröffentlichte Produkte

Beachte bitte, dass der Tab **Unveröffentlichte Produkte** erst zur Verfügung steht, wenn Du die allgemeine Konfiguration durchgeführt und gespeichert hast.

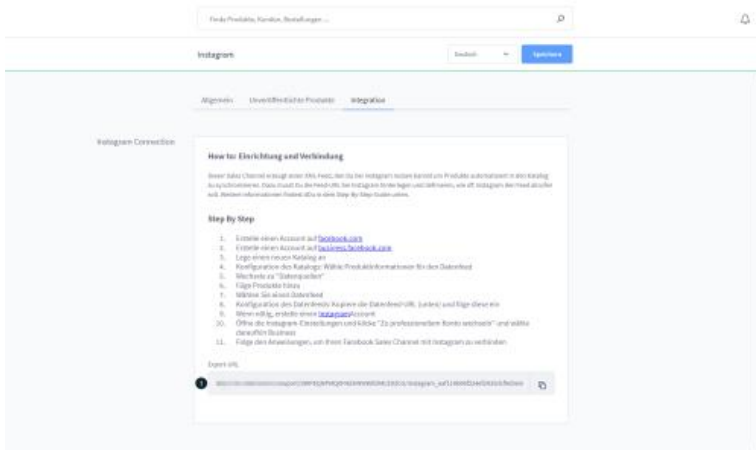


- **Produkte validieren (1):** Auch an dieser Stelle kannst Du die Validierung der Produkte durchführen.
- **Ergebnis der Validierung (2):** Nachdem die Validierung durchgeführt wurde, siehst Du hier, ob die Produkte vollständig vorliegen. Sollte bei der Validierung festgestellt werden, dass Produkte nicht valide sind, werden die entsprechenden Produkte hier aufgelistet. In diesem Fall solltest Du dann prüfen, ob bei dem Produkt evtl. Daten fehlen oder die vorhandenen Daten invalide sind (z.B. durch Zeichen, die nicht korrekt dargestellt werden können).

Integration

Um die über den Feed exportierten Produkte bei Instagram einzubinden, ist es u.A. erforderlich, das Instagram-Profil mit dem eigenen Facebook-Account zu verbinden.

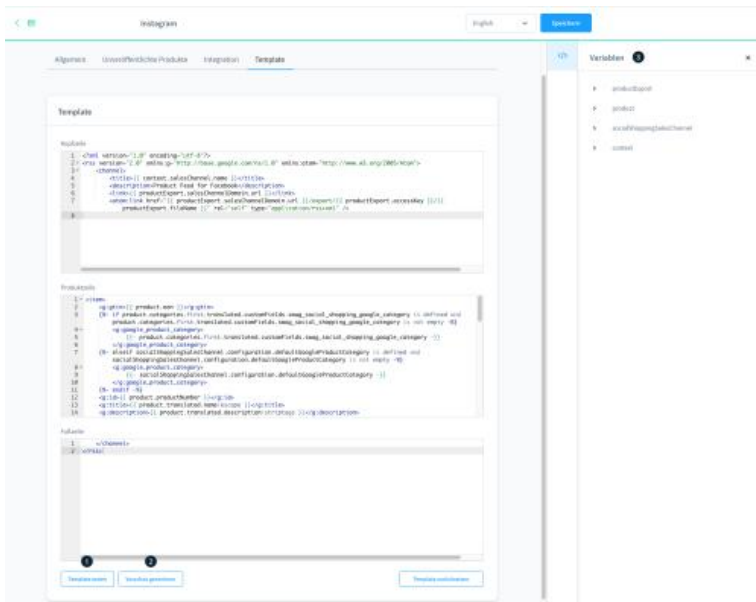
Beachte bitte, dass der Tab **Integration** erst zur Verfügung steht, wenn Du die allgemeine Konfiguration durchgeführt und gespeichert hast.



- **Export-URL (1):** Unter der Export-URL ist der generierte Feed erreichbar und kann hierüber von Instagram abgefragt werden.

Details hierzu und zur Einbindung der Daten findest Du in der Dokumentation auf der Seite von Instagram <https://business.instagram.com/tag-in>

Template



Das Template bestimmt den Aufbau der Produktexport Datei. Das Template ist aufgeteilt in eine Kopfzeile, eine Produktzeile und eine Fußzeile.

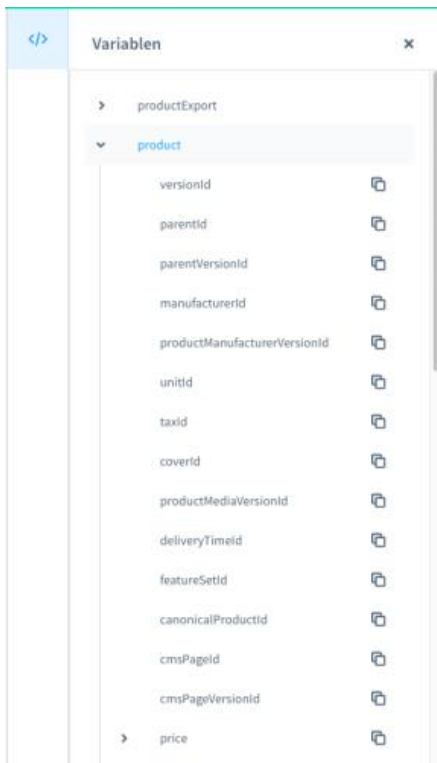
Wenn Du im Reiter **Allgemein** eine Vorlage verwendest, sind hier in der Regel keine Anpassungen notwendig. Die korrekten Dokumenten-Templates für die jeweiligen Vergleichsportale sind in den Vorlagen bereits enthalten.

Über den Button **Template testen (1)**, wird überprüft, ob sich Syntaxfehler in dem Template befinden.

Über **Vorschau generieren (2)** kannst Du Dir den Inhalt der erstellten Export Datei direkt ansehen.

Weitere Informationen zum Template findest Du [hier](#).

Unter **Variablen (3)** kannst Du einsehen, welche Daten Du abfragen kannst.



Mit einem Klick auf den Pfeil, wird Dir ein Dropdown mit allen verfügbaren Variablen angezeigt. Dort kannst Du mit einem weiteren Klick auf das Kopier-Symbol die passende Variable in die Zwischenablage kopieren.

Referral-Code

Damit die Statistiken berechnet werden können, muss das Template des Instagram-Verkaufskanals die folgende Variable enthalten:

```
{{ socialShoppingSalesChannel.salesChannelId }}
```

Diese wird bei neuen Social Shopping Installationen oder bei einem Update automatisch im Standard-Template ergänzt. Solltest Du jedoch das Template zuvor selbst angepasst haben, musst Du diese Variable einmal manuell hinzufügen und dadurch die Variable zur SEO-URL erweitern, sodass dann folgende Zeile zustande kommt:

```
<g:link>{{ seoUrl('frontend.detail.page', {'productId': product.id}) }}?referralCode={{ social
```

Google Shopping

Damit die Domain des Google Shopping Verkaufskanal verifiziert wird, muss ein HTML-Tag hinterlegt werden. Diese Datei muss sich im public-Verzeichnis der Shopware Installation befinden und im Web aufrufbar sein. Eine Anleitung, wie die HTML-Tag Datei erzeugt wird und alle weiteren Schritte sind im [Google Merchant Center](#) zu finden.

Der Verkaufskanal "Google Shopping" stellt in einen XML-Feed alle für Google Shopping relevanten Informationen bereit.

Konfiguration Allgemein

Sprachauswahl (1): Hier wählst Du aus, für welche Sprache Du die Konfiguration vernehmen möchtest. Es ist nicht erforderlich, die Einstellungen in jeder Sprache zu pflegen, da diese immer von der Hauptsprache vererbt werden, wenn keine eigenen Einstellungen in einer Sprache vorgenommen werden. Es kann aber z.B. sinnvoll sein, je Sprache die jeweilige Storefront Verkaufskanal-Domain auszuwählen, um die Kunden zu der entsprechenden Sprache zu leiten.

Im Tab **Allgemein (2)** nimmst Du die Konfiguration für den später generierten Export-Feed vor. Die Tabs **Statistiken (3)**, **Unveröffentlichte Produkte (4)**, **Integration (5)** und **Tempalte (6)** sind erst aufrufbar, wenn die grundlegende Konfiguration vorgenommen und die Einstellungen gespeichert wurden.

Google Shopping 1 Deutsch Speichern

2 Allgemein 3 Statistiken 4 Unveröffentlichte Produkte 5 Integration 6 Template

Allgemein

Name * 7 Google Shopping 8 Aktiv

Verkaufskanal als Favorit markieren

Storefront-Verkaufskanal * 9

Storefront-Verkaufskanal-Domain * 10

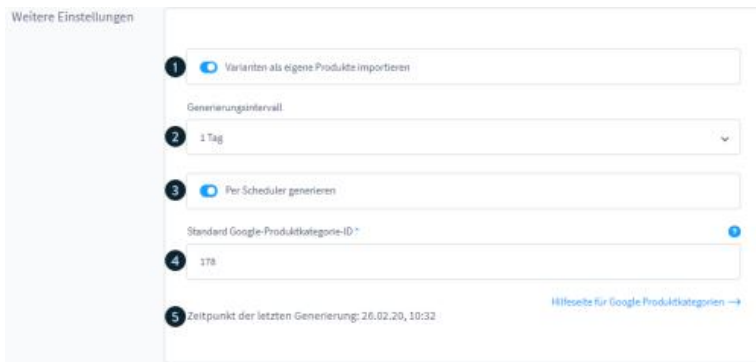
Währung * 11

Dynamische Produktgruppe * 12

Allgemein

- **Name (7):** Vergebe hier einen Namen für den Verkaufskanal. Dieser wird z.B. in der Verkaufskanalübersicht im Menü auf der linken Seite verwendet.
- **Aktiv (8):** Schalte hierüber die Generierung des Feeds aktiv. Wenn der Feed nicht aktiv ist, erfolgt keine weitere Generierung und dieser kann auch nicht über die URL abgerufen werden.
- **Storefront Verkaufskanal (9):** Wähle hier aus, welche Storefront für die Einbindung verwendet werden soll. Diese Storefront wird für die Anzeige bzw. den Kauf der Artikel über Google Shopping verwendet.
- **Storefront Verkaufskanal-Domain (10):** Anhand des ausgewählten Storefront Verkaufskanals kannst Du die zu verwendende Domain auswählen. Dies ist insbesondere dann wichtig, wenn die Storefront über unterschiedliche Domains erreichbar ist oder unterschiedliche Sprachen ausgespielt werden.
- **Währung (11):** Hierüber definierst Du die Währung, in der die Produkte angezeigt werden sollen. Du kannst aus den Währungen auswählen, die in dem zugewiesenen Storefront Verkaufskanal verfügbar sind.
- **Dynamische Produktgruppe (12):** Über die Zuweisung der dynamischen Produktgruppe legst Du fest, welche Produkte in den Feed für Google Shopping exportiert werden sollen. Wie Du eine dynamische Produktgruppe erstellen kannst, erfährst Du in der entsprechenden [Dokumentation](#)

Weitere Einstellungen



- **Varianten als eigene Produkte importieren (1):** Über diese Einstellung kannst Du festlegen, ob bei Variantenprodukten jede Variante als eigenständiges Produkt an Google Shopping übergeben wird. Alternativ wird ein Sammelprodukt verwendet, in dem die allgemeinen Produktinformationen aufgelistet sind. Informationen zu den einzelnen Varianten sind jedoch nicht enthalten.
- **Generierungsintervall (2):** Definiere hierüber, wie häufig der Feed für den Export neu generiert werden soll. Bei der Auswahl "Live" wird der Feed bei jedem Aufruf generiert. Für Produktivsystem empfehlen wir, dies über den Scheduler durchzuführen.
- **Per Scheduler generieren (3):** Diese Option ermöglicht es Dir, die Generierung des Feeds per Cronjob zu einer bestimmten Zeit durchzuführen. Hierbei ist zu beachten, dass die Generierung nur erfolgt, wenn das Generierungsintervall abgelaufen ist. Wie Du die Scheduled Tasks einrichten kannst, erfährst Du im Artikel [Scheduled Tasks](#).
- **Standard Google-Produktkategorie-ID (4):** Über die Google-Produktkategorie-ID legst Du fest, in welcher Kategorie die Produkte eingebunden werden sollen. Bitte beachte, dass hier nur rein numerische Werte verwendet werden können. Weitere Informationen hierzu findest Du auf der [Hilfeseite von Google](#), die auch im Admin an der entsprechenden Stelle verlinkt ist.
- ***Zeitpunkt der letzten Generierung (5):** Hier siehst Du, wann der Export-Feed das letzte Mal generiert wurde. Dies ermöglicht Dir auch zu erkennen, ob die Generierung per Scheduler korrekt ausgeführt wird.

*Optionen

Beachte bitte, dass der Punkt **Optionen** erst verfügbar ist, wenn der Verkaufskanal angelegt (initial gespeichert) wurde.

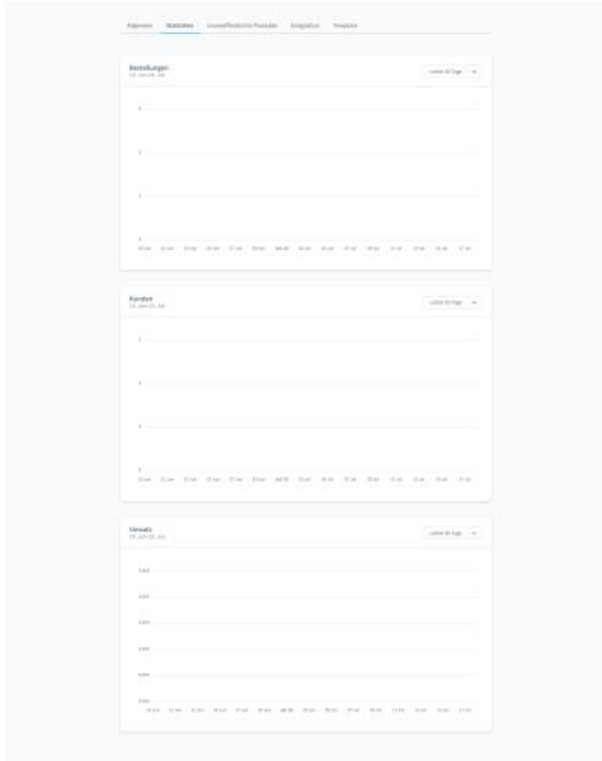


- **Verkaufskanal löschen (1):** Hierüber kannst Du den Verkaufskanal innerhalb von Shopware löschen. Es kann erforderlich sein, dass Du zusätzlich Anpassungen bei Google Shopping vornehmen musst.

Statistiken

Mit den Statistiken kannst Du verschiedene Kennzahlen zu Deinen Bestellungen über Google Shopping einsehen. Diese sind unterteilt in Bestellungen, Kunden und Umsatz. Jede Statistik lässt sich über eine

Option in der oberen rechten Ecke auf verschiedene Zeiträume eingrenzen, wie z.B. die letzten 24 Stunden oder die letzten 30 Tage.



Ohne die entsprechende Variable zum Referral-Code im Template können die Statistiken nicht berechnet werden. Weitere Infos findest Du dazu im Bereich [Template](#).

Unveröffentlichte Produkte

Beachte bitte, dass der Tab **Unveröffentlichte Produkte** erst zur Verfügung steht, wenn Du die allgemeine Konfiguration durchgeführt und gespeichert hast.

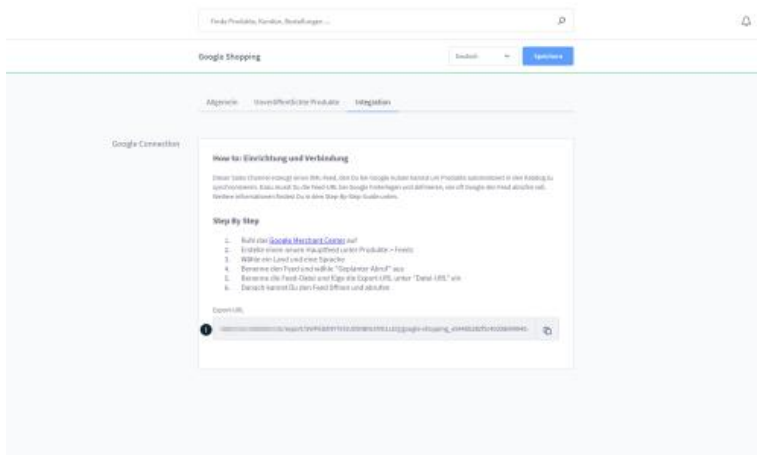


- **Produkte validieren (1):** Auch an dieser Stelle kannst Du die Validierung der Produkte durchführen.
- **Ergebnis der Validierung (2):** Nachdem die Validierung durchgeführt wurde, siehst Du hier, ob die Produkte vollständig vorliegen. Sollte bei der Validierung festgestellt werden, dass Produkte nicht valide sind, werden die entsprechenden Produkte hier aufgelistet. In diesem Fall solltest Du dann prüfen, ob bei dem Produkt evtl. Daten fehlen oder die vorhandenen Daten invalide sind (z.B. durch Zeichen, die nicht korrekt dargestellt werden können).

Integration

Im Tab Integration erhältst Du weitere Informationen, wie Du den Feed bei Google einbinden kannst.

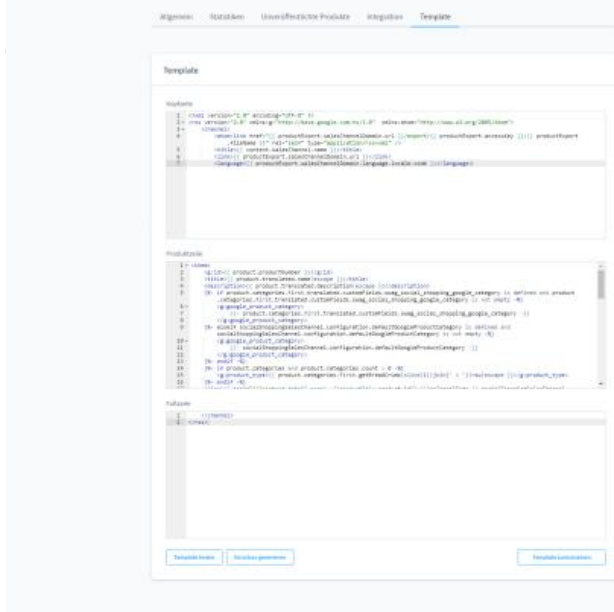
Beachte bitte, dass der Tab **Integration** erst zur Verfügung steht, wenn Du die allgemeine Konfiguration durchgeführt und gespeichert hast.



Export-URL (1): Unter der Export-URL ist der generierte Feed erreichbar und kann hierüber von Google Shopping abgefragt werden.

Wie Du Artikel bei Google Shopping hinzufügen kannst, wird auch in der Dokumentation von Google näher erläutert

https://support.google.com/merchants/topic/7294771?hl=de&ref_topic=7259125



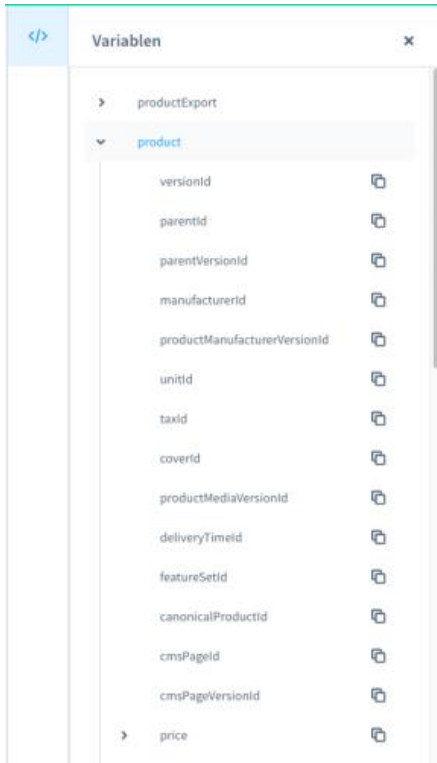
Das Template bestimmt den Aufbau der

Produktexport Datei. Das Template ist aufgeteilt in eine Kopfzeile, eine Produktzeile und eine Fußzeile.

Wenn Du im Reiter **Allgemein** eine Vorlage verwendest, sind hier in der Regel keine Anpassungen notwendig. Die korrekten Dokumenten-Templates für die jeweiligen Vergleichsportale sind in den Vorlagen bereits enthalten.

Über den Button **Template testen (1)**, wird überprüft, ob sich Syntaxfehler in dem Template befinden. Über **Vorschau generieren (2)** kannst Du Dir den Inhalt der erstellten Export Datei direkt ansehen. Weitere Informationen zum Template findest Du [hier](#).

Unter **Variablen (3)** kannst Du einsehen, welche Daten Du abfragen kannst.



Mit einem Klick auf den Pfeil, wird Dir ein Dropdown mit allen verfügbaren Variablen angezeigt. Dort kannst Du mit einem weiteren Klick auf das Kopier-Symbol die passende Variable in die Zwischenablage kopieren.

Referral-Code

Damit die Statistiken berechnet werden können, muss das Template des Google Shopping Verkaufskanals die folgende Variable enthalten:

```
{{ socialShoppingSalesChannel.salesChannelId }}
```

Diese wird bei neuen Social Shopping Installationen oder bei einem Update automatisch im Standard-Template ergänzt. Solltest Du jedoch das Template zuvor selbst angepasst haben, musst Du diese Variable einmal manuell hinzufügen und dadurch die Variable zur SEO-URL erweitern, sodass dann folgende Zeile zustande kommt:

```
<link>{{ seoUrl('frontend.detail.page', {'productId': product.id}) }}?referralCode={{ socialS
```

Pinterest

Die Einbindung von Pinterest erfolgt nicht über Export-Feeds. Hier werden Meta-Daten verwendet, über die Pinterest die benötigten Informationen abrufen kann.

Konfiguration Allgemein

Sprachauswahl (1): Hier wählst Du aus, für welche Sprache Du die Konfiguration vernehmen möchtest. Es ist nicht erforderlich, die Einstellungen in jeder Sprache zu pflegen, da diese immer von der Hauptsprache vererbt werden, wenn keine eigenen Einstellungen in einer Sprache vorgenommen werden. Es kann aber z.B. sinnvoll sein, je Sprache die jeweilige Storefront Verkaufskanal-Domain auszuwählen, um die Kunden zu der entsprechenden Sprache zu leiten.

Im Tab **Allgemein (2)** nimmst Du die grundlegende Konfiguration vor. Die Tabs **Statistiken (3)** und **Integration (4)** ist erst aufrufbar, wenn die grundlegende Konfiguration vorgenommen und die Einstellungen gespeichert wurden.

Allgemein

- **Name (5):** Vergebe hier einen Namen für den Verkaufskanal. Dieser wird z.B. in der Verkaufskanalübersicht im Menü auf der linken Seite verwendet.
- **Aktiv (6):** Schalte hierüber die Generierung des Feeds aktiv. Wenn der Feed nicht aktiv ist, erfolgt keine weitere Generierung und dieser kann auch nicht über die URL abgerufen werden.
- **Storefront Verkaufskanal (7):** Wähle hier aus, welche Storefront für die Einbindung verwendet werden soll. Diese Storefront wird für die Anzeige bzw. den Kauf der Artikel über Google Shopping verwendet.
- **Storefront Verkaufskanal-Domain (8):** Anhand des ausgewählten Storefront Verkaufskanals kannst Du die zu verwendende Domain auswählen. Dies ist insbesondere dann wichtig, wenn die Storefront über unterschiedliche Domains erreichbar ist oder unterschiedliche Sprachen ausgespielt werden.
-

Währung (9): Hierüber definierst Du die Währung, in der die Produkte angezeigt werden sollen. Du kannst aus den Währungen auswählen, die in dem zugewiesenen Storefront Verkaufskanal verfügbar sind.

*Optionen

Beachte bitte, dass der Punkt **Optionen** erst verfügbar ist, wenn der Verkaufskanal angelegt (initial gespeichert) wurde.

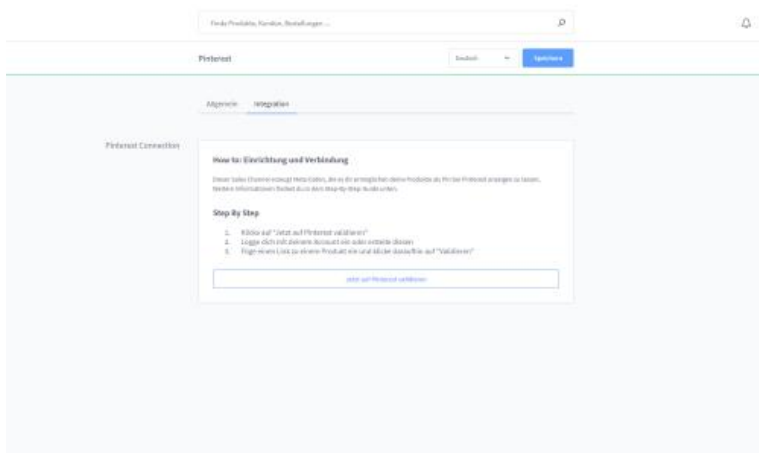


- **Verkaufskanal löschen:** Hierüber kannst Du den Verkaufskanal innerhalb von Shopware löschen. Es kann erforderlich sein, dass Du zusätzlich Anpassungen bei Pinterest vornehmen musst.

Integration

Im Tab Integration erhältst Du einige grundlegende Informationen zur Funktionsweise der Einbindung in Pinterest. Außerdem ist dort der **Button zur Validierung** vorhanden. Dieser ruft die Seite des *Rich Pins Validator* bei Pinterest auf. Um die Seite zu sehen, ist ggfs. ein Login bei Pinterest erforderlich. Dieser Validator prüft dann, ob alle für Pinterest relevanten Daten abgerufen werden können. Weitere Informationen zu den Rich Pins findest Du in der [Dokumentation von Pinterest](#).

Beachte bitte, dass der Tab **Integration** erst zur Verfügung steht, wenn Du die allgemeine Konfiguration durchgeführt und gespeichert hast.



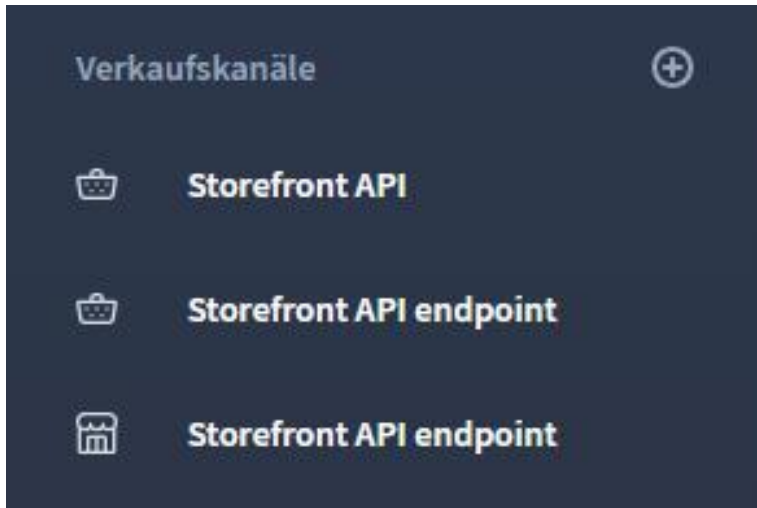
Standardtemplates anpassen

In den Templates der Social Shopping Verkaufskanäle wird eine Standardvorgabe verwendet. Jedoch könnte es vorkommen, dass Deine Produkte weitere Angaben benötigen oder Du einfach Informationen ergänzen möchtest. Durch die Templatesprache TWIG kannst Du die Templates Deinen Wünschen entsprechend anpassen. Code Snippets zu häufiger nachgefragten Ergänzungen findest Du [hier](#).

Verkaufskanäle

Die Verkaufskanäle bieten Dir die Möglichkeit, über ein Shopsystem verschiedene Absatzwege anzubinden. Dies kann zum einen die klassische Storefront sein. Es ist aber auch möglich, Daten an [Vergleichsportale](#) (z.B. billiger.de oder Google Shopping) zu übermitteln oder [Social-Shopping](#) (z.B. Instagram) einzubinden.

Überblick



Im Menü der Shopware Administration findest Du den Punkt **Verkaufskanäle**. Über das **Plussymbol** kannst Du einen neuen Verkaufskanal anlegen. Bereits angelegte Verkaufskanäle werden unterhalb des Punktes **Verkaufskanäle** angezeigt und können durch Anklicken bearbeitet werden.

Kunden-Zuweisung

In den Einstellungen unter **Shop > Login / Registrierung > Kunden an Sales Channel binden** hast Du die Möglichkeit Deine Kunden an Deinen Verkaufskanal zu binden.



Ist diese Option aktiviert, dann können sich Deine Kunden nur in den Verkaufskanälen einloggen, in denen sie sich auch registriert haben. Dies gilt auch dann, wenn die Option später deaktiviert werden sollte.

Wenn die Option **Kunden an Sales Channel binden** deaktiviert ist, können alle Kunden, die sich jetzt registrieren anschließend in allen Verkaufskanälen einloggen und zwar auch dann noch, wenn später die Option aktiviert wird.

Registriert sich ein Kunde bei aktivierter Option mit derselben E-Mail-Adresse in zwei verschiedenen Verkaufskanälen, wird dieser wie zwei verschiedene Kunden behandelt. Der Kunde existiert also zwei Mal in Deinem System, aber eben für unterschiedliche Verkaufskanäle.

In Deiner Administration unter **Kunden > Übersicht** kannst Du Dir die Spalte für den Verkaufskanal über die Listeneinstellungen einblenden.

Name	Straße	PLZ	Stadt	Kundennummer	Kundengruppe	E-Mail-Adresse
Erk-Mustermann	Teichstraße 2	48224	Reckling	1000	Standard-Kundengruppe	erk@mustermann.de
Paula Klein	Bismarck	48705	Post Hanschpöthen	1000	Standard-Kundengruppe	paula.klein@post.de
Andreas Probst	Hofstraße	73338	Ludwigs	1004	Vertriebs-Kundengruppe	andreas.probst@post.de
Andreas Klein	Ackerstraße	48229	Post Leimböhring	1007	Vertriebs-Kundengruppe	andreas.klein@post.de
Stephan Müllerberg	Wiesenstraße	77742-7133	Hilfswart	1009	Vertriebs-Kundengruppe	stephan.muellerberg@post.de
Hans Wenzel	Münster Straße	33793-8059	Westring	1005	Standard-Kundengruppe	hans.wenzel@post.de
Maria Heide	Benny-Jordanstr.	41224-8124	Süd-Mylin	1004	Standard-Kundengruppe	maria.heide@post.de
Andreas Müller	Bergstraße	34011	Willy-Wing	1002	Vertriebs-Kundengruppe	andreas.mueller@post.de
Robert Lehner	Kathryn-Str.	48608	Elfenweisse	1002	Vertriebs-Kundengruppe	robert.lehner@post.de
Kurt Müller	Bismarck-Platz	76407	Gaule-Straßen	1001	Standard-Kundengruppe	kurt.mueller@post.de
Paula Fischer	Palma-Parade	3390-7010	Neu-Str.	1000	Standard-Kundengruppe	paula.fischer@post.de
Dirk Müller	Wiese-Warten	1700-8303	Elst-Str.	1000	Vertriebs-Kundengruppe	dirk.mueller@post.de

Hierzu öffnest Du zunächst die **Listeneinstellungen (1)** und aktivierst dann die Option für den **Verkaufskanal (2)**.


Anschließend wird Dir die Spalte **Verkaufskanal** eingeblendet, in der Du erkennen kannst, für welchen Verkaufskanal sich Dein Kunde registriert hat.


Kundennummer	Kundengruppe	E-Mail-Adresse	Verkaufskanal
10000	Standard-Kundengruppe	erk@mustermann.de	Storefront
10003	Standard-Kundengruppe	paula.klein@post.de	Alle
10006	Net-Price-Kundengruppe	andreas.probst@post.de	Alle
10007	Net-Price-Kundengruppe	andreas.klein@post.de	Alle
10008	Net-Price-Kundengruppe	stephan.muellerberg@post.de	Alle
10009	Standard-Kundengruppe	hans.wenzel@post.de	Alle
10014	Standard-Kundengruppe	maria.heide@post.de	Alle
10015	Standard-Kundengruppe	andreas.mueller@post.de	Alle
10016	Standard-Kundengruppe	robert.lehner@post.de	Alle
10018	Standard-Kundengruppe	kurt.mueller@post.de	Alle
10022	Standard-Kundengruppe	andreas.mueller@post.de	Alle
10021	Standard-Kundengruppe	andreas.mueller@post.de	Alle
10020	Standard-Kundengruppe	andreas.mueller@post.de	Alle
10040	Net-Price-Kundengruppe	andreas.mueller@post.de	Alle
10048	Net-Price-Kundengruppe	andreas.mueller@post.de	Alle
10047	Net-Price-Kundengruppe	andreas.mueller@post.de	Alle
10046	Net-Price-Kundengruppe	andreas.mueller@post.de	Alle


Verkaufskanal hinzufügen

Um einen neuen Verkaufskanal hinzuzufügen klickst Du auf das **Plussymbol** neben dem Menüpunkt **Verkaufskanäle**.

Verkaufskanal anlegen ×

 **Storefront**
Sales channel mit HTML storefront

 **Produktvergleich**
Verkaufskanal für Produktvergleichsportale

 **Headless**
API only sales channel

Im sich nun öffnenden Fenster entscheidest Du, ob Du einen neuen **Verkaufskanal mit HTML Storefront** anlegen möchtest oder einen **Headless Verkaufskanal**, der ausschließlich die API Schnittstelle bereitstellt. Außerdem kannst Du hier einen Produktvergleich erstellen. Dieser dient dazu, Deine Produkte zu Vergleichsportalen und Marktplätzen zu exportieren. Weitere Informationen zu dieser Funktion erhältst Du [hier](#).

Grundeinstellungen

Grundeinstellungen

Name *
 1

Einstiegspunkt für die Haupt-Navigation * 2 Hauptnavigationsebenen 3
 ▼

Einstiegspunkt für die Footer-Navigation
 4 ▼

Einstiegspunkt für die Service-Navigation
 5 ▼

Kundengruppe
 6 ▼

Länder 7 Standard-Land * 8
 ▼ ▼

Sprachen 9 Standard-Sprache * 10
 ▼ ▼

- Name (1):** Dies ist der Name des Verkaufskanals. Dieser wird intern an allen Stellen verwendet, an denen Du Einstellungen zu diesem Verkaufskanal hinterlegen kannst.
- Einstiegspunkt Hauptnavigation (2):** An dieser Stelle beginnt die Hauptnavigation. Im Standard Responsive Theme entsprechen die Hauptkategorien der Ebene unter der hier ausgewählten [Kategorie](#).
- Hauptnavigation Ebenen (3):** Trage hier die Anzahl der Ebenen, die unterhalb der aktuell ausgewählten Ebene, in der Hauptnavigation angezeigt werden sollen. Die maximal mögliche Anzahl der Ebenen hängt hierbei vom verwendeten Theme ab.
- Einstiegspunkt Footer Navigation (4):** Hier gibst Du die Start [Kategorie](#) für die Footer Navigation an. Die Ebene unterhalb dieser gewählten Kategorie beinhaltet im Standard Responsive Theme die Überschriften der Footer Navigation und die Ebene darunter dann die anklickbaren Menüpunkte.
- Einstiegspunkt Servicenavigation (5):** Hier gibst Du die [Kategorie](#) an, in welcher Ebene die Service Navigation beginnen soll. Im Standard Responsive Theme wird diese in der oberen rechten Ecke angezeigt.

Ab Shopware 6.4.0.0 wird das Service Menu im Standard Responsive Theme unten Rechts angezeigt.

Kundengruppe (6): Gib hier die Standard Kundengruppe Deines Verkaufskanals an. Dieser Kundengruppe sind dann neue Kunden und unangemeldete Besucher zugeordnet.

Länder (7): Gib hier an, welche Länder in Deinem Verkaufskanal verfügbar sein sollen, und wähle ein Standard-Land.

Sprachen (8): Gib hier an, welche Sprachen in Deinem Verkaufskanal verfügbar sein sollen, und wähle eine Standard-Sprache.

Zahlung und Versand

The screenshot shows the 'Zahlung und Versand' settings page. It includes sections for:

- Zahlungsarten (1):** A dropdown menu with options 'PayPal', 'Nachnahme', and 'Vorkasse'. A 'Standard-Zahlungsart' dropdown is set to 'Vorkasse'.
- Versandarten (2):** A dropdown menu with options 'Express' and 'Standard'. A 'Standard-Versandart' dropdown is set to 'Standard'.
- Währungen (3):** A dropdown menu with the option 'Euro'. A 'Standard-Währung' dropdown is set to 'Euro'.
- Steuerberechnung (4):** Two radio button options: 'Zeilenweise (horizontale) Berechnung' (selected) and 'Spaltenweise (vertikale) Berechnung'. Below these are explanatory text blocks and a warning note.

Zahlungsarten (1): Wähle aus, welche Zahlungsarten in Deinem Verkaufskanal verfügbar sein sollen. Die verfügbaren Zahlungsarten kannst Du unter [Einstellungen > Zahlungsarten](#) bearbeiten. Zusätzlich definiere eine Standard-Zahlungsart.

Versandarten (2): Gib hier an, welche Versandarten in Deinem Verkaufskanal verfügbar sein sollen. Konfiguriert werden die Versandarten unter [Einstellungen > Versand](#). Wähle auch eine Standard-Versandart aus.

Währungen (3): Definiere, welche Währungen in Deinem Verkaufskanal verfügbar sein sollen. Die verfügbaren Währungen verwaltest Du unter [Einstellungen > Währungen](#). Gib auch eine Standard-Währung an.

Steuerberechnung (4): Lege fest, wie die Steuern für die Bestellungen in diesem Verkaufskanal berechnet werden sollen.

Beispiel zur Verdeutlichung der unterschiedlichen Berechnungen:

- Zeilenweise (horizontale) Berechnung Netto**

Anzahl	MwSt. Satz	Netto	Brutto	Netto Gesamt	zzgl. MwSt.	Brutto Gesamt
5	7	1,49	-	5*1,49	7,45*0,07	7,45+0,52
				7,45	0,52	7,97

Brutto

Anzahl	MwSt. Satz	Netto	Brutto	Netto Gesamt	zzgl. MwSt.	Brutto Gesamt
5	7	-	1,59	7,95/1,07	7,95-7,43	5*1,59
				7,43	0,52	7,95

- **Spaltenweise (vertikale) Berechnung Netto**

Anzahl	MwSt. Satz	Netto	Brutto	zzgl. MwSt.	Netto-Gesamt	zzgl. MwSt.	Brutto Gesamt
5	7	1,49	1,59	0,10	5*1,49	5*0,10	7,45+0,50
					7,45	0,50	7,95

Brutto

Anzahl	MwSt. Satz	Netto	Brutto	enth. MwSt.	Netto Gesamt	enth. MwSt.	Brutto Gesamt
5	7	1,49	1,59	0,10	7,95-0,50	5*0,10	5*1,59
					7,45	0,50	7,95

Hreflang

Das Hreflang-Metatag ist dann wichtig, wenn es mehrere Sprachversionen Deines Shops gibt. Der Tag dient zur eindeutigen Zuordnung des Inhaltes zu der jeweiligen Sprache. Er verhindert, dass mehrere Sprachversionen Deines Shops von Google als Duplicate Content gewertet wird.

Hreflang

Hreflang-Integration

Das hreflang-Metatag dient der eindeutigen Zuordnung eines Inhalts zu einer Sprache. Google zeigt die jeweiligen Sprachen explizit in den Suchergebnissen an.

Hreflang aktivieren

Standard-Domain für Hreflang

Nachdem Du die Option aktiviert hast, werden Dir im Dropdown Menü alle Deine Domains angezeigt. Wähle hier dann die Standard-Domain aus, welche als Fallback für alle Sprachen dienen soll.

Domains

Beachte bitte, dass sich eine selbst gehostete Version in den Domains-Einstellungen von einer Cloud-Version unterscheidet.

Selbst gehostete Instanz



Unter dem Punkt Domains kannst Du für Deinen Verkaufskanal mehrere Domains anlegen, die jeweils eine eigene **virtuelle URL**, eine eigene **Sprache**, eine eigene **Währung** und ein eigenes **Textbaustein-Set** haben.

Auf diesem Wege kannst Du für einen Shop mehrere Sprachshops anlegen.

Das Fenster für die Anlage einer weiteren URL kannst Du über den Button **Domain hinzufügen (1)** aufrufen.

Es ist empfehlenswert die Domain nur mit einem Internetkommunikationsprotokoll (https:// oder http://) zu hinterlegen, da ansonsten Duplicate Content entstehen kann.

Cloud Instanz



In einer Cloud-Instanz ist im Standard bereits eine URL hinterlegt. Diese wird bei Erstellung der Instanz automatisch generiert.

Solltest Du eine eigene, individuelle Domain verwenden wollen, kannst Du dies über den Button **Domain hinzufügen (1)** erledigen.

Voraussetzung hierfür ist, dass die eigene Domain unter **Einstellungen > System > Domains** bereits hinzugefügt hast. Das entsprechende Menü erreichst Du alternativ auch über den Link **Individuelle**

Domain einrichten (2).

Information zur Einrichtung einer eigenen Domains erhältst Du [hier](#)

Eine serverseitige Weiterleitung stellt sicher, dass die Verbindung immer per https:// aufgebaut wird.

The screenshot shows a form titled 'Neue Domain erstellen' with a close button (X) in the top right corner. The form contains the following fields and options:

- URL:** A text input field containing 'https:// www.domain.tld'. A small lock icon is on the left, and a circled '1' is on the right.
- Sprache *:** A dropdown menu with 'Deutsch' selected. A circled '2' is on the right.
- Währung *:** A dropdown menu with 'Euro' selected. A circled '3' is on the right.
- Textbaustein-Set *:** A dropdown menu with 'BASE de-DE' selected. A circled '4' is on the right.
- Hreflang-Lokalisierung:** Two radio buttons. The first is 'Lokalisierung nach ISO-Norm' (selected) with a circled '5' next to it. The second is 'Lokalisierung nach Sprache'.

At the bottom of the form, there are two buttons: 'Abbrechen' (grey) and 'Domain hinzufügen' (blue).

Um eine Domain dem Verkaufskanal zuweisen zu können ist es erforderlich, einige Einstellungen festzulegen:

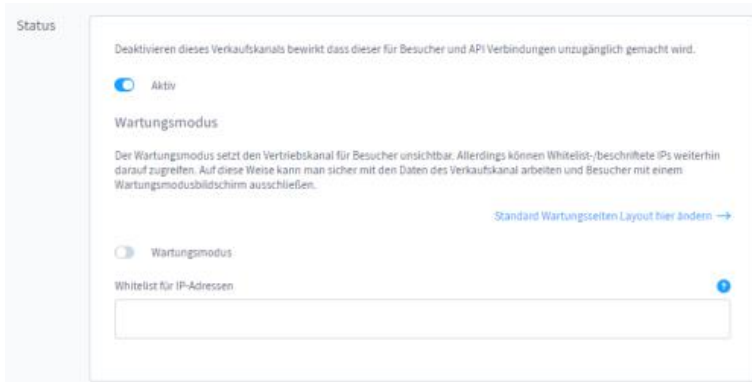
1. **URL:** Im Textfeld für die **URL (1)** trägst Du die gewünschte Domain mit ggf. Subdomain ein. Mit einem Klick auf https (verschlüsselt) kannst Du das Protokoll zu http (unverschlüsselt) ändern.
2. **Sprache:** Lege hier fest, in welcher **Sprache (2)** der Shop über diese URL aufgerufen werden soll. Zur Auswahl stehen Dir an dieser Stelle alle Sprachen, die dem Verkaufskanal in den Grundeinstellungen weiter oben zugewiesen wurden.
3. **Währung:** Definiere, welche **Währung (3)** beim Aufruf des Shops über diese URL verwendet werden soll. Es stehen die unter **Einstellungen > Shop > Währungen** vorhandene Währungen zur Auswahl.
4. **Textbaustein-Set:** Über das **Textbaustein-Set (4)** legst Du fest, welche Textbausteine genutzt werden sollen. Auswahlmöglichkeiten sind die Textbaustein-Sets, die unter **Einstellungen > Shop > Textbausteine** vorhanden sind.
5. **Hreflang-Lokalisierung:** Hier kannst du definieren, wie die **Lokalisierung (5)** für das hreflang-Attribut erfolgen soll. Dies ermöglicht Dir, bei der Verwendung von mehreren Sprachen in Deinem Shop, die korrekten Übersetzungen z.B. an Google zu übermitteln. Es wird hier zwischen der Lokalisierung über die ISO-Norm oder rein über die verwendete Browsersprache unterschieden. Die Lokalisierung über ISO bietet sich z.B. dann an, wenn Du verschiedene (landesspezifische) Sprachvarianten verwendest, die evtl. eigene landestypische Begriffe verwenden (z.B. im englischen oder französischen)

API-Zugang



An dieser Stelle kannst Du eine API Zugangs ID für diesen Verkaufskanal generieren. Weitere Informationen zur Nutzung eigener API Zugänge findest Du in unserer [Developer Dokumentation](#).

Status



Hier kannst Du den Verkaufskanal temporär **deaktivieren**. Er ist dann vorübergehend unzugänglich für Besucher und die API. Außerdem kannst Du hier den **Wartungsmodus** aktivieren. Das Frontend zeigt dann nur noch das hinterlegte Wartungsseiten-Layout an. Für ausgewählte IP Adressen kannst Du den Zugriff über die **Whitelist** zulassen.

Besonderheit bei der Verwendung eines Proxy-Servers

Damit das IP-Whitelisting bei Verwendung eines zusätzlichen Proxy-Servers korrekt funktioniert, ist es erforderlich, die IP-Adresse des Proxys in der .env-Konfigurationsdatei (im Shopware-Hauptverzeichnis) als Trusted Proxy zu hinterlegen. Dies ist über den Eintrag `TRUSTED_PROXIES=IP_des_Proxys` möglich.

Alternativ ist dies auch über die PHP-Einstellungen möglich. Weitere Informationen, wie Du dies PHP-seitig umsetzen kannst, findest Du unter <https://symfony.com/doc/current/deployment/proxies.html#solution-settrustedproxies>

Verkaufskanal löschen



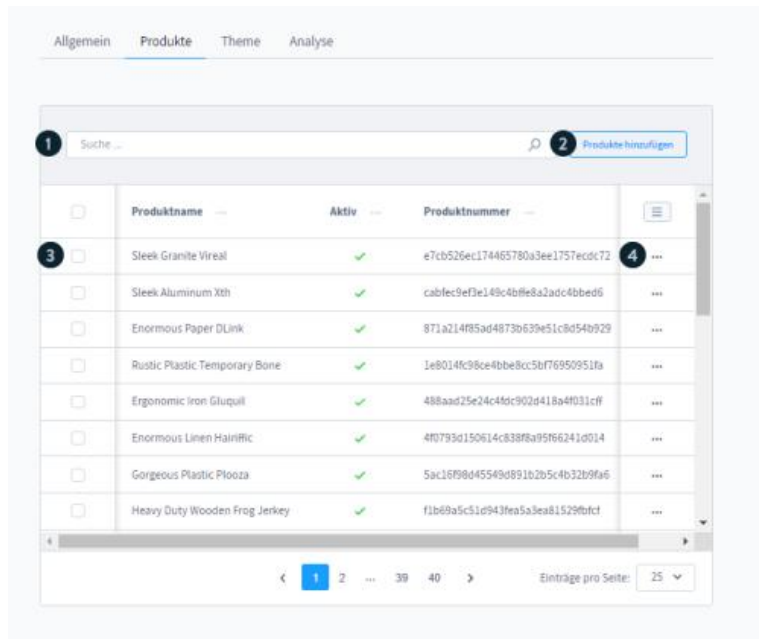
Wenn Du den Verkaufskanal über diese Schaltfläche löschst, wird er unwiderruflich entfernt. Das solltest Du also nur durchführen, wenn der Verkaufskanal sicher nicht mehr benötigt wird.

Der vorinstallierte Headless-Verkaufskanal sollte nie gelöscht werden! Viele Erweiterungen nutzen diese spezielle, vorinstallierte Iteration eines Headless-Kanals - beispielsweise unsere B2B-Suite.

Falls gewünscht, kann der Headless-Kanal im Admin-Bereich versteckt werden, indem man einen oder mehrere andere Verkaufskanäle als Favorit markiert. Alle nicht-Favoriten werden in dem Fall einfach ausgeblendet (Auf diese Art versteckte Verkaufskanäle können aber noch immer im dedizierten Menü Verkaufskanäle gefunden werden).

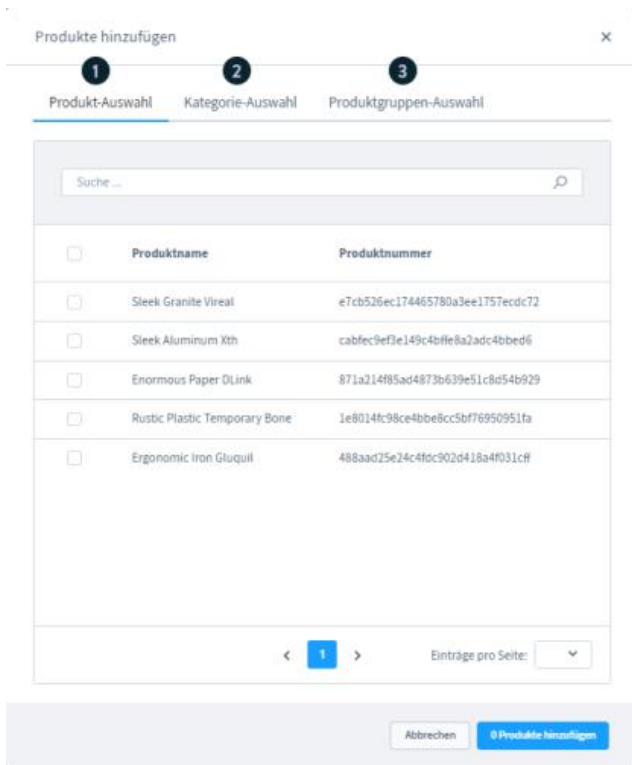
Produkte

Im Reiter Produkte kannst Du dem Verkaufskanal direkt Produkte zuweisen ohne dafür jedes Produkt einzeln bearbeiten zu müssen.



Unter Produkte siehst Du zunächst eine Übersicht aller Produkte, die dem Verkaufskanal bereits zugeordnet sind. Über die **Suche (1)** kannst Du nach bestimmten Produkten suchen, um diese zu entfernen. Über den Button **Produkte hinzufügen (2)** kannst Du weitere Produkte oder ganze Produktgruppen hinzufügen. Auf der **linken Seite (3)** kannst Du eins oder mehrere Produkte markieren um sie aus dem Verkaufskanal zu entfernen. Über das **Kontext Menü (4)** auf der Rechten Seite kannst Du die Produkte entweder ebenfalls entfernen oder direkt die Produktdetails des jeweiligen Produktes aufrufen.

Produkt hinzufügen

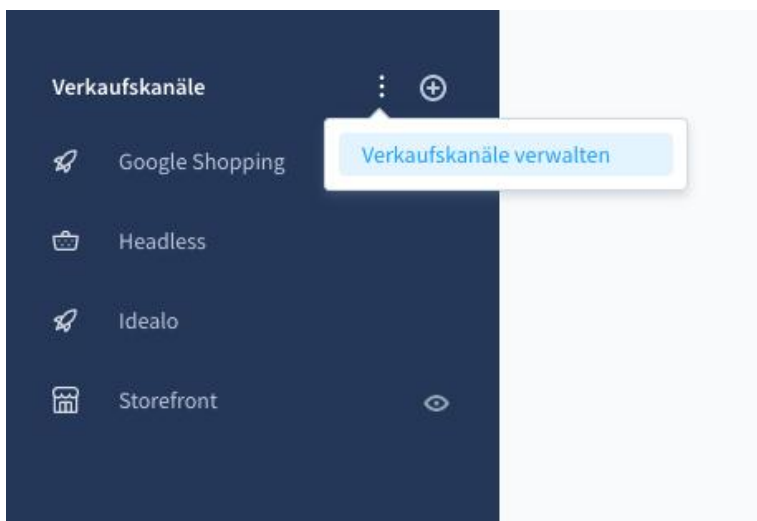


Produkt-Auswahl (1): Hier werden Dir alle Produkte angezeigt, die dem Verkaufskanal noch nicht zugewiesen wurden. Du kannst alle Produkte auswählen, welche hinzugefügt werden sollen und diese dann hinzufügen.

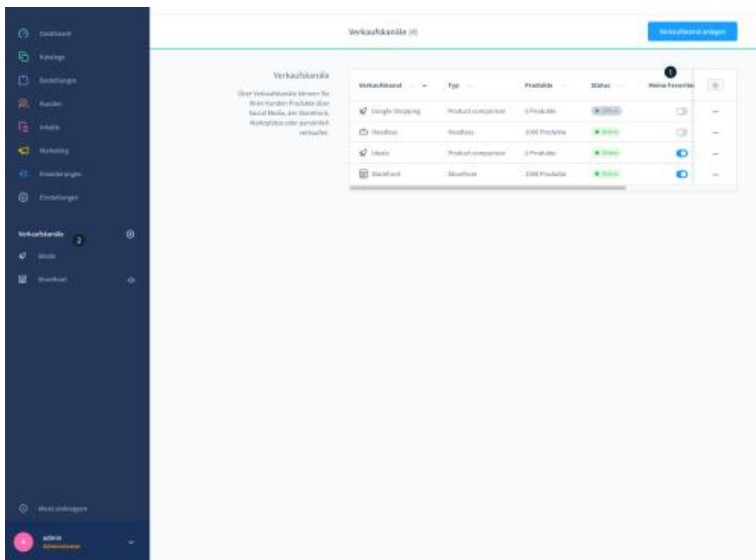
Kategorie-Auswahl (2): Hier wird Dir Dein Kategorien Baum angezeigt. Du kannst komplette Kategorien auswählen, dessen Produkte dem Verkaufskanal hinzugefügt werden sollen.

Produktgruppen-Auswahl (3): Hier werden Dir alle angelegten dynamischen Produktgruppen angezeigt. Du kannst dem Verkaufskanal so vorher selbst definierte Produktgruppen hinzufügen.

Verkaufskanäle verwalten



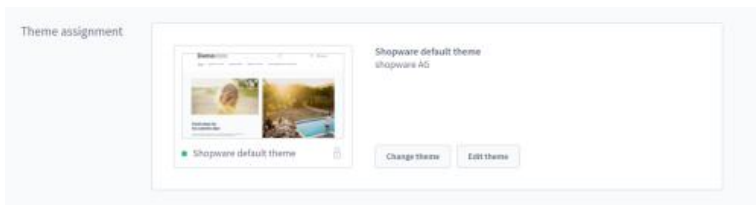
Über die Schaltfläche **Verkaufskanäle verwalten** kannst Du Dir all Deine Verkaufskanäle anzeigen lassen. Egal ob Storefront, Marktplätze oder Social Media.



Du hast auch die Möglichkeit, einen oder mehrere Verkaufskanäle als Deine **Favoriten** zu definieren **(1)**. Wenn Du diese Option aktivierst, wird Dir der Verkaufskanal automatisch links in der **Sidebar** angezeigt **(2)** und die nicht favorisierten werden ausgeblendet. Dadurch kannst Du Dein Menü in der Sidebar nach Deinen Wünschen anpassen und noch schneller darauf zugreifen.

Theme

Im Reiter Theme kannst Du Deinem Verkaufskanal ein Theme zuweisen.



Zunächst wird Dir das Theme angezeigt, welches dem Verkaufskanal aktuell zugeordnet ist. Klickst Du auf das Vorschaubild des Themes oder auf **Change theme**, kannst Du eines der installierten Themes zuordnen. Über **Themes bearbeiten** gelangst Du direkt zur [Theme Konfiguration](#).

Analytics

Bei der Verwendung von Analytics kann auf Universal Analytics (abgekündigt zum 01. Juli 2023 von Google) oder auf Google Analytics 4 zurückgegriffen werden.

Events

Durch Analytics werden im Standard folgende Interaktionen bzw. Events im Shop getrackt:

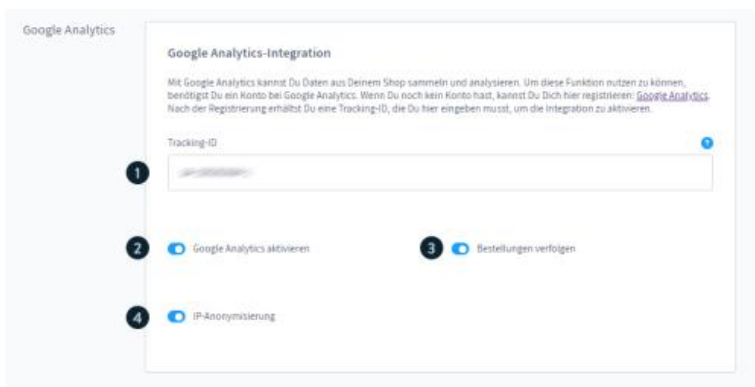
- add-to-cart.event.js

- add-to-cart-by-number.event.js
- begin-checkout.event.js
- begin-checkout-on-cart.event.js
- checkout-progress.event.js
- login.event.js
- purchase.event.js
- remote-from-cart.event.js
- search-ajax.event.js
- sign-up.event.js
- view-item.event.js
- view-item-list.event.js
- view-search-results.js

Konfiguration

Im Reiter Analytics hast Du die Möglichkeit, einen Google Analytics Account durch die Einbindung eines Tracking Codes zu verbinden. Dadurch kann Google Analytics eine kontinuierliche Analyse und statistische Auswertung Deines Shops betreiben. Genauere Informationen zu Google Analytics erhältst Du unter folgendem Link:

[Einführung in Google Analytics](#)



Tracking ID (1): Nach der Anmeldung in Deinem Google Analytics Konto erhältst Du eine Tracking ID. Trage diese hier ein, um Dein Google Analytics Konto mit Deinem Shop zu verbinden. Um Deine Tracking ID zu finden, klicke in Deinem Google Analytics Account links unten auf *Verwaltung* und klicke in der mittleren Spalte auf Tracking Informationen > Tracking-Code

Google Analytics aktivieren (2): Aktiviere diese Option, um Google Analytics zur Analyse Deines Shops zu verwenden.

Bestellungen verfolgen (3): Wenn Du diese Option aktivierst, werden Bestellungen Deines Shops in den Analysen von Google Analytics berücksichtigt.

IP-Anonymisierung (4): Hast Du diese Option aktiviert, werden die letzten beiden Zifferngruppen der Kunden-IP-Adressen genullt. Bsp. 94.31.0.0. Damit sind Besucher nicht mehr eindeutig per IP identifizierbar.

In einigen Ländern, wie u.a. in der EU gibt es gesetzliche Regelungen, die es untersagen, die komplette IP Adresse von Kunden zu speichern. Im Zweifel solltest Du diese Option daher aktivieren.

Google Tag Manager

Die Implementierung von Analytics findet über den Google Tag Manager statt. Benutzerdefinierte Ereignisse oder Skripte können hierüber nicht hinterlegt werden. Möglich ist dies jedoch über Erweiterungen aus unserem [Store](#).

Erweiterte E-Commerce Daten

Mithilfe von gtag.js können erweiterte E-Commerce-Berichte zu den folgenden Themen getrackt werden:

- Impressionsdaten
- Produktdaten
- Angebotsdaten
- Aktionsdaten

Hierfür beachten Sie bitte folgenden Artikel von Google: [Link](#)

Produktvergleich

Mit dem Verkaufskanal **Produktvergleich** kannst Du Produktexporte zu vorhandenen Preisportalen durchführen. Zudem können komplette Anbindungen an neuen Marktplätzen geschaffen werden. Durch die Verwendung eines Export-Templates, welches mit Twig-Variablen arbeitet, kannst Du schnell Anpassungen und neue Exporte schaffen.

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.

Allgemein

Grundeinstellungen

Grundeinstellungen

Vorlage

Keine Vorlage nutzen

Name *

Gib einen Namen für den Verkaufskanal ein ...

In den Grundeinstellungen gibst Du zunächst den Namen Deines Produktvergleiches an. Wenn Du den Produktevergleich für ein großes Preisportal verwenden möchtest, kannst Du hier auch direkt eine der vorhandenen Vorlagen auswählen. Alle Einstellungen werden dann für das jeweilige Portal korrekt voreingestellt.

Storefront-Verkaufskanal

Storefront-Verkaufskanal

Storefront-Verkaufskanal *

1 Shopware Demo Shop

Storefront-Domain *

2 http://test.shopware.io/sw61/public

Währung *

3 Euro

Sprache

4 Deutsch

Kundengruppe

5 Standard-Kundengruppe

Hier gibst Du an, auf welchen **Verkaufskanal (1)** und welcher **Storefront-Domain (2)** sich Dein Produktvergleiche bezieht. Außerdem gibst Du an, welche **Währung (3)**, welche **Sprache (4)** und welche **Kundengruppe (5)** für diesen Produktvergleich verwendet werden soll.

Produktexport

Produktexport

Dateiname *

1 billiger.csv

Encoding *

2 UTF-8

Dateiformat *

3 CSV

4 Varianten einschließen

Generierungsintervall

5 1 Tag

6 Per Scheduler generieren

Zeitpunkt der letzten Generierung: Dieser Export wurde bisher noch nicht generiert.

Dynamische Produktgruppe *

7 Alle aktiven Produkte

Im Bereich Produktexport gibst Du an, wie die Ausgabe Datei des Produktexportes aussehen soll. Du gibst zunächst einen **Dateinamen (1)** an.

Als **Encoding (2)** kann UTF-8 oder ISO-8859-1 gewählt werden. Hier solltest Du Dich bei dem entsprechendem Preisportal informieren, was hier benötigt wird.

Als **Dateiformat (3)** kannst Du eine CSV Datei oder eine XML Datei auswählen. Auch hier solltest Du Dich beim Preisportal informieren, was hier gewünscht wird.

Außerdem gibst Du an, ob Du die **Produktvarianten (4)** mit in den Export einschließen möchtest oder nicht und gibst einen **Generierungsintervall (5)** an. Die Produktvergleichsdatei wird beim Aufruf der Export URL neu erzeugt, wenn dieser Intervall abgelaufen ist.

Zusätzlich lässt sich die Datei erzeugen, sobald der **Scheduler (6)** ausgeführt wird. Den Scheduler führst Du aus, indem Du in Deinem Shop Hauptverzeichnis den Befehl **bin/console scheduled-task:run** ausführst.

Über eine **Dynamische Produktgruppe (7)** kannst Du festlegen, welche Artikel aus Deinem Shop in dem Produktexport enthalten sein sollen. Wie Du diese genau anlegst erfährst Du [hier](#).

API-Zugang



API-Zugang

Um API-Zugriff zu erhalten benötigst Du die unten angezeigte API-Zugangs-ID. Eine Neugenerierung überschreibt die alte API-Zugangs-ID und terminiert alle existierenden Zugriffsrouten. **Diese Aktion kann nicht rückgängig gemacht werden.**

Zugangsschlüssel

SWPEMUH0TGSJRJBWU/VGMGL5WQ

Export-URL

<http://s3.test.shopware.in/web/public/export/SWPEMUH0TGSJRJBWU/VGMGL5WQ/billiger.csv>

Zugangsschlüssel neu generieren

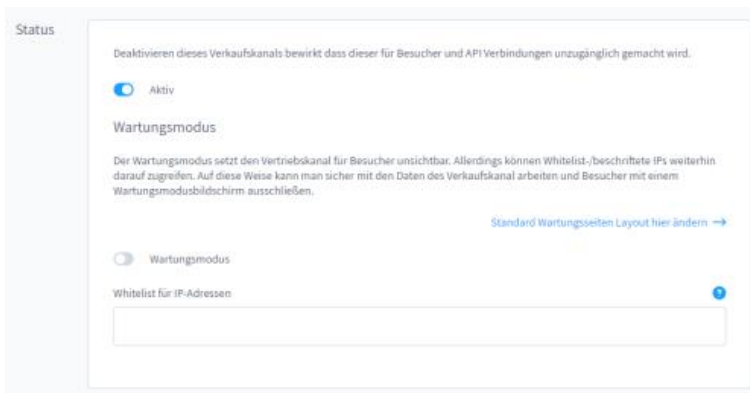
Im Bereich API-Zugang kannst Du eine API Zugangs ID für diesen Produktvergleich generieren. Weitere Informationen zur Nutzung eigener API Zugänge findest Du in unserer [Developer Dokumentation](#).

Außerdem wird Dir hier die Export-URL angezeigt, unter welcher der Produktexport zur Verfügung gestellt wird. Diese URL kannst Du dann auch bei dem Preisportal angeben.

Sollte beim Aufruf der Export-URL über den Browser ein Fehler angezeigt werden, so prüfe Deine Dynamischen Produktgruppen.

Ergänze dafür unter "Kataloge > Dynamische Produktgruppen" die Bedingungen des Feeds in der Produktgruppe z.B. "Verkaufspreis > 0" und " z.B. Preis > 0".

Status



Hier kannst Du den Produktvergleich temporär **deaktivieren**. Der Aufruf der Produktvergleichs URL und die API ist dann vorübergehend unzugänglich. Außerdem kannst Du hier den **Wartungsmodus** aktivieren. Der Aufruf ist dann nur für ausgewählte IP-Adressen aus der **Whitelist** möglich.

Verkaufskanal löschen



Wenn Du den Produktvergleich über diese Schaltfläche löschst, wird er unwiderruflich entfernt. Das solltest Du also nur durchführen, wenn der Verkaufskanal sicher nicht mehr benötigt wird.

Template

Das Template bestimmt den Aufbau der Produktexport Datei. Das Template ist aufgeteilt in eine Kopfzeile, eine Produktzeile und eine Fußzeile.

Wenn Du im Reiter **Allgemein** eine Vorlage verwendest, sind hier in der Regel keine Anpassungen notwendig. Die korrekten Dokumenten-Templates für die jeweiligen Vergleichsportale sind in den Vorlagen bereits enthalten.

Über den Button **Template testen**, wird überprüft, ob sich Syntaxfehler in dem Template befinden. Über **Vorschau generieren** kannst Du Dir den Inhalt der erstellten Export Datei direkt ansehen.

Kopfzeile

Die Kopfzeile unterscheidet sich, je nach ausgewähltem Format.

Bei einer CSV-Datei sind hier die Spaltenbezeichnungen definiert, z.B.: id, hersteller, modell_nr, name, kategorie, preis etc.

Bei einer XML-Datei befindet sich hier ebenfalls der gesamte Kopf der Datei, sowie der Start-Tag, title, description etc.

```

Template
Kopfzeile
1 "categoryPath",{#- -#}
2 "brand",{#- -#}
3 "title",{#- -#}
4 "price",{#- -#}
5 "basePrice",{#- -#}
6 "tags",{#- -#}
7 "reasons",{#- -#}
8 "deliveryCosts",{#- -#}
9 "url",{#- -#}
10 "delivery",{#- -#}
11 "sku",{#- -#}
12 "imageUrls",{#- -#}
13 "description",{#- -#}
14 "paymentCosts_CashInAdvance",{#- Change or add your payment methods -#}
15 "paymentCosts_CashOnDelivery",{#- Change or add your payment methods -#}
16 "paymentCosts_Invoice",{#- Change or add your payment methods -#}

```

Produktzeile

Hier wird das Template für die zu exportierenden Artikel definiert. Das Template wird via Schleife auf jeden Artikel angewendet. Bei CSV/TXT-Exporten ergibt dies jeweils eine Zeile pro Artikel. Bei einem XML-Export z.B. Google, ist jeder Artikel durch einen Start- und End-Tag eingefasst. So ist es möglich die Exporte, je nach Struktur und Anforderung anzupassen. Beachte, dass die Generierung massiv verlangsamt wird, je mehr Berechnungen im Feed ausgeführt werden!

```

Produktzeile
1 "{ product.productNumber }",{#- -#}
2 "{ product.manufacturer.translated.name }",{#- -#}
3 "{ product.manufacturerNumber }",{#- -#}
4 "{ product.ean }",{#- -#}
5 "{ product.translated.name|length > 80 ? product.translated.name|slice(0, 80) - '...' : product
.translated.name }",{#- -#}
6 "{ product.translated.description|raw|length > 900 ? product.translated.description|raw|slice(0,900)
- '...' : product.translated.description|raw }",{#- -#}
7 "{#- -#}
8 "{ product.categories.first.getBreadCrumb|slice(1)|join(' > ')|raw }",{#- -#}
9 {% set price = product.calculatedPrice %}
10 {% if product.calculatedPrices.count > 0 %}
11     {% set price = product.calculatedPrices.last %}
12 {% endif %}
13 "{ price.unitPrice }",{#- -#}
14 "{%- if price.referencePrice is not null -%}
15     {{ price.referencePrice.price|currency }} / {{ price.referencePrice.referenceUnit }} {{ price
.referencePrice.unitName }}{#- -#}

```

Fußzeile

Die Fußzeile wird ausschließlich für die XML-Exporte benötigt. In diesem Feld stehen die End-Tags, die in der Kopfzeile geöffnet werden.

```

Fußzeile
1 </channel>
2 </rss>

```

TWIG

Der Produktvergleich wird in der PHP Template-Engine TWIG geschrieben. Der Standard stellt Dir bereits die wichtigsten Informationen Deiner Produkte zur Verfügung. Mit der TWIG Syntax hast Du die Möglichkeit, die Vorlage komplett individuell anzupassen. Eine ausführliche Dokumentation, welche Ausdrücke und Befehle Du nutzen kannst, findest Du [hier](#).

Die wichtigsten Befehle, die Du im Produktvergleich verwenden kannst haben wir hier einmal aufgeführt.

if- Abfrage:

mit der If-Abfrage kannst Du überprüfen, ob eine Aussage wahr ist. So kannst Du den gewünschten Inhalt nur unter bestimmten Bedingungen ausgeben.

Das Starttag für eine If-Abfrage beinhaltet **if** und eine **Bedingung** in einer geschweiften Klammer und Prozentzeichen.

Eine If-Abfrage, die überprüft, ob ein Produkt aktiv ist würde so aussehen:

```
{% if product.active %}
```

Nach der Bedingung folgt der Abschnitt, der nur dann ausgegeben werden soll, wenn die Bedingung erfüllt wird gefolgt von einem abschließendem **endif** tag, der ebenfalls in geschweiften Klammern und Prozentzeichen eingebunden ist.

```
{% endif %}
```

Im folgenden Beispiel wird die Produktnummer nur dann ausgegeben, wenn der Artikel verfügbar ist.

```
{% if product.active %}
"{{ product.productNumber }}" , {#- -#}
{% endif %}
```

elseif- und else-Abfrage:

Die **elseif**-Abfrage entspricht einer weiteren if-Abfrage, die ausgeführt wird, wenn die Bedingung der ersten if-Abfrage nicht erfüllt wird. Der Inhalt hinter einem else-Tag wird ausgeführt, wenn die Bedingungen aller vorheriger if- und elseif-Abfragen nicht erfüllt wurden.

Im folgendem Beispiel wird der Inhalt 1 ausgegeben, wenn der Verfügbare Lagerbestand größer als 20 ist. Ist er das nicht, aber dennoch größer als 10, wird der Inhalt 2 ausgegeben. Ist der Lagerbestand kleiner als 10 und werden somit beide Bedingungen nicht erfüllt, wird der Inhalt 3 ausgegeben.

```
{% if product.availableStock >20 %}
Inhalt
{% elseif product.availableStock > 10 %}
Inhalt 2
{% else %}
Inhalt 3
{% endif %}
```

set

Mit dem set Befehl kannst Du Variablen zuweisen, die Du anschließend weiter verwenden kannst. Mit dem folgenden Befehl weist Du zum Beispiel den Preis eines Produktes der Variable **price** zu.

```
{% set price = product.calculatedPrice %}
```

Anschließend kannst Du dann mit der kurzen Variable weiter arbeiten anstatt verzweigte Ressourcen zu verwenden.

```
"{{ price.unitPrice }}" , {#- -#}
```

Variablen

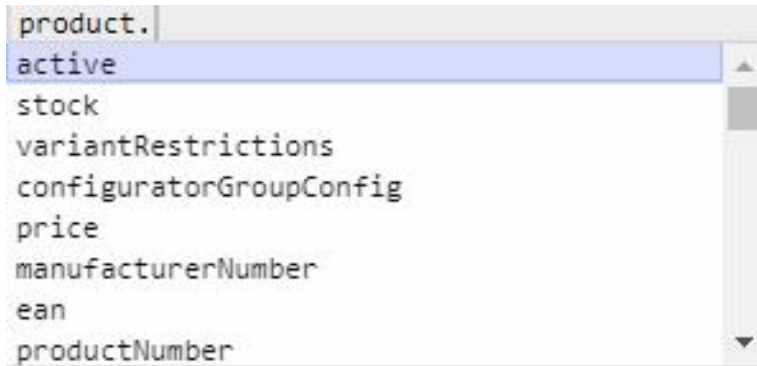
Mit Hilfe von Variablen kannst Du dem Template Informationen zu den Produkten und zu dem Produktexport hinzufügen. In den Vorlagen sind bereits die notwendigen Variablen für den jeweiligen Export angelegt.

Für eigene Exporte kannst Du aber auch eigene Informationen mit Variablen hinzufügen.

Jede Variable startet dabei mit **product** oder **productExport** und kann mit einem Punkt erweitert werden zum Beispiel **product.productNumber** für die Produktnummer.

Die Variablen können aber auch mehrstufig sein. So ist die Variable für den Produktnamen beispielsweise **product.translated.name**.

Wenn Du hinter einer Stufe einen Punkt schreibst, werden Dir alle verfügbaren Unterstufen angezeigt.



Liste der verfügbare Variablen

Konfigurationsvariablen	Beschreibung
productExport.salesChannelDomain.url	URL zum Verkaufskanal
context.salesChannel.name	Name vom Verkaufskanal

Exporteinstellungen	Beschreibung
productExport.fileName	Name der Export Datei
productExport.accessKey	API - Zugangsschlüssel
productExport.encoding	Encoding Standard
productExport.fileFormat	Dateiformat
productExport.includeVariants	Angabe ob Varianten mit exportiert werden

productExport.salesChannel. ...	Daten zum angegebenen SalesChannel
productExport.salesChannelDomain. ...	Daten zur SalesChannel Domain

Produkteinstellungen (Nur in der Produktzeile)	Beschreibung
product.active	Aktiv Status
product.productnumber	Produkt Nummer
product.translated.name	Produkt Name
seoUrl('frontend.detail.page', {'productId': product.id})	Artikel-URL
product.translated.description	Beschreibung
product.deliveryTime	Lieferzeit
product.restockTime	Wiederauffüllzeiten in Tagen
product.minPurchase	Mindestabnahme
product.maxPurchase	Maximalabnahme
product.availableStock	Verfügbarer Lagerbestand
product.manufacturerNumber	Herstellernummer
product.ean	EAN
product.manufacturer.translated.name	Hersteller
product.cover.media.url	Artikelbild
product.calculatedPrice.listPrice.price	Streichpreis (Brutto)
product.categories.first.getBreadCrumb	Ausgabe der Kategorien

product.stock	Lagerbestand
product.available	Verfügbar
product.deliveryTime	Lieferzeit
product.deliveryTimeID	Lieferzeit ID
product.isCloseout	Abverkauf
product.purchaseSteps	Die Abnahmemenge in Schritten
product.referenceUnit	Produktreferenzeinheit
product.shippingFree	Kostenloser Versand
product.markAsTopseller	Produkt ist ein Topseller
product.weight	Gewicht
product.width	Breite
product.height	Höhe
product.length	Länge
product.releaseDate	Produkt Verkauf Start
product.keywords	Produkt Schlüsselwörter
product.description	Produkt Beschreibung
product.metaDescription	Produkt Meta Beschreibung
product.metaTitle	Produkt Meta Titel
product.packUnit	Produkt Verpackungseinheit

Zusatzfelder

Du hast auch die Möglichkeit, Zusatzfelder in das Template einzubinden.

Hierzu wird der technische Name des Zusatzfelds benötigt. Diesen kannst Du in den [Einstellungen des Zusatzfeldes](#) entnehmen.

Der generelle Aufbau für eine Zusatzfeld-Variable ist wie folgt:

Für ein **Produkt-Zusatzfeld**:

```
{{ product.translated.customFields.technischer_name_des_zusatzfeldes }}
```

z.B.:

```
{{ product.translated.customFields.weitere_informationen }}
```

Außerdem ist es auch möglich, Zusatzfelder des **Produkt-Herstellers** abzufragen.

```
{{ product.manufacturer.translated.customFields.technischer_name_des_zusatzfeldes }}
```

z.B.:

```
{{ product.manufacturer.translated.customFields.hersteller_informationen }}
```

Es kann sinnvoll sein, die Abfrage der Zusatzfelder in eine if-Abfrage einzubauen, damit die Ausgabe nur erfolgt, wenn das Feld auch gefüllt ist.

Dies ist z.B. wie folgt möglich:

```
{% if product.translated.customFields.technischer_name_des_zusatzfeldes is defined %}
  {{ product.translated.customFields.technischer_name_des_zusatzfeldes }}
{% endif %}
```

Eigenschaften

Durch eine Anpassung des Templates können auch Eigenschaften ausgegeben und übertragen werden. Die Produkteigenschaften befinden sich in dem Array **product.properties**. Dieser kann Dir die Eigenschaften anzeigen lassen.

```
{% for properties in product.properties %}
  {{ properties.name }}
{% endfor %}
```

Wenn Du eine bestimmte Eigenschaften-Gruppe ausgeben lassen willst, kannst Du diese mit einer zusätzlichen **if-Abfrage** eingrenzen und abfragen.

Zum Beispiel:

```
{% for properties in product.properties %}
{% if properties.group.name == "Größe" %}
    {{ properties.name }}
{% endif %}
{% endfor %}
```

Bilder

Mithilfe einer Bedingung, die mit einem **endif** tag abschließt, kannst Du Dir mehrere Bild-Urls eines Produktes anzeigen lassen. Bei der folgenden Abfrage werden neben dem Cover-Bild noch fünf weitere Bild-Urls ausgegeben, sofern welche vorhanden sind. Die Anzahl der ausgegebenen Urls kannst Du beliebig verändern.

```
{%- if product.media|length > 1 -%}
    "{%- for mediaAssociation in product.media|slice(0, 5) -%}
        {{ mediaAssociation.media.url }}
        {%- if not loop.last -%},{%- endif -%}
    {%- endfor -%}"
{%- endif -%}{#- -#}
```

Fehlerbehebung

Unter Umständen kann es bei dem Produktvergleich zu Fehlern kommen welche wir hier beschreiben und wie man diese behebt.

Fehlende Inhalte

Im Standard werden einige Inhalte wie z.B. Produktbilder erwartet. Hast Du zum Beispiel als Template Google Shopping (XML) ausgewählt, kann es vorkommen, dass Der Export abgebrochen wird, wenn in der Dynamischen Produktgruppe zum Feed ein oder mehr Artikel enthalten sind, bei denen kein Produktbild enthalten ist. In einem solchen Fall solltest Du darauf achten, allen Produkten ein Produktbild zuzuweisen.

Alternativ kannst Du im Reiter **Template** die Produktzeile bearbeiten.

Die Produktbild URL wird über diesen Eintrag ausgegeben:

```
<g:image_link>{{ product.cover.media.url }}</g:image_link>
```

Diese ersetzt Du komplett durch folgenden Eintrag:

```
<g:image_link>
{% if product.cover.media.url is defined and product.cover.media.url is not null %}
    {{ product.cover.media.url }}
{% endif %}
</g:image_link>
```

Somit wird bei einem Produktvergleich zunächst überprüft ob ein Produktbild vorhanden ist. Nur wenn eines vorhanden ist, wird dieses in den Produktvergleich mit einbezogen. Dieses Beispiel kann auch auf andere Variablen angewandt werden.

Produkt ist keiner gültigen Kategorie zugeordnet

Wenn es in der ausgewählten Dynamischen Produktgruppe Artikel gibt, die keiner gültigen und verfügbaren Kategorie zugewiesen sind, kann es zu folgender Meldung kommen:

```
{ "errors": [ { "status": "400", "code": "FRAMEWORK__STRING_TEMPLATE_RENDERING_FAILED",
"title": "Bad Request", "detail": "Failed rendering string template using Twig:
Failed rendering string template using Twig: Impossible to access an attribute (\u0022getBread
on a null variable in \u0022420463b818562f32a1fd3ff62050d151\u0022 at line 6.",
"meta": { "parameters":
{ "message": "Failed rendering string template using Twig: Impossible to access an attribute (\u
}} ] }
```

Durch eine Anpassung des Templates kannst Du zuvor überprüfen lassen, ob eine Kategorie hinterlegt ist. So wird dieser Meldung umgangen. Hierzu kannst Du im Reiter **Template** die Produktzeile bearbeiten. Die Kategorie wird über diesen Eintrag ausgegeben:

```
<g:product_type>{{ product.categories.first.getBreadCrumb|slice(1)|join(' > ')|raw|escape }}</g:product_type>
```

Um die Kategorie vor dem Produktvergleich zu kontrollieren, ersetze diesen Eintrag durch folgenden:

```
<g:product_type>
{% if product.categories.first.getBreadCrumb is defined and product.categories.first.getBreadCrumb is not empty %}
{{ product.categories.first.getBreadCrumb|slice(1)|join(' > ')|raw|escape }}
{% endif %}
</g:product_type>
```

Somit wird bei einem Produktvergleich zunächst überprüft, ob eine gültige Kategorie vorhanden ist. Nur wenn eine vorhanden ist, wird diese in den Produktvergleich mit einbezogen.

Hilfreiche Code-Snippets

Die Shopware Templates für die Produktvergleiche und die Social Shopping Verkaufskanäle werden in einer Standardkonfiguration ausgeliefert. Für manche Produkte oder Anbieter sind Ergänzungen notwendig. Für häufig angefragte Elemente haben wir [hier](#) die entsprechenden Code Snippets zusammengefasst.